Transformacija istarske prehrambene tradicije u turističkim seoskim gospodarstvima

Kocković-Zaborski, Tanja

Doctoral thesis / Disertacija

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:134430

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

University of Zadar Institutional Repository

Image not found or type unknown

SVEUČILIŠTE U ZADRU

POSLIJEDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
HUMANISTIČKE ZNANOSTI

Tanja Kocković Zaborski

TRANSFORMACIJA ISTARSKE PREHRAMBENE TRADICIJE U TURISTIČKIM SEOSKIM GOSPODARSTVIMA

Doktorski rad

Zadar, 2018.

SVEUČILIŠTE U ZADRU

POSLIJEDIPLOMSKI SVEUČILIŠNI STUDIJ
HUMANISTIČKE ZNANOSTI

Tanja Kocković Zaborski

TRANSFORMACIJA ISTARSKE PREHRAMBENE TRADICIJE U TURISTIČKIM SEOSKIM GOSPODARSTVIMA

Doktorski rad

Mentorica

dr.sc. Nives Rittig Beljak

Komentorica

dr. sc. Melanija Belaj

Zadar, 2018.

SVEUČILIŠTE U ZADRU

TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

I. Autor i studij

Ime i prezime: Tanja Kocković Zaborski

Naziv studijskog programa: Poslijediplomski sveučilišni studij Humanističke znanosti

Mentor/Mentorica: dr. sc. Nives Rittig Beljak

Komentor/Komentorica: dr.sc. Melanija Belaj

Datum obrane: 28. ožujka 2018. godine

Znanstveno područje i polje u kojem je postignut doktorat znanosti: humanističke znanosti, etnologija i antropologija

II. Doktorski rad

Naslov: Transformacija istarske prehrambene tradicije u turističkim seoskim gospodarstvima

UDK oznaka: 392.81:<338.48:63>(497.5-3 Istra)(043)

Broj stranica: 287

Broj slika/grafičkih prikaza/tablica: 40/0/0

Broj bilježaka: 211

Broj korištenih bibliografskih jedinica i izvora: 245

Broj priloga: /

Jezik rada: Hrvatski

III. Stručna povjerenstva

Stručno povjerenstvo za ocjenu doktorskog rada:

1. dr. sc. Olga Orlić, znanstvena suradnica, predsjednik/predsjednica
2. dr. sc. Melanija Belaj, znanstvena suradnica, član/ica
3. doc. dr. sc. Danijela Birt Katić, član/ica

Stručno povjerenstvo za obranu doktorskog rada:

1. dr. sc. Olga Orlić, znanstvena suradnica, predsjednik/predsjednica
2. dr. sc. Melanija Belaj, znanstvena suradnica, član/članica
3. doc. dr. sc. Danijela Birt Katić, član/članica

UNIVERSITY OF ZADAR

BASIC DOCUMENTATION CARD

I. Author and study

Name and surname: Tanja Kocković Zaborski

Name of the study programme: Postgraduate doctoral study in Humanities

Mentor: Scientific Advisor Nives Rittig Beljak, PhD

Co-mentor: Scientific Associate Melanija Belaj, PhD

Date of the defence: 28.3.2018.

Scientific area and field in which the PhD is obtained: Humanities, Ethnology and anthrolopogy

II. Doctoral dissertation

Title: Transformation of Istrian food tradition in rural touristic farms

UDC mark: 392.81:<338.48:63>(497.5-3 Istra)(043)

Number of pages: 287

Number of pictures/graphical representations/tables: 40/0/0

Number of notes: 211

Number of used bibliographic units and sources: 245

Number of appendices: /

Language of the doctoral dissertation: Croatian

III. Expert committees

Expert committee for the evaluation of the doctoral dissertation:

1. Scientific Associate, Olga Orlić, PhD, chair
2. Scientific Associate, Melanija Belaj, PhD, member
3. Assistant Professor, Danijela Birt Katić, PhD, member

Expert committee for the defence of the doctoral dissertation:

1. Scientific Associate, Olga Orlić, PhD, chair
2. Scientific Associate, Melanija Belaj, PhD, member
3. Assistant Professor, Danijela Birt Katić, PhD, member

Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, Tanja Kocković Zaborski**,** ovime izjavljujem da je moj **doktorski** rad pod naslovom „Transformacija istarske prehrambene tradicije u turističkim seoskim gospodarstvima“ rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 28. ožujka 2018.

SADRŽAJ

UVOD III
METODOLOŠKI POSTUPCI 4
PREGLED RADA 7
1. TEORIJSKI OKVIR 10
1.1. Etnološka istraživanja prehrane 10
1.2. Etnološko-kulturnoantropološka istraživanja prehrane u hrvatskoj etnologiji 11
1.3. Kulturnoantropološki pristup istraživanju prehrane 14
1.4. Političko-gospodarski pristup istraživanju prehrane 16
1.5. Simbolički pristup 17
2. TURIZAM U ETNOLOŠKOJ I KULTURNOANTROPOLOŠKOJ PERSPEKTIVI 22
2.1. Povijest turizma 24
2.2. Turizam u Hrvatskoj, Istri 25
2.3. Ruralni turizam 32
2.3.1. Ruralni turizam u Hrvatskoj 36
2.3.2. Ruralni turizam u Istri 38
2.3.2.1. Zakoni i pravilnici važni za turistička seoska gospodarstva 48
2.3.2.2. Gosti 49
2.3.2.3. Turističko seosko gospodarstvo danas 55
3. PREHRANA I PAMĆENJE 63
3.1. Pregled razvoja istraživanja sjećanja i pamćenja 63
3.1.1. Prema antropologiji osjetila 69
3.1.2. Gustemologija 70
3.2. Tradicija, turizam pamćenja i nostalgija 72
3.3. Kulinarski turizam 78
3.3.1. Festivali tradicijske prehrane 84
3.3.2. Autentičnost 93
3.4. Prehrana i identitet 104
3.4.1. Istarska tradicijska prehrana 112
3.5. Jelovnici u turističkim seoskim gospodarstvima 122
3.5.1. Što se nudi gostima? 138
3.5.2. Što su jeli vlasnici kada su bili djeca? 141
3.5.3. Okusi 144
3.6. TARTUFI KAO DIO TRADICIJSKE PREHRANE 152

3.6.1. Povijest 153
3.6.2. Povijest tartufarenja u Istri 155
3.6.3. Motovunska šuma 163
3.6.4. Psi 165
3.6.5. Kada i kako se *love* tartufi? 169
3.6.6. Dozvole za *lov* na tartufe 178
3.6.7. Budućnost tartufarenja 180
3.6.8. Tartufi kao tradicionalno jelo u turističkim seoskim gospodarstvima 181
3.6.9. Zaključak 185
3.7. PRŠUT KAO DIO TRADICIJSKE PREHRANE 186
3.7.1. Povijest pršuta 186
3.7.2. U tradiciji na selu 189
3.7.3. Tradicionalna priprema istarskog pršuta 191
3.7.4. Postupak obrade pršuta u agroturizmima 193
3.7.5. Prema izlazu iz 'ilegale' 196
3.7.6. Put prema oznaci izvornosti na hrvatskom i europskom nivou 200
3.7.7. Proces obaštinjenja lokalnog proizvoda 204
3.7.8. Pršut na jelovnicima turističkih seoskih gospodarstava 209
3.7.9. Zaključak 211
3.8. ISTARSKA *SUPA* KAO DIO TRADICIJSKE PREHRANE 213
3.8.1. Ognjište 213
3.8.2. Bukaleta 215
3.8.3. *Supa* kroz povijest 218
3.8.4. U tradiciji 222
3.8.5. *Supa* na jelovnicima turističkih seoskih gospodarstava 225
3.8.6. Reinterpretacija *supe* 228
3.8.7. Zaključak 231
4. ZAVRŠNA RAZMATRANJA 233
4.1. 'Izmišljena tradicija'? 233
4.2. Koncept *terroira* ili 'okus prostora' 238
4.3. Simboli tradicijske kulture 242
ZAKLJUČAK 250
POPIS KORIŠTENIH IZVORA I LITERATURE: 258
SAŽETAK RADA 283

SUMMARY 283
PRILOZI: 285
POPIS FOTOGRAFIJA: 285
POPIS KAZIVAČA: 288
KRATKI ŽIVOTOPIS AUTORA 290

UVOD

Predmet ovog rada je promjena konteksta određenih namirnica odnosno jela, točnije - tartufa, pršuta i *supe* nakon što su postali dijelom jelovnika istarskih agroturizama. Praćenjem promjena koje prolaze tartufi, pršut i *supa* od svakodnevnog obroka do važnog mjesta na turističkom jelovniku analizira se proces komodifikacije nostalgije u okviru odnosa prehrane i pamćenja.

Tradicijska prehrana Istre, na kojoj se bazira današnja ponuda jelovnika na agroturizmima (konobama i restoranima) u Istri, s vremenom se mijenjala. Usvajaju se nove namirnice i tehnologije pripreme te se uz utjecaj turizma promijenio i kontekst pripreme i konzumacije obroka (Kocković Zaborski 2017:128)

Prehrana stanovnika Istre od kraja 19. stoljeća do 1/2 20. stoljeća bila je izrazito skromna, a rezultat je mnogih utjecaja. Prvenstveno je tu potrebno istaknuti gospodarsko-političke prilike. Tijekom stoljeća Istru su naseljavali brojni narodi, vodili su se ratovi, a ponajviše je na prehranu stanovništva utjecala činjenica da je Istra bila u sastavu mnogih država poput Venecije, Habsburške monarhije, Italije, Jugoslavije, i to vrlo često ne u svojoj cijelosti, nego su granice presijecale poluotok (vidi Bertoša 1995).

Osim izrazite skromnosti, potrebno je istaknuti različitost svakodnevne prehrane u Istri. Razloge tomu treba tražiti u konfiguraciji terena. Tako su se, primjerice, razlikovale prehrambene navike ljudi koji su živjeli u sjeveroistočnom, kraško-brdovitom dijelu istarskog poluotoka – Ćićariji, gdje se stanovništvo bavilo ovčarstvom, od prehrambenih navika stanovnika koje je živjelo u središnjem dijelu Istre gdje su se bavili poljoprivredom, ili prehrane stanovništva koje se bavilo ribolovom u gradovima i mjestima na obali Istre.

Tradicijske prehrambene prakse[1] najlakše je promotriti kroz obroke, bilo da analiziramo obiteljske obroke ili one koji se poslužuju u ugostiteljskim objektima. Promjene istarske prehrambene tradicije u turističkim seoskim gospodarstvima analizirala sam uspoređujući obiteljske jelovnike vlasnika turističkih seoskih gospodarstava i jelovnike koje nude turistima

---

[1] Tradicijska prehrana je tip prehrane koja je odraz kulinarske baštine određenog područja (http://istrapedia.hr/hrv/1105/tradicijska-prehrana/istra-a-z/ pristupljeno 4.5.2016.), a istraživanja prehrambenih praksi usmjerena su na prehrambene navike stanovnika određenog kraja s obzirom na svakodnevicu, blagdane ili posebne prilike.

posebice se osvrćući na primjere tartufa, pršuta i *supe*. Oni su izdvojeni kao elementi tradicijske prehrane od strane lokalne zajednice, ali i od strane kreatora turističke politike Istre. Tradiciju čine elementi kulture koji su izdvojeni od strane lokalne zajednice kao oni koje lokalna zajednica želi sačuvati ali i prenijeti za budućnost. Možemo ih gledati kao spomu između prošlosti, sadašnjosti i budućnosti (Rihtman – Auguštin 1970, Orlić 2013:71,72 prema Kocković Zaborski 2017:129).

Selektivna tradicija je različita od življenje kulture. Selekcija se već počinje odvijati tijekom samog razdoblja o kojem govorimo. Prema Wiliamsu (1998:54) se stoga odabiru i ističu specifične značajke. Iz svega je jasno da iduće generacije ne moraju prihvatiti te elemente koji su bili isticani u prošlosti (Kocković Zaborski 2017:129). „Selektivna tradicija, stoga, na jednoj razini stvara opću ljudsku kulturu; na drugoj razini, povijesne bilješke o pojedinim društvima; na trećoj, najmanje prihvatljivoj razini, ona uzrokuje odbacivanje značajnog broja područja nekoć življene kulture.“ Wiliams (1998:54) stoga ističe da moramo biti svjesni da proces selekcije nije konačan. Odabrani elementi se mijenjaju, a istaknute značajke ili vrijednosti se prilagođavaju „suvremenom sustavu interesa i vrijednosti“ (ibid). Etnologinje Petra Kelemen i Sanja Lončar postavljaju pitanja “Kako način života postaje 'baština'? Odnosno na koji način se određeni segmenti života prepoznaju i izdvajaju.“ Autorice se naslanjaju u svojoj analizi na Williamsa te naglašavaju da se život iz kojeg se bira element koji će se predstaviti, ali i baština također, konstantno mijenjaju. Sve ovisi o trenutku u kojem se to čini (Kelemen, Lončar 2011:203). Etnologinja Jasna Čapo Žmegač s pravom naglašava da „Kultura, dakle, nije zatvoreni, jednom zauvijek definirani popis elemenata karakterističan za neku skupinu a koje članovi skupine posjeduju, već je otvoreni sustav značenja koji ljudi stalno reinterpretiraju koristeći se njegovim resursima za definiranje vlastite pozicije u društvu.“ (Čapo Žmegač 2002:17). Namjera disertacije je interpretirati promjene istarske prehrambene tradicije u turističkim seoskim gospodarstvima, odnosno agroturizmima[2] promatrajući put tartufa, pršuta i *supe* od obiteljskog do turističkog jelovnika. S obzirom na promjene koje su zahvatile tradicijsku prehranu u njihovom novom, ugostiteljskom kontekstu pokušat ću pokazati kako su tartufi, pršut i *supa* postali gastro simboli. Naznačit ću koje su okolnosti utjecale na vlasnike turističkih seoskih gospodarstava prilikom formiranja jelovnika od kraja 1990-tih do danas.

[2]U tekstu ću podjednako koristiti naziv turistička seoska gospodarstva i riječ agroturizam s obzirom da su se oba udomaćila kao naziv za takav tip seoskog gospodarstva koje pruža usluge prehrane i noćenja turistima. „Naziv agroturizam najvjerojatnije je prenesen iz talijanskog jezika pošto je ruralni turizam u Istri pod velikim utjecajem susjedne Italije. Naziv agroturizam je uvriježen u svakodnevnoj komunikaciji i tekstovima u tisku u Istri ali i šire.“ (Kocković Zaborski 2017:127)

Oslanjajući se na etnološki i kulturnoantropološki pristup u istraživanju prehrane, predmet rada ove disertacije promatra se putem političko-gospodarske i simboličke i perspektive. Zvelike sam se oslanjala na zaključke etnologa Davida Suttona (2001, 2008, 2011) vezane uz fenomen odnosa prehrane i pamćenja (Kocković Zaborski 2017:128). Sutton se uvelike oslanja na radove etnologinje Mary Douglas koja naglašava da se obrok klasificira kao obrok onda kada se zbog odnosa među njima možemo prisjetiti osnovne strukture obroka (Sutton 2001:9). Iako Mary Douglas izrijekom ne govori o povezanosti prehrane i pamćenja. Ona se dotiče Halwbacksovog shvaćanja pojma pamćenja kojem se Sutton priklanja u svojim istraživanjima. Autor ističe važnost istraživanja odnosa prehrane i pamćenja putem promišljanja konstrukcije osobnog, obiteljskog i regionalnog identiteta. Osim toga, Sutton ističe da se u procesu standardizacije prehrane, manjka sezonalnosti dolazi do gubitka identiteta i sjećanja (ibid). Na osnovu navedenog, na turističkim seoskim gospodarstvima vidimo procese komodifikacije namirnica (Leitch) i znanja pripremanja istih, ali i procese komodifikacije nostalgije u sklopu turizma pamćenja (Bartoletti).

Istraživanje će doprinijeti promicanju antropologije prehrane i praćenju suvremenih pristupa istraživanja kulture prehrane koja predlažu domaći i strani etnolozi. Rezultate provedenog etnografskog istraživanja moguće je koristiti prilikom osmišljavanja aktivnosti za razvitak ruralnog turizma Istre.

METODOLOŠKI POSTUPCI

Kvalitativno istraživanje se bazira na metodi prikupljanja podataka koji su fleksibilni i osjetljivi u društvenom kontekstu. Takva vrsta istraživanja uzet će u obzir cjelokupno shvaćanje prikupljenih podataka kako bi se shvatila kompleksnost, detalji i sadržaj prikupljenih podataka. Iako se ponekad upotrebljava neki oblik kvantifikacije, statistički oblici analize nisu presudni za ovu vrstu analize (Mason 2002:3,4). U svrhu istraživanja istraživač, odnosno istraživačica može prikupiti podatke iz nekoliko kategorija istražujući ljude,[3] organizacije i institucije, tekstove,[4] područja i okolinu, predmete (artefakte) te događaje (ibid. 53.). Prikupljanje podataka u svrhu istraživanja uporabom različitih metoda omogućava bolje sagledavanje i analizu podataka vezanih uz određenu temu koja se istražuje.

Prilikom izrade doktorske disertacije koristila sam nekoliko metodoloških postupaka. Znanstvene metode *intervjuiranja* i *promatranja* sam koristila prilikom terenskih istraživanja na agroturizmima, gdje sam razgovarala s vlasnicima agroturizama te u razgovoru s osobama za koje sam smatrala da su relevantni sugovornici na temu razvoja te vrste turizma u Istri.
Kvalitativni intervjui su jedan od najčešćih oblika kvalitativnih istraživačkih metoda (ibid. 63.). U etnografskom pristupu kvalitativnom načinu istraživanja intervjui zauzimaju jedno od značajnijih mjesta.
Razgovori su vođeni s ispitanicima pri čemu sam kombinirala *slobodni, polustrukturirani i dubinski* intervju ovisno o situaciji i volji ispitanika. O prehrani u istarskim agroturizmima te tradicionalnoj prehrani razgovarala sam sa osam obitelji, vlasnika agroturizama koji su bili većinom starije generacije. Dvije obitelji su bile nešto mlađe (rođeni oko 1970-e). To su obitelji Sinković iz Svetog Maura, Tikel iz Špinovaca, Nežić iz Zrenja, Zgrablić iz Roča, Šaljina iz Motovunskih Novaka, Štefanić iz Motovuna, Ferlin iz Žminja i Stojšić iz Pazina. Jedan od važnijih sugovornika, odličan poznavatelj tradicijske prehrane ali i problematike agroturizama bio je novinar Glasa Istre Davor Šišović, koji se temama tradicijske prehrane i turizma bavi već dugi niz godina. Sveukupno sam razgovarala s petnaest kazivača u razdoblju od 2002. do 2016. godine. S nekima od kazivača, tijekom navedenih godina, sastajala sam se nekoliko puta želeći popratiti promjene u ponudi koje su se događale tijekom vremena. To se posebno odnosi na

[3]Bez obzira da li se tu misli na pojedinca, grupe ili kolektiv
[4]Koji mogu biti objavljeni, neobjavljeni ili virtualni

vlasnicu turističkog seoskog gospodarstva „Ograde“ Davorku Šajinu, koja je postala česti suradnik prilikom istraživanja i drugih tradicijskih fenomena u sklopu djelatnosti Etnografskog muzeja Istre/Museo Etnografico dell'Istria. Razgovarala sam s tartufarima koji se bave *lovom* na tartufe (ili su se nekada bavili), odnosno osobama koji su mi mogle pružiti informacije iz prve ruke o samom *lovu* te problemima s kojima se susreću na terenu. To su bili g. Marijan Maurović, nekadašnji lovac na tartufe i dobar poznavatelj povijesti tartufarenja u Motovunskoj šumi, Mladen Ćaleta, ravnatelj Šumarija Buzet i pasionirani *lovac* na tartufe, Paolo Nežić, Libero Sinković i Mario Tikel, vlasnici turističkih seoskih gospodarstava koji su ujedno i tartufari.

Isto tako sam razgovarala s osobama koje rade za agencije trenutno zadužene za razvoj turizma na obiteljskim gospodarstvima. U tekstu navodim, uz njihovu suglasnost, kazivače imenom i prezimenom. U slučajevima kada su teme bile delikatne izostavila sam navođenje imena i prezimena kazivača. Na kraju rada navodim popis svih kazivača/ica te mjesta od kuda potiču i prebivaju. Odabrane citate njihovih izjava označavam kurzivom.

Interpertativnu metodu sam također koristila tijekom razgovora s kazivačima vodeći računa o tome da moji sugovornici nisu samo izvor podataka. Njihovo iskustvo, njihovo mišljenje bilo je od presudne važnosti prilikom razgovora o zadanoj temi. S obzirom da se agroturizmom ili *lovom* tartufa bave dugi niz godina, prvenstveno me zanimao 'insajderski pogled' ('*insider view*') na teme prehrane i formiranja jelovnika u agroturizmu (Mason 2002:56).

Metoda *promatranja* je takva metoda prikupljanja kvalitativnih podataka pomoću koje istraživač odnosno istraživačica 'uranja' u istraživano područje kako bi bolje osjetili i promotrili sve dimenzije istraživane teme (ibid. 84.). Ovu metodu sam primijenila prilikom posjeta turističkim seoskim gospodarstvima kako bi imala u još bolji uvid u materijalnu i nematerijalnu kulturu i simbole koje su kazivači i sami isticali prilikom razgovora. Agroturizme sam posjećivala na Dane otvorenih vrata agroturizama ili vikendima. Osim u agroturizmima, fenomen prehrane u odnosu na pamćenje i sjećanje bilježila sam i na brojnim gastronomskim festivalima koji se organiziraju u Istri. (Kocković Zaborski 2017:127).

Etnografska metoda promatranja je kombinirana s prije navedenim razgovorima s kazivačima. Osim navedenih metoda etnograf, kako navodi Mason može upotrijebiti i ostale dostupne izvore kako bi imao/la bolji uvod u specifičnu temu koju istražuje (ibid. 55).

Povijesnu metodu koristila sam prilikom istraživanja relevantne znanstvene, stručne literature, uz analizu članaka u regionalnom tisku i na internetu. Prvenstveno se to odnosi na iščitavanje brojnih članaka u lokalnim dnevnim novinama Glas Istre koji su se bavili temom turizma, proizvodnje pršuta, tartufima i gastronomskim manifestacijama. Povijesna metoda ponajprije se služi raznovrsnim dokumentima kako bi se prikazali određeni događaji u prošlosti, te ako je to moguće, otkrio razlog za određeni povijesni tijek pojava koje istražujemo. Prilikom primjene ove metode posebna se pažnja obraća na kronološki prikaz, razvojni put i uzročno posljedične veze pojedinog predmeta proučavanja (Zelenika 2000:358). Analizom brojnih priloga u regionalnom tisku koji se ponajviše odnose na teme turističkih seoskih gospodarstava, tartufa, pršuta i procesa usvajanja legislative EU, *supe*[5] te specijaliziranom tisku koji obrađuje teme poput prehrane i uz pomoć članaka na internetu, došla sam do vrijednih izvora koji su mi pomogli u praćenju tema koje čine okosnicu ovog rada. Na temelju prikupljenih novinskih članaka bilo je moguće analizirati što javnost, a to znači službena politika regije, vidi kao turistički, odnosno gastronomski resurs.

Metodu *studija slučaja* (*Case Study*) koristila sam prilikom analize prikupljenih podataka na tamu *lova* na tartufe. Ta se dodatna aktivnost stanovnika tzv. Zone tartufa odvijala ok kraja 1920-tih pa sve do danas (Kocković Zaborski 2017:127). Metodom studije slučaja proučava se pojedini slučaj iz određenog znanstvenog područja, a pri tome se može proučavati određeni problem ili obilježje određenog slučaja (ibid.366).

Pisanje etnografskog teksta na poslijetku ima dvije funkcije: interpretaciju i kulturnu kritiku. To znači da tekst ne ostaje na razini kulturnog opisa već ima za cilj biti shvaćen kao tumačenje i društvena kritika (Potkonjak 2014:85).

[5]U tekstu disertacije termin *supa* napisan je u kurzivu jer je riječ regionalizam, a odnosi se na naziv tradicijskog pića/jela u Istri i treba ga razlikovati od riječi srpske riječi supa koja označava juhu.

PREGLED RADA

Rad se sastoji od uvodnog dijela u kojem se opisuje predmet istraživanja, daju se geografske i vremenske odrednice istraživanja i opisuju metodološki postupci koji su korišteni prilikom pisanja ovog rada te koncept rada.

U teorijskom okviru daje se skraćeni pregled relevantnih pristupa korištenih prilikom istraživanja transformacije istarske prehrambene tradicije u turističkim seoskim gospodarstvima na primjeru pršuta, tartufa i *supe*. Ponajprije se razrađuju političko-gospodarska i simbolička perspektiva u etnološkom i kulturnoantropološkom istraživanju prehrane u odnosu prema pamćenju.

Nakon toga slijedi poglavlje o turizmu u etnološkoj i kulturnoantropološkoj perspektivi gdje se daje pregled povijesti turizma, posebice u Istri. Posebno detaljno obrađuje se pojava turizma na seoskim gospodarstvima u Istri te se analiziraju problemi i današnje stanje.

U trećem poglavlju naglasak se stavlja na odnos prehrane i pamćenja s posebnim naglaskom na promišljanje pojmova sjećanja i pamćenja u znanostima kao što su povijest te etnologija i kulturna antropologija. Na primjeru terenskog istraživanja provedenog na turističkim seoskim gospodarstvima analizirala sam promjene koje su se dogodile u jelovnicima prilikom promjene konteksta od obiteljskog do turističkog jelovnika. Kao polazišna točka u razvijanju teorijskog odnosno analitičkog i interpretativnog okvira izdvojen je pristup antropologa Davida Suttona koji smatra da je prehranu potrebno istraživati u odnosu prema sjećanju i pamćenju. Sutton smatra hranu važnim središtem istraživanja i povezivanja individualne i kolektivne strane pamćenja. Bez obzira na činjenicu koliko je hrana komodificirana i prilagođena tržištu, još uvijek ima snagu da prizove sjećanja koja povezuju individualni ali i kolektivni nivo zajednice, regije i nacije. Kroz novu vrstu emocionalnog turizma tzv. turizma pamćenja (Bartoletti) iskorištavaju se takvi elementi tradicionalne prehrane bilo da ih pripadnici kulture prepoznaju i osjećaju kao dio tradicije (pršut, *supa*) ili su kao tartufi, dijelom izmišljene tradicije (Hobsbawm i Ranger). U ovom poglavlju se propituju odnosi tradicije, turizma pamćenja i nostalgije te kulinarskog turizma. Propituje se koncept autentičnosti, analizira istarska tradicijska prehrana. Uspoređuje se što su vlasnici agroturizama jeli kao djeca te što se danas nudi gostima koji dolaze u agroturizme.

Prema navedenim pristupima i perspektivama načinjen je okvir na osnovu kojeg se obrađuje građa prikupljena na terenu, u razgovorima s vlasnicima obiteljskih poljoprivrednih

gospodarstava koji se bave turizmom s posebnim fokusom na pojedine namirnice/jela. U sklopu ovog poglavlja, u posebnoj cjelini obrađuje se tema tartufa kao djela tradicijske prehrane Istre. Daje se pregled razvoja dodatne djelatnosti vlasnika jednog dijela turističkih seoskih gospodarstava - *lova* na tartufe – koji se nalaze u tzv. Zoni tartufa (područje uz rijeku Mirnu, oko Huma i Buzeta, Istarske toplice i Motovunska šuma).

Pokazuje se kako je ta namirnica, gotovo nepoznata stanovnicima Istre krajem 20-tih godina 20. stoljeća, od početka devedesetih godina do danas postala neizostavni dio gastronomske ponude turističkih seoskih gospodarstava. U sljedećoj cjelini obrađuje se tema pršuta kao djela tradicijske prehrane Istre.

Naglasak se stavlja na tradicijsku pripremu pršuta u istarskim domaćinstvima te plasman pršuta na europsko tržište. Taj je dugotrajan proces ulaska na EU tržište analiziran putem brojnih članaka u regionalnom tisku i uz razgovore s kazivačima kroz prizmu procesa obaštinjenja lokalnog proizvoda. U ovoj cjelini pokušava se prikazati kako se tradicijski proces pripreme pršuta prilagodio europskim regulativama radi plasmana prvenstveno na (agro) turističke jelovnike, ali i na europsko tržište (komodifikacija namirnice)[6].

U trećoj cjelini trećeg poglavlja o prehrani i pamćenju obrađuje se tema istarske *supe* kao dijela tradicijske prehrane. Govori se promjeni konteksta pripremanja i konzumacije *supe,* koja prelazi privatne u javnu sferu istarskih turističkih seoskih gospodarstava. U četvrtom poglavlju pod naslovom „Zaključna razmatranja“ detaljnije se analiziraju pojedini fenomeni o kojima se govorilo tijekom disertacije. To se prvenstveno odnosi na fenomen 'izmišljene tradicije' (Hobsbawm i Ranger) koja se analizira kroz prizmu ponude jela od tartufa na agroturističkim jelovnicima. Propituje se da li se ta perspektiva može primijeniti na ostale namirnice/jela koja se analiziraju u tekstu. U zaključnim razmatranjima propituju se i koncepti *terroira* odnosno *okusa prostora* (Trubek) kroz koji se može promatrati ponuda tradicijske prehrane u turističkim seoskim gospodarstvima. Simboli tradicijske kulture, odnosno u ovom slučaju tradicijske prehrane – *supa,* učestali obrok koji asocira na kućnu, obiteljsku, prijateljsku atmosferu te pršut, vizualno prisutan u gotovo svim kućanstvima, ali ne i okusom jer se rijetko konzumirao - prelaze iz obiteljske sfere u turističku i tako postaju simboli gastro identiteta Istre. Ili pak su tu tartufi, koje su tijekom

[6]Proces komodifikacije namirnice opisuje Alison Leitch (2008:388) kada govori o procesu ponovnog otkrivanja i ponovnog predstavljanja javnosti elementa tradicijske prehrane određene lokalne zajednice. To se dogodilo sa svinjskom masti u Carrari, Italiji kada je, pod utjecajem pokreta Slow Food, svinjska mast ponovno popularizirana. Nekadašnje jelo siromašnih seljaka postalo je pomodna, egzotična delicija koju konzumiraju ljudi višeg staleža. Leitch naglašava da se tu ne radi o procesu izmišljanja tradicije (Hobsbawm, Ranger 1983) već o procesu komodifikacije namirnice (Leitch 2008:388).

sedamdesetak godina postale cijenjena namirnica i postupno pronašla mjesto na jelovnicima turističkih seoskih gospodarstava. Za sve tri namirnice/jela u manjoj ili većoj mjeri, moguće je pratiti proces prilagodbe turističkoj gastronomskoj ponudi i sve većem broju turista koje zanimaju jela inspirirana tradicijom.

1. TEORIJSKI OKVIR

1.1. Etnološka istraživanja prehrane[7]

Starija istraživanja u etnologiji su pretežno usmjerena na deskriptivnu razinu prehrambenih navika, na procese pripremanja, sastav obroka i njihovo konzumiranje (Mennell, Murcott, van Otterloo 1998:35). Osim toga, etnologe je zanimala regionalna i društvena distribucija tradicionalnih načina uzgoja namirnica, ali i povijesna komponenta, odnosno što se jelo i kako se pripremala hrana u bližoj i daljoj prošlosti. Nekoliko je društva društava, koja su se bavila koordinacijom etnološkog, antropološkog i povijesnog proučavanja hrane, osnovano sedamdesetih godina 20. stoljeća. Međunarodni komitet za antropologiju hrane i običaja vezanih uz hranu (ICAF - The International Comittee for the Anthropology of Food nad Food Habits) osnovan je 1968. godine. Etnološka grupa za istraživanje hrane (SIEF - The International Ethnological Food Research Group) osnovana je 1970. godine. Međunarodna komisija za antropologiju hrane (International Commission of the Anthropology of Food) osnovana je 1977. godine. Društva su još uvijek aktivna i danas (ibid. 35), a neprestano raste broj srodnih udruženja. Prema mišljenju Mennella, Murcott i van Otterloo njemački etnolog i folklorist Gunter Wiegelman je još 1967. godine napisao jednu od prvih značajnijih knjiga u kojoj se donose rezultati istraživanja o promjenama obrazaca prehrane i obroka stanovnika Njemačke u 18. i 19. stoljeću.[8] Zanimalo ga je koliko je vremena trebalo da se krumpir ili način na koji se uzgajao i pripremao, proširi iz jedne klase u drugu, iz jedne regije u drugu te na posljetku na čitavu srednju Europu. Wiegelman i povjesničar Hans Teutenberg napisali su studiju o promjenama u modelima prehrane i obroka u vrijeme buđenja industrijske revolucije. Nakon toga su slijedile studije Margaret L. Arrnott (1976.)[9] i zbirke radova[10] Alexandera Fentona i Trevora M. Ovena (1977.) (ibid 36-37). Osamdesetih godina javljaju se studije o hrani u kojima se istražuju najširi slojevi stanovništva. Tako Voskuil (1983.) opisuje razlike u

[7]Osnovni teorijski okvir etnologije i kulturne antropologije prehrane rađen je prema knjizi „Prehrana i kultura“ (1998) Stephena Mennella, Anne Murcott i Anneke H. Van Otterloo i članka Jelene Ivanišević i Melanije Belaj (2015) „Razvoj prehrambenih studija: doprinosi sociologije, kulturne antropologije, etnologije i povijesti“
[8]Knjiga pod naslovom: „Alltags-und Festspeisen: Wandel und gegenwärtige Stellung“
[9]„The Anthropology of Food and Habits“
[10]„Food in Perspective: Prroceedings of the Third Internatinal Conference on Ethnological Food Research“

regionalnoj i društvenoj rasprostranjenosti konzumacije bijelog i crnog kruha u Nizozemskoj od srednjeg vijeka, a Jobse-van Putten (1989.) se bavi regionalnom varijacijom čuvanja hrane s ciljem preživljavanja. U prvoj polovici 20. stoljeća nastaju radovi koji govore o periodizaciji i određenim prijelomnim točkama koje su utjecale na promjenu prehrane u Europi (Esther Kisban, 1986.; Teuteberg, 1986.) (ibid 38). Mennell, Murcott i van Otterloo vide poveznicu etnologije i povijesti kroz istraživanje povijesti svakodnevice i *historie des mentalités* koja su povezana sa školom *Annales* i francuskim povjesničarom Fernandom Braudelom. S obzirom na to da se od kraja sedamdesetih godina 20. stoljeća povjesničari se sve više počinju zanimati za povijest svakodnevice, a istražuju se teme vezane uz kavu, opskrbu vodom i slično (vidi više Mennell, Murcott i van Otterloo 1998:39; Ivanišević, Belaj 2015:254-256).

1.2. Etnološko-kulturnoantropološka istraživanja prehrane u hrvatskoj etnologiji

Hrvatska etnologija i kulturna antropologija nisu se dosljedno bavile temom prehrane po uzoru na europske etnologije gdje se prehrana proučava sustavno još od 1960-tih.[11] Takvo poimanje istraživanja prehrane javlja se u hrvatskoj etnologiji tek znatno kasnije.
Još su u 18. stoljeću putopisci poput Talijana Alberta Fortisa (Dalmacija) i Francuza Balthazara Hacqueta (Lika) bilježili koja su tipična jela prostora koje su posjetili (Randić, Rittig-Beljak, 2006:25). Krajem 19. stoljeća prema uputama Radićeve *Osnove za sabiranje i proučavanje građe o narodnom životu* (1897.g.), prehrana postaje jedan od elemenata tradicijske kulture koji treba istražiti na terenu. Podatke o prehrani koje se prikupilo na terenu prema upitnicama iz *Osnove* objevljivani su redovno u Zbornicima za narodni život i običaje Južnih Slavena u današnjem HAZU. Učitelji, svećenici i pismeni seljaci razgovarali su sa svojim susjedima i tako prikupljali i bilježili odgovore na pitanja o namirnicama, njihovoj pripremi i konzumaciji.[12]

Osim Radićeve *Osnove*, ne smijemo izostaviti niti podatke sakupljene u sklopu projekta *Etnološkog atlasa Jugoslavije* kojeg je vodio Branimir Bratanić na Odsjeku za etnologiju i kulturnu antropologiju Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Od 1960-tih putem upitnika u Arhivu Odsjeka, prikupljane su brojne teme za koje se smatralo da spadaju u područje tradicionalne

[11]G. Wiegelman (1967.), C. Lévi-Strauss, R. Barthes, M. Douglas (Belaj 2013:165)
[12]Tako su nastale monografije o Samoboru (Lang), Vrbniku na otoku Krku (Žic), Ravnim kotarima (Ardalić), Otoku kraj Vinkovaca (Lovretić), Loboru (Kotarski), Jaskanskom prigorju (Rožić) i Trebarjevu (Janjčerova) (Randić, Rittig-Beljak 2006:25)

kulture Hrvata i Južnih Slavena, pa je tako desetak pitanja bilo posvećeno prehrani. Pitanja su obuhvaćala teme kao što su opskrba vodom, krušne peći, ognjišta, svakodnevne i svečane obroke, mliječne proizvode, ritualne obroke i slično (Belaj 2013:167). Milovan Gavazzi krajem sedamdesetih godina u nekoliko radova također obrađuje temu prehrane, ističe etnologinja Melanija Belaj (2013:167), smatrajući da se takvu građu može istraživati pomoću četiri perspektive: 1. kulturno-geografske – prema kojoj se određeno područje u istraživanju i analizi treba regionalno podijeliti; 2. kulturno-povijesne perspektive – putem koje se istražuje povijesni put pojedinih jela, njihovo porijeklo i starost; 3. perspektive društvene povezanosti i uloge određenih jela i pića; 4. perspektive koja se bavi klasifikacijom obroka i pića (Gavazzi 1978:108). Gavazzi je smatrao da je samo kulturno-povijesna perspektiva prava etnološka, a da se ostale perspektive odnose na sistematizaciju i orijentaciju.

Prehrana ulazi u fokus interesa kao dio antropološkog zanimanja za svakodnevicu[13] posebice od sedamdesetih godina 20. stoljeća. Upravo se na osnovu tih ostalih perspektiva, koje naveo Gavazzi, istraživala tema prehrane u hrvatskoj etnologiji od 1970tih do 1990tih godina (Belaj 2013:167). Ta su istraživanja uključivala geografsku distribuciju specifičnih obroka te njihovu društvenu ulogu, npr. studije Branka Đakovića (1985) o hrani i piću u posmrtnim obredima.

Analizom posebnih jela i namirnica s etnološke perspektive bavile su se Manda Svirac (1996) i Zdenka Lechner (1985) (Belaj 2013:167). Aleksandra Lazarević (1985), Božica Somek-Machala (1986) Mirjana Randić (1996) i Aleksandra Muraj (1997) bavile su se istraživanjem određene vrste prehrane u određenim regijama Hrvatske, pa su tako istraživale tradicijsku prehranu na otoku Silbi i Olibu, u Baranji, Žumberku i na Cresu (ibid 168).

Iscrpni pregledi tradicijske prehrane po regijama predstavljeni su u etnografskoj monografiji *Etnografija. Svagdan i blagdan hrvatskoga puka* gdje Aleksandra Muraj (1998) istražuje prehranu na Jadranu, panonskom i primorskom dijelu Hrvatske. Istraživanja su ovdje nastala tako što se stariji etnografski materijal (prikupljen u Zbornicima za narodni život i običaje ili monografijama koje su nastale kao rezultat Radićeve *Osnove*) usporedio s novim terenskim materijalom prikupljenim na istim lokacijama u želji za pronalaskom tradicijskih elemenata u današnjem kontekstu (ibid).

Zanimljivo je da se u hrvatskoj etnologiji pitanje istraživanja prehrane nije postavljalo kao primarno. Tek se unazad tridesetak godina pojavljuju prehrambene prakse i kultura prehrane

[13]Taj pravac je u hrvatsku etnologiju ušao pod utjecajem etnologinje Dunje Rihtman-Auguštin (Ivanišević, Belaj 2015:253).

kao istraživačka tema, a tek posljednjih petnaestak godina se istraživanje prehrane formira kao zasebno područje (Ivanišević, Belaj 2015:242).

Novi interes za etnologiju prehrane početkom devedesetih godina 20. stoljeća temelji se na cjelovitom okviru praćenja kontinuiteta, ali i promjena koje zahvaćaju tradicijsku prehranu. To uključuje analizu rodnih, regionalnih, hijerarhijskih razlika te simboličku ali i nutricionističku ulogu hrane.

Takav novi pogled u istraživanju hrane donose prvenstveno Mirjana Randić i Nives Rittig-Beljak u ranijim radovima (2007, 2004, 2002) a pogotovo u katalogu izložbe *Svijet hrane u Hrvatskoj* (2006). Tu su autorice dale iscrpan pregled tradicijske prehrane, ali i suvremenih prehrambenih navika s kritičkim komentarom na procese promjene tradicijske prehrane u suvremenom kontekstu (Belaj 2013:168,169; Ivanišević, Belaj 2015:253). Pitanje mediteranske prehrane kao koncepta i nutricionističke sintagme propitivali su autori zbornika *Mediterranean Food: Concepts and Trends* (Lysaght, Rittig-Beljak 2006).

Novija istraživanja prehrane kroz kulturnoantropološki pristup karakteristična su i za radove Ivone Orlić (2009, 2013) koja se bavi procesima interpretacije i reinterpretacije istarske kuhinje pod utjecajem turizma, Melanije Belaj (2010, 2011) koja je bazirala svoje istraživanje kulture obiteljske proizvodnje i konzumacije pića na simboličkoj i rodnoj perspektivi (Ivanišević, Belaj 2015:253).

Istraživanje prehrane kod nas i u svijetu je danas postalo jedno od najvidljivijih novih znanstvenih interesa. Zbog konstantne prisutnosti u medijima, ali i sve većeg straha povezanog uz sigurnost hrane i različitih prehrambenih preferencija[14] tema prehrane je izuzetno popularna. Ne možemo još uvijek govoriti o jedinstvenoj znanstvenoj disciplini unutar prehrambenih studija,[15] kao što se unutar povijesnih znanosti prehrane ne može govoriti o zasebnoj disciplini radi nepostojanja zajedničke metodologije, odnosno teorijske perspektive. Stoga je potrebno pojam prehrambenih studija shvatiti kao neku vrstu 'kišobrana' ispod kojeg se nalaze znanstveni doprinosi različitih disciplina na temu prehrane (Ivanišević, Belaj 2015).

Prehrambenim studijima je važno pokušati naći i prihvatljiva rješenja za aktualna društvena pitanja vezana uz hranu kao što su prehrambena nesigurnost, poremećaji u prehrani, glad, ali i pokreti za alternativni način uzgoja i distribucije hrane koji jačaju u svijetu.

---

[14]Vegetarijanstvo, veganstvo, razne netolerancije na pojedine namirnice

[15]Termin kojeg prvi puta kod nas uvodi Jelena Ivanišević (2014) u doktorskoj disertaciji „Od kuharice do književnosti; hrvatski kulinarski i gastronarativi“. Termin je nastao kao ekvivalent engleskom terminu *food studies* kao istraživanjima hrane u najširem smislu (Ivanišević, Belaj 2015:241).

Prehrana je tema kojom se u isto vrijeme intenzivno bave mediji ali i znanstvenici. Isto tako tema prehrane je od ključne političke važnosti, pa bi tu činjenicu valjalo što bolje iskoristiti (Ivanišević, Belaj 2015:260).

1.3. Kulturnoantropološki pristup istraživanju prehrane

Počeci kulturnoantropološkog istraživanja prehrane vezuju se uz rad antropologinje Audrey Richard koja 1932. godine piše studiju o gladi u južnoafričkom plemenu Bantu.[16] Kao učenica Bronislava Malinowskog jedna je od predstavnica funkcionalističkog pristupa istraživanju prehrane. Osnovna karakteristika tog pristupa bavljenja prehranom bila je istražiti i prikazati kako načini postupanja s hranom simboliziraju modele društvenih odnosa. Nedostaci funkcionalističkog pristupa očitovali su se u etnocentrizmu i biološkom redukcionizmu (Mennell, Murcott i van Otterloo 1998:14).
Jedna od značajki strukturalizma jest javno priznavanje da se ukus oblikuje kroz kulturu, a društvo ga kontrolira (ibid). Claude Lévi Strauss (1965, 1968, 1970), kako navodi Claude Fischler (1990:17), je u istraživanjima težio prema razumijevanju pojedinih kultura i društva smatrajući da je način pripremanja određenog jela u određenom društvu zapravo jezik na koje društvo prevodi svoje strukture i iz kojeg se onda mogu uočiti skrivene suprotnosti tog društva (Mennell, Murcott i van Otterloo 1998:15). Ovdje treba spomenuti i Straussov „kulinarski trokut“ u kojem razlikuje tri osnovna stanja hrane: sirovo, pripremljeno i trulo. (ibid 16).

Roland Barthes je hranu uspoređivao s kodom ili gramatikom u lingvistici. Barthesa (1975) su zanimali simboli, značenje hrane te na koji se način komunicira putem hrane. Smatrao je da gdje postoji određeno značenje, mora postojati i određen sistem (Barthes 1975:51 prema Caplan, 1997:1,2). Mennel ističe da su na žalost Barthes i Lèvi-Strauss proučavali su samo suvremeni prehrambeni sustav, bez povezivanja s prošlošću (Mennell 1996:11-12).
Antropologinja Mary Douglas je proučavala prehranu pod utjecajem Barthesa i Lèvi-Straussa (Caplan 1997:1,2), no nije poput Lèvi-Straussa očekivala naći univerzalnu poruku koja bi se odnosila na čitavo čovječanstvo kodiranu u hrani (Mennell 1996:10). Mary Douglas (1975) je naglašavala da su hrana i konzumacija hrane simbolični za određeni društveni poredak. Ta je

[16] „Hunger and Work in savage Tribe: A functional study of nutrition amongthe southeren Bantu“.

veza vidljiva kada se istražuje obroke kroz dan, godišnje i životne običaje (Caplan 1997:1,2). Mennell (1996:10) smatra da se Douglas orijentirala više na 'dešifriranje obroka'.
Antropolozi naglašavaju šezdesetih i sedamdesetih godina 20. stoljeća da kultura igra jednu od najznačajnijih uloga prilikom formiranja naših ukusa a time i naših identiteta (Caplan 1997:1,2). Ono što se u formiranju ove teorije nije uzelo u obzir bila je činjenica da se ukusi mijenjaju i razvijaju unutar pojedinog društva kroz određeno vrijeme, odnosno da nisu statični (Mennell 1996:6-7). S obzirom da strukturalisti nisu proučavali fenomen ukusa kao promijenljiv, dovodi do toga da se ovaj pravac nije dalje razvijao (ibid.13).

Harris (1986), Goody (1982), Mennell (1985) i Mintz koje se naziva teoretičarima razvoja (developmentalisti) istražuju proces promjene ukusa tijekom vremena. Ukusi su proizvod određene kulture te životnog iskustva. Developmentalisti smatraju da ono što određuje ukus određene generacije nastaje kao produkt je dugoročnog procesa društvenog razvoja kroz mnoge generacije. Stoga je, prema njihovom mišljenju, od velike važnosti prilikom istraživanja uzeti u obzir i povijest (Mennell, 1996:15). Upravo se radovi Mennella, Mintza i Goodyja smatraju kanonskima u okviru prehrambenih studija (Ivanišević, Belaj 2015:248).
Mennell navodi mišljenje njemačkog sociologa Norberta Eliasa koji kaže da je natjecanje između grupacija, društvenih slojeva, teritorijalnih jedinica i društvenih skupina pokretačka snaga društvenog i kulturnog razvoja. Upravo bi to trebalo osvijestiti prilikom istraživanja prehrambenih navika (Mennell 1996).

Osamdesetih godina Mintz (1984, 1985) istražuje velik utjecaj gotovih jela koja se konzumiraju kod kuće ali i izvan nje. Gotova jela donose određeni osjećaj 'oslobođenja', u smislu individualnih izbora jela i načina na koji se konzumiraju. No takva jela dovode i do socijalizacije koja je u samoj srži zajedničkog blagovanja. O sličnoj problematici pisao je i francuski antropolog Fischler (1980). Engleska antropologinja Pat Caplan smatra da su zaključci Mintza i Fischlera ipak malo preuranjeni. Caplan je mišljenja, pozivajući se na Barthesa, da se prilikom istraživanje prehrane prvo trebaju potražiti obrasci. Ti obrasci će biti izuzetno kompleksni, ali to ne znači da oni ne postoje. Drugim riječima, hrana i načini konzumacije u današnje vrijeme također imaju svoje značenje, a načini na koji se konzumiraju govore nam o društvenoj povezanosti među članovima tog društva (Caplan 1997:5).

1.4. Političko-gospodarski pristup istraživanju prehrane

Ovaj se pravac javlja kasnih sedamdesetih i početkom osamdesetih 20. stoljeća u antropološkim istraživanjima prehrane. Putem ovog pristupa moguće je promatrati odnos faktora moći, politike i gospodarstva i povijesti smještajući ih u takav teorijski okvir koji istražuje kako su ti faktori utjecali na procese vezane uz hranu. Prilikom istraživanja iznimno su bitni procesi, ali i političko-ekonomska situacija vremena koje se istražuje (Fieldhouse 1995:206 prema Belaj 2011:14). Odnosno, kako kaže Caroline Counihan, istraživanje kulture prehrane se nužno mora povezati s analizom odnosa moći u nekoj zajednici (Counihan 1999:6). Appadurai primjećuje da je neodvojivost politike i gospodarstva omogućila upravo stvaranje nezavisnih hegemonijskih modela lokalnog društva, ekonomije i ekologije (u Wiseman 1984:14 prema Belaj 2011:15). S obzirom da se države oslanjaju na svjetske organizacije koje kontroliraju proizvodnju i distribuciju hrane u svijetu, postaju ovisne o multinacionalnim kompanijama. U takvom globaliziranom svijetu hrana postaje roba, unificira se, dolazi do procesa nestajanja prehrambene raznolikosti, lokalnog znanja o proizvodnji, ali i lokalnog znanja o pripremi određenih namirnica. Političko-ekonomski pristup u kulturnoatroploškim istraživanjima prehrane podrazumijeva istraživanje gospodarskih i političkih procesa koji utječu na proizvodnju te kao posljedicu i na konzumaciju hrane i pića. Hrana i piće nisu samo političko i ekonomsko sredstvo, već su odraz i određene društvene strukture i gospodarsko-političkog sustava o čemu svjedoče i novi oblici turizma, gospodarske grane koja također utječe na proizvodnju hrane i pića osobito uslijed globalizacijskih promjena devedesetih godina 20. stoljeća. Hrana koja je nekada bila svakodnevni element lokalne prehrane sada se nanovo izmišlja i prezentira kao atrakcija ili egzotični proizvod za konzumaciju. U vrijeme kada je kulturna raznolikost simbolični kapital i vrijedan proizvod za komodifikaciju i turističku konzumaciju mnoge su se karakteristike koje su se do sada smatrale negativnim ili nazadnim preoblikovale u pokazatelje autentične tradicije (Leitch 2008). Roberta Bartoletti analizira jedan od načina iskorištavanje nostalgije, koja se javlja u modernom društvu, kroz turizam pamćenja. Takva analiza može se primijeniti na slučaju seoskih gospodarstava u Istri. Tamo se prilikom boravka gostiju na imanju događa proces komodifikacije emocija pogotovo putem

konzumacije tradicijske prehrane. O sličnim primjerima govori u svom članku i Bartoletti (2010).

1.5. Simbolički pristup

Radovi strukturalista osvješćuju hranu kao simbol, a proučavajući ključne simbole nekog društva odnosno kulture, kao što je prehrana i način na koji se ona konzumira ali i komunicira, omogućeno nam je lakše razumijevanje kulture u cjelini. Antropolozi prehrane će, interpretirajući ključne simbole, razumjeti hranu kao višeslojni simbol koji predstavlja ideju ili situaciju odnosno koncept koji odražava način na koji određena zajednica funkcionira (Barthes u Gofton 1986:145)

Ako hranu, poput Barthesa, promatramo kao simbol koji ima svoje značenje, kao komunikaciju, onda isto tako možemo zaključiti da je hrana jezik lako shvatljiv i svima dostupan. Proučavajući značenje hrane, znanstvenici su se bavili namirnicama i njihovim načinom pripreme, običajima kada, kako, s kim i što jedemo, zabranama konzumacije određenih namirnica, te određenim značenjem koje se daje hrani u određenim kontekstima. (Counihan 1999:19-21).

Interpretacijom ključnih simbola, antropolozi prehrane promišljaju prehrambene proizvode tako što hranu stavljaju u kontekst društvenog uzorka kulturne strukture (Sahlins 1990:95 prema Belaj 2011:12). Hrana kao višeslojni i višeglasni simbol predstavlja određene ideje, koncepte i situacije pomoću kojega možemo spoznati način života neke zajednice, odnosno kulture (Barthes u Gofton 1986:145 prema Belaj 2011:12).

Raznolika značenja koje prehrana odnosno hrana može u različitim kontekstima imati ne manifestiraju se samo u okusu, mirisu, teksturi ili boji pojedine vrste jela već i u običajima, načinu pripremanja te načinu i redu prema kojemu je ta hrana poslužena (Counihan 1999:114). Prehranu je također moguće istraživati kao simbol moći, prestiža odnosno statusnog simbola te kao izraz buntovništva ili protesta (Belaj 2011:12).

Usmena i pisana građa koja se odnosi na pripremanja jela, odnosno ponajviše na recepte koji se prenose s generacije na generaciju dio je kulturne povijesti i vrijedan izvor informacija o tome što se, kada i kako jelo. Prehranu je moguće promišljati i u okviru teorije sjećanja,

nostalgije i time se otvaraju nove moguće interpretacije pomoću kojih se prehrana promatra kao simbol obiteljskog ili osobnog identiteta.

Simboličko promišljanje prehrane popularizirala je i snažnije afirmirala Mary Douglas. Ona je s ostalim autorima koje zanima etnicitet, pokazala da proučavajući prehranu proučavamo stvaranje i održavanje identiteta – nacionalnog, etničkog ili identiteta baziranog na staležu ili rodu (Sutton 2001:5).

Kao što je isticala Mary Douglas, na prehranu se ne smije gledati samo putem kategorija kao što su čisto - zagađeno ili jestivo – nejestivo. Prehranu treba promatrati kroz svakodnevne prakse koje postaju dio antropološkog interesa za teme 'skrivenih povijesti', svakodnevice i 'povijesti sadašnjeg trenutka'. Upravo je ta sposobnost hrane, prema Suttonu, da može generirati subjektivna objašnjenja i kodirati snažna značenja, jest ono što povezuje prehranu i pamćenje. Poput hrane, pamćenje je povezano s pitanjima identiteta, roda, staleža i slično (ibid 6).

Pitanja o transnacionalnim identitetima o kojima se raspravlja u recentnoj literaturi doprinijela su da pitanje nostalgije bude relevantno u teorijskim raspravama. Iako su Mennell (1995), Mintz (1979 i 1985) i Goody pomogli da se javnost ponovno zainteresira za pitanja povijesti prehrane, ni jedan od njih nije pokazao interes prema, kako to Sutton navodi povijesnoj svjesnosti (*historical conciousness*), odnosno shvaćanju ljudskog subjektivnog doživljaja povijesti hrane (Sutton 2001:7). Jedino se antropologinja Mary Douglas pozabavila tim pitanjima posebno u svom djelu iz 1971. godine *Decophering the meal* gdje se bavi strukturalnom vezom među obrocima. Sutton ističe zaključak Mary Douglas da svaki obrok, da bi ga se smatralo obrokom, mora prizvati u sjećanje osnovnu strukturu obroka (ibid 7,8).

Prema Douglas, obroci se ne reproduciraju bez promjene, oni variraju od situacije do situacije, ali tu se svakako ne radi o radikalnom prekidu s prošlošću ili radikalnom eksperimentiranju.

Prema Suttonu analizirajući svakodnevne jelovnike različitih obitelji dolazimo do zaključka da su svakodnevni obroci slični, a da su nedjeljni ručkovi nešto bogatiji. Što bi to onda značilo za prehrambeno pamćenje? Nitko se ne sjeća svakog obroka kojeg je ikad jeo. Zbog toga, kada se prisjećamo nekog jela, kažemo „to sam nekad jeo/la“. Svakodnevni obroci, prema tome, smatra Sutton, nemaju značenje događaja. Dodavanjem, primjerice sezonskih namirnica, stvaraju se obroci koji izlaze iz okvira svakodnevice i zato se lakše pamte (ibid 108). Ponavljajući formiramo bazu za rekonstrukciju pamćenja (ibid 110).

Sutton ističe da će se današnja četveročlana obitelj naći u situaciji da se za zajedničkim stolom za ručak jedu četiri različita jela (zbog različitih prehrambenih ograničenja ili preferencija). To daje bitno drugačiju sliku od one koju nam Mary Douglas opisuje kada govori o strukturiranim obrocima. Takva situacija prilikom današnje konzumacije obroka može poslužiti i kao argument protiv tvrdnje da hrana predstavlja zajedničko polazište za razgovor ili osjećaj 'zajedničke kuhinje' (ibid 122).

Sutton tvrdi da nas je upravo Mary Douglas odvela najdalje po pitanju pamćenja od svih ostalih antropologa, ali smatra da njezinim tezama nedostaje tzv. „pamteći subjekt“ (*remebering subject*). Što to znači? Mary Douglas ne spominje ljude koji pamte što su jeli već piše o obrocima koji prizivaju sjećanja na druge obroke. Pozivala se na M. Halbwacksa i tvrdila da se sjećamo kada nam novo pamćenje pomogne da složimo slagalicu fragmenata iz prošlosti (Douglas 1982:258 prema Sutton 2001:9). Sutton naglašava da bez obzira na činjenicu da Douglas nije eksplicitno povezala hranu i pamćenje, možemo reći da su njena istraživanja nit vodilja u literaturi o hrani prema iskustvu kratkotrajnosti.

David Sutton promatrajući suodnos hrane i pamćenja postavlja pitanja zašto bi se netko želio pamtiti ono što je pojeo? Pamte li ljudi potpuno obična ili posebna jela koja su jeli? (Sutton 2001:3,4). Kako bi pokušala odgovoriti na ta pitanja promotrit ću pojmove sjećanje i pamćenje. Poput Davida Suttona priklonit ću se teorijama o kojima su pisali francuski sociolog Maurice Halbwachs i povjesničar Pierre Nora. Prihvaćajući i Halbwachsa i Noru, Sutton se odlučuje povezati kolektivno i osobno u smislu pamćenja. Drugim riječima, ono što hranu čini tako snažnim mjestom za istraživanje pamćenja (za razliku od javnih spomenika) jest činjenica da kada proizvodimo, razmjenjujemo i konzumiramo hranu mi stalno prelazimo iz javne u intimnu zonu i natrag (Sutton 2008:160). Tako je hrana koja se nudi na jelovnicima turističkih seoskih gospodarstava dio tradicijske prehrane lokalne zajednice, a to znači dio zajedničke tradicije stanovništva koji žive u Istri. Elementi te tradicije, u vidu pojedinih tradicijskih jela nude se turistima. Konzumacijom tih jela odvijaju se dva procesa: jedan je izrazito individualan, a to je unošenje hrane u tijelo, dok je s druge strane zajedničko blagovanje čin povezivanja sa zajednicom u kojoj se nalazimo. Ta je činjenica pojačana konzumacijom upravo tradicijskih jela određene zajednice.

Sutton smatra da su aktivnosti vezane uz baštinsku hranu (*heritage food*) možda dio procesa izmišljanja tradicije (*invention of tradition*). Ovdje Sutton misli na pripremanje i ponudu

tradicijskih jela čija se priprema mijenja tijekom vremena (uporabom novih kućanskih pomagala, dodavanjem novih začina,…) ali ipak (p)ostaju dio procesa izmišljanja tradicije. Postaju dio nove 'tradicionalne' kuhinje pojedinog područja. Time se obnavlja zamišljena izgubljena prošlost koja se ne može rekonstruirati do kraja. U isto vrijeme, kao i kod mnoge komodificirane baštinske hrane u procesu zaštite i promocije, postupci pripremanja takve hrane duboko su utjelovljeni u društveni život pojedinaca, obitelji i lokalne zajednice. Takav je slučaj s postupkom pripremanja istarskog pršuta koji se mijenja pod utjecajem uvrštavanja na jelovnike u seoskim gospodarstvima. Stoga se mijenjaju postupci pripremanja pršuta koji su se prenosili iz generacije na generaciju, radi poštivanja higijenskih standarda. Još se veće promijene u tradicijskom načinu pripremanja pršuta događaju u procesu plasmana pršuta na europsko tržište.

Stoga se slažem sa Suttonom da se ovdje radi o Norinom *milieux de memoire,* odnosno o središtu pamćenja,[17] a ne o mjestu pamćenja (*lieux de memoire*). Mjesta pamćenja javljaju tek onda kada je prekinuta veza s prošlošću, kada su ta mjesta potrebna da bi se obilježilo nešto čega se ljudi više ne sjećaju, kada nastaju mjesta u procesu modernizacije (Sutton 2008:159,176), ali u primjerima s terena u Istri to nije slučaj.

Ako istražujemo primjerice prehrambene tradicije američkog društva koje se uvelike razlikuje od zajednice koju je Sutton proučavao u Grčkoj, ali i one koja je obuhvaćena terenskim istraživanjem u Istri, ne možemo isključiti činjenicu da će i u takvim društvima hrana biti izvrstan izvor svih vrsta pamćenja. Hrana, čak u svom najkomercijaliziranom stanju, izdvojena iz slojeva znanja, svejedno može izazvati neku vrstu društvenog pamćenja, što je u skladu sa Halbwachsovim mišljenjem (Sutton 2008:176). Sutton stoga zaključuje da bez obzira da li promatramo hranu kao središta pamćenja ili mjesta pamćenja, može biti analizirana kako bi se prepoznali individualni ili kolektivni aspekti. Snaga takvih sjećanja je u tome da ujedinjuju sve nivoe iskustava bez obzira da li ih smatramo osjetilnim i društvenim. S obzirom da se bez tragova kreću između ukusa i društvenih veza, ta cjelovitost im omogućava da predočavaju ili da prizovu „cijele vremenske epohe koje mnogi nazivaju 'dobra stara vremena'" ili 'vrijeme djetinjstva' i „tako obuhvate osobnu povijest i kolektivne identitete" (Kocković Zaborski 2017:128). Mišljenje je vlasnika turističkih seoskih gospodarstava da boravak na turističkim

[17]Prijevod pojma je preuzet iz članka Pierre Nora „Između sjećanja i povijesti", kojeg su 2007.g. s francuskog prevele Milena Ostojić i Ana Irena Hudli te objavile u časopisu Diskrepancija. Sutton taj pojam na engleski prevodi kao enviroments memory (Sutton 2008:159, 176).

seoskim gospodarstvima u Istri budi sjećanja kod starijih gostiju na njihovo djetinjstvo, dok kod mlađih utjelovljuje sliku vremena o kojima su slušali od svojih roditelja ili djedova i baka. Kao moguće pravce u daljnjem istraživanju prehrane Sutton vidi kombinaciju strukturalne analize i antropologije osjeta (Sutton 2001:203). On želi naglasiti potencijal svakodnevnog, opipljivog, utjelovljenog iskustva da potakne sjećanja na osnovu kojih se oblikuju identiteti. Ta je tvrdnja bitna radi važnosti osjetilnosti u ponovnom uspostavljanju i prisjećanju doživljaja i mjesta koje je primjerice pojedinac napustio na kraće ili duže vrijeme. Smatram da se ove Suttonove tvrdnje odnose na aktivnosti koje smo prakticirali u djetinjstvu a pohranjena su u našem pamćenju. Miris, okus ili vizualni podražaj aktivirat će tu pohranjenu aktivnost i iznijeti je na površinu. Tako se vlasnici današnjih seoskih gospodarstava prvenstveno oslanjaju na svoje iskustvo sudjelovanja u pripremi svakodnevnih obroka u obitelji, a rjeđe na zapisane recepte. Utjelovljeno iskustvo, odnosno pamćenje pripreme određenog jela stvorio osjećaj duboke povezanosti s tim elementom tradicije, a samim time postaje dio identiteta tog pojedinca, ali lokalne zajednice i regije. Isto se događa i s turistima koji se prisjećaju, putem radionica prehrane u kojima sudjeluju, svojih iskustava iz djetinjstva.

Osim toga, objekti mogu mijenjati razinu identiteta kada se nađu u novom kontekstu, pa tada mogu biti simbol ne samo doma već i lokalne zajednice, regije ili države. Ta se tvrdnja u ovom slučaju odnosi na tradicijska jela poput pršuta. Svojim specifičnostima u pripremi razlikuje se od obitelji do obitelji, od sela do sela. No, kada ga promatramo kao element tradicijske prehrane određenog kraja ili regije, on dobiva značaj regionalnog simbola identiteta, pa tako razlikujemo pršut iz Istre od onog iz Dalmacije. Na europskoj razini te regionalne specifičnosti ostaju prepoznate prema načinu proizvodnje (pršut bez kože, sušen na buri – istarski, a pršut s kožom, sušen na buri - dalmatinski) ali bivaju obuhvaćeni brendiranjem koje ističe nacionalni (hrvatski) identitet specijaliteta.

U poglavlju koje slijedi prikazat ću povijest turizma s posebnim naglaskom na ruralni turizam kako bi što bolje pojasnila procese i promjene prehrambenih praksi na turističkim seoskim gospodarstvima. Ti će procesi kasnije biti detaljno obrađeni u poglavljima o pojedinim elementima istarske tradicijske prehrane – tartufima, pršutu i *supi*.

2. TURIZAM U ETNOLOŠKOJ I KULTURNOANTROPOLOŠKOJ PERSPEKTIVI

Iako su etnolozi potpuno ignorirali fenomen turizma kao i same turiste kao svojevrsnu suvremenu kontaminaciju ostataka tradicijske kulture, danas je situacija znatno drugačija.

Kao i mnoge druge discipline i etnologija se usmjerila na sustavno proučavanje tog kompleksnog fenomena, polazeći od perspektive gosta, domaćina i posebno njihove međusobne interakcije.[18]

Na fenomen turizma, s etnološko-kulturnoantropološke perspektive, nije se gledalo kao na legitiman objekt istraživanja sve do 70-tih godina 20. stoljeća. Antropolozi Dennison Nash i Valene L. Smith (1991) smatraju da je zanimanje za turizam kod antropologa rezultiralo iz promatranja i bilježenja kulturnih kontakata ili doticaja i promjene unutar kultura, što je danas jedna od bitnih tema kojima se antropolozi bave. Promatrajući utjecaj zapadnog načina života na zemlje u razvoju (Margaret Mead 1956., Eric Wolf 1982.), antropolozi su utirali put proučavanju turizma. Turiste su promatrali kao 'osvajače', one koji su svojim dolaskom mijenjali kulturu domaćina (Nash, Smith 1991:13). Kultura nije jedina koja se mijenja, mijenja se i način života, utječe se na osobni identitet, identitet obitelji domaćeg stanovništva (Macleod 2004:225).

Antropolozi promišljaju turizam kao aktivnost dokolice, a turiste promatraju kao one koji putuju kako bi se odmorili ili, kako ih Nash i Smith nazivaju, putnici dokolice (*leisured travelers)*. Usvajajući ovu definiciju turizma, moguće je pronaći ljude koji prakticiraju putovanje radi odmora od svakodnevnih obveza gotovo u svim društvima, od lovačkih, do industrijskih (ibid. 14). U želji da se proučava fenomen turizma potrebno je imati širi, holistički pristup svim aspektima fenomena, no danas se još uvijek antropolozi primarno bave odnosom turista i njihovih domaćina, posebice utjecaja koji turisti imaju na domaćine te na posljetku, utjecajem putovanja na same turiste. Vrlo negativistički pristup antropologa, ali i ostalih znanstvenika sedamdesetih godina 20. stoljeća, fenomenu turizma kao procesu koji će uništiti tradicijski način života zemalja koje su se okrenule turizmu kao načinu privređivanja, bio je jednostran. Promatrajući iz drugog kuta gledanja, s druge pozicije pripadnika zemalja

[18]Salazar, Noel B (2008, May 31). The anthropology of tourism. *SciTopics*. Retrieved September 5, 2012, from http://www.scitopics.com/The_anthropology_of_tourism.html

domaćina, turizam je imao podjednako dobre i loše učinke (ibid. 15). Iako se vrlo često turizam navodio kao razlog promjene u tradicijskom društvu zemalja domaćina, potrebno je naglasiti to da on nije jedini faktor koji je utjecao na promjene.

Pojedini antropolozi su se bavili turizmom kroz prizmu istraživanja obred prijelaza (Turner 1960, 1969, 1978) i to posebice istražujući rituale i hodočašća. Promatrajući turizam kao vrstu obreda prijelaza, Victor Turner naglašava tri stadija samog rituala prelaska: prvi kojeg naziva predliminalna faza (*separation*) koji se sastoji od odlaska osobe (turista) iz svoje zajednice i svakodnevnog života; liminalna faza (*liminality*), odnosi se na proces prelaska iz svakodnevnog profanog života u aktivnosti koje su povezane sa svetim mjestom - destinacijom hodočašća, a povezane su s osjećajem zajedništva s ostalim osobama koje se nalaze u istoj situaciji; treća odnosno postliminalna faza, događa se u trenutku povratka turista u mjesto od kuda je i krenuo na put. Naravno, ovakav tip istraživanja se ne mora odnositi isključivo na hodočašća u sveta mjesta, već i na odlazak u mjesta poput Pamplone u Španjolskoj, u vrijeme održavanja poznatog festivala San Fermina, zaštitnika Navare. Takav tip festivala nema isključivo religijski karakter već i tradicijski, ali se predloženi tip istraživanja može primijeniti naglašavajući upravo osjećaj zajedništva zajednice u kojoj se festival održava, mišljenja su Nash i Smith (1991:17). Ostali antropolozi opisuju taj osjećaj u raznim drugim situacijama - među turistima u Walt Disney World (Moore, 1980), među švedskim turistima u turističkom odredištu u Gambiji (Wagner, 1977).

Promatrajući s takvog stanovišta, turisti prolaze kroz proces 'inverzije', kako ga naziva Graburn (1983), izlazeći iz svoje svakodnevice, ulazeći u nečiju kulturu i vraćajući se tamo od kuda su i krenuli. Garburn (1983:11) naglašava da svako društvo i svaki čovjek treba odmor od svoje svakodnevice kako bi održao svoje psihofizičko zdravlje (Nash, Smith 1991:17,18).

Ne smijemo ipak zaboraviti naglasiti da takav doživljaj turizma nije potpuno jednak za sve turiste. Postoje oni koji odlaskom u druge krajeve ne mijenjaju svoju svakodnevnu rutinu, već je se i dalje pridržavaju (Choen, 1974 i Nash 1981 prema Nash, Smith 1991:18).

Antropolozi mogu biti od velike koristi prilikom svojih istraživanja na terenu. Njihovi konkretni podaci s terena mogu odgovoriti na brojna pitanja vezana uz turističko planiranje. U etnološkim i kulturnoantropološkim istraživanjima moguće se dotaknuti pitanja gostiju i njihovog shvaćanja pojedine turističke destinacije, ali i utjecaja koje gosti, turisti i turistička infrastruktura imaju na kulturu domaćina i na njihov način života. Posebice je moguće na

takav način dokučiti i koji su troškovi, a koja je dobit određenog plana razvitka pojedine turističke destinacije (ibid.20).

2.1. Povijest turizma

Promatrajući povijest turizma, bitno je naglasiti da se o ovoj temi može pisati iz perspektive brojnih znanosti kao što su geografija, sociologija, antropologija, ekonomija i povijest.[19] Povjesničari koji se bave ovom tematikom grupirali su se oko sljedećih tema:
1. povijest putovanja i preteče turizma u starom i srednjem vijeku, 2. istraživanje takozvanog Grand Toura, 3. istraživanje razvoja lječilišta i klimatskih boravišta, kao prvih modernih turističkih destinacija.
Relativno kratka povijest modernog turizma započinje prije otprilike 180 godina, a poznata je u povjesničarskim krugovima kao aristokra faza. Moderni turizam započinje gradnjom brojnih lječilišta, planinskih ili priobalnih boravišta (Hitrec 2002:2). Pojam atrakcija nastao je otprilike oko 1862. godine, a označavao je nešto što je osobito zanimljivo, zabavno, što privlači pažnju. U razdoblju do Prvog svjetskog rata turizam je bio uvelike orijentiran i na kulturu što je vidljivo posebice u doba Grand Toura (Nikočević 2008a:7).[20]
Sve do kraja 19. stoljeća plivanje i sunčanje nisu bili visoko na ljestvici prioriteta kako potrošiti vrijeme dokolice. Povremeno umakanje u vodu u lječilištima i morski zrak bili su dovoljni tadašnjim turistima (Duda 2005:31).
Putovanja su na početku bila moguća samo izuzetno bogatim pojedincima, no u 20. i 21. stoljeću pojam turizam vezan je gotovo isključivo uz pojavu masovnog turizma. Napredak tehnologije i masovni turizam razvijaju se usporedo, što omogućav brz i jeftin transport većeg broja ljudi. Brz ekonomski napredak i urbanizacija dovode do toga da se način života u drugoj

[19] S obzirom na temu ovog rada zalažem se za interdisciplinaran pristup temi turizma.
[20] Običaj pod nazivom 'grand tour', odnosno tradicionalno putovanje Europom grupe mladića više klase postalo je popularno oko 1660. godine, a popularnost je zadržalo sve do dolaska željeznice u 19. stoljeću, koja je promijenila dotadašnji način putovanja. U 17. stoljeću razvila se ideja o putovanju radi učenja i spoznaje pod utjecajem opće prihvaćenog mišljenja Johna Lockea, britanskog filozofa i liječnika, koji je tvrdio da čovjek usvaja znanje na taj način da je fizički stimuliran i izložen onome o čemu uči. Putovanje je bilo neophodno da bi se proširilo znanje o svijetu. Grand tour je bio svojevrstan rite de passage za mladiće više britanske klase, ali slične poduhvate su poduzimali i protestantski mladići iz sjeverne Europe, a kasnije, polovinom 18. stoljeća i bogati mladi Amerikanci (Sorcinelli 2009:18).

polovici 20. stoljeća promijenio i, gledajući iz perspektive povijesti turizma, omogućio potpuno novu kulturu slobodnog vremena.

Mediteran je nakon Drugog svjetskog rata postao jeftino odredište za sjevernoeuropske turiste koji su uživali u moru i suncu te standardiziranoj turističkoj ponudi koja se nudila. Ta se ponuda bazirala na kanoniziranom prikazu nacionalne kulture koja je bila egzotična turistima koji se tada po prvi puta s njom susreću. To je vrijeme kada je turizam postao jedna od najznačajnijih grana industrije u svijetu, koja je zapošljavala veliki broj ljudi (Nikočević 2008a:7).

2.2. Turizam u Hrvatskoj, Istri

Već su polovinom 19. stoljeća osnovane razne turističke agencije (u Opatiji, Hvaru, Krku, Rabu, Zadru, Kaštelima), a otvorena su i prva tri moderna hotela na jadranskoj obali u Opatiji, Crikvenici i Dubrovniku (Hitrec 2002:7). U pretežno ruralnoj Hrvatskoj, fenomen turizma je bio sociološka i kulturološka novina (ibid.5,6).

Fenomen turizma pretežno zahvaća obalu a vrlo rijetko unutrašnjost Hrvatske u prvoj polovici 19. stoljeća. Počeci turizma u Hrvatskoj vezani su uz zdravstveni turizam, zahvaljujući brojnim termalnim izvorima ili toplom moru te svježem zraku. Vrlo uski sloj buržoazije i plemstva odsjeda u ljetovalištima na Jadranskoj obali, odnosno u zimskim lječilištima. Potrebno je istaknuti i rijetke, ali važne posjete srednjoeuropskih kraljevskih obitelji koje su odsjedale u Opatiji, Dubrovniku, Lošinju, na Brijunima, i tako promovirale buduće turističke posjete bogate klijentele (Hitrec 2002:5,6). Pripadnici carske obitelji prepuštali su s vremenom sada već razvikane destinacije bogatoj buržoaziji, jer su težili elitizmu. Bogata buržoazija je odsjedala u modernim hotelima sa svim tehničkim dostignućima onog vremena upravo kako bi se boravak 'turističke elite' što više olakšao te bi se privukli novi i potencijalno stalni posjetitelji.

Fotografija 1, razglednica – Opatija, foto: Atelier Betty, 20. stoljeće; arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E6345

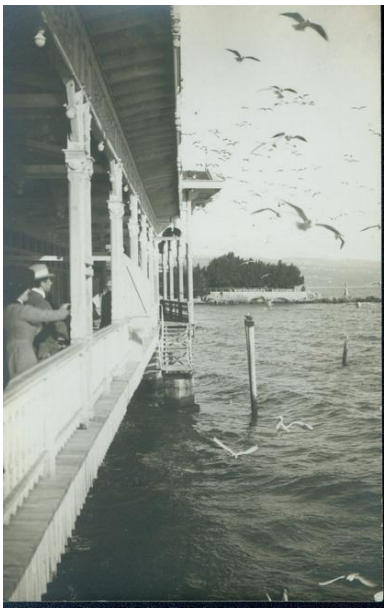
Etnologinja Ivona Orlić navodi da turizam u Istri započinje zdravstvenim turizmom. Tako se u Istarskim toplicama već 1817. godine pacijentima nudilo liječenje termalnom vodom i smještaj u drvenim barakama, a već 1842. Istarske toplice imaju dvanaest kreveta za prihvaćanje pacijenata (Orlić 2013:59). U to je vrijeme dolazak prvih izletnika omogućen brodom ponajprije iz Trsta do Pule, a 1844. godine parobrodsko društvo „Austrijski Lloyd“ uvodi izletničku liniju Trst – Rijeka, s tim da se pristaje u Piranu, Novigradu, Poreču, Rovinju i Puli. Tiskaju se i prvi turistički vodiči Poreča, Pule i 1884. godine i Istarskih toplica (Vukonić 2005:36-42, Blažević 1987:33-46 prema Orlić 2013:59).

Izgradnja željeznice, posebice južnog kraka prema Trstu koji je sagrađen 1857. godine, pripajanjem riječkog kraka pruge 1873. godine te gradnja pruge od Divače do Pule (123 kilometara) 1876. godine, utjecali su, ne samo na obalne gradove, veći na unutrašnjost Istre odnosno na dostupnost tih krajeva prvim 'turistima' (Nikočević 2008b:25). Jača trgovinska razmjena s obalom te mogućnost kretanja ljudi, a pojedini gradovi na obali dobivaju na turističkom značenju (Opatija, Trst, Pula). Osim na ekonomiju i trgovinu, željeznica je utjecala na svakodnevni život stanovnika Istre koji se tada uvelike mijenja (ibid.26).

Željeznica nije bila samo sredstvo pomoću kojeg su pripadnici aristokracije i viših slojeva građanstva dolazili u obalne gradove Istre, već je primjerice „Društvo Južne željeznice“ ulagalo znatna sredstva u gradnju prvih hotela u Opatiji, kako bi se razvio putnički promet na relaciji prema Rijeci (slično je bilo i s ulaganjem u gradnju novih hotela u Beču). Blagotvorna klima

gradova na Kvarneru, koju je činila visoka koncentracija aerosola, zatim visoka vlažnost, odsustvo vjetrova, eterična ulja mediteranskih biljaka sve to su bili su važni činioci koji su utjecali na razvoj zdravstvenog turizma. S obzirom da je vladalo mišljenje da je zrak u većim gradovima Austro-Ugarske bio nezdrav (pogotovo zimi), logično je bilo zaključiti da bi se pogodnija klima mogla potražiti na morskoj obali. Upravo je lječilišni turizam bio sve popularniji oblik turizma krajem 19. stoljeća, pa su se raznim tretmanima i kurama podvrgavali svi oni koji su to mogli platiti (ibid. 27,28).

Tijekom sedamdesetih i osamdesetih godina 19. stoljeća koncepcija boravka na morskoj obali znatno se mijenja. Fenomen ljetne svježine ('Sommerfrische') koji se bazirao na preporuci da ljudi borave izvan gradske vreve, ljeti,[21] na svježem zraku dobiva na sve većem značenju. Tom trendu se prilagođavaju već u to vrijeme popularni gradovi kao što su Opatija, otočje Brijuni i ostala već tada razvijena turistička mjesta na Jadranu. Gradovi poput Opatije i Pule koji postaju značajna središta grade hotele krajem 19. stoljeća koji su imali centralno grijanje, ventilaciju, telefone na svakom katu. Takav luksuz bio je rezerviran samo za pripadnike najviših slojeva (ibid. 29-31).



Fotografija 2, razglednica – Opatija, foto: Erich Bahrendt, 1911.g., arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E 6341

[21]Za razliku od lječilišnog turizma koji je karakterističan za zimske mjesece i razdoblje ranog proljeća

Fotografija 3, razglednica - Pula, izdavač: Union postal universelle, 1910.g., arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E 5367

Tek nakon 1871. godine nalazimo na podatke o broju turista koji su odsjedali na jadranskoj obali (tada pod Austro-Ugarskom). Znatno kasnije su se počela bilježiti noćenja i to prvenstveno u lječilištima (Hitrec 2002:3). Iako se još u drugoj polovici 19. stoljeća kupanje u moru nije usvojilo kao česta navika, krajem stoljeća postalo je jedna od glavnih aktivnosti. Tako se 1885. godine otvara prvo morsko kupalište u Puli koje je radilo od lipnja do rujna, a imalo je i kabine za presvlačenje, bazene i školu plivanja. Isto tako sve su češći zapisi turističkih posjeta Istri, prvenstveno radi liječenja (Istarske toplice, Rovinj), ali i turističkih posjeta Puli i Poreču. Brodom se posjećuju Limski kanal i Brijuni koji postaju ekskluzivno turističko okupljalište[22] (Orlić 2013:60).

Potrebno je naglasiti da su turistički obilasci, novonastali hoteli, novo osnovana lječilišta i ljetovališta, utjecala na prostor u kojem su izgrađeni. Stvorila se infrastruktura koja je mogla podržati takav tip posjeta u smislu modernizacije na polju komunalnog sustava ali i raznih prostora za trgovinu i zabavu (Hitrec 2002:5,6). Upravo su ti prvi moderni hoteli, mjesta gdje se sastajala malobrojna elita onog vremena, utjecali na budućnost do tada malih ribarskih mjesta. Ruralno stanovništvo ima ulogu radne snage. Stanovnici priobalja su na

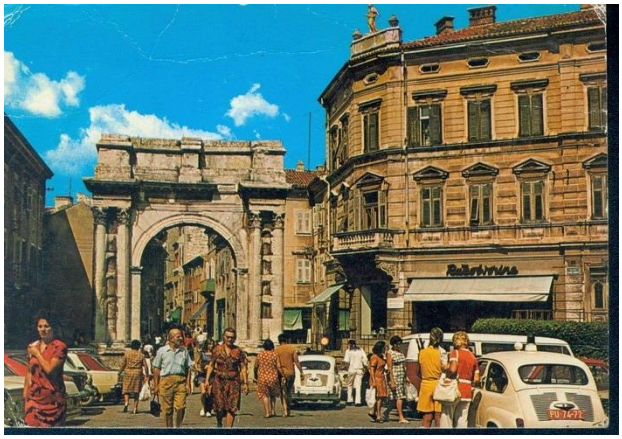
[22] Novi vlasnik Kupelwiser ulaže u uređenje otočja (Orlić 2013:60).

novoosnovanim poslovima dodatno zarađivali, ali ne dolazi do jače veze s novim posjetiteljima obale.

Posjete inozemnih turista povećane su u vremenu između dvaju svjetskih ratova. Već je 1927. godine tadašnju Jugoslaviju posjetilo više od 90 000 stranih posjetitelja, a broj se povećavao u sljedećim godinama - 1930. godine bilo je više od 250 000, a 1938. godine (najjače godine za turizam Jugoslavije u međuratnom razdoblju) bilo je više od 280 000 stranih posjetitelja (Antić 1953:1-2). Neka od najznačajnijih turističkih mjesta u Istri prije Prvog svjetskog rata, ali u međuratnom razdoblju, bili su Opatija, koja je poznata turistička destinacija još u 19. stoljeću. Lošinj je od 1892. proglašen zimskim lječilištem od izuzetnog značaja. Lovran je bio grad s moderno uređenim hotelima, kupalištima i ostalom infrastrukturom[23] (ibid.6-7). Razlog zbog kojeg Istra i Hrvatsko primorje ne bilježe velike brojke u turizmu, za razliku od ostatka tadašnje Jugoslavije, jest taj što je taj dio tadašnje Jugoslavije, bio pripojen Italiji (više u Antić, 1953).

Fotografija 4, razglednica – Opatija, 1963.g., izdavač: Vjesnik, arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E 6585

[23] Ne ulazeći duboko u povijest i analizu opatijskog turizma u ovom tekstu, valjalo bi naglasiti da se statistika o broju posjetitelja za Opatiju vodi od 1883. godine. Broj turista se od nešto više od 1000 popeo na više od 14 000 posjetitelja 1898. godine, odnosno više od 40 000 posjetitelja 1914. godine.



Fotografija 5, razglednica – Pula, 1981. g., izdavač: Vjesnik, arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E 6402

Ve 1955. godine je u Istri bilo 37,9% inozemnih turista, što je velika razlika u odnosu na ostatak Jadrana (Duda 2005:135). Velika većina građana Hrvatske, od početka pojačane turističke propagande i samog razvoja turizma bila više u ulozi domaćina nego u ulozi turista.

Najveći dio jadranske obale proteže se kroz teritorij Hrvatske, stoga se stanovništvo koje živi uz more počelo baviti turizmom. Već je sredinom 1960-tih politički vrh počeo s mjerama poticanja dolaska stranih turista na Jadran, uvidjevši veću mogućnost zarade.[24] Time se zauvijek mijenja percepcija domaćina o boljem životu pod izravnim doticajem s potrošačkim društvom zapadnih zemalja. Zlatno doba turizma u Istri, ali i u ostatku Hrvatske, bilo je između 1965. i 1975. godine, a nakon toga slijedi razdoblje umjerenog rasta (Orlić 2013:65).

Na koji je način takav tip turizma, masovni turizam utjecao na lokalno stanovništvo Istre istraživala je etnologinja Ivona Orlić (2007). Na konkretnim primjerima turizma u Poreču, koji postaje turističko središte nakon Drugog svjetskog rata, autorica nam pokazuje promjene koje su nadtale u fizičkom izgledu grada te utjecaj turizma na kvalitetu života domaćina.

Potrebno je naglasiti da je od samih početaka turizma u Poreču, osnutkom hotelijersko-turističkih tvrtki Riviera holding i Plave lagune Poreč, naglašena orijentacija tog prostora na masovni turizam. Osnovne karakteristike takvog tipa turizma su veći broj turista koji se odlučuju na organizirano, a najveći broj turista dolaze ljeti. Takav oblik turizma omogućio je lokalnom stanovništvu nove mogućnosti zapošljavanja, odnosno povećanje životnog

[24] Na IV. plenumu CK SKJ u srpnju 1962. godine Tito je istaknuo važnost dolaska i povratka stranih turista na Jadran, a od tada počinje i s mjerama koje su to olakšale: ukidanje viza i pojednostavljivanje ostalih formalnosti oko prelaska granice (Duda 2005:140)

standarda. Povećanje broja turista rezultira gradnjom novih objekata što dovodi do promjene izgleda, do tada manjih ribarskih gradića (Orlić 2007:30).

Fotografija 6, razglednica - Poreč, Zelena laguna, 1969. g, foto: A. Orel,. arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E 6175

Orlić zanima zašto su se političke strukture u Istri (odnosno na konkretnom primjeru Poreča) odlučile za poticanje i razvijanje masovnog, a ne elitnog turizma. Osnovne razloge vidi u činjenici da Poreč (ali i ostali gradovi u Istri) nisu imali bogatu tradiciju opatijskog elitnog turizma s izgrađenom infrastrukturom i školovanim kadrom. To je razlog što je masovni turizam bio jedina opcija ako se željelo ako se željelo ugledati na zemlje Europe kojima je ovaj tip turizma donosio pristojnu zaradu. Ivona Orlić ističe kako je tatak tip turizma utjecao na lokalno stanovništvo. Brojčanu premoć turista naspram domaćeg stanovništva u tri ljetna mjeseca, nije moguće zanemariti. Odnos bio oko 20 000 stanovnika Poreštine u odnosu na gotovo 80 000 turista.[25] Autorica posebno ističe promjene koje rad u turizmu donosi u odnosu na, do tada tradicionalnu obitelj. Roditelji provode velik broj sati na poslu što utječe na njihov odnos s djecom, posebice u vidu odgoja i time utječu na, kako naglašava autorica, "transformaciju kulturnih vrijednosti domicilnog stanovništva" (Orlić 2007:32). Do tada većinom poljoprivrednici ili ribari postaju konobari, kuhari, sobarice, recepcionari i iznajmljivači apartmana. Opće je mišljenje da su to bolja radna mjesta nego da se i dalje

[25] Podaci su iz 1981. godine (Orlić 2007:32).

stanovništvo bavi poljoprivredom. Onaj tko se bavio turizmom bio je ugledniji od poljoprivrednika i imao je osiguranu budućnost. Zbog više radnih sati provedenih u turističkim zanimanjima, osim fizičke iscrpljenosti i bolesti u samo nekoliko mjeseci u godini, masovni turizam je promijenio način privređivanja - poljoprivreda i ribarstvo su sada u službi turizma, a svime time jača i kupovna moć lokalnog stanovništva (ibid.33). Sve navedeno potaklo je da stanovništvo drugačije razmišlja o sebi samima. Na osobni identitet lokalnog stanovništva utječe interakcija s turistima. Selo za koje su bili vezani mijenja svoj izgled i stanovnici proizvode sa sela (meso, jaja, voće, povrće) vezuju uz turizam. Velik broj mladih odlazi živjeti u grad u potrazi za poslom, što mijenja sliku stanovništva na selu. Promjena je bila vidljiva i u fizičkom izgledu sela. Rijetke su tradicijske kamene kuće sa *baladurima*[26] i crkveni zvonici koji su dominirali pejzažom. Dominiraju veliki hotelski objekti ili kampovi. Promijenio se i izgled do tada prirodnih plaža. Identitet lokalne, ali i šire regionalne zajednice mijenja se u međusobnom prožimanju turista i lokalnog stanovništva (ibid. 34, 35). O takvim promjenama govori i Donald Macelod koji upotrebljava termin „demonstration effect“. Domaće stanovništvo prihvaća način života i ponašanja ljudi koji dolaze i borave kao turisti želeći steći veću zaradu i ostvariti ugodniji i bolji način života za sebe i svoju obitelj (Macleod 2004:226). Krajem 20. stoljeća masovni turizam obilježio je način života stanovnika Jadrana. Iako je od kraja 1990-tih znatno potisnut i sve se veći naglasak stavlja na kvalitetniji tip turizma u kojem se turistima ne nudi isključivo sunce i more, takav oblik turizma, s obzirom da dostupnost, neće nestati. Danas se naglasak stavlja, kako u svijetu, pa tako i u Hrvatskoj, na ravnotežu u procesu iskorištavanja prirodnih i kulturnih resursa u svrhu zarade u turizmu.

2.3. Ruralni turizam

Prema definiciji Vijeća Europe iz 1986. godine, ruralni turizam je turizam koji se odvija na seoskom području. Karakteristike takvog oblika turizma su očuvani okoliš, odsustvo buke, interakcija s domaćinima, domaća prehrana i mogućnost aktivnog sudjelovanja u poslovima

[26] Otvoren ili natkriven vanjski hodnik ili terasa sa stubištem u razini prvog kata, koji je uvijek građen kao vanjski dodatak kuće.

koji se odvijaju na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu.[27] U prvobitnoj fazi ruralni turizam ovisio je o samostalnim privatnim inicijativama stanovništva koje je primalo turiste i samih turista koji su dolazili u ruralno područje. U drugoj polovici 20. stoljeća pojedine države su bile suočene s procesom depopularizacije ruralnog prostora i većeg razvoja gradova pa su odlučile planski ulagati u takav tip turizma.[28]

Ne postoji jedinstveni pojam koji bi označavao sve turističke aktivnosti koje se provode izvan gradskog područja. Neki od tih pojmova su seoski, seljački turizam, ruralni turizam ili agroturizam. S obzirom da govorimo o novijem fenomenu, brojne su idefinicije takvog tipa turizma (Jelinčić 2007 prema Kocković Zaborski 2017:127).

Na konferenciji pod nazivom „Strategija razvoja ruralnog turizma u Južnoj Europi“ koji je 1991. godine održana u Bilbau, iznesen je zaključak da se posebna vrsta turizma, eng.: *rural tourism;* franc: *tourisme rural*; tal.: *turismo rurale*; njem.: *Ferien auf dem Land,* slo.: *turizem na podežlju*, razvija izvan gradova, maritimnih centara i na selima. Cetinski, Kušen i Katica (1995:6) navode činjenicu da u hrvatskom jeziku nema dovoljno dobre riječi koja bi označavala sveukupni prostor izvan gradova na koji bi se mogla odnositi ova definicija. U stručnoj, ponajviše geografskoj literaturi koristi se sintagma 'ruralni prostor' za prostor izvan gradova iz koje se izvodi naziv za ovu vrstu turizma – ruralni turizam. U pojam ruralnog turizma, naglašavaju autori, ubrajaju se mnogi oblici turizma kao što su seljački turizam, rezidencijalni, zdravstveni, zavičajni, gastronomski, kulturni turizam, vinski turizam Cetinski, Kušen i Katica (1995:10,11) naglašavaju da je seljački turizam često označen sintagmom turizam na seljačkim gospodarstvima (eng.: *farmtourism*; fra.: *tourisme a la ferme*; tal: *agroturismo*; njem: *Urlab (Ferien) auf dem Bauernhof,* slo.: *kmečki turizem*). Pojam seljačkog turizma vuče korijen iz riječi 'seljak' kojime se označava nositelj tog tipa turizma (Jelinčić 2007: 271).

Zbrku u terminologiji pokušao je 'razmrsiti' i Edvard Kušen s Instituta za turizam u Zagrebu ističući nužnost uporabe termina turizam na seljačkim gospodarstvima jer je preciznije od

[27]http://www.geografija.hr/hrvatska/ruralni-turizam-u-istri-dokaz-da-hrvatski-turizam-moze-i-na-drugi-nacin/pristupljeno 19.3.2016.

[28]Jedan od primjera takvog planskog razvoja ruralnog područja je i Austrija. Alpski prostor je razvijen komunalno i infrastrukturalno, a još prije pedesetak godina bilo je to loše razvijeno područje. Implementiranjem ruralnog turizma stvorio se višak prihoda kojim se poboljšala kvaliteta života i zaustavio se demografski pad tog prostora. Tranzicijske zemlje poput Mađarske sredinom 1990-tih su na jugu okruga Baranja (u blizini Hrvatske granice) pokrenule projekt vinskih cesta uz pomoć EU fondova. Danas to područje uključuje 32 obiteljska seoska gospodarstva, osam hotela i brojne ugostiteljske objekte te vinske ceste koje su nastale po uzoru na vinske ceste uz pomoć EU fondova (ibid).

pojma seoski turizam. Isto tako smatra da je pojam agroturizam pogodan za uporabu samo u marketinške svrhe (Kušen 2007). Potrebno je istaknuti da je uveden i novi naziv - obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG) koje se također često upotrebljava kao sinonim pojmu turističkog seoskog gospodarstva. Iz svega je vidljivo da i dalje postoji veoma velik broj naziva koje jedni upotrebljavaju kao sinonimi, a drugi pojmovi se upotrebljavaju u značenju područja koji obuhvaćaju širi ili uži prostor koji obuhvaća prostor izvan grada. U Istri se turistička obiteljska gospodarstva najčešće nazivaju agroturizam. Možemo pretpostaviti da je termin agroturizam preuzet iz talijanskog jezika, s obzirom da je i takav tip turizma i nastao prvenstveno pod talijanskim (i slovenskim) utjecajem. Termin agroturizam označava ponudu smještaja i prehrane na obiteljskim gospodarstvima (Kocković Zaborski 2017:127)

Ono što je bitno naglasiti, bez obzira kojim pojmom se koristimo, da se seoski turizam razlikuje od gradskog ili odmorišnog turizma po svojim osnovnim odrednicama. Seoski turizam odvija se u naseljima s manje od 10 000 stanovnika, gdje je prisutan prirodni okoliš i slaba je infrastruktura. Aktivnosti se orijentiraju prema željama pojedinaca, za razliku od gradskog i odmorišnog turizma gdje se baziraju na sadržajima za veći broj posjetitelja. Seoski turizam odvija se u malim objektima, a posao koji se odvija je u vlasništvu obitelji koja je najčešće dio lokalne zajednice. Odnosi s gostima su prijateljski, prilagođeni svakom gostu (Jelinčić 2007:273).

Isto tako u različitim zemljama u Europi seoski/ruralni turizam podrazumijeva u praksi različite specifičnosti. Tako primjerice u Finskoj podrazumijeva iznajmljivanje malih seoskih kućica (tzv. *cottages*), a uključuje i usluge *cateringa*. U Mađarskoj se odnosi na usluge i aktivnosti koje se nude gostima u seoskom ambijentu. Smještaj je jeftin, a aktivnosti se odnose na sudjelovanje u poljoprivrednim radovima. U Sloveniji je turizam na obiteljskim gospodarstvima najvažniji oblik ruralnog turizma. Gosti borave u kući zajedno s domaćinom ili u odvojenim gostinskim kućama, a naglasak kod takvog tipa turizma je na gastronomiji. U Nizozemskoj se pod tim pojmom podrazumijeva kampiranje na obiteljskim gospodarstvima s dodatnim aktivnostima poput jahanja, pješačenja, biciklizma. U Grčkoj ruralni turizam označava noćenje s doručkom u tradicionalno opremljenim sobama, a doručak je ponuđena tradicijska domaća hrana.

"Ruralni turizam je skupni naziv za različite oblike turizma koji se javljaju izvan područja gradova i područja na kojima se je razvio masovni turizam. On je uvjetovan i obilježen turističkim atrakcijama koje se nalaze u ruralnim prostorom."[29]

Pod pojmom ruralni turizam spadaju aktivnosti posjetitelja koji borave u takvom tipu domaćinstva u višednevnim posjetima ili samo kao izletnici. Turističko seosko gospodarstvo, kao paradigma ruralnog turizma mora sadržavati određena obilježja koja su dio materijalne i nematerijalne kulturne baštine određenog područja. Tako se u vanjskom izgledu domaćinstva inzistira na tradicijskoj seoskoj arhitekturi, gospodarskim prostorima, ali i uređenju vrta u kojem se uzgajaju povrće, voće i začinsko bilje koje se koristi u prehrani. Vodi se briga da je unutrašnjost kuće s namještajem i dekoracijom prilagođena ugođaju koji se želi postići.

Na turističkom seoskom gospodarstvu mogu biti zaposleni članovi obitelji, pa će tako obitelj s više članova lakše 'odrađivati' poljoprivredne poslove, brinuti se za domaće životinje, pripremati hranu, posluživati goste te se brinuti za knjigovodstvo. Uobičajeno je mišljenje da se na turističkim seoskim domaćinstvima mogu raditi isključivo vlasnik i članovi obitelji.

Radi obima posla mogu se zaposliti radnici na poslovima održavanja, čišćenja, pomoći prilikom pripreme i posluživanja hrane, ali i poljoprivrednim poslovima (Bačac 2011:153).

Isto tako se veliki trud ulaže u prezentaciju nematerijalne kulture organizacijom radionica, prezentacija određenih tradicijskih znanja i vještina koje obitelj - vlasnici pojedinog seoskog domaćinstva, posjeduju. Jasno je da se što više želi istaknuti specifičnu tradiciju koja se nudi turistima u vidu turističkog proizvoda, no s obzirom da moderan način života unosi promjene i u ruralni prostor, način privređivanja, tradicijsku kuhinju i općenito svakodnevni način života, prisutne su određene promjene. Turisti koji se odlučuju na boravak u ruralnom turizmu to prihvaćaju te smatraju tu ponudu doživljaja sela i načina života na selu autentičnim iskustvom.[30]

Kulturni turizam je vrsta turizma koja promovira i vodi brigu o kulturi, pa je stoga prihvaćen i od lokalne zajednice, ali i od svjetskih organizacija poput UNESCO-a. Promocijom kulture, manje i veće zajednice vide pozitivne utjecaje na svijest o različitosti, brigu za kulturnu ponudu, ali i ekonomiju pojedinih krajeva (Nikočević 2008a:8). Stoga zaključujem da je ruralni turizam dio specifične ponude kulturnog turizma u kojoj pojedine obitelji pružaju usluge turističke djelatnosti. Na taj se način neposredno susreću s turistima iz raznih krajeva

[29]http://www.hrvatski-farmer.hr/CMS/0085/Content.aspx?EID=2213

[30]http://www.hrvatski-farmer.hr/CMS/0085/Content.aspx?EID=2213

svijeta koji sa svojim različitima navikama i pogledima na život nedvojbeno utječu na svoje domaćine. Tako, kako to naglašava etnologinja Dunja Rihtman-Auguštin, turizam postaje "faktor međukulturnih utjecaja" (Rihtman-Auguštin 1970:4).

Bitno je naglasiti da osim svega navedenog ruralni turizam ima izuzetni značaj u revitalizaciji ruralnog prostora, zapošljavanju stanovništva te omogućava da se poljoprivredni proizvodi plasiraju neposredno na samom gospodarstvu gdje su i proizvedeni - bez posrednika. Seosko gospodarstvo i dalje funkcionira, samo mu je dodan element turizma, odnosno smještaj i prehrana gostiju na turističkom seoskom gospodarstvu. Omogućeno je oživljavanje proizvodnje seoskog gospodarstva, a ugošćivanjem manjeg broja gostiju nije narušen integritet teritorija i života ljudi na njemu (Bačac 2010:30).

2.3.1. Ruralni turizam u Hrvatskoj

Iako posjeduje prirodnu i kulturološku atraktivnost, ruralni turizam u Hrvatskoj, posebno onaj na obiteljskim gospodarstvima razvija se znatno sporije nego u susjednim zemljama (Austrija, Slovenija, Italija). Osnovni uzrok tome su male i raspršene poljoprivredne parcele na kojima se ne može osigurati isplativa proizvodnja poljoprivrednih proizvoda, a povezano s time i turistička ponuda kao dodatna djelatnost. Ne smije se izostaviti da je nedostatak interesa od strane države rezultirao pomanjkanjem poticaja i potpora da bi se turistički potencijal sela odnosno obiteljskih gospodarstava još više razvio.[31] Osim toga, za bolje funkcioniranje ponude na području ruralnog prostora, bitno je da postoji i ostala ponuda kao što su vinske ceste i kušaonice vina, biciklističke staze, osmišljene turističke atrakcije. Ipak, domaći poljoprivrednici neće srljati u proširenje svog posla bez nagovora, poticaja i kvalitetnog uzora u okolini. To je osnovni uzrok opreznom širenju turizma na seoskim gospodarstvima, za razliku od *booma „zimmer frei turizma“* čiji se efekt odmah dao izračunati. Gosti nisu ulazili u intimu domaćina, niti od njih tražili prilagodbu, a greške u komunikaciji, zanemarive su. Pokazalo se to na dobro prihvaćenoj parcijalnoj ponudi seoskog turizma: organiziranju domaćih obroka turističkim grupama, koje po dogovoru stižu u seoski dom i osjećaju se kao gosti na seoskoj svadbi. Gostoljublje domaćina doima se u takvim prilikama nadasve prirodno (Rittig-Beljak 1990:164-168).

[31] http://www.hrvatski-farmer.hr/CMS/0085/Content.aspx?EID=2213 pristupljeno 30.6.2016.

Osim problema u terminologiji, o čemu je već ranije bilo riječi, postoji i problem oko nadležnosti ministarstava te oko zakona i pravilnika koji se odnose na razvoj turizma na ruralnom području.[32] Gledajući iskustva europskih zemalja, Italija ima nacionalni zakon o agroturizmima, u Francuskoj su na snazi posebni akti koji reguliraju ovu tematiku, a vrlo je slično i u Austriji (Bačac 2006:40). Moguće je zaključiti da nepostojanje jedinstvenog zakona o ruralnom turizmu utječe na spori razvoj ruralno - turističke ponude u Hrvatskoj.

U Hrvatskoj ruralni prostor zauzima gotovo 90% površine. Od toga je 57% površine poljoprivredno zemljište, a 36% otpada na šume. U ruralnom prostoru živi 46% pučanstva, a ono je na izravni ili neizravni način povezano s poljodjelstvom. Prije 1990-tih postojale su nepovezane inicijative pokretanja ruralnog turizma u Hrvatskoj koje nisu zaživjele zbog manjka autohtonih proizvoda i ratne opasnosti. Početkom 1990-tih na inicijativu Saveza Seljaka Hrvatske, Instituta za turizam i tvrtke Hrvatski farmer d.d.[33] postavljaju se zakonske regulative kojima se određuju smjernice bavljenja ruralnim turizmom. Jedan od temelja ruralnog turizma jest turizam na seoskim gospodarstvima. Seoska gospodarstva su zapravo manje gospodarske cjeline koje se nalaze na području koje je turistički atraktivno. U takva gospodarstva su uključeni su svi članovi domaćinstva, a turizam im pruža dodatni izvor primanja.[34] Poljoprivreda se ponovno aktualizirala zbog potražnje gostiju za domaćim poljoprivrednim proizvodima. U samom početku većina vlasnika gospodarstava je radila, a seosko gospodarstvo i turizam na istom je bila je dodatna zarada.

Prilikom analize svih pitanja vezanih za teoriju i praksu na području ruralnog turizma u Hrvatskoj, ne smiju se izostaviti dvije vrlo važne konferencije koje su pridonijele da stručnjaci, progovore o ključnim problemima i daju smjernice za daljnji razvoj ruralnog turizma u Hrvatskoj.

---

[32] Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 138/06), Zakon o pružanju usluga u turizmu (NN 68/07), Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu (NN 05/08), Pravilnik o upisnicima ugostiteljskih objekata i o upisnicima o pružanju ugostiteljskih usluga u domaćinstvu i seljačkom domaćinstvu (NN 05/08), Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige gostiju i popisa gostiju (NN 05/08), Pravilnik o obliku, sadržaju i načinu vođenja knjige žalbi (NN 05/08) (http://www.hrvatski-farmer.hr/CMS/0085/Content.aspx?EID=2217)

[33] Nakon dvadeset godina djelovanja Hrvatski farmer postaje HF Eko Etno Grupa d.o.o. (https://www.facebook.com/Hrvatski-Farmer-467172493299272/ pristupljeno 20.3.2016.)

[34] http://www.geografija.hr/hrvatska/ruralni-turizam-u-istri-dokaz-da-hrvatski-turizam-moze-i-na-drugi-nacin/ pristupljeno 19.3.2016.

Prvi hrvatski kongres o ruralnom turizmu pod nazivom "Perspektive razvoja ruralnog turizma" održan je na Hvaru, u listopadu 2007. godine.[35] Neka od polazišta za organizaciju kongresa bile su činjenice da ruralni turizam iznosi samo 5% u ukupnom turizmu Hrvatske, mali broj registriranih turističkih seljačkih gospodarstava, neprepoznatljivost Hrvatske kao ruralno-turističke destinacije, komplicirano zakonodavstvo, ali i sve veći interes pojedinaca raznih struka za ovu tematiku. Osnovni ciljevi su bili, osim stvaranja nacionalnog konsenzusa o prepoznatljivosti ruralnog turizma u Hrvatskoj, stvaranje modela koji bi pomogli prilikom rješavanja problema sa zakonodavstvom, financijama, marketingom te upotrebom tradicijske kulture kao najbitnijim faktorom u ruralno-turističkoj ponudi (Katica, Cukor 2010:21).

Drugi hrvatski kongres o ruralnom turizmu pod nazivom "Koncepcija dugoročnog razvoja ruralnog turizma" održan je na Malom Lošinju, u travnju 2010. godine.
Željela se nastaviti suradnja među institucijama i stručnjacima te ostvariti zajednički nastup prema ministarstvima s konkretnim prijedlozima o budućnosti ruralnog turizma. Na taj način se željelo olakšati povezivanje vlasnika turističkih seoskih gospodarstava s institucijama koje se bave razvojnom politikom ruralnog turizma na lokalnom i nacionalnom nivou. Na tom je kongresu pokrenuta akcija "Suncokret ruralnog turizma Hrvatske", koja je trebala, ocjenjujući kvalitetu ponude u ruralnom turizmu, doprinijeti i promidžbi ovog tipa turizma u Hrvatskoj. Naglasak se, prema organizatorima, stavljao i na pitanje izvornosti koja jača mogućnost razvoja ruralnog turizma, ali i ruralnog prostora. Osim toga, željelo se potaknuti isticanje specifičnosti pojedinih regija, pomoću čega se željelo u budućnosti stvoriti jedinstvena ruralna turistička ponuda ili brend. Projekt se provodi i danas.[36]

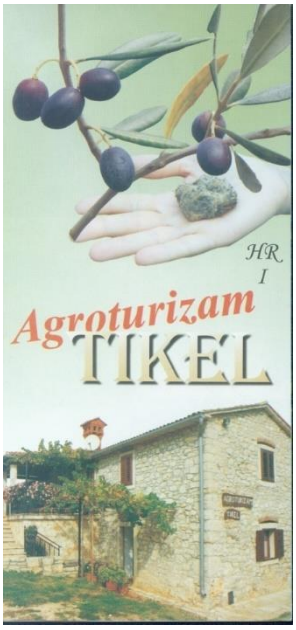
2.3.2. Ruralni turizam u Istri

Budući da 85% istarskog teritorija predstavlja ruralno područje, organizatori turističke politike u Istri orijentirali su se na oživljavanje tog prostora kao rezultat sve veće potražnje turista za izvornim i originalnim doživljajem kulture i prostora u kojem borave tijekom odmora. Kao što je već navedeno u prethodnom poglavlju, neke od specifičnosti ruralnog

[35]Organizirali su ga Hrvatski farmer d.d., Ruralis - konzorcij agroturizma i ruralnog turizma Istre, Klub članova "Selo" pod generalnim pokroviteljstvom Vlade Republike Hrvatske, te pod pokroviteljstvom Ministarstva poljoprivrede, šumarstva i vodnog gospodarstva, Ministarstva mora, turizma, prometa i razvitka, Ministarstva gospodarstva rada i poduzetništva, Ministarstva kulture, Splitsko dalmatinske županije i Grada Hvara.
[36]http://www.mint.hr/default.aspx?id=29582 pristupljeno 1.5.2016.

turizma su neposredni odnos domaćina i gostiju koji sada borave u obiteljskom okružju te se na taj način uspostavlja prisniji odnos, atmosfera u kojoj se gosti osjećaju opuštenije i slobodnije (Kocković Zaborski 2009:23).

„Na imanju...živi sedmeročlana obitelj Tikel.“[37]



Fotografija 7, propagandni materijal agroturizma „Tikel“, Špinovci kraj Motovuna

Osim osnovne ponude boravka, posjetiteljima se pružaju i dodatni sadržaji kao što su jahanje, vožnja biciklima te šetnja i branje gljiva. U kontaktu s lokalnim stanovništvom, posjetitelji dobivaju neposredan uvid u specifičnu kulturu određenog dijela regije (Kocković Zaborski 2009:24). "Što nudi seoski turizam u Istri? Osnovne značajke su: zdrava i netaknuta priroda, sačuvani autohtoni način života, kvalitetna domaća hrana, povijesna/kulturna baština i blizina mora. Gosti koji se odlučuju za boravak u jednom od agroturizama znaju da će ovdje naći užitke za tijelo (domaća hrana, piće) i dušu (tradicija, običaji, mir)"[38]

Kako je tekao razvoj ruralnog turizma u Istri? Sa sigurnošću možemo početke osamdesetih godina 20. stoljeća navesti kao vrijeme kada se javljaju prve zamisli o ovom tipu turizma.

[37]http://www.nacional.hr/printable/articles/view/25004/ 22.8.2007.
[38]http://www.istra-istria.hr/masterplan/okvir.htm

Članci u popularnoj[39] i znanstvenoj literaturi[40] počinju problematizirati pitanje novog tipa turizma u Istri koji je popularno nazivan - *agroturizam* (Šišović 2007a). Pod utjecajem sajmova organiziranih u susjednim zemljama poput Italije i Slovenije, koji su bili specijalizirani za ovakav tip turizma, jača utjecaj na lokalno stanovništvo koje želi osigurati novi način zarade (Kocković Zaborski 2009:24).

S obzirom da je obalno područje Istre bilo orijentirano na masovni turizam, velike turističke tvrtke su počele organizirati posjete u unutrašnjost Istre, za goste hotela s obale. Tako se primjerice u Motovunu organiziraju tzv. *motovunske fešte* na terasi hotela Kaštel koje su nudile zabavni program za turiste. Obitelj Staver iz sela Krculi na Žminjštini među privima nudi takav tip izleta za turiste koji borave na obali (Šišović 2007a). "Prvi seoski turizam u Istri" otvoren je 1969. godine, kako navode vlasnici na svojoj internetskoj stranici, kao "mala konobica i ognjište gdje su se gosti družili s domaćinima i upoznali težak način života radišnih ljudi."[41] Ta 'mala konobica i ognjište' bili su poprište kako ih je nazvao novinar Glasa Istre, Davor Šišović, "village party-a", odnosno ugošćivanju većeg broja turista koji bi dolazili autobusima iz hotela s obale Istre, a ponuda se sastojala od „autentičnog ambijenta i domaće hrane i pića“ (Šišović 2007a), odnosno reprezentativnih uzoraka tradicijske kulture. "Danas je iz tog malog agroturizma nastala konoba koja ugošćava veći broj ljudi, ali i dalje uz pjesmu i folklor nastojimo prikazati kako je to nekada bilo."[42] Obitelj Štifanić na Stanciji Boškarin kod Višnjana nudi turistima sličnu ponudu u drugoj polovini osamdesetih godina 20. stoljeća. Na taj način, ugoščujući veliki broj turista, dolazilo do brze zarade, što je u suprotnosti s načinom na koji bi agroturizmi trebali funkcionirati, a na žalost pojedini danas tako djeluju.

Tijekom osamdesetih godina 20. stoljeća sve se više u javnom i medijskom te promidžbenom diskursu ističu istarske konobe.[43] Smještene su u ruralnom dijelu Istre, koje su svojim posjetiteljima nudile 'tradicijska jela i ambijent'. Ono što je danas već standard za izgled današnjih konoba - masivni drveni stolovi i klupe, drvene grede na stropu, predmeti etnografske baštine Istre kao dekorativni elementi tada tek postaju dio ugođaja koji se nude turistima. Na jelovnicima je umjesto ćevapčića, ražnjića ili bečkih šnicli, sada pršut i sir,

[39]Članak o agroturizmu koji izlazi početkom osamdesetih godina 20. stoljeća u časopisu "Gospodarstvo Istre" (Šišović 2007a)

[40]Članak Vinka Jurcana pod nazivom "Mogućnost razvoja agroturizma - seoskog turizma", SET "Dr. Mijo Mirković", Pula, 1989. (Baćac 2010:30)

[41]http://www.konoba-krculi.hr/o-nama/

[42]http://www.konoba-krculi.hr/o-nama/

[43]Konobe u Humu i Modrušanima, konoba "Teran" u Manjadvorcima, "Turist" u Prodolu bile su među prvima

maneštra, kobasice ili *ombolo*[44] s kupusom, zatim domaća tjestenina - njoki ili *fuži* s umakom od govedine ili divljači te za desert fritule i *kroštule*. Zanimljivo je istaknuti da su devedesetih godina, mnogi su vlasnici istarskih konoba prenamijenili svoje prostore u *agroturizme*. S druge strane se tek početkom devedesetih godina 20. stoljeća, počinje se formirati ideja seoskog gospodarstva koje će se primarno baviti poljoprivredom. Dodatna aktivnost bila bi pružanje usluge smještaja gostiju, i to većinom obiteljima (Šišović 2007a). Gosti na takva gospodarstva dolaze uživati u prirodnom ambijentu, te na taj način evociraju nostalgiju za izgubljenim (a u nekim slučajevima nikad doživljenim) vremenima, domaćoj hrani te 'reprezentativnim uzorcima' kao što su oruđe, posude za kuhanje i slični izdvojeni predmeti koji su postavljeni u prostor kako bi 'prikazali tradicijsku kulturu' lokalne zajednice. Turisti žele sudjelovati u berbi voća, mužnji krava ili grabljenju sijena. Zbog Domovinskog rata, tek pojedinci tek krajem 90-ih podižu kredite kako bi adaptirali ili proširili stare tradicijske kuće. Većina stanovništva sela u to vrijeme odlazi za poslom u gradove, a s nevjericom i podsmjehom gledaju na ovakve poteze malobrojnih pojedinaca (Kocković Zaborski 2009:25).

"Tko će ti doći ovdje, tko će u selo. Zafrkavali su se i pričali da bi mi bilo bolje da sam potrošio novac na kurve."
(Petar Grubišić, turističko seljačko gospodarstvo "Stari kostanj", kod Gračišća (Ravlić 2003))

"...danas isti ljudi koji su nam se prije smijali, odmahuju rukom i govore: 'Ah, lako vama'."
(Denis Tikel, sin vlasnika turističkog seljačkog gospodarstva "Špinovci" kraj Motovuna (Simić, Biluš 2006))

Među prvim aktivnostima u popularizaciji unutrašnjosti Istre bilo je promoviranje vinskih cesta. U listopadu 1994. godine, promovirana je prva vinska cesta u Istri koja je obuhvaćala četiri konobe na području Momjana i Nove Vasi. Ideja vodilja iza takvbih aktivnosti bila je jačanje turizma u ruralnom dijelu Istre te promocija istarskih vinara i njihovih proizvoda. Na taj se način željelo privući turiste koje ne zanima nužno samo more i sunce, naglasio je Denis

[44]Zarebnjak

Ivošević, tadašnji pročelnik županijskog Odjela za turizam.[45] Naglašavalo se posebno da je svrha osnivanja vinskih cesti i želja da se razvije turizam na seoskim gospodarstvima u unutrašnjosti Istre. Nakon ratnih zbivanja u Hrvatskoj, manjka gostiju na obali, propasti brojnih tvrtki i tvornica što je rezultiralo velikom nezaposlenošću, jedan je od mogućih izlaza bio povratak na selo. Tako je primjerice Miho Miličić, učitelj u osnovnoj školi u Žminju, u svojoj staroj kući, uz ponudu hrane koju je sam uzgojio na svom gospodarstvu, na Uskrs 1995. godine ugostio tridesetak talijanskih gostiju, koji su došli provesti trekking[46] vikend u Istri. Za razliku od inače, ovi gosti koji su boravili u selu Paladnjaki, željeli su sudjelovati u poljoprivrednim aktivnostima na gospodarstvu i bili su spremni za sve to i platiti.

Pojam *agroturizam* već je pomalo ušao u svakodnevnu uporabu, ali je prisutan i u 'govoru' politike. Osnovanjem jedinica lokalne samouprave u ruralnom dijelu Istre[47], bilo je potrebno odrediti smjer turističkog razvoja tog područja. Brigu oko razvoja ruralne turističke ponude Istre, na inicijativu Istarske županije preuzima Turistička zajednica Istarske županije 1996. godine[48]. Kako je razvoj ruralnog turizma bio pod vodstvom jedne institucije, dolazi i do povećanja broja registriranih turističkih seoskih domaćinstava (Šišović 2007b).

> *"Turizam na svom imanju smo pokrenuli na inicijativu lokalnih političara koji su u sklopu predizborne kampanje obilazili Istru. Kod nas se u to vrijeme počelo pričati o seljačkom turizmu zahvaljujući Italiji u kojoj je jako popularan, pa su tražili gospodarska imanja na kojima bi se on mogao realizirati. Došli su do nas, predložili nam da poljoprivrednoj djelatnosti dodamo i turizam te nam ponudili povoljan kredit jedne banke. Prihvatili smo jer se od poljoprivrede nije moglo živjeti, no nismo baš vjerovali da će ljudi dolaziti u tako izolirano mjesto. Nisu to velike udaljenosti od urbanih mjesta, ali u ono vrijeme se to činilo strašno. Ispostavilo se da ljudi žele baš to - izolaciju i mir."* (Denis Tikel, sin vlasnika turističkog seljačkog gospodarstva "Špinovci" kraj Motovuna (Simić, Biluš 2006))

[45] http://www.turizaminfo.hr/article.aspx?ar=234&to=107&ma=20&no=28
[46] Trekking je takva vrsta aktivnosti u kojoj ljudi hodaju po označenim putevima i na taj način upoznaju prirodu.
[47] Kao i u ostalim dijelovima Hrvatske.
[48] Pri Turističkoj zajednici Istarske županije osnovano je i posebno radno mjesto stručnog savjetnika za razvoj ruralnog turizma kojeg su obnašali Darko Lorencin (1996.-1999.), Robert Baćac (1999.-2004.) i Ozren Grbavčić (2004.).

Fotografija 8 – Mario i Denis Tikel, Turističko seljačko gospodarstvo „Špinovci“, foto: Tanja Kocković Zaborski

prvi katalog 'istarskog agroturizma' u kojem je predstavljeno 27 domaćinstava tiskala je Turistička zajednica Istarske županije 1998. godine. Pod naziv *agroturizama* ušle su brojne konobe, kušaonice, kuće s bazenom. Tek je mali broj gospodarstava s turističkom ponudom bio dio te knjižice. To su obitelj Tikel iz Špinovaca, kraj Motovuna, obitelji Šajina turističkog seoskog gospodarstva "Ograde"' u Katunu Lindarskom i obitelji Grubišić u Gržićima kraj Gračišća. Za razvoj ruralnog turizma u Istri bitno je naglasiti i utjecaj agencija I.D. Riva Tours iz Minhena,[49] koja je 1999. godine uključila u svoju ponudu i nekoliko turističkih seoskih gospodarstava i time pokrenula jaču promociju ovakvog tipa turizma što je rezultiralo popunjenošću preko devedeset dana u godini. Krajem devedesetih godina 20. stoljeća, u vrijeme kada je sve više gospodarstava u ruralnom dijelu Istre željelo biti i turistički 'zanimljivom', počinju se organizirati u udruge. Udruga Agroturist djelovala je od 1996. do 1999. godine[50].
Od 1999. djeluje udruga Agrotour Histria s istim članovima, ali s većom potporom regionalnih vlasti. Turistička zajednica Istarske županije i agencija I.D. Riva Tours zajedno su organizirale manifestaciju 'Dane otvorenih vrata seoskih

[49] Agencija I.D. Riva Tours osnovana 1994. godine u Minhenu specijalizirala se za područje Hrvatske, odnosno kako u samom nazivu stoji, za područje Istre i Dalmacije (to upravo i označavaju inicijali I. i D.) (http://www.idriva.com/about-us.html)
[50] Predsjednik udruge bio je Miho Miličić, a tajnik Edo Jeromela.

domaćinstava' od 2001. godine (Šišović 2007b). U vrijeme te manifestacije su na turističkim seoskim gospodarstvima bili su raspoređeni stručnjaci koji su zainteresiranima odgovarali na pitanja iz područja gastronomije, enologije, tradicionalne arhitekture, unutrašnjeg uređenja i dizajna, hortikulture, izgradnje bazena i zbrinjavanja otpadnih voda na prirodan način. Bilo je moguće dobiti informacije o dobivanju kredita od strane kreditnih stručnjaka pojedinih banaka (Kocković Zaborski 2009:30,31). Ta izuzetno popularna manifestacija prestala je s radom oko 2005. godine. Od 2011. godine Dane otvorenih vrata agroturizama organizira Agencija za ruralni razvoj Istre - AZRRI.

Oko 2011. godine osnovane su dvije nove udruge. Udrugu URRIS osnovanu 2011. godine vodi Libero Sinković iz agroturizma San Mauro iz Momjana.[51] Drugu udrugu vodi Denis Tikel. Osim toga, postoje i turistička seoska gospodarstva koji zbog loših odnosa među udrugama ne žele biti niti u jednoj. Iako nisu vidljive razlike u zahtjevima tih dviju udruga, vlasnici turističkih seoskih gospodarstava nisu složni, pa ne mogu surađivati i javljati se na EU natječaje kako bi razvili svoju djelatnost.

Institucionalnu brigu o razvitku turističkih seoskih gospodarstava u Istri donekle nastavlja AZRRI. Agencija za ruralni razvoj Istre je osnovana 2002. godine. Područja aktivnosti Agencije su poljoprivreda, lov, šumarstvo, ribarstvo, upravljanje gospodarskim i razvojnima programima, istraživanje i razvoj, edukacija poljoprivrednika.[52] AZRRI se bavi istraživanjima europskih primjera dobre praske, upoznavanja vlasnika turističkih seoskih gospodarstava sa zakonskom regulativom, usmjeravanje ka formiranju i brendiranju prepoznatljivih seoskih domaćinstava, promocija putem web stranica AZRRI-ja, upoznavanje s natječajima raznih ministarstava i međunarodnih natječaja putem kojih bi se mogla dobiti sredstava za poboljšanje usluge. AZRRI organizira razne edukacije, vlasnike agroturizama upoznaje s načinom korištenja tipičnih istarskih proizvoda na jelovnicima turističkih seoskih gospodarstava.[53]

U AZRRI-ju su organizirali edukaciju za korištenje mesa istarskog goveda za vlasnike gospodarstava. Iako se istarsko govedo nikada nije koristilo za jelo (jer je bilo vrijedno kao

[51] Članovi su obitelj Štifanić, San Mauro – Momjan, turistička seoska gospodarstva Montižel, Gologorički dol, Dešković, Štancija Auguran, Štancija iz Savičente
[52] http://www.azrri.hr/index.php?id=52 pristupljeno 26.2.2016.
[53] http://keyq.azrri.hr/uploads/media/ag... pristupljeno 12.3.2016.

radna životinja), danas, u vrijeme izrazitog smanjenja broja grla na ovaj se način potaknuo uzgoj i njegovo iskorištavanje. Vlasnici turističkih seoskih gospodarstava nabavljaju meso uz pomoć AZRRI-ja i nude ga na svojim jelovnicima.

Što se tiče jelovnika, ne postoje pravilnici koji određuju, kažu u AZRRI-ju, što su to tradicijska jela i koji bi obvezivali vlasnike što da ponude gostima. Ali kreće se s programom integralnog brenda na kojem bi se radilo na zaštiti domaće tjestenine i općenito domaćih tradicijskih jela. Tako bi se napravili standardi i normativi te pravilnik kojim bi se definiralo to pitanje, naglašavaju u AZRRI-ju. Kao što je već navedeno, AZRRI organizira 'Dane otvorenih vrata agroturizama' od 2011. godine koja su svojevrsni nastavak prijašnjih. Razlika je u tome što se u organizaciji AZRRI-ja više posvećuje promociji agroturizama koji žele sudjelovati na ovoj manifestaciji. Prijašnja manifestacija bila je orijentirana na edukaciju vlasnika agroturizama. Novija manifestacija traje četiri nedjelje u studenom, kada turistička seoska gospodarstva koja sudjeluju u toj akciji, nude gostima (koji se moraju najaviti) posebno pripremljene jelovnike po povoljnijim cijenama. Ova akcija provodi se i uz sudjelovanje Etnografskog muzeja Istre koji organizira radionice tradicijskog plesa, tkanja na tkalačku daščicu i izradu tradicijskih lutaka od krpe za zainteresirane posjetitelje.

Vlasnici se na sastanku prije same akcije u AZRRI-ju dogovore što će nuditi gostima. Obično to bude predjelo, glavno jelo i desert. Gosti mogu kupiti domaću marmeladu, sok, med ili sir koji proizvodi i prodaje određeno turističko seosko gospodarstvo ili OPG[54] i sudjelovati u radionicama.[55] Na jelovnicima u agroturizma za vrijeme „Dana otvorenih vrata“ najčešće je u ponudi sezonska *maneštra*, domaća tjestenina (*fuži*, njoki, *pljukanci*) sa *šugom* (umakom) ili *ombolo* (zarebnjak) i kobasica za *kapuzom* (kiselim dinstanim kupusom). Rijetka seoska gospodarstva se odlučuju na drugačiji jelovnik. U zadnjih nekoliko godina je primjerice turističko seosko gospodarstvo Montižel imao cijeli jelovnik na temu *cuke* (bundeve).

Iako se dogovaraju, mnogim vlasnicima je najjednostavnije u ponudu staviti *maneštru* i domaću tjesteninu sa *šugom*.[56] Zainteresiranih posjetitelja 'Dana otvorenih vrata agroturizama' ima jako puno. To su pretežno novi gosti, koji do tada nisu bili u turističkom seoskom gospodarstvu, a zanimljivo je to da poslije dolaze i često naručuju jelo koje je bilo na

[54]Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo koje se ne bavi turizmom

[55]Koje organizira Etnografski muzej Istre/Museo Etnografico dell'Istria

[56]Trenutno se provode konzultacije s vlasnicima turističkih seoskih gospodarstava koje provodi AZRRI, novinar Glasa Istre Davor Šišović i viša kustosica Etnografskog muzeja Istre/Museo Etnografico dell'Istria mr.sc. Tanja Kocković Zaborski kako bi se osmislio raznoliki jelovnik na Danima otvorenih vrata agroturizama imajući na umu specifičnosti pojedinog kraja u kojima se seosko gospodarstvo nalazi.

jelovniku u vrijeme 'Dana otvorenih vrata'. Na taj način se privlače novi gosti a 'Dani otvorenih vrata' su izuzetno dobra marketinška promocija svih turističkih seoskih gospodarstava koji sudjeluju u toj manifestaciji.
Organizacijom aktivnosti (poput edukacija i 'Dana otvorenih vrata agroturizama'), ali i savjetima oko zakonske regulative koja se odnosi na funkcioniranje turističkih seoskih gospodarstava AZRRI je ostalo jedino tijelo koje se aktivno bavi ovim pitanjem.

Konzorcij agroturizma i ruralnog turizma Istre "Ruralis" osnovan je 2006. godine[57] kao institucija koja se bavila zastupanjem interesa turističkih seoskih gospodarstava. "Osnovni ciljevi "Ruralisa" bili su kreiranje etički održivog razvoja u ruralnom području, zaštita i obnova ambijentalnih vrijednosti i vizura, promocija i razvoj tradicijske kulture kroz turističku ponudu pojedinog kraja, povećanje konkurentnosti usluga i proizvoda agroturizma." (Kocković Zaborski, 2009:31). Ruralis i Turistička zajednica Istarske županije 2007. godine, pokrenuli su projekt standardizacije objekata u ruralnom turizmu Istre koja se provodila svake dvije godine. Standardizacijom objekata željela se napraviti kategorizacija domaćinstava u svrhu olakšavanja turistima odabira kvalitetnog smještaja. Za oznaku kvalitete uzet je simbol šparuge, pa se tako jednom šparugom označavala domaćinstva koja su imala ispunjene obvezne standarde, s tri šparuge, domaćinstva koja su imala određeni broj dodatnih standarda te s pet šparuga domaćinstva koja su imala veći broj dodatnih standarda. U kategoriju dodatnih standarda ulazi položaj domaćinstva, uređenost interijera ili organizaciju aktivnosti za goste objekta. Na nacionalnoj razini još uvijek ne postoji klasifikacija objekata u ruralnom turizmu, a iz toga proizlazi da se nije dogovorilo niti oko pitanja standardizacije (Bašić-Palković, 2007). S druge strane postavlja se pitanje je li kategorizacija nužna? Kada se govori o tome da će se na taj način turistima olakšati odabir kvalitete ne govorimo li o uniformiranosti i gubljenju specifičnosti određenog objekta? Da li na taj način agroturizmi, njihovo uređenje, ponuda hrane i aktivnosti gube jedinstvenost i specifičnu draž po kojoj se razlikuju jedan od drugog. Ne privlače li upravo na taj način svoje goste?
Prema katalogu "Odmor u zelenoj Istri", kojeg je 2009. godine izdala Turistička zajednica Istarske županije, imamo samo dva turistička seoska gospodarstva koja su prošla standardizaciju: turističko seosko gospodarstvo "Stari kostanj", označen s tri šparuge i

[57]Osnivači su: Davorka Šaina koja je i predsjednica Skupštine (agroturizam "Ograde"), Kornelija Benazić (ruralna kuća za odmor u Sv. Katarini), Rita Ritoša (bed&breakfast u Vižinadi), Iva Šverko (ruralna kuća za odmor u Prapoćama) i Robert Baćac, direktor konzorcija.

"Ograde", označene s pet šparuga. Ideja o kategorizaciji i standardizaciji ipak nije provedena u Istri a niti na nivou turističkih seljačkih gospodarstava u Hrvatskoj.
Godine 2012. konzorcij Ruralis se preoblikovao u privatnu tvrtku koja se bavila savjetodavnim radom u ruralnom turizmu, ali tijekom godina gubi svoj značaj.[58]

Iako ne postoji kao pravna kategorija, agroturizam je jedan od tipova domaćinstava. Još je 2002. napravljena je tipizacija domaćinstava koja nude smještaj i obroke u ruralnom dijelu Istre koja je još uvijek važeća.[59] Razlikujemo sljedeće tipove: *agroturizam* je turizam na seoskom gospodarstvu gdje postoji poljoprivredna proizvodnja. Na *agroturizmu* je moguće boraviti duže, ali i svratiti na jednodnevni izlet, kušati gastronomske delicije pripremljene od namirnica iz vlastitog uzgoja.[60] *Ruralna kuća za odmor* je adaptirana stara istarska kuća čiji se prostor potpuno iznajmljuje gostima, ali postoji kontakt s domaćinom. *Ruralni B&B* (bed&breakfast) je domaćinstvo koje nudi noćenje i doručak pripremljen od vlastitih proizvoda.
Gosti su smješteni u odvojenim sobama s kupaonicama unutar kuće domaćina. *Ruralni obiteljski hoteli* su mali hoteli smješteni unutar prostora a tradicijskom arhitekturom, s kapacitetom manjim od 35 kreveta. Za boravak u takvom tipu smještaja karakteristična je interakcija domaćina i gostiju koji su upućeni i na dodatne sadržaje. *Odmor na vinskoj cesti* odnosi se na domaćinstva specijalizirana za proizvodnju vina na kojima se omogućuje upoznavanje s procesom proizvodnje vina, konzumacija, a postoji i mogućnost noćenja.
Postoji nekoliko vrsta objekata na seoskom gospodarstvu: *Vinotočje/Kušaonica* je objekt gdje se gostima priprema i poslužuje vino, voćna vina, proizvodi od vina, ostala alkoholna pića, suhomesnati proizvodi, sirevi koji se sljubljuju s tim pićima i namazi i to za najviše 80 gostiju istodobno. Drugi tip objekta je *izletište*. Tu se gostima pripremaju i uslužuju topla i hladna jela te pića za najviše 80 ljudi istodobno. *Soba* je objekt u kojem se pruža usluga smještaja, a omogućeno je turistima koristiti usluge prehrane, pića i napitaka u vidu doručka, polupansiona ili pansiona. Ostale kategorije su još *apartmani* i *ruralne kuće za odmor i kampovi*.
Apartman je objekt u kojem se gostima pružaju usluge smještaja, a opremljen je tako da gost može sam pripremati i konzumirati hranu te koristiti mogućnost prehrane u vidu doručka, polupansiona ili pansiona. Ruralne kuće za odmor su objekti gdje se gost može

[58]http://www.glasistre.hr/vijesti/arhiva/ruralis-postaje-konzultantska-tvrtka-351718 pristupljeno 20.3.2016.
[59]Istra countryside, knjižica iz 2011. godine dostupna je turistima i u pdf. formatu http://www.istra.hr/.app/upl_files/IstraCountryside12.pdf
[60]http://www.istra.hr/.app/upl_files/IstraCountryside12.pdf pristupljeno 20.3.2016.

odsjesti, koristiti prostor okućnice, sam pripremati hranu ili ju kupiti od vlasnika. Kampovi su takva vrsta objekata na seoskim gospodarstvima gdje se pružaju gostu usluge kampiranja, korištenje usluga doručka, polupansiona ili pansiona. Objekti na ulazu moraju imati oznaku od prirodnog materijala s naznačenim imenom seljačkog domaćinstva. Isto tako, prema pravilniku moraju biti namješteni, odnosno uređeni u skladu s tradicijom kraja gdje se nalaze.[61]

2.3.2.1. Zakoni i pravilnici važni za turistička seoska gospodarstva

Poseban, ako ne i najveći problem u funkcioniranju turističkih seoskih gospodarstava su zakoni i pravilnici koji propisuju što se smije, a što se ne smije nuditi po pitanju prehrane.
Prema pravilniku o pružanju ugostiteljskih usluga na seljačkom domaćinstvu iz 2011. godine seljačko domaćinstvo je obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo (OPG) upisano u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava sukladno odredbama Zakona o poljoprivredi (NN 149909 i 127/10) koje pruža usluge pripremanja i usluživanja toplih i hladnih jela, pića i napitaka iz pretežno vlastite proizvodnje za najviše 80 gostiju istodobno. Pretežno vlastita proizvodnja podrazumijeva proizvode proizvedene na vlastitom OPG-u, poljoprivredno-prehrambeni proizvodi proizvedeni na drugim OPG-ima koji se bave pružanjem ugostiteljskih usluga, šumske proizvode, samoniklo bilje, gljive, puževe, žabe, ribe koje član turističkog seoskog gospodarstva ulovi, ubere ili kupi. Obroci bi se prema pravilniku trebali pripremati i posluživati „na tradicionalan način“ od namirnica koje su uobičajene za kraj u kojem je seljačko domaćinstvo smješteno. Oni proizvodi koji ne moraju biti iz pretežno vlastite proizvodnje su: brašno, riža, margarin, maslac, ulje, sol, svi začini, šećer, mineralna voda, čaj, kava i sl.
To zvuči kao optimalno rješenje, jer pojedini OPG-ovi mogu nuditi višak svojih proizvoda za prodaju drugima, a ono što nedostaje turističkom seoskom gospodarstvu mogu kupovati od drugih. Na taj način gost bi trebao dobiti domaću namirnicu pripremljenu prema domaćem receptu kraja u kojem koristi svoj godišnji odmor.

Moraš imati legalan načina da dopuniš zalihe ako ti nestane namirnica. I da kupiš od susjeda krumpir, vino, tele. (Davor Šišović)

[61] http://www.poslovni-savjetnik.com/node/19286 PRavilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu – urednički pročišćen tekst NN br. 5/2008 do 118/2011 pristupljeno 12.3.2016.

Ipak, ne postoji pravno ograničenje da vlasnici primjerice odu u trgovačke centre i tamo kupe namirnice. To je stvar etike svakog pojedinog vlasnika turističkog seoskog gospodarstva. Drugi zakonski normativ je HACCP.[62] Kao objekti koji nude hranu svojim gostima, turistička seoska gospodarstva se moraju pridržavati ovog standarda. Vlasnici gospodarstava nisu zadovoljni brojnim pravilima i ograničenjima koja donosi HACCP.

> *Mi smo to znali otprije, to nije novina, ali ti trebaš bilježiti. Ali neke stvari se ne trebaju bilježiti jer je to praksa, neko zna da se treba čistoća voditi. Moraš analizu vode. Ma kakvu analizu? Moji su imali cisternu pokaj štale. I sad kakva je to čistoća bila? Cijeli život su tako. Ili su imali lokvu i tamo su pili. Ili su svaki dan s bačvom išli po vodu. Kolika je bila ta čistoća izvora ili bačve. Ili vinske bačve. Jedino se krečom to pralo i to je bilo sve.* (Libero Sinković)

Svjesni velikog broja zakonskih obveza pojedini vlasnici turističkih seoskih gospodarstava ponekad odlučuju svjesno ignorirati pojedine zakone.

> *Zakona se treba držati, ali treba se nekad i svoga držati. Ma ok, ča smo prije ljude trovali? Po HACCP-u bi tako bilo. Svaka čast zakonima, ali mi ćemo delat kako ljudi vole.* (Mario Tikel)

2.3.2.2. Gosti

Teorijsko polazište rasprave o turističkom iskustvu s domaćom hranom i prehrambenom baštinom je koncept „turističkog pogleda“ (tourist gaze) kojeg prvi spominje sociolog John Urry 1990.g. Razvitak domaće hrane mora se promatrati u odnosu na paralelni razvitak ruralnog turizma, stoga je ovaj koncept relevantan.

[62] To je općeprihvaćeni standard kojeg koriste svi subjekti koji se bave proizvodnjom hrane diljem svijeta. Nastao je na temelju razvojnog programa sigurnosti hrane za astronaute prije više od 40 godina u SAD-u. HACCP nije isti za proizvođače hrane, trgovce hranom ili objekte koji poslužuju hranu. (http://www.hah.hr/sigurnost-hrane/sustavi-kvalitete-i-sigurnosti-hrane/haccp/ preuzeto 28.2.2016.)

„Turistički pogled“ (*tourist gaze*) su određena očekivanja koja turisti polažu na lokalne stanovnike kada sudjeluju u baštinskom turizmu, u potrazi za ostvarenjem 'autentičnog' doživljaja. Kao odgovor na ta očekivanja i vrlo često kulturalne i rasne stereotipe, domaće stanovništvo reflektira taj 'pogled' turističkih očekivanja, odnosno ispunjava ta očekivanja kako bi ostvarili ekonomsku dobit (Urry 1996:115-33). Osim turista, odgovornost za „turistički pogled“ je i na turoperatorima, medijima, lokalnim vlastima koji i sami pridonose „turističkom pogledu“. „Baštinski turizam“ (*heritage tourism*) takav je tip turizma gdje će gosti vidjeti određeni prikaz elemenata kulture i tradicije. Pozitivne karakteristike tog tipa turizma su individualan pristup te lokalna interpretacija elemenata kulture u koju gosti dolaze. Izabrani elementi kulture i tradicije prikazuju se na suvremen način (Orlić 2013 prema Kocković Zaborski 2017:130) Pozitivni aspekti ove vrste turizma su razni gospodarski i društveni učinci u očuvanju kulturne baštine, ali na sve treba gledati u kontekstu održivog razvoja.
To znači da kulturne resurse treba koristiti umjereno, potrebno ih je interpretirati i pružiti autentično iskustvo posjetiteljima (Jelinčić 2010:40 prema Orlić 2011:86).

Urry naglašava da je turizam organiziran oko vizije ili pogleda kao ključnog ili prvobitnog osjeta. Vizualizaciji puta ili 'pogledu' sigurno su doprinijeli turistički vodiči koji su promovirali 'novu vrstu gledanja' (Urry 2002:4 prema VittersØ, Amilien 2011:5). Isto tako Urry dodaje da ne postoji pojedinačni „turistički pogled“ već da taj koncept trebamo gledati u odnosu na određeni povijesni period (ibid.).
„Turistički pogled“ koji donosi užitak i ostala iskustva organizira doticaj sa „drugima“.
Putem 'pogleda' reguliraju se osjetilna iskustva i identificira se nešto što nije uobičajeno, što je različito, što je „drugo“ (ibid.). Drugim riječima osim 'pogleda' na okoliš, uključivanje ostalih osjetila bitno je da se proizvede „osjećaj okoline“ unutar turističke industrije. Ne postoji samo prirodni okoliš, već i zvučna, mirisna, okusna okolina koja se treba iskoristiti od strane turističke industrije i istražiti od strane turista (ibid.).
Kritiku na podjelu između svakodnevnog života i odmora ističe Dean MacCannel (2001) naglašavajući nijanse između običnog svakodnevnog života i neobičnih iskustava koje turisti doživljavaju na odmoru. Smatra da se neobična iskustva događaju i u svakodnevnom životu, pa zato smatra da ova podjela nije valjana (McCannell 2001:25 prema VittersØ, Amilien 2011:6). S obzirom da McCannel smatra da turisti traže nešto 'iza' same turističke prezentacije, uvodi pojam „drugi pogled“ (*second glaze*) ističući da turistički doživljaj ne leži

toliko na onome što je viđeno (u 'prvom pogledu'), već u onome što nije viđeno. Turiste zanima kako su atrakcije prezentirane više nego same atrakcije po sebi (McCannell 2001:36 prema VittersØ, Amilien 2011:5).[63]

Interakcija turista sa životinjama, konzumacija svježih proizvoda, jela na bazi domaćih proizvoda daje iskustvo kroz 'turistički pogled' pomoću kojeg s povezuje proizvodnja hrane s porijeklom (VittersØ, Amilien 2011:10). Isto tako, ne ostaje sve na 'pogledu' već se tu radi o živoj interakciji između proizvođača/domaćina i turista te doživljaju okusa, mirisa domaćih proizvoda (ibid).

Kao što to naglašava Ivona Orlić, turisti su tražili lokalnu, domaću hranu za razliku od standardizirane ponude,[64] a to sam potvrdila prilikom terenskog istraživanja u turističkim seoskim gospodarstvima gdje su vlasnici isticali da je želja turista za 'autohtonim' proizvodima značajno utjecala na ponudu tradicijskih jela u agroturizmima.

Da nije bilo turista mi bi i dalje jeli ćevapčiće. (Paolo Nežić)

Jedna od bitnih odlika turističkog seoskog gospodarstva je prisan i neposredan odnos domaćina i njihovih gostiju. Vlasnici turističkog seoskog gospodarstva otvaraju vrata svog doma i u njemu ugošćuju turiste. Na taj se način, postupkom gostoprimstva, koji je zapravo karakterističan za bliske prijatelje, brišu se do tada postavljene granice između turista i lokalnog stanovništva. Gostroprimstvo je u ovom kontekstu promatrati kao isključivo ljudsku osobinu kojoj društvo oduvijek poklanja pažnju. Francuski filozof Jaques Derrida naglašava stoga da je nemoguće promatrati neku zajednicu, bilo ona manja ili veća, bez da je promatramo kroz prizmu principa gostoprimstva. Derrida stoga promatra 'stranca' kao osobu koja ne govori jezik domaćina (Dufourmantelle, Derrida 2000:5), ali ima određena prava koja su mu zajamčena principom gostoprimstva (ibid. 19). S druge strane i 'stranac' ima i određene obveze koje treba ispuniti. Ako se ne ponaša u skladu s određenim pravilima gostoprimstva, ta mu se prava mogu ukinuti (ibid. 23). Gostoprimstvo *poziva* i gostoprimstvo *posjeta* su dvije vrste gostoprimstva koje razlikuje Derrida. Današnje društvo poznae gostoprimstvo *poziva.*

Takvo gostoprimstvo ima određene uvjete, regulativu, pisana i nepisana pravila odnosno običaje kojih se potrebno pridržavati (Derrida 2009:131). Razlike između privatnog i javnog,

[63]**VittersØ i Amilien (2011:6) predlažu i „treći pogled“ kao onaj koji turisti imaju kada kod kuće koriste kupljene domaće prehrambene proizvode regije u kojoj su boravili, ali to više nije dio ove rasprave.**

[64]Bečke šnicle, pomes frtites,...

između 'stranog' i domaćeg jasne su putem takvog tipa gostoprimstva (Dufourmantelle, Derrida 2000:47,49). Ako to prenesemo u perspektivu turizma, možemo zaključiti da se iako se turiste prima 'u našu kuću', privatna sfera je ipak ograničena samo za obitelj ili prijatelje. "Nudimo gostoprimstvo samo pod uvjetom da se drugi pridržava naših pravila, našeg načina života, čak i našeg jezika, naše kulture, našeg političkog sustava i tako dalje." (Derrida 2009:131). S druge strane gostoprimstvo posjeta možemo promatrati kao čisto, odnosno bezuvjetno gostoprimstvo. Za razliku od gostoprimstva s uvjetima, ono nalaže da domaćin potpunom strancu prepusti dom i sve što je u njemu (Dufourmantelle, Derrida 2000:25). "Bez te pomisli na čisto gostoprimstvo (pomisli koja je ujedno, na sebi svojstven način, iskustvo) ne bismo imali ideju drugoga, drugosti drugoga, to jest nekoga tko ulazi u naš život, a da ga nismo pozvali." (Derrida 2009:132).

Postvlja se pitanje tko su gosti u turističkim seoskim gospodarstvima? Odnosno, kakav je odnos domaćina prema turistima? Potrebno je razlikovati ovdje domaće i strane turiste. Domaći gosti su najvećim dijelom izletnici koji dolaze preko vikenda. Najbrojniji Zagrepčani i Splićani (Kocković Zaborski 2009:29) te Riječani, ali i stanovnici Istre. Oni se najviše zanimaju za ugostiteljsku ponudu, a nije rijetkost niti da prenoće (Ravlić 2003).

Najviše stranih gostiju dolazi iz Njemačke, Nizozemske i Italije, a rezultat je to dugogodišnje suradnje Turističke zajednice s agencijom I.D. Riva Tours koja je dovodila njemačke i nizozemske goste, pa je stoga njihov broj veći. Za boravak u ruralnoj Istri zainteresirani su i Austrijanci, Belgijanci, a bilo je gostiju čak iz Izraela i Novog Zelanda. Talijani su vikend gosti i najčešće posjećuju najbliže turistička seoska gospodarstva u sjevernoj Istri. Od 2003. godine i Englezi počinju posjećivati Istru, a najčešće borave u ruralnim kućama s bazenima (Kocković Zaborski 2009:29). Pojedinačni gosti najčešće informacije nalaze preko interneta.

Nijemac - on dolazi, ali potroši ograničeno, on ima kao na kapaljku. I neki Talijani isto. Domaći gost je sigurno bolji gost. (Libero Sinković)

Što o gostima kažu njihovi domaćini?

"*Ne možete vjerovati kad vidite da gost, stranac legne pored izmeta od kokoši, kao da je legao na kauč sa zlatom*." (Ravlić 2003)

Ljudi hoće jednostavnost, seoski život. Prve godine su naši ljudi očekivali visoku kuhinju na selu, ali sada već znaju. Za razliku od stranaca koji su znali što očekivati (Mario Tikel)

„Bilo bi dobro da je gost educiran jer je tada svjestan što dobiva na određenoj lokaciji. Znao bi prepoznati što je autentično“ smatra novinar Davor Šišović.

Ono što oduševljava turiste je jednostavnost i neposredni odnos koji ostvaruju s domaćinima i njihovim susjedima. Nezaboravan doživljaj ostavljaju na njih neposredna komunikacija s domaćinima i mogućnost kupovanja domaćih proizvoda kao što su rakija, pršuta ili vino. Gosti posebno cijene (a i zbog toga se vraćaju) kada ih domaćini zapamte, oslovljavaju imenom ili već znaju što će popiti. Neki od najbitnijih elemenata usluge zbog kojih se gosti vraćaju su prvenstveno domaća prehrana i ambijent (Kocković Zaborski 2009:29).

"Većina gostiju iz zapadnih zemalja se čudi što mi još uvijek sami kuhamo"
(Mario Tikel, vlasnik turističkog seljačkog gospodarstva "Špinovci" kraj Motovuna (Simić, Biluš, 2006))

Fotografija 9 - Turističko seosko gospodarstvo "San Mauro", Momjan, foto: Tanja Kocković Zaborski

Odabirom ovakvog tipa turizma jasno je da turiste ne zanima boravak u modernim objektima, već osjećaj koji dobivaju prilikom boravka u adaptiranim, starim istarskim kućama.
Ti su objekti udaljeni od gradova i mora te upravo svojim ambijentom i ostalom ponudom privlače i zadovoljavaju sve potrebe stranih i domaćih posjetitelja (Ravlić, 2003).
Vlasnici agroturizama naglašavaju da su njihovi gosti profila i obrazovanja, a ne zanima ih klasični tip odmora, odnosno boravak na plaži. Vole šetati prirodom, borave na imanju, obilaze muzeje, spomenike, zanimaju ih običaji i gastronomija. Između ostalog, ako su turisti zainteresirani pojedini agroturizmi nude i zanimljive aktivnosti na samom imanju.
Gosti su u mogućnosti pomoći svojim domaćinima u obavljanju svakodnevnih aktivnosti, vaditi krumpire, okopavati lozu, 'mrviti *fažol*" (Šišović 2002) ili otićii u lov na tartufe.
Čak i nakon odlaska gostiju, komunikacija ne prestaje. Šaljući čestitke, pisma i fotografije zahvaljuju se na izuzetnom doživljaju svojim domaćinima i obećaju da će iduće godine ponovo doći. To je vrlo efikasan način valorizacije pružene usluge na seljačkom gospodarstvu (Kocković Zaborski 2009:29,30).

> Postoji dakako i drugačiji tip gostiju. To su oni koji ne znaju što je to agroturizam, pa se iz njihovih zahtjeva stječe dojam kao da su zalutali. Vlasnici agroturizama kažu da nije bitno otkuda gost dolazi, ali razina njegove osnovne kulture poznaje se prema njegovom odnosu prema domaćinima, kako ostavljaju sobe nakon odlaska ili koje jelo naručuju. Takvi gosti često naručuju specijalitete koji nisu karakteristični za tradicionalnu istarsku gastronomiju (i samim time nisu na jelovnicima u agroturizmu), šampanjac i onda se čude kada ih domaćin ne može poslužiti. Znaju biti jako zahtjevni, tražiti svakakve sitnice, pa im se onda na uljudan način da do znanja da su ipak trebali odsjesti u hotelu, a ne u agroturizmu. No, većina ipak poznaje specifičnosti ovakvog tipa turizma (Kocković Zaborski 2009:30).

Gosti na turističkim seoskim gospodarstvima su većinom starije stanovništvo (više od 30%), roditelji s djecom, a mlađi gosti čine najmanji dio broja posjetitelja (Bršić 2005 prema Mustač 2011:286). Na osnovu istraživanja koje je provedeno krajem 2010. godine na ispitanicima dobi 25-35 godina iz pretežno Grada Zagreba i Zagrebačke županije koji nisu posjetili niti jedno turističko seosko gospodarstvo željelo se vidjeti što je to što bi privuklo mlade

posjetitelje u takvu vrstu objekta u unutrašnjosti Istre i kakvi bi se načini oglašavanja trebali koristiti u tu svrhu (Mustač 2011). Kao asocijacije na (agro) turističku ponudu ispitanici su naveli „vino (49%), gastronomsku ponudu: *fuži*, tartufi, istarski pršut, maslinovo ulje, šparoge, začini (46%), tradicionalnu istarsku arhitekturu – kamene kuće (33%)“ (Mustač 2011:287). Osnovno sredstvo informiranja o ponudi je internet, a tek u manjoj mjeri su ostali mediji (ibid.). S obzirom na obrazovanost vlasnika turističkih seoskih gospodarstava, korištenje elektroničkom poštom, promocija putem interneta i društvenih mreža bila je ograničena. Neka od seoskih gospodarstava preuzimaju mlađe generacije, a to znači sinovi i kćeri vlasnika pa tu vidimo poboljšanje u marketingu.

2.3.2.3. Turističko seosko gospodarstvo danas

Koncept turizma na obiteljskim gospodarstvima, poznatiji pod imenom turističko seosko gospodarstvo ili popularnije agroturizam razvijao se u posljednjih petnaestak godina. Osim što su se vlasnici agroturizama ugledali na pozitivne primjere turizma na obali te način na kako takav tip turizma funkcionira u susjednoj Italiji, jedna od ideja takvog tipa turizma bila je da poljoprivredno gospodarstvo opstane odnosno bude samoodrživo tako da može plasirati svoj višak proizvoda putem turizma. Odnosno da se kao dodatna aktivnost na poljoprivrednom gospodarstvu uvede boravak turista koji će konzumirati sve proizvedeno na tom gospodarstvu. No, na većini gospodarstava vidljiv je trend koji je suprotan od očekivanog. Turizam, kao zamišljeni dodatni mehanizam zarade preuzima primat nad poljoprivredom. Prihodi od turizma su veći od onih iz poljoprivrede, a isto tako potrošnja turista je veća od poljoprivredne proizvodnje na gospodarstvu (vidi Mustač 2011). Tu su problematiku istražili tijekom pet godina na Institutu za poljoprivredu u Poreču u sklopu istraživačkog projekta „Agroturizam, čimbenik održivog razvoja“[65] Tijekom projekta izvršeno je istraživanje kako bi se saznali koji su problemi u poljoprivredi i turističkoj djelatnosti na agroturizmima. Rezultati istraživanja su pokazali da vlasnici gospodarstava smatraju da je potrebno uvesti dodatne poticaje i subvencije poput onih u Italiji, poboljšati mogućnost razvoja turističkih seoskih gospodarstava unutar programa poticanja malog poduzetništva, a isto tako je potrebno valorizirati kulturne i povijesne

[65] Rezultati istraživanja izneseni su na Proceedings 46th Croatian and 6th International Symposium on Agriculture, Opatia, February 14 - 18, 2011 .http://sa.agr.hr/2011/ pristupljeno 19.3.2016.

znamenitosti određenog kraja kao motiv privlačenja turista na boravak u ruralnoj Istri (Trošt, et al 2001:293).

Rezultati istraživanja pokazuju da vlasnici turističkih seoskih gospodarstava smatraju da je lokalna vlast najbitniji faktor u njihovom razvoju, a da država ima najmanju ulogu u tome. Vlasnici gospodarstava su u gotovo svakodnevnom direktnom kontaktu s lokalnom vlasti, odnosno općinom i gradovima, pa je logično da očekuju da se upravo lokalna vlast pobrine za izgradnju infrastrukture. Što to konkretno znači? To se odnosi na održavanje krajolika, kulturne i povijesne baštine, poticanje aktivnosti vezanih uz znamenitosti kraja te investiranje u razvoj poljoprivrede i turizma kao i njihovu promociju. S druge strane, država i županija bi trebale biti zadužene za uvođenje većeg broja poticaja, subvencija, smanjenje poreza i davanja kako bi se olakšalo poslovanje turističkih seoskih gospodarstava (ibid). Gospodarstva se mogu jedino putem tijela lokalne zajednice aplicirati na natječaje za dodjelu sredstava za unapređenje i razvoj ruralnog turizma. Stoga je jasna povezanost turističkih seoskih gospodarstava i tijela lokalne zajednice.

Prema mišljenju vlasnika gospodarstava za poboljšanje njihove djelatnosti najvažnije su prvenstveno neekonomske mjere. To se odnosni na održavanje čistoće i pristupačnosti okoliša za turiste, valorizaciju kulturnih i povijesnih znamenitosti koje će privući turiste u ruralne krajeve. Znimljivo je da su trećem mjestu važnosti su ekonomske mjere programa za agroturizme, a na četvrtom mjestu su subvencije i poticaji od strane tijela lokalne zajednice i države. Problemi koji se još navode su nedostatak informacija o programima kreditiranja s povoljnom kamatom. Ne smiju se izostaviti i neprimjereni zakoni i prostorni planovi, odnosno u konkretnim slučajevima izgradnja objekata kao što su podrumi, štale, objekti za strojeve i opremu. Isto tako, vlasnici ističu nedostatak zemljišta koje bi se moglo kupiti ili unajmiti, a na gdje bi se proizvodilo za potrebe turista. Posljedica navedenog je nedostatak poljoprivrednih proizvoda u turističkoj ponudi agroturizama te potreba da se ono što nedostje kupuje od gospodarstava koji se nalaze u blizini. To rezultira dodatnim administrativnim poslovima poput sklapanja raznih ugovora o kupnji, knjiženju prometa i slično (ibid.295, 296). Velik je problem i nedostatak radne snage, odnosno, činjenica da su obitelji s manje članova domaćinstva u nepovoljnom položaju jer nema dovoljno ljudi koji bi se bavili svim potrebnim poslovima na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu koje se bavi turizmom (ibid). Tome se doskočilo novim mjerama koje dopuštaju zapošljavanje osoba na turističkim seoskih gospodarstvima, što prije nije bio slučaj.

Uz prisutnost problema koji su istaknuti, malog i usitnjenog seoskog posjeda na kojemu je teško osigurati isplativu proizvodnju i turističku ponudu, loše infrastrukture, vrlo slabe ponude dodatnih sadržaja u okolici seoskog gospodarstva, danas se vlasnici turističkih seoskih gospodarstava sve više orijentiraju na povećanje broja turista. Što to znači? Gostima se nude proizvodi koji nisu proizvedeni na gospodarstvu kako bi se povećao broj turista i time ostvarila veća zarada. Ono što preostaje jest ponuda izvornog ambijenta, ali gube se ostali elementi ponude. Za one koji se tek žele okušati u ovom poslu, prepreke su brojne - velik broj propisa i ograničenja, nedovoljna povezanost institucija koje se bave strategijom ruralnog turizma, nedostatak zakona o ruralnom turizmu te neodređenost u 'pripadnosti' ministarstvima. Sve navedene poteškoće, ali i brojna druga ograničenja onemogućavaju brži i kvalitetniji razvitak ovog tipa turizma.

Danas se sve više pod pojmom 'ruralno' želi povezati i ekološke vrijednosti, specifična tradicijska znanja i kulturni identitet te poljoprivredu koja utječe na određeni sustav vrijednosti obitelji koja se s time bavi (Jelinčić 2007:278). Prema Strategiji razvoja turizma do 2010.g. posebno je bila prepoznata važnost programa za oživljavanje turizma na selu, odnosno u ruralnim područjima (ibid). Prema Strategiji razvoja turizma do 2020.g. procjenjuje se da na turizam na ruralni područjima (uključujući planinska područja) odpada u ukupnim međunarodnim putovanjima tek oko 3%. Razvitak ruralnog turizma u Hrvatskoj i dalje teče dosta sporo. Iznimka su područja Istre i Osječko-baranjske županije. Što se tiče gastronomije i enologije, kako se navodi u dokumentu, koja je usko vezana i uz seoski turizam, malen je broj inozemnih turista koji dolaze u Hrvatsku isključivo radi naših specijaliteta. Ipak, zbog domaćih gostiju zabilježen je porast potražnje. Posjećuju se vinske ceste, kupuje lokalna vina (61%), a 63% turista kupuje lokalne prehrambene proizvode. Takav tip ponude najviše se razvio u Istri te potom Dalmaciji i Slavoniji.[66] Jedan od temeljnih oblika seoskog turizma, turizam na obiteljskim gospodarstvima u najvećoj mjeri razvijen je u Istri i Dubrovačko-neretvanskoj županiji. U Hrvatskoj je 2016. godine bilo registrirano preko 260 obiteljskih seoskih domaćinstava u 11 županija.[67] Uspoređujući ovaj oblik turizma u Hrvatskoj s Europom, može se zaključiti da je seoski turizam još uvijek na početku svog razvojnog puta (Jelinčić 2007:279).

[66]http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html Strategija razvoja turizma Repoublike Hrvatske do 2020. godine

[67]http://www.klub-iznajmljivaca.com/seljacka-domacinstva/ pristupljeno 13.3.2016.

Kakvu budućnost vide vlasnici turističkih seoskih gospodarstava? Oni naglašavaju da je sve manje isplativo baviti se turizmom na seoskim gospodarstvima, bez obzira na jedinstvenu ponudu domaćih proizvoda na samome mjestu gdje su uzgojeni. Još uvijek su gotovo nikakvi poticaji za otvaranje takvog tipa gospodarstva, kreditne linije su nepovoljne, pa se tako vlasnici odlučuju u prenamjenu prostora svog seoskog gospodarstva u konobe ili u ruralne kuće za odmor s bazenima.[68] Tako se izuzima glavna djelatnost, a to je bavljenje poljoprivredom (Šišović 2007c).

Činjenica jest da se turizmom na seoskim gospodarstvima bave pojedinci, da nemaju institucionalnu podršku turističkih zajednica niti ministarstava. Jedan od najvećih problema s kojima se susreću vlasnici seoskih gospodarstava tijekom svog djelovanja jest činjenica da ne postoji jedinstveno tijelo koje bi se bavilo ovim tipom turizma. S obzirom na brojne zakonske regulative i brojna ministarstva pod koja pripadaju, vlasnicima je izuzetno teško pratiti sve promjene zakonske regulative. Na početku svojeg djelovanja bili su u nadležnosti Turističke zajednice Istarske županije, odnosno tamo je bila osoba koja je bila posebno zadužena za turistička seoska gospodarstva.

> *Prvo Baćac, pa Ozren, oni su bili ljudi zaduženi za nas. Stvorili su neka pravila po kojima smo trebali funkcionirati. Danas se AZRRI brine o nekim segmentima njihovog djelovanja, ali to nije dovoljno. Mi smo kao dijete koje je dobilo rukicu i dovelo nas se do tud pred školu i sad smo ostali sami. Mi svi koji to radimo jer ne znamo da li idemo u pravom smjeru. To je smiješno da ja funkcioniram toliko godina i da još uvijek ne znam da li idem u pravom smjeru. Svi su očekivali od Istre da bude primjer. Na kraju smo više jedni od drugih učili. Vidim da se išlo dalje kod drugih, a Istra je stagnirala. I to ni dobro. Mi smo svi ljudi koji su prošli pedesetu, naša djeca imaju dobar primjer kako se radi, ali žele malo kvalitetnije živjeti. Nisu definirana pravila, pa se odlučuju radije raditi u kuhinji u jednom hotelu. Najgore je jer ne znaš sutra koji će te pravilnik kačiti u obavljanju svog posla.* (Davorka Šajina)

[68]Tu vidimo proces koji je obrnut od onog koji se događao krajem devedesetih godina 20. stoljeća kada se tek krenulo u revitalizaciju ruralnog prostora istre

Tu treba navesti i problem marketinga koji se provodi od strane turističkih zajednica. Zbog ograničenog kontakta Turističke zajednice s vlasnicima agroturizama u knjižicama ponude u ruralnom turizmu mogu se naići nepotpuni ili netočni podaci o pojedinim domaćinstvima. Oglašavanje i reklamiranje samih agroturizama provodi se direktno s turoperatorima koji im dovode posjetitelje. Drugi način oglašavanja od strane vlasnika agroturizama je, a danas još uvijek najpopularniji, putem 'usmene predaje', odnosno gosti koji su zadovoljni će pronijeti glas o kvaliteti pojedinog turističkog seoskog gospodarstva. No, takav rudimentarni način oglašavanja nije dostatan danas, u vrijeme sve brže i svima dostupne komunikacije (Nikočević 2008a:19).

Kao što je već ranije navedeno, problemi u funkcioniranju agroturizama su brojni. Pojedina turistička seoska gospodarstva ne proizvode, već nude kupljene proizvode. Određeni vlasnici se još uvijek odlučuju na isplativiji, "autobusni" tip turizma na seoskom gospodarstvu (Baćac 2006:40). To znači da se veći broj gostiju dovodi autobusima na ručak ili večeru na turističko seosko gospodarstvo gdje takvi gosti borave na imanju jedno kratko vrijeme.

Ponuda aktivnosti na pojedinim turističkim seoskim gospodarstvima je ograničena. Jedan od razloga je i nedovoljna edukacija vlasnika. Drugi razlog bi mogao biti što je potrebno imati brojne licence i dozvole kako bi mogli nuditi pojedine aktivnosti branja namirnica s turistima. Primjerice za branje gljiva, šparoga vlasnici moraju imati položene tečajeve ili dozvole, pa će to ograničiti organizaciju takvog tipa aktivnosti na gospodarstvu. Najviše aktivnosti odnosi na rad u kućanstvu i iznajmljivanje bicikala (Ilak, Peršurić, *et.al.* 2010:131). Neki od kazivača naglašavaju da je jedan od problema nedostatak standardizacije objekata u ruralnom turizmu. Iako se krenulo s tim projektom 2007. godine, činjenica jest, da je vrlo mali broj objekata seoskog turizma prošao proceduru standardizacije. A, jedno od osnovnih pitanja, pitanje klasifikacije objekata na nacionalnoj razini, još uvijek nije provedeno u plan.

Teško je odgovoriti na pitanje koliko je zapravo seoskih gospodarstava koji pružaju usluge turizma danas u Istri. Neki stručnjaci naglašavaju da ih je oko desetak, u AZRRI-ju procjenjuju da u Istri danas ima nešto više od 20 turističkih seoskih gospodarstava, a oni surađuju s njih 17. Mora se istaknuti da u zadnjih deset godina nije otvoreno niti jedno novo turističko seosko gospodarstvo. (Šišović 2007c).

Posebno zanimljivo je pitanje razlike u funkcioniranju turističkih seoskih gospodarstava u vrijeme kada su kazivači počeli raditi i danas.

> *Kada sam pitao Markline što će se sada promijeniti u njihovom upravljanju poljoprivrednim dijelom gospodarstva sada kada imaju agroturizam onda mi je rekao da mora povećati fond stoke da bi imao dosta mesa za goste. To je korisno. Imati više stoke je dobro – zarada od mesa, obrađivanje zemlje, proizvodnja hrane, gojenje, paša – održavanje krajolika. Vidjeti stoku za gosta agroturizma je vrlo motivirajuće. To povećava doživljaj da si na autentičnoj lokaciji.* (Davor Šišović)

Obitelj Sinković otvorila je svoj turističko seosko gospodarstvo još 1995. godine.

> *Agroturizam je za one koji to znaju cijeniti. Mnogi to ne znaju. Agroturizam je za one koji žele da se vrate nekim starim, jačim okusima. Bez dodataka aditiva. Ono što je prirodno. Mi nastojimo da to zadržimo, taj nivo.* (Libero Sinković)

Davorka Šajina je otvorila svoj turističko seosko gospodarstvo 2000. g.

> *Razlika između agroturizama koji su uz granicu i koji nude tartufe – njima dolaze Talijani, Nijemci. Čak i ne rade po najavi, nego ko dođe. I puno više zarađuju. A turistima je sve dobro što im ponudiš. Za razliku od agroturizama u unutrašnjosti koji ovise o domaćim ljudima i onda ponuda mora biti dobra i domaća jer naši ljudi znaju kako to treba izgledati i kakav okus treba biti. To su ljudi koji su odrasli na toj hrani. Manja je ponuda ali kvalitetnija.* (Davorka Šajina)

Mario Tikel je otvorio svoj agroturizam 1999. godine, a Štefanići su otvorili 2000.g. Uspoređujući vrijeme kada su otvorili turističko seosko gospodarstvo i danas, naglašavaju da se promet jako smanjio od 2000.g. Dolazi isti broj ljudi, ali manje jedu, naglašavaju kazivači. U početku su ljudi jeli više sljedova, a danas se najčešće naručuje predjelo, glavno jelo, rjeđe

desert, sok i onda turisti najčešće piju vodu iz *špine* (slavine). Neki od vlasnika su sigurni da ne bi otvarali turističko seosko gospodarstvo da imaju priliku krenuti ispočetka. Isto tako, analizirajući današnji jelovnik, žele smanjiti broj ponuđenih jela. Za razliku od ostalih vlasnika turističkih seoskih gospodarstava Štefanići smatraju da je edukacija jako bitna i žele se usavršavati. Razlog tome jest što su oni ljudi u četrdesetima, znači 10-20 godina mlađi nego ostali vlasnici, a pretpostavljam da u tome vide i način kako je najbolje voditi agroturizam u budućnosti.

Agroturizam je obiteljski štih – da pojedu nešto domaće. Ko da su doma. Da nisu ograničeni. Moj muž ih vodi u konobu, pa popiju. Vrate se u salu. Djeca su slobodna, ne moraš na njima strepit. Domaća hrana, da su obiteljski nastrojeni gazde. Da pruže gostu kao da su doma. Da nemaju strah pitat. (Karmen Štefanić)

Posljednje turističko seosko gospodarstvo koje je otvoreno jest „Stara Štala“, u Borutu. Otvoreno je 2005. godine. U AZRRI-ju tvrde da će upravo to gospodarstvo biti ogledni primjerak funkcioniranja turističkih seoskih gospodarstva u Istri jer su vlasnici velika obitelj koja se sastoji od roditelja, četiri sina, četiri nevjeste te puno unuka. Uz to, ne smije se izostaviti da se članovi obitelji bave poljoprivredom.

Vodeće osobe u AZRRI-ju naglašavaju da je glavno obilježje funkcioniranja turističkih seoskih gospodarstava da se vlasnici bave poljoprivredom i da kad se najavi grupa turista, da pripreme svježu hranu. Isto tako ističu u AZRRI-u da je od 2009. godine u nekoliko turističkih seoskih gospodarstva vođenje preuzela mlađa generacija, a to znači sinovi ili kćeri vlasnika. Tako je kod obitelji Stojšić u turističkom seoskom gospodarstvu Dol, u Dušanima i kod Nevenke Ferlin kraj Žminja. Promjena je vidljiva primjerice u načinu komunikacije s gostima. Mladi ljudi koji su zaduženi za vođenje gospodarstva su računalno pismeni, pa s gostima komuniciraju preko interneta i društvenih mreža. Tržište traži brzi odgovor na svoje upite, tako da se tu može vidjeti napredak. Bolja komunikacija omogućava turistima brži i lakši pristup lokalnoj tradicijskoj ponudi.

U sljedećem poglavlju bit će riječi o vezi između pamćenja i prehrane. S obzirom da mi je namjera pokazati promjene istarske prehrambene tradicije na turističkim jelovnicima, važno je

bilo istražiti načine na koji se jelovnici u takvom kontkestu oblikuju. Naime, važno je bilo detektirati način formiranja jelovnika kod ponuđača usluge turizma u kojem je hrana glavna ili barem dio atrakcije, a za to je bilo nužno, osim vanjskih čimbenika dokučiti i one unutarnje - koliko su ti čimbneici u nesrazmjeru i jesu li uopće. Kako bih odgovorila na ta pitanja pokušala sam istražiti suodnos hrane i pamćenja i posljedice njihova odnosa na razvoj turizma.

3. PREHRANA I PAMĆENJE

3.1. Pregled razvoja istraživanja sjećanja i pamćenja

Povjesničari, sociolozi i antropolozi tek u relativno novije vrijeme raspravljaju o pojmovima kao što su sjećanje i pamćenje. Početkom 20. stoljeća u znanstvenim istraživanjima pod utjecajem kritike historizma, postavljaju se pitanja što pamtimo, što zaboravljamo te se propituje pojam kolektivnog pamćenja. Taj je pojam prvi puta je upotrijebio Hugo von Hofmannsthal 1902. godine. Dvadesetak godina kasnije francuski filozof i sociolog Maurice Halbwachs u djelu *Društveni okviri pamćenja* tvrdi da je pamćenje društveni, a ne individualni fenomen. Na taj način opovrgava istraživanja Sigmunda Freuda i Henrija Bergsona (Brkljačić, Prlenda 2006:9). Povjesničari se tim fenomenima počinju baviti tek sedamdesetih godina 20. stoljeća kada su teme poput obiteljskih rodoslovlja, nacionalne baštine, autobiografske literature bile u žiži njihova interesa.

Zanimanje za pojam pamćenja usko je povezan uz povijesni kontekst gospodarskog rasta nakon Drugog svjetskog rata u Zapadnoj Europi. Svijest o ubrzanom razvitku u svim područjima života i okrenutost prema budućnosti izazvali su osjećaj prekida s prošlošću. Konkretno se to odnosi na nestanak seljaštva, prekid sa mehanizmima prijenosa tradicije, prekid kontinuiteta s predratnim društvom koje je bilo orijentirano na nacionalnu povijest (posebno nacionalistički režimi čija je to bila polazišna teza). Drugim riječima, dolazi do promjene u gospodarstvu i politici. No, ovdje se ne radi toliko o prekidu sa prošlošću, već o osvještavanju i suočavanju s alternativnim pogledima na prošlost.[69] Povjesničari se tada počinju baviti novim temama kao što su spomenici i uz njih vezani rituali, obljetnice, obnovljene tradicije, arhivi, muzejski postavi, izmišljena tradicija (Hobsbawm i Ranger 1983) (ibid.10, 11). Brkljačić i Prlenda naglašavaju da se u ovom pregledu ne smije se izostaviti niti usmena povijest. Povjesničari shvaćaju u periodu nakon Drugog svjetskog rata da mogu bilježenjem usmenih svjedočanstava ljudi bolje objasniti makroprocese. Zbog načina rekonstrukcije povijesti od samih pojedinaca, sudionika, svjedoka, odnosno 'odozdo' (*history from below*) usmena povijest je dobila na svom značenju. Putem usmene povijesti mnoge su marginalizirane skupine dobile svoj 'glas' kao što su to žene, Afroamerikanci, seljaci, radnici (ibid.11).

[69]Različiti pogledi na primjerice Francusku revoluciju, ili kod nas na komemoraciju žrtava u Jasenovcu i Bleiburgu (Brkljačić, Prlenda 2006:10).

Širi znanstveni interes za temu kolektivnog pamćenja razvio se nakon što je 1982. godine američki povjesničar, stručnjak za židovsku povijest i kulturu Yosef Yerushalami objavio djelo *Zakhor. Židovska povijest i židovsko sjećanje* i 1984. godine kada je izašla zbirka eseja „Mjesta pamćenja“ s poznatim uvodom francuskog povjesničara Pierre Nora.

Obojica su pamćenje definirali „kao primitivnu ili svetu formu u suprotnosti s modernom historijskom sviješću“ (Brkljačić, Prlenda 2006:12). Ostali istraživači preuzimaju njihovu opoziciju pamćenje - historija i nastavljaju je unapređivati. Tako su 1983. godine britanski povjesničari Eric Hobsbawm i Terence Ranger skovali pojam 'izmišljena tradicija' (*invented tradition*).[70]

Pojam pamćenje ulazi duboko u znanstveni diskurs. Kolektivna historijska svijest pretpostavlja postojanje kolektivnog pamćenja. Prema izraelskom povjesničaru Amosu Funkensteinu (1993:6) kolektivno pamćenje je onda poput jezika, sustav znakova, praksi i simbola poput memorijalnih datuma, spomenika, imena mjesta, muzeja, običaja, ali i stereotipnih predodžbi. Individualno sjećanje, odnosno sam čin prisjećanja jest realizacija tih simbola (Brkljačić, Prelenda 2006:12). Prije nego što krenem u analizu odnosa prehrane i pamćenja, potrebno je definirati pojmove i istaknuti razliku između fenomena pamćenja i sjećanja, s obzirom da se tako prevodi engleska riječ *memory*. Brkljačić i Prlenda, naglašavaju da bi se pod pojmom sjećanja moglo označavati sjećanja i uspomene. S druge strane, određena aktivacija, odnosno proces prerade, zadržavanje ili odbacivanje informacija označavale bi pojam pamćenja. Svakako je za analizu bitno razlikovati pojam individualnog pamćenja u kojem se vrši psihološki proces usvajanja i onda pohranjivanja informacija. Individualno sjećanje odvija se u našoj svijesti, a radi se o obnovi predodžbe iz prošlosti. S druge strane kolektivno pamćenje obuhvaća „aktivnu praksu oblikovanja, strukturiranja i reorganiziranja sjećanja.“ (Brkljačić, Prlenda 2006:17). „Kolektivno sjećanje je onda skup uspomena koje dijeli određena zajednica i ono naravno karakterizira okrenutost prošlosti“ (Kocković Zaborski 2017:128). Kultura sjećanja naslanja se uglavnom na oblike odnosa prema prošlosti. Prošlost nastaje time što uspostavljamo donos prema njoj. Kako bi uspostavili odnos prema prošlosti ona ne smije potpuno nestati, odnosno moraju postojati određeni 'dokazi' koji su različiti u odnosu prema 'danas'.[71] Prošlost može nastati i zbog gubitka kontinuiteta i tradicije i tada se pokušava stvoriti 'novi početak'. Takvi novi počeci uvijek dolaze u obliku povratka prošlosti.

[70]Pojam će biti detaljnije objašnjen kasnije u tekstu disertacije.

[71]Primjerice kao kod jezika koji se s vremenom mijenja, a postajemo svjesni promijene tek kada dolazimo u kontakt sa nekim tekstom očuvanom u vremenu (primjerice sveti tekstovi) (Assmann 2006:49).

Francuski filozof i sociolog Maurice Halbwachs razvio je pojam kolektivnog pamćenja u svoje tri knjige.[72] Središnja teza koju zastupa u svim djelima je ona o socijalnoj uvjetovanosti pamćenja. On smatra da se niti jedno individualno pamćenje ne može formirati i održati bez odnosa s društvom. „Čovjek stječe pamćenje tek u procesu socijalizacije“ (Assmann 2006:52). To znači da pojedinac ima 'pamćenje' ali ono je kolektivno određeno. Odnosno, i najosobnije uspomene zapravo nastaju u komunikaciji i interakciji s drugima. Stoga, Assmann naglašava da se pamti ono što se može rekonstruirati kao prošlost unutar okvira sadašnjosti, a zaboravlja ono što se ne može povezati sa sadašnjošću. Funkcija individualnog pamćenja bila bi zapravo povezivanje pojedinca s obitelji, religijskim i nacionalnim zajednicama. Zaborav će nastupiti onda kada se prekine komunikacija koja omogućava funkcioniranje pamćenja (Kocković Zaborski2017:128). Sjetit ćemo se samo onoga što možemo komunicirati, odnosno onoga što je moguće smjestiti u relacijske okvire kolektivnog pamćenja (ibid. 53). Pamćenje kod pojedinca je, prema Assmannu, skup sastavljen od pamćenja ostalih u grupi koja su se međusobno komunicirala, a gledano iz kuta grupe, pamćenje je znanje koje se prenosi među članovima (ibid.). Halbwachs (1985:389) naglašava da je sjećanje je za razliku od mišljenja konkretno. To znači da bi ideje pronašle put do pamćenja moraju biti doživljene u obliku događaja. Nakon toga se učvršćuju u sjećanju grupe, a ulaskom u pamćenje transponirana je u pojam, simbol, značenje, odnosno dobiva smisao i postaje elementom sustava ideja određenog društva (Assmann 2006:53,54). Iz igre pojmova i iskustava nastaju figure sjećanja, a njihova posebnost objašnjava se putem tri značajke: Figure sjećanja trebaju uvijek biti povezane s prostorom i vremenom (ne nužno u geografskom i historijskom smislu). U ruralnim zajednicama to su selo i dolina, za obitelj važnu ulogu ima kuća, grad je bitan za građansku zajednicu, a regija za regionalnu zajednicu. Ne smijemo zanemariti niti pojam domovine. Što se tiče vremena, tvrdnja se odnosi na doživljeno vrijeme u smislu građanske, crkvene, seoske ili pak vojničke godine (Assmann 2006:54). Druga značajka je vezanost za grupu. Kolektivno pamćenje vezano je uvijek za određenu grupu i ne može se svojevoljno prebacivati na neku drugu grupu nositelja. Pripadamo grupi ako sudjelujemo u kolektivnom pamćenju i time se stvara identitet pojedinca ali i grupe. Grupa koja se smatra zajednicom čuva svoju prošlost kako bi istaknula svoju posebnost (u većini slučajeva je to prema vani) i trajnost (kako bi se postigao dojam kontinuiteta) (ibid 55). Treća je mogućnost rekonstrukcije. Pamćenje ne sadrži svu

[72]1925.g. „Društveni okviri pamćenja“, 1941.g. „Legendarna topografija Evanđelja u Svetoj zemlji. Studija o kolektivnom pamćenju“, 1950.g. „Kolektivno pamćenje“ .

prošlost, već samo onu koja se može rekonstruirati sa svojim relacijskim okvirom (Halbwachs 1985:390 prema Assmann 2006:56). Pamćenje ne rekonstruira samo prošlost, već se bavi i sadašnjošću i budućnošću (ibid. 57).

Assmann (2006:58) navodi da je Halbwachs (1985:75) smatrao da se putem usporedbe pojmova kolektivno pamćenje i povijest zapravo naglašava specifičnost vlastite povijesti u odnosu na ostala grupna pamćenja. S druge strane ako promatramo fenomen povijesti, jasno je da tu nema mjesta nikakvoj specifičnosti , već da je sve podjednako značajno. Isto tako je jasno da postoji samo jedna povijest i ona nije povezana s nekom posebnom skupinom ljudi, dok za razliku od toga postoje brojna kolektivna pamćenja. Stoga za Halbwachsa historija nije pamćenje jer ne postoji univerzalno pamćenje, nego je pamćenje kolektivno, grupno, specifično „identitetski korektno“ (Kocković Zaborski 2017:128). Unutar kolektivnog pamćenja, prema Assmannu, nalaze se „komunikacijsko“ i „kulturalno pamćenje“ (ibid. 59). Komunikacijsko pamćenje obuhvaća sjećanja koja se odnose na recentnu prošlost. To su ona sjećanja koja se dijele sa svojim suvremenicima, pa onda možemo govoriti o generacijskom pamćenju.

To pamćenje pripada grupi koja je nositelj pamćenja i ono nestaje kada nestaju nositelji tog pamćenja. Prostor sjećanja stvoren tim iskustvom komunikacije zapravo odgovara rasponu od tri do četiri generacije, odnosno 80-100 godina (Assmann 2006:63,67). „Komunikacijsko pamćenje“ ne počiva na pisanim izvorima, već isključivo na sjećanjima sudionika čiji se iskazi prikupljaju u okviru bilježenja usmene povijesti. Na to se obično nadovezuje službena povijest koja nije toliko koncentrirana na „povijest svakodnevice“ (ibid. 64). Treba naglasiti da kolektivno pamćenje funkcionira bimodalno: kao modus utemeljujućeg sjećanja u obliku rituala, plesova, mitova, odjeće, nakita. Navedeno predstavlja znakove putem kojih se komunicira, a isto tako pripadnici zajednice na taj način i pamte. S druge strane, biografsko sjećanje odnosi se na pojedinačna iskustva koja su se odvijala u ne tako davnoj prošlosti (*reacent past*) (ibid.). U grupi svi su nositelji pamćenja jednako vrijedni, iako stariji pamte više, a mlađi pamte manje (ibid 65). „Kulturalno pamćenje“ ima čvrsto uporište u prošlosti, nije bitna činjenica nego samo upamćena povijest, odnosno dolazi do transformacije činjenične povijesti u upamćenu povijest te tako postaje mit (ibid 64,65). „Kulturalno pamćenje“ uvijek ima posebne nosioce poput šamana, svećenika, učitelja, pisaca, umjetnika, odnosno svih onih koji imaju posebnu punomoć na znanje. Prenošenje tog pamćenja zahtijeva precizne upute, a prenose ga posebno odabrani pripadnici društva (ibid 66,67). Potrebno je naglasiti da oba oblika kolektivnog pamćenja postoje i egzistiraju jedan do drugog, a postoje kulture u kojima

je kulturalno pamćenje izdignuto iznad komunikacijskog (ibid 67). Assmann postavlja pitanje na koji način grupa sudjeluje u kulturalnom pamćenju, ako su njeni nosioci pojedini specijalisti? Okupljanjem i nazočnošću primjerice za blagdane ili prilikom rituala, grupa sudjeluje u kulturnom sjećanju. Tijekom rituala ili blagdana ponavljanjem radnji osigurava se priopćavanje i prenošenje znanja koje osigurava identitet i koherentnost grupe (ibid 68).
Halbwachs kaže da je tradicija „organizirani i objektivni oblik sjećanja", odnosno, da je to uobličavanje sjećanja (ibid. 59). On razlikuje pojmove „pamćenje" i „tradicija" na način na kojeg razlikuje pojmove komunikacijskog i kulturalnog pamćenja, odnosno već prije navedenog biografskog i utemeljenog sjećanja. Smatra da kada kolektivno pamćenje grupe počinje slabiti, na scenu stupa vrijeme kada se elementi prošlosti trebaju tumačiti (ibid 74,75).

Francuski povjesničar Pierre Nora također se bavio ovim pitanjima. On smatra da pamćenje[73] i povijest nisu sinonimi stoga ih trebamo promatrati kao suprotstavljene pojmove. Pamćenje prenose živi ljudi i ono je u trajnoj mijeni i uvijek podložno mogućnosti zaborava. Povijest je s druge strane nepotpuna rekonstrukcija onoga što je prošlo. Nora ističe Halbwachsovu tvrdnju da postoji onoliko pamćenja koliko postoji i grupa. Pamćenje je specifično, kolektivno, a opet individualno (Nora 2007:138). Stoga, prema njegovu mišljenju, propitivati tradiciju, znači ne smatrati se više njezinim nositeljem (ibid 140). Vezano uz to, Nora raščlanjuje dva pojma: središta pamćenja (*milieux de mémoire*) i mjesta pamćenja (*lieux de mémoire*) (ibid 135).
Mjesta pamćenja (*lieux de mémoire*) prvenstveno su ostaci u kojem preživljava svijest u povijesti. Upravo procesom deritualizacije svijeta nastala je potreba za pojmom mjesta pamćenja. (ibid 143).
Nora smatra da je današnje pamćenje prvenstveno arhivskog tipa jer se oslanja na ono što je najpreciznije u tragovima, materijalnim ostacima, snimkama i slikama. Isto tako što je pamćenje manje proživljeno iznutra to je veća želja za vanjskim, opipljivim znakovima pa je jasna opsjednutost arhiviranjem koje će očuvati cjelokupnost sadašnjeg trenutka, ali i prošlosti. Taj osjećaje je potpomognut činjenicom da je život sve ubrzaniji, nestalniji i da se javlja zabrinutost za pravo značenje sadašnjeg trenutka pomiješanog s tjeskobom što će se dogoditi u budućnosti pa je onda i bilo kakav ostatak ili svjedočanstvo vrijedno pamćenja.

[73]U tekstu iz 2007. godine se prevoditeljice Milena Ostojić i Ana Irena Hudl odlučile riječ *memoire* prevesti kao sjećanje, ali ću ja u skladu sa zbirkom tekstova pod naslovom „Kultura pamćenja i historija" urednica Maje Brkljačić i Sandre Prlenda (2006) preuzeti njihov prijevod tog pojma riječju pamćenje.

Međusobno je proporcionalno nestajanje tradicionalnog pamćenja s potrebom skupljanja svjedočanstva, ostataka, dokumenata, slika. Nora smatra da prijelaz iz pamćenja u povijest svaku društvenu skupinu primorava da preispita i definira svoj identitet oživljavanjem vlastite povijesti. Na taj način traže se vlastiti korijeni (ibid 145-150).

Nakon prekida s tradicijom, u vrijeme pojačane industrijalizacije pa sve do danas prvotno je možda bilo važno oživjeti prošlost (žudnja za blatom na čizmama, smradom gradova u 18. stoljeću), ali danas se više fokusiramo na prikazivanje prošlosti. S obzirom da smo izgubili i najtanju vezu s prošlošću dopušteno je da je stvorimo gotovo iz ničega. Danas se bavimo odabranim segmentima iz prošlosti, „reprezentativnim uzorcima" (ibid 153).

Mjesta pamćenja su mjesta u materijalnom, simboličkom i funkcionalnom smislu.

Primjerice, arhiv kao fizičko, odnosno materijalno mjesto važan je zbog toga što je u njemu smješteno, zbog svog simboličkog značenja. Funkcionalna mjesta poput priručnika ili oporuke ulaze u kategoriju mjesta pamćenja tek kao rituali, a sličan je primjer i minuta šutnje koja nam omogućava da se povremeno prisjetimo nekog događaja. Slična je situacija s pojmom generacija. Materijalna je jer se sastoji od ljudi koji čine generaciju, funkcionalna je jer omogućava prenošenje sjećanja, a simbolička jer se radi o iskustvu manje skupine ljudi koja karakterizira većinu ljudi koja nije sudjelovala u određenim događajima (ibid 156).

David Sutton naglašava da je tema pamćenja značajnije recentna od teme prehrane.

Antropolozi su se zanimali za aktivnu, a ne pasivnu prirodu pamćenja. Autor smatra da pamćenje nisu samo pohranjene slike u mozgu koje se izvlače po potrebi, već su stvorene kao interakcija između prošlosti i sadašnjosti. Sutton citira Lambek i Antzea (1998:xxix) koji govore da se identitet ne može sastojati od fiksne grupe pamćenja već se nalazi u neprestanim aktivnostima prisjećanja i zaboravljanja, prihvaćanja i odbacivanja (Sutton 2001:9). Antropološko zanimanje za teme pamćenja razvilo se usporedo sa zanimanjem za teme nacionalizma od sredine 1980-tih. Prema Suttonu antropologe je zanimalo što se u javnosti pamti zapisivanjem i omogućavanjem pristupa javnim izvorima kao djelu državnog projekta konstrukcije nacionalnih identiteta. Isto tako zanimala su ih i protu-sjećanja, odnosno što je izostavljeno iz cijelog tog procesa, a do čega se može doći putem usmenih kazivanja. Iako se puno pažnje posvećivalo sadržaju pamćenja, Sutton naglašava da se na oblik pamćenja i na činjenicu da se ti oblici mogu kulturalno uobličiti nije toliko obraćala pažnja. Upravo zbog toga je knjiga Paula Connertona *How Societies Remember* iz 1989. godine prema Suttonu

toliko važna za temu pamćenja. Connerton oživljava Halbwachsovo zanimanje za društvene prostore pamćenja i mentalna obilježja grupe (*landmarks*). Antropolozi su inspirirani radovima Halbwachsa i Nore proučavali kulturološki konstruirana područja poput krajobraza, označivača granica, osobnih ceremonijalnih predmeta. Sutton smatra da bi prehrana bila jedan takav objekt ili mjesto za prakse pamćenja u pojedinim društvima, a etnološki posao bi bio početi opisivati obrise takvih pozicija prehrambenih sjećanja. Prema Suttonu, Connerton se udaljava od poimanja pamćenja i kulture u smislu pisanih i tekstualnih modela (ibid 11). Bliži je Turnerovom promišljanju kulture kao izvedbe nego Geertzovom pristupu kulturi kao tekstu. U tom smislu želi promatrati kako funkcioniraju različiti tipovi pamćenja, a ne znanje o tome kako nešto napraviti. Stoga je skovao termin „običajno pamćenje“ (*habit memory*) (ibid 12).
Sutton naglašava da Connerton ne odbacuje pripovijedanje ili tekstualno pamćenje, s čime se i on slaže. Sutton ističe važnost i drugog tipa pamćenja koje može biti pohranjeno u tijelu, pa u svojim člancima istražuje kakve veze ima prehrana s ovim tipom pamćenja koje je više utjelovljeno nego verbalno ili tekstualno.

3.1.1. Prema antropologiji osjetila

David Sutton baveći se antropologijom osjetila ne odbacuje simbolički ili tekstualni pristup, već smatra da na ovaj način pokušava nadograditi spomenute pristupe.
Naglašava da istraživači unutar antropologije osjetila nisu do sada toliko obraćali pažnju na okus, već su bili fokusirani na miris, sluh te u nešto manjoj mjeri na pokret. Malo pažnje u literaturi tog tipa posvećeno je pamćenju. Iznimka je Nadia Seremetakis čiji pristup, po mišljenju Davida Suttona, povezuje teme utjelovljenja, običajnog pamćenja, socijalizacije, tradicije i moderniteta, povijesne svjesnosti, osjeta i pamćenja koje je vezano uz prikupljanje, kuhanje i konzumaciju hrane (Sutton 2001:15).
S obzirom da su teme prehrane i pamćenja još uvijek nedovoljno istražene u antropologiji, Sutton smatra da se putem prehrane dotiču neka pitanja procesa pamćenja o kojima se pisalo u recentnim istraživanjima o utjelovljenju i osjetima, u isto vrijeme predlaže neke nove pravce. Poslužio se pitanjem pamćenja kako bi potaknuo proučavanje prošlosti prehrane namjerno dodajući pitanje povijesne svjesnosti onim istraživanjima koja proučavaju prehranu u odnosu na ritual i svakodnevicu, u odnosu na povijest proizvodnje i konzumacije i identitete (etničke, rodne). Hrana i pamćenje omogućuju prostor za postojeće teorijske pristupe i nove

etnografske kontekste kako bi se stvorila nova teoretska pomagala za daljnja istraživanja (Sutton 2001:15,16).

O antropologiji prehrane i antropologiji osjetila počelo se intenzivnije pisati i istraživati u zadnjih dvadesetak godina, no nije došlo do teoretskih sinteza između ta dva istraživačka pravaca. Sutton naglašava da diskusiju o prehrani i osjetilnim aspektima pokreću Lèvi-Strauss, a kasnije Douglas. On ističe da se antropologiju osjetila promatra na strukturalistički način jer se svako od osjetila promatra kao oznaku (šifru) koja prenosi poruku. Zanimljivo je da antropologija osjetila ističe okusnu oznaku iznad svih ostalih osjetilnih oznaka. Sutton smatra da razmišljanja Mary Douglas predstavljaju možda najraniju mogućnost uzimanja u obzir višestruku osjetilnu dimenziju hrane. Ona govori o okusu, teksturi, temperaturi i boji grupiranima kao kontrastne skupine koje sačinjavaju određene obroke (Sutton 2010:210).

Proces kušanja istražuju Stoller i Olkes u „The Taste of Ethnographic Things“ 1989. g. i Seremetakis u „The Senses Still“ iz 1994. g. Stoller i Olkes smatraju da bi antropolozi trebali izbjeći potragu za „duboko usađenim skrivenim istinama“ već s terena što bolje opisati mirise, okuse, teksture zemlje, ljudi i hrane. Problem je u tome, tvrdi Sutton, što ostaju samo na čistoj etnografiji, a ne donose ništa u teorijskom smislu (ibid 211). Prema Suttonovu mišljenju, Seremetakis pak odlazi u dublju analizu pamćenja okusa i mirisa, promišljajući veze između osjeta i sjećanja, materijalnosti, modernizma i lokalnih spoznaja. Sutton smatra da je upravo Nadia Seremetakis jedna od prvih koja postavlja pitanja o vezi između osjetila i sjećanja odnosno o fenomenu sinestezije[74] (ibid).

Drugi pristup koji ide u smjeru povezivanja osjetila i pamćenja je onaj kojem se priklanja Mintz (1985, 1996) u detaljnom istraživanju teme slatkoće, prema Suttonovu mišljenju. U svoje radove je uključio opsežnu raspravu o tome kako je okus slatkoće koji je u vezi s proizvodnjom šećera, imao značajnu ulogu u povijesti koja je promijenila ne samo način ishrane, već i osjećaj vremena, roda, staleža, osjeta osobnog identiteta u odnosu prema obitelji, zajednici, radu i predmetu želje (šećeru).

3.1.2. Gustemologija

[74] To je neurološki fenomen u kojem se stimulacijom jednog osjeta nenamjerno javlja podražaj i u drugom osjetu. Ovdje Sutton upotrebljava tu riječ da bi označio reagiranje više osjeta na podražaj (u ovom konkretnom slučaju) mirisa ili okusa.

Sutton ističe da uporaba određene arome kao točke polazišta za razumijevanje društva i promjena koje su se dogodile, upućuje nas na radove Nadie Sermetakis te u vezu s konceptom gustemologije (*gustemology*) koju sam razvija (ibid 212).

Gustemologija je prema Suttonu takva vrsta pristupa koja uzima u obzir široki spektar kulturnih tema oko okusa i ostalih osjetilnih aspekata hrane (ibid 215).

Kao primjere takvog pristupa promišljanja Sutton navodi knjigu Judith Farquhar *Appetites: Food and Sex in Post-Socialist China* iz 2002. godine koja se fokusira na doživljaje aroma u današnjoj kineskoj prehrani i prirodnoj medicini. Sutton ističe da se Farquhar na vrlo sličan način kao Mintz (iako metodološki različito) bavi uzročnom snagom određene arome i načina kako se može naći u središtu našeg shvaćanja o tome kako društvo funkcionira i kako se mijenja (ibid 215). Drugi pristup gustemologiji, prema Suttonu može se naći u člancima koji se usredotočuju na osjetilni aspekt hrane kao dio konstrukcije osjeta mjesta ili projekata koje stvaraju mjesto. Jedno od takvih je i studija Amy Trubek pod naslovom „The Taste of the Place" iz 2008. godine. Ona istražuje konstrukciju pojma *terroir* u Francuskoj. *Terroir* definira kao „foodview", odnosno pogled na svijet kroz prizmu hrane (ibid 216).

Proučavajući *terroir,* promatra se produkcija okusa putem poljoprivredne proizvodnje hrane.

Prema mišljenju Davida Suttona gustemologija se ne smije orijentirati samo na okus kao jedini osjetilni aspekt hrane nego treba uključiti i mirise, teksture, temperaturu, ali i zvuk (Sutton 2011: 469,470). Najvažnija komponenta gustemološkog pristupa je nesumnjivo proučavanje sjećanja. Sutton primjećuje da bi pamćenje trebalo biti fokus našeg istraživanja prehrane.

U brojnoj literaturi možemo naći i različite vrste pamćenja - osobno, kolektivno, značenjsko (*semantic*), događajno, utjelovljeno ali isto tako i različite domene prehrane koje bi se mogle na taj način istraživati. Osjetilno sjećanje je prema njemu od presudnog značenja, pa su se znanstvenici počeli orijentirati na prustovski fenomen osjetilnog iskustva hrane. Osjetilni doživljaj kušanja domaće hrane budi sjećanja na lokalno znanje, okuse i mirise.

To sjećanje dovodi do evociranja ostalih segmenata proživljenog iskustva. Upravo o buđenju sjećanja koje izaziva kušanje određene namirnice ili jela govori i pisac Marcel Proust.

Okus i miris su, iako krhkiji, izdržljiviji ostaci prošlosti koji nam ostaju u pamćenju (Proust 1982:50 prema Sutton 2001:84).

Sutton ide dalje u istraživanju kada pokušava otkriti odgovor na pitanje što bi značilo za ovu vrstu istraživanja prehrane ako sjećanje promatramo kao osjet. Osjet je za njega komunikativni i kreativni kanal između osobe i svijeta. I osjet i sjećanje, ako ih tako gledamo,

su aktivni, kreativni, pa čak i transformacijski kulturni procesi, a ne samo primatelji empirijskih informacija (ibid 471).

Na tom tragu razmišlja i Nadia Seremetakis koja osjetilno sjećanje vidi kao neku vrstu pohrane. Pohrana je uvijek utjelovljenje i komunikacija iskustava, osoba ili događaja. Buđenje osjetila, naglašava Sutton je buđenje svojstva sjećanja i to opipljivog sjećanja. Pamćenje je pohranjeno u sadržaj koji se komunicira, dijeli, a isto tako sadržaji su pohranjeni u društveno sjećanje koje je povezano s osjetilima. Seremetakis tvrdi da hranu kuhamo pomoću emocija i sjećanja. Tako se budi (ili kuharskim rječnikom diže) društveno sjećanje. Isto tako prisjećamo se onih kojih više nema pomoću kuhanja, objedovanja, razmjene namirnica, a za sve to nam treba pamćenje.[75]

Pohrana sjećanja u osjete, što rezultira buđenjem i pamćenja i osjetila, bazirana je na, kao bilo koja vrsta pohrane, na odgođenoj konzumaciji, naglašava Seremetakis. Kuha se u najvećem broju slučaja upravo za druge, a kuhanje je upravo to odgađanje konzumacije. Odgađanje konzumacije ima smisla jer osoba uvijek kuha za nekoga tko mu/joj je bitan.[76] Pohrana i za onog koji daje i za onog koji prima kodira materijalni svijet koji nas okružuje. Ako bi se materija, u ovom slučaju obrok, odmah konzumirao, onda ne bi bilo osjetila i pamćenja (Seremetakis 1993:4). Seremetakis smatra da se osjetilna akulturacija (prihvaćanje druge kulture ili prožimanje kultura) i materijalizacija historijske svjesnosti odvija upravo putem dijeljenja hrane (ibid 13). Seremetakis ne gleda na zajedničko objedovanje samo kao društveno organiziranu konzumaciju jela i pića i pravila koja su nametnuta od društvenih institucija u procesu konzumacije hrane. Niti se to može ograničiti samo na osjetila koja su povezana s hranom poput okusa ili mirisa. Zajedničko objedovanje se može definirati kao razmjenu osjetilnog pamćenja i emocija te reinkarnaciju sjećanja i osjećaja tvari i predmeta (ibid). Upravo će o tome biti govora u dalje u tekstu disertacije.

3.2. Tradicija, turizam pamćenja i nostalgija

[75]Tu svakako treba spomenuti i ceremonijalno objedovanje u službi religioznih rituala gdje se ova tvrdnja izravno potvrđuje.

[76] Kuhamo s ljubavlju za svoje bližnje, za nekog koga volimo, ali to se može primijeniti i na kuhanje u turizmu, jer su turisti ljudi koji od kojih domaćini žive. Oni imaju veliko značenje za život obitelji (ako govorimo o turizmu na obiteljskim gospodarstvima).

Tradicija je važan segment kulturnog turizma. Prema Rihtman – Auguštin (1970:26), tradiciju čine elementi kulture koji se prenose s generacije na generaciju. Upravo su ti elementi koji se prenose, koje svaka generacija odabire i uklapa u priču svoje sadašnjosti, zanimljivi u ovom kontekstu. Prenošenje tradicije ne događa se samo usmenim putem već se i proživljava. Ivona Orlić (2013:73) tvrdi da uz tradiciju vezujemo pojmove kao što su kontinuitet ili prekid kontinuiteta kulture. Fenomen pamćenja i sjećanja možemo sagledati u odnosu na stanje mirovanja, odnosno zaborava ili aktivno stanje tih fenomena. Ako pak tradiciju promatramo kao nešto što je kontinuirano i staro, postavlja se pitanje koliko traje taj kontinuitet. Isto tako je zanimljivo da li s vremenom dolazi do odstupanja od originala neke pojave kroz vrijeme? Tradicija ima različita značenja za svaku novu generaciju. Stoga Jadranka Grbić (1994:121) s pravom zaključuje da se tradicija mijenja, prilagođava, ne miruje, a svaki sudionik doprinosi razvoju i propitivanju tradicije (Kocković Zaborski 2017:129,130). Karakteristike pojma tradicija jesu, da će generacijsko, odnosno kolektivno pamćenje, pripasti skupini ljudi unutar jedne – dvije generacije koji će moći međusobno komunicirati određene elemente tradicije i njihova značenja, kako tvrdi Assmann (2006). Prema mišljenju etnologinje Ivone Orlić (2013:74) tradicija je u istri turistički proizvod.Prelaskom u turistički sektor tradicija se prilagođava pravilima i trendovima te grane gospodarstva. Jasno je da će onda turiste zanimati samo segment kulture, ali ne i kontekst u kojem nastaje, odnosno tradicija u cjelini. U konkretnom slučaju tradicijske prehrane, turist će naučiti tehniku pripreme namirnice, ali ne i kontekst u kojem se uzgajala i konzumirala u prošlosti. Isto tako, premještanjem elemenata tradicije u turizam, oni postaju turistička atrakcija. Pozitivni učinci turizma na tradiciju mogu biti u tome što se pod utjecajem turizma reinterpretira, proučava, analizira i predstavlja novim generacijama (ibid).

Talijanske sociologinja Roberte Bartoletti smatra da „turizam pamćenja“ (*memory tourism*) nova vrsta turizma koja je posljedica načina života kakvim danas živimo. U situacijama kada se događa radikalna kriza kolektivnog i individualnog pamćenja jedan od direktnih posljedica je pojava nostalgije. Takva se moderna nostalgija onda iskorištava na turističkom tržištu.Komodificiranjem emosice, odnosno komodificiranjem nostalgije u turističke svrhe unutar „turizma pamćenja“ (*memory tourism*), iskorištava se fragmentiranost pamćenja i stvara novi turistički proizvod za već dosta zasićeno turističko tržište (Kocković Zaborski 2017:129,130).

Neke od osnovnih hipoteza koje Roberta Bartoletti (2010) postavlja su: postupni nestanak kolektivnog pamćenja uzrokuje strah prema promjenama koje nosi moderan način života pa se stoga javlja osjećaj nostalgije; postupno nestajanje tradicionalnih veza unutar lokalne zajednice neminovno rezultira i gubitkom snažnog osjećaja pripadanja.
U takvim je situacijama potrebno osmisliti kako ponovno potaknuti pojedince da sudjeluju u procesima obnavljanja društva imajući na umu njihove emocije. Sukladno s time proces komodifikacije nostalgije možemo pratitikao jednu od strategijaunutar gospodarske grane turizm.[77](Kocković Zaborski 2017:130,131)

No, prije nego što se pozabavim pitanjem fenomena turizma pamćenja, potrebno je nalizirati pojavu kolektivnog i individualnog pamćenja te kao posljedicu osjećaj moderne nostalgije kao tipične bolesti modernog svijeta (ibid). Moderno društvo danas karakterizira činjenica da svaki fenomen nije nužan, ali nije niti nemoguć. To znači da je društvo otvoreno za razne mogućnosti, a pojedinci su fleksibilni, prilagodljivi, otvoreni novim idejama i okolnostima. Drugim riječima nisu toliko vezani uz određene fenomene i norme.
Sutton i Bartoletti promatraju kolektivno pamćenje. Oboje se referiraju na značenje pojma kojeg donosi još Maurice Halbwachs (1980,1992). Kada Halbbwacks govori o kolektivnom pamćenju početkom 20. stoljeća, već tada govori o pamćenju koje je postupno nestalo, koje je fragmentarno i u iznimno malim količinama dio živog sjećanja u tom trenutku. Bartoletti naglašava da je ta vrsta pamćenja samo ostatak nekadašnjeg načina života u kojem su pojedinac i lokalna zajednica bili jače povezani. U skladu s navedenim, autorica predlaže da fenomen moderne nostalgije promatramo kroz prizmu promjene individualnog i kolektivnog pamćenja predmodernog društva, odnosno kao posljedicu tzv. digitalnog pamćenja modernog društva. „Gledajući iz te perspektive, nostalgija izgleda kao tipičan moderni oblik individualnog osjećaja.“ (Kocković Zaborski 2017:130,131).
Povijesno gledano, nostalgija se prvi puta u Europi pojavljuje kao bolest. Termin je skovao švicarski liječnik Johannes Hofer 1688. godine kako bi opisao novu vrstu bolesti koja pogađa sve veći broj njegovih sunarodnjaka. On ju opisuje kao 'tužan osjećaj koji potječe od želje da se pojedinac vrati u svoju domovinu' (Boym 2001:3 prema Bartoletti 2010:24). Riječ potječe

[77]Više o ovoj perspektivi u McCannel (1999), Coleman i Crang (2002) i Gemini (2008) (Bartoletti 2010:23 prema Kocković Zaborski 2017:130)

od grčkog korijena: *nostos* što znači povratak kući, ali i pjesmu o povratku kući; i korijena: *álgos* što označava patnju (Bartoletti 2010:24,25).

Prvi koji su bili pogođeni ovom bolešću bili su oni koji su iz raznih razloga živjeli izvan svoje domovine, poput vojnika, mornara, slugu koji su radili u inozemstvu, ali i seosko stanovništvo koje je sve više napuštalo selo i odlazilo raditi u gradove, daleko od svog doma. Nostalgija se očitovala kod takvih ljudi ne samo psihički već i fizički – uz simptome kao što su pomanjkanje apetita, vizualne i slušne halucinacije pa čak i cerebralne upale. Ta je bolest bila toliko rasprostranjena, poput neke vrste epidemije pa su je počeli tretirati kao javno zdravstveni problem. Europu je nostalgija zahvatila već u 17. stoljeću, a u SAD dolazi sredinom 1800-tih. Iako su se liječnici pokušali boriti s ovom bolešću (pa su čak slali pacijente kući), u 19. stoljeću je općenito mišljenje bilo da se nostalgija ne može izliječiti.

Autorica smatra da je nostalgija osjećaj individualne patnje ali epidemijskih proporcija s kolektivnim korijenima. Upravo radi toga, Bartoletti (2010:25) ističe da je nostalgija karakteristična za moderno vrijeme zbog osjećaja gubitka te činjenice da se ne možemo vratiti 'na staro' kako bi ublažili simptome. Postavlja se pitanje zašto je to tako. No, treba imati na umu, ističe autorica da se nije moguće vratiti 'na staro', da ne postoji to fizičko mjesto. Prekinute veze između pojedinca i lokalne sredine, pojedinačnog i zajedničkog načina života te onda individualnog i kolektivnog pamćenja donose taj osjećaj gubitke, odnosno nostalgije. Gledajući u prošlosti, jasno je onda zašto je osjećaj nostalgije bio prisutan kod ruralnog stanovništva nakon primjerice odlaska u gradove. Njihove su veze unutar lokalne zajednice još uvijek bile jake, a dada su dolaskom modernizacije pomalo nestajale (Kocković Zaborski 2017:131). Bartoletti stoga tvrdi da nostalgija proizlazi iz krize kolektivnog, propisanog, organskog, predmodernog pamćenja. S druge strane svakako je potrebno naglasiti da fenomen nostalgije ne nastaje isključivo kod seoskog stanovništva ili za žiotom na selu koji može vrlo lako biti stereotipiziran i dolaskom modernog načina života predstavljati utopijski trenutak. „Umjesto toga, nostalgija otkriva individualnu i kolektivnu osjetljivost za koju se može smatrati da je simptom upornosti ne-slučajnih pamćenja, usprkos činjenici da konkretna, tradicionalna polazišta za ta pamćenja (uključujući način života, forme društvenih odnosa, objekte i njihovo značenje) nisu još nestala“ (Kocković Zaborski 2017:131)

Isto tako nostalgija predstavlja želju koja se nikada neće moći ostvariti u svom nekadašnjem smislu. S obzirom da se nemoguće vratiti svom 'mitskom domu' koji vjerojatno nije niti

postojao, mođemo za potrebe turizma to simulirati. Takvo će mjesto postati mjesto konzumacije i zabave. Bartoletti ističe da se takvo mjesto može kontinuirano eksploatirati i tako stvoriti nove prilike za konzumaciju (ibid).

To je upravo okosnica ovog istraživanja putem kojeg se promatraju turistička seoska gospodarstva u Istri. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo nudi mogućnost boravka domaćim i stranima turistima koji su smješteni u (agro)turističke objekte koji su opremljeni u tradicijskom stilu. Turistima se nudi domaća, lokalna, regionalna prehrana bazirana na obiteljskim receptima i tradiciji u zajedničkim blagavaonama u kojima se gotovo uvijek nalazi otvoreno ognjište.[78] Na njima se ponekad pripremaju jednostavnija tradicijska jelaDomaći i strani turisti mogu, ali i ne moraju sudjelovati na raznim aktivnostima koje nude pojedini agroturizmi. To su primjerice radionice pripreme hrane, jahanje i sl. Pojedini agroturizmi nemaju mogućnost noćenja u svojim objektima, već pružaju mogućnost prehrane domaćim, tradicijskim jelima.[79] Boravkom na agroturizmima te neposrednim kontaktom sa svojim domaćinima, mogućnošću sudjelovanja u berbi grožđa provlači se osjećaj nostalgije za 'izgubljenim' načinom života kada su pripadnici zajednice bili povezaniji. Želja je to za povratkom u vremena kada je zajednica bila povezanija (Kocković Zaborski 2017:131,132).

Ambijent, prehrana i aktivnosti koji se prodaju/nude turistima koristeći se elementom nostalgije kako bi privukli goste. Vlasnici agroturizama 'koriste' nostalgiju kako bi turistička ponuda bila drugačija od one koja se nudi na obali. U unutrašnjost Istre zato dolaze imućniji turisti, višeg obrazovanja, a to su upravo oni koji si mogu priuštiti ovakav tip smještaja i koji teže za ovakvom vrstom turizma.

„Turizam pamćenja“ Bartoletti vidi kao moderni fenomen komodifikacije nostalgije (2010:25). Karakteristike te nove granice emocionalnog turizma autorica opisuje kroz dvije studije slučaja: Heidiland i Heididorf – turizam u švicarskim Alpama gdje je prema priči boravila Heidi. Eksploatacija nostalgije u turističke svrhe ovdje se vrši apelirajući na predmoderni način života na selu i kontakt s prirodom. Drugi je primjer iz bivše Istočne Njemačke, gdje se eksploatira 'način života' koji je nestao padom Berlinskog zida kako bi se osigurala opskrba nostalgičnim iskustvima turistima koji žele 'drugačiji' tip turizma (Bartoletti 2010:25,26).

[78] Gotovo svi obroci na agroturizmima u Istri pripremaju se u kuhinjama uređenim prema HCCP-u

[79]Detaljnija razrada kako su nastali jelovnici u agroturizmu te koji je odnos turizma i tradicijske prehrane u agroturizmima u Istri biti će objašnjen nešto kasnije u tekstu.

„Turizam pamćenja“ iskorištava nostalgiju, osjećaj koji je individualan ali duboko kolektivno ukorijenjen. Uspješnost takvog turizma povezana je uz nostalgiju koja je povezana uz nestanak ruralnog načina života, veze s prirodom i zemljom, organskih veza koje povezuje individualce s tradicionalnom zajednicom. Upravo iz razloga što se ne može pronaći 'nekadašnje' zadovoljstvo (to mistično mjesto, taj dom koji više ne postoji, a pitanje je da li je uopće postojao) tržište je pronašlo način da se 'utaži ta vrsta žeđi' (Bartoletti 2010:32).

Ono što se svakako treba istaknuti jest da je u Istri ruralno turistička ponuda koja se zasniva na domaćoj, tradicionalnoj prehrani i tradicijskoj arhitekturi nije izmišljena. Iako se ovdje radi o izabranim elementima tradicijske kulture koji su gotovo isti u svakom agroturizmu, ti elementi su dio tradicijske kulture, a ne potpuno izmišljeni. Veza domaćih turista koji dolaze u turistička seoska gospodarstva s mjestom (znači turista porijeklom iz Istre ili s istarskog sela) jača je i, mogli bismo reći autentičnija. S druge strane su tu turisti koji nisu dio ove kulture, ali se upravo komodfikacijom nostalgije dotiče na zajednički i sveprisutni osjećaj gubitka nekadašnjeg načina života kojeg ne možemo vratiti. Boravak u agroturizmima možda je jedan od načina da ostvarimo tu želju (Kocković Zaborski 2017:132). Bartoletti ističe i veliku ulogu medija u komodifikaciji nostalgije bilo da se radi o reklamama, video materijalu, filmovima, web marketingu ili tiskanom propagandnom materijalu (ibid 32). Upravo mediji odnosno taj vizualni dio komodifikacije nostalgije ide u smjeru stereotipizacije scena idiličnog seoskog života ili namirnica i jela koja su karakteristična za pojedinu regiju (ne uzimajući u obzir lokalne različitosti).

Marketinška eksploatacija nostalgije unutar turizma pamćenja dovodi do toga da i samo pamćenje postaje homogeno. Isticanjem određenih pojedinosti, a zanemarivanjem drugih dovodi do toga da i pamćenje postaje turistički proizvod za konzumaciju. Putem komodifikacije, tim je sjećanjima opskrbljen veliki broj konzumenata. Autorica postavlja pitanje koju vrstu pamćenja može komodificirati turizam pamćenja. To je 'pamćenje drugih'. Turisti koji nikada nisu iskusili elemente tradicije koji se nude, ali počivaju na istim i sličnim vrijednostima na kojima su odgajani. Kao primjer tu možemo navesti nostalgiju koju osjećaju Japanski turisti posjećujući selo gdje je živjela Heidi. Takva vrsta nostalgije nastala je zbog modernog načina života i nestanka povezanosti među pripadnicima lokalne zajednice (Bartoletti 2010). Takva vrsta pamćenja javlja se i kod stranih turista koji dolaze na obiteljska poljoprivredna gospodarstva u Istri. To znači da, iako turisti koji dolaze i borave u

agroturizmima, nisu dio kulture Istre i Kvarnera. Na agroturizmima se nudi 'povratak u prošlost' koja je dovoljno poopćena da može biti primjenjiva na one koji nisu odrasli s ponuđenim okusima. Kao drugo, turisti mogu doživjeti oživljavanje svojih sjećanja koja mogu biti živuća i utjelovljena. U ovom slučaju turizam pamćenja vodi prema mjestu pamćenja (*leaux de memoire*). Agroturizam će biti mjesto na kojem se obnavljaju uspomene, gdje se pomoću okusa i načina pripremanja tradicijskih jela oživljavju tradicijska znanja i vještine koje smo stekli u djetinjstvu (Kocković Zaborski 2017:128). „Turizam pamćenja“ može u svojoj ponudi nalikovati „baštinskom turizmu“, ali postoje važne razlike. Nostalgija i prije spomenuto utjelovljeno pamćenje nisu dio ponude baštinskog turizna. Takav tip turizma je povezan za tradicionalnu kulturnu baštinu. U turizmu pamćenja ti materijalni povijesni ostaci nisu toliko neophodni (kao što to možemo vidjeti i na primjeru turizma u Heidinom selu). Jedna od najpozitivnijih strana turizma pamćenja je činjenica da se može razviti bilo gdje, odnosno mora postojati određeno pamćenje koje može postati univerzalno, pa se može generalizirati. Ono što se nudi posjetiteljima nisu spomenici i građevine već iskustvo 'obnove' sećanja, mogućnost da se donekle utaži nostalgija za prošlim vremenima. Takav turistički proizvod je u današnjem društvu od iznimne vrijednosti (Bartoletti 2010: 41 prema Kocković Zaborski 2017:132,133). Smatram da iako na agroturizmima imamo brojne materijalne ostatke prošlosti poput predmeta koji se nalaze u zajedničkim blagovaonama ili primjerice otvorenog ognjišta, oni su zapravo samo u službi poticanja nostalgije. Turisti ne dolaze u agroturizme da bi uživali u pogledu na objekte iz prošlosti (kao u muzejima). Na osnovu toga zaključujem da se ne radi o baštinskom turizmu. Glavna orijentacija ovakvog tipa turizma jest na (agro) turističku komodifikaciju osjećaja nostalgije. Domaćini pripremaju objede inspirirane obiteljskim receptima, a turisti imaju osjećaj 'povratka' u prošlost. To je vrijeme kada je hrana bila 'ukusnija'. Ta 'mitska prošlost' podrazumijeva blisko povezanog pojedinca s obitelji i lokalnom zajednicom. Prenošenje znanja i vještina s tarijih na mlađe. Naravno, nemogućnost 'povratka na staro', odnosno iskorištavanje nostalgije u turističkom smislu događa se upravo u turističkim seoskim gospodarstvima. Ove tvrdnje bit će potkrijepljene kasnijom analizom terenskih zapisa (Kocković Zaborski 2017:132,133).

3.3. Kulinarski turizam

Hrana i tradicija pripreme hrane važan su dio kulturne baštine. Namirnice koje danas kupujemo u supermarketima te različiti načini na koje ih pripremamo govore nam zapravo

o povijesti civilizacije. Tijekom povijesti, od najranijih dana, ljudi su se u potrazi za hranom putovali i susretali se, trgovali i ratovali. Ta konstantna promjena odnosno komunikacija među ljudima i robama, pa time i hranom, dovodi do razmjene prehrambenih namirnica i inovacija u načinu pripremanja istih. I danas ljudi, no ovaj put u želji za ispunjenjem dokolice, putuju radi hrane koja je neizostavni dio materijalne i nematerijalne kulture određene zajednice. Mnogobrojni predmeti materijalne kulture koji su izloženi u muzejima, bili su dio prehrambene tradicije pojedinog kraja, regije ili nacije. No, način na koji su predstavljeni na izložbama često nam ne govori dovoljno o jelima koja su dio prehrambenog identiteta određene zajednice. Kuharice su također značajni izvori za proučavanje povijesti, medicine, društva u cijelosti, i daju nam uvid u prehrambene navike različitih kultura, od prapočetaka do modernog doba.

Danas kada je gotovo neraskidiva veza između hrane i turizma jedno je od osnovnih pitanja kako osmisliti turistički doživljaj koji će prilikom osmišljavanja poticati lokalno gospodarstvo i da se na neki način očuva tradicija lokalne zajednice (Quijano-Caballero 2001:63,64). "Država, regija ili čak i mala zajednica može imati svoju specifičnu kuhinju koja identificira svoje karakteristike i kulturalno naslijeđe često preciznije nego neke druge značajke" (ibid.65). Pojedini recepti, namirnice, načini pripremanja određenih jela koriste se kako bi privukli turiste zainteresirane za takav novi oblik turizma. Ponuditi hranu kao kulturnu atrakciju jedan je od načina privlačenja turista, radilo se tu o kušanju hrane u lokalnim konobama, kupovanju hrane na sajmovima, o prehrani određene zajednice o kojoj doznajemo kupovinom na lokalnim tržnicama ili sudjelovanjem na gastronomskim festivalima lokalnog ili nacionalnog karaktera. Osim toga, to se odnosi i na tečajeve kuhanja koji se organiziraju za turiste. Redionalna ili nacionalna prehrambena tradicija atraktivan je element kulture koji može promovirati pojedinu zajednicu kao poželjnu turističku destinaciju (ibid.65-67).

U pokušaju definiranja turizma povezanog s hranom u literaturi nalazimo na termine kao što su gastronomija, *culinaria,* kulinarski (gastronomski turizam) i prehrambeni turizam. Navest ću pojedine definicije navedenih pojmova te ću objasniti zašto sam se odlučila koristiti pojam kulinarski turizam.

Riječ gastronomija dolazi od grčke riječi *gastros*, što znači želudac i riječi *gnomos*, što znači znanje ili zakon (Kivela, Crotts 2006:355). Gastronomiju možemo definirati kao disciplinu koja se bavi proučavanjem odnosa kulture i prehrane (ibid.354). Kroz interdisciplinarni

pristup koristeći dostignuća mnogih znanosti, poput antropologije, sociologije, povijesti, biologije, književnosti, filozofije, psihologije i ostalih znanosti (ibid.355). U kontekstu fenomena gastronomije upotrebljava se i pojam *culinaria* koji označava gastronomiju koja opisuje regionalna ili nacionalna jela pojedine zemlje, ali i namirnice, te njihovo pripremanje, odnosno sve ono što čini neku 'kuhinju' specifičnom (ibid).

Termin *food tourism*, kojeg prevodim kao prehrambeni turizam koriste Hall i Sharples definirajući ga kao posjetu primarnim i sekundarnim proizvođačima hrane, festivalima vezanim uz prehranu, restoranima i posebnim mjestima kušanja hrane kao osnovnim motivom za putovanje. To naravno ne znači da je svaki posjet restoranu dio prehrambenog turizma. Ovdje se pojam odnosi na osnovnu želju da se turist odluči na posjetu određenom restoranu kako bi kušao određenu vrstu hrane, da kupi prehrambeni proizvod određene regije ili da kuša jela određenog šefa kuhinje. Hrana je u ovom slučaju primarni faktor koji utječe na ponašanje turista i njegove odluke. Kao dio putovanja posebnih interesa na prehrambeni turizam se može promatrati kao primjer kulinarskog, gastronomskog, *gourmet* turizma koji odražava-prikazuje konzumenta kome je interes za jelo i piće oblik 'ozbiljne dokolice' (Hall, Sharples 2003:10).

Koristim se terminom kulinarski turizam (*culinary tourism*) kojeg je iskovala folkloristica Lucy M. Long 1998. godine (Kivela, Crotts 2006:356) jer se putem tog pojma izražava ideja doživljavanja drugih kultura putem hrane i pića. Smatram da se u definiciji jasno ističe bavljenje prehrambenom kulturom drugih, a ne samo jelima i namirnicama, odnosno takav tip turizma ističe komunikaciju različitih kultura – one domaćina i one iz koje dolaze turisti.

Kulinarski turizam odnosi se na pojedince koji kušaju hranu koja je za njih nova, ali isto tako se odnosi na procese istraživanja novih kultura i načina života putem hrane. Pomoću kulinarskog turizma zajednica može putem hrane predstaviti svoju povijest te konstruirati atraktivne i marketinški iskoristive identitete. Lucy M. Long definira kulinarski turizam kao sudjelovanje s namjerom te želju za istraživanjem o načinu prehrane Drugog – sudjelovanje koje uključuje konzumaciju, pripremanje i prezentaciju namirnice, istraživanje kuhinje, prehrambenog sistema ili načina prehrane koje pripadaju kulinarskom sistemu druge zajednice (Long 2004:21). Putem ove definicije Long naglašava važnost pojedinca u procesu konstrukcije značenja unutar turističkog doživljaja te dozvoljava estetski odgovor na hranu kao dio tog doživljaja. Iako se u antropologiji turizma govorilo samo o istraživanju novih

prostora, putem kulinarskog turizma istražuje se i nova kulinarska domena. Valene Smith (1981:1) definirala je turista kao osobu koja je svoje slobodno vrijeme odlučila potrošiti posjećujući područja koja se nalaze izvan njegovog doma kako bi doživjela promjenu. Kulinarski turist, prema Long, putuje kako bi okusio različitu hranu, vidio ili naučio različite načine pripreme prehrane i to ne isključivo da bi utažio glad (Long 2004:21).

Lucy Long, oslanjajući se na ranije spomenuti koncept turističkog pogleda (*tourist gaze*) Johna Urryja (1990) smatra da način prehrane može biti jedan od cjelovitijih načina kako shvaćamo Druge. Upravo je aktivacija osjeta kao što su okus, miris, opip i vid omogućuje dublji, integrirajući stupanj doživljaja Drugog odnosno kulture Drugog. Na taj način turist nije samo promatrač, već je i sudionik (ibid). Sudjelovanje u kulinarskim praksama i prehrambenim navikama regije koju turist posjećuje odnosi se na mnoštvo aktivnosti koje obuhvaćaju hranu. Sama sintagma prehrambene navike obuhvaća mrežu aktivnosti i sistema kao što su fizički, društveni (komunikacijski), kulturni, ekonomski, duhovni i estetski. Sudjelovanje u takvom tipu metakulinarskog Univerzuma, gdje se odvijaju aktivnosti od uzgoja, preko pripreme, konzumacije, navika vezanih uz prehranu, promišljanja i pisanja o hrani, prenošenja znanja, uključuje različite vrste aktivnosti koje su povezane s hranom. Stoga, kao kulinarski turisti možemo istraživati različite aspekte kulture prehrane određenog područja, a isto tako ulaziti u sferu svakodnevice u koju priprema hrane svakako i pripada (ibid 23).

Kada definira kulinarski turizam, Lucy Long upotrebljava riječ Drugi referirajući se na antropološku ideju ljudske definicije svijeta prema svojoj, osobnoj društveno konstruiranoj percepciji stvarnosti, percepciji koja odvaja svijet na poznati i nepoznati, odnosno drugačiji, drugi (ibid 23,24). U kontekstu prehrambenih navika Long predlaže pet glavnih kategorija prema koje se poznato razlikuje od nepoznatog: kultura, regija, vrijeme (povijest), religija i socioekonomski stalež. Spol, odnosno rod također može biti jedna od kategorija, ali se ona ne upotrebljava tako često. Bitno je naglasiti da se kategorije vrlo često preklapaju. Ovdje ću se osvrnuti na kategorije za koje smatram da su primjenjive na temu disertacije.

Kultura je, prema Long, najčešća kategorija jer uključuje i etnicitet i nacionalni identitet, a isto tako se kroz ovu kategoriju kulinarski turizam najčešće izvodi. Rezultati su razne kuharice, internacionalne večere, restorani specijalizirani za nacionalne i regionalne kuhinje, TV emisije i radionice pripreme hrane. Regija kao kategorija koje Long navodi često nudi lokalizaciju nacionalnih jela, odnosno ističe posebnosti prehrane određenih geografskih

područja (ibid 24). Tu tvrdnju Lucy Long možemo potkrijepiti primjerom s terena u Istri gdje se pršut koji na nacionalnom nivou jest istaknut kao gastronomska posebnost Hrvatske, ali isto tako se uvijek ističe i regija kojoj pripada. Pa tako razlikujemo istarski pršut od primjerice dalmatinskog sa svim svojim regionalnim specifičnostima koje nosi priprema pršuta u navedenim regijama.

Long (2004:27) smatra da je povijest izuzetno vrijedan izvor kulinarske drugosti. Zbog toga nije čudno da u današnje vrijeme imamo mnogo kuharica inspiriranih 'starim receptima'. U nekim slučajevima radi se o receptima koji nisu bazirani na povijesnim izvorima ili prikzuju sužen izbor jea iz prošlosti (Kocković Zaborski 2017:139). Ovdje se Long osvrće na pojam baštine definirajući je, pod utjecajem Lowenthalla (1985), Handlera i Gablea (1997), kao „...konstrukciju prošlosti baziranu na suvremenom identitetu koja predstavlja interpretativni stav i svrhu bilo koga tko vrši interpretaciju“ (Long 2004:28). Potvrdu izrečenih tvrdnji lako je naći na terenu. Obroci u agroturizmima isnspirirani su seoskim svakodnevnim, svećanim ali i gradskim jelima oko polovine 20. Stoljeća. U skladu s tvrdnjama Lucy Long, zaključujem da se ovdje radi o dosta suženom prikzu jela koja su se konzumirala polovinom prošlog stoljeća (Kocković Zaborski 2017:139).

Hall i Sharples (2003) ističu da je u pokušaju povezivanja hrane i turizma potrebno razlikovati dva tipa turista, a to su oni koji će na hranu gledati kao na dio iskustva svog putovanja i drugi kojima će hrana biti turistička atrakcija, odnosno putovat će upravo radi kušanja hrane u određenu destinaciju. Takav tip turizma autori dijele u nekoliko kategorija koje su nastale na osnovu činjenice da je hrana glavi motiv za dolazak u neko odredište. Prvu kategoriju čini gurmanski turizam. U takvom tipu turizma visoki je interes turista za putovanje primarno radi posjete vinariji, restoranu, trgovini hrane i pića, odnosno putovanje kojem je glavna turistička aktivnost vezana uz hranu. Kulinarski turizam je takva kategorija gdje možemo uočiti srednji interes turista koji žele posjetiti restoran, vinariju ili trgovinu hrane kao dio turističke ponude. To znači da hrana nije primarni interes takvog turista. U ruralnom i urbanom tipu turizma nizak je interes turista za hranu i piće kao dio ponude. Posjet restoranu, vinariji, lokalnom festivalu hrane ili tržnici dio je nešto drugačijeg turističkog doživljaja (Hall i dr. 2003:11).

Anne-Mete Hjalager (2003) donosi fenomenološki model doživljaja kulinarskog turizma. Takav model opisuje stav turista prema hrani i piću u četiri kategorije: zbiljski, eksperimentalni, rekreativni i gastronomski turist željan zabave. Stoga je potrebno ovdje,

naglašavaju Kivela i Crotts (2006:357), staviti doživljaj kulinarskog turizma u kontekst Hjalagerinog modela s naglaskom na varijacije u turističkom ponašanju povezanom uz hranu.

1. 'Zbiljski gastro-turist' (*existential gastronomy tourist*) koji želi, uz doživljaj konzumacije hrane i pića, naučiti o lokalnoj ili regionalnoj kuhinji. Takvi turisti nisu zainteresirani za obroke u skupim restoranima, već za doživljaj hrane na mjestu gdje lokalno stanovništvo jede. Uputit će se na turistička seljačka domaćinstva i vinske ceste, sudjelovat će u radionicama kuhanja i aktivnostima koja pružaju turistička seljačka gospodarstva, poput branja grožđa, radova u polju, ribarenja. Osim toga takav će tip turista biti zainteresiran za kušanje i kupovanje proizvoda proizvedenih na takvim gospodarstvima kako bi ih ponijeli kući poput suvenira. 2. 'Eksperimentalni gastro-turist' (*experimental gastronomy tourist*) je takav tip turista koji je zainteresiran samo za najmodernije trendove u kulinarstvu. Posjećuju moderno uređene restorane gdje se poslužuje inovativna kuhinja. Zainteresirani su za kvalitetu i trend. Suveniri koje će ponijeti kući uključuju kuharice i knjige o vinu, dizajnerske čaše te kuhinjska pomagala. 3. Rekreativni gastro- turist (*'Recreational gastronomy tourist'*) je konzervativni tip turista. To je vidljivo u činjenici da takvi tipovi turista borave najčešće u apartmanima koji im omogućuju upotrebu kuhinje. Na godišnjem odmoru kuhaju sami i to namirnice koje su ponijeli sa sobom jer izuzetno cijene poznatu, svoju domaću kuhinju. Uvijek će radije odabrati obiteljsko blagovanje nego odlazak u restorane i kušanje novih jela. Neće sudjelovati, nego samo promatrati aktivnosti vezane uz hranu, poput radionica ili festivala. 4. Gastronomski turist željan zabave (*'diversionary gastronomy tourist)'* je tip turista koji žele 'pobjeći' od svakodnevnog života i pripremanja hrane za obitelj. Na odmoru će tražiti jelovnik koji je vrlo sličan onome što se priprema i konzumira kod kuće. Kvantiteta je bitnija od kvalitete, a posebno je bitno društvo, odnosno osjećaj zajedništva s prijateljima ili novim poznanicima prilikom konzumacije hrane na odmoru. Stoga će takav tip turista izabrati lokalne konobe gdje je moguće dobiti domaću hranu, stolno vino i ugođaj u kojem će se osjećati opušteno i zadovoljno.

Teorijske postavke o tome da su zajednički obroci zapravo vrsta komunikacije između pojedinaca, grupa ali i kultura koju posjećujemo možemo istražiti pomoću promatranja odnosa fenomena prehrane i turizma.

Etnologinja Melanija Belaj (2013:169) naglašava da je tema hibridnog nacionalnog kulturnog identiteta usko povezana s novim okusima koje prihvaćaju i usvajaju pojedinci ali i grupe unutarpojedine kulture. „Kulinarski turizam u tom smislu onda kombinira osobno iskustvo društvenog i kulturološkog odnosa prema prehrani. Što se tiče konkretne situacije na terenu u

Hrvatskoj, ali i Istri, ovo je vrijeme kada se hrvatski kulinarski proizvodi prezentiraju prema očekivanjima turista, ali i prema dostupnoj ponudi te pod utjecajem strategija razvoja kulturnog turizma.“ (Kocković Zaborski 2017:139).

3.3.1. Festivali tradicijske prehrane

Osim ponude na seoskim gospodarstvima, tradicijska prehrana (u nekim slučajevima čak 'izvučena' iz zaborava)[80] se popularizira i time prezentira, nanovo izmišlja na mnogobrojnim festivalima tradicijske prehrane koji se organiziraju u predsezoni i postsezoni u Istri.

Brojne festivale povezane s prehranom u Istri promatrat ću oslanjajući se na etnološku i kulturnoantropološku perspektivu festivala etnologinja Nevene Škrbić Alempijević i Petre Kelemen. Festivali su „...javna događanja, (koja su) vremenski i prostorno ograničena, a imaju temu i značenje koje u njih upisuju pojedinci ili skupine.“ (Kelemen, Škrbić Alempijević 2012:7).

Velik je broj događaja, manifestacija, smotri ili festivala koji možda u svom nazivu nemaju riječ festival, ali autorice sva ta događanja promatraju kao festivale. To nisu prostori u kojima se prikazuju već prethodno dana značenja, koja se samo ponavljaju i reproduciraju. Društvena je važnost festivala u tome da imaju snagu da pokrenu neka nova značenja. Stoga se prilikom analize kako festival funkcionira može vidjeti mnoštvo naracija, praksi prema kojima se interpretira, odnosno stvara predodžba o samom događaju, odnosno festivalu (ibid. 11).

Ne smije se zaboraviti niti činjenica da je festival sredstvo pomoću kojeg organizatori šalju poruku. Radi toga svaki festival ima svoju politiku koja odražava pozadinu institucije ili grupe koja ga organizira. Posjetitelji politiku festivala mogu iščitati putem programa festivala, ali i putem misije i vizije, medijskim porukama za javnost, tiskanim materijalima ali i putem ceremonije otvaranja i zatvaranja festivala.[81] Kulturna politika festivala odnosi se i na način na koji je lokalna sredina pozicionirana na lokalnom/regionalnom nivou. Kulturna politika je

[80]Primjerice jela od puževa koja se promoviraju putem gastro-fešte u Galižani (kraj Vodnjana).

[81] Organizatorima je od iznimne važnosti koje će osobe iz javnog života i politike biti dio tih ceremonija.

zapravo kontekst u kojem je festival nastao, razvio se te odgovara na pitanje koja mu je svrha (ibid.14). Ono što je zanimljivo kod istraživanja festivala jest činjenica da oni omogućuju ulazak u zajednicu te pokazuju koji su narativi i teme bitni organizatorima i koja je ciljana publika (ibid. 15). Zajednička karakteristika svih festivala jest ta da se održavaju u određeno vrijeme i na određenom prostoru. Što se tiče 'festivalskog vremena', autorice naglašavaju da bi bilo pogrešno odvojiti ga od 'običnog/svakodnevnog vremena' jer se oni međusobno isprepliću. To znači da iako svaki festival ima omeđeno vrijeme trajanja, postoji vrijeme pripreme festivala, vrijeme nakon festivala kada su uobičajene reakcije na festival. Ovi primjeri nam govore da nije moguće striktno odijeliti svakodnevno od festivalskog vremena (ibid. 19).

U javnom govoru često se koristi pojam festivalizacija i to najčešće u negativnom kontekstu povećanja broja festivala. Autorice daju ovom pojmu dvojako značenje. Za njih se pojam odnosi na činjenicu povećanja broja festivala koji se organiziraju u svijetu i kod nas od sedamdesetih godina 20. stoljeća do danas. Drugo značenje ovog pojma odnosi se na sam proces stvaranja festivala, odnosno na proces u kojem se određuje koji će kulturni elementi biti prikazani unutar festivalskog okvira. Ta su značenja, prema autoricama, duboko isprepletena (ibid. 51). Što se tiče prvog značenja ovog pojma, autorice smatraju da su najznačajniji razlozi za povećanje broja festivala „afirmacija identiteta određene zajednice“ te privlačenje što većeg broja turista putem bogatije turističke ponude (ibid. 54). Potreba za afirmacijom odnosno reafirmacijom identiteta lokalne zajednice rezultat je brojnih promjena u smislu velike mobilnosti stanovništva ali i globalizacijskih procesa. Osim za lokalnu zajednicu festivali imaju bitnu ulogu za sve one pripadnike koji su odselili i možda se vraćaju u svoje rodno mjesto upravo u dane festivala (ibid. 59). Osim toga, ne smijemo niti zanemariti sve brojniju festivalsku publiku koju čine turisti. Domaćini putem festivala svojim posjetiteljima komuniciraju ono što smatraju bitnim i zanimljivim za svoj kraj (ibid. 60). Drugo značenje pojma festivalizacije jest proces osmišljavanja festivala. U tom kontekstu istraživačima će biti zanimljivi odgovori na pitanja koji se to kulturni elementi izabiru i promoviraju putem festivala. Na koji se način ti elementi predstavljaju, tko su organizatori, a tko nositelji baštine na kojima se festival temelji? (ibid. 63).

Petnaestak godina nakon što se u Istarskoj županiji započelo s projektom revitalizacije ruralne Istre u smjeru poticanja ruralnog turizma, više je nego očito da postoji veliki interes za tradicijsku gastronomsku ponudu Istre odnosno ono što su turistički stručnjaci smatrali pod pojmom „istarska kuhinja“ (Orlić 2009:9). Tradicijske namirnice i jela, osim u agroturizmima i konobama koja se pripremaju za turiste, mogu se vidjeti i kušati na mnogobrojnim festivalima tradicijske prehrane. Sada su svakodnevna jela, poput palente ili *maneštre* stavljena je u prvi plan. Tako je postaju atrakcija i dio turističke ponude pojedinih mjesta u Istri. Lokalna zajednica je tijekom povijesti organizirala proslave svetaca zaštitnika pojedinih mjesta.[82] U novije vrijeme to znači jedinstveni događaj kada se cijela zajednica okuplja, vrijeme kada se sudjelovalo u sportskim natjecanjima ili zabavnom dijelu programa uz nastupe popularnih pjevača ili grupa (Orlić 2004b:66). Takve *fešte* danas također privlače veći broj turista u potrazi za 'autentičnim' okupljanjima lokalne zajednice. Navest ću nekoliko primjera „gastro feši“ koje se organiziraju u Istri kako bi što bolje potkrijepila prije navedene tvrdnje. Gračišće je od 2004. godine organizator manifestacije posvećene istarskoj *maneštri*. Želja organizatora manifestacije bila je „...evocirati uspomene na one stare *maneštre* koje su othranile brojne generacije Istrana te ukazati da bi se danas, posebno u objektima seoskog turizma, trebale na stolu naći prave istarske *maneštre*, a ne ono što se pod tim nazivom danas nudi u istarskom ugostiteljstvu.“ (Benić, 2004 prema Orlić 2004b:67). Ocjenjivački žiri ocjenjivao je i proglasio najbolje *maneštre*. Jedna od stavki koju je žiri uzeo u obzir bila je sezonalnost. Ovdje je žiri imao i svojevrsnu edukativnu ulogu na sve natjecatelje[83] ali i posjetitelje. Čest je slučaj da se pripravljaju *maneštre* koje nisu karakteristične za pojedino godišnje doba kada se poslužuju u konobama, restoranima i turističkim seljačkim gospodarstvima. „Na razini lokalne hrane, bez puno razmišljanja, nudi se posvuda po Istri tzv. “istarska *maneštra*” (kao da je takvo što uopće postojalo!), za koju su ugostitelji odavno “odlučili” da je to ona koja, osim graha i krumpira, sadrži i kukuruz. Istovremeno, svi znaju da to jelo, kao ideja, nudi niz varijanti s obzirom na godišnje doba i lokalnu kulturu koje bi mogle uvelike obogatiti nezanimljivu i ujednačenu ponudu hrane“ (Nikočević 2008a:18).

[82]Rokova–*fešta* posvećena svetom Roku (NovaVas, kraj Poreča), Bartolja–fešta posvećena svetom Bartolu (Žminj), Petrova–fešta posvećena svetom Petru (Sveti Petar u Šumi) samo su neke od mnogobrojnih *fešta* (Orlić 2004:66).

[83] Na ovoj se manifestaciji natječu predstavnici (zaposlenici) konoba i restorana većinom središnje Istre.

Općina Medulin, primjerice organizira Brodet Cup od 1999. godine. Osobe iz javnog života se na ovoj manifestaciji natječu u pripremi brodeta (Orlić 2004b:68-69). Jedna od sad već mnogobrojnih manifestacija povećenih *šparugama* jes i ona koju organizira od 1998. godine općina Buje. Manifestacija se odvija u sklopu proslave crkvenog blagdana Otave (osmi dan nakon Uskrsa). Osim natjecanja u spravljanju jela od *šparuga*, organizira se i natjecanje u branju *šparuga* (ibid.69,70).

Svake godine u Galižani (kraj Vodnjana) se od 1999. u kolovozu organiziraju Dani puževa. Ta se fešta oslanja na tradicijsko jelo tijekom povijesti većinskog talijanskog stanovništva tog područja, koje se najčešće konzumiralo s palentom (palenta *con le cioche*).

U Poreču se od 2001. godine organizira *fešta* od palente u sklopu proslave blagdana svetog Maura, zaštitnika grada Poreča. Ova *fešta* sastavljena je od dva dijela: pučke fešte na trgu i međunarodnog natjecanja u pripremi jela od palente pod nazivom „Zlatni *palentar*“[83] (ibid.71-73). Ovo su samo neke od mnogobrojnih fešti koje se organiziraju tijekom godine u Istri i to najčešće u predsezoni i postsezoni. Zaključujem da je tradicionalna kuhinja postala atrakcija putem spomenutih festivala hrane koji su prvenstveno organizirani u svrhu turizma.

Internacionalni sajam pršuta ISAP, pokrenut je u Tinjanu 2007. godine, a općina Tinjan proglasila se općinom istarskog pršuta. Podloga takvoj odluci jest činjenica da se na tom području nalaze četiri registrirane pršutarne koje proizvode 5000 pršuta, a pretpostavlja se da se u obiteljima proizvodi još 2000 komada godišnje. Cilj ove manifestacije je očuvanje izvornosti prilikom proizvodnje, ali i želja za promocijom i dijeljenjem iskustava s ostalim proizvođačima u Hrvatskoj i izvan nje. Sajam koji je organiziran svakog listopada je bitan i za ugostitelje jer se ovim putem opskrbljuju ugostiteljski objekti za sljedeću sezonu.[84] Nekoliko je kategorija prema kojima se ocjenjuju i nagrađuju pršuti: dimljeni pršuti s kožom, (koja je najbrojnija), nedimljeni pršuti, istarski pršuti i kuhani pršuti.[85] Uz sajam pršuta organiziran je sportsko-rekreativni dio, edukativna predavanja, izložbe, ali je organizirano natjecanje u brzini rezanja pršuta[86] i izbor „kraljice pršuta“.[87] Internacionalni sajam pršuta svake godine dobiva na sve većoj turističko-gospodarsko-političkoj važnosti.

---

[83]Drveno pomagalo za miješanje palente

[84]http://istrapedia.hr/hrv/1635/internacionalni-sajam-prsuta-isap/istra-a-z/ pristupljeno 3.5.2016.

[85]http://tinjan.hr/wp-content/uploads/2015/10/Konacni-rezultati-ocjenjivanja-prsuta-ISAP-20151.pdf pristupljeno 3.5.2016.

[86]http://www.glasistre.hr/multimedija/foto/sajam-prsuta-u-tinjanu-sampioni-antolovic-i-mrki-475967 pristupljeno 3.5.2016.

[87] Etnologinja Mojca Ramšak govori o vinskim kraljicama u Sloveniji ističući da je od osamostaljenja pa do 2013. godine u Sloveniji bilo 40-ak izbora za kraljicu vezanih uz hranu ili piće. Ramšak promatra izbor vinskih kraljica

Supa je dio nekoliko festivala i natjecanja koje se održavaju u Istri. Festival istarske supe se održava u sklopu fešte „Fažanski gušti i delicije“ još od 2011. godine. Na tom festivalu su se profesori Škole za ugostiteljstvo i turizam i ugostitelji te nekolicina posjetitelja natjecali tko će najbolje pripremiti *supu*. Ciklus gastronomskih manifestacija „Fažanski gušt i delicije“ organizira se svakog proljeća i jeseni od strane Turističke zajednice Fažana.[88] Uz Festival *supe*, ugostitelji iz Fažane i Valbandona pripremaju jela na bazi rakova, divljači i prodaju ih posjetiteljima po popularnim cijenama, a *supa* se poslužuje u posebno napravljenim *bukaletama*. Uz to se nude i ostali istarski proizvodi kao što su pršut, vino, med, maslinovo ulje, rakije i tradicijski kolači.[89]

Osim u Fažani, 2014. godine je u Brtonigli u restoranu „Astarea“ održano natjecanje u pripremanju istarske *supe*. Idejni začetnik natjecanja je pjesnik, pisac, satiričar i publicist Drago Orlić, a natjecanje je organizirano uz pomoć Turističke zajednice Istarske županije. Cilj natjecanja je „sačuvati istarsku tradicionalnu pijaču od konkurencije, koja – kao i kad je riječ o teranu ili pršutu dolazi iz slovenskog susjedstva – te više promovirati na enogastronomskoj karti Istre.“ (G.P. 2014:15). Uz predavanje o istarskoj *supi* od strane Drage Orlića, natjecateljski timovi bili su sastavljeni od ugostitelja, ugostiteljske škole i turističkih seoskih gospodarstava. Osim toga, birala se i najljepša *bukaleta*, a dizajnerski studio Sonda je predstavio svoj projekt Hommage *Supi* kojim žele potaknuti uvođenje supu na jelovnike u što više restorana u Istri.[90]

Od 2015. godine se, u sklopu programa već tradicionalne *Antonje* koja se organizira u Rovinjskom Selu već 24. godinu, održalo natjecanje u pripremanju istarske *supe*. Organizatori, udruga „Agrorovinj“ i mjesni odbor Rovinjskog Sela smatraju da natjecanje u pripremi *supe* treba postati svojevrsni festival, a sama *supa* bi trebala postati zaštićeni autohtoni proizvod koji će se kandidirati i za fondove Europske unije.[91]

S obzirom da su tartufi izuzetno cijenjeni, nije čudo što postoji nekoliko festivala posvećeno toj namirnici. Od 1993. godine započinje veća medijska promocija bijelog tartufa, kada je prvi

---

kao suvremen marketinški fenomen koji se oslanja, na mnoštvo novih te izmišljenih tradicija vezanih uz vino, a sve u svrhu što bolje promocije određenog vina. U slučaju izbora kraljice pršuta možemo pretpostaviti da se događa gotovo identičan proces.

[88]http://ipress.rtl.hr/gradovi-i-opcine/pula/fazanski-gusti-i-delicije-u-nedjelju-rakovi-divljac-brodet-i-istarska-supa--21010.html?eprivacy=1 pristupljeno 3.5.2016.

[89]http://www.regionalexpress.hr/site/more/faanski-guti-i-delicije-ove-nedjelje-za-sve-gurmane pristupljeno 3.5.2016.

[90]http://www.regionalexpress.hr/site/more/zadatak-je-pribliiti-istarsku-supu-suvremenom-ovjeku pristupljeno 3.5.2016.

[91]http://www.rovinj.hr/rovinj/manifestacije/2939 pristupljeno 3.5.2016.

puta organiziran Tuberfest, sajam tartufa u dolini rijeke Mirne koji se sastojao od gastronomskih, zabavnih i sajamskih sadržaja. Stoga je općina Oprtalj, organizator manifestacije, proglasila 2001. godine mjesto Livade centrom svijeta tartufa, što privlači veliki broj turista i izvan turističke sezone (Čalić Šverko 2003b,c, 2009). Kulinarsko natjecanje "Zlatni tartuf" koje za svoj cilj ima unaprjeđenje znanja i vještina u pripremanju jela s tartufima organizira se u sklopu ove manifestacije od 1997. godine. Kako bi se promoviralo inovativnije i što kvalitetnije korištenje tartufa, osmišnjelo je sučeljavanje nekih od najpriznatijih šefova uz cijele Europe. Iako se i danas u agroturizmima, restoranima i konobama tartuf najčešće priprema ribanjem na kajganu ili na tradicijsku tjesteninu, ovo je natjecanje potaklo primjenu novih načina pripremanja ovog cijenjenog gomolja u kombinaciji s ribom, divljači, juhom ili kolačima.[92] Prije spomenutok kuharskog sučeljavanja od 2003. godine organiziran je "Hommage istarskom tartufu". Ova je aktivnost zamišljena kako bi se predstavili poznati europski kuhari ali i kuhari iz cijelog svijeta,[93] koji pomoću istarskog tartufa pripremaju svoja regionalna ili jela koja su sami osmislili.[94]

Za razliku od manifestacije koja se već dugi niz godina odvija u dolini rijeke Mirne, proslava Subotine u Buzetu je stoljetna tradicija koja se održava uoči ili prve subote nakon Male Gospe. Grad Buzet se proglasio 1999. godine, gradom tartufa, pa se na taj dan se priprema i velika *fritada*[95] s tartufima. U tonu koja teži jednu tonu priprema se *fritada* od više od dvije tisuće[96] jaja i deset kila tartufa, dva kilograma tartufate, četiri kilograma parmezana, dvije litre ulja od tartufa, sedam litara običnog ulja, kilogram i pol soli, te sedam kilograma maslaca. Nakon što vrsni kuhari pripreme fritaju u četrdesetak minuta, oko sedam stotina porcija se prodaju po popularnim cijenama zainteresiranim posjetiteljima (Galić Šverko 2003b). Ovdje vidimo zanimljiv primjer gdje se 'novopečeno' gastronomsko događanje pripojilo stoljećima uobičajenoj proslavi Subotine. Na taj način se to rujansko događanje približilo i stranom turistu te postalo zanimljiv gastronomski događaj za sve koji dolaze u Istru u post sezoni.

---

[92]http://www.istria-gourmet.com/hr/dozivljaji/tartuf/zlatni_tartuf

[93] Primjerice iz Pijemonta, Provanse, Toscane i Napa Valleya (http://www.istria-gourmet.com/hr/dozivljaji/tartuf/hommage?&saoa_sv_un=1)

[94] http://www.istria-gourmet.com/hr/dozivljaji/tartuf/hommage?&saoa_sv_un=1

[95]Kajgana.

[96]U veliku *fritadu* se stavlja za svaku godinu po jedno jaje. Tako je u *fritadu* 2003. godine stavljeno 2003 komada jaja (Čalić Šverko, 2003)

Dani tartufa[97] imaju određene zadanosti. Posjetiteljima se prikazuju i nude tartufi koji su prikupljeni tijekom godine. Posjetitelji mogu na izložbama i putem licitacija kupiti određene primjerke svježih tartufa. Pokazno traženje tartufa neizostavna je sastavnica ovakvih manifestacija. Za posjetitelje se priprema demonstracija prije zakopanih tartufa koje psi vrlo brzo nalaze i uz pomoć tartufara iskopavaju. Na ovaj način je jedna aktivnost, koja se odvijala u tzv. privatnoj sferi života, premještena u prvi plan, moglo bi se reći 'na scenu', i na taj način je postala atrakcija. Pokazno traženje tartufa organizira se i u sklopu dodatnih aktivnosti turističkih seljačkih gospodarstava koji se nalaze na području gdje uspijevaju tartufi, ali i kao jedan od posebnih programa koji organizira tvrtka Zigante tartufi. Na taj način posjetitelji mogu sudjelovati u traženju tartufa na prirodnim staništima uz pomoć iskusnih tartufara. Osim toga, postoji i mogućnost sudjelovanja u traženju tartufa za jednu do tri osobe koje, uz pomoć tartufara i iskusnih tartufarskih pasa. To traženje traje do tri sata, a tartufi koji se pronađu turisti mogu zadržati za sebe.[98]

Fotografija 10 - pokazno traženje tartufa, Dani tartufa općine Oprtalj, Livade 2010. g., foto: Tanja Kocković Zaborski

[97]Svako mjesto koje organizira festival tartufa ima svoj naziv, poput: Subotina - Buzet, Bela Nedeja - Sovinjak, Tuberfest - Livade, Vikend tartufa - Buzet, a svi festivali su okupljeni pod zajedničkim nazivnikom Dani tartufa.
[98]http://www.zigantetartufi.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=26&lang=hr

pristupljeno 3.5.2016.

Još je jedan festival posvećen tartufima, ali ovdje u kombinaciji s vinom. To je festival terana i tartufa "TeTa" ili 'festival s geografskim porijeklom' kako ga nazivaju organizatori. Organizira se u Motovunu od 2010. godine. Na tom su se festivalu predstavili poduzetnici koji se bave tartufima i vinari koji se bave proizvodnjom terana. Posjetitelji su mogli kušati razna jela od tartufa pripremljena od strane motovunskih ugostitelja. U lokalnom kinu "Bauer", u Morovunu, prikazani su filmovi o tartufima (Rimanić 2010).

Dani Zgante tartufa, organizirani u Livadama prvi puta su organizirani 2010. godine. Izuzetno je zanimljiva činjenica da se taj festival održava usporedo s Danima tartufa koje organizira općina Oprtalj u istom mjestu, Livadama. Razlika je u ciljanoj publici. Dani Zaigante tartufa okrenuti su posjetiteljima više kupovne moći. U šatoru koji je smješten uz restoran Zigante svoje proizvode nude vinari, maslinari i medari . Uz to je organizirana izložba automobila oldtimera iz Hrvatske, Italije i Slovenije, aorganizirano je i neizbježno pokazno traženje tartufa. Osobe iz javnog života, političari, pjevači nadmeću se ili pokazuju svoje umjeće za štednjakom pripremajući raznovrsna jela od tartufa (Čalić Šverko, 2010a,b).

Fotografija 11 – tzv. 'show cooking' na Danima tartufa općine Oprtalj u Livadama 2010. godine, jela s tartufima priprema pjevač grupe „Gustafi“, foto: Tanja Kocković Zaborski

Dane tartufa redovito posjećuju i lokalni/regionalni političari koji vrlo često sudjeluju i u programu tzv. „show cookinga“. To je prilika da daju podršku manifestaciji ali i da ovakav tip *fešte* iskoriste i za svoju promociju.

Fotografija 12 – nekadašnji župan Istarske županije, Ivan Jakovčić na Danima tartufa općine Oprtalj 2010. godine, foto: Tanja Kocković Zaborski

Zamisao svih navedenih manifestacija jest promocija namirnica i jela, upravo na prostoru (regiji) gdje se uzgajaju, pripremaju, konzumiraju, gdje imaju 'okus prostora', odnosno *terroire*. Drugim riječima, mjesto gdje bi se, i kada konzumirali tartufi, istarski pršut i *supa*, jest Istra kao prostor gdje se tartufi *love*, gdje se pršut priprema i gdje se *supa* konzumira.

Fotografija 13 - *fritaja* sa bijelim tartufima, foto: Tanja Kocković Zaborski

3.3.2. Autentičnost

Jedno od ključnih pitanja koje se nameće prilikom istraživanja odnosa lokalne zajednice i turizma jest pitanje autentičnosti. Elementi kulture koji se komuniciraju s turistima vrlo se često nazivaju autentičnima, odnosno turističke zajednice pozivaju turiste da 'osjete' autentičnu kulturu, hranu pojedine zajednice, odnosno mjesta. Takav slučaj opisuje i američki antropolog Edward M. Bruner kada uspoređuje stajalište s kojeg on proučava turizam sa stajalištem vlasnice turističke agencije. Vlasnica turističke agencije kulturu, odnosno elemente kulture koji se prezentiraju turistima vidi kao reprezentaciju autentičnosti, kao bezvremenski prikaz načina života koji se nije mijenjao. Autor, kao antropolog se zanima za kontekst, odnosno koji je značaj tih elementa (koji se izvode) za sve one koji su uključeni u prezentaciju (Bruner 2005:4).

Ovdje je bitno ponovno naglasiti da se kultura mijenja. Ona nikada nije ni bila statična ili autentična pa se putem turizma, festivalizacije, kapitalizma ili komodifikacijom promijenila (Kelemen, Šrkbić Alempijavić 2012:65). U kontekstu turizma pojam komodifikacije se često stavlja u opreku s pojmom autentičnosti. S obzirom da se smatra da je dolaskom turizma nestala autentičnost i tradicijska kultura (ibid. 69.), potrebno je definirati pojam komodifikacije. „Komodifikacija je u stručnom diskursu definirana kao transformacija onog što inače nije proizvod u proizvod.“ (Kelemen, Škrbić Alempijević 2012:69).

To je proces u kojemu pojedini aspekti kulture za koje se smatralo da nemaju ekonomsku vrijednost postaju proizvod koji se može kupiti i prodati. Takvi aspekti kulture

sada imaju svoju cijenu (ibid.). Društveno – humanistički znanstvenici susreću se s ovom pojavom prilikom istraživanja turizma. Proces komodifikacije je u kontekstu kulture i turizma shvaćen kao negativan prema mišljenju nekih autora. Autorice smatraju da se, bez obzira kako promatrali proces komodifikacije, možemo složiti oko činjenice da je on dalekosežan i vidljiv (ibid.). Prilikom analize odnosa autentičnosti i turizma Kelemen i Škrbić Alempijević smatraju da je odnos oprečan. Neki od autora povezuju turizam s neautentičnošću i površnošću, dok drugi pak naglašavaju važnost autentičnog turističkog iskustva u vremenu neautentičnosti suvremenog života (ibid.). Do sada se smatralo da se autentičnost jedino može naći u prošlosti, odnosno vezano uz objekte koji nemaju veze s modernim životom. Smatralo se da je moderan čovjek, pa onda i turist u potpunoj je suprotnosti s fenomenom autentičnosti, intimnosti, bliskosti, tradicije i izvornosti (Olsen 2002:176). Na turiste se gledalo kao na one koji su transnacionalni, površni, oni koji imaju moć nad prostorom i ljudima koje posjećuju. Samim svojim dolaskom uništavaju originalnost mjesta. Bitno je naglasiti da su i sami turisti na sebe gledali u takvom svjetlu (ibid.177). Autori poput MacCanella pretpostavljaju da je postojalo "originalno stanje", "autentična kultura" koja nije 'zagađena' od strane turista (Bruner 1994:408) Stoga turisti kreću u potragu za prostorom ili kulturom koja još uvijek ima dovoljno elemenata iz tog "originalnog stanja" (Olsen 2002: 162). Prema takvoj perspektivi, autentičnost je jedino moguće postići ako čovjek izađe iz svoje uloge turista, odnosno promatrača. Na taj će se način osjećaj autentičnosti pojačati. Kada turist, koji sada više nije u klasičnoj ulozi promatrača, onog koji nije dio zajednice koju promatra, već aktivni sudionik svakodnevnog života ili kakvog revitaliziranog običaja, kada doživi 'iz prve ruke' ono što je do sada promatrao, stvara se duboka reakcija, osjećaj autentičnosti (prema Olsen 2002: 159,160).

Ako je postignuta određena povezanost domaćina i gostiju, onda je nemoguće definirati takve goste kao turiste. Zbog toga je potrebno da se uloga turista promijeni. I sami turisti, iz takozvanih razvijenih zemalja, svoju ulogu smatraju ograničavajućom u komunikaciji s ljudima i kulturom koju posjećuju na svojim putovanjima. Čak i turisti koji putuju u grupama, ne žele upasti u stereotip 'tipičnih turista'. Kako to objasniti? U današnje vrijeme turisti i domaćini su sve više povezani, odnosno granice između tih dviju uloga su manje vidljive. Iz tog razloga je moguće govoriti o autentičnosti, jer će iskustvo gosta biti autentično (vidi Olsen 2002:167,168).

Edward M. Bruner ističe četiri značenja pojma autentičnosti, a tu podjelu prihvaćaju i Kelemen i Škrbić Alempijević. Uvjerljivost (*verisimilitude*) je značenje koje često vidimo prilikom oblikovanja muzejskih izložbi. Izvornost (*genuiness*) je drugo značenje pojma autentičnosti. Treće značenje je originalnost (*originality*) koje se odnosi na suprotstavljanje pojmova original i kopija. Bruner nam donosi priču o rekonstruiranom selu i muzeju na otvorenom u kojem je 1930-ih živio Abraham Lincoln. Autentičnost se u ovom slučaju odnosi na originalne predmete i jednu od građevina u selu. Autoritet (*authority*) je četvrto značenje pojma, a povezano je s odnosima moći. Drugim riječima, govorimo o pojedincima ili grupama koje imaju moć podariti prikazanome određenu dozu autentičnosti (Bruner 2005: 149-151). U ovoj analizi autentičnost nije promatrana kao fiksirana osobina, već kao proces koji se stalno mijenja. Značenja se daju, ali i oduzimaju, nanovo utjelovljuju, konstruiraju i dekonstruiraju. Isto tako, važno je napomenuti da se na istu pojavu može gledati iz raznih kutova gledišta. To ovisi da li govorimo o organizatoru, turistu ili pak muzejskom profesionalcu (ibid. 159). U takvim analizama, bitno je ponovno naglasiti da se na turiste ne treba gledati kao na homogeniziranu skupinu koja ima iste želje, doživljaje ili očekivanja. Svako od posjetitelja promatranoj pojavi može dati neko drugo značenje (ibid. 165).

S etnologinjama Petrom Kelemen i Nevenom Šrbić Alempijević priklanjam se ovakvom shvaćanju pojma autentičnosti koji se promatra kao dinamičan proces, a ne kao nepromijenjeno značenje neke pojave (Kelemen, Škrbić Alempijević 2012:73). Pojam autentičnosti nabijen s pozitivnim značenjem, a suprotstavljaju mu se pojmovi neautentično, neizvorno i umjetno. Bitno je obratiti pozornost prema načinima na koje se te oznake autentičnosti i vrijednosti pripisuju kulturnim elementima. U tom smislu ne bi trebali promatrati autentičnost kao polazišnu točku, pa u odnosu na to proces komodifikacije nužno vidjeti kao proces negativne promjene (ibid. 73). Slažem se s mišljenjem autorica koje tvrde da je potrebno pomaknuti fokus na sudionike procesa kojim se pridaje značenje određenoj pojavi ili kulturnom elementu.[99] Pri tome nas ne zanimaju pozitivne ili negativne strane komodifikacije. U tom se slučaju koncentriramo na pojedince ili grupe koji izabiru te elemente i „postavljaju ih na pijedestal autentičnosti“ (Kelemen Škrbić Alempijević 2012:76).

Autentični kulturni proizvod, jest upravo onaj koji je lokalna zajednica prepoznala kao svoj, kao onaj koji ju određuje i kojega želi prikazati turistima. Iskrenost i identifikacija zajednice su presudni elementi prilikom komunikacije određenih elemenata tradicije s publikom

[99] Pa onda ono može ili ne mora biti autentično, tradicijsko.

(turistima). Pri tome nije toliko bitna starost običaja ili kulturnog elementa, već činjenica da je lokalna zajednica odabrala određeni kulturni element kao simbol svoje kulture. Tu ne treba zanemariti činjenicu da će lokalna zajednica interpretirati svoju kulturu u odnosu na turističku potražnju. Interpretacija običaja smještena u današnje vrijeme i prostor je ono što lokalna zajednica može pružiti današnjim turistima. Prilikom svake interpretacije običaja potrebna je doza opreznosti. Svakodnevni život mijenja se tijekom vremena, stoga je nemoguće očekivati da se prikaz života neke zajednice danas na način kakav je bio u prošlosti (posebice u predmoderno doba). Etnologinja Jelinčić naglašava da je potrebno biti oprezan prilikom korištenja elemenata prošlosti radi prikazivanja određene kulture koje nudimo turistima kako ne bi upali u zamku pojednostavljivanja (Jelinčić 2006:68).

Ako autentičnost promatramo u odnosu na turiste, potrebno je preispitati i ulogu turista. Olsen predlaže da ulogu turista promotrimo kroz prizmu fenomena javnog izlaganja svakodnevice, o čemu govori folkloristica Barbara Kirshenblatt-Gimblett u svojoj knjizi *Destination culture: tourism, museums and heritage* (1998). Kirshenblatt-Gimblett (1998:47) koristi sintagmu 'greška u žanru' (*'genre error'*), sociologa Johna MacAllona. Danas kada se događa da se na određeni način promatra javno izlaganje svakodnevice. Drugim riječima, ono što se nekada odvijalo u privatnoj sferi, sada se izvodi javno. Ono što je nekome svakodnevica, drugome je atrakcija. Promatrač (turist) Turist koji je do tada bio promatrač, ako postaje dio prikaza svakodnevice mijenja ulogu i prestaje biti odvojen od samog događaja. Drugačija je situacija za lokalno stanovništvo. Činjenicom da svakodnevna aktivnost postaje atrakcija u želji da se turistima prikaže 'autentičan način života' često dovodi do toga da pomalo nestaje kontekst zašto se odvijala ta aktivnost (ibid.). Postavlja se pitanje zašto je neka, gotovo beznačajna, svakodnevna aktivnost toliko zanimljiva? Jedan od odgovora mogao bi biti taj da se prikazana aktivnost razlikuje od svakodnevnih aktivnosti onih koji promatraju takvu atrakciju.

Stoga se intima ili svakodnevni život pojedinca ili grupe ljudi može učiniti zanimljivima. Mogućnost da se prisustvuje takvim aktivnostima daje turistu osjećaj autentičnog iskustva. Isto tako, činjenica jest da gotovo bznačajna aktivnost koja se odvijala svaki dan, postavljanjem na pozornicu postaje atrakcija. Potrebno je posebno istaknuti da fenomen 'greške u žanru' nije rezultat modernog promišljanja današnjice. Još su u 19. stoljeću europskim posjetiteljima prikazivani pripadnici takozvanog 'primitivnog naroda' 'in situ'. Egzotičnim i nesvakidašnima činile su se svakodnevne aktivnosti i poslovi takozvanog 'primitivnog naroda' (Olsen

2002:168). Stoga treba biti oprezan s prikazivanjem svakodnevice kako ne bi pripadnici zajednice koja prikazuje svoje elemente kulture bili egzotizirani, odnosno omalovažavani.

Promatrajući fenomen autentičnosti kroz prizmu uloge turista Kirshenblatt-Gimblett se opredjeljuje za ulogu turista u kojoj prestati biti promatrač svakodnevice koja se prikazuje, nego će postati neka vrsta sudionika. Na taj način se omogućava turistu da se opredijeli za 'drugačiju' ulogu od one koju za turista predviđa MacCanell koji turista promatra kao uništavača ili onoga koji onemogućuje pojavu autentičnosti (ibid. 169). Olsen stoga predlaže da se poslužimo konstruktivističkom perspektivom, posebice se oslanjajući na saznanja znanstvenika koji su proučavali rituale (2002:170). Na taj načim ćemo promatrati ulogu turista primjerice u odnosu na ritual plesa, a zaključke možemo primijeniti i na druge aktivnosti lokalne zajednice koje turist promatra ili u kojima sudjeluje. Sudjelujući u izvođenju plesa, turisti se ne zamaraju s time je li to originalni ili rekonstruirani tradicijski ples, već je to za njih autentično iskustvo (ibid.). Identična je situacija kada turisti/gosti sudjeluju u radionicama pripremanja tradicijske tjestenine (*pašte*) u turističkim seoskim gospodarstvima. Na taj način granice između domaćina i gosta postaju manje vidljive, a pojačava se doživljaj gostiju. Dio turističkog iskustva postaje mogućnost sudjelovanja u nekoj aktivnosti koju lokalno stanovništvo nudi kao dio svoje tradicijske kulture. Sudjelovanja u takvim aktivnostima, daje turistima osjećaj autentičnosti. Drugim riječima, turist postaje barem na kratko vrijeme dio zajednice koju je došao posjetiti sudjelovanjem u aktivnosti lokalne zajednice. Turist mijenja svoju ulogu i postaje gost. Time je, uz domaćina i gost odgovoran za konačni autentični turistički proizvod (Olsen, 2002:172).[100]

Kao što sam već navela postoje različita značenja pojma autentičnosti (vidi Bruner), pa tako razlikujemo originalne predmete koji se pohranjuju u muzejima te pomagala i objekte koji insceniraju određeni događaj ili prošlo vrijeme. Autentičnost takvog turističkog proizvoda ovisi isključivo o turistima koji to svjesno promatraju ili sudjeluju u takvim inscenacijama (ibid.175).

[100]Olsen donosi izuzetno zanimljiv primjer obnove originalnog tradicijskog broda Mathilde koji se upotrebljava u turističke svrhe. Turisti, u želji za autentičnim doživljajem mogu postati dio posade koji će upravljati brodom. U tom slučaju moraju potpuno odustati od uloge turista i prihvatiti ulogu osobe koja ima svoja zaduženja i obveze na brodu prilikom plovidbe. Iako u potrazi za autentičnošću, pojedini turisti nisu spremni odreći se svoje turističke uloge koja nosi sa sobom i određene povlastice u odnosu na lokalno stanovništvo i zaposlenike u turizmu. Odlukom da se obnovljeni brod stavi u funkciju, premostila se opasnost da brod postane muzejski predmet izvan svoje funkcije, a zaposlenici koji su radili na obnovi broda Mathilde, svojim aktivnim sudjelovanjem u 'novom životu' broda ne mogu nikako biti zamijenjeni za kustose čija je jedina funkcija da zaštite i izlože muzejski predmet. Na taj se način omogućila prezentacija tradicije u sadašnjosti, ali i za budućnost. (Olsen 2002:173,174)

Olsen navodi primjer kada turisti posjećuju Keniju, u želji za povezivanjem s prirodom upoznavanjem tradicijskog načina života tog područja. Takav tip turizma dostupan je bogatijim turistima. Jedna od aktivnosti u kojima turisti mogu sudjelovati je i šetnja po savani, među lavovima i tigrovima. Pripadnici plemena Masai, odjeveni u tradicijsku odjeću i naoružani samo kopljem voditelji su te aktivnosti. Turist koji plaća ovakav tip odmora je podređen znanju i vještini Masai vodiča koji će omogućiti turistu da doživi autentično iskustvo. Odgovoran je da se turist sigurno vrati u okrilje svoje nadređene uloge turista (ibid.176). Neusporedivo manje dramatičan je odlazak turista u pokazno traženje tartufa, ali bi se mogao uklopiti u gore opisanu situaciju inverzije moći 'Drugog' i turista. Iskusni tartufari po nekoliko sati vode turiste u šumu u *lov* na tartufe. Time turisti dobrovoljno napuštaju zaštićenu poziciju osoba s privilegijama i u želji da dožive autentično iskustvo. U želji za autentičnim iskustvom, iako si mogu priuštiti konzumaciju jela s tartufima u restoranima, odlučuju se za ovaj vid interakcije s lokalnim stanovništvom i kulturom, kao krajnji rezultat svoje interakcije, dobivaju autentični kulturni proizvod.

No, vratimo se na pitanje odnosa fenomena autentičnosti i tradicije. Na festivalima, u agroturizmima, konobama, restoranima, nudi se 'zamišljena tradicijsku istarsku kuhinju', a u obiteljskom krugu konzumira se svakodnevna prehrana.

Tijekom povijesti zbog mnogih promjena, način pripreme, ali i same namirnice se mijenjaju i prilagođavaju, pa se zbog toga mijenja i tradicijska prehrana. U tom kontekstu etnologinju Ivonu Orlić (2009) zanima koja jela bi trebali ponuditi turistima s obzirom da se i nama samima s vremenom promijenio ukus? Autorica se pita da li je uopće moguće ponuditi originalan doživljaj koji iziskuje velik trud u organizaciji ili se turistima može ponuditi revitaliziran običaj. U takvim situacijama dolazi do, kako ga ona naziva, procesa folklorizma okusa (vidi Orlić 2009), a toga su turisti ipak svjesni. Da je lokalna hrana postala dio turističke ponude u Istri vidljivo je i u činjenici da turisti, osim u restoranima, konobama i agroturizmima mogu i na drugim mjestima kušati i kupiti domaću hranu.

Stoga su domaći proizvodi dostupni na gradskim tržnicama (divlje šparoge, gljive, med, rakija,...), u supermarketima (konzervirani tartufi), na festivalima hrane (Dani tartufa, dani kušanja domaćih rakija, sajam pršuta i *fešta* od supe), ali i posjetom vinskim i cestama maslinovog ulja. Zaključujem da je neminovno premještanje određenih elemenata tradicijske kulture u novi kontekst kako bi se mogli očuvati odnosno (u promijenjenom obliku i kontekstu) ponuditi i budućim generacijama. Postavlja se pitanje jesu

li su onda takve manifestacije i festivali autentični? Drugim riječimna: hoće li će turist doživjeti autentično iskustvo? Kao što je već ranije navedeno, svojim aktivnim sudjelovanjem u raznim aktivnostima, turist gubi ulogu promatrača i postaje dijelom zanimljivog, autentičnog iskustva. Tako će primjerice sudjelovanjem u izradi domaće tjestenine, pohađanjem tečaja pripremanja tradicijske hrane,branjem šparoga, sudjelovanjem u *lovu* na tartufe turist dobiti autentično iskustvo, osjećaj da je na izravan način upoznao dio tradicije kraja u kome je proveo svoj godišnji odmor. Za domaćina to znači povratak zadovoljnog turista.

Fotografija 14 - radionica izrade domaće tjestenine, Fažana, foto: Tanja Kocković Zaborski

Fotografija 15 - sudjelovanje turista na radionici izrade domaće tjestenine, Fažana, foto: Tanja Kocković Zaborski

Tijekom vremena postupak pripreme tradicionalnih jela prilagođava se novim kućanskim pomagalima, bilo da se radi o pripremi *maneštre* i to ne samo u kuhinjama agroturizama, već i u prosječnim domovima stanovnika Istre. S obzirom da ne možemo govoriti o izvornosti namirnica koje su podložne trgovini, razmjenama kroz povijest, pa tako i danas, potrebno je naglasiti da ono što ostaje neizmijenjeno jest izvornost znanja pripreme jela. 'Tradicijska kuhinja' se uvijek prilagođava uvjetima i vremenu u kojoj se priprema i konzumira.

Stoga, posebno važnim smatram praćenje ponude tradicijske prehrane na agroturizmima.

U Agroturizmima je moguće pratiti folklorizam okusa (vidi Orlić 2009), odnosno promjenu i prilagodbu pripremanja i konzumiranja tradicijske istarske prehrane u novim pod utjecajem turizma.

Kakva je uloga lokalnog stanovništva i njihove kulture u odnosu na fenomen autentičnosti?

Još je 1970. godine etnologinja Dunja Rihtman-Auguštin predložila, uvjetno rečeno, povezivanje turizma i tradicijske kulture radi obogaćivanja turističke ponude određene destinacije, odnosno oživljavanje lokalne tradicije koja će sada 'živjeti' u drugom kontekstu. Prema njenom mišljenju turističke zajednice mogle bi biti zainteresirane za tradicijske plesove

i glazbu, likovnu umjetnost, tradicijsku odjeću, lokalnu gastronomiju ili običaje, odnosno, rečeno današnjim rječnikom, za materijalnu i nematerijalnu kulturnu (vidi Rihtman-Auguštin 1970:6). Autorica nam pokazuje na primjerima korčulanske "Kumpanije" ili "Moreške", "Sinjske alke" ili karnevala na Kvarneru, oživljavanje tradicije u svrhu proširenja turističke ponude koje se dogodilo još sedamdesetih godina 20. stoljeća. Ali, isto tako je svjesna određenih opasnosti u procesu revitalizacije običaja, jer fenomen revitalizacije običaja nije novina. Još su početkom 19. stoljeća, u vrijeme stvaranja nacionalnih država, ali i u srednjem vijeku postojale inicijative da se određeni običaji obnove. Na povećano zanimanje stanovništva za tradicijsku kulturu mogu utjecati i migracije stanovnika iz sela u grad kao rezultat gospodarskih promjena određene regije ili države. To dovodi do osjećaja nesigurnosti i želje za povezivanjem s tradicijskim vrednotama (Moser 1964:9-57 prema Rihtman-Auguštin 1970:8). Urbanizacija i industrijalizacija značajno su promijenile izgled tradicijske kulture (Lozica 1979:38). Pitanje je kako se istraživači tradicijske kulture mogu uhvatiti u koštac s tom činjenicom. Folklorist Ivan Lozica (1979) predlaže dva načina: spašavanje svega onoga što je još ostalo, a to je moguće učiniti samo parcijalno vađenjem iz konteksta te na taj način sačuvati „kao mrtvi objekt pod muzejskim staklom“ (Lozica 1979:38). Drugi način je rekonstrukcija s promijenjenom funkcijom. Čuvanje propadajuće baštine se ponekad postavlja kao jedini ili glavni cilj folkloristike.[101] 'Lozica (1979:38) naglašava da su 'akcije spašavanja' „narodnog blaga“, započele su još u 19. stoljeću. Posljedica tih nacionalnih pokreta dovodi do tog da,[102] „razočarana se inteligencija počinje idealizirajti jednostavan seljački život u prošlosti" (Kocković Zaborski 2016:21). U očima višeg sloja idilična statičnost seoskog načina života djelovala je privlačnije od velikih i ubrzanih promjena koje su se odvijale u gradovima. Niti Istra nije bila pošteđena takvih 'akcija'. Pod utjecajem bržeg načina putovanja radi izgradnje željezničke prugevu drugoj polovici 19 stoljeća povećan je broj posjetitelja viših društvenih slojeva u Istru. Osim u turističke razglede, željeznicom dolaze i prvi etnografi Monarhije. Svi tadašnji posjetitelji bili su oduševljeni tradicionalnošću i prema njihovom mišljenju, autentičnošću (Kappus 2002:379). Prema njihovom mišljenju je nerazvijenost Istre bila vrijedan izvor za proučavanje prošlosti naroda Monarhije. „Ovdje možemo slijediti razvoj jednog europskog pranaroda kroz cijeli niz kulturnih stadija, koji su slični našima (Hoernes u

[101]Takvi su ciljevi u suvremenoj folkloristici napušteni (Lozica 1979:43)
[102]Bečki kongres, Proljeće naroda 1848., revolucionarna zbivanja u Srednjoj Europi 30-ih godina 19. stoljeća, Pariška komuna 1870., Revolucionarni pokreti u Španjolskoj 50-ih i 60-ih god. 19. st., nacionalne revolucije u Europi 60-ih i 70-ih (Lozica 1979:38) EI 21, 22 i sve gore navedeno

Stadner 1897:97 prema Kappus 2002:41) ili pak …iskonsko stanje duha,… (da se) spozna, objasni, predstavi u njegovom prirodnom obliku“ (Haberlandt u Wörner 1997:400 prema Kappus 2002:41). (Kocković Zaborski 2016:32).

Proučavanje i dokumentiranje svih podataka te čuvanje predmeta prikupljenih na terenu jedna je od osnovnih zadaća tadašnjih austrijskih etnografa. U želji da se pokaže slika ravnopravnosti svih stanovnika unutar Monarhije koju je poticala službena politika, u ovom slučaju se željelo prikupiti i sačuvati određene elemente tradicijske kulture Istre (ibid., 42,43). U isto vrijeme kada su austrijski etnografi i etnolozi počeli 'otkrivati' specifičnost Istre, 1895. godine otvoren je Austrijski etnografski muzej, gdje su predmeti iz Istre imali svoje posebno mjesto. Jedan od zanimljivijih izložaka na na prvoj izložbi etnografskog muzeja u Beču bila je tzv. 'istarska kuhinja'. U želji da se prikaže kako je izgledala tipična kuća u Istri postavljano je otvoreno ognjište na kojem je stanovništvo pripremalo svoje obroke. Na ognjištu su postavljeni predmeti prikupljeni na terenu kao što su prijeklad, bakreni kotao, a „ubijena divljač visila je sa zidova.“ (Izložbeni prostor 1910, str. 223 prema Plöckinger, Beitl 2002:30,31). Potrebno je naglasiti da su izmiješani su različiti elementi gradske i seoske kuhinje. Tako je prikazano otvoreno ognjište, prema svojoj visini od 70-ak cm pripadalo je više gradskom, talijanskom tipu ognjišta. Oko ognjišt su na izložbi postavljene klupice koje su bile seoskog i gradskog porijekla (Kocković Zaborski 2016:32). Indikativno je da se takva 'slika' ognjišta iznova se pojavljivala u publikacijama, ilustracijama. Na taj način je ognjište postalo sinonim za cijelu seosku kuhinju, a kuhinja za cijelu regiju, a onda samim time i zamišljeni dio tradicijske kulture svih etničkih skupina koji su živjeli u Istri (ibid). Osnovno načelo prikupljanja predmeta tadašnjih etnografa i entuzijasta u Istri bilo je koliko su ti predmeti bili 'primamljivi oku'.

Većina tih predmeta postaje dio 'slike' o istarskoj kuhinji, a tako izloženi činili su prikaz istaarkog tradicijskog života sliku koju su tadašnji etnografi željeli oslikati o Istri (ibid).

Zanimljivo je da se takva predodžba o tradicionalnoj kulturi u Istri očuvala u muzeju sve do nakon Drugog svjetskog rata (usp. Grieshofer 2002:11,12). U Istri, situacija do prve polovije 21. stoljeća nije bila bitno drugačija od one koja je resila Etnografski muzej u Beču. Prikaz tradicijske kulture u stalnom postavu Etnografskog muzeja Istre bio je zastario, nedovoljno komunikativan i nije pružao dovoljno informacija domaćoj i stranoj publici. Stalni postav nastao je 1980-tih i bio je u skladu s tadašnjim muzeološkim razmišljanjima.

Prikazivao je seosku kulturu bez prikaza transformacije pojedinih običaja te drugih kulturnih utjecaja. Stoga je bilo nemoguće iščitati različitost života primjerice na

Labinštini, Ćićariji, Žminjštini, kao ni u gradovima. Isto tako se nije prikazivala niti različitost i sličnost među etničkim grupama ili spolovima[103] (Kocković Zaborski 2016: 32). U ovoj kratkoj analizi, poseban naglasak stavljam na prikaz tradicijske kuhinje unutar nekadašnjeg stalnog postava muzeja u Pazinu. Predmeti iz seoske kuhinje smješteni su u prostoru originalne kuhinje kaštela,[104] pa već samim time ne može dovoljno vjerno prikazivati seosku svakodnevicu. Ognjište je originalno, iz Kaštela, gdje se muzej nalazi, a to znači da je previsoko i ne može biti prikazivati seosko ognjište, koje je bilo puno skromnije u svojoj veličini. Na samom ognjištu nalaze se brojne posude koje su služile za svakodnevno pripremanje hrane u seoskim kuhinjama. U originalnoj kuhinji Kaštela, uz ognjište je smještena i krušna peć, koja gotovo nikad, nije bila dio seoske kuhinje, već se nalazila izvan kuće ako je bila privatna ili je nekoliko obiteljskih kućanstava koristilo jednu krušnu peć (Gračišće kraj Pazina, Rakalj kraj Pule).[105] Na taj se način pokušao posjetiteljima predstaviti tradicijski način pripremanja i konzumiranja hrane. No, kako je ranije navedeno, tradicijska kultura se mijenja, pa je nemoguće prikazati u svom originalnom obliku, čak niti u muzejskim ustanovama. Autentični doživljaj kojeg turisti žele doživjeti djelomično je moguć i u muzejima, ali postoji nedostatak interakcije. To je možda moguće postići na radionicama koje sr nude posjetiteljima muzeja. Sudjelovanje aktivnostima koje se nude na agroturizmima ili na festivalima prehrane turisti će od strane pripadnika lokalne zajednice naučiti neke nove (autentične) vještine.

David Sutton ističe da je naglasak na autentičnosti interesantno obilježje današnjeg kulinarskog diskursa. Autentičnost ovdje ne znači poistovjećivanje s tradicionalnim jer autentičnost ne mora nužno označavati nešto što se koristi duže vrijeme (Sutton 2001: 146).

U današnje vrijeme kada je kulturna raznolikost simbolički kapital i vrijedan proizvod za komodifikaciju i turističku konzumaciju, mnoge se negativne karakteristike (kako su ih do sada percipirali) preoblikuju i nude na tržištu. Tako u Sutton navodi primjer Grčke gdje proizvođači vina, na koje se nije do sada gledalo blagonaklono,[106] postaju čuvari „autentične grčke tradicije“ (ibid 148). Slična je situacija u Istri. Ruralna područja Istre nisu bila infrastrukturno razvijena jer se razvijala obala kao područje gdje će boraviti turisti. Kada se

[103]U obranu institucije u kojoj radim želim navesti da se prvi dio novog stalnog postava otvara u svibnju 2017. godine.

[104]Etnografski muzej Istre (zajedno sa Muzejom Grada Pazina) smješten je u prostoru Kaštela u Pazinu koji se prvi puta spominje već u 10. stoljeću.

[105]Ne želeći ulaziti u detaljnu analizu prostora kuhinje u Etnografskom muzeju Istre, treba naglasiti da se 'akcija spašavanja' i 'okamenjivanja' svega što je u trenutku sakupljanja ostalo, provela uspješno.

[106] Do nedavno se proizvođače vina smatralo gotovo 'pijancima'.

situacija promijenila, kada turisti traže više sadržaja, a ne samo sunce i more, kada turisti traže hranu koja je domaća i tipična za Istru, to je vrijeme kada se stanovnici Istre prestaju 'sramiti' svoje siromašne prehrane i počinju je nuditi gostima kao specijalitete. Stanovnici sela, ljudi koji žive od poljoprivrede postaju i iznajmljivači te nude turistima tipične proizvode svog kraja. Nazvati ih 'nosiocima' ili čuvarima tradicijske kulture bilo bi pogrešna i pojednostavljena analiza čitavog procesa koji se događa u ruralnom turizmu, posebice na obiteljskim poljoprivrednim gospodarstvima koji se bave i turizmom.

Prema Suttonovom mišljenju, ono što se prešutjelo u procesu folklorizacije seoskog života i revalorizaciji konzumacije seoskih proizvoda je kompleksna povijest i nejednaki odnosi između sela i grada. Sve to čini inicijativu za sudjelovanje u procesu stvaranja 'autentičnog' simbola određene kulture (Sutton 2001:148). Sutton je govorio o grčkom vinu, a ovdje je riječ prvenstveno o istarskom pršutu. No, postavlja se pitanje o kojem to pršutu govorimo. Onome koji se priprema kod kuće, za kojeg možemo reći da je autohton po vještini pripreme i znanju koje je uloženo u pripremu. No, takav pršut zbog raznih higijenskih propisa ne može nuditi turistima kao dio jelovnika na turističkim seoskim gospodarstvima. Druga vrsta pršuta, je ona koja se nalazi na jelovnicima agroturizama i konoba, je pripremljena prema pripisanim normama i standardima, pa se samim time (djelomično) gubi autohtonost. Ili se to odnosi na treću vrstu pršuta koji je pripremljen prema standardima i propisima Europske unije i nosi oznaku izvornosti, ali prema cijeni nije dostupan širem krugu ljudi već bogatijim pojedincima, a zbog brojnih propisa vještina i znanje pripreme pršuta je unificirano. Upravo se inzistiranjem na stvaranju ili marketinškoj promociji određenih elemenata kulture stvara kriva, pojednostavljena gastro-slika regije.

3.4. Prehrana i identitet

Hrana je *"...komunikacijski sustav, skup predodžbi, niz ustaljenih običaja, situacija i ponašanja."* (Barthes 1997:29).

Komunikacija se događa čak i u trenutku kada čovjek kupuje, priprema i konzumira hranu. Time hrana postaje znak među pripadnicima određenog društva. Kroz vijeme je čovjekova

potreba koju zadovoljava konzumirajući hranu postala sve više strukturirana. U trenutku kada smo upotrijebili prve tehnike pripreme hrane, razvili određene prehrambene navike i prestali živjeti od sakupljanja divljih namirnica, tada započinje prva komunikacija hranom (Barthes 1997:30). Ovladavanje vatrom i kuhanje je element kulture. U procesu ovladavanja tom univerzalno ljudskom tehnikom bilo je potrebno stvoriti određenu društvenu organizaciju i naći način kako bi se to znanje moglo prenositi na buduće generacije (Mennell, Murcott, van Otterloo 1998:21,22).

Stoga, ako prema Barthesu hranu promatramo kao sustav, što bi onda bile sastavne jedinice tog sustava? Barthes smatra da bi trebali promatrati mijenja li se značenje pojedine namirnice u različitim društvenim kontekstima primijenjivši tehniku transformacijske analize koju koriste lingvisti. Prije toga bi svakako trebali proučiti sve što znamo o hrani u pojedinom društvu. Ako analiziramo kruh u svakodnevnoj upotrebi jasno je da ima jedno značenje. S druge strane *baguette* (francuski, duguljasti kruh) koji se konzumira na zabavama ili domjencima ima drugačije značenje (Barthes 1997:30). Ako promtramo hranu kao znak, onda možemo vidjeti da u se predmoderno doba hranom označavale jedino svečanosti. Danas je situacija drugačija. Postoji hrana koja se konzumira na poslu ili za vrijeme sportskih aktivnosti. Zanimljiv za ovu kratku analizu je fenomen energetske pločice koja sadržava u sebi namirnice koje omogućuju dovoljan izvor energije, ali i brzi način konzumacije. Posebno se proizvode energetske pločice za zaposlene žene koje nemaju vremena za doručak ili poslovne muškarce koji žele svoje vrijeme potrošiti na pripremu za važan sastanak ili imaju kratko vrijeme za svoje sportske aktivnosti (ibid.33,34).

Ako promatramo hranu kao znak u suodnosu na običaje i tradiciju vezane za proizvodnju, prodaju i konzumaciju hrane, moći ćemo analizirati još jedan faktor, a to je povezanost hrane i odnosa moći. Etnologinja Counihan ističe da gotovo svaka grupacija ima svoju posebnu vrstu hrane. Pomoću prehrambenih namirnica ili načina pripreme istih će se razlikovati ili sličiti drugoj društvenoj grupi. Autorica navodi primjer stanovnika Firence koji izražavaju važan dio svog identiteta pomoću hrane. Ističući određene namirnice poput češnjaka, luka, bosiljka, peršina i papra i jela koja nastaju kombinacijom istih, žele naglkasiti svoju specifičnost unutar brojnih regionalnih kuhinja u Italiji. Činjenica da su sve te začinske biljke, češnjak i luk svježi tijekom cijele godine pa je uporaba navedenih namirnica bila dijelom tradicijske prehrane Firence i okolice kroz povijest, pokazuje nam da povezivanjem hrane, običaje i tradicije vezane uz njenu pripremu i konzumaciju može formirati jedinstven način na koji se može

promatrati svoje susjede. Drugim riječima hrana povezuje ali i razdvaja pripadnike određenih društvenih skupina (Counihan 1999:7).

Iz razloga što hranu moramo unositi u naša tijela, hrana postaje simbol moći. Gladan čovjek je i bespomoćan čovjek. Gledajući kroz povijest, moć (hrana) je bila u rukama elite kojoj je bilo u interesu da većinu svojih sunarodnjaka drži u konstantnom stanju neishranjenosti kako bi onemogućili pokušaje svrgavanja s vlasti. Naravno, trebalo je biti oprezan jer bi iznimna glad natjerala ljude na proteste. Promatrajući hranu kao simbol moći, vidimo da je moguće odrediti položaj pojedinca na društvenoj ljestvici prema tome što, koliko i s kim jede. Pa tako su se u Indiji kaste razlikovale, između ostaloga, po određenim propisima što se smije ili ne smije jesti. Zavirimo li u tanjure i u zapadnom društvu, lako ćemo otkriti tko je siromašan, a tko je bogatiji. Bogatiji slojevi su često koristili hranu da se razlikuju od ostalih slojeva stanovništva, naglašava Stephen Mennell, (Mennell 1985:331-332 prema Counihan 1999:8).

Isto tako, gledajući kroz povijest mijenjalo se mišljenje što je prihvatljivo jesti te način koji je prihvatljiv u procesu konzumacije hrane (Mennell 1986a, 1987a prema Mennell, Murcott, van Otterloo 1998:24).

Velika je količina hrane bila u srednjem vijeku dostupna samo najbogatijem sloju društva, dok su ostali slojevi bili na rubu gladi. Formiranjem država u suvremenoj Europi, procvatom trgovine smanjuje se ta razlika zbog mogućnosti opskrbe hranom gotovo svih slojeva stanovništva. Za razliku od pretjerane konzumacije hrane u povijesti, sada se izrazito propagira umjerenost u konzumaciji. S druge strane dolazi do iznimnog pritiska i opterečenosti količinom konzumirane hrane (Mennell i Simons 1989 prema Mennell, Murcott, van Otterloo 1998:24).

Prilikom zajedničkog blagovanja, navike i ponašanje pri jelu također su važan su funkcioniranja u zajednicama. Drugim riječima, uključiti nekoga u zajednički obrok šalje poruku prihvaćanja u zajednicu, a uskratiti hranu nekome označava neprijateljstvo i ne pripadanje.

"Hrana je izuzetno bitna komponenta međusobnih razmjena, više nego bilo koji predmet ili sadržaj, a to pravilo je prisutno u gotovo svim kulturama svijeta" (Sahlins 1972:215 prema Counihan 1999:14).

Kao što je već prije istaknuto, kuharsko umijeće (*cuisine*) je direktno povezano s kulturom. Pripremom namirnica koje uzgajamo ili nalazimo u prirodi zapravo govorimo o kulturi prehrane određene zajednice, pa je stoga hrana od izuzetnog značaja i u obredima prijelaza poput rođenja, vjenčanja ili smrti (Counihan 1999:19-21). Upravo pripremom namirnica prema svom ukusu te koristeći se prvanstveno vatrom, a onda i raznim pomagalima

dokazujemo da je hrana dio kulture. Promatrajući brojna pisana i nepisana pravila, norme i značenja prilikom same konzumacije hrane i društvenog značenja kojeg ima taj postupak jasno je da je hrana kultura (Montanari 2006:xii)

Strukturalisti, poput Rolanda Barthesa, Claudea Lèvi-Straussa, Mary Douglas smatraju da se "ukus" formirao putem kulture.

Ukusi i apetit se formiraju, prema mišljenju sociologa Stephena Mennella, kao što se formira ličnost (Mennell 1986, 1987 prema Mennell, Murcott, van Otterloo 1998:24). On naglašava da je dvojaka uporaba pojma ukus. Upotrebljavamo ga u značenju opisa okusa neke hrane, ali i u značenju odgovara li nam okus ili ne. Naši se ukusi, prema njegovom mišljenju formiraju od rođenja pa do trenutka kada jedemo neko jelo, odnosno tijekom tijelog života (Mennell, Murcott, van Otterloo 1998:24). Ako se usmjerimo samo na pitanje hrane da svaki će pojedinac odlučiti da li je nešto ukusno ili nije. U skladu s modernim načinom razmišljanja vidljiv je individualistički način stav prema hrani. 'Ideju što je ukusno, a što nije stječemo kroz odrastanje, odnosno on ovisi o kulturi u kojoj živimo. Mennell dalje tvrdi da ljudi posjeduju tzv. pred-ukus, a ukus stječu tek kada ga nauče interpretirati (Mennell 1996:2).

Zanimljiv je primjer prehrambenih navika Kayapo Indijanca iz Amazone koji jedu termite, australskih urođenika koji jedu ličinke moljaca. Pripadnici nekih drugih naroda neće te prehrambene navike smatrati prihvatljivima (Mennell, Murcott, van Otterloo 1998:24). U tom smislu američki antropolog Nick Fiddes tvrdi: "To jednostavno proturječi našim uobičajenim kulinarskim obrascima - ukusu koji nam je blizak." (Fiddes 2002:35). Potrebno je još jednom istaknuti da se ukus formira unutar određene kulture koja ima svoje specifičnosti te da se mijenja i prilagođava tijekom odrastanja. U prilog o povezanosti hrane i kulture govori i činjenica da ukus hrane ne ovisi o jestivosti, već o tome gdje je određena hrana smještena na ljestvici jestivosti u određenoj kulturi. Stoga je ssno da kada kušamo hranu, reagiramo na našu predodžbu o hrani, a ne toliko na činjenicu da li je nešto jestivo ili nije.

To je vrlo lako potkrijepiti primjerom iz svakodnevice. Osoba koja konzumira 'brzu hranu' smatrat će zdrave namirnice bezukusnima, dok se osoba koja pazi na prehranu teško odlučuje na konzumaciju jela koja spadaju u 'brzi' tip pripreme i konzumacije. Što ćemo jesti ovisi često i o pripadnicima grupe ili pojedincima s kojima se želimo identificirati.[107] Stoga je odluka što

[107]Tako možemo pratiti upotrebu crnog i bijelog kruha kod bogatijih i siromašnijih pripadnika društva, odnosno promjenu - u Engleskoj i Francuskoj gdje je upotreba obiju vrsta kruha izuzetno dobro dokumentirana vidljiva je u početku upotreba crnog kruha kod siromašnih slojeva pučanstva. Danas je situacija obrnuta, bogatije stanovništvo hrani se crnim ili integralnim kruhom, dok je siromašnije stanovništvo orijentirano na jeftiniji, bijeli kruh (Mennell 1985:303 prema Fiddes 2002:38).

ćemo jesti, zapravo i odluka gdje ćemo pripasti. U američkom udžbeniku *Medicinske antropologije* se navodi: "Tradicija je također bitna u određivanju prehrane. Tradicionalna hrana postaje simbol etničkog identiteta, a način ishrane može biti iznimno otporan na promjene" (McElroy, Towsend 1985:195 prema Fiddes 2002:38). Svaka kultura ima svoje smjernice, nepisana pravila o tome od čega se sastoji pojedini obrok, navode Douglas i Nocod (1974:747). Fiddes također naglašava da ćemo, ne samo izabrati poznatu namirnicu, već ćemo je često kombinirati s ostalim namirnicama na poznati i prihvatljiv način (Fiddes 2002:38,39).

Potrebno je ovdje naglasiti da se prehrambene navike mijenjaju, a mijenja se i tradicija. Fiddes s pravom ističe da hrana "možda nije samo *kulturni trag* nego i kulturni znak: sitnica koja pokazuje smjer u kojem se događaju promjene" (Fiddes 2002:41). Hranom kao što je već rečeno komuniciramo prema pripadnicima zajednice u kojoj živimo, ali i prema okolini u kojoj živimo. Stoga je jasno, tvrdi Fiddes da oni koji ne mogu poštovati prehrambene norme određene zajednice, ne mogu biti niti njihov dio (ibid.45).

S obzirom da hranom komuniciramo, kako tvrdi Barthes, potrebno je istaknuti da hrana onda ima određeno značenje.[108] Jabuku primjerice možemo promatrati u svijetlu izražavanja gostoljubivosti, izražavanja naklonosti, prijateljstva, suosjećanja, dobrosusjedskih odnosa, jabuka je povezana sa slavljima, gozbama, obitelji, simbolizira zdravlje i uspjeh, ali i nostalgiju. Važno je naglasiti da se hrana koristi kao simbol, ona sama po sebi to nije. Hranom se komuniciraju određene vrijednosti i uloge u društvu (ibid. 43-46). U tom kontekstu treba promatrati onda 'sliku' večere u ruralnim krajevima Istre u prvoj polovici 20. stoljeća. Tu ne govorimo samo o kuhanom krumpiru i divljem radiču, začinjenom vinskim octom i mašću domaće proizvodnje, morskom solju. Ovdje zapravo opisujemo ulogu žene u kuhinji te o ulogu muškarca u obitelji koji je radio u polju i čuvao životinje, te na taj način pridonosio hranjenu obitelji. To je naravno poprilično patrijarhalna slika. Situacija je znatno izmijenjena jer danas u agroturizmima gotovo svi članovi obitelji sudjeluju u poslovima oko pripreme i posluživanja gostiju.

Termin simbolično se obično upotrebljava „...kako bi se sugerirala komunikacija različita od izravnog, doslovnog diskursa. Objekti, ideje ili djelovanja nazivaju se simboličnim kada

[108]"...U subotu sam zajedno sa svojom obitelji kupio svinjetinu za nedjeljni ručak. ...U nedjelju nas je zamalo izludio miris mesa koje se peklo tri sata. Kada smo napokon sjeli za stol, izgledalo je da su svi tjedni problemi nestali u iščekivanju slasnog obiteljskog ručka. Meso je bilo divno i pomislio sam u kojoj je mjeri komad mesa koji košta pet funti, pridonio ovom tipično britanskom, obiteljskom prizoru. Moja se obitelj sita i sretna digla od stola, a hladno meso jeli smo i za večeru u ponedjeljak. Meso nije tek obrok, ono je način života. T. Cook, Basildton, Essex (Meat Trades Journal 1987:2 prema Fiddes 2002:45).

predstavljaju nešto što izlazi izvan njihovih samorazumljivih identiteta." (Fiddes 2002:46). Potrebno je naglasiti da je svako značenje koje se nekoj namirnici daje ispravno u očima osobe koja to značenje pridaje. Isto tako, određena poruka će imati različita značenja, ovisi na koji način se izrazi - implicitno ili eksplicitno. Eksplicitno naglašavanje neke poruke dovest će do toga da se ona demistificira, kritizira i time se umanjuje njena moć (ibid. 49,50).

Neraskidiva je veza hrane i prostora, bilo da govorimo o selu, gradu, regiji ili državi. Trebamo biti svjesni socijalnog i kulturnog konteksta prostora u odnosu na fenomen prehrane. Značenja kao što su porijeklo, tradicija i povijest nameću se prilikom istraživanja odnosa prostora i prehrane (Eriksson *et.al* 1999:44 prema Burstedt 2002b:148). Osim navedenog, treba imati na umu da je prostor često neomeđen granicama, već da se tu može raditi i o simboličkom prostoru. Stoga kada govorimo o nacionalnim kuhinjama moramo biti svjesni da su nastale pod utjecajem i prepletanjem raznih elemenata i uzoraka kroz povijest (Burstedt 2002b:148). "Važno je razmišljati o tome kako kuhanje, jedenje i hranjenje – djelatnosti koje često uzimamo zdravo za gotovo – definiraju naše identitete i odnose u našem društvenom životu" (Counihan 1999:2-3 prema Visočnik 2004:23). Davne 1826. godine Brillat-Savarin u svom gastronomskom eseju 'La Physiologie du gout' izjavljuje: 'Reci što jedeš i reći ću ti tko si'. Hrana je stoga osnova kada razmišljamo o našem identitetu, navodi Fischler. Autor naglašava prilikom konzumacije, namirnice koje su se nalazile 'izvana' unosimo 'unutar' svog tijela, odnosno postajemo ono što jedemo (Fischler 1988:277 prema Caplan 1997: 9). Rod, dob, status, etnicitet/porijeklo tek su od nedavno teme koje se istražuju unutar antropologije i socologije prehrane (Caplan 1997:9). Konzumacijom, odnosno nekonzumacijom određenih jela označavamo kulturni identitet, te na taj način izravno pokazujemo razliku od drugih ljudi (vidi Bulmer 1967, Levi-Strauss 1962 prema James 1997:72). Hrana se može koristiti kako bi se naglasio svoj identitet ili etnicitet. Stoga pojedinci ili grupe ljudi mogu pomoću hrane izražavati svoja pozitivna ili negativna stajalištaprema drugim pojedincima ili zajednicama (de Garine 2001:487). U mnogim kulturama vidjet ćemo da se pripadnost nekoj grupi najčešće se izražava putem izbjegavanja konzumacije pojedinih namirnica ili jela.[109] Osim toga, putem hrane može se izražavati i

[109]Izbjegavanje konzumacije klasificira se prema dva aspekta: a) prema trajanju - trenutna ili stalna i b) prema veličini pojedine grupe - individualna, rodno povezana grupa, društvena grupa ili cijele populacije (Židovi, Budisti, Hindusi) (de Garine 2001:488).

etnocentrizam, što je zapravo vidljivo kroz cijelu povijest čovječanstva.[110] Tako se stvaraju negativni i pozitivni stereotipi u ovom slučaju bazirani na specifičnostima prehrane pojedine grupe.[111] Stereotipiziranjem ser često ističe pojedina namirnica karakteristična za pojedinu grupu ljudi ili kulturu, a da ta namirnica nije dio osnovne prehrane te grupacije. de Garine navodi da se uz Talijane najčešće povezuje tjestenina, a uz Nijemce kupus i krumpir (de Garine 2001:491). Kada se ističu stereotipi vezani uz prehranu vrlo se često koriste namirnice i jela koje čak nisu toliko prisutni u svakodnevnoj konzumaciji. Tada se natkve namirnice i jela ističu kao nešto negativno i drugačije, a samim time i isključujuće. Autor navodi česte stereotipe da primjerice Francuzi konzumiraju puževe, žabe i meso konja (ibid.494). Putem hrane i načina prehrane, uz ostale kriterije poput rođenja i bogatstva, edukacije, razlikovat ćemo društvene slojeve. Stoga će biti bitno primjerice koje dijelove svinjskog mesa konzumiraju određeni slojevi unutar istrog društva. Na taj način će se međusobno razlikovati slojevi siromašnog stanovništva od onih iz bogatijeg sloja (ibid.497,498).

U današnje moderno doba situacija je znatno kompliciranija. Unatoč navodnoj izvjesnosti što 'mi' jedemo, za razliku od toga što 'drugi' jedu, u praksi je hrana prevrtljiva po pitanju podupiranja predodžbi kulturnog identiteta (James 1997: 73). Američka antropologinja Allison James smatra da se kuhinje ne ograničavaju geografskom dužinom širinom i nacionalnošću. Svaka nacionalna kuhinja sadržava u sebi tragove razmjene, putovanja i danas sve više i novih tehnologija. Stoga možemo tvrditi da su kuhinje sastavni dio globalne kulture, a ne lokalne kulture (Mennell 1985, Mintz 1985 prema James 1997:73).

Vezano uz teme odnosa i pripadnosti unutar zajednice tema prehrane je od izuzetnog značaja. Iako na prehrambene navike utječe kultura u kjoj živimo, na kraju ipak sam pojedinac bira što će jesti. Ipak se individualnu aktivnost hranjenja smješta u kontekst skupine u većini kultura, jer se mnoge društvene aktivnosti vrte oko jela. Ako imamo problematičan odnos između pojedinaca i grupe unutar neke kulture, onda je prehrana jedan od načina kako se taj odnos može komunicirati (Buckser 1999 prema Visočnik 2004:21,22). Mnogi povjesničari promatrat će "kako su hrana i piće umiješani u razvoj ostalih oblika nacionalne i lokalne kulture" (ibid.20). Prehrana, odnosno jelo i piće će imati istaknut značaj prilikom istraživanja

[110]Tako grčki povjesničar Strabon opisuje narode koji žive u Egiptu i oko Crvenog mora kao *chelonophagii* (oni koji jedu kornjače), *eleohantophagii* (oni koji jedu slonove), *rhizophagii* (oni koji jedu korijenje), *spermophagii* (oni koji jedu sjemenje) (de Garine 2001:489).

[111]Negativni stereotipi bit će primjerice kako Francuzi gledaju na Talijane - 'oni koji jedu makarone', ili pozitivni stereotipi kada Francuzi sami sebe označavaju kao 'zvijeri koje jedu' odnosno, kao ljudi koji uživaju u pripremi i konzumaciji kvalitetne hrane (de Garine 2001:490).

nacionalnog identiteta. Češnjak će pri tome biti dio identiteta više mediteranskih zemalja, a za mediteranski identitet bit će vezani i janjetina, riža i rajčica. Proučavajući povijest prehrane, zapravo proučavamo našu povijest u lokalnom, regionalnom, nacionalnom i globalnom smislu (ibid.21). Pogledajmo naše susjede Talijane. Ono što je zajedničko većini Talijana su religija i tjestenina (La Cecla 1998:17 prema Castellanos, Bergstresser 2006:190). Tjestenina (*pasta*) je tako jak simbol identiteta, jer stapa u sebi nacionalne norme i lokalnu tradiciju. Drugim riječima, oblici *paste* su različiti, ali sastojci koji čine tjesteninu su svugdje isti. Različiti oblici *paste* će se upotrebljavati u pripremi jela oviseći o činjenici o kojoj se lokalnoj sredini ili regiji Italije radi, ali i o kojoj situaciji za koju pripremamo jelo. Kombinacija različitih oblika *paste* i različitih tipova umaka ili začina dodatno komplicira situaciju (Castellanos, Bergstresser 2006:190). Zajedničko je za sve Talijane bilo jest da izuzetno cijene obroke koji se pripremaju i konzumiraju kod kuće a za čiju su dugotrajnu pripremu zadužene žene. Odnos prema domaćem obroku mijenja se u skladu s promjenama u načinu života, u činjenici da je sve više žena zaposleno i da nemaju vremena provoditi za štednjakom. Za razliku od Talijana Englezi su već od 16. stoljeća[112] smatrali da je govedina, odnosno biftek proizvod koji najbolje izražava njihove nacionalne karakteristike, kao što su ljubav prema slobodi, zdrav razum, junaštvo i muževnost. U razmatranju pojma identitet važno je naglasiti razliku između samoopažanja po pitanju identiteta i gledanje na taj pojam od strane osoba koji nisu dio zajednice koju se promatra (Spiering 2006:31).

Hrana je dio materijalne i nematerijalne kulture, ali je i ključna metoda komunikacije koja prenosi mnoga značenja (Counihan i Van Esterik 1997 prema Wilk 2008:308). Mnoga su istraživanja pokazala da je hrana moćan simbol osobnog i grupnog (kolektivnog) identiteta formirajući jedan od temelja individualnosti, ali i osjećaja pripadnosti većoj, povezanoj grupi. Ono što je manje jasno jest kako taj jaki oslonac identiteta može biti promjenjiv te kako se mogu održati očigledno nesavladive razlike između jedinstvenih prehrambenih navika pojedinih skupina kada se u isto vrijeme recepti i prehrana stalno mijenjaju (Warde 1997:57-77 prema Wilk 2008:308). Kao i u procesima konzumacije hrane u svijetu, i u drugim područjima kulture se javljaju pitanja stabilnosti i promjene, posudbe i difuzije, sve u želji da ne dođe do gubitka identiteta (Appadurai 1996, Friedman 1994 prema Wilk 2008:308).

[112]Još Shakespeare spominje 1599. godine u Henriku V. da Englezi jedu iznimno puno obroka s govedinom (biftekom) i ta se izjava (činjenica) kroz povijest ponavljala kroz brojne pjesme, drame, spjevove, pripovijetke i slike. Posebno se taj simbol učvrstio negdje u 18. stoljeću, u vrijeme rivalstva s Francuzima (Spiering 2006:32)

U početnoj fazi razvitka turizma stanovnici su željeli ponuditi gostima ono što su smatrali da će im biti poznato (u smislu hrane). Takva je situacija bila i u Istri kada su turisti na jelovnicima mogli naručiti bečke *šnicle* te pommes frites. Domaćini su se sramili svoje autentične, tradicijske prehrane. U Istri, razvitkom ruralnog turizma dolaze gosti veće kupovne moći koji su u potrazi za domaćom, autentičnom prehranom kraja kojeg posjećuju te se pod njihovim utjecajem potiče promocija lokalnih jela. Iako su se kod kuće tako hranili, na zahtjev turista koji su željeli autentičnu, domaću hranu, domaćini su sve više isticali lokalna i regionalna jela. Na taj način su postupno izgradili svoj lokalni gastro identitet.[113]

3.4.1. Istarska tradicijska prehrana

Visočnik smatra da tzv. etničke kuhinje pokazuju i jačaju identitet skupine ako nas u istraživanju zanima zajednički identitet neke grupe (Caplan 1997, Counihann 1999 prema Visočnik 2004:19). Autorica zaključuje da je situacija takva da se etnički identitet sve teže definira i samim time se smanjuje povezanost među pripadnicima određene grupacije. To sve rezultira i promjenama u prehrani. Sve je manje slučajeva prenošenja recepata 's koljena na koljeno' pa se u svakodnevnom pripremanju hrane gube specifičnosti određenih etničkih kuhinja i utjelovljeno sjećanje pripremanja određenih jela ili uzgoja pojedinih namirnica. Običaj pripremanja blagdanskih obroka se zadržao. S druge strane povećana je dostupnost tradicijskih namirnica pojedinih etničkih kuhinja u supermarketima diljem svijeta. To rezultira mogućnošću doticaja različitih etničkih kuhinja (Visočnik 2004:20). Iako je suvremeni život donio promjene i uvelike utjecao na naše shvaćanje sebe i društva koji nas okružuje, ipak su pitanja etničkog i nacionalnog identiteta osjetljiva politička pitanja (Smith 1995:1-5 prema Visočnik 2004:20). U današnje moderno doba jasno je da će osoba isticati identitet ovisno o situaciji u kojoj se nalazi, odnosno jasno je da može imati višestruke identitete. S jedne strane bitno je naglasiti da će etnička kuhinja će biti povezana sa zajednicom koja je zemljopisno i/ili povijesno određena. No, s druge strane etničnost, kao i nacionalnost 'zamišljena' kategorija, a

[113] Potrebno je naglasiti da je drugačija situacija koju opisuje Wilk na primjeru male srednjoameričke države u Karipskom moru. Belize osigurao svoju samostalnost tek 1981. g. i od tad se počinju događati procesi nastajanja nacionalne kuhinje. Treba biti svjestan da na stvaranje nacionalne kuhinje (između ostaloga) utječu i očekivanjia domaćina, odnosno što turisti žele i vole jesti te utjecaj turista na isticanje lokalnih specijaliteta i uvrštavanje u ponudu, a samim time na stvaranje (u istarskom slučaju) regionalnih specijaliteta.

iz toga proizlazi da su etničke kuhinje također 'zamišljene', odnosno one pojačavaju ideju etničkog ili nacionalnog identiteta (Visočnik 2004:21). Stvaranje osjećaja pripadnosti pojedinoj skupini, odnosno stvaranje osjećaja etničnosti ili nacionalnosti, pomaže članovima određene grupe da se odrede prema ostalim pojedincima ili grupama (Ashley 2004:81 prema Visočnik 2004:21). Prilikom stvaranja 'izmišljenih tradicija' uvijek će se posegnuti u prošlost kako bi se opravdao nastanak novih tradicija. Slovenska etnologinja Nataša Visočnik (2004) opisuje ulogu riže u oblikovanju japanskog identiteta tijekom stoljeća. Riža je kao osnovna prehrambena jedinica (već više 2000 godina), ali je služila i kao sredstvo plaćanja poreza i nadnica (Visočnik 2004:23). No, iako su povijesni i arheološki podaci poslužili kao baza ove tvrdnje, potrebno je istaknuti da se stanovništvo Japana tijekom stoljeća nije isključivo bavilo poljoprivredom, odnosno uzgojem riže. Veliki broj ljudi se bavio ribarstvom, a i prehrana pojedinih grupa stanovništva ovisila je o dostupnosti namirnica i geografskim karakteristikama područja koje je omogućavalo (ili ne) uzgoj riže. Visočnik iznosi zanimljivu tezu o tome da u vremenu kada su identiteti sve promjenljiviji i neizvjesniji, "zajednički sustav kuhanja pomaže artikulirati identitet, svrhu i politiku." (Visočnik 2004:21). Hrana će postati simbol putem kojeg će se izražavati pripadnost, a upravo će ta činjenica dovesti do jačeg povezivanja pripadnika pojedine grupe. Pokušat ćemo vidjeti odnosi li se ta konstatacija i na Istru. Stoga valja postaviti pitanje što bi to onda bila istarska kuhinja? Jesu li to svakodnevna siromašna jela seoskog stanovništva Istre između kraja 19. stoljeća i sredine 20. stoljeća, jela koja su se pripremala u građanskim kućama ili je to današnja prehrana u istarskim domovima? (Rabar 1982). Tzv. 'istarska kuhinja' osmišljena je na način da se istakne specifična gastronomija regije, ali time i identitet stanovnika. Ona je 'zamišljena' s obzirom na bogatu i turbulentnu prošlost, različite geografske zadanosti te kombinavciju jela seoskog i gradskog stanovništva Istre. Pa tako imamo dosta kuhanih jela, a neki od važnih sastojaka su i maslinovo ulje, vinski oscat te u nekim slučajevima uporaba vina u kuhanju te uporaba dosta ribe (Kocković 2005:811). Posebno treba istaknuti da se zbog različitte geografije regije, razlikuju i jela koja su se pripremala. Obalni dio orijentiran je na ribarstvo, što se očitovalo u svakodnevnoj ishrani. U središnjem dijelu poluotoka stanovnici su se pretežno bavili ratarstvom, a na Ćićariji ovčarstvom. Na prehrambene navike stanovništva utjecali su i brojni povijesni faktori kao što su česta naseljavanja ovog prostora, desetkovanje stanovništva uzrokovano ratom ili bolestima (kuga) (vidi Bertoša 1995). Utjecaji srednjoeuropske feudalne germanske, sredozemne romanske kuhinje i jela slavenskog

stanovništva koje je naselilo ovo područje vidljivi su i u jelima koja se pripremaju i danas.[114] Činjenica da je Istra bila podijeljena između Venecije i Habsburške Monarhije ponajviše je utjecala na stvaranje istarskog identiteta, pa tako i onog gastronomskog (Bertoša 1995:49). Istra je bila podjeljena između te dvije navedene države od početka 16. stoljeća pa sve do 1813. godine, kada Austrija dolazi u posjed cijele Istre i vlada do 1918. g. (Bertoša 1995:32). Raznovrsna mletačka kuhinja utjecala je na jelovnike posebice gradova zapadne obale Istre. Uvode se namirnice poput bakalara (koji dolazi iz baltičkih zemalja), rijetki začini iz Azije ili svježe povrće iz riječnih ušća u sklopu Mletačke države te divljač koja se lovila u zaleđu. Na pripremu ribe i plodova mora znatnije su utjecali ribari i pomorci iz Chioggie koji su bili česti gosti gradića istarske obale. Tako su se međusobno izmjenjivali recepti za pripremanje *zuppe* (guste juhe), rižota, buzare te pečenih rakova i brudeta od priljepaka. Gradovi istočne obale Istre bili su pod karnijskim, ugarskim, slavenskim ali i dalmatinskim utjecajem. Središnji dio Istre bio je pod vlašću Goričkih knezova, a kasnije Habsburgovaca. Stoga je bio razvijen lov na divljač, a većinsko seosko stanovništvo jelo je ono što su mogli sami proizvesti ili što su mogli pronaći u šumi (samoniklo bilje). [115] Osim što su se granice i vladari često mijenjali, mijenjala se i miješala struktura stanovništva zbog mnogih migracijskih tokova i kolonizacija. Istru su naseljavali Grci, Talijani, Albanci, Rumunji, Crnogorci i stanovništvo raznih krajeva Hrvatske u zbjegu od Turaka. Osim toga, dolazi do iseljavanja Istrana pod fašističkom vlasti, iseljavanja talijanskog i hrvatskog stanovništva nakon Drugog svjetskog rata i doseljavanje manjeg broja hrvatskog stanovništva u Istru. Danas je situacija vrlo slična u smislu radne migracije (Orlić 2008:48). Tradicijska prehrana seoskog stanovništva se kroz stoljeća mijenjala uvođenjem novih namirnica poput krumpira i kukuruza koji su znatno utjecali na cjelokupnu prehranu europskog stanovništva. Tijekom vremena miješaju se narodi, etničke zajednice koje su za sobom ostavljale traga i u prehrambenim navikama i namirnicama, a okosnicu tradicionalne prehrane koja čini bazu današnje ponude, čini siromašna svakodnevna prehrana. Osnovna značajka istarske kuhinje je sve do polovine 20. stoljeća bila oskudica prisutna u pripremi i konzumaciji jela. Kuhinja je bila središnja kućna prostorija koje je ujedno bila i jedini grijani prostor. Obroci su se pripremali na otvorenom ognjištu. Za pripremu jela su bile zadužene isključivo žene. Skromna jela svakodnevno su se pripremala u plićim keramičkim posudama postavljenima na tronožne stalke ili u metalnim posudama, obješenima na lanac (*komoštre)*.

[114]http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948
[115] http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948

Metalne rešetke (*gradele),* koje su se postavljale nad žar služile su za pripremu pečenih jela. Peka (*čripnja*) je služila za pripremu manje količine kruha[116] ili nakon drugfe polovice 20. stoljeća za pečenje mesa i krumpira (Kocković, 2005:811,812). Jednom tjedno se pripravljao kruh od kukuruznog brašna, pomiješanog s brašnom ječma ili neke druge žitarice, dok se bijeli kruh konzumirao u iznimno rijetkim situacijama, kao što su bolesti ili za blagdane.[117]

Prvi jutarnji obrok je najčešće bilo *kafe*, a ponekad se konzumirala i tvrđa palenta. Nakon marende slijedi *obid, obed* oko 12-13 sati (Orlić 2011:254). *Maneštra* ili lončanica, varivo od *fažola* (grah), krumpira kojima se, osim suhog mesa, dodaje i nešto od sezonskog povrća, po čemu će se, tako pripravljena *maneštra*, i zvati bilo je svakodnevno jelo.[118] Više je vrsta *maneštra,* a pripremaju se ovisno o godišnjem dobu. *Maneštra od* koromača priprema se u proljeće, *maneštra od bobići* (mladi kukuruz) karakteristična je za ljetno doba. *Jota* (krumpir, grah i kiseli kupus) konzumira se u zimsko doba, a tu su još i *maneštra od jačmika* (ječam), *maneštra od slanca* (slanutak) (Kocković Zaborski 2010:28), *pašta-fažo* - *maneštra* s tjesteninom te *miništron* - *maneštra* od sezonskog povrća (Orlić 2004:67). Sastojak po kojemu *maneštra* dobiva svoje ime, daje toj gustoj juhi i prepoznatljiv okus. Kukuruz daje sladak okus, koromač daje gorak okus, dok kupus daje kiseli, a slanac daje blago slani okus. *Maneštra* se začinjava *tacom, peštom* (sjeckana slanina bez mesa, usitnjeni češnjak i list peršina) ili *zafrigom* (zaprška) te maslinovim uljem. Početkom 20. stoljeća u *maneštru* se mogla dodati koža od pancete ili kost od pršuta,[119] a poboljšanjem životnog standarda dodavali su se i ostali dijelovi svinjskog mesa[120] (Kocković Zaborski 2010:28). Osim *maneštre* se za ručak mogao jesti i *skrob* - kaša od kukuruza i ječma te kuhani krumpir u ljusci.[121] Prije večere se znalo popiti *kafe* i pojesti *baškot, biškot* (suhi kolač) ili možda *palentu* ako je ostala od marende (Orlić 2011:254). Za *marendu* se znala jesti i *fritaja, fritada* (pržena jaja) koja se ponekad kombinirala s divljim radičem, divljim šparogama. Jedan od uobičajenih obroka siromašnih stanovnika Istre bila je i palenta. Kuhala se od kukuruznoga brašna u kotlu nad ognjištem i miješala *vrnjačom ili palentačem*. Nakon što se kuhala više od pola sata istresla bi se na plitki drveni tanjur ili

---

[116]Veće količine kruha pekle su se u krušnim pećima.
[117]http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948
[118]http://www.istria-gourmet.com/hr/info/istarska_jela
[119]Postoji anegdota koja se uvijek prepričava kada se govori o maneštrama i pripravljanju istih kroz stoljeća: priča kaže da se kost od pršuta posuđivala od kuće do kuće kada se kuhala maneštra, jer su ljudi bili toliko siromašni da nisu mogli imati svoju kost za maneštru.
[120]U *jotu* se stavljala suha panceta, uz *maneštru od slanca* koristila su se suha svinjska rebrica, uz *maneštru od jačmika* suhe svinjske noge, a uz *maneštru od koromača* suhi svinjski jezik (Kocković Zaborski, 2010:28).
[121]http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948

dasku, zaravnala *palentačem* i oblikovala u polukuglu. Ohlađena palenta bi se izrezala zategnutim koncem na manje, četvrtaste oblike. Kombinirajući s mlijekom ili juhom od palente (začinjena voda s kukuruznim brašnom koja se odvojila na početku kuhanja konzumirala bi se najčešće u jesen ili zimu (Kocković 2005:811,812). U vrijeme svinjokolje, palenta se pripremala sa svinjskim iznutricama, a zabilježeno je da se u nekim selima nazivala i *polenta alla Veneziana,* što bi moglo govoriti o njenom porijeklu.[122]

Tjestenina ima primat u istarskoj kuhinji u vremenu nakon Prvog svjetskog rata. Danas gotovo svakodnevno jelo, *fuži* (domaća tjestenina) su se pripremali za svečane prilike, npr. Vjenčanja. U *naćvama* (drveno korito) ili na dasci mijesilo se posoljeno tijesto s jajetom. Takvo tanko tijesto bi se onda razvlačilo i istanjivalo *lazanjarom, pakjunicom ili gomoljarom* te rezalo na četvrtaste oblike. Ti komadići tijesta bi se motali oko drvca debljine olovke u oblik *fuža* te zatim skidali s drvca i kuhali. Najčešće su se posluživali sa *šugom* (umakom) od kokoši ili ovčetine. Tanko su razvaljeno tijesto romboidna oblika nazivaju se *pasutice, posotice*. Posluživale su se najčešće na Badnjak s bakalarom ili u siromašnijim obiteljima s *broskvom* (keljom). Svakodnevno se u Istri jelo i *lazanje,* tijesto debelo oko 1cm, koje se posluživalo s raznim dodacima. Osim tjestenine, krumpir je jedno od osnovnih priloga. Mogao se kombinirati s divljim radičem i jajem za večeru. Od krumpira su se pripremali i valjušci. Nerijetko su bili dio svečanog jelovnika. Posluživali su se s raznim vrstama umaka *(šuga)* (Kocković 2005:811,812), a isto tako i *ravioli*, valjušci od tijesta punjeni sirom. *Juha od kvartina* (1/4 kokoši), *prežgana juha* (kombinacija brašna i vode) s naribanim ovčjim ili kravljim sirom posluživali su se bolesnicima se za brz povratak energije. Nakon poroda ženama bi se posluživali *njoki* sa *šugom od letuća* (gulaš od peradi).[123]

Od ribljih jela najčešće su se pripremali brodet i pečena riba na gradelama, posebice u obalnim gradovima, ali i u unutrašnjosti (Medvedec 2010:5). Kuhinja talijanskog stanovništva bila je bogatija ribom, divljači, ptičjim mesom, ali i kolačima. Na slavensku kuhinju je utjecala s brojnim vrstama tjestenine i umacima (Orlić 2011:255,256).

Povrće je bilo izrazito cijenjeno jer se svakodnevno dodavalo *maneštri,* ali se jelo i samo. U krumpir ili *maneštru* mogao se dodati češnjak, *česan, češanj, časunj.*

Tek nakon 1950-tih, dolaskom turizma češće se jede kupus, *kapuz* s domaćim kobasicama, a prije se jeo se u *maneštri (jota)*. Za Badnjak se često jela i *broskva,* vrsta neglavatoga kelja.

[122]http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948
[123]http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948

Najbolje je broskvu konzumirati kad padne prvi mraz. Najčešće se konzumirala u kombinaciji s *pasuticama* ili s krumpirom (Kocković 2005:811,812).
I danas neke od najpopularnijih samoniklih biljaka koje se beru u proljeće su divlje šparoge i *bljušt* (samonikla biljka srodna šparogi). Pripremale su se najčešće s jajima.

Fotografija 16 – šparoge, foto: Tanja Kocković Zaborski

Neke od najpopularnijih začinskih biljaka bile su *koromač* (komorač), mažuran, bosiljak *(bašelak)*, kadulja ili *kuš,* lišće celera *(šeljin, šelen),* ružmarin, ali i peršin i lovor. Dodavali su se svakodnevnim i svečanim jelima.

Fotografija 17 – začinsko bilje, šparoge, *bljušt*, foto: Robert Bilić

Pri ovoj analizi namirnica koje su se koristile u svakodnevnoj istarskoj kuhinji do polovice 20. stoljeća ne smijemo izostaviti niti divlji radič. Jeo se najčešće kao salata, najčešće Kombinirao se s grahom ili krumpirom i najčešće jeo za večeru. U bolje stojećim obiteljima i kao obrok bi se pomješali kobasice ili zarebnjak (*ombolo, žlomprt)* s radičem i krumpirom te s kuhanim jajima. Mogao se dodati i i *vazmeni* (uskrsni, mladi) luk. Takva bi se salata začinjala morskom solju, vinskim octom domaće proizvodnje i mašću otopljenih čvaraka. Domaće maslonovo ulje se rijetko upotrebljavalo.[124] Kako bi izgubio na gorčini, stariji se radič se trebao prvo skuhati pa onda dodati u *fritaju* (ibid). Osim divljeg radiča uzgajao se i konzumirao i vrtni radič.

[124]Maslina je bilo malo, a ulje se jako cijenilo, pa se koristilo u posebnim prilikama kao što su bile *fešte* ili svadbe.

Fotografija 18 – divlji radič, foto: Tanja Kocković Zaborski

Meso se vrlo rijetko jelo do druge polovice 20. st. Pripremalo bi se isključivo za vjenčanja i u doba pojedinih blagdana. Stanovnici Istre su najčešće pripremali svinjetinu. Omiljeni su bili *žlomprt (ombulo, zarebnjak, kanica)* te kobasice. Popularna jela su bila i juha od i *šugo* (umak) od kokoši te purani, janjci pod *čripnjom* i jarići. Gotovo u svakom domaćinstvu pripremao se i pršut. Sušio bi se natrljan solju i paprom. Kao što će biti kasnije prikazano, jeli su ga isključivo težaci koji su dolazili pomagati u radovima na polju, gosti iz grada ili one osobe iz obitelji koje su radile u tvornici. Za poklon bi se nosio liječniku ili učitelju. Prodavao bi se kako bi se mogao platiti porez državi. Jela od plodova mora i školjaka te obilje plave ribe karakteristična su za mjesta uz more. *Bakalar na bijelo* jeo se najčešće na Badnjak. Nakon što bi se namako, kuhao, čistio bi se od kože i kostiju. Nakon toga bi se trebalo dobro istuči uz dodavanje maslinovog ulja s češnjakom. Siromašnije stanovništvo gotovo uvijek je jelo, umjesto *bakalara na bijelo,* slane srdele ili, kao što je ranije spomenuto, *pasutice* s *broskvom*.

Fritule, kroštule, cukerančići najčešće su se pripremali u svečanim prilikam. Za Uskrsu su se pekle *pince* i *povetice*.

Vrlo često se navečer pred spavanje jela *supa*. To jelo/piće se priprema se od staroga kruha koji se zagrije na tronošcu na ognjištu. Vino se začini maslinovim uljem i dodaju se na vrh zapečene kriške kruha. *Supa* se poslužuje u *bukaleti* (keramičkom vrču) ili u *terini* (posudi). Na kraju se dodaje šećer i tako se konzumira (ibid).

Zbog orijentacije na turizam, posebice onaj masovnog tipa, polovicom 20. stoljeća dolazi do povećanja platežne moći stanovništva Istre. Turistima se nude obroci za koje su domaćini

smatrali da bi željeli jesti, a to znači da nisu bili inspiriani tradicijom. Može se reći da je postojao stanoviti sram prema mogućnosti nuđenja domaće, siromašne prehrane poput jednostavnih obroka poput *maneštre* i prženih sardela. Mnoge su obitelji takve obroke pripremali i za sebe (Orlić 2004b:65). Slažem se s tvrdnjom Jasne Čapo Žmegač (1997:72) možemo ustvrditi da se prehrana u kontekstu razmišljanja o identitetu može promatrati s dva stajališta: kao nešto što razlikuje pojedine skupine, ali i kao subjektivna želja skupine da bude drugačija i različita.
U oba slučaja, skupina ističe svoje specifičnosti koji postaju simboli identiteta lokalne zajednice, regije ili nacije.

Kroz gastro-ponudu uvjetovanu turizmom koji se oslanja na tradicionalne recepte stanovnika Istre može se sagledati i suvremeni istarski identitet. To se najbolje vidi u mnogobrojnim *feštama* danas u Istri. Tu se povezuje ponuda tradicionalnim prehrane, ali i politika (regionalne, tradicijske vrijednosti) te želja za produženje turističke sezone (usp. Orlić, 2004b:64). Jasno je da se turistima ne može ponuditi tradicijska prehrana koja se nije mijenjala do danas. Nudi im se jela u agroturizmima koja su se mijenjala od polovine 20. stoljeća pod utjecajem turizma.

Prvenstveno se ova konstatacija odnosi na tartufe kao namirnicu i ponudu jela od tartufa koji se nude kao tradicijsko jelo ove regije, odnosno na činjenicu da tartuf postaje gastronomski simbol regije.[125] U ostalim slučajevima gdje se nude pršut ili *supa* govorimo i o reinterpretaciji, odnosno promjeni konteksta u kojima se priprema i nudi tradicijski obrok u turističke svrhe. Ivona Orlić smatra da je tradicionalna kuhinja koju više ne možemo naći u svakodnevnom životu, postala izuzetno važna u procesu stvaranja istarskog identiteta (ibid, 73).
Važno je naglasiti da ser u tom suvremenom identitetu stanovnika Istre isprepliću elementi tradicijske kulture, turizam, politička regionalna opredijeljenost, kulinarstvo, ali još mnogo toga što čini osobni identitet svakog čovjeka (ibid).

Vrlo je nezahvalno pripisivati određena jela određenoj regiji, jer se ukus mijenja, a time i prehrambene navike. Tako se na određeni način mijenja i identitet regije ili pojedinog kraja.
U prehrani se očituju i raznolikost i burna prošlost određene regije. "Promjenjivost identiteta jedne regije možemo promatrati i kroz mijenu prehrambenih navika. Povratak tradicionalnoj prehrani, koji ponajprije zamjećujemo u javnosti – na feštama i u restoranima, a onda i na

[125]O tartufima će više biti riječi u slijedećem poglavlju.

intimnom polju pojedinca, podudara se s jačanjem regionalnog identiteta" (ibid.64,65). Devedesetih godina je bilo izraženo isticanje regionalnog identiteta kao odgovor na sve jače isticanje nacionalnog, državnog identiteta. Danas, u vrijeme decentralizacije države, sve je manje simbola istarskog identiteta prisutno u javnoj sferi života. Prehrana, odnosno pojedini dijelovi tradicionalne prehrane koji su materijalno isplativi i dalje ostaju prepoznatljivo obilježje Istre a posebice se to odnosi na turizam (kulturni, kulinarski) (usp. Orlić 2004b:65).

Gotovo u isto vrijeme u Velikoj Britaniji možemo pratiti sličan proces tradicionalizacije gastronomske ponude. Časopisi koji se bave hranom u Britaniji, u ranim 90-tima donosili su recepte i preporuke za svoje čitateljstvo (višu srednju klasu) kako pripremati domaće recepte stranih kuhinja (usp. James 1997: 77,78). U isto vrijeme dolazi do jačanja procesa prehrambene nostalgije (*food nostalgia*) koja se javlja u britanskim krugovima koji pišu o hrani te se na svjetlo dana iznose zaboravljeni ili nepoznati recepti s britanskih otočja (ibid, 79). Dolazi do ponovnog buđenja tradicionalnih britanskih jelovnika, odnosno hrane koja se kuhala na selu, podjednako kod seoskog stanovništva i u plemićkim kućama. Potrebno je naglasiti da su tradicijsku prehranu engleski plemići napustili u 18. i 19. stoljeću pod utjecajem francuskog načina kuhanja (ibid, 80).[126] Povratak zanimanju za pripremu tradicijskih jelia vidljiv je u većem dijelu zapadno europskih zemalja. Tako se primjerice francuski kuhari sve više vraćaju lokalnim namirnicama i na taj način se pojedine regije razlikuju od drugih. Slična je situacija i u Italiji. Upravo je moderno vrijeme i sve što taj pojam donosi uz sebe, kao što je mješavina stilova i načina života, utjecalo na želju za povratkom u prošlost, potragu za identitetom, i to putem hrane. Tradicijska prehrana se prilagodila novom vremenu, načini pripreme su se modernizirali, ali bitne karakteristike lokalne kuhinje su ostale (Quijano-Caballero 2001:65).

Potrebno je istaknuti da prehrambene navike stanovnika određene kulture mijenjaju se kao i kultura sama, s obzirom da je prehrana proizvod kulture u kojoj je nastala. Na način pripreme

[126]Stephen Mennell u svom dijelu *All Manners of Food* (1985), pokušava odgovoriti na pitanje zašto se elitna kuhinja ili *haute cusine* razvila u Francuskoj, a ne u Engleskoj, uspoređujući načine kuhanja i kulinarskog ukusa koji su vrlo slični i pritom pronalazeći odgovore u činjenici da je društveni razvitak tih dviju država bio dosta različit. Mennell smatra da su postojale velike sličnosti u načinu pripremanja hrane različitih staleža u većini zemalja zapadne Europe, a formiranje nacionalne kuhinje širi se s formiranjem nacionalnih država. Jedna od razlika je svakako urbani karakter francuske kuhinje koja se opskrbljivala svježim namirnicama s tržnica, dok je engleska hrana bazirana na ladanjskim receptima - mjesto gdje su bogatiji slojevi stanovništva više boravili - na selu su se nalazile namirnice, a tamo su se i spravljala jela. (Mennell, Murcott, van Otterloo, 1998:29).

hrane utječu razni gospodarski faktori, suvremeni način života, sve brža i lakša komunikacija i turizam. Jačanje osobnog izbora u pogledu prehrambenih navika, pa onda i osjećaja pripadnosti rezultat je veće mogućnosti odabira raznovrsnih namirnica, koje na taj način nisu povezane s prostorom gdje se uzgajaju. Tako je moguće do neke granice konstruirati samog sebe. Odnosno, različite etničke kuhinje će utjecati na procese konstrukcije vlastitog identiteta. Visočnik je mišljenja da hrana kao znak kulture određuje naš identitet (Visočnik 2004:27,28), pa je s tim u skladu točna tvrdnja 'reci mi što jedeš, pa ću ti reći tko si'.[127]

3.5. Jelovnici u turističkim seoskim gospodarstvima

Svakodnevna prehrana na selu u Istri bila je siromašna. Najčešće se jela sezonska *maneštra*, dok se meso jelo samo u posebnim prilikama, primjerice *feštama*, vjenčanjima i za blagdane kao što su Božić ili Uskrs.

Imajući to na umu, jelovnici u turističkim seoskim gospodarstvima, ukoliko se žele prikazati tradicijska prehrana istarskog sela, bi trebali biti jednostavni, no to nije slučaj. Jelovnici u turističkim seoskim gospodarstvima su zapravo kombinacija gradskih i svečanih seoskih jelovnika. Na primjerima s terena pokazat ću koje su okolnosti utjecale na vlasnike turističkih seoskih gospodarstava prilikom formiranja jelovnika krajem 20. stoljeća. Jesu li s vremenom obiteljski i (agro)turistički jelovnici utjecali jedan na drugoga, koliko se obiteljski jelovnik razlikuje od (agro)turističkog te koliko je (turistička) politika utjecala na formiranje jelovnika samo su neka pitanja na koja ću pokušati naći odgovor. Činjenica jest da vlasnici turističkih seoskih gospodarstava žele svojim gostima ponuditi, kako to sami navode, autentičnu hranu svog kraja koja je prilagođena današnjim potrebama i željama gostiju.

Na osnovu terenskih istraživanja jasno je da su jelovnici u turističkim seoskim gospodarstvima većinom nastali svjesnim odabirom vlasnika koji su željeli prenijeti recepte

[127]Frazu "You are what you eat" odnosno „reci mi što jedeš, pa ću ti reći tko si" u značenju da je potrebno jesti zdravu hranu kako bi se osjećali zdravo, donosi francuski odvjetnik i političar Jean Anthelme Brillant-Savarin (1755-1826) u svom djelu „La Physiologie du gout" iz 1825. godine. Zanimljiv je proces usvajanja ove fraze u svakodnevnom životu. Sličnu frazu upotrebljava njemački filozof i antropolog Ludwig Andreas Feuerbach 1863.g. u svom eseju „Concerning Spiritualism and Materialism". Obojica su zapravo naglašavala da hrana ima utjecaj na psihičko i fizičko stanje čovjeka. Zanimljivo je da fraza ulazi u engleski jezik znatno kasnije. Najraniji primjer uporabe te sintagme je u oglasu za govedinu iz 1923. godine koji je izašao u Bridgeport Telegraphu. Sintagmu je popularizirao nutricionist Victor Lindlahr četrdesetih godina 20. stoljeća putem svoje krnjige „You Are What You Eat: how to win and keep health with diet" i u svojim radijskim emisijama kasnih tridesetih godina 20. st. Fraza je ponovnu afirmaciju doživjela šezdesetih godina u Americi, u vrijeme hippy pokreta kada je usvojena kao slogan za zdravu prehranu (http://www.phrases.org.uk/meanings/you-are-what-you-eat.html pristupljeno 27.5.2016).

svoje obitelji na turističke jelovnike. Neka od tih jela su konzumirali kao djeca, znanje pripremanja učili su od svojih majki i baka i tako stvarali *utjelovljeno sjećanje*.

Mi imamo 90% gostiju ti malo stariji ki govoru tako je kuhala moja nona. Mlađi ne znaju ča je to. (Mario Tikel)

Sutton smatra da ideja sinestezije najbolje sumira osjetilno iskustvo koje se javlja prilikom konzumacije hrane. Stimulirajući okus i miris bude se sjećanja na mjesto, vrijeme, osjećaj kada se određena namirnica ili jelo konzumirala (Sutton 2001: 90).

Kao što je navedeno ranije u tekstu, tijelo ne pamti samo okuse, mirise, veći znanje o tome kako se pojedino jelo priprema i kako se pojedina namirnica uzgaja. O tome govore Seremetakis (1994) i Sutton (2001, 2011).

Ako znanje o pripremi hrane promatramo unutar okvira *utjelovljenog sjećanja*, onda tehnike pripremanja hrane možemo promatrati kao eksplicitne mentalne „nacrte".

Drugim riječima, treba postaviti pitanje možemo li govoriti o prehrambenom pamćenju koje počiva u našim rukama, a ne u našim glavama. Zanimljivo je da kuhinjska pomagala, atmosfera kuhinje, ali i same namirnice dovode do toga da kuhanje izgleda kao 'automatska' radnja. To je aktivnost koju smo jednom naučili i ostala nam je u pamćenju, naglašava Sutton, poput vožnje biciklom ili kao plivanje. S druge strane tu je kuhanje prema receptima gdje se striktno držimo propisanih količina i aktivnosti (Sutton 2003:31).

Promišljajući teme poput *utjelovljenog sjećanja* ali i zaborava ne smijemo zanemariti vezu koju ističe Sutton između modernizacije i kućanskih pomagala. Na konkretnom primjeru kuhinjskog noža i stroja za rezanje Sutton ističe da nam za korištenje kuhinjskog noža treba inteligencija i tjelesna aktivnost, dok za rukovanje stroja za rezanje dovoljno je da ga uključimo. Ovdje dolazi do situacije kada tehnologija zamjenjuje tehniku, odnosno kada nam više nije potrebno savladati tehniku i proces pripreme namirnice. To je jedna od situacija koja se događa u modernom životu, kako naglašava Sutton. U toj situaciji treba istaknuti da se znanje pripremanja jela koje se prenosilo s generacije na generaciju i to uglavnom žena, sada zamjenjuje procesuiranom hranom koja 'može imati okus domaćeg jela' (ibid 32). Prenošenje znanja je ključni aspekt shvaćanja modernog pripremanja hrane navodi Sutton (ibid 37). Danas postoje različite vrste prenošenja znanja o tome kako se hrana priprema. Postoje slučajevi kada se znanje pripremanja hrane nije prenijelo s baka, majki na kćeri,

sinove i unuke. Razlozi mogu biti višestruki, od migracija pa do prekida obiteljskih veza. Savjet o pripremanju namirnica mogu pronaći na tečajevima, učeći putem TV emisija, na internetu ili koristeći se knjigama recepata. S druge strane, ako je zajednica tradicionalnija, onda je prenošenje znanja pripremanja hrane i utjelovljeno znanje koje nastaje pomaganjem u kuhinji od djetinjstva još uvijek nepisano pravilo kojeg se poštuje. Žene koje su naučile kuhati uz svoje majke i bake, često pokazuju prezir prema točnim uputama u kuharicama i znanju koje se tako prenosi. Prema njihovom mišljenju, iskustvo je uvijek glavni izvor znanja (ibid).

Žene na turističkim obiteljskim gospodarstvima koje su većinom zadužene za kuhanje i za sastavljanje jelovnika koriste svoje znanje koje su naučile tijekom djetinjstva kada su sa svojim majkama i bakama pripremale jela karakteristična za svoju lokalnu sredinu, odnosno obiteljske specijalitete.

> *„Poslove na imanju međusobno su podijelili: mlađi sin Ivica i majka Ivanka rade u kuhinji, stariji sin Denis zadužen je za poljoprivredu, a vikendom kada ima najviše gostiju je konobar, otac Mario brine o financijama, a kćer Marijana vikendima pomaže u kuhinji i restoranu"*[128]

Pripremajući tradicijska jela koriste utjelovljeno znanje u brojnim tehnikama ne samo pripremi jela, već i uzgoju samih namirnica koje će koristiti za pripremu. Domaći turisti, posebice oni koji su stariji, konzumacijom ponuđene hrane moći će se prisjetiti ne samo okusa i mirisa već i tehnike pripreme tog jela. Na taj način mogu odrediti je li namirnica domaća i je li se pripremila na tradicionalan način. Turisti koji ne potječu iz Istre, posebice strani turisti mogu sudjelovati u mnogobrojnim aktivnostima koje se nude na gospodarstvima, kao što su branje grožđa, kopanje krumpira i slično. Osim toga pojedina gospodarstva omogućuju gostima sudjelovanje na radionicama pripreme nekih jednostavnijih tradicijskih jela.

Na taj će način turisti ponijeti kući nezaboravan doživljaj, ali možda i djelić utjelovljenog znanja koje su naučili od domaćina, koje onda mogu primijeniti u pripremi jela i kod kuće. Takva doživljaj ostat će duže u pamćenju gostiju od onog koji se dobiva samo kušanjem hrane. Takvo *utjelovljeno znanje* kako ga naziva Sutton je prvenstveno prenošeno verbalnim i neverbalnim putem – usmenom predajom, ali i sudjelovanjem u pripremi obroka, a obiteljske kuharice putem kojih se isto tako prenosi tradicijsko znanje u obliku bilježnica, a kasnije i

[128] http://www.nacional.hr/printable/articles/view/25004/ 22.8.2007.

knjiga javljaju se tek u recentno vrijeme (Sutton 2001: 143). Do tog vremena prenošenje znanja počivalo je isključivo na praktičnom učenju koje se odvijalo u kuhinji.

Utjelovljena sjećanja su ona sjećanja koja naglašavaju intimne detalje okusa različitih namirnica, različite metode pripremanja i različite kvalitete namirnica. Takva sjećanja imaju sposobnost prelaska iz osobnih, individualnih u kolektivne. Drugim riječima, kada se prisjećamo, pamtimo osobne trenutke, mirisa, okusa, radnji koje su povezane i s obitelji i lokalnom zajednicom (Sutton 2008: 171).

Želja svakog vlasnika turističkog seoskog gospodarstva prvenstveno je da gostima ponude, prema njihovim riječima, autentičnu, domaću hranu, a pri tome uvijek ističući da nude ono što i sami jedu kod kuće. Primjenjujući tradicijske recepte koji su se pripremali u obitelji, a imajući na umu vrijeme u kojem živimo, mogu se odabrati zanimljiva tradicijska jela koja će biti dio gastronomske ponude u turističkim seoskim gospodarstvima. S vremenom se jelovnici malo mijenjaju, ali nikada ne gube odliku „*isključivo domaće istarske kužine*“ (Mario Tikel).

Ono što se može primijetiti da je u početku izbor domaće tjestenine bio manji nego danas, ali s vremenom su vlasnici agroturizama počeli pripremati i druge, manje poznatije vrste tjestenine, pa ponuda nije ostala samo na *fužima* i *pljukancima*.

Problem je na početku bio i s domaćom palentom. S obzirom da je bila često na jelovnicima u seoskim kućama, logičan je bio korak da se ponudi na jelovnicima turističkih seoskih gospodarstava. Problem je nastao onda kada je bilo gotovo nemoguće ponuditi domaću palentu jer se morala nabavljati u specijalnim mlinovima i morala se pripremati puno duže nego instant palenta koja je bila gotova za par minuta.

Zanimljiva je činjenica da se u seoskim gospodarstvima nude određene vrste tjestenine ili njoki s određenom vrstom *šuga* (umaka). Obično se nude *fuži* s *kokošom*, njoki sa *šugom* od divljači, *pljukanci* s umakom od tartufa i *ravioli* s umakom od sira, ali ne i obrnuto.

Kada gost zatraži, neće ga se odbiti. Ali u početku je ponuda bila takva. Razlog tome je možda što se na turističkim manifestacijama posvećenim pojedinim tradicijskim jelima, kojih ima sve više ili na gastro natjecanjima na kojima sudjeluju i turistička seoska gospodarstva, nude uvijek iste vrste domaće tjestenine s istom vrstom umaka. Na taj način se gubi raznolikost i lokalna specifičnost. S druge strane ima primjera da se sve više vodi računa o mikrolokalnim specijalitetima, pa su neka jela na jelovnicima specifična samo za kraj gdje se nalazi pojedino gospodarstvo. Sve se to događa iz razloga što je danas posjetitelj oprezniji pri odabiru jela

koja će konzumirati s obzirom na smanjenu kupovnu moć. Drugi razlog je bolja informiranost o ponudi tradicijske prehrane pojedine regije. Prije nije postojao razlog da se turistička seoska gospodarstva žele izdvojiti nekom posebnošću iz konkurencije jer je ponuda bila manja od potražnje.

Osim raznolike ponude tradicijske prehrane, vidljiva je povećana ponuda domaćih bezalkoholnih napitaka. Velik broj turističkih seoskih gospodarstava domaću proizvodnju sokova (primjerice bazga, *smrikva*,...) jer se pokazalo kao dobro rješenje za goste koji ne konzumiraju vino.

S obzirom da na regionalnoj razini još uvijek nema nikakve koordinacije niti sustavnog stručnog autoriteta koji bi se bavio pitanjem ponude tradicijske prehrane u turističkom seoskom gospodarstvu s naglaskom na specifičnosti pojedinih krajeva, inicijative u smislu isticanja mikrolokalnih specifičnosti dolaze isključivo od strane vlasnika turističkih seoskih gospodarstava. Obuhvaćajući tradicijsku prehranu Istre jednim imenom, odnosno ističući jela koja bi trebali biti u ponudi u svim turističkim seoskim gospodarstvima zapravo zanemarujemo razlike od sela do sela. Zamisao je vlasnika turističkih seoskih gospodarstava da na jelovnicima imaju primjerice samo označeno „*maneštra*“ ili „sezonska *maneštra*“. To se pokazalo dobrim jer su se dosjetili kako izbjeći kruta pravila pisanog jelovnika. Ovisno o sezoni vlasnici nude drugačiji tip *maneštre*. Time je zadovoljena sezonalnost koja je izuzetno važna u tradicijskoj prehrani ali i danas kada se sve više pazi na zdravlje i na zdravu i prirodnu hranu koji ljudi konzumiraju. Na žalost, nisu se svi tome dosjetili. Najčešće je ipak u ponudi *maneštra* s *bobićima* i to cijele godine. U nekim slučajevima mladi kukuruz se čuva zamrznut u škrinjama, a u drugim slučajevima poslužuje se onaj iz konzerve naglašava novinar Davor Šišović. Isto tako se događa da se tartufi ili kobasica i *žlomprt* (zarebnjak) poslužuju cijele godine iako su tartufi karakteristični za jesen i to samo u određenim dijelovima Istre (tzv. Zona tartufa), a kobasice i *žlomprt* za zimsko razdoblje.

U jelovnicima turističkih seoskih gospodarstava nije iskorišten pun potencijal tradicijske kuhinje i to u svim područjima. Od predjela, preko glavnih jela, sezonskih jela pa sve do slastica. Iako neki pozitivni primjeri pokazuju da bi se to moglo, do realizacije ne dolazi zbog nekoliko razloga. Jedan od razloga može biti moguća kompleksnost pripreme. Neke vrste kolača vlasnici neće imati tako često u ponudi, kao npr. *poveticu*[129] jer je lakše napraviti *fritule* ili *cukerančiće* koji mogu dulje stajati. Drugi mogući razlog bi mogao biti još uvijek

[129] Istarski božićni kolač.

prisutan sram da se gostima ponudi primjerice prepečeni stari kruh - *motanica* (pohani kruh) premazan s medom za doručak. Vlasnici će svojoj djeci napraviti *motanice*, ali gostima neće.

> *I taj element srama, vezan uz ponudu određenih skromnih tradicijskih jela još uvijek postoji i ne dozvoljava da vlasnici budu kreativni, da se oslobodi potencijal kojeg tradicijska kuhinja ima. Zbog toga će se rijetko nuditi čvarci, panceta kao hladni narezak, prežgana juha.* (Davor Šišović).

> *Sjećam se anka kad smo mi počeli i kad bi maneštru stavi na stol, anke i palentu, svekrvi bilo neugodno – ča ćeš to ljudima davati? Ja sam čak imala svatove koji su počeli s palentom, umjesto s pršutom i sirom. Malo je neugodno bilo, pogotovo maneštru i palentu servirati. Kad smo otvorili mi je svekrva rekla:„Ča si munjena dati ljudima maneštru i to u nedilju?" Sad više mi nije – nakon toliko godina vidiš. Vidiš i greške, pokušavaš ispraviti. I znaš i ponuditi.* (Karmen Štefanić)

Novinar Glasa Istre Davor Šišović, koji već duži niz godina obrađuje teme iz područja tradicijske prehrane i turističkih seoskih gospodarstava, smatra da bi trebao postojati Savjet za tradicijsku gastronomiju. Takvo tijelo bi, prema njegovom mišljenju, bez da ikog obvezuje trebalo ukazivati na greške i neiskorištene mogućnosti u pripremanju tradicijskih jela, ali i u sastavljanju jelovnika na gospodarstvima, restoranima i konobama. Šišović ističe da je bilo takvih pokušaja, iako neuspjelih, primjerice od strane Udruge kuhara istarske županije i Saveza kuhara Hrvatske. Savez je osmislio projekt Lista hrvatskih autohtonih jela, ali ta je lista bila zamišljena tako da svaka županija ima po nekoliko jela koja će biti karakteristična za svoju regiju. To je značilo da je ograničen broj tradicijskih jela koje su se mogle uvrstiti na tu listu. Istra je, prema toj zamisli, dobila prostora za osam tradicijskih jela.

Cilj je bio da se restoranima koji žele imati oznaku „autentično hrvatsko" pomogne u odabiru jela koje će pripremiti svojim gostima. No, to je rezultiralo činjenicom da bi primjerice gost mogao očekivati u restoranu u Osijeku da na jelovniku budu istarske njoke. Šišović smatra da time nije postignuto ništa pozitivno u smislu promocije hrvatske gastronomije, već da je to bio samo marketinški potez. Osnovni problem je danas, prema Šišoviću, što se ne istražuje građa i

izvori za proučavanje tradicijske prehrane, što se ne odlazi na teren i ne razgovara sa ženama koje još uvijek posjeduju to znanje i prema njegovom mišljenju ne stvaraju se liste koje su otvorenog tipa i koje podnose brojne varijacije i specifičnosti pojedinih jela kakve nalazimo na terenu u razgovoru sa stanovnicima pojedinih krajeva.

Smatram da ne bi trebao postojati stručno tijelo koje bi propisivalo pravila o formiranju jelovnika. Vlasnici agroturizama su najkompetentniji na tom polju da odaberu i prilagode jela koja se pripremaju u njihovoj obitelji generacijama za turistički jelovnik. Ovdje se po mom mišljenju može raditi o prenošenju 'starih' recepata i znanja pripreme ili stvaranju novih jela koja su inspirirana tradicijom. Prema terenskim istraživanjima to se i do sada događalo. Jedino se, kako navode vlasnici agroturizama, prilagođavao normativ kako bi bio prema ugostiteljskim pravilima. Uloga suca koju etnolozi često imaju prilikom ocjenjivanja nastupa na smotrama folklora prilikom kojih odlučuju koliko su se pojedine grupe približile izvornome ovdje bi svakako trebala izostati. Smatram da i poneki puristički stavovi osoba koje se bave gastronomijom te sudjeluju kao suci na brojnim gastronomskim festivalima s istom namjerom mogu loše utjecati na vlasnike agroturizama prilikom odlučivanja što staviti na jelovnike.

U prvoj polovici 2016. godine bila sam i sama dijelom neformalne savjetodavne skupine za jelovnike na Danima otvorenih vrata agroturizama 2016.

U razgovoru s vlasnicima agroturizama pokušalo se potaknuti vlasnike na pripremu jelovnika koji bi bilo drugačiji od ostalih koji sudjeluju na ovoj manifestaciji te ih ohrabriti da pripreme možda neka jela koja se pripremaju u njihovoj obitelji, a nisu do sada bila na jelovnicima njihovog agroturizma. Osnovna ideja bila je da posjetitelji imaju raznovrsnu ponudu jela na 13 agroturizama koji sudjeluju u toj manifestaciji koja traje cijeli studeni (svake subote i nedjelje). Osim mene, kao član savjetodavne skupine bio je novinar Davor Šišović te Adrijana Putinja, od strane AZRRI-a. U razgovoru s vlasnicima agroturizama bilo je slučajeva kada je bilo dosta teško pomiriti viziju vlasnika koji su željeli ponuditi maneštru, *njoke*/*fuže* i *šugo* (umak) i želje ostatka skupine koja je poticala na raznovrsnost ponude. U ovakvim slučajevima 'sukobljavala' se zamisao vlasnika o tome što je njima najjednostavnije, najbrže i najpovoljnije pripremiti i vizija savjetodavne skupine o raznovrsnosti ponude agroturizama koji sudjeluju na ovoj manifestaciji. Osobno sam bila sklonija (pre)pustiti vlasnicima odabir jelovnika, pa premda se ponavljao i u drugim agroturizmima. Analizirajući na poslijetku ponudu za Dane

agroturizama na web stranicama AZRRI-a jasno je da su vlasnici agroturizama većinom prihvatili sugestije ove neformalne skupine.[130]

Propitujući ideju da se gostima ponudi skromniji jelovnik, koji je inspiriran svakodnevnim jelima istarskih obitelji koji su živjele na selu, na terenu su gotovo svi kazivači tvrdili da gosti ne bi prihvatili takav jelovnik. Potvrda takvoj tvrdnji jest situacija o kojoj govori jedan od kazivača, a vezana je uz festival „Dani otvorenih vrata agroturizama“. Tijekom manifestacije se nude isti obroci velikom broju gostiju. Jedan od vlasnika agroturizama naglasio je da je dosta gostiju komentiralo da su obroci oskudni, iako je u svakoj porciji je, prema njegovoj tvrdnji, 15-18 dkg čistog mesa. On smatra da ako to usporedimo s činjenicom da je pola kile mesa bila dovoljna (ili je morala biti dovoljna) osmeročlanoj obitelji za tjedan dana u prvoj polovici 20. stoljeća, postavlja se pitanje kolika bi porcija za posjetitelje trebala biti u tom 'siromašnijem' jelovniku kojeg bi nudili agroturizmi?

Naravno, bilo je trenutka kada se jelo više, ali to nije bila svakodnevica, nego kada su se radili teži fizički poslovi, primjerice kosidba i slično.
(Libero Sinković)

Kada je obitelj Sinković otvarala turističko seosko gospodarstvo samostalno su odlučivali što će uvrstiti na jelovnik. Osnovna želja bila im je pronaći način kako da prodaju svoj poljoprivredni proizvod na kućnom pragu. U početku je to bilo vrlo skromno jer nije bilo uvjeta za takvo što. Sinkovići su gostima nudili suhu hranu – pršut, pancetu, sir, kruh, znači sve ono što su sami proizvodili na svom gospodarstvu. Vrlo brzo su gosti željeli popiti aperitiv (rakiju), popiti domaćeg vina, a sve je češće bilo upita da se spremi topli obrok, poput *maneštre*. S obzirom na sve veći broje posjeta i češće upite od strane gostiju za pripremom pečenog mesa i raznim vrstama *maneštre*, Sinkovići su počeli razmišljati o promjeni ponude.

U tom kratkom periodu nastala je jedna, druga, treća maneštra, nastala je kaša i pečenje, prilog. Na kraju bi gost i kolačić i onda se to širi. (Libero Sinković).

[130] http://www.dovai.eu/ pristupljeno 1.12.2016.

Domaćini su želeći zadovoljiti goste sastavili jelovnik s raznovrsnom ponudom različitih jela kako bi se zadovoljile razne potrebe gostiju.

> *Jer za jednim stolom imate jednog koji ne jede meso, drugi ne jede piletinu, treći ne jede svinjetinu, četvrti ne jede sir,… i onda vi morate imati bogatu ponudu i asa u rukavu da mu još nešto ponudite. To onda nema kraja. Dođete na 30 marmelada, sokova, mineralne,…Stavite se u vrtlog koji nema kraja.* (Libero Sinković)

Davorka Šajina je jelovnike sastavljala, kako ona kaže, vođena svojom intuicijom. Neke stvari koje su pripremali kod kuće prilagodili su ugostiteljskoj ponudi[131] i to su ponudili svojim gostima.

> *Mi nismo bili profesionalci u tom poslu. Trebali smo pomoć jednog kuhara koji nam je pomogao oko normativa. Mi smo morali odlučiti što bi bilo gostima zanimljivo. Hladna predjela, topla predjela i glavna jela. Ali da bude bazirano na tradiciji.* (Davorka Šajina)

Jelovnici se nisu mijenjali mnogo od 2000. godine do danas.

> *Ja se vajk borim sa sobom. Da li oplemeniti s nekim modernim detaljima ili ne. I sad testiram dosta. Ali 90 % gosti mi ni za neke nove stvari. Novije stvari gosti mogu konzumirati u konobama i restoranima gdje se ponuda dosta primijenila, podignula na jedan viši nivo. A mi smo ostali na toj tradiciji. Ali nismo je usavršili. Mislim da bi trebalo poraditi malo kako bi bilo bolje.* (Davorka Šajina)

[131]Jela su trebala imati svoje normative – odnosno vlasnici turističkih seoskih gospodarstava su trebali odrediti koja količina mesa ili ostalih namirnica ide u određene obroke.

Obitelj Šajina je jedna od rijetkih koja gostima nudi tzv. 'seljački' jelovnik[132] jer je primijetila da ima gostiju koji su za to zainteresirani. To su većinom domaći gosti, mlađe i starije generacije.

> *Nono i nona su slavili pir i mladi su to naručili. Ja sam ih pitala ste sigurni? Oni su rekli da i svi su to pojeli. Tako s guštom.* (Davorka Šajina).

> *Jelovnik se mora sastojati od autohtonih, prirodnih namirnica. To je velika razlika od jelovnika u konobama i restoranima. Pljukanci se primjerice razlikuju od onih koje se mogu naručiti u restoranu. U agroturizmima moraju biti domaći. Problemi nastaju jer agroturizmi ne mogu restoranima konkurirati cijenama. S obzirom da je ponuda isključivo domaća, a to znači pripremljena od strane vlasnika ili eventualno kupljena od drugog OPG-a, veći je trošak nego kada se konobe ili restorani kupuju primjerice gotove pljukance, pa je time i jeftinija nabava. S obzirom da je krajnja cijena za gosta u restoranima i konobama viša nego ona za gosta u turističkom seoskom gospodarstvu odnosno ako jedno šugo od domaće kokoše košta koliko i jedna pizza, tu nema pomaka.* (Davorka Šajina).

> *Agroturizmi su na gubitku i s obzirom na PDV jer ulaskom u sustav nisu mijenjali cijene za gosta, a troškovi za domaćine su se povećali.*

> *Iako nema mnogo agroturizama u Istri, prema mišljenu vlasnika, ne bi si trebali međusobno biti konkurencija, ipak se nisu uspjeli dogovoriti oko jedinstvenih cijena. Problem je u tome što ne mogu biti jedinstvene cijene ako se primjerice ne nude uvijek domaći proizvodi.*

> *Ili nemaju domaću kokoš – kupljena kokoš i neće biti toliko skupa kao kad radite s domaćom.* (Davorka Šajina)

Vlasnici turističkih seoskih gospodarstava su mišljenja da bi cijene trebale biti više nego u restoranima s obzirom na činjenice da se nudi domaća hrana. S druge strane vlasnici su pod pritiskom brojnih pravilnika i zakona.

[132] Sadržaj jelovnika se navodi kasnije u tekstu

Pitam se da li će uspijet ostati tradicionalna proizvodnja hrane životinjskog porijekla. Koliko ćemo više moći biti konkurentni i prepoznatljivi. Bojim se da ćemo time izgubiti svoj identitet i da ćemo izgubiti to domaće.(Davorka Šajina)

Ja funkcioniram tako da radim te neke radionice sa ljudima koji su mi na smještaju i za njih su besplatni. Idemo nabrati na njivu. Gremo pobirati u šumu drva, naložimo skupa vatru, napravimo krumpir, kokicu stavimo na komade. Stavimo skupa peći ispod čripnje jer nam pravilnik ne dozvoljava to raditi u kuhinji. Isto tako zamijesimo i kruh. Oni imaju kompletnu jednu večeru s glavnim jelom gdje oni imaju za vidit primjer naše tradicije vezane uz hranu. Oni mijese i kada radimo fuže. Jer je se to kuha, pa onda nije rizično. Isto to kuhamo na ognjištu i onda napravimo to jelo koje nije komplicirano: gljive ili kobasice i ombolo ili nešto jednostavno što se sprema na ognjištu. I njima je to super. Vidim da gosti s kojima to radim da se vraćaju nazad. Oni su si sve zapisivali recepte. Jer oni žele doživjeti. Oni nisu došli doživjeti luksuz jer oni imaju tega doma. Ja polazim od sebe – kad bi ja nekom došla, što bi mene interesiralo. Način na koji žive. Oni znaju više od nas kad dođu. Oni znaju za hranu, za tartufe, sve prouče prije. Trebalo je i meni više da ja to shvatim, da ja to naučim da budem korak ispred njih. Oni kroz želudac osjete tu razliku hrane koju imaju doma. Kad uberu pomidor na njivi i iz njive prenese tamo i kad kuša i osjete tu razliku. (Davorka Šajina)

Obitelj Štefanić se, za razliku ostalih vlasnika turističkih seoskih gospodarstava, odlučila potražiti pomoć profesionalnog kuhara prilikom formiranja jelovnika. S obzirom da smatraju da je edukacija više nego potrebna u funkcioniranju uspješnog turističkog seoskog gospodarstva, a i činjenica je da su vlasnici mlađi ljudi (danas četrdesetogodišnjaci) odluka da se savjetuju oko jelovnika nije neobična.

Možeš imati koliko ćeš starinskih jela ali ako ti to ne usavršiš ti ne možeš znati...Niko od nas nije završio za kuhara da bi mogao nešto izmisliti. Znači

ti moraš imati nekoga da ti pomogne. Starinska jela: maneštra, fuži, njoki, kobasice, kapuz, ombolo. Šta ćeš ti sad stavit? (Karmen Štefanić)

Fotografija 19 - *fuži*, fotografkinja: Maja Danica Pečanić

Savjetnik za jelovnike u turističkim seoskim gospodarstvima, kuhar Josip Pino Kuhar, profesor kuharstva Strukovne škole Eugena Kumičića u Rovinju, pomogao im je da odaberu što bi od tradicijskih jela najviše odgovaralo njihovom gospodarstvu. Štefanići ističu da kada su otvarali turističko seosko gospodarstvo nisu zapravo znali u što se upuštaju, nisu imali neku viziju. Tako je bilo i s jelovnicima. Zato su tražili profesionalnu pomoć. Jelovnik su ipak prilagodili svom kraju, Kaldiru, koji je poznat u Istri po uzgoju voća. Tako su na jelovnicima razna mesna jela koja vlasnici kombiniraju s voćem. Primjerice, janjetina s kruškom, puretina s jabukom, divljač s voćem. Iako ta jela tradicionalno nisu tipična za ovaj kraj, vlasnici naglašavaju da su inspirirana tradicijom.

Jedan kolega mi je reka da su neke moje stvari komplicirane. Možda jesu, ali ako se ne založiš nećeš prikupiti ljude. Ne možeš samo da tebi bude jednostavno. (Karmen Šefanić)

Prema mišljenu g. Kuhara glavni aduti u svjetskom trendu autohtone kuhinje su pršut, sir, tartufi i druge gljive, ali svakako i jela koja u sebi imaju i samoniklo bilje jer se na livadama i poljima u Istri može naći oko 700 samoniklih biljaka koje su jestive i iskoristive u kuharstvu. Osim savjetničke uloge u kreiranju jelovnika u turističkim seoskim gospodarstvima, Pino Kuhar je više od tri godine savjetovao slušatelje Radio Pule što i na koji način kuhati. Smatra da je istarska kuhinja jako bogata, a posebno cijeni okuse djetinjstva koje nastoji prenijeti u današnju gastronomsku ponudu. To su, za njega pršut i sir, samoniklo bilje, razne vrste *pašti* i *maneštra*, domaće salate i razne vrste mesa (janjac, jarić, kunić, *pulaštar*, puran, *kopun*) pripremljenih na *padelu*. Osim toga, savjetovao je istarskim ugostiteljima da je uz istarsku gastronomiju i sama prezentacija od velike važnosti. Kuhar je savjetovao da se 'posegne' u škrinje naših nonica, da se izvade stare istarske *rakamane* stolnjake, da se svijeće na stolovima postave u keramičke posudice s *mekinjom*, kako su to činili 'naši stari' za vrijeme blagdana. Mišljenja je da su *terine* prirodnije za serviranje hrane, a vina u rinfuzi bi trebala biti servirana u *bukaletama*. I mlijeko bi trebalo biti servirano u keramičkim posudama. Zalaže se da bi svaki kraj trebao imati i svoj specifični ukras – u Rovinju bi to mogao biti stilizirani prikaz sv. Fume, a u Labinu rudarski znak. Na taj način bi se, prema njegovom mišljenju, izbjegla standardizacija ponude u turizmu i puni doživljaj za goste (Pokrajac 2001:18). Navedeno mišljenje Pine Kuhara ovdje navodim kao paradigmu postupaka prilikom osmišljavanja turističke ponude. Iako na terenu možemo susresti inventivne primjere uređenja seoskih domaćinstava i serviranja obroka, većinom se ipak tu radi o 'ujednačenoj različitosti'. U prvom planu su većinom jaram, spone, *bukalete* i stari kotači od *voza* kao izabrani elementi tradicijske kulture koje vlasnici odabiru za 'ukras' prostorija u kojima se servira hrana na domaćinstvu. Takav način ukrašavanja zajedničkih blagovaona agroturizma ili konoba ne doprinosi različitosti, već odaje dojam uniformnosti. Ista situacija je sa serviranjem jela. Mišljenja sam da nije poželjno propisivati način uređivanja prostora i posluživanja hrane, jer svaki agroturizam ima svoje specifičnosti. Vlasnici bi sami trebali istaknuti elemente svoje kulture, lokalne sredine i na taj način doprinijeti različitosto i jedinstvenosti svoje ponude.

Vidljivo je da se prilikom stvaranja ponude jela u posljednjih petnaestak godina, pokušalo prenijeti određena tradicionalna jela pojedinih krajeva. Ima li takav turistički jelovnik koji se nudi na seoskim gospodarstvima sličnosti sa svakodnevnim ili svečanim seoskim obrokom? Turistički jelovnik ipak je sličan svečanom seoskom obroku po tome što se priprema niz jela po obroku. Svečani seoski obroci pripremali su se za velike *fešte*, primjerice za vjenčanja. Sastojali su se od kokošje juhe, koja je označavala dobrostojeće domaćinstvo. Slijedilo je meso i povrće iz juhe, kao drugi slijed. Treće jelo bila je domaća tjestenina - njoki, *fuži,* te *kapuz* (kupus), a četvrto jelo bilo je pečeno meso s pečenim krumpirima. Na kraju ovog bogatog obroka su dolazile slastice – kolači. Bitno je naglasiti da u tradicijskom svečanom obroku nije bilo pršuta i sira, niti *maneštre*. *Maneštra* se konzumirala, kao što je već ranije navedeno, kao glavno jelo u siromašnim kućanstvima, a meso se jelo vrlo rijetko. Nakon svega navedenog, potrebno je postaviti pitanje koliko su obroci koje nam nude restorani, konobe i turistička seoska gospodarstva u stvari tradicionalni? Svi navedeni objekti žive od zarade, a ako bude više posjetitelja, bit će više i novaca. To naravno utječe i na brzinu pripremanja obroka. Odnosno,

Čim spomeneš komercijalu, možeš reći doviđenja bilo kakvoj originalnosti i autohtonosti. (Davor Šišović)

Ono što je potrebno naglasiti jest činjenica da se priprema tradicionalnih jela treba prilagoditi današnjim tehničkim uvjetima (priprema tradicionalnih jela bila je znatno sporija), no potrebno je posebno pripaziti na sezonsku i regionalnu dostupnost. Pod time se smatra da je upravo najukusnije jelo i piće kada se poslužuje i konzumira na prostorima gdje, i u vrijeme kada ono uspijeva (Kocković Zaborski 2009:27). Ponuda tradicionalne prehrane koja nas jednim dijelom povezuje s prošlošću, bit će zanimljiv događaj za turista koji će pomoću brošura, u razgovoru s ugostiteljima, turističkim radnicima, vlasnicima agroturizama moći saznati nešto o načinu pripremanja tradicionalnih jela.

Složila bi se sa Suttonom kada kaže da se tradicijska kuhinja može jedino održati ako se kombinira tradicijsko znanje s modernim novitetima (2001:152). Iako su u svom kuhanju prihvatili začine i namirnice koje nisu bile dio tradicijske prehrane Istre (primjerice mrkva ili vegeta, papar) ipak većina vlasnika gospodarstava nije sklona pripremati obroke koji su inspirirani tradicijom, već obroke poput *pljukanaca, fuža* i *šuga,* i sl. Jedino je vlasnica

gospodarstva koja je znatno mlađa od ostalih[133] naglasila da se želi što više educirati te da svojim gostima nudi obroke koji su inspirirani tradicijom kraja u kojem je odrasla i gdje se nalazi njeno turističko seosko gospodarstvo.

Kazivači naglašavaju da se jelovnik od 2000. g. nije znatno mijenjao. Dodali su pokoje novo jelo, ali zapravo najviše pripremaju obroke koji su najtraženiji od strane gostiju.
Na pitanje je bi li gosti bili zainteresirani za jela koja su se polovinom 20. st. svakodnevno pripremala na selu, odnosno 'skromniji' jelovnik, gđa. Štefanić odgovara da bi pojedinci možda bili zainteresirani.

> *Oni stariji, koji su živjeli u tom vremenu 50-tih i 60-tih godina. Pa znaju kako je bilo. Ali ipak žele da bude dobro i bogato to što im se ponudi za jelo. Nebimo mi niti znali napraviti onako.* (Karmen Štefanić)

Na osnovu istraživanja koje je proveo Institut za poljoprivredu i turizam, Poreč 2002. godine o potražnji tipičnom za hranom i vinima ruralne Istre, možemo zaključiti ponešto o tome što turisti prepoznaju kao tipična istarska jela. Domaća jela od mesa (kobasice, zarebnjak) izdvojilo je 53,6% anketiranih, plodove mora (rižoto, brodet, riba pripremljena u pećnici) 49,1%, kolače (*ftirule, kroštule*) 45,2%. Istarski pršut po svojoj prepoznatljivosti je na petom mjestu sa 40,5%. Turisti prepoznaju domaću tjesteninu i domaći ovčji sir. Od 407 anketiranih, njih 89 prepoznali su *maneštru* kao tipično istarsko jelo, a samo 70 anketiranih turista navelo je tartufe kao tipično istarsko jelo. Na osnovu ovih statističkih podataka, autori smatraju da tartuf do 2002. godine predstavlja neiskorišten potencijal u gastronomskoj ponudi Istre (Ružić, Dropulić 2009:65).
Prosječna ponuda jela u turističkim seoskim gospodarstvima sastoji se od domaćih istarskih jela i pića. Za doručak su ponuđeni domaći sir, jaja s pancetom, marmelada ili med te domaći napitci. Kao predjelo se nude pršut, ovčji sir, ali i *ombolo* (zarebnjak) i kobasice s domaćim kupusom. Za glavno jelo ponuđena je domaća tjestenina - *fuži, pljukanci,* njoki ili palenta, u kombinaciji s gulašom od domaće kokoši, govedine, divljači. Osim toga se kao glavno jelo vrlo često nudi, ali i traži sezonska *maneštra*, koja se može ponuditi i kao predjelo te meso i krumpir ispod *čripnje* (peke). Jela od šparoga, gljiva, posebice tartufa, nude se u skladu sa

[133] Rođena je 1973. g.

sezonom kada se to samoniklo bilje i gomolji mogu naći u šumi (Kocković Zaborski 2007, 2009; Ružić, Medica 2010; Juraković *et.al.* 2007).

Još je 1996. godine Ministarstvo turizma priredilo i izdalo "Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seoskim domaćinstvima", kao podakt Zakona o ugostiteljstvu, a taj je pravilnik tijekom godina doživio desetak manjih promjena. Između ostaloga dvije su velike greške tog pravilnika. Standardi objekata koji žive od masovnog turizma bili su primijenjeni na objekte u ruralnom turizmu. Osim toga sporna je i tzv. 'izvorna' ponuda tih gospodarstava. U travnju 2003. godine, su se pojavile inspekcije na seoskim gospodarstvima. Tada se propitivala izvorna ponuda u agroturizmima, odnosno gospodarski inspektori koji su vršili nadzor hrane i pića. Veći je broj konoba bio registiran kao agroturizmi pa su time bili u neku ruku 'nelojalna konkurencija' ostalim ugostiteljskim objektima. Stoga je Obrtnička komora pokrenula gospodarsku inspekciju svih objekata koji su registrirani kao turistička seoska gospodarstva, kako bi se dobio uvid u njihovu ponudu. Inspektori su pronašli brojne nepravilnosti. Pojedini agroturizmi su nudili pivo i gazirana pića industrijske proizvodnje te namirnice koje nisu bile iz vlastite proizvodnje. No, puno je veći preblem nastao za vlasnike 'pravih' agroturizama jer su nudili jela od šparoga na svojim jelovnicima. Naime, inspektori su tvrdili da to samoniklo bilje ne dolazi iz vlastitog uzgoja, pa se stoga ne smije nuditi kao jelo (Šišović 2007b). S obzirom da su inspektori gledali na agroturizme kao ugostiteljske objekte, u tom je slučaju bilo potrebno sve biti normirano, pa se zbog neprimjerenih normi gubi "individualnost i domaćinska atmosfera, a to bi trebala biti osnovna filozofija agroturizama", kako je naglasio tadašnji stručni suradnik u županijskoj turističkoj zajednici zadužen za razvojne programe ruralnog turizma Robert Baćac (Šišović 2003a:8). Najveći problem je, kao što je već navedeno, nastao kod ponude samoniklog bilja.[134] Iako su šparoge ubrane na zemlji u vlasništvu agroturizma, inspektori su smatrali da su vlasnici morali imati dopuštenje Uprave za zaštitu prirode, odnosno dozvole ili potvrde da su osposobljeni loviti, sakupljati ili brati samonikle namirnice ili gljive ako žele svojim gostima ponuditi takve obroke. Isto je takav problem nastao u agroturizmima koji su za za Badnjak i Veliki petak u nudili jele s bakalarom, iako se ne nalaze na moru, ali imaju tradiciju bavljenja ribarstvom.[135] Zanimljivo je da inspektori nisu zabilježili nikakve probleme vezane uz ponudu pršuta i ostalih suhomesnatih proizvoda, iako postoje strogi propisi o načinu pripreme i

[134]Npr. šparoge, bljušt, gljive, koromač, divlji radić, tartufi
[135]Primjerice mjesta kao što su Rakalj i Skitača

sušenja suhomesnatih proizvoda. Naime, vlasnici turističkih seoskih gospodarstava su se zainteresirali za "legalizaciju" malih proizvodnih pogona za pršute i ostale proizvode od svinjskog mesa, sira, meda i jaja, stupanjem na snagu novog Pravilnika o proizvodnji proizvoda životinjskog porijekla na obiteljskom gospodarstvu. S obzirom da je u to vrijeme u Istri postojalo svega pet registriranih pršutana, većina pršuta koji su se nudili na agroturizmima nastala je u 'domaćoj radinosti'. Nameće se pitanje, zašto je inspektore zanimalo samoniklo bije, kada bi se kod ponude suhomesnatih proizvoda moglo naći brojne nepravilnosti. (Kocković Zaborski 2009:28).

3.5.1. Što se nudi gostima?

Obitelj Sinković priprema za doručak tri vrste domaće marmelade, maslac, sir, kajganu, razne nareske kao što su pršut, vratina, krmenadla, panceta, ovisno o godišnjem dobu. Za ručak gosti mogu naručiti *ala carte* jedan ili više sljedova. U ponudi su razne su kombinacije. Prvi slijed su tridesetak vrsta domaće tjestenine, a od toga pet 'baznih' tjestenina koje se kombiniraju s raznim umacima, gulašem, šparugama, gljivama, tartufima. Drugi slijed je *maneštra*. U ponudi su *maneštre* s povrćem, istarska *maneštra* (s pršutom, kukuruzom), maneštra s tjesteninom (lazanje ili po želji), *maneštra* s ječmom. U ljetno vrijeme se najčešće poslijepodne poslužuje rana večera, a preko dana malo voća. U zimi su za ručak u ponudi kobasice, *ombolo*, lopatica. U proljeće, kad počinju šparoge onda je lopatica pripremljena 'đira volta' (ispečena s jedne, pa s druge strane) na maslinovom ulju, pa šparoge s jajima. Za večeru je u ponudi *maneštra*.
Obitelj Šajina za ručak nudi za hladna predjela pršut, sir, suhe kobasice, panceta, suhi *ombolo*. Naravno, dok se ne potroše zalihe domaćeg pršuta i kobasica. Od toplih predjela nude sezonske *maneštre* te juhe. Domaća tjestenina je druga vrsta toplog predjela. *Fuži*, njoki, *pljukanci*, lazanje, ravioli, *štruclji*. Sve s prilogom – *šugo* od domaće kokoši, a ostali umaci su od šparoga, kobasica, rebrica, ovisi o sezoni. Kao prilozi su palenta, kiseli kupus, repa, *broskva*, sezonsko povrće. Glavna jela su ispod *čripnje* (peke) ili na gradele, a to su kobasice, *ombolo* u zimi. Kad imaju janjce, onda su i oni u ponudi. Još nude kokoš i meso od *boškarina* u suradnji s AZRRI-jem.[136] U ponudi su salata su radič i *fažo* te *rokulja* s krumpirima.

[136]Istarsko govedo uobičajenog naziva boškarin, bakin, mandula,... bilo je uobičajena radna životinja do 20. stoljeća u Istri koja je služila za oranje i vuču (http://www.istrapedia.hr/hrv/281/boskarin/istra-a-z/ pristupljeno 12.6.2016.) . Danas se uzgaja prvenstveno u gurmanske svrhe na inicijativu i u organizaciji AZRRI-a (http://www.coloursofistria.com/hr/gastronomija/boskarin-istinska-delicija-istarskog-tradicionalnog-goveda pristupljeno 12.6.2016.) Proizvodnja nema industrijski karakter već se proizvode male količine

Sunčica (matovilac) je salata koja se gostima priprema u proljeće, a oko Uskrsa na agroturizmu nude mladu salatu s *vazmenim* lukom. Jela koja su vezana uz godišnje običaje su: Uskršnji doručak kada gostima nude plećku, jaja, luk, *pincu*. Za Božić se priprema potrbušnica, kokoš, puran, odnosno ponuda zavisi od onoga što imaju na svom gospodarstvu. Najčešće se poslužuje puran ispod *čripnje* i juha. Za vrijeme oko *Pusta* gosti jedu juhu, *štruclje* sa *šugom* od kokoši i kiseli *kapuz* s kobasicom.

Obitelj Šajina ima u ponudi i tzv. obični „seljački jelovnik" koji se sastoji od palente, repe i *fažola* za prilog i kobasica ako baš to netko želi. Davorka Šajina smatra da je dobro da se jelovnik i ponuda malo mijenjaju. Da ne ostane sve na ponudi *fuža*, *pljukanaca* i njoka. No, na žalost nije imala vremena da detaljnije osmisli taj 'siromašniji' jelovnik. Ipak, ljudi češće naručuju 'klasična' jela, naglašava Davorka Šajina.

Mi smo jedna vrsta uslužne djelatnosti. Mi moramo prodat ono ča ljudi pitaju. Ja sve to nudim, ali ako ljudi to ne žele onda gunđaju. Mislim da bi trebalo prije educirati potrošače. (Davorka Šajina)

Zanimljivo je napomenuti da je u porastu potražnja za vegetarijanskim i makrobiotičkim jelima, pa vlasnici i to imaju u ponudi.

Obitelj Tikel za ručak za predjelo gostima nudi pršut, sir. Za toplo predjelo su u ponudi juhe, sezonske *maneštre*, *fuži*, *pljukanci*, njoki i *posutice* s raznim gulašima ili *žgvacetima* od kokoši, divljači, govedine ili sa šparugama ili gljivama ovisno o godišnjem dobu. Za glavno jelo u ponudi su *klobasice* i *ombolo*. Osim toga može se naručiti janjetina, teletina, piletina ispod peke. Divljač je u ponudi, *ovisno o štajunima* (godišnjim dobima). Za desert su razni kolači kao što su fritule, *kroštule* i razne pite.

Obitelj Štefanić zimi za ručak priprema palentu s paletom (dio svinjskog mesa) na bijelo.

Da ne bude uvijek klasika pršut i sir za predjelo. Isto tako radim boškarina. Imaš mesnu salatu, juhu, gulaš i pečenje. Domaće salate domaće ulje

(http://www.azrri.hr/index.php?id=241 pristupljeno 12.6.2016.). U suradnji s turističkim seoskim gospodarstvima, odnosno s vlasnicima koji su prošli posebnu obuku za pripremanje delicija od *boškarina*, meso te vrste nalazi se na jelovnicima njihovih gospodarstava.

od nas ili susjeda, vino je naše, marmelade i sokove pravim doma. Kolači: fritule, kroštule, torta od sira, pečeno voće sa panakotom,... (Karmen Štefanić)

Ne želi da jelovnik bude identičan ostalim agroturizmima, pa zato osmišljava nova i drugačija jela.

Ti ćeš doći u agroturizam i uvijek je ista ponuda: fuži, njoki razne tjestenine i šugo - većina goveđi i kokoš, ombolo i kobasice, nešto pod čripnju i tako. (Karmen Štefanić)

Meso ne peku ispod peke već ga pripremaju *na padelu* i u pećnici, ovisno o sezoni. U zimi se priprema *ombolo*, kobasice, u proljeće šparuge, gljive, a u ljeto se kuha laganije. To su redom povrtne *maneštre*, *šugo* sa šparugama, gljivama. Gosti traže domaću tjesteninu i to posebice domaće raviole. Raviole s kaduljom i *šugo* od kokoši je obrok koji se najviše naručuje. Štefanići pokušavaju svake godine dodati novo jelo na svoj jelovnik. Tako su primjerice 2012. godine dodali mišić u crnom vinu kojeg su nudili za Dan otvorenih vrata agroturizama. I to se pokazao dobar potez jer je nakon Dana otvorenih vrata to jelo i dalje ostalo popularno kod gostiju.
Obitelj Stojšić na jelovniku kao predjelo za ručak nude pršut, sir, suhe kobasice, pancete, vratinu. Kao toplo predjelo su tu juhe i sezonske *maneštre*. Osim toga, nudi se domaća tjestenina - *fuži*, njoki, ravijoli, *makaruni* (*pljukanci*). Tjestenina se kombinira sa *šugom* od boškarina kojeg imaju u vlastitoj proizvodnji, s divljači ili jednostavno sa *šugom* od *kokoše*. Od ponude mesa tu su kobasice, *ombolo*, uz prilog od *kapuza*, krumpira, a nudi se i meso ispod *čripnje* koje ovisi o sezoni – teletina, janjetina, odojak, piletina. Za kraj obroka u ponudi su fritule, *cukerančići*, palačinke sa skutom.

Govoreći o odabiru jela koja će ponuditi svojim gostima koje turoperatori dovode u punim autobusima na ručak u turističko seosko gospodarstvo, što je danas, na žalost, vrlo česta slika poslovanja seoskih gospodarstva, moram konstatirati da su turistički vodiči ti koji određuju što će se gostima ponuditi. S obzirom na ograničenost vremena te platežnu moć svojih klijenata, sugeriraju vlasnicima turističkih seoskih gospodarstava vrlo jednostavan, da ne kažemo 'tipični istarski jelovnik'. Etnologinja Lidija Nikočević zaključuje da se gotovo sa

sigurnošću može ustvrditi da bi velika većina posjetitelja istarskih seoskih gospodarstava koji su organizirani na taj način ('autobus turisti') navela identična jela pod tipični istarski ručak, s pretpostavkom da se tako jede i u domaćinstvima diljem Istre. Pojedini specifični lokalni specijaliteti gube tada bitku s tipiziranom ponudom *maneštre* (najčešće od *bobića* i to s kukuruzom iz konzerve), domaće tjestenine ili mesa pod pekom te na kraju kolača i kave. Na taj se način upravo ono što je trebalo Istru istaknuti kao regiju s mnogim specifičnostima i lokalnim specijalitetima negira i svodi pod zajednički nazivnik 'tipičnih istarskih jela' (vidi Nikočević 2008a:30).

Različiti su odgovori na pitanje što vlasnici turističkih seoskih gospodarstava jedu kod kuće za razliku od jelovnika što nude svojim gostima. Većina naglašava da su počeli paziti što jedu radi zdravlja, u smislu konzumacije obroka koji se više baziraju na povrću, poput *maneštre*. Davorka Šajina i Mario Tikel naglašavaju da pripremaju jela koja su laganija ali i dalje inspirirana tradicijom i to u smislu nekadašnje svakodnevne konzumacije takvih bezmesnih, 'siromašnijih' jela.

Povratak načinu kako smo jeli. Puno manje mesa. Prilagođen modernijem pristupu. (Davorka Šajina).

Isto tako je činjenica da su vlasnici zasićeni primjerice pravljenjem i konzumacijom domaće pašte, pa za jelo kod kuće vrlo često znaju jesti onu koju kupe u dućanu. Naravno, vlasnici često jedu i ono što ostane od toga što se pripremalo za goste. Na taj način se osigurava da se hrana ne baci.

3.5.2. Što su jeli vlasnici kada su bili djeca?

Razlika je u jelovnicima od one hrane koju su vlasnici jeli kao djeca, polovinom 20. stoljeća i one koje konzumiraju danas.

Libero Sinković se sjeća da je kao dijete gotovo svakodnevno jeo *maneštru*. Puno su se puta znali šaliti da nona posudi od susjede kost od pršuta pa da od toga napravi *maneštru*. U to je

vrijeme u Istri bilo veliko siromaštvo. Iskoristio bi se svaki komadić svinjskog mesa, a kost od pršuta se nije niti stavljala cijela u *maneštru*.

„Jednu kost se dve tri maneštre za 15 pjati napravilo. To je bilo razvodnjena maneštra. Sjećam se da smo kao udruga dobili prvo mjesto na fešti od maneštre u Gračišću i Orlić koji je ocjenjivao je rekao to je prava maneštra jer se tako delala nekad. Ali zašto smo mi dobili prvu nagradu? Jer nismo izmjerili pravilnu količinu vode – i nismo tu vodu mogli maknuti. I onda je došlo ko nekad kako se delala. I on je reka baš se takva pravila. Manje gusta, siromašna, razvodnjena, ali je imala svoje gušte. Ali u usporedbi s njom su ostale bile guste, bogate, pune okusa, jakih dodanih, ne prirodnih." (Kocković Zaborski 2017:134)

Život na selu je diktirao rano ustajanje, stoga se za doručak pojelo što je ostalo od nekog drugog obroka, a nakon toga se išlo *delat u kampanju*. Žene su nosile marendu na polje muškarcima koji su radili. To je bilo topli obrok, *maneštra* ili palenta sa *šugom*. Isto tako, mogao si je muž i sam nešto uzeti za jelo, ako žena nije zbog poslova po i oko kuće mogla donijeti kuhanu marendu. Muškarci bi tada znali ponijeti ribu, palentu, kruha, salatu ili možda malo pancete. Tako je bilo gotovo svaki dan. Poslijepodne se pojela marenda (užina) i to najčešće nešto 'suho'. Obroci su bili znatno manji, iako se puno više radilo i ujedno trošilo to što se unijelo u organizam. Navečer su ljudi dolazili doma i večerali. Nakon večere, prije spavanja, uz ognjište, bilo je vrijeme za razgovor.

Pored ognjišta za vrijeme zime ljudi su si pričali štorije, dogodovštine, sjećanja, šale, a ponekad bi se i kartalo. (Libero Sinković)

Davorka Šajina je kao djevojčica za doručak jela mekšu palentu s mlijekom, zapržganu juhu, ili *frkatiće* - brašno zamiješano s vodom i kuhano na vodi ili mlijeku. To se jelo za doručak ili za večeru. Za ručak su se najčešće jele *maneštre*. Zimi je najčešće za večeru bio radič. U ljeto bi se ranije se ranije ustali pa se za doručak jelo *bijelo kafe s kruhon*. Oko otprilike devet sati je bila marenda. Ako je bilo vrijeme kosidbe, a to znači velikih fizičkih napora za one koji su to radili, onda bi bilo potrebno pojesti nešto hranjivije, poput krumpira na palentu ili kuhanog

krumpira i salatu, ili u kombinaciji s prženim čvarcima. Kada je bilo vrijeme zrelih *pomidora* i jeli su se s jajima ili se pravila *fritaja* sa šparugama ili gljivama. Oko tri sata poslijepodne jela se takozvana *mala južina* ili užina koja se najčešće sastojala od kuhanog jajeta na salatu i mladog luka ili pancete i kruha. Male južine i marende nije bilo kada se nije radilo u polju, to znači da su se jele samo od proljeća do ljeta. Kasnije su bili kraći dani pa se nije toliko jelo. Ako za ručak nije bila *maneštra* onda je bila palenta, njoki ili pljukanci.

Kokoš se delala samo za veće fešte – Božić, Uskrs ili kad je neki bila bolestan. (Davorka Šajina)

U zimsko vrijeme se nedjeljom kuhao *kapuz* i *krvljenica* (krvavica) ili svinjske kožice. Na *samanj* (sajam), kada se slavio seoski svetac zaštitnik, se pripremala bogatija ponuda jela. Najčešće su se pripremali *fuži*, *pljukanci*, pršut, rižoto. Za večeru se pripremalo meso od *pulaštra* (pijetla), purana ili *kapuna* (uškopljeni pijetao). *Kapun* se također pripremao i za Božić ako nije bilo purećeg mesa. Kao poslastice su se pripremali *cukerančići*, *povetice*, a u vrijeme *Pusta* fritule. *Jajarica* i *pinca*[137] pekle su se za Uskrs. Na sajmovima dolazi i do prvih kontakata s jelima koja nisu bila tradicionalna za Istru, pa tako šezdesetih u jelovnike polako ulazi sarma, odnosno paprika, peršin.

Na osnovu navedenog, zaključujem da su do polovine 20. stoljeća svakodnevni seoski obroci bili značajno skromniji.

Ja bin to nazvao bogatije, zdravije, a ne siromašnije. Dok je čovik mlad, ne razmišlja. (Mario Tikel)

Ako usporedimo prema onome što je navedeno zaključujem da su svakodnevni obroci bili siromašniji, vrlo rijetko se jelo meso. Obroci za blagdane su bili bogatiji, a tada se okupljala obitelj ili se slavilo u krugu lokalne zajednice.

Američka antropologinja Carol Counihan, proučavala je tradicijsku prehranu sjeverne Italije. Primjećuje da je jedna vrsta međusobne ovisnosti lokalne zajednice koja se manifestirala u

[137] *Jajarica* je tradicionalan uskršnji kolač u Istri čije tijesto se oblikuje u pletenicu, a na vrhu se nalazi jaje (koje može, a li i ne mora biti obojano). *Pinca* je slatki uskršnji kolač u Istri koji se mogu dodati i grožđice. Često se posluživao u tradiciju za doručak na uskršnje jutro.

vidu međusobnog pomaganja, što je jedna od karakteristika života u maloj zajednici, nestala zbog sve veće orijentacije prema kupovanju namirnica, a sve manje na lokalnu proizvodnju istih. Naglašava nadalje Counihan da dolazi do smanjenja značenja sezonskih prehrambenih obrazaca. To se odnosi na skromne svakodnevne obiteljske i na raskošnije objedovanje šire zajednice u vrijeme blagdana. Raskošni jelovnici i gozbe preselile su se iz javne sfere u privatnu sferu. Drugim riječima, danas su svakodnevni obroci puno bogatiji i time podsjećaju na nekadašnje *fešte* i gozbe koje su se organizirale na pojedine blagdane. Manjak javnih slavlja rezultira gubitkom veza s lokalnom zajednicom koje su se stvarale prilikom takvih javnih blagovanja (Counihan 1984:54 prema Sutton 2001:60).

Što se tiče situacija u ruralnom turizmu u Istri vidljiv je povratak iz privatne sfere u javnu sferu mnogih običaja i aktivnosti koje su se događale unutar doma. Ovdje je situacija da se obrok ili aktivnosti oko branja šparoga, traženja tartufa, branja voća tretiraju kao turistički proizvod, a ne više kao poveznica među članovima zajednice. Takve javne aktivnosti sada imaju obilježja turističkih atrakcija u svrhu privlačenja što većeg broja turista.

3.5.3. Okusi

Iako sam pitanje okusa već dotakla u prethodnim poglavljima, tema okusa je jedna od tema za koju su kazivači naglašavali kao bitnom. Etnologinja Ivona Orlić je zabilježila kako su se okusi mijenjali kroz tri generacije stanovnika Istre. Pratila je odnose stanovnika Istre prema svakodnevnoj prehrani od prve polovice 20. stoljeća pa sve do kraja 20. stoljeća (Kocković Zaborski 2017:134). Najstarija generacija je rođena je između 1922. i 1935. godine, srednja generacija rođena je između 1942. i 1970. godine, a najmlađa generacija rođena je između 1970. i 1991. godine. Analizirajući njihove obroke, odnosno promjene u njihovim obrocima dolazimo do zaključka da su se s vremenom njihovi ukusi mijenjali usporedo s činjenicom da je s vremenom bila veća dostupnost pojedinih namirnica i začina radi povećanja kupovne moći stanovništva. Tako su za doručak kazivači/ce najstarije generacije najčešće jeli kavu, mlijeko, *fritaju* ili palentu s mlijekom ili sirom. Srednja generacija je konzumirala primjerice *kafe* s kruhom, dok se kod najmlađe generacije može vidjeti veća promjena jer se jede kruh s namazima, salama, sir, čokolino, jogurt ili mlijeko.

Za ručak su kazivači najstarije i srednje generacije jeli sezonske *maneštre*. Kod najmlađe generacije to se mijenja u smislu da se *maneštra* jede jednom tjedno, a u svakodnevne

jelovnike ulaze jela koja su se do tada konzumirala u svečanim prilikama. Tako se za ručak jedu juhe, domaća tjestenina s umakom od kokoši, pire krumpir i goveđi gulaš, riža, sarma, riba. Isto tako vidimo da se u obroke uvode jela koja nisu dio tradicijske prehrane Istre, već su nacionalni specijaliteti Hrvatske (primjerice sarma).

Večera je opet dosta specifična kao i doručak jer su primjerice najstariji kazivači isticali da su jeli sezonski dostupne salate, poput zelene salate, divljeg radića, *fažola* i krumpira na salatu koje bi koji puta 'pojačali' kobasicom ili čvarcima. To znači da su večere najstarije generacije bile iznimno siromašne, što se uostalom uklapa u veoma oskudan svakodnevni jelovnik tog vremena. Srednja generacija za večeru već jede ostatke od ručka, fritaju i krumpir s radićem i otopljenim čvarcima. Večera je u ovoj generaciji značajnije obilnija. Najmlađa generacija nije oskudijevala u večeri kada se moglo jesti ostatke od obilnog ručka, kruh s raznim namazima, pečena jaja ili primjerice mlijeko i kekse.

Analiza svečanog obroka kroz generacije nam pokazuje da se jelovnik najstarije i srednje generacije nije toliko mijenjao. Treba imati na umu da svečani obrok u tim generacijama je označavao rijetke prilike: Uskrs, Božić ili štovanje sveca zaštitnika pojedinog sela. Najstarija i srednja generacija su jeli juhu, njoke i *fuže* s umakom, pečeno meso s *kapuzom,* a za kraj svečanog obroka kolača je bilo nešto više u srednjoj generaciji. Najmlađa generacija je u svečanim prilikama jela sarmu, *fuže* s umakom, govedinu u umaku, pire krumpir, *kapuz*, pečeni krumpir i meso, pršut, jela ispod peke i velike količine kolača. Danas kada pripremaju svečani obrok pršut i sir su glavno predjelo (Orlić 2013:186-192).

Kada se postavi pitanje koja su tipična jela za Istru, onda je odgovor kazivača s kojima je razgovarala Orlić, da je jedno od najstarijih tipičnih jela *maneštra*. I to ona koja se razlikuje po sezonama ali i po mjestima gdje se pripravlja. Jer nije ista ona koja se sprema u primjerice Karojbi ili ona koje se priprema u Pazinu. Isto tako vrijedi i za ponudu hrane u turističkim seoskim gospodarstvima.

Iz prikazanog zaključujem da se od vremena nakon II. svjetskog rata pa do današnjeg dana mnogo toga promijenilo vezano uz seosku tradicijsku prehranu. Kupovna moć stanovništva se povećala pod utjecajm turizma, a mijenja se i način života. Vidljivo je da se jede se količinski više. To znači da su obroci obilniji, odnosno da se meso jede češće. Isto tako, novina je i konzumacija prehrambenih prerađevina (namazi, gotovi umaci, konzervirano povrće).

Novi okusi dio su prehrambene svakodnevice novih generacija. Nepoznavanje okusa svojih predaka stvara se gotovo nepremostivi jaz između generacija. Ne prenose se znanja

pripremanja određenih tradicijskih jela. Zamjetno je da novije generacije ne prepoznaju i nemajz znanje o okusima koji su bili karakteristični za prošla razdoblja. Jasno je da je i kvaliteta namirnica drugačija. Zaboravljaju se načini pripreme pojedinih jela i time polako nestaju vrijedna lokalna znanja. Vlasnici turističkih seoskih gospodarstava u Istri naglašavaju da je najočitija posljedica opisanog procesa ta da stanovništvo jede nezdrave namirnice što može dovesti i do lošije kvalitete života i a samim time i skraćenja životnog vijeka (Kocković Zaborski 2017:133,134). Kazivači isto tako ističu da strani gosti konzumiraju brojne dodatke jelima što je utjecalo na njihovo poimanje okusa. Zbog velike razlike u načinima pripreme i različitim prehrambenim tradicijama, možemo zaključiti da će određeni gosti biti 'iznenađeni' okusima. To znači, prema mišljenju kazivača da se domaćim i stranim gostima često moraju prilagođavati jela u smislu povećavanja porcija ili pak dodavanja začina u jela, pa se time pojačavaju okusi. To je možda poprilično vidljivo na primjeru *maneštre*. Okus mora biti pojačan začinima, pa je stoga takvo jelo znatno bogatijeg okusa nego kakav je bio prema tradiciji. S obzirom da nije bilo svih namirnica takva je maneštra bila za današnji ukus dosta 'vodenasta'. Vrlo je česta situacija da gosti ne žele jesti kožicu graha, pa im domaćini već prije serviranja pasiraju grah. Nekad je i meso bilo sasvim drugog okusa. Kazivači naglašavaju da je potrebno ublažiti okus domaće juhe kako bi bila prihvatljivija gostu. S druge strane *maneštru* morate pojačati okusima jer bi gostu bila bezukusna (ibid.)

„Teško se vratiti našim starim običajima, to je sigurno. Ima onih koji žele da isprobaju to, ali djeca su sasvim na jednom drugom potrošačkom nivou. 'Staru kuhinju' možemo zaboraviti za mladi naraštaj. Naši ljudi koji su se iselili kažu: joj mi se čini kao da se vraćam nazad, kao kad sam bio mali.“
(Kocković Zaborski 2017:134)

S druge strane su tu strani gosti, nenavikli na okuse koji se nude jer i njima je domaća kuhinja, inspirirana tradicijom ovog kraja, nepoznata. Stoga Libero Sinković smatra da se takvom gostu treba ponuditi ono što je njemu prihvatljivo, da ga se ne može podučiti drugačijem, novom.

A oni (strani gosti) – njima je to strano. Kao kad bi mi išli na mađarsku kuhinju. To je pikantno i neprihvatljivo. (Libero Sinković)

Kao što sam već navela ranije, ne slažu se svi kazivači s navedenim mišljenjem. Većina kazivača s kojima sam razgovarala smatra da turisti žele isprobati nešto novo, žele 'kušati kulturu' u kojoj se nalaze, odnosno zanimaju ih novi okusi.
Promjene su vidljidljive i kod tradicijskih slastica. *Kroštule* nekada nisu bile posipane šećerom. S obzirom da je za pripremu ovog kolača bilo potrebno imati samo ulje, brašno i jaja, bili su popularni kod siromašnijeg stanovništva Istre. Kako bi okus bio bolje danas se priliko pripreme *kroštula* dodaju limun i rakija. Jasno je da bi danas takve kroštule pripremljene prema 'starom' receptu imale manje bogat okus (Kocković Zaborski 2017:134).

„Okusi su nekad bili malo tupi, ali bolji. Danas se morate prilagoditi današnjem klijentu. Vi možete ići glavom kroz zid, ali ako gost ne prihvaća, onda ne prihvaća.“ (Kocković Zaborski 2017:135)

I Mario Tikel ističe da gosti ne znaju kakvo je to domaće meso. Tako primjerice, iako inzistiraju na mesnim jelima, nisu navikli na okus domaćeg *pulaštra* (pijetla). S obzirom da je to životinja koja slobodno hoda po imanju, njegovo je meso tvrđe. Za razliku od ove situacije, kada gosti konzumiraju domaću salatu koju začine s domaćim vinskim osctom i maslinovim uljem, uvijek naglašavaju da je izrazito ukusna (ibid.)

„Nije stvar u uju, nego u samom proizvodu. Pa smo im rekli hojte si sami nabrati pa si načinite kako i doma. Tu su te razlike između moderne kuhinje i nazovimo seoske.“ (Kocković Zaborski 2017:135).

Problem je što su domaći okusi zaboravljeni. Danas je moguće gotovu hranu samo podgrijati, dok se domaći obrok rijetko kada priprema od samih namirnica. To zahtjeva puno više vremena. Takvim načinom prehrane dolazi do postupnog zaborava vrijednih vještina pripremanja jela, ali i načina uzgoja hrane koju su posjedovale prijašnje generacije. Osim toga, zaboravljaju i okuse domaće hrane koju su konzumirali u djetinjstvu, a sve je više ljudi

koji nisu bili izlagani tim okusima, a onda i nisu savladali vještine uzgoja i pripreme domaće hrane.

Bitno je naglasiti razilu između onih koji se prisjećaju okusa namirnica koje su jeli u svom djetinjstvu i onih kojima su njihovi roditelji pričali o tome. Stoga će te generacije zapravo samo poznavati pojedinu namirnicu iz priča. Isto tako, kada se u prehrambenu svakodnevicu uvodi neka nova namirnica, u početku će ona biti egzotična i nova. Već će iduća generacija biti naučena na taj okus. Seremetakis (1994:2) naglašava stoga da su osjeti, a u ovom slučaju okus, povezani s poviješću, s pamćenjem ali i zaboravom. Posebno se to odnosi na činjenicu da se često događa da određene namirnice nestaju s naših njiva, a onda posljedično i s polica supermarketa ali i tržnica (Kocković Zaborski 2017:135). Zaborav, odnosno nestanak aroma i okusa djelomično je povezan i s pravilnicima koje nameće Europska unija, naglašava Seremetakis. Posebno se to odnosi na brojna pitanja oko higijene u procesu pripreme prehrambenih proizvoda. Zbog toga se povlače s polica dućana određeni proizvodi koji nisu u skladu s navedenim pravilnicima, a zamjenjuju ih primjerice proizvodi koji su stanovnicima egzotični i novi. Takvi procesi utječu na reorganizaciju kolektivnog pamćenja. Pa je tako francuski sir neprihvatljiv jer se dobiva procesom fermentacije što nije u skladu s higijenskim pravilnicima. Kako bi se kontrolirao proces proizvodnje pršuta, proizvod mora biti standardiziran. Isto tako je higijenski upitno tradicionalno ispijanje *supe.* Zbog toga su vlasnici agroturizama promijenili obred. Prilikom navedenih situacija kada se zaboravljaju vještine pripremanja jela, uzgoja namirnica, okusi, prema mišljenju N. Seremetakis dolazi do urušavanja identitetskog procesa unutar svake generacije (ibid 136).

Potrebno je stoga postaviti pitanje koji je osnos osjeta i nostalgije. Seremetakis kaže da se nostalgija manifestira u osjećaju želje za povratkom natrag, na prijašnje stanje. U tom se procesu želje za povratkom budi osjetilna dimenziju pamćenja. Čovjek to onda osjeća kao emocionalnu ali i kao fizičku bol. Stoga je prema autorici pogrešno izjednačavanje nostalgije i određene romantične čežnje. Takvim razmišljanjem bi se pokidale veze između sadašnjosti i prošlosti. Prestankom komunikacije između prošlosti i sadašnjosti, prošlost je zamrznuta. Autorica stoga smatra da se u samom značenju fenomena nostalgije nalazi odnos prema osjetima, pamćenju i prošlosti određene kulture. Stoga se nostalgija se obraća osjetilnom ponavljanju povijesti (ibid).

Pomoću osjeta možemo komunicirati svjesno ili nesvjesno jer ih možemo usporediti s jezikom. No, ne smijemo ih poistovjetiti s jezikom, naglašava Seremetakis (1994:6). Autorica ide čak tako daleko da za one kulture koje su imale kolonijalno ili post- kolonijalno iskustvo uvodi pojam 'bezukusne kulture' jer su na svoju kulturu 'gledali' kroz prizmu 'Drugoga' (Sremetakis 1994:8,9). Autorica naglašava da se u takvim slučajevima nastupa zaborav osjeta. Prema njenom mišljenju izrazito su povezana osjetila i pamćenje. U procesu pamćenja koji je povezan s osjetilima svakoj se činjenici daje značenje, odnosno daje se značenje i ponovno značenje. (Kocković Zaborski 2017:136).

Gosti koji dolaze, borave i jedu u turističkom seoskom gospodarstvu su gosti s boljom kupovnom moći, koji si mogu priuštiti domaću hranu. Educirani su po pitanju važnosti zdrave prehrane, lokalnih namirnica i sezonskog načina konzumacije. Isto tako, dovoljno su dobro upoznati s gastronomijom Istre i jelima koje Istra turistički predstavlja kao svoje delicije. Kada dolaze, strani gosti znaju da će jesti domaću hranu, bogatog okusa te da su porcije obilne. Taj okus je upravo možda je upravo jedan od razloga zašto turisti dolaze i kušaju domaću hranu.

„Vani je sve to plastika. Napravila sam šugo od kokoše za Švicarce, pa nisu vjerovali.“ (Kocković Zaborski 2017:137)

David Sutton (2001:84) naglašava da ideja da na neki način pripadamo lokalnoj zajednici odnosno obitelji dolazi od činjenice da jedemo domaću hranu čije se znanje prenosilo s generacije na generaciju. Stoga možemo naglasiti činjenicu da upravo zajedničko blagovanje na nekin način stvara zajednice. Isto tako je moguće onda ustvrditi da smo povezani i s prošlošću jer konzumiramo hranu kao i generacije prije nas. Pri tome mislim da se u agroturizmima nudi hrana inspirirana obiteljskim receptima (ibid).

Za domaće, pogotovo starije turiste to znači 'povratak na nekadašnje okuse'. Za strane turiste znači konzumaciju nostalgije koju nude turistička seoska gospodarstva (vidi Bartoletti 2010). Nostalgija je to za prošlim vremenima bolje povezanosti sa zajednicom, ali i znanjima o zdravoj, domaćoj prehrani.

Potrebno je istaknuti da boravak na agroturizmima i konzumacija domaće hrane nije za 'svačiji džep'. Mnogi si ne mogu priuštiti boravak u ovakvim turističkim objektima, već su

orijentirani na boravak i prehranu u prostorima koje si mogu priuštiti. To su najčešće onda hoteli na obali Istre, a hrana nije inspirirana tradicijom Istre (ibid).

Osim okusa i nutritivna vrijednost namirnica bila je drugačija prema mišljenjima kazivača.

> *„Ja mislim da je taj krumpir imao jedan koncentrat puno jači. Jer naši djedovi su išli sa sitnim, malim stvarima na polje. I ja ne znam kako su mogli raditi s tako malo hrane. Znači u toj hrani je moralo biti nešto drugo. Mesa je bilo malo. Jaje se pojelo anke u dva, u tri. A delalo se teški fizički posel cijeli dan. Šta je imalo to jaje? Danas kad nekom daš jaje, šta si mi to dao?"* (Kocković Zaborski 2017:137)

> *„Ja se sjećam kad su mene slali subotom ili nedjeljom, jer mesnice su bile otvorene vikendom i sam znao ić kupiti pola kile mesa i pola kile kosti. I onda nas je u hiži bilo sedam osam. Kako se pasala šetimana s tih pola kile mesa? Ki je dobi taj komadić? Oni put je obrok imao puno veću vrednost koju danas nema. Oni kada su nekad išli u polje, oni su znali uzeti jednu ribu, kus palente, kus kruha – žutega kruha od palente i to je bila marenda. Danas ako nemaš pjat i repete, još i salatu i mesa, a kudikamo manje fizičkog posla delamo."* (Kocković Zaborski 2017:137,138)

Postavlja se pitanje, što će se dogoditi s tradicijskom prehranom, odnosno je li moguće prenijeti znanje na buduće generacije? Možda je jedan od načina prijenosa znanja aktivnosti koje se događaju na agroturizmima. To se događa unutar obitelji gdje se nove generacije inspiriraju obiteljskim receptima. Time se okusi i znanja pripreme namirnica ne zaboravljaju, već prenose. Domaći i strani gosti konzumirajući tradicijska jela na agroturizmima pamte okuse. Isto tako vještine uzgajanja, a ponajviše pripremanja pojedinih tradicijskih jela mogu se naučiti na radionicama koje se organiziraju u pojedinim agroturizmima u Istri. Stoga je vidljivo da u ovom slučaju turizam, odnosno turizam na seoskom gospodarstvu pomaže prenošenju znanja i vještina. Jasno je to, kao što je već prije rečeno takve aktivnosti se odnose na mali broj ljudi, na one koji si to može priuštiti (ibid 138).

Neki kazivači skojima sam razgovarala misle da je hranu potrebno zašititi. Drugi pak nemaju povjerenja u državne institucije u smislu zaštite vještina i znanja pripreme tradicijskih jela. Jedina zaštita je ona domaćih, kako to kazivači navode autohtonih proizvoda, moguća je na način da se i namirnice uzgajaju, jela pripremaju prema obiteljskim receptima. Neki od mojih sugovornika smatraju da je jedan od osnovnih zadataka agroturizama da očuvaju znanja pripremanja tradicijskih jela poput *maneštre* ili pića poput *supe*. Mišljenja su da restorani i konobe nisu mjesta gdje će takvo znanje opstati. Ponudom takvih jela te njenom pripremom znanja se neće zaboraviti nego aktivno prenositi na nove generacije. Prema njihovom mišljenju, na taj način se spriječava pojava zaborava, ali u isto vrijeme se educira nove generacije koje dolaze u agroturizme u Istri (Kocković zaborski 2017:138).

David Sutton (2001:60) naglašava da je Seremetakis (1994) došla do sličnih zaključaka. Naime, ona smatra da su identiteti i pamćenje usko povezani, što je vidljivo i u procesima prihvaćanja prehrambene regulative Europske unije. Konkretno, autorica smatra da namirnica može 'proizvoditi' sjećanje, a onda time i identitete. Drugim riječima, današnji procesi standardizacije u proizvodnji voća i povrća te potpuni odmak od sezonalnosti, prema mišljenju Nadie Seremetakis dovodi do toga da se gubi biološka raznolikost, a kod ljudi dolazi do zaborava okusa, odnosno promijene u osjetilnom iskustvu (ibid).

Nije sve tako negativno po pitanju gubitka sjećanja na okuse. Brojni kazivači naglašavaju da su školska djeca prije dolazila organizirano na izlete i jedino što su im prema njihovim željama pripremali bili su pečeni krumpirići (pomes frites) i hrenovke. Danas kada dolaze školska djeca obavezno se jede *maneštra* i *pašta*.

U nastavku pobliže će biti opisana tri jela/namirnice koje su od elemenata tradicijske kuhinje danas već postala simboli gastronomske ponude Istre. Na taj način će se potkrijepiti na konkretnim primjerima tvrdnje naznačene u dosadašnjem tekstu disertacije, a pogotovo u poglavlju o odnosu pamćenja i prehrane.

U tekstu koje slijedi o tartufima kao djelu tradicijske prehrane ispisat će se povijest tartufarstva te njihov 'ulazak' na jelovnike seoskih gospodarstava u Istri kroz vremensko razdoblje od kraja dvadesetih godina 20. stoljeća do danas.

3.6. TARTUFI KAO DIO TRADICIJSKE PREHRANE

Tartufi su podzemne gljive koje rastu na dubini od 5 do 20 cm u simbiozi s korijenjem drveća. Okruglog, izduženog, ovalanog ili spljoštenog su oblika. Razlikujemo bijele i crne tartufe. U Istri je najpopularniji i najcijenjeniji bijeli tartufi (*Tuber magnatum pico*), koji ima intenzivan okus i miris. Najpogodniji su za sakupljanje od rujna do prosinca. Bijeli tartufi u Istri žive u simbiozi s topolom, jasenom, korijenom hrasta lužnjaka i brijestom. Prostor na kojem ih je moguće naći jest umjerena srednjoeuropska i mediteranska klima između 40º i 46º sjeverne geografske širine. [138] Potrebno je istaknuti da su upravo najbogatija staništa bijelog tartufa – U Istri (u Motovunskoj šumi) koju presijeca 45 paralela i pokrajina Piemonte u Italiji. Za razliku od bijelog, crni tartufi (*Tuber aestivum vitt*), se mogu ubrati na području Istre tijekom gotovo cijele godine. Rastu u simbiozi s drvećem bora, grabe i bukve. Mogu se sakupljati sve do 1200 metara nadmorske visine (Kocković Zaborski 2013:242). Na istarskom području 90% otpada na bijeli tartuf, od ukupne količine otkupljenih tartufa. Prostor na kojem se nalaze najbogatija staništa bijelog tartufa u Istri naziva se 'Zona tartufa'. To je područje koje se proteže od Huma do Buzeta, u okolici Istarskih toplica te posebno bogato nalazište je u šumi poljskog jasena i hrasta lužnjaka, odnosno Motovunskoj šum.[139]

[138] http://varganj.sbnet.hr/vijest 1009.htm
[139] www.hrsume.hr/casopis/br48/48duplerica.pdf 2000

Fotografija 20 - Bijeli tartufi, foto: Tanja Kocković Zaborski

Fotografija 21 - Crni tartuf, foto: Tanja Kocković Zaborski

3.6.1. Povijest

Tartufi se prvi puta spominju u 5. stoljeću pr. K., kada se je stanovnik Atene dobio građanska prava u zamjenu za pripremljeno jelo s tartufima. Vrlo rano se tartufi povezuju i s ljubavnim užitkom. Tako je primjerice Filoksen iz Lefkade u Grčkoj napisao pjesmu izrazito gastronomskog sadržaja o tartufima. Pjesma je dio djela koje objavljuje pod nazivom "Symposium", a u njoj se tartufi spominju kao afrodizijak (Toussaint-Samat 1992:434), a ta će reputacija pratiti ove izuzetno cijenjene gljive, sve do današnjih dana.

Mnoge je stručnjake još u Antici zanimalo kako nastaju tartufi. Pa je tako Aristotelov učenik, grčki filozof i osnivač botanike, Teofrast (372.- 287. g. prije Krista)[140], pisao je da se tartufi rađaju od jesenjih kiša ili nakon udara groma. Slično je razmišljao i grčki povjesničar Plutarh (45.-120.g. poslije Krista). Zbog svoje izuzetne hranjivosti te činjenice da uzrokuju opću uzbuđenost te ubrzavaju tjelesne užitke, rimski liječnik i filozof, Galen iz Pergama (129. – 200. n. e.), propisivao je tartufe svojim pacijentima, carevima Marku Aureliju i Komodu (Toussaint-Samat 1992:435). Tartufe spominje i rimski pisac Juvenal (Kocković Zaborski

[140]http://www.cartage.org.lb/en/themes/biographies/mainbiographies/t/theophrastus/1.html

2013:243). U Apicijevoj kuharici, najstarijoj poznatoj europskoj kuharici možemo pronaći najstarije recepte za pripremanje tartufa.[141] Tamo se nalaze šest recepata za kuhane tartufe, recept za vinski umak s tartufima te opis skladištenja tartufa u piljevini (Hall, Brown, Zambonelli, 2007:24). Iako ih nalazimo u literaturi, ipak možemo s velikom vjerojatnošću ustvrditi da antički tartufi nisu tartufi u onom smislu riječi kakve ih danas poznajemo. Grci i Rimljani nisu koristili jednu od najpoznatijih vrsta tartufa – crni Pèrigord tartuf (*Tuber melansporum*), već druge vrste tartufa koje su uvozili iz sjeverne Afrike, Turske, Bliskog istoka te Mediterana. Za razdoblje između 5.-12. stoljeća ne nalazimo podatke o tartufima.

Ponovno se spominju u literaturi kada su crni tartufi bili posluženi na večeri u povodu vjenčanja francuskog kralja Karla VI i Isabeau od Bavarije 1385. godine, što nam govori da tartufi polako ulaze na jelovnike najviših slojeva francuskog društva onog doba.

Talijanski utjecaj na francusko plemstvo donosi kao posljedicu, između ostaloga i zanimalje za jela od tartufa pogotovo u 14. stoljeću, za vrijeme kada su pape stolovale u Avignonu, u Francuskoj (Toussaint-Samat, 1992:435). Zanimljivi podatak donosi jedan francuski autor.

Pierre de Brantome navodi tako podatak da su kurtizane na francuskom dvoru u 16. stoljeću konzumirale tartufe smatrajući da imaju stimulativni efekt. Katarina Medici iz Firence, udavši se za budućeg kralja Henrika II u 16. stoljeću, uvodi na francuski dvor poznate delicije kao što su tartufi, artičoke i teleću gušteraču (Hall, Brown, Zambonelli 2007:31). Talijanski liječnik Alfonso Ciccarelli (1532.-1583.) piše prvu modernu monografiju o tartufima "Opusculum de tuberibus" koja je objavljena 1564. godine u Padovi. No, bijeli tartuf u literaturu ulazi zaslugom torinskog liječnika Vittoria Pica, 1788. godine, koji je zaslužan za znanstveno ime bijelog tartufa (*Tuber Magnatum Pico*) (Kocković Zaborski 2013:244). Tartufi su bili uvršteni na jelovnik Bečkog kongresa, 1815. godine, što dovodi do promocije ove delicije širom Europe. Bijeli i crni tartuf te još 50-ak vrsta gljiva opisao je milanski liječnik i botaničar Carlo Vittadini u svom dijelu "Monographia Tuberacearum" iz 1831. godine.[142]

Nakon tog razdoblja tartufi ulaze u svoje 'zlatno doba', pogotovo u Francuskoj, kada postaju neizostavni dio kuhinje najviših slojeva društva, ili kako ih Brillat-

---

[141]Pretpostavka je da je Apicijeva kuharica zapravo sastavljena od recepata (u najmanju ruku) nekoliko Apcija koje se u rimskoj povijesti povezuje sa prehranom. M. Gavius Apicius si je, prema legendi, oduzeo život kada je saznao da nema više novaca koje je većinom potrošio na hranu. Taj je Apicije živio u doba cara Tiberija (14.-37 g.). A spominju se i neki raniji, primjerice Apicije iz doba cara Trajana (98. – 117. godine) (Slapšak, 1989:7). Etnologinja Nives Rittig Beljak tvrdi da knjiga „Apicijeva kuharica“ potječe iz 1. stoljeća (Rittig Beljak, 1998:111).

[142]http://varganj.sbnet.hr/vijest 1009.htm (9.11.2003)i http://www.lifeinitaly.com/food/truffle.asp (24.11.2010)

Savarin, francuski odvjetnik, državnik i gastronom (1755-1826) opisuje kao „dragulje kulinarstva“ (Hall, Brown, Zambonelli 2007:30, Toussaint-Samat 1992:437).

U hrvatskoj etnološkoj literaturi o Istri ne piše se o tartufima sve do kraja 20. stoljeća. Svakako je potrebno naglasiti da se temom gljiva bave malobrojni etnografi. Jardas (1971:14) donosi podatak da je Frane Lovljanov, koji je istraživo između ostaloga što jedu i u čemu pripremaju hranu stanovnici Boljuna, u sjeveroistočnoj Istri (kraj Lupoglava). Lovljanov nam ipak, 1905. godine prema Radićevoj *Osnovi*, ne donosi nikakve podatke prikupljanju i konzumaciji tartufa. „Gobi pobirajo, samo ku ih jie, i gledajo, da š njimi pašt odvrno.“[143] I Jardas donosi skromne podatke o pravilima prikupljanja te načine razlikovanja gljiva grožnjanskog kraja[144] no, ne spominje tartufe. Tartufe ne spominju niti kasniji istraživači poput Marka Legovića (1985) koji analizira gospodarstvo Istre te Lidije Zrnić (1997) koja je analizirala gospodarstvo srednjoistarskog sela Račice (Kalapoš, 1998/1999:98).
U etnološkoj literaturi tartufe prvi puta spominje etnologinja Sanja Kalapoš u članku „Kiša, hrana i kultura“ (1998/1999). Autorica navodi da se tartufi sakupljaju "već određeni broj godina..."[145] (Kocković 2013:244).

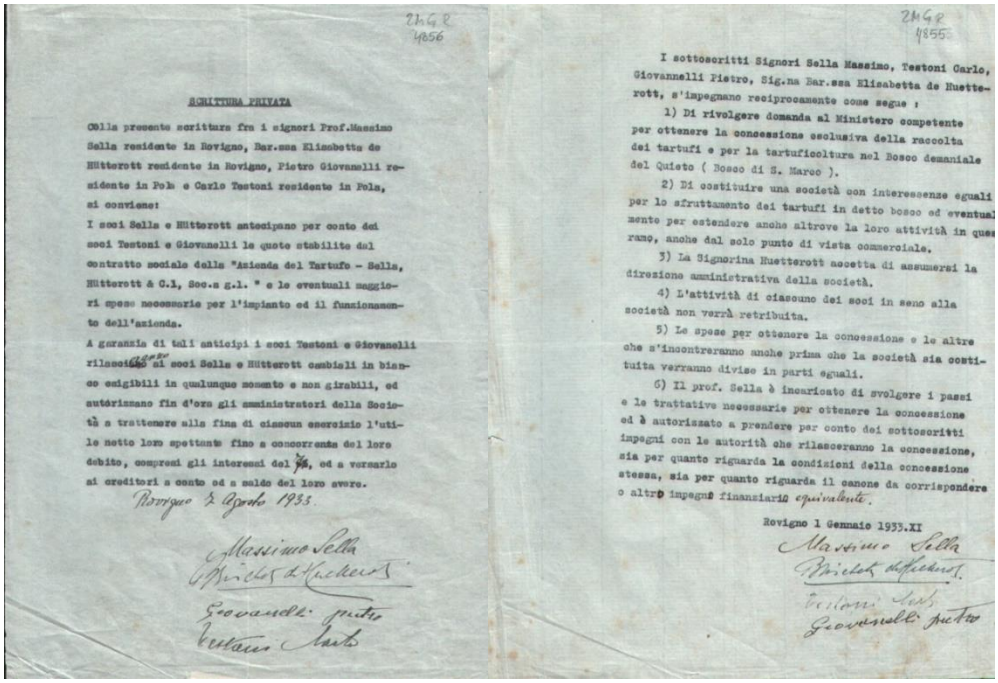
3.6.2. Povijest tartufarenja u Istri

U sklopu poljoprivrednog sajma održana je 1929. godine izložba tartufa u talijanskom gradu Albi, čime započinje promocija bijelog tartufa (Rimanić, 2002b). Za popularizaciju tartufa posebno je zaslužan Giacomo Mora, talijanski hotelijer i gostioničar iz Albe.[146]
Mora je promovirao ove skupocjene gljive 1950-tih tako što je tartuf nagrađen na sajmu Albi poklonio poznatim osobama. Pa su tako tartufe dobili američki i ruski predsjednici, poznate glumice i glumaci.[147] Ova je izložba u Albi izravno utjecala na početak tartufarstva u Istri (Kocković Zaborski 2013:245).

---

[143]Gljive sakupljaju oni koji ih i jedu, a pripremaju ih uz paštu (tjesteninu) (Lovljanov, 1949:129).
[144]Na posjedima koji nisu pod vlasništvom onog koji sakuplja mogu se tražiti gljive, lješnjaci, maline i jagode (Jardas, 1971:14).
[145]Sanja Kalapoš ističe da je na terenu naišla na podatak da je stanovnik iz Račica, kod Buzeta tvrdio da je tridesetih godina 20. stoljeća stanovnik Like oženio za Istranku. Taj je Ličanin, *lovio* tartufe sa psom. Kalašpoš navodi i da su drugi kazivači tvrdili da lov na tartufe "nije otkrio neki koji se tek doselio" (Kalapoš, 1998/1999:98).
[146]http://www.istria-gourmet.com/hr/dozivljaji/tartuf/abeceda_tartufa
[147]http://www.lifeinitaly.com/food/truffle.asp (24.11.2010)

Talijanski tartufari Carlo Testoni i Pietro Giovanelli prve tartufe u Istri pronalaze već 1929. godine na području Pazinskih Novaka, ali potraga se prekida zbog nedovoljno dresiranih pasa sve do 1931. godine kada su s dobro istreniranim psima krenuli u lov. Od tada dnevno love po četiri kilograma bijelih tartufa, a krajem iste godine pronašli su u Buzetu tartuf od čak pola kilograma (Folo 2003:39, Ujčić 2007:38 prema Kocković Zaborski 2013:245). Presudan utjecaj na tartufarstvo u Istri imalo je osnivanje tvrtke za eksploataciju tartufa. Tvrtka pod nazivom "Azienda del Tartufo – Sella, Hütterott and C. Levade", osnovana je 1933. u Livadama. Direktor Instituta za biologiju mora u Rovinju, Massimo Sella i barunica Barbara Hütterott iz Rovinja bili su osnivači tvrtke. Osim barunice i Selle, osnivači su bili i Talijani, Carlo Testoni i Pietro Giovannelli, iskusni istraživači tartufa iz Pule (Pokrajac 2003). Dvojica Talijana bili su porijeklom iz talijanske pokrajine Emilije, inače bogatom nalazištima tartufa (Ujčić 2007:38). Osnovna aktivnost tvrtke bila je vezana uz prodaju i izvoz bijelih tartufa iz Istre, i to pogotovo u gradove sjeverne Italije – Genovu, Veneciju i Bolognu (Doblanović, 2008:178, Kocković Zaborski 2013:245).



ZMGR 4856

SCRITTURA PRIVATA

Colla presente scritture fra i signori Prof.Massimo Sella residente in Rovigno, Bar.ssa Elisabetta de Hütterott residente in Rovigno, Pietro Giovanelli residente in Pola e Carlo Testoni residente in Pola, si conviene:

I soci Sella e Hütterott anticipano per conto dei soci Testoni e Giovanelli le quote stabilite dal contratto sociale della "Azienda del Tartufo - Sella, Hütterott & C.i, Soc.a g.l." e le eventuali maggiori spese necessarie per l'impianto ed il funzionamento dell'azienda.

A garanzia di tali anticipi i soci Testoni e Giovanelli rilasciano ai soci Sella e Hütterott cambiali in bianco esigibili in qualunque momento e non girabili, ed autorizzano fin d'ora gli amministratori della Società a trattenere alla fine di ciascun esercizio l'utile netto loro spettante fino a concorrenza del loro debito, compresi gli interessi del 5%, ed a versarlo ai creditori a conto ed a saldo del loro avere.

Rovigno 2 Agosto 1933.

Massimo Sella
Barbara de Hütterott
Giovanelli pietro
Testoni Carlo

ZMGR 4855

I sottoscritti Signori Sella Massimo, Testoni Carlo, Giovannelli Pietro, Sig.na Bar.ssa Elisabetta de Huetterott, s'impegnano reciprocamente come segue :

1) Di rivolgere domanda al Ministero competente per ottenere la concessione esclusiva della raccolta dei tartufi e per la tartuficoltura nel Bosco demaniale del Quieto (Bosco di S. Marco).

2) Di costituire una società con interessenze eguali per lo sfruttamento dei tartufi in detto bosco ed eventualmente per estendere anche altrove la loro attività in questo ramo, anche dal solo punto di vista commerciale.

3) La Signorina Huetterott accetta di assumersi la direzione amministrativa della società.

4) L'attività di ciascuno dei soci in seno alla società non verrà retribuita.

5) Le spese per ottenere la concessione e le altre che s'incontreranno anche prima che la società sia costituita verranno divise in parti eguali.

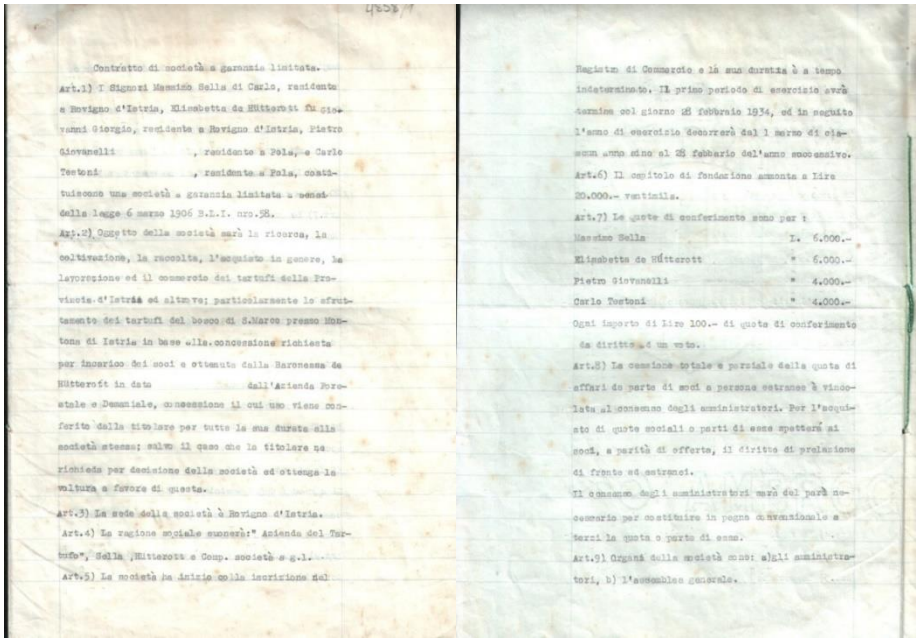
6) Il prof. Sella è incaricato di svolgere i passi e le trattative necessarie per ottenere la concessione ed è autorizzato a prendere per conto dei sottoscritti impegni con le autorità che rilasceranno la concessione, sia per quanto riguarda la condizioni della concessione stessa, sia per quanto riguarda il canone da corrispondere o altro impegno finanziario equivalente.

Rovigno 1 Gennaio 1933.XI

Massimo Sella
Barbara de Hütterott
Testoni Carlo
Giovanelli pietro

Fotografija 22 - Pismo namjere osnivanja tvrtke, arhiva ZMGR, inv. br. 4856

Fotografija 23 - Predugovor za osnivanje tvrtke, arhiva ZMGR, inv. br. 4855



Contratto di società a garanzia limitata.
Art.1) I Signori Massimo Sella di Carlo, residente a Rovigno d'Istria, Elisabetta de Hütterott fu Giovanni Giorgio, residente a Rovigno d'Istria, Pietro Giovanelli , residente a Pola, e Carlo Testoni , residente a Pola, costituiscono una società a garanzia limitata a sensi della legge 6 marzo 1906 R.D.I. nro.58.
Art.2) Oggetto della società sarà la ricerca, la coltivazione, la raccolta, l'acquisto in genere, la lavorazione ed il commercio dei tartufi della Provincia d'Istria ed altrove; particolarmente lo sfruttamento dei tartufi del bosco di S.Marco presso Montona di Istria in base alla concessione richiesta per incarico dei soci e ottenuta dalla Baronessa de Hütterott in data dall'Azienda Forestale e Demaniale, concessione il cui uso viene conferito della titolare per tutta la sua durata alla società stessa; salvo il caso che la titolare ne richieda per decisione della società ed ottenga la voltura a favore di questa.
Art.3) La sede della società è Rovigno d'Istria.
Art.4) La ragione sociale suonerà:" Azienda del Tartufo", Sella ,Hütterott e Comp. società a g.l.
Art.5) La società ha inizio colla iscrizione del Registro di Commercio e la sua durata è a tempo indeterminato. Il primo periodo di esercizio avrà termine col giorno 28 febbraio 1934, ed in seguito l'anno di esercizio decorrerà dal 1 marzo di ciascun anno sino al 28 febbraio dell'anno successivo.
Art.6) Il capitale di fondazione ammonta a Lire 20.000.- ventimila.
Art.7) Le quote di conferimento sono per :

Massimo Sella	L.	6.000.-
Elisabetta de Hütterott	"	6.000.-
Pietro Giovanelli	"	4.000.-
Carlo Testoni	"	4.000.-

Ogni importo di lire 100.- di quota di conferimento da diritto ad un voto.
Art.8) La cessione totale e parziale della quota di affari da parte di soci a persone estranee è vincolata al consenso degli amministratori. Per l'acquisto di quote sociali o parti di esse spetterà ai soci, a parità di offerta, il diritto di prelazione di fronte ad estranei.
Il consenso degli amministratori sarà del pari necessario per costituire in pegno convenzionale o terzi la quota o parte di essa.
Art.9) Organi della società sono: a)gli amministratori, b) l'assemblea generale.

Fotografije 24 i 25 - Ugovor o osnivanju tvrtke “Azienda del Tartufo – Sella, Hütterott and C. Levade”, arhiva ZMGR, inv. br. 4858/1 i 4858/2

Na osnovi dokumentata iz Državnog arhiva u Pazinu saznajemo da su postojala stroga pravila vezana uz vađenje tartufa koja je određivala tvrtka. Tartufari su bili organizirani u skupine, a svakom skupinom je upravljala jedna osoba. Vođa skupine bi svako jutro, prije odlaska u šumu dobivao upute u koji dio šume odlazi skupina kojoj je nadležan. Navečer, nakon povratka, tartufari su morali odlagati 'ulov' u spremišta tvrtke. Obveze tartufara bile su vezane i uz što bolji odnos sa psima koji su tražili tartufe. Prilikom iskopavanja, tartufari su morali nadgledati kako bi pas zatrpao rupu nakon pronalaska tartufa. Obaveze tartufara prema tvrtki su bile strogo propisane, a to je između ostalog značilo da su se tartufari zapošljavali sezonski. U lov na tartufe nisu smjeli ići u svom privatnom aranžmanu.[148]Osim eksploatacije tartufa, vlasnici tvrtke željeli su zaštititi to prirodno stanište tartufa u šumi sv. Marka (danas Motovunskoj šumi).[149]

Čovjek mi je pričao kako je njegov otac....orao njivu. Na sred njive je bio jedan veliki hrast koji im je stvarao poteškoće, pa su ga morali zaobilaziti. I

[148]Državni arhiv u Pazinu, HR-DAPA-806, Obitelj Hütterott, serija 6, Poduzeća i udruge, 4877 Norme i odredbe vađenja tartufa iz listopada 1934. godine
[149]Ibid, 5350 Pismo prof arturu Marescaloniu iz Ministarstva poljoprivrede i šumarstva (Ministero dell'Agricoltura e delle Foreste)

onda su izorali neke ogromne smrdljive gomolje. I onda su te velike smrdljive gomolje kakvi su se prije nalazili, koje su uglavnom davali svinjama i nisu na njih pridavali pažnju, odnijeli nekom Agostinelliju, koji je bio jedan od najvećih veleposjednika u Livadama. Taj Agostinelli je bio trgovac, biznismen, zemljoposjednik. Dakle jedan od najbogatijih ljudi tada. To je bilo kraj 20-ih. Oni su njemu odnijeli, kao ono bogat, učen čovjek, on će znati što je to. On je to uzeo i nazvao telefonom odmah barunicu Hütterott u Rovinju koja je odmah poslala svoje ljude sa psima da to provjere i da malo pronjuškaju uokolo. Oni su iskopali još tartufa i vrlo brzo je, da li država ili pokrajinska vlast, raspisala koncesiju koju su tri tipa iz Livada uzeli i onda su oni angažirali svoje tartufare koji su vadili tartufe, prodavali ih njima, a oni su ih plaćali nešto simbolično i preko familije Hütterott je većina išla u izvoz. (Davor Šišović)

Jedna od osnivačica tvrtke bila je i barunica Barbara Hütterott, kći Georga Hütterotta, industrijalca i trgovca, počasnog konzula Japanskog Carstva u Trstu, vlasnika otoka Sv. Andrije, priobalja i otočića oko Rovinja,[150] koji je želio „stvoriti turistički raj“ na tom području. Bavila se poslovima oko promocije i prodaje tartufa. Barunica je nakon smrti svog oca preuzela obiteljske poslove (Ujčić 2008:10-14) orijentirajući se na poljoprivredu, stočarstvo, ribarstvo, eksploataciju kamenoloma Montauro i iznajmljivanju zemljišta (Kocković Zaborski 2013:246).

[150] http://www.istrapedia.hr/hrv/1113/hutterott/istra-a-z/

Fotografija 26, portret Barbare Hütterott, Merano 1917, broj 4254, preuzeto iz katalog: "Obitelj Hütterott: ostavština" – katalog Državni arhiv u Pazinu (str. 396.)

Barunica je promovirala tartufe iz Istre putem oglasa u dnevnim novinama i časopisima. Osobno je obilazila sajmove tartufa te ih dostavljala pojedinim istaknutim pojedincima, aimala je dogovore o opskrbljivanju restorana i hotela.

Tako je pokušavala konkurirati cijenjenim tartufima iz Francuske. Kako bi osigurala dobar ulov, barunica je dovodila školovanje tartufare iz Ferrare, Bologne i Ravene. Da je shvaćala vrijednost tartufarskih pasa dokazuje pismo koje je poslala svom odvjetniku u kojem se interesirala da li bi mogla za pse uplatiti police životnog osiguranja (Kocković Zaborski 2013:246).

Tvrtka je u svom kratkom postojanju imala mnoge probleme kao što su kišna razdoblja koja su negativno utjecala na ulov tartufa. Problematično je bilo i kako prevesti tartufe na udaljena područja bez da budu uništeni od strane miševa i puževa. Zbog toga su vlasnici tvrtke krenuli u realizaciju ideje o konzerviranju tartufa. Boljim skaldištenjem i kvalitetnijim konzerviranjem tartufi postaju dostupni i kupcima, prvenstveno u Italiji, poput grupacije velikih hotela i „Poduzeća za plovidbu Italia“ (ibid). Poslovanje tvrtke „Azienda del Tartufo – Sella, Hütterott and C.

Levade“ potrajalo je do 1937. godine, kada je koncesija nad šumom sv. Marka dodijeljena, zbog političkih veza, stanovitom Facchiniju (Ujčić 2007, Kocković Zaborski 2013:246).

Massimo Sella, suosnivač tvrtke za istraživanje, nalaz i izvoz tartufa, autor je prve pisane studije o bijelom tartufu iz 1932. godine. U njoj donosi po prvi puta opis područja gdje se mogu naći tartufi u Istri: u dolini Pazinčice, između Pazina i Pazinskih Novaka te Cerovlja, na području prema Golgorici, dolini Roča, dolini Rečine ispod Huma i Buzeta. Posebno nalazište prema autoru je bilo u dolini Mirne prema Livadama i u Motovunskoj šumi (Folo 2003:39).

Kod nas se tartuf vadi samo četiri godine nakon Albe, gdje već tada postoji sajam i počinju mu rasti cijene. Obitelj Sella imala je kraj Albe veliko imanje... (Marijan Maurović)

Profesoru Mattirolu iz Torina tadašnjem vodećem stručnjaku za tartufe i autoru jedine monografije koja obrađuje pitanje podzemnih gljiva u Julijskoj Veneciji je Sella je poslao obavijest i uzorke o pronađenih 12 kilograma tartufa u Istri. Mattirolo je u monografiji objavio i rezultate istraživanja prof. Martina Maccagne o pronađenih 20 vrsta gljiva u tadašnjoj talijanskoj pokrajini čiji je dio bila i Istra, no bijeli tartufi prema napisima nisu do tada bili nađeni (Pokrajac 2003, Folo 2003:38). Iz navedenog vidimo da je nalaz tartufa u Istri bio od iznimne važnosti. Osim toga, tp je potvrda da se do tada u znanstvenim krugovima nije ništa znalo o postojanju bijelih tartufa u Istri.

Sella je smatrao da bi Motovunska šuma mogla postati rasadnik tartufa ako se provede melioracija prostora kako bi se smanjile stalne poplave. Prema njegovom mišljenju bijeli tartufi su rasli na ovom području zbog kombinacije tla koje je vapnenasto i glinasto, drveća koje ovdje raste (topole, vrbe i sl.), površinskih i podzemnih voda te kontinentalne klime s vrućim ljetima i hladnim zimama. Selu zanima i situacija na terenu, odnosno kakav je osnos seljaka prema ovoj skupocjenoj gljivi. U razgovoru sa seljacima u Istri, Sella zaključuje da su im tartufi poznati već dulje vrijeme po obliku i mirisu, ali ne i vrijednosti koju imaju. Te “krumpire koji smrde” najčešće bi pronalazile svinje, koje bi ih i pojele (Folo 2003:39).

Bijele tartufe, normalno se prodavalo, oni se uvijek prodavaju, oni koštaju! – crni se je bacao, to su i stari ljudi govorili, crni tartuf se je bacao jer su se

smatrali kao hrana za divlje svinje – nisu ih spajali jedno s drugim. Moja svekrva je znala reć da je crnih tartufa bilo u velikim količinama na njihovim njivama, ali kada su orali i da su ih znali bacat, čistiti njivu od njih, kao od kamena (Nadia Nežić)

Jačanjm utjecaja talijanske pokrajine Alba i uključivanjem sve većeg broja stanovnika Istre u *lov* na tartufe od 1930-tih raste pomalo i svijest o crijednosti bijelih tartufa u Istri. Trgovinom tartufima zarađivali su dodatni novac za plaćanje poreza državi, a živjeli su i dalje od poljoprivrede. Uzevši u obzir da se u Francuskoj tada godišnje sakupilo oko tri milijuna kilograma crnog tartufa, i da se u Italiji prikupi milijunom kilograma bijelog tartufa godišnje, Sella je izračunao kako bi se u Istri moglo sakupiti više od 300 kilograma godišnje (Folo 2003:41).

Sella je uvidio veliki gospodarski značaj tartufa na području tadašnje talijanske pokrajine Istre. To je prvi pisani dokument koji kronološki obrađuje prva istraživanja i nalaze bijelog tartufa u Istri (ibid, 40). S obzirom da je u razdoblju od osnutka tvrtke pa sve do 1960. godine bilo je registrirano svega dvadeset do pedeset tartufara (Šatović 2007:34) možemo vidjeti da zanimanje za *lov* na tartufe nije velik, ali uvijek treba imati na umu da su se tartufi mogli sakupljati i bez službene dozvole. Nakon II. sv. rata te posebno nakon Londonskog memoranduma iz 1954. godine nastavljene su aktivnosti prikupljanja tartufa u Istri.[151] Šumarija Buzet od tada preuzima koncesiju nad Motovunskom te se otkup tartufa vrši na taj način.

Zanimljiv je podatak da je 1959. godine otkupljeno 6000 kg tartufa (Bašić 2002). Tartufi su se iz Šaumarije tri puta tjedno odvozili u Italiju. Tom aktivnosti je Šumarija imala veći priliv novca nego od eksploatacije šume. Blaža talijansko – jugoslovenska kontrola granice oko 1960-tih te jačanje masovnog turizma rezultirali su intenzivnijim lovom na tartufe. Na žalost jedna od posljedica je i pojava šverca tartufa (Šatović 2007:34). Više je tartufara, a lošija je kontrola ulova.

Kao što je već navedeno, Šumarija je redovito otkupljivala tartufe, a i cijena je bila dobra. Stoga su tartufari redovito su nosili tartufe u Šumariju. Šumarija bi onda otkupljene tartufe prodavala,

[151]"Istra je podijeljena između Jugoslavije i Slobodnog teritorijaTrsta, koji je podijeljen na zonu A kojom je upravljala anglo-američkavojska, i zonu B kojom je upravljala jugoslavenska vojska. 5. listopada 1954.g. u Londonu je potpisan Memorandum kojim je regulirano da zonom A upravlja Republika Italija, a zonom B upravlja FNR Jugoslavija." http://www.groznjan-grisignana.hr/aaa_site/Povjest/008A_%20povijest_novija.htm (5.7.2004)

najčešće u Italiju, osim male količine koja se konzervirala. Vodeći ljudi Šumarije željeli su imati zalihe tartufa za iznenadne goste[152] (Kocković 2003:118, Kocković Zaborski 2013:247, 248). Količina tartufa koja se otkupila od pojedinog tartufara i isplaćen novac zapisivao bi se u pojedinačne tartufarske knjižice.[153]

"Sedamdesetih godina na tartufare se nije gledalo kao na poljoprivrednike. Policija nas je tretirala kao švercere, kao da se bavimo dilanjem droge..." (Giancarlo Zigante, trgovac i prerađivač tartufa) (Benčić 2006)

"Svojevremeno se doma nosilo pune ruksake tartufa, no cijena nije bila visoka. Rast cijena je počeo sedamdesetih godina prošlog stoljeća. Prosječan tartufar na sezonu je mogao dobiti vrijednost jedne, dvije krave, najviše do pet tisuća eura." (Davor Paladin, tartufar, Šćulci (Ćalić Šverko 2009))

Zanimljivo je da je primjerice 1983. godine bilo registrirano 400 tartufara, a sakupljeno je oko 2500 kg tartufa koji su se nosili na otkup u Šumariju Buzet, od čega je čak 95% išlo u izvoz za Italiju (Hrka 1984:532). Intenzivniji šverc jača 80-ih g., kada veliki broj Talijana dolazi u Motovunsku šumu kako bi se bavio ilegalnim lovom na tartufe, što dovodi do povećanja broja tartufara te prekupaca koji organiziraju ilegalnu prodaju tartufa u Italiju (Šatović 2007:34).

"I prije 20-30 godina od tartufa se dalo lijepo zaraditi. Sjećam se da sam 1986. prikupio 125 kilograma tartufa i zarađenim novcem kupio novi Mercedes..." (Giancarlo Zaigante, trgovac i prerađivač tartufa) (Benčić 2006)

Tih je godina Šumarija svake godine izdala 500-600 dozvola, a na godinu se moglo sakupiti i do 8-10 tona tartufa. Kako je vrijeme odmicalo, tako je i cijena rasla. Do 1992. godine za cijenu od 1500 tadašnjih njemačkih maraka otkupljivala i prodavala čak do 2500 kg tartufa na godinu. Velika većina prikupljenih tartufa se prodavala su u Italiju, Austriju i Njemačku, a mala količina je odlazila u domaće restorane i druge ugostiteljske objekte.

[152]Vrlo često su navraćali političari poput Tita, Blaževića, Kardelja na svom putovanju prema Brijunima
[153]www.hrsume.hr/casopis/br48/48duplerica.pdf 2000 (9.11.2003)

Jačanjem krize na ovom području, tartufari sve više prodaju prikupljene tartufe privatnicima koji, za razliku od Šaumarije Buzet, nisu imali zakonsku obvezu evidentirati tartufare, te što je još bitnije tartufarima isplaćuju naknadu gotovini. Šverc je 'cvjetao' u vrijeme inflacije, pogotovo kada je Šumarija prestala otkupljivati tartufe. Već je od 1993. godine Šumarija počela ponovno izdavati dozvole za *lov* na tartufe i to po cijeni od 500 kuna, a 2000. godine cijena dozvola je iznosila 800 kuna.[154]

U današnje vrijeme, Francuska, Španjolska i Italija proizvode najveće količine tartufa. I talijani i Francuzi mišljenja su da su upravo njihovi tartufi tartufi najbolji po kvaliteti. U znatno manjim količinama tartufe proizvode i Portugal, Švicarska, Njemačka, Austrija, Češka, Slovačka (Toussaint-Samat 1992:437), Slovenija, Hrvatska.[155]

3.6.3. Motovunska šuma

Jedno od najpoznatijih staništa bijelog tartufa, Motovunska šuma, je još od razdoblja prije Rimskoga Carstva bila državna šuma, stoga su zakoni ograničavali gospodarenje i sječu. Bila je povezana s davno posječenim šumama u dolini rijeke Pad u Italiji (Kocković Zaborski 2013:248). Motovunska šuma bila je jedina istarska šuma pod posebnom skrbi Mletačke Republike, iako je Istra sve do 17. st. bila vrlo šumovita. Mletačka Republika je sustavno vršila proces meliorizacije. Iako je Rašporski kapetan je, između ostaloga,[156] već od 13. stoljeća vršio nadzor nad šumama u Istri, to nije rezultirao zabranom nekontrolirane sječe koje smanjuju površinu pod šumom. Godine 1612. iz tog je razloga osnovan privremeni magistrat pod nazivom „Zastupnici Motovunske šume i doline“ od strane dvojice plemenitaša, 1628. proglašen je trajnim. Potrebno je naglasiti da je drvo hrasta lužnjaka imalo izrazitu kvalitetu te je bilo posebno zbog svoje zakrivljenosti što je se u Veneciji jako cijenjeno. To je omogućavalo prijekoo potrebnu gradnju zakrivljenih dijelova brodova. Zbog kvalitete materijala Mletačka država, posebno Vijeće za šume (*Collegio sopra i boschi*) 1777. godine, donosi zakon na talijanskom i hrvatskom jeziku kojim kontrolira eksploataciju šume.[157]

---

[154]www.hrsume.hr/casopis/br48/48duplerica.pdf 2000 (9.11.2003)

[155]http://en.wikipedia.org/wiki/Truffle_%28fungus%29

[156]„Rašpor je sjedište kapetanata, tj. vojnog zapovjedništva koje je Istri trebalo jamčiti mir i sigurnost. Preko ovog kapetanata Mlečani su upravljali ovim krajem. U 16. st mletački rektor preseljen je u Buzet zadržavši titulu rašporskogkapetana. Do propasti Venecije rašporski kapetan bio je jedan od najvažnijih rektora njezine uprave u Istri.“ (http://izletipoistri.bloger.hr/post/trstenik--gomila--raspor/1447238.aspx)

[157]http://www.istrapedia.hr/hrv/334/motovunska-suma/istra-a-z/

Motovunska šuma krajem 18. stoljeća dolazi pod francusku vlast i tada prestaje meliorizacija što je uzrokovalo veću močvarnost šume i širenje biljnih vrsta kojima pogoduje takav tip tla. Nakon tog kraćeg razdoblja u kojem se šuma nije održavala, austrijska i talijanska uprava ponovo se brinu da se nastavi isušivanje (Čalić Šverko 2004b). Ipak se s vremenom površina Motovunske šume smanjivala, od doba Mletačke Republike, kada je obuhvaćala površinu od 1738 ha. Početkom tridesetih godina 20. stoljeća u koncesiji je tvrtke za eksploataciju tartufa, a od 1934. tvrtka provodi meliorizaciju rijeke Mirne (Kocković Zaborski 2013: 249). Od 1967. godine Motovunska šuma, odlukom vlade, prelazi u vlasništvo Poljoprivrednog poduzeća radi sađenja poljoprivrednih kultura na području raskrčene Motovunske šume. Iz tog je razloga od 1967. do 1991. godine, kada je Motovunska šuma vraćena Šumariji Buzet, posječeno 220 ha šume i time nanesena velika šteta području gdje uspijeva tartuf (Šatović 2007:34). Tako je 1971. godine Hrvatska Vodoprivreda premjestila korito Mirne prema južnoj strani doline uz koje je izgrađena i cesta. Motovunska šuma je tada zauzimala površinu od 1274 ha. Planom je bilo je predviđeno iskrčivanje šume, te poljoprivredna eksploatacija tog iskrčenog područja.
Stoga su iskrčena područja oko zapadnog ruba šume te dio uz gornji tok riječice Butonega. To je bilo potrebno napraviti zbog izgradnje akumulacijskog jezera Botonega.[158]

S vremenom kada jača zanimanje za tartufe dolazi do ponovnog pustošenja Motovunske šume. Isto tako treba naglasiti da tartufari nisu gljivari, pa samo mali broj tartufara bere i druge gljive. No, danas u Motovunskoj šumi, ispresijecanoj stazama pasa i ljudi, niti nema drugih gljiva osim tartufa (Kocković Zaborski 2013:249).
Motovunska šuma se danas prostire u dužini oko 10 kilometara, a u širini do 600 metara sjeverno od Motovuna. Specifičnost ove šume jes činjenica da je posljednja nizinska šuma hrasta lužnjaka u krasu te mjesto gdje rastu tartufi. Šuma se nalazi u državnom vlasništvu, a njome upravlja Šumarije Buzet. Spada u kategoriju zaštićenih područja od osobitog značaja radi svoje jedinstvenosti, rijetkosti ili reprezentativnosti pod nazivom - posebni rezervat.[159]
Već je 1963. godine, na temelju Rješenja Zavoda za zaštitu prirode, Motovunska šuma proglašena[160] posebnim rezervatom šumske vegetacije, a zaštićena je površina od 275 ha.[161]

---

[158]http://www.istrapedia.hr/hrv/334/motovunska-suma/istra-a-z/
[159]http://www.underground-istria.org/uploads/media/Prezentacija_Zahtila.pdf
[160]Rješenje Zavoda za zaštitu prirode, br. 265/1-1963.,MH/MZ; 75/3-1964, MH/MZ (http://www.natura-histrica.hr/podrucja/motovunska_suma.html)
[161]http://www.natura-histrica.hr/podrucja/motovunska_suma.html

Prema Zakonu o zaštiti šuma iz 1994. godine, u članku 7., u takvim šumama „nisu dopuštene radnje koje bi mogle narušiti svojstva zbog kojih su proglašene rezervatom (branje i uništavanje biljaka, uznemiravanje, hvatanje i ubijanje životinja, unošenje alohtonih vrsta, melioracijski zahvati, razni oblici gospodarskog i ostalog korištenja i slično)“.[162] Ipak, kako se navodi na internetskim stranicama Nature Histrice, javne ustanove za upravljanje zaštićenim dijelovima prirode na području Istarske županije, u Motovunskoj šumi zabranjen je bilo kakav zahvat bez prethode dozvole Zavoda osim sakupljanje tartufa na uobičajeni način.[163] Na osnovu iznesenih podataka vidljivo je da se na prostoru Motovunske šume ne bi smjelo loviti, ali niti sakupljati (osim tartufa), brati niti uništavati biljke.

Potrebno je istaknuti da se osim u Motovunskoj šumi, tartufi se još sakupljaju, odnosno *love* i na području Ćepićkog i Boljunskog polja te Cerovlja (Bašić 2002).

Prvi pravilnik o zaštiti gljiva donesen je još 1998. godine (Rimanić 2003b), a prema Pravilniku o zaštiti gljiva Ministarstva zaštite okoliša, tartufi se love uz pomoć jednog dresiranog psa, uz kojeg može biti još jedan u postupku dresure. Tartufar može kopati samo na mjestu gdje je pas nanjušio tartufe i to lopaticom čije sječivo nije duže od 15 i šire od 8 centimetara. Rupe se nakon toga moraju zatrpavati iskopanom zemljom. Pravilnikom je određeno da pojedini sakupljač može na dan sakupiti najviše 0,1 kilogram podzemnih gljiva. Najvažnija stavka Pravilnika jest ona koja pojedincima, za osobne potrebe ograničava iznošenje tartufa iz Hrvatske na najviše dva kilograma, dok je u drugim slučajevima zabranjeno iznositi podzemne gljive iz Hrvatski.[164] U svom posjedu domaćinstvo može imati do tri kilograma svježih ili smrznutih gljiva, odnosno pola kilograma suhih podzemnih gljiva (Bašić 2002).

3.6.4. Psi

S obzirom da se tartufe nalazi uz pomoću pasa, ne kaže se da se tartufi sakupljaju, nego da se *love*. Različita su mišljenja o tome koji su psi najbolji za *lov*. Neki od tartufara naveli su da bi to bili čistokrvni, drugi ističu odlike mješanca, aportera, goniča, čuvara. Mišljenja se razlikuju i oko spolova pasa. Svaki tartufar, na osnovu iskustva, isticati će mišljenje o dužini potrebne

[162] http://narodne-novine.nn.hr/default.aspx

[163] http://www.natura-histrica.hr/website/app/?wrmap=Motovunska%20%C5%A1uma

[164] http://www.poslovniforum.hr/poljoprivreda/zakon_pravilnik_o_zastiti_gljiva.asp (24. 9. 2003.)

dresure. Mišljenja se razilaze i oko toga koliko je potrebno da bi se dobro izdresirao pas tartufar. Neki smatraju da je potrebno dvije – do tri godine kako bi se psa istreniralo za *lov*, a drugi naglašavaju da je to moguće napraviti u roku dva sata (Kocković 2003:119, 2006:56).

Pas se može istrenirati za tri-četiri godine da bude dobar tartufar; prve godine se igra. (Paolo Nežić)

Fotografija 27 - tartufarski psi, foto: Tanja Kocković Zaborski

Psi za nagradu dobivaju malo salame ili neke druge poslastice i na taj način uče kako pronaći tartuf. Prilikom *lova* može se dogoditi i da pojedu komadić samog *ulova.*[165]

Kad zvadi tartuf, dobije salamu, a kad ne zvadi, onda mu teču sline. To ni za verovat. Ja sam tako vadio tu kučku i nije bila zainteresirana za delat. Ja sam imao još jednega breka i kad je taj drugi našao tartuf, ja lipo po malo

[165]Podaci koje sam prikupila na terenu o načinu dresure pasa tartufara, razlikuju se od podataka koje navodi Sanja Kalapoš (1998/1999:103). Autorica naglašava da se prilikom dresure psa hrani tartufima koje tartufari kupuju kako bi pas naučio prepoznavati po mirisu i okusu, a to je jedan od razloga što turisti imaju loše istrenirane pse tartufare. Kao što sam navela, za nagradu što je pronašao tartuf pas dobiva komadić salame ili neku drugu poslasticu i to je način na koji se dresira kako bi ih pronašao.

purisa, to miriši, a ona...sline joj tekle. To sam tri štiri puta napravio, nakon tega je počela delat. Kak na motor. (Mario Tikel)

Fotografija 28 - nagrada za pse nakon 'pronalaska' tartufa, foto: Tanja Kocković Zaborski

Tartufari procijenjuju da dobar pas tartufar vrijedi 3000-4000 eura, a ako se dogodi da tartufar prodaje psa, to znači da pas nije dobar (Kocković 2006:57).

Tema odnosa tartufara prema psima je delikatna i ne može se o njoj otvoreno razgovarati. Svi moji sugovornici se slažu da se velika većina tartufara loše odnosi prema svojim psima, izgladnjuju ih prije lova kako bi pronašli što više tartufa, tuku ih ako psi pobjegnu daleko od vlasnika, a neki tartufari niti ne znaju kako im se zovu psi s kojima idu u lov. Kako bi pas bio uspješan u *lovu,* potrebno je izgraditi dobar odnos s njim. Sa psom je potrebno svakodnevno raditi, a najveća je nagrada za psa, osim poslastice koju dobije kada pronađe tartuf, veselje i zadovoljstvo svog vlasnika.

Moj pas nije ko oni dolje u Livadama kad ih vidite su mršavi, ovakve ljude bi trebalo zatvoriti; on je kao čovjek, ne može jest i ne može raditi ko je

gladan. Njihov je odnos robovlasnički; ako ima tartufa, pas zna, ne možeš ga silit ako nema

TKZ: Da li je teže za psa namirisati crni tartuf?

PN: Nije. Pas koji traži crne, neće biti dobar za traženje bijelih. On je kao čovjek, kad se navikne na crne, ne pašu mu bijeli. Sam probo ljudima davat one manje bijele, koji ne koštaju puno, ali nisu baš bili zadovoljni jer su se naučili na okus i miris crnih. (Paolo Nežić)

Iako etnologinja Sanja Kalapoš (1998/1999:102) navodi da se u *lov* na tartufe, prema kazivanjima starijih kazivača, išlo i sa svinjama, prema podacima koje sam prikupila na terenu, u *lov* na tartufe išlo se isključivo sa psima. Kazivač Mario Tikel navodi i čisto praktičan razlog zbog kojeg se svinje nisu upotrebljavale: *Bi se sa svinjom dalo, međutim zbog transporta je praktički nemoguće.*

Tijekom terenskog istraživanja, naišla sam na jednan agroturizam koji ima svinju pomoću koje su išli u *lov na tartufe*. U razgovoru s gostima iz Francuske saznali su da se tamo tartufi love pomoću svinja i odlučili su se da će jednu nabaviti i za sebe. Iako svinja te vrste obično ne teži više od 35-40 kilograma, Jacki je dostigao težinu od 120-130 kilograma zbog čega više nije bio sposoban za aktivni lov. Stoga je postao svojevrsna maskota tog agroturizma, vlasnici su ga tretirali kao kućnog ljubimca.[166] Kako je naglasio moj kazivač, za razliku od dresure pasa tartufara, koji se većinom uče metodom izgladnjivanja, prilikom Jackijeve dresure koristio se metodom asocijacije. Pokraj komadića tartufa zakopao je komadić hrane, tako da je privučen intenzivnim mirisom tartufa kraj njega pronađe svoju poslasticu. Jacki je vrlo brzo naučio i uspješno pronalazio tartufe već u okolici od 2 kilometra od njihovog turističkog seoskog gospodarstva. Tu su našli manje tartufa, ali Jacki nije bio sposoban za duža putovanja. Nakon 3-4 sata prešlo bi se oko 2 kilometra i to lagane šetnje, dok se sa psima može i trčati. Zbog svojeg dobrog njuha, Jackijevi vlasnici tvrde da je bolja od pasa tratufara. Bez problema je pronašao bijeli ili crni tartuf ili bilo koju drugu vrstu gljiva (usp. Kocković 2006:57,58).

[166]Novinari često pišu reportaže o toj neobičnoj svinji, a njezina fotografija nalazi se i na prospektima i kalendaru tog gospodarstva. Vlasnici na taj način reklamiraju svoje turističko seljačko gospodarstvo.

Fotografija 29 - Jacki, 'maskota' turističkog seljačkog gospodarstva "San Mauro", Momjan, fotograf: Tanja Kocković Zaborski

3.6.5. Kada i kako se *love* tartufi?

U *lov* na tartufe se kreće od sredine rujna do Nove godine. Prema mišljenju tartufara, najkvalitetniji tartufi se mogu pronaći otprilike oko Dana mrtvih.

S obzirom da zakonski još uvijek nije reguliran *lov* na crne tartufe, ne postoji službeno vrijeme kada je dozvoljeno tražiti ovu deliciju. Crni tartuf bi se mogao vaditi tijekom cijele godine, posebice u ožujku (Kocković 2003:119, Kocković 2006:57).

U ožujku (marcu) počnje ljetni crni tartuf do sedmog mjeseca, a onda od augusta do Nove Godine zimski crni tartuf (Paolo Nežić)

Prema riječima nekih od kazivača danas se najčešće vade rani, loši, crvljivi tartufi koje se odmah zamrzava. Nakon odmrzavanja dodaje mu se ulje i tako poslužuje u restoranima (Kocković 2006:57).

Tartufa ima posvuda, treba samo znati konfiguraciju terena, tip tla. Onaj koji je tartufar on to razumije, pa to nalazi (Paolo Nežić)

Često je moguće naići na podatak kako u znanstvenoj, tako i u popularnoj literaturi da se u *lov* na tartufe ide isključivo navečer i po noći (vidi Kalapoš 1998/1999:102). Općenito mišljenje je da je to uzbog toga što tartufi noću jače puštaju miris. No, time se samo mistificira postupak *lova* na tartufe. Činjenica je da se u *lov* ide kad tko ima vremena. Pojedini tartufari računaju da će noću biti manja gužva u šumi, ali to ima veze s činjenicom da ne žele biti viđeni prilikom traženja tartufa, odnosno ne žele otkriti staništa na kojima *love* (Kocković 2003:119, 2006:57).

A onda svi nahrupe, pa bude k'o Las Vegas u šumi. Svi ti s baterijskim lampama šetaju uokolo. (Davor Šišović)

Za razliku od Istre, gdje se do nedavno moglo *loviti* tartufe i 24 sata na dan, u Italiji je, zabranjen *lov* na tartufe po noći.

Prosječno se u *lovu* se ostane dva – četiri sata. To ovisi o tome kako se brzo umore tartufati i njihovi psi. Moji kazivači su naglašavali da vrijeme prolazi brzo kada je uspješan lov. Često se događa da tartufari smršave čak i do dva kilograma nakon lova. S obzirom da nema standardne opreme za tartufarenje kada pas pronađe tartuf, lovac otkopa zemlju pomoću vadilice koja može biti željezna ili drvena.

Fotografija 30 - vadilica za tartufe, foto: Tanja Kocković Zaborski

Fotografija 31 – pokazno 'vađenje' tartufa, foto: Tanja Kocković Zaborski

Pravilno vađenje tartufa bilo bi da se ostavi micelij, zatrpa zemlja te da je tartufar utaba nogom. No, ne znači da svi lovci vade tartufe na taj način. Neki smatraju da bi male tartufe trebalo ostaviti u zemlji, ali mnogi se ne slažu s tim. Kad tartufar izvadi tartuf obično ga

stavlja u jače podstavljeni džep ili u kakvu vreću. S obzirom da sve ovisi o sreći i spretnosti tartufara, ulov može varirati do kilogram i pol tartufa, ali lovac može doći kući i praznih ruku. Kazivač iz Motovuna naglašava da je bilo slučajeva kada su rupe iz kojih su izvađeni tartufi znale mirisati još danima, a isto su tako znale mirisati ulice u Motovunu kada bi se tartufari vraćali iz lova. I čovjek može osjetiti miris zrelog tartufa, ali to je danas rijetkost, s obzirom da se vade puno prije nego budu zreli (vidi Kocković 2003:119,120, 2006:57).

Fotografija 32 - Motovun, foto: Tanja Kocković Zaborski

U vrijeme kada se *lovom* na tartufe bavilo znatno manje ljudi, naglašavaju kazivači, Motovunska šuma je bila prešutno podijeljena na teritorije na kojima bi pojedini tartufari *lovili*. Kazivači ističu da bi se često znali susresti u šumi, odmoriti se uz kavu i cigaretu i nastaviti kada bi psi osjetili miris tartufa u zraku. S obzirom da je sve više tartufara, takve situacije gotovo da ne postoje. Velik broj lovaca dolazi iz udaljenih krajeva u *lov*, pa se lovci međusobno ne poznaju i ne druže. Želim naglasiti da mi je bilo vrlo teško naći tartufara koji se aktivno bavi lovom i koji bi bio raspoložen za razgovor o toj temi. Kalapoš i sama naglašava: „…lov na tartufe (je) postao unosan posao – a važno je naglasiti i to da prihod od tartufarstva nije bio oporezivan, budući da je trgovina bila neprijavljena vlastima i neslužbena…“ (Kalapoš 1998/1999:100).

Kao što je to bilo u vrijeme kada su tartufari *lovili* tartufe 1930-tih godina 20. stoljeća, na ulov utječu i vremenske prilike. Tartufari naglašavaju da je nakon kiše moguće veće tartufe sakupljati s poda, pogotovo kraj vode i kanala. Ako je tartuf velik, obično se nalazi plitko u zemlji zbog toga što se duboko u zemlji ne može širiti, no njegov volumen nije proporcionalan njegovoj težini.

Jedanput sam kopao tartuf od 15 dkg težine preko dva sata jer se nalazio duboko u zemlji, ali mu je miris, bez obzira na veličinu, bio intenzivan
(Marijan Maurović)

Pojedini tartufari se žale da mnogi ne poštuju pravila oko zatrpavanja rupa i očuvanja micelija. Svojim neracionalnim postupcima, drugima i sebi, onemogućuju iskorištavanje iscrpivog prirodnog dobra u budućnosti.

Jako veliki broj ljudi pokušava naći tartufe i time rade jako veliku štetu prirodi jer nisu educirani, njima je važno da vrate vrijednost koju su uložili u kupnju i dresuru pasa, a njima nije važno znati kako taj tartuf raste, kako njemu treba neko vrijeme, da mora biti zaštićeno stanište, kako se vadi… Tartufa je sve manje i manje, a mi od tartufa sve više živimo – to će ići do određene granice... U zadnjih 10 godina (od kada naš agroturizam radi) sada ga je sve manje i manje radi ovih koji ga traže i uništavaju. Tamo gdje su nekada bila staništa ljudi posijeku šume i tamo tartuf ne raste; to se dešava i kod nas, ne samo dolje u Motovunskoj šumi – ljude baš briga za crni tartuf jer nema veliku cijenu, posijeku šumu, počiste teren i dođu svinje dodatno prekopaju i nakon toga bude sušna godina i sav se micelij posuši…To se dešava i oko Livada. Odnos prema tartufima mora biti drugačiji, ja i bez pasa mogu naći tartuf.

Ja samo malo s rukom odgrnem i to je to. Ako vi izrežete one korijene i ne pokrijete onu rupu, nema više tartufa tamo. Ja idem na svoja mjesta, koja ne znaju drugi – moram napraviti tri kilometra okolo da bi došao ispred kuće, jer ljudi prate; da svi saznaju gdje se to nalazi bi došli bez pasa i bi kopali s motikom i uništili bi. To je ono što se događa u Motovunskoj šumi –

ljudi s motikama odlaze na mjesta gdje je nađen tartuf i iskopavaju u potrazi za još i uništavaju sve i onda tamo nema tartufa. Ja ne idem preko 10 godina u Motovunsku šumu; dok je bilo manje ljudi sam išo, ali sad su počeli bit…pravi lovac je onaj koji se i brine za stanište, a ne samo onaj koji nalazi, treba znat. Ne možeš samo iskopat sve i ne misliti za sutra, nego samo za danas. Jedan drugog tamo slabo gledaju da ne bi dobio ovaj više nego drugi – ima dosta takvih starijih ili djeca iskusnih ljudi koji znaju kako treba tražiti. Trebala bi neka kontrola u Motovunskoj šumi i neka ih se globi sa 20 000 eura i u zatvor, pa ne bi to radili (Paolo Nežić)

Prema nekim procjenama između 2000. i 2010. godine bilo je oko tisuću tartufara koji svaki dan traže tartufe i godišnje izvade pet tona tartufa. Većina tartufara *lovi* u staništima u dolini Mirne (Ćaleta 2001:17, Čalić-Šverko 2009). Tom broju potrebno je pribrojiti još oko tri tisuće tartufara koji samo povremeno traže tartufe. Od ukupno 90% tartufa koji su godišnje sakupljeni mali postotak otpada na one koji su zreli, ali velik postotak je onih koji nisu izrasli do svoje prave veličine (Ćaleta 2001:17).

To je familijaran posao. Ako želite uspjeh u tom poslu, trebate biti puno na terenu. Trebate imati desetak pasa i da se radi u smjenama - od unuka do bakice. To je težak posao, pogotovo ako je to jedini posao kojim se ljudi bave (Vladimir Zgrablić)

Neki kazivači smatraju da je to 'zarazna aktivnost'.

...ali kada se čovjek upusti u to, onda je to opasno. Nema više niti dana niti noći... (Mladen Ćaleta)

Iako su međusobni konkurenti, tartufari se udružuju radi zajedničkog nastupa prema Hrvatskim šumama, vlasnicima ili zakupnicima poljoprivrednog zemljišta na čijem malom dijelu se proteže stanište tartufa. Korist vide i u zajedničkom nastupu prema javnosti. Tartufari s područja Motovunske šume su organizirani u Udruženje tartufara Livade osnovano

1995. godine.[167] Od 2001. godine djeluje udruga tartufara općine Kršan "kako bi pravno mogli zaštiti staništa, odnosno topole ispod kojih rastu tartufi."[168] Udruga djeluje na području općine Kršan, odnosno Čepićkog polja,[169] a broji ukupno 16 tartufara. "Ciljevi udruge su: sakupljanje, zaštita i vrednovanje domaćeg (istarskog) tartufa (*Tuber magnatum pico, Tuber malenosporum, Tuber brumale* i dr.) koristeći načine i sredstava koja će se smatrati primjerenima za tu svrhu te trajna zaštita topola u Čepić polju ispod kojih raste bijeli tartuf."(ibid).

Na skupštini Udruge tartufara Kršan, 9. veljače 2008. godine zaključeno je da je "…napravljeno prilično mnogo, napose u sadnji topola za zaštitu staništa te sklapanju sporazuma s poljoprivrednicima koji su bili donekle zakinuti protezanjem područja branja na poljoprivredno zemljište.

Lani je… poljoprivrednicima, koji nisu obrađivali staništa, najčešće na pojasu od 15 metara uz granicu poljoprivrednog zemljišta, isplaćena naknada."[170] Veliki problemi nastaju kada se staništa tartufa poklapaju s poljoprivrednim zemljištem, kako je to slučaj u općini Kršan. Korištenje pljoprivrednih zemljišta ugovorno se rješava s Ministarstvom poljoprivrede. U tim ugovorima tartufi nisu spomenuti, pa je udruga s velikom većinom zakupaca poljoprivrednog zemljišta postigla sporazum da ne obrađuju taj mali dio zemljišta na kojem uspijevaju tartufi.[171]

Još je jedan problem. Osim s obrađivačima poljoprivrednog zemljišta (gdje se nalaze i pojedina staništa tartufa), velik je problem i sa lovcima.

Tako primjerice na prostoru Motovunske šume, osim tartufara djeluju i lovci.[172] Lovci s tog područja okupljeni su u udrugu „Fazan“ koja je osnovana 1995. godine. Osnovne aktivnosti udruge su uzgoj, zaštita i lov životinja, čišćenje šumskih i poljski putova, lov na štetočine, čišćenje okoliša i održavanje pojilišta na području od 5 900 ha općine Motovun i Karojba.[173]

Sukob između tartufara i lovaca u Motovunskoj šumi svake godine ima za posljedicu i uginuće nekih od tartufarskih pasa koji budu otrovani..[174] Tako se zna dogoditi da tartufari

---

[167] http://www.poslovna.hr/lite/udruzenje-tartufara-livade/165830/subjekti.aspx

[168] http://www.krsan.hr/hrv/default.asp?m=15

[169] Područje na kojem se, uz Motovunsku šumu i okolicu Buzeta u Istri, mogu pronaći najveće količine tartufa

[170] http://www.labin.com/web/vijest.asp?id=1727

[171] Djelovanje Udruge tartufara Kršan navodim zbog dobrog primjera utjecaja udruge na prirodno dobro koje iskorištavaju u vidu pošumljavanja topolama te dogovorima sa zakupcima poljoprivrednog zemljišta na kojem se djelomično protežu staništa tartufa, odnosno zbog nedostupnosti podataka o djelovanju udruge tartufara Livade iz Motovuna

[172] Na području Istre lovni turizam je vrlo razvijen. Na više od 240 000 ha lovišta uzgajaju se brojne divlje životinje, a lovci su uključeni u 38 lovačkih udruga (http://www.istra.hr/hr/sto_raditi/sport/lov_i_ribolov/Lovni_turizam)

[173] http://www.motovun.hr/?clanak=16

[174] http://regionalexpress.hr/site/more/otrovi-kojima-su-otrovani-psi-mogu-biti-opasni-i-za-ljude/

bacaju hranu po šumi da bi zavarali pse drugih tartufara kako ne bi našli tartufe, odnosno da ometu konkurenciju ili dovode kuje koje se tjeraju (Šatović 2007:35).

Vezano uz temu smanjivanja izvoza tartufa u Italiju i smanjenje šverca, pomaci su vidljivi su otkad je osnovana tvrtka Zigante (Kocković 2003:120). 1990. godine obitelj Zigante započinje s plasmanom i preradom tartufa te ga svijetu predstavlja kao autentičan istarski proizvod.

> *Možda je to motivacija da više tartufa završava u našim birtijama, nego u švercu preko granice. Onda je to u jednu ruku dobro jer se ne ide preko, nego se tu jede, čime se onda štiti nekakav image istarskog tartufa.*
>
> *Postoji i priča da se istarski tartuf koji se švercao preko granice uglavnom završavao u Albi i da se miješao s tartufom iz Albe, zato što je njihov veći i lijepši, ali nema nikakav miris. I onda su ga miješali radi arome. Tako da svjetski image Tartufo di Alba zapravo duguje istarskom tartufu.* (Davor Šišović)

Fotografija 33 - ponuda 'Zigante tartufa' na Danima tartufa u Livadama, foto: Tanja Kocković Zaborski

Osim tvrtke Zigante, danas ima još nekoliko registriranih tvrtki za promet s tartufima kao što su Đulijano iz Puhi (Livade), Natura iz Buzeta, GIR iz Paladini, Vižintin iz Baredina (Buje), Miris Istre iz Buzeta i Miro tartufi iz Motovuna (Čalić Šverko 2009). Brojnim tvrtkama te suadnjama s restoranima, agroturizmima i konobama sve više tartufa ostaje u Istri, a ne šverca se u Italiju. To je i bio najčešći put šverca – šverceri bi tartufe otkupljivali od *lovaca* te bi ih onda prodavali u Italiju sakrivene u starim gumama ili duplim podovima automobila (Mrkobrad 2001:20).

...to su uglavnom naši ljudi koji žive u dolini Mirne. Prepoznaš ih po tome što imaju kuću na tri kata, a ne na dva, kao obični tartufari. (Davor Šišović)

Ljudi su nestrpljivi i žele zaradu na brzinu. Danas policija ima spisak od 100 švercera. Oni su nezaposleni, a imaju kuće i automobile. Prodaju se i preko interneta, pa tako za 48 sati tartuf može iz Istre doći u New York. (Marijan Maurović)

Danas onaj koji traži tartufe dobije relativno malo u odnosu na onoga koji ih preprodaje. Nema regulacije. (Paolo Nežić)

Kontrola *lova* na tartufe je sporadična. Provjeravaju se dozvole, no problem nastaje jer se za isti prekršaj izriču različite kazne i to iz razloga što su prekršitelji iz različitih gradova, pa će za isti prekršaj sudovi u Pazinu, Buzetu i Bujama izreći različite presude. Veličina kazne se isto tako razlikuje. Kazivači ističu da je maksimalna kazna sitnica u odnosu na to koliko čovjek može zaraditi švercom tartufa (Kocković 2003:120).

U današnje vrijeme kada je sve veća potražnja za tartufom, činjenica jest da se sve manje tartufa može naći. Iako je *lov* na tartufe bio dodatna djelatnost kroz sve ove godine, veća je ekonomska ovisnost o njegovu izlovu neko nekada.

3.6.6. Dozvole za *lov* na tartufe

Kao što sam već prije navela, dozvole za lov na tartufe počele su se izdavati od strane Hrvatskih šuma, Šumarije Buzet u novije vrijeme od 1993. godine. Radi nesigurne ekonomske situacije u Hrvatskoj, sve je više ljudi koji su željeli na ovaj način naći kako osigurati svoju egzistenciju. To je vrijeme rata u Hrvatskoj kada je velik broj ljudi ostao bez posla. Mnogi od njih otišli su u Italiju u potrazi za poslom, a oni koji su ostali, a živjeli su u blizini Motovunske šume (i ostalih staništa tartufa), svoju šansu za dodatnu zaradu našli su u tartufarenju.

> *Susjed vidi susjeda i tako se povećava broj tartufara; jedanput se hodalo cijelu noć po šumi da bi doma donio 10-20 dkg bijelog tartufa i onda su oni u onim godinama kad se pročulo da je Motovunska šuma stanište bijelog tartufa to su bile 95-96 – to je vrijeme velike krize i Oluje – ljudi nisu imali posla; ili si išo preko ili si osto tu; oni koji su ostali su počeli. To nije bilo legalizirano; oni su počeli kopati u zemlju jer su znali gdje bi se otprilike mogao naći tartuf i onda ajmo to na brzaka. Zadnjih godina su lovočuvari postali oprezniji pa se kontrolira više.* (Paolo Nežić)

Iako se uvođenjem dozvola za tartufarenje pokušavao donekle uvesti red u ovu aktivnost, treba naglasiti da nije postojalo ograničenje koliko je osoba moglo ići u *lov* na tartufe. Za *lov* na tartufe se mogao odlučiti svatko tko ima potrebnu opremu, a bitno je naglasiti da postojao i veći broj ljudi koji su u *lov* na tartufe išli bez dozvole.

> *Prije 20 godina si trebao platiti taksu, a bilo je određena cijena kao od jedne kile tartufa – sad ne znam dal se to plaća; ta karta s kojom se moglo tražiti u Motovunskoj šumi vrijedila je kao jedno kilo tartufa; danas sumnjam da 2000 eura za pokaznu kartu da može ići tražiti bijeli tartuf. Onda je ta karta bila 200-300 tisuća lira – to je bila godišnja karta – kad te zaustavi lovočuvar, onda si mu pokazao tu kartu.* (Paolo Nežić)

Tako je prema podacima 2003. godine izdano samo 350 dozvola, a Šumarija je ostvarila 300 000 kuna prihoda (Mrkobrad 2001:21), a 2006. godine, kao i nekoliko prethodnih, dozvole se nisu izdavale radi toga što neke općine spadaju pod brdsko-planinsko područje. U tim područjima bilo je dozvoljeno prikupljanje plodova bez naknade. U takav tip općina spadala je i pćina Oprtalj. Zbog navedenih pravnih zavrzlama, odlučeno je u Hrvatskim šumama da se ne izdaje dozvola (Ćalić Šverko 2006).

Etnologinja Kalapoš navodi da, s obzirom da se lovom na tartufe bave „… i brojni turisti, koji za tu priliku sačuvaju nekoliko tjedana godišnjeg odmora, dođu u Istru te plate smještaj i prehranu nadajući se brzoj i pomalo mitskoj zaradi…“ (1998/1999:102), nametala se pretpostavka da bi se smanjio broj iskorištavača ako bi se ograničilo izdavanje dozvole samo na lokalno stanovništvo koje živi u blizini prirodnog resursa.

Mislim da ne dolazi velik broj ljudi izvana jel trebat imati psa, treba znati gdje treba tražiti. Mislim da je to lokalno stanovništvo; ali nekad je ono bilo malobrojnije. Jedanput je u jednom selu bilo njih dvoje-troje koje je tražilo tartufe i imali su psa, a danas ljudi imaju do 20 pasa, a oni su toliko izgladnjeli, osjete miris tartufa - vlasnik traži povrat uloženih sredstava...(Paolo Nežić)

S obzirom na brojne probleme koje sam navela, potrebno je istaknuti i neke pozitivne inicijative. Tako primjerice inicijativa tartufarskih udruga koje održavaju staništa tartufa sade stabla koja pogoduju njihov rast (a time održavaju i obnavljaju šumu), sklapaju dogovore s poljoprivrednicima koji žive u blizini prirodnog dobra, postiže određene rezultate. No, nemogućnost nadzora nad korištenjem šume dovodi do velikog nezadovoljstva iskorištavača te negativnog utjecaja na budućnost prirodnog dobra.

U želji da se zaštiti područje Motovunske šume surađuju brojne udruge. Želja im je izraditi ekološku studiju zaštite doline Mirne kako bi se zaustavila sječa stabala, odnosno urušavanje obale te gubljenje zemlje, a samim time i prostora na kome uspijevaju tartufi.

Nekadašnji načelnik općine Oprtalj, i donedavni aktivni lovac na tartufe, Aleksandar Krt, kaže: "Odgovorne u državi ne zanima koliko se tartufa prikupi jer smatraju da je riječ o

malom prihodu za državu”.[175] Za razliku od države, pojedine općine su prepoznale važnost tartufa u njihovoj turističkoj promociji. Načelnik općine Motovun, Slobodan Vugrinec izjavljuje: "Tartuf je sigurno naše najveće prirodno bogatstvo." (Rimanić 2003a).

3.6.7. Budućnost tartufarenja

Na kraju pregleda povijesti *lova* na tartufe, potrebno se upitati što će biti s tartufima u budućnosti? Tartuf je sezonski proizvod, gljiva koja se razmnožava sporama. Neki tartufari su mišljenja da izlov tartufa neće škoditi daljnjem rastu tih gomolja. Prema njihovom mišljenju, još nitko u svijetu nije uspio umjetno uzgojiti bijeli tartuf. No, bitno je istaknuti da za razliku od nas, Francuzi i Talijani ulažu velike napore u očuvanje prirodnih staništa na kojima uspijevaju tartufi i imaju zakone koji to reguliraju (Kocković 2003:121, 2006:62). Čišćenje i njega šume, kontrola odvodnje površinskih voda, kopanje manjih rupa kada se vade tartufi i ostavljanje trulih tartufa u šumi od strane tartufara samo su neke aktivnosti koje se mogu već i sada poduzimati na području staništa tartufa koja se nalaze u sklopu Hrvatskih šuma. Osim toga, potrebno je pojačati pošumljavanje, potrebna je i gnojidba te navodnjavanje terena kako bi se prostor oporavio od pretjeranog iskorištavanja te povećao rast tartufa. Kada bi se tartufari pridržavali odredaba *Pravilnika o zaštiti gljiva* u kome se naglašava da bijeli tartuf dozrijeva u rujnu, pa je vađenje bijelog tartufa nepotrebno prije tog vremena, jer tartuf nije dovoljno zreo. Isto tako, kazivači uporno naglašavaju da je potrebno ograničiti broj tartufara, broj pasa koji sudjeluje u potrazi za tartufima i zabraniti traženje tartufa u noćnim satima. U to je vrijeme slabljive vidljivosti nerijetko da se iskopavaju puno veće rupe, a pri tome se ostavljaju i istrošene baterije koje onečišćavaju staništa tartufa i šumu općenito (Ćaleta 2001:16,17). „...1986. godine Šumarija Buzet, u suradnji sa Šumarskim institutom Jastrebarsko, pokrenula je pokus umjetnog uzgoja bijelog tartufa na području Motovunske šume u Istri. U laboratoriju instituta umjetno je inicirano klijanje spora te udruživanje micelija gljive s korijenom sadnice hrasta lužnjaka. Oko 1.000 sadnica posađeno je na tri hektara na području Motovunske šume“.[176] Teško je reći je li pokus uspio, jer je pokusna površina gdje su sadnice posađene nije bila ograđena i time je postojala mogućnost unosa materijala iz okoline. Za voditelja

[175] http://www.suvremena.hr/92.aspx
[176] http://www.poslovniforum.hr/about02/tartufi.asp

pokusa, inženjera Mladena Ćaletu pokus je uspio jer su nakon desetak godina na području gdje su posađene sadnice, nađeni tartufi (ibid).

S obzirom da u Hrvatskoj ne postoje uzgajivači tartufa niti početkom 21. stoljeća, možemo ustvrditi da se potrebno pozabaviti očuvanjem te rijetke i skupe gljive. Za izmjenu Pravilnika o zaštiti gljiva koji u sadašnjoj verziji ne pokriva razne segmente *lova*, otkupa i prodaje tartufa zalažu se tartufari i šumari. Zajednički zaključak svih kazivača jest da bi donošenjem zakona o tartufima došlo do regulacije uvjeta *lova*, otkupa i prodaje. Isto tako bi se regulirala njihova upotreba u domaćim restoranima, ali i ulaganja u očuvanje njihova prirodna staništa, navodnjavanja i zabrane širenja poljoprivrednog zemljišta na područje gdje uspijevaju tartufi. Tartufare je potrebno educirati o ovoj vrlo vrijednoj gljivi te omogućiti da tartufarstvo postane regulirana djelatnost kako bi se mogli napraviti registri osoba koji se bave tim dodatnim zanimanjem (Čalić Šverko 2003e).

3.6.8. Tartufi kao tradicionalno jelo u turističkim seoskim gospodarstvima

„Tartufi rastu oko Zrenja, gornja Istra, ali se to nekad nije koristilo jer ljudi većinom nisu znali da su jestive te gljive. To je jedan neizostavni dio prehrane sada. Puno smo godina tražili tartufe prije nego što smo otvorili agroturizam i imali smo puno prijatelja koji su dolazili na 'manjadu s tartufima' i to se znalo jesti gratis, bijeli manje, jer on puno košta.“
(Kocković Zaborski 2017:132)

Osim tartufa smo nudili domaću hranu, pršut, kobasice, ombolo, svinjetina i onda smo otvorili seljačko domaćinstvo. Sira, mesa, ombolo, kobasice je sve naše; kako to zrije, kako se suši, tako se daje gostima. U početku su ti suhe kobasice, pa ombolo, pa je panceta u travnju, pa ona špaleta koja se jede sa šparugama; pršut je zreo oko srpnja, kolovoza – to ima sve neki svoj ciklus.

Imamo relativno mali meni, proširili smo ga tartufima, šparugama, koprivama, divljač, jer svekar mi je lovac. Nemamo veliku ponudu jer u velikoj ponudi se izgubiš – svaki agroturizam ima nešto svoje – recimo mi

smo se na tartufe i ono što smo sami jeli doma i onda smo ponudili i gostima. Drugi imaju janjetinu, koze, lovački meni. (Nadia Nežić)

Na turističkom seoskom gospodarstvu koje vodi obitelj Tikel, pripremaju se tartufi na razne načine - uz paštu, *fritaju*, uz meso ili *ombolo*. Vladimir i Ana Zgrablić, bivši vlasnici turističkog seoskog gospodarstva kod Huma uveli su u ponudu tartufe kada su turisti tražili tartufe te su dolazili ih i sami *loviti* u krugu od 50 metara od samog turističkog seoskog gospodarstava. Neisplativa je bila ponuda bijelog tartufa na turističkim seljačkim gospodarstvima, jer su cijene takvog obroka bile izuzetno visoke, a to si većina turista nije mogla priuštiti, pa se zato većina vlasnika, prema mišljenju kazivača, orijentirala na ponudu crnog tartufa kojeg ima skoro tijekom cijele sezone.

Recepti su bili – jedanput se tartuf dodavao šugu od kokoši i to sam čula prije par godina; naribali su ga kada je šugo bio gotov – to je bio običaj tamo kod Livada. Fritaju su radili s tratufima. Gosti najviše vole jesti od jela sa tratufima – kravlji sir s tartufima niko ne radi, a gosti su se naučili na taj dobar okus, pa pašta s tartufima, fritaja i ombolo s tartufima i polenta. Tartufi se rade na moment – to su brza jela, a dobra. S puževima su radili tartufe u Livadama.

Ja u sedmici idem sam tražit tartufe na svom terenu, tako da ne moram kupovati, pa ne bude neka velika cijena, pa onda ljudi dođu zbog toga.

„Koliko je turizam utjecao na ponudu tradicionalne prehrane u agroturizmima? Puno. Prije 20 godina prehrana je bila brza. Tradicionalna prehrana je spora, trebati duže da nešto spremiš. Turizam je kao puno utjecao. Jer da turisti nisu odlučili dolaziti i jesti tradicionalnu prehranu, mi bi još uvijek bili na hamburgerima i ćevapima. Turisti već znaju što je tradicionalna prehrana, čuli su od svojih starih pogotovo oni oko naše Istre, Talijani, njihovi preci koji su otišli iz Istre. Oni od svojih starih čuju

kako se nekad i što kuhalo, kako se živjelo – više-manje ljudi jesu informirani.“ (Kocković Zaborski 2017:133)

Kada se nekome ne da kuhat ideš u agroturizam i probaš tradicionalnu hranu. Svaki agroturizam se razlikuje po svojoj recepturi, odnosno svako selo se razlikuje – niti jedno jelo se ne radi na isti način u cijeloj Istri; kuhali su ovisno o namirnicama što su imali, o navikama, o svecima. (Paolo i Nadia Nežić)

Na osnovu mišljenja kazivača, turisti koji dolaze radi konzumacije tartufa su prvenstveno Talijani koji dobro poznaju ovu deliciju, zatim su tu Austrijanci i Nijemci. Gosti s većom kupovnom moći dolaze i jedu bijele tartufe, čiji okus, miris i izgled dobro poznaju, no oni su u manjini. Postoji velik broj ljudi koji ne razlikuju crni i bijeli tartuf, pa neki ugostitelji pribjegavaju varkama – miješaju bijeli i crni tartuf, poslužuju crni tartuf umjesto bijelog, na loše tartufe stavljaju umjetni miris ili ulje tartufa. Takvi slučajevi negativno utječu na imidž koji tartuf ima u Istri (usp. Kocković 2003:122).

Gosti su više-manje Talijani, a Austrijanci u jeseni; najviše su naši, Zagrepčani, Porečani, Pazinjani, Puležani. (Paolo i Nadja Nežić)

Talijani su veliki ljubitelji tartufa. Oni cijene kada malim ribežićom narežeš tartufe. (Ana Zgrablić)

Talijane najviše zanimaju jela od tartufa, ali o njima znaju jako malo. (Dora Sinković)

Većina su kazivača, vlasnika seoskih turističkih gospodarstava s kojima sam razgovarala suglasni u jednome, a to je da se medijski najeksponiraniji bijeli tartuf ne isplati pripremati i nuditi kao obrok u njihovim objektima. Ovisno o sezoni ulova se mijenja cijena obroka, što će odbiti mnoge turiste koji ne žele plaćati visoke cijene za ovu deliciju. Zato se u većini se slučajeva na gospodarstvima nude jela od crnog tartufa koji je po svojoj cijeni koja ne varira prihvatljiv turistima, a bijeli tartuf se najčešće prodaje na festivalima. Crni tartuf, ili kako ga

naziva Drago Orlić, *princ domaće kužine*, raste na bijeloj i crvenoj zemlji u Istri, brežuljcima i obroncima uz vodotoke. Lakše ga je pronaći jer se zna dogoditi da bude više komada na jednom mjestu i to vrlo plitko u zemlji. Bere se ljeti i nema tako intenzivan miris kao bijeli tartuf.
Za kilogram crnog tartufa moguće je dobiti oko tisuću kuna. Pošto nije naveden u Pravilniku o zaštiti i branju gljiva (Orlić 2001:112), njihovo sakupljanje nije dopušteno u vrijeme kada dozrijeva, ali ne postoji toliko zanimanje od strane nadležnih institucija za ovu manje cijenjenu gljivu. Takve 'rupe' u zakonu koriste se na terenu.

> *U Francuskoj samo gledaju crne, bijele uopće ne koriste. Bijele nije teško pripremiti, oni se samo naribaju, to svako zna, a crne treba pripremiti. Naši prvi klijenti su bili Francuzi – prvi ili drugi dan kada smo dobili rješenje da smo otvoreni; mi nismo bili naviknuti da nam neko hoda po kuhinji, a oni su inzistirali na tome i oni su meni pokazali kako se radi pileća prsa s tartufima. Ta gospođa je meni pokazala kako se radi taj tartuf u kuhinji, bolje nego što smo mi radili, ali ona je naglasila, kada budeš imala Francuze goste, nabavi nešto od guske i kombiniraj s tartufima – to ti je hit u Francuskoj. Ona je htjela reći da je crni tartuf neizostavni dio francuske kuhinje, za razliku od nas. Francuzi su naviknuti na crni tartuf, drugim gostima je trebalo objašnjavat razliku crnog i bijelog tartufa. Ljudi nisu naviknuti na crni tartuf; ljudi svugdje vide bijeli – na televiziji. Bitno je naglasiti da ljudi ne znaju pripremiti crni tartuf, a to nije dobro.* (Paolo i Nadja Nežić)

Iako nije toliko skup i cijenjen kao bijeli tartuf, njegova valorizacija u turističkoj ponudi počinje 2001. godine u gostionici „Rino“, u Momjanu, kada je crni tartuf prezentiran i degustiran.
Tada su se okupljeni predstavnici Turističke zajednice Istarske županije, Odjela za turizam Istarske županije, Općine Oprtalj, Grada Buzeta, Udruge tartufara, tvrtke „Zigante tartufi“ dogovorili oko jače promocije i ove vrste tartufa koji uspijeva u Istri (Orlić 2001:112).
S obzirom na svoju večličinu, Istra proizvodnjom tartufa neće nikada doseći Francusku, Španjolsku i Italiju, najveće proizvođače u Europi (Toussaint-Samat 1994:437). Bez obziran na to ne smije se zanemariti značaj koji tartufi zauzimaju u gastronomskoj ponudi ovoga kraja. Agroturizmi, ali i restorani i konobe, na svojim jelovnicima nude jela od tartufa. Tartuf

je jedan od simbola gastronomske promocije Istre s obzirom na cijenu koju postiže na tržištu. Postavši jedan od prepoznatljivih simbola ove regije, pospješuje dolazak turista s bogatijom platežnom moći koje ne zanimaju samo prirodne ljepote, već i različiti sadržaji, poput specifične kuhinje koje nudi ovaj kraj.

„Ako tražite tartuf – nađite Istru!“ napisao je Drago Orlić početkom 21. stoljeća, za jedan istarski gastronomski prospekt (Orlić 2001:112). Zanimljivo je da su početkom 90-ih godina 20. stoljeća bili rijetki agroturizmi, konobe i restorani koji su nudili tartufe.

Danas je situacija znatno drugačija. Problem je što tartufe možemo naći gotovo u svim restoranima, konobama i agroturizmima diljem Istre u svim godišnjim dobima, što nije dobro za imidž Istre kao regije koja promovira tartufe. Da bi bili konkurentni navedeni objekti moraju se nalaziti u zoni rasta tartufa, tartufe mogu nuditi samo u vrijeme kada ima svježeg tartufa te omogućiti gostima da sami naribaju tartufe posebnim 'ribežom' na naručeno jelo. Ako se tu radi o bijelom tartufu, onda bi takvi objekti koji ga nude morali nuditi izuzetno kvalitetna jela pripremljena od strane vrhunskih majstora kuhinje. Niže cijene za jela s tartufima mogli bi nuditi objekti koji će posluživati tartufe tijekom cijele godine.

To bi se onda odnosilo na ponudu crnog tartufa ili bi se tu radilo o tartufu koji je zamrznuti. Posebnu cijenu bi trebalo istaknuti za jela pripremljena s industrijskom tartufatom (ibid.113).

3.6.9. Zaključak

Iako se hrvatskoj etnološkoj literaturi o tartufima počelo pisati tek krajem 20. stoljeća, to ne znači da nisu i ranije bili poznati stanovnicima Istre.

Promocija cjenjenijeg i skupocijenijeg bijelog tartufa počinje 1930-ih godina u talijanskom gradu Albi kada je organizirana izložba tartufa u sklopu poljoprivrednog sajma. Upravo tih godina talijanski tartufari nalaze prve tartufe u Istri na području Pazinskih Novaka.

Već je 1933. godine počela raditi tvrtka koja se bavila istraživanjem, nalazom i izvozom tartufa sa sjedištem u Livadama kraj Motovuna, a osnovali su je direktor Instituta za biologiju mora u Rovinju, Massimo Sella i barunica Barbara Hütterott iz Rovinja bili su osnivači tvrtke. Osim barunice i Selle, osnivači su bili i Talijani, Carlo Testoni i Pietro Giovannelli.

Uz prostor u kojem tartufi rastu (primjerice Motovunska šuma) izuzetno su bitni i psi koje treba posebno trenirati i koji pomažu tartufarima da pronađu tartufe koji se nalaze ispod površine zemlje. Osim skupocjenog bijelog tartufa kojeg se *lovi* od rujna do Nove godine,

postoje i crni, ljetni tartufi, koji se mogu tražiti tijekom cijele godine. Pošto ne postoji zakon o tartufima, ta dodatna djelatnost kojom se stanovnici oko rijeke Mirne bave nije dovoljno regulirana. Tijekom druge polovice 20. stoljeća mnogo je tartufara prodavalo tartufe u Italiju, a ne Šumariji Buzet koja je bila odgovorna za otkup tartufa. Na taj način je većina tartufa odlazila u restorane i u ruke privatnih sakupljača, dok je manjina ostajala u Istri. Nakon devedesetih godina kada počinje jačanje ruralnog turizma u Istri, tartuf je shvaćen kao izuzetno dragocijen resurs koji će privući bogatu turističku klijentelu u Istru. Stoga počinje njegovo isticanje i promocija kao dio gastronomske ponude istre. Jela od tartufa su dio ponude u agroturizmima središnje Istre, ali ih možemo pronaći i u restoranima i konobama obalnog dijela poluotoka. S obzirom da se gotovo nikad nisu jeli u seskim domaćinstvima Istre, već su se poput pršuta prodavali, potrebno je naglasiti da se u ovom slučaju radi o izmišljenoj tradiciji kada se jela od tartufa predstavljaju kao tradicijsko jelo istarskog seoskog domaćinstva. Fenomen izmišljene tradicije ovdje je moguće pratiti s obzirom da je to pojava koja se događa od kraja devedesetih godina prošlog stoljeća pa do danas. Mnogi specijaliteti koji su danas dio bogate gastronomske ponude Istre do tada nisu bili prisutni na jelovnicima. Tartufi već pomalo ulaze u pisane kuharice, pripremaju se u agroturizmima te postaju gastronomski simboli regije.
U slijedećem poglavlju bit će riječi o pršutu gdje će se ispisati povijest uzgoja svinja i pripreme pršuta u Istri, a poseban naglasak će biti stavljen na pripremu svinjskih butova u tradiciji te promjene koje nastaju u tradicijskoj proizvodnji pod utjecajem brojnih pravilnika i zakona. To je proces dobivanja oznake porijekla i plasmana na europsko tržište. Što to znači za ponudu u turističkim seoskim gospodarstvima bit će prikazano u poglavlju koje slijedi.

3.7. PRŠUT KAO DIO TRADICIJSKE PREHRANE

3.7.1. Povijest pršuta

Prvi pisani podaci o sušenju svinjskog mesa, odnosno načina njegova konzerviranja u svrhu buduće konzumacije potječu iz ranog rimskog doba, iz današnje središnje Italije. Riječ pršut potječe od latinske riječi *perexsuctus* - temeljito osušen, a kasnije se latinska riječ mijenja u rimsku riječ *perxuctus* što znači usoljeni i osušeni svinjski but. Ta se riječ kasnije preoblikovala

u modernom talijanskom jeziku u riječ *prosciutto*, što označava usoljeni, začinjeni i osušeni svinjski but (Krvavica, Đugum 2006:355). S obzirom da je sol bila od iznimnog značenja u rimsko doba kao začin i konzervans, kao način plaćanja za službu (primjerice plaćanje rimskih vojnika za službu), možemo zaključiti koju je važnost pripremanja pršuta imalo u vrijeme oskudice i velike vrijednosti soli. Vještina prerade svinjskog mesa soljenjem i sušenjem proširila se europskim kontinentom s mediterana i primorskih zemalja koje su imale dobre klimatske uvijete za takav tip prerade mesa. U zemljama sjevernijeg i hladnijeg područja meso se dimilo (ibid.).

Uz to što je pršut još u doba Rimske Republike, a kasnije i Rimskog Carstva bio dobro poznata delicija, bio je i dio kulta. Početkom zime, tijekom obreda koji su se održavali u vrijeme Saturnalija, ukućani su trebali pojesti pršut sa smokvama, bademima i medom, a zatim su trebali spaliti kost od pršuta na kućnom oltaru (Šišović 2010:6). Možemo jedino pretpostaviti da se znanje o sušenju i soljenju svinjskih butova proširila i na Istru, jer o konkretnim zapisima s ovog područja govorimo tek od vremena Rižanske skupštine 804. g. i kasnije, od vremena kada je sastavljen Istarski razvod 1275.g. Listina Rižanske skupštine, služila je za rješavanje sporova izazvanih nezadovoljstvom stanovnika Istre prelaskom s bizantske na franačku vladavinu Karla Velikog. Istarski razvod je sastavljen kako bi se pravno utvrdilo razgraničenje teritorija u Istri, a spominje se, između ostaloga i pravo na žirenje, odnosno puštanje svinja u hrastove šume radi paše žirova. Isto tako, spominje se i trgovina paprom. O uzgoju svinja možemo saznati i putem likovnih svjedočanstva: na freski „Bijeg u Egipat“ u beramskoj crkvici sv. Marije na Škriljinah ili na kalendarskoj sličici koja označava prosinac u Beramskom misalu iz 1425.g. Tu je prikazan seljak koji zamahuje sjekirom prema svinji (ibid.). Iako se prema pojedinim izvorima ili zapisima spominju, između ostaloga i suhomesnati proizvodi, posebno pršut, potrebno je naglasiti da je prehrana istarskog puka u srednjem vijeku, ali i sve do polovice 20. stoljeća bila oskudna i jednostavna. Prema Beramskom misalu iz 1425.g. ili Urbaru pazinske grofovije iz 1498.g. vidimo da se gospoda časte kobasicama, a seljaci im u određene dane u godini trebaju donositi kruh, sir, jaja, kokoške, ovce, janjce, grašak, vino, zob, ječam, pšenicu, orahe, med, ribu, divljač, svinjsko pečenje, plećke i *ombolo* (zarebnjak) (Rimanić 2015:4).

Najstariji pisani izvor s područja Istre gdje se izrijekom spominje pršut potječe iz 1580. iz glagoljskih zapisnika općine Roč. U knjizi računa općine Roč spominje se da je, uz ostale namirnice, pršut naručen za svečanost županove svadbe (Vlahov 2009:102-103 prema Božac,

et.al. 2014:6). Nešto kasnije, 1594. g. u Roču je pršut se spominje na jelovniku Rašporskog kapetana koji je upravljao mletačkim dijelom sjeverne Istre (ibid.). Kasnije se pršut spominje u jednom zapisu iz 1612. g. gdje se navodi da je četiri stotine Uskoka, koji su prešli Učku popalili Brgudac i Lanišće, otuđili su stoku, vino, sir te veći broj pršuta (Bertoša 1995:318 prema Božac, *et. al*. 2014).

Seljaci su za razliku od plemića jeli jednostavne kaše, primjerice *masturu* – kašu od mljevenih miješanih žitarica, *maneštru*, a pili su i vino. Te podatke nalazimo u rukopisu „Kvaderna od dot cerkav boljunskeh" s kraja 16. i početka 17. stoljeća. Tamo se navode još neke namirnice koje su seljaci konzumirali kao što su: kruh, masline, sirak, bob, ribu, janjetinu, ječam, pšenicu, ulje, meso, ocat, orahe, leću i sir (Rimanić 2015:4).

Povjesničarka Elena Uljančić – Vekić piše da su svinje u 17. stoljeću težile između 70 i 80 libara, odnosno 24 do 30 kilograma. Sušeno svinjsko meso se najčešće skladištilo u škrinjama koje su bile izrađene od jelova drveta. Tako iz dokumenata iz onog doba saznajemo da je mletački plemić, Marco Barbaro, nastanjen u Poreču, imao u takvim škrinjama špeka (*lardo*), pršuta i svinjskih jezika. Svinjska mast se spremala u za to namijenjene posude, a svinjsko meso se vješalo na kuke koje su mogle imati i po četiri špica. Najboljim komadima mesa, a to znači plećkom (*Spalleta di Porcello*) i pršutom plaćala se i zakupnina (Uljančić-Vekić 2009: 89). Za vrijeme Napoleonove vladavine u Istri, u jednom dokumentu iz 1810.g. navodi da je od sveg mesa, najskuplje bilo pršut i slanina (Šetić 1989: 54-141 prema Božac, *et. al*. 2014). U vrijeme austrougarske vladavine svinjogojstvo i proizvodnja mesa doživljavaju svoj procvat kada je 1857.g. u Istri evidentirano više od 25 000 svinja, a 1900.g. više od 32 000 svinja (Stulli 1984:118,161 prema Božac, *et. al*. 2014). Između ostalog se prema zapisnicima tijela regionalne vlasti može saznati da je u Istri došlo do uvođenja svinjske pasmine engleskog velikog jorkšira (Grupa autora 1995:28-29 prema Božac, *et. al*. 2014). S obzirom na ovu činjenicu potrebno je naglasiti da ne postoji domaća istarska autohtona pasmina svinja, jer se za proizvodnju istarskih pršuta struka i genetika brinu već više od sto pedeset godina (Šišović 2010: 6).

S obzirom na način proizvodnje istarskog pršuta čiji se tradicijski postupak očito zadržao, čak je i za drugu polovicu 19. stoljeća izgledao zastarjelim. Tako se u novinama na hrvatskom jeziku „Naša sloga" iz 16. siječnja 1874. na stranici 7, u rubrici „Neuku nauka" mogao pročitati savjet da je bolje mokro salamurenje od soljenja mesa prasca. Na taj su se način u

sjevernom dijelu austrougarskog carstva proizvodile šunke. Taj savjet nije prihvaćen jer nije zabilježena promjena u načinu pripremanja pršuta (Šišović 2010:6; Božac *et.al*. 2014:8).
U drugoj polovici 19. stoljeća, u kalendaru „Istran“ iz 1869.g. slovenski svećenik i preporoditelj, Franjo Ravnik spominje kako se meso volova, goveda, krava (koji inače služe kao radne životinje te za dobivanje sira i mlijeka) može pojesti jedino ako uginu. Gologoriški župnik podrijetlom iz Moravske, Ljudevit Žvaček 1893. piše u svojoj kronici da njegovi župljani jela pripremaju na jednostavan način na otvorenom ognjištu u loncima. Imućniji župljani imaju uzidana ognjišta, dok ostali imaju ognjište na tlu. Zapisuje da se najviše jede *jota* ili *maneštra*, kiseli kupus koji se kiseli u glavicama, krumpir koji se najčešće peče neoguljen u vrućem pepelu. Osim toga, jede se kukuruz koji se kuha, melje za kruh ili peče na žeravici. Bogatije stanovništvo najčešće jede svinjetinu, a za blagdane se kolje janjac ili ovan. Bogatije obitelji su primjerice za Uskrs ispekle purana, gostile se bijelim kruhom i zasladile *pincom* (Rimanić 2015:4).

3.7.2. U tradiciji na selu

U *korti*, dvorištu, čija veličina je ovisila o imovinskom stanju vlasnika, nalazila se *staja* (štala). Štala je mogla biti u ograđenom dvorišnom prostoru kod bogatijih vlasnika ili u samom prizemlju kuće kod siromašnijih vlasnika. Svinje su se držale u posebnoj štali, a također je poseban prostor bio i za krupnu stoku te poseban za koze. Naravno, to je ovisilo također o imovinskom stanju vlasnika. Bogatiji vlasnici kuća imali su u dvorištu i malenu kamenu kućicu – *lišjeru* u kojoj se nalazilo ognjište i dimnjak, a koje je služilo kao mjesto gdje se primjerice prala i iskuhavala roba, ali je postojao i poseban kotao u kojem se kuhalo prascima, koji je visio na *komoštrama*. Osim toga, taj prostor je služio i za sušenje svih mesnatih proizvoda od prasca, pa tako i pršuta. „Za vješanje svežnjeva klipova kukuruza, slanine, pancete i pršuta služili su, na grede učvršćeni, dijelovi manjega stabla potkresani tako da čine niz kuka, zvani *kjuka“* (Kocković 2005:426). Kada obitelj nije imala *lišjeru* prascima se kuhalo u kutu dvorišta koji je bio zaštićen od vjetra. „U današnje vrijeme preuređena i malo nadozidana *lišjera* postaje konoba ili mali apartman za turiste“ (Orlić 2011:136,137).

U tradiciji se pršut nije se jeo svaki dan. To je kad ti je neko došao jer butige nije bilo. Jer nisi mogo u butigu ići uzet sir, pršut, pancetu nego si ponudio ono ča si imao doma. I sad ako doma nisi imao kruh svježi, onda se ga na gradele, špaher stavio i imao si kruh kao da si ga prije po ure speko.
(Libero Sinković)

Pršut je bio isključivo za goste ili za težake koji su pomagali, primjerice kositi. Kada se klala svinja dolazili bi susjedi pomagati, a domaćin ih je dočekivao rakijicom i jabukom u znak dobrodošlice. Nakon klanja, za ručak se obavezno pripremala palenta s jetricama. Pršut se posluživao u vrijeme kada se kosilo ili kopalo ili kada bi došli gosti (posebice iz grada), i za velike fešte. Tada se feta pršuta ili špeha narezala te se i bez uporabe *konšerve* napravio *gulaš* (umak) *na bilo,* koji bi se jeo sa *posuticama*. Svaki se dio svinje dobro iskoristio tijekom cijele godine. Sve do slijedeće *prašćine*. Pršut se poklanjao i liječniku, učitelju odnosno prodavao da se plati porez (Sirotić *et.al.* 2012:135). U godišnjim običajima pršut se (uz jaja, *pincu,* luk) nosio na blagoslov na polnoćnu misu, a sve će se to onda doručkovati ujutro na Uskrs (Šišović 1998a:15).

Ne smijemo zaboraviti da se kost pršuta stavljala u *maneštre* kada je to bilo moguće te da se od jedne kosti moglo skuhati i do desetak *maneštri,* a toga se prisjećaju i najstarije kazivačice rođene između 1920-ih i 1930-ih godina kako nam prenosi etnologinja Ivona Orlić. Srednja generacija rođena između 1940-ih i 1970-ih g. pamti da se pršut prodavao: „...prodan pršut-kupin prašćića“. Ili se jeo u svečanim prilikama, kada bi došli gosti „Špalete smo držali za sebe, a pršute za kad ki dojde. Kad se kosilo, kad se želo, se pustilo ča boljega.“ Kazivači ove generacije bi pršut jeli često kod svojin *nona* i *nonića* na selu. I danas domaći pršut jedu za *fešte*. Najmlađa generacija kazivača rođenih između 1970-ih i 1990-ih godina jela je češće pršut, a naravno više u svečanim prilikama za rođendane ili fešte. Svečani objed počeo bi s pršutom kao predjelom, a neki naglašavaju da su ga nekada jeli više kada su im none držale svinje. Zanimljiva je konstatacija „A je bilo svega drugega, pak ne rabi pršut.“ Jedu ga za fešte (vjenčanja, krštenja, proslave) kada ga kupuju od seljaka te u konobama i restoranima gdje znaju da se reže „domaći“ pršut (Orlić 2013:186, 190,192,193).

Jačanjem turizma u Istri polovinom 20. stoljeća dolazi do zaokreta u u načinu proizvodnje pršuta.Već se od samih početaka pršut ističe kao jedan od simbola turističke

(i gastronomske) ponude Istre. Pa se tako može naći na stranicama mnogih turističkih vodiča, prospekata, monografija, ali i regionalnih kuharica i ostalih publikacija koje su bile namijenjene turistima. Upravo iz razloga da bi se mogao opskrbiti sve veći broj turista pršut 'izlazi' iz obiteljskog kruga proizvodnje i postaje predmetom organizirane proizvodnje za potrebe turističkog sektora.

Zbog toga nastaje i prvi proizvodni pogon istarskog pršuta „Pršutara Belaj“ koja djeluje od 1964.-1980. godine. Osim toga tvrtka „Mesopromet“ iz Pule izgradila je 1978. g. pršutanu u Galižani, kraj Pule i proizvela 1000, a već sljedeće godine 41 000 istarskih pršuta. Krajem 1990-tih, u vrijeme revitalizacije legalne proizvodnje pršuta, ugostiteljska sekcija Obrtničke komore Istarske županije donosi podatak da se u Istri, u ugostiteljskim objektima proda 50 000 komada pršuta godišnje (Božac *et.al*. 2014:8). U osamdesetak registriranih pršutana u Istri (2010. godine) i dalje se priprema pršut na isti, tradicijski način kao i do sada.

Pršut se može kušati ne samo u ugostiteljskim objektima (restoranima,seoskom turizmu), već i na festivalima poput Internacionalnog sajma pršuta u Tinjanu koji se održava svake godine, a sama općina Tinjan je proglašena „općinom istarskog pršuta“. Za suvremenu afirmaciju i legalizaciju istarskog pršuta uvelike je pridonio proces registracije kao autohtonog proizvoda s oznakom izvornosti (Šišović 2010:6).

3.7.3. Tradicionalna priprema istarskog pršuta

Krajem kalendarske godine vrijeme je tradicionalnih svinjokolja kako bi istarske obitelji priskrbile mesne zalogaje za sljedeću godinu. U tradiciji meso je bilo izuzetno cijenjeno i svaki dio svinje se dobro iskoristio tijekom godine. Najcjenjeniji dio svinje je svakako pršut napravljen na izvorni starinski način.

Istarski pršut je veći za razliku od pršuta u Hrvatskom primorju, slovenskom Krasu, u Dalmaciji i na otocima te u Hercegovini i Dalmatinskoj zagori. Istarski pršut se pravi od stražnjeg svinjskog buta koji pri klanju mora imati 180-220 kg, a sam pršut kada je suh teži oko sedam kg. Već u prvoj fazi se skida koža i on se tako suši. Karakteristika pršuta iz ranije nabrojanih područja jest da imaju kožu i da su puno manji (Šišović 1996a:16). Potrebno je istaknuti da postoji izuzetak – u priobalnom pojasu od Umaga do Savudrije but teži 180-220 kg, ali ima kožu. Bez obzira što ima kožu isto tako se naziva istarskim pršutom (Šišović 2000d:40).

Istarska klima pridonosi specifičnom okusu istarskog pršuta, a tome treba dodati iskustvo i tradiciju pripremanja koja se prenosi "s koljena na koljeno". No, iako postoji jedinstven pojam „istarski pršut" potrebno je naglasiti da se receptura pripremanja ipak razlikuje od sela do sela. Razlikuju se u redoslijedu utrljavana začina – soli, papra, začinskog bilja; razlikuju se u vremenskom trajanju ležanja pod „pezom" (drvenom prešom), dimljenja i sušenja.

Prema tradiciji, od svinjskog buta se pažljivo odstrani koža, višak masnoće, a neki znalci odkoštavaju but na zglobovima. Kada je cijeli prasac „razbekaren" počinje se s utrljavanjem soli i papra te slaganje u *kasune* (s tim da su pršuti na dnu, a ostalo meso koje se suši ide na vrh), kako bi se ocijedili. Teret, odnosno „peza" prema pojedinoj recepturi se stavlja odmah, a prema drugim recepturama malo kasnije.

Fotografija 34, pršut, preuzeto sa http://goo.gl/lK5t0g

Nakon određenog broja dana (koje je kod svakog proizvođača pršuta ili svakog sela različito) pršuti se objese i to prvo vrijeme u prostoriju gdje se mogu dimiti ako je vrijeme vlažno – to znači u neku prostoriju gdje se može naložiti vatra. Te su prostorije ponekad tavani ili *šufiti* pa se lože peći ili *štanjade*. Za sušenje mogu poslužiti prostorije koje imaju ognjišta ili *lišere, lušere* posebne dozidane prostorije napravljene isključivo radi sušenja svinjskog mesa. Tu

pršut ostaje nekoliko mjeseci, a nakon toga se prebacuje u najhladniju prostoriju – najčešće konobu (Šišović 1996a:16).

U Kujićima nakon *bekarenja* pršute natrljaju samo solju, oblože lovorovim (*javorovim*) listom i slože u *kasun* pod *pezu* (naslažu kamenje na njih). Nakon osam dana okreću pršute, koji se tada trebaju ponovno nasoliti i ostaviti još osam dana ostave pod teretom. Zatim se pršuti, natrljaju paprom i mjesec-dva ih stave na dim te na kraju objese na hladno i prozračno mjesto. U mjestu Vranja, pršuti se s ostalim mesom ostave par dana da odleže u *kasunu* kako bi se ocijedili, a zatim se doda sol, papar i zasebno stavljaju pod *pezu*. Nakon desetak dana se vade, ponovno se utrljava sol i papar i objese se na *šufit* gdje se suše, a po potrebi se mogu malo i *podimiti*. Na granici između Poreštine i Pazinštine, u mjestu Rapavelu, pršut se prvo do petnaestak dana stavlja *u sol*, odnosno u smjesu začina u koju idu papar, češnjak, lovor (*lavrika*) i ružmarin. Nakon što izađe *iz soli* se stavlja *pod pezu* i nakon toga se vješa *u lušijeru* kako bi se po potrebi *podimio*. Loži se *smrikva i klajsi od trukinje* (smreka i klasovi kukuruza). Karlo Tončić iz Zrenja kaže da se nakon *bekarenja* pršut posoli i stavlja pod *pezu* ali samo jedan dan. Nakon toga se utrlja papar i objesi da se suši. Pošto je Zrenj na višoj nadmorskoj visini, čak je česti slučaj da se ne moraju dimiti već cijeli proces 'obavlja' bura. No, ako je vlažno založi se hrastovina (*mijelići*). Na području općine Gračišće, u Merlatima, pršut se posoli, stavlja u *kasun* osam dana. Nakon toga se okreće, posoli i tek onda stavlja *peza* i tako stoje još osam dana. Nakon toga se pršuti stavljaju blizu ognjišta na sušenje. Na području Tinjanštine, u Srbinjaku, nasoljen pršut je pod *pezom* samo pet-šest dana ali se češće okreće. Nakon skidanja *peze* pršut se natrlja paprom koji je osim okusa bitan jer: „da ne dojde muha na njega“. Nakon toga se četiri-pet mjeseci dimi, a nakon toga suši. Zabilježeni su primjeri da se pršut ne stavlja u *kasun* nego se cijedi na stolu, *banku*, na koji se može staviti *peza*, kao npr. U Svetom Martinu kraj Buzeta. Obitelj Jurada u Podmerišću uopće ne stavlja pršut pod *pezu*. Razlikuje se i vrijeme kada se prema tradiciji pršut može jesti. Ono što je zajedničko svima je pravilo da se pršut ne načinje prije Uskrsa. Ima sela u kojima se pršut nosi na blagoslov za Uskrs, ali se jedu oni koji su manji, jer je uobičajeno da se ipak režu plećke. Većina stanovnika pršute počinje jesti negdje u lipnju ili srpnju, a opet postoje neki koji vjeruju da je pršut dobar tek nakon što je odstajao punih godinu dana (Šišović 1996a:16).

3.7.4. Postupak obrade pršuta u agroturizmima

Vlasnici turističkih seoskih gospodarstava ističu da pršute rade po recepturama kako su ih naučili njihovi roditelji i djedovi i bake. Najčešće kupuju mlade svinje koje onda tove do potrebne težine, a nakon toga slijedi klanje, obrada, sušenje i zrenje butova.[177]

> *Pršut treba da se ohladi (nakon obrade), nakon toga se soli. Ostane 2 dana u soli, pa se okrene, pa još dva dana. I onda se ga obisi da se procijedi, kad gre voda van iz njega. Kad je to gotovo se ga stavi pod pezu. Stavlja se težina i ostane tako 2-3 dana. Kad se ga uzme van se ga opapri i se ga obisi da se suši. Je bolje na buri, ako nema bure, onda se mora ložit da se ubija vlaga.* (Mario Tikel)

Nakon toga se dva do četiri mjeseca suši i nakon toga se stavlja u konobu na tamno i hladno mjesto da zrije. Zrenje traje ako je manji but pet do šest mjeseci, a ali je veći i do godine dana. Mnogobrojni kazivači rade pršute 'po starinski'. Na *šufitu* (tavanu) ostaje do godine dana ako je veći, a ako su manji gotovi su već u srpnju ili kolovozu. Bitno je zaštititi i prostor u kojem se pršuti nalaze u procesu zrenja kako bi se preveniralo izlijeganje muha, bez obzira na činjenicu da je pršut prekriven solju.

S obzirom na propise o preradi mesnih prerađevina, dio turističkih seoskih gospodarstava se potrudio legalizirati taj oblik proizvodnje pršuta i svinjskih prerađevina. Propisi za registraciju objekta za proizvodnju prehrambenih artikala životinjskog porijekla puno su liberalniji nego za otvaranje pršutane, ali su ograničeni u količini. To znači da vlasnici turističkih seoskih gospodarstava mogu obraditi i sušiti najviše 80 komada pršuta godišnje. Neka su se turistička seoska gospodarstva tome prilagodila ali neka nisu jer ih nitko na to strogo ne prisiljava. Inspekcije imaju različita tumačenja što treba, a što ne treba, odnosno što bi to bila domaća proizvodnja. Gospodarskoj inspekciji je dovoljno da se naglasi u jelovnicima da je pršut domaće proizvodnje. Veterinarska inspekcija traži od vlasnika da se svinje kolju u klaonicama te da se meso mora obraditi i sušiti u registriranom prostoru.
Ipak, neka turistička seoska gospodarstva su svjesno u prekršaju. Iako znaju za propise, rade pršut (i kobasice) 'po starinski' što znači da nemaju posebne prostorije u kojima se odvija prerada mesa i posebne prostorije u kojima se meso suši.

[177]S obzirom da je postupak pripreme domaćih pršuta već ranije detaljno opisan, ovdje se navodi postupak pripreme domaćih pršuta u turističkim sesokim gospodarstvima samo u kraćim crtama.

Ministarstvo poljoprivrede i veterinarska inspekcija znaju da mi delamo pršut po starinski ali je samo pitanje kada će doći direktiva iz ministarstva…. i provjeravati ga. Oni znaju da mi to delamo i pitanje do kada ćemo moći. U biti mi smo u prekršaju. (neimenovani kazivači)

Još je jedan problem ako turističko seosko gospodarstvo nije registrirano za obradu mesa. Kazivači naglašavaju da se ne može prikazati trošak proizvodnje pršuta, već samo dobit kada ga se proda gostu. Isto tako, moguće je nuditi pršut na svom jelovniku, a da se gospodarstvo ne bavi uzgojem svinja. Dopušteno je kupiti ga od drugog OPG-a, ali to gospodarstvo mora biti registrirano za obradu mesa. Vrlo je mali broj OPG-ova koji su registrirani za obradu mesa. Ona koja imaju i pršutane ne prodaju pršut drugim seoskim gospodarstvima jer nemaju dovoljno pršuta osim za svoje potrebe. Prema brojnim pravilnicima vlasnici turističkih seoskih gospodarstava bi morali imati registrirane pršutane, sirane, podrume za vino i slično kako bi prema pravilima mogli nuditi gostima svoje proizvode koje proizvode na svom gospodarstvu. Pršuti se pripremaju većinom od svinja koje nisu uzgojene u Istri (radi manjka farmi koje se bave uzgojem svinja). Vlasnici turističkih seoskih gospodarstava s pravom postavljaju pitanje kakav je to istarski pršut, ako su svinje Slavonske, pozivajući se na proces registracije istarskog pršuta koji se provodi od strane Odjela za poljoprivredu Istarske županije i koji se bazira na uporabi svinja uzgojenih u Slavoniji i Međimurju.

Kad se kolje doma, to je u garaži ili di češ. To za sebe doma, privatno. Za jednu dve svinje je ok. Ali za tijekom cijele godine koljemo nešto, kokoši, janjce, ... i zato treba prostor. Mast radiš na jednoj strani, kobasice na drugoj kad zakolješ svinju. Moraš imati mjesto na kojem ćeš staviti škart. Mi nismo napravili još, ali imamo u planu. Radi sebe je to bitno. Neki red mora postojati. Agroturizmi to moraju poštovat. (neimenovani kazivač)

Iako je to trošak za vlasnike, svjesni su da će svi morati napraviti posebne prostorije koje će služiti za obradu mesa. S obzirom na potražnju, vlasnici turističkih seoskih gospodarstava koji

imaju svoje pršute primorani su u drugoj polovici godine nabaviti pršute od drugih OPG-ova kako bi zadovoljili potražnju svojih gostiju.
Frustrirajuća je činjenica da bi turistička seoska gospodarstva trebali nuditi domaća, tradicijska jela. Ali niz je propisa koji jednostavno onemogućavaju pravilni plasman tih proizvoda.

> *Ako gledamo da delamo kobasice, mi ne bi smjeli delati kobasice, jer bi to trebalo biti mjesto za delati, za sušenje i soljenje pršuta bi trebali biti registrirani, za punjenje ulja i vina bi trebali biti registrirani. Za punjenje bezalkoholnih pića bi trebali biti registrirani, za branje gljiva, tartufa, trava, za pravljenje ulja,…to vas toliko opterećuje.* (neimenovani kazivač)

3.7.5. Prema izlazu iz 'ilegale'

Gastronomska ponuda Istre se ne može zamisliti bez istarskog pršuta. Zbog te delicije, a ujedno i autohtonog proizvoda mnogi su naši susjedi dolazili u Istru (iz inozemstva) samo na objed (Čamdžić 1996). Pršut se nudi u ugostiteljskim objektima, na turističkim seoskim gospodarstvima, ali on kao tržišna činjenica zapravo ne postoji (Šišović 1997a:1).

U županijskoj veterinarskoj inspekciji su još 1994. godine utvrdili da proizvodnja i prodaja pršuta nije zakonski izvedena. Što to znači? Prema zakonima, pršuti proizvedeni u domaćinstvu nisu se smjeli prodavati, a upravo se to sve više događalo na terenu. Stoga se zbog straha od toga što bi se moglo dogoditi ako se to nastavi bez ikakve zdravstvene kontrole (a najviše se taj strah odnosio na bolest trihineloze), pokrenula priča oko legalizacije proizvodnje i konzumacije istarske delicije (Šišović 1997b:10). Vidljivo je da je opasnost od trihinele iskorištena da bi se skrenula pozornost na pitanje legalizacije pršuta, odnosno legalizacije njegove proizvodnje (Šišović 1997a:1). S obzirom da je odlazak u registriranu klaonicu za proizvođača koji je najčešće imao dvije do tri svinje bilo u suprotnosti sa dosadašnjim običajima, takva praksa se nije prihvatila. Ugostitelji su se također 'snalazili' prilikom inspekcija, pa su sakrivali pršute ili su ih prodavali pod lažnim deklaracijama primjerice kraškog ili dalmatinskog pršuta (Šišović,

1997b:10). Jasno je da su najviše u ovom slučaju pogođeni istarski ugostitelji jer su prema podacima Obrtničke komore i Ureda za gospodarstvo 1997. godine zaradili 15 milijuna njemačkih maraka. Stoga ostaje otvoreno pitanje da li će ugostitelji s jelovnika 'skinuti' istarski pršut ili će riskirati kazne za prekršaj ilegalne kupovine pršuta od seljaka kojeg će prodavati u svojim objektima, a treća opcija je prodaja industrijskog pršuta ili pršuta iz Krasa ili Dalmacije pod nazivom istarski pršut (Šišović, 1997a:1).

Niz je veterinarsko-sanitarno-tržišno-financijskih problema čekao proizvođače istarskog pršuta na putu prema legalnoj prodaji, posebice u turističkom sektoru. S obzirom na običaje prilikom uzgoja, klanja, pripremanja i sušenja pršut se mogao raditi samo za kućnu potrošnju, jer bi u slučaju prodaje proizvođači bili u velikom prekršaju. S obzirom da je zakonska regulativa već postojala, njenom strožom primjenom proizvođači ali i ugostitelji su stavljeni u 'pat-poziciju' (Šišović 1996c). To naravno nije odgovaralo i nadležnima za promociju Istre kao zanimljive gastro-turističke destinacije, jer nisu mogli legalno (i u dovoljnom broju) nuditi ovu deliciju stranim gostima.

Iako je zakon već duže vremena bio na snazi,[178] ipak se proizvođačima gledalo kroz prste jer je jedini registrirani proizvođač istarskog pršuta bio Paolo Paoletić iz Zambratije na Bujštini, dok su svi ostali zapravo ilegalno proizvodili i nudili pršut za prodaju. Prema zakonu seljak je trebao svinje uzgajati na način kako to već čini (hraneći ih *cukama, arbetom, trukinjom* i ostalim plodovima sa svojih njiva). Kada je došlo vrijeme klanja to se moralo odvijati u registriranim klaonicama uz potvrdu o zdravstvenom stanju svinja (u suradnji s veterinarima). Mesar je morao izvršiti klanje i na kraju oblikovanje, „bekarenje“pršuta za što mora biti plaćen od strane seljaka. Nakon što je pregledan od strane veterinara, pršut odlazi na sušenje. Taj proces obrade, soljenja, i sušenja morao bi se odvijati u posebno za to namijenjenim prostorima kojih seljaci jednostavno nemaju. Do tada su seljaci sušili svoje pršute u *lišijerama* i na *šufitima*. Takvi prostori isto tako moraju biti registrirani, a to znači da moraju imati svu potrebnu dokumentaciju. Krute zakone moguće je ublažiti, ali je svima jasno da se svinje čije se butove želi obraditi kako bi se mogli prodati, ne mogu klati kod kuće. Ipak, svinje se na klanje mogu odvesti u tada šest registriranih klaonica u Istri. Svi oni koji žele kod kuće sušiti pršute (i ostale proizvode) moraju računati da njihove *lišere* moraju biti samostojeći objekti ili objekti s posebnim ulazom (Šišović 1996c:18).

[178] Još od 1989. godine zabranjeno je u javnu potrošnju plasirati meso bez kontrole (Čamdić 1996:12)

Prema statističkim podacima u Istri se polovinom 1990. -tih proizvelo oko 35 000 komada pršuta, u 1040 ugostiteljskih objekata godišnje se pojelo 20 000 pršuta, a prema odrednicama zakona skoro sav promet je zapravo ilegalan (Šišović 1996b:14).

Zanimljivo je da je rješavanje pitanja istarskog pršuta i političko pitanje. To je vidljivo iz izjave zamjenika pročelnika Odjela za poljoprivredu, šumarstvo, lovstvo, vodoprivredu i ribarstvo, Gracijana Prekalja, koji naglašava da je u interesu županije da se istarski pršut 'ozakoni' odnosno da se omogući proizvodnja pršuta u domaćinstvima uz minimalne tehničke uvijete koje će odrediti struka. Osim toga, to potvrđuju i prijedlozi drugih političkih stranaka, osim službenog IDS-a, kao npr. lokalnog HDZ-a kako bi se trebao uvesti blaži pravilnik za uzgoj i prodaju pršuta koji će omogućavati seljacima klanje u svojim domaćinstvima (Šišović 1997c:28). Krajem 1998. godine održan je okrugli stol na kojem je prvi puta javnosti predstavljen projekt „Istarski pršut u funkciji oživljavanja gospodarstva i konkurentnosti na tržištu Europske unije“ koji je nastao uz financijsku podršku IŽ i američkih banaka.

Nastao je na inicijativu Županijskog odjela za poljoprivredu, šumarstvo, lovstvo, ribolov i vodoprivredu Istarske županije. Voditelj ovog trogodišnjeg projekta bio je dr. Romano Božac, profesor na Agronomskom fakultetu u Zagrebu. Cilj projekta bio je standardiziran, jedinstven i zaštićen istarski pršut, a pri tome će se znanstveno definirati što je to istarski pršut kako bi se dobio na kraju jedan standardizirani postupak kod svakog istarskog proizvođača.

U prvoj godini projekta bilo je planirano „posoliti“ oko stotinu pršuta svinja pasmine švedski landras. Tijekom godina su se uspoređivali pršuti proizvedeni na različite tradicijske načine u obiteljskim gospodarstvima diljem Istre – odnosno oni kod kojih je ostavljena ili izvađena zdjelična kost. Ovisno o kvaliteti, odlučilo se koji će postupak ući u pravilnik o istarskom pršutu „i onda ćemo vas zamoliti da tako radite“, naglasio je krajem 1998. godine dr. Božac.

Dan je naputak da se promijeni i tradicijski način klanja načinom koji izaziva manje stresa za životinju, zbog kojeg je meso onda „blijedo, mekano i vodnjikavo“.

Preporuka je također bila da se višak soli otkloni namakanjem svinjskih butova u vodi (Šišović 1998b:10, Mirković 1998:9). Druge godine bilo je obrađeno 60 tovljenika različitih pasmina svinja, a treće godine 30 svinja pasmine švedski landras i yorkshire.

Svinje su se tovile i obrađivale na farmi „Agromeđimurja“ iz Čakovca, jer u Istri nema dovoljno proizvodnih kapaciteta, a sušenje, soljenje i zrenje se odvijalo u istarskim pršutanama obitelji Dujmović iz Kringe, obitelji

Buršić iz Vodnjana, Roce iz Sutivanca i obitelji Paoletić iz Frančeskije (Šišović 2000b:6, 2000c:17).

S obzirom da se Europskoj uniji može najbolje konkurirati putem turizma, odnosno da se pršut ponudi kao autohtoni istarski proizvod (što on svakako jest), potrebno ga je standardizirati po obradi, težini, tehnologiji proizvodnje i slanosti i takvog ga onda zaštititi zalaže se dr. Božac. On smatra da nestandardiziran pršut, različitog načina obrade, kvalitete nije konkurentan na tržištu (Šišović 1998b:10, Mirković 1998:9).

Teško je otkloniti sumnjičavost ljudi koji pršute rade otkad znaju za sebe, jer im se sada želi nametnuti da rade nešto drugačije nego su to radili njihovi očevi i djedovi. Tijekom godina bilo je teško priviknuti se na činjenicu da proizvodnja hrane koja je za tržište mora biti usklađena sa zakonskim propisima. Proteklih su godina državne službe uvjeravale ljude na terenu da sve važnije faze u procesu izrade pršuta moraju biti pod kontrolom nadležnih službi. Ostaje sada „uvjeravanje“ u tehnologiju proizvodnje gdje se tradicijski postupci, sada kombiniraju s onim ne tradicijskima. Isto tako traje i proces ujednačavanja postupaka, što nije u skladu s tradicijom jer je svaki „gospodar“ ili svako selo imalo neke svoje male tajne u procesu obrade pršuta koji se, bez obzira na te male razlike uvijek smatrao istarskim. Naglašeno je da standardizacija ne znači da je takav „industrijski“ pršut jedini pravi, jer je težište projekta na „opravdanim tradicijskim, a ne na „industrijskim“ postupcima u proizvodnji“. Važno je naglasiti da će se i dalje za svoju upotrebu moći proizvoditi pršut prema znanjima i vještini koja se prenosila s koljena na koljeno (Šišović 1999:17).

Treba podsjetiti da je prije desetak godina krenuo 'prosvjetiteljski' proces koji je bio usmjeren na istarske vinare i konzumente vina s ciljem da se poduče što je to vino u tržišnom smislu i kakvo treba biti za plasman u Europu i svijet. Uz velike otpore, istarski vinari su danas cijenjeni na svjetskim smotrama vina i na tržištu. Takav proces je u tijeku za istarski pršut (Šišović 2002c:18).

Iako su se u istarskim domaćinstvima uzgajale svinje još od davnih dana,[179] posljednjih godina uzgoj svinja se znatno smanjio pogotovo onih koji su uzgajali rasplodna grla i tovljenike. U velikoj većini slučajeva praščići su se kupovali na sajmovima i uzgajali još godinu dana kada su bili spremni za preradu. No, potaknuti županijskim poljoprivredno-razvojnim kreditima i pojavom prvih registriranih pršutana u Istri, javljaju se i prvi uzgajivači svinja (Šišović 2000a:18).

[179] Kao što je navedeno u dijelu o povijesti pršuta

Istarski pršut je 2002.g. registriran kao proizvod sa zemljopisnim podrijetlom u Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo. Za to priznanje kao teorijska osnova poslužio je elaborat kojeg je izradio dr. Božac. Prema elaboratu zapisana i registrirana definicija glasi: „Istarski pršut je trajni suhomesnati proizvod, obrađen na istarski način s ili bez zdjeličnih kosti, suho salamuren morskom soli i prirodnim začinima, sušen na zraku i bez dimljenja“ (Šišović 2002b:20,21). Pokušajmo objasniti pojedine segmente ove definicije. Obrada na „istarski način“ znači da istarski pršuti nemaju kožu, a „suho salamurenje“ znači da se koristi mješavina morske soli, papra i prirodnih začina: lovora, češnjaka i ružmarina. Prirodno salamurenje i zrenje u klimatskim uvjetima kakvi postoje u Istri traje 12-18 mjeseci. Koriste se pasmine yorkshire te švedski i njemački landrace i njihovi križanci koji se uzgajaju do 150 kg težine, a hrane se prirodnom hranom: repom, bundevama, žitaricama, krumpirom, kukuruzom, ječmom, ostacima voća i povrća te drugim biljem. Svaki je „gospodar“ imao svoju recepturu u vrsti soljenja i vremenu soljenja, a nakon brojnih eksperimenata, dr. Božac je došao do preporuke da bi se trebalo sedam dana cijediti nasoljene butove (uz okretanje između dva tjedna) i nakon toga sedam dana prešati. Nakon toga slijedi faza sušenja na zraku, bez dimljenja, a nakon toga pršuti se trebaju prenijeti u prostor za zrenje (Šišović 2002b:20,21).

Nakon registracije, Državni zavod za intelektualno vlasništvo počeo je izdavati certifikate proizvođačima čiji proizvod zadovoljava uvijete i njihovi pršuti na tržištu nose oznaku „istarski pršut“ (Šišović 2003a:8,9).

3.7.6. Put prema oznaci izvornosti na hrvatskom i europskom nivou

U veljači 2011. godine izdano je pravomoćno rješenje o registraciji oznake izvornosti za istarski pršut. Taj proces je trajao još od 1989. godine, a utrošeno je 1,8 milijuna kuna. Tako je prema standardima Europske unije istarski pršut postao prvi autohtoni poljoprivredno-prehrambeni proizvod iz Hrvatske zaštićen oznakom izvornosti. Taj je proces poslužio kao svojevrsni eksperiment za sve ostale namirnice koje su 'čekale' da se istarski pršut registrira s obzirom da se za ovaj postupak dokumentacija pomno pripremala i argumentirala. Osim toga, u samom procesu registracije došlo je do niza izmjena zakona i promjene državnih tijela koja su nadležna za ovaj proces postupaka zaštite. Na kraju je samu registraciju odgodila i žalba tvrtke Kras Istra d.o.o. iz Buja (sestrinska tvrtka slovenskog proizvođača suhomesnatih proizvoda Kras iz Sežane). Oni su se žalili da će se registracijom istarskog pršuta ugroziti prodaju njihovih pršuta

pod nazivom „istarski pršut“ na hrvatskom tržištu. Povjerenstvo za registraciju oznaka izvornosti i oznaka zemljopisnog podrijetla je odbacilo ovaj prigovor, a ustvrdili su da je slovenski „istarski pršut“ na hrvatskom tržištu nelegalno prisutan. Kako je Udruga proizvođača istarskog pršuta sa sjedištem u Pazinu (koju čini trinaest istarskih pršutara)[180] formalno pokrenula ovaj proces registracije primili su ovu oznaku. Što oznaka izvornosti zapravo znači? Pomoću te oznake garantira se praćenje svih aktivnosti prilikom proizvodnje istarskog pršuta od sirovina koje jede svinja do načina klanja i sušenja. Pratit će se hrana koja je korištena u ishrani svinja, uzgoj krmača, nadzirat će se proizvodnja odojaka, tov i uvjeti klanja, a na kraju i sami uvjeti prerade mesa. Samo oni pršuti za koje se utvrdi da su napravljeni prema svim pravilima moći će dobiti oznaku izvornosti koja će se utiskivati vrućim žigom na nogu pršuta. Takvi su pršuti proveli u pršutani najmanje godinu dana i oni se mogu nazivati „istarski pršut“ (Šišović 2011:3).

Od kada raste zanimanje za registriranu proizvodnju pršuta u Istri, sve je veći problem u nedostatku odgovarajućih svinja. Kod velikih proizvođača se svinje tove do težine od 120 kg, prema tržišnim standardima. Meso takvih svinja se može kupiti u mesnicama, a može poslužiti za pripremu tradicijskih proizvoda poput kulena u Slavoniji. No, ne i za istarski pršut. Prema tradiciji istarski pršut se radio od butova svinja teških od 180 do 220 kg. Takve svinje organizirano i masovno se ne proizvode u Istri. Da bi mogli proizvoditi istarski pršut, potrebno je onda posebno naručiti tov takvih svinja. Takav tov se ne odvija u Istri u smislu masovne proizvodnje, a pojedinci koji tove do te kilaže u svojim domaćinstvima imaju svinje različitog podrijetla, kilaže, pasmine i kvalitete ishrane. Stoga je Agencija za ruralni razvoj pokrenula eksperimentalni program uzgoja tzv. „teških svinja“ u suradnji s kaznionicom u Valturi (kraj Pule). Budući da kaznionica u Valturi već dugo ima najveći pogon za tov svinja u Istri (s kapacitetom od 100 svinja) za svinje koje su se uzgajale za državnog sustava kaznionica i ima provjerenu liniju pasmine svinja, kontrolirane uvjete podrijetla pasmine i prehrane svinja bili su više nego idealni partner za ovakvu vrst eksperimentalne proizvodnje za šire tržište.

U Valturi se svinje iz Slavonije od 80-100 kg toviti na 170-180 kg.

S obzirom na veličinu jedine klaonice za klanje „teških svinja“ u Istri, one u Pazinu, na žalost, nije moguće toviti svinje na veću težinu. Namirnice za tov svinja – *trukinja, cuke, arbeta*, ječam također se proizvode unutar kaznionice. Tijekom godine dana vidjet će se isplativost ovakvog

[180] Osnivačka skupština Udruge bila je 11.4.1997.g.

načina uzgoja „teških svinja“. Pokušava se iskoristiti sve meso svinje kako sušenjem i zrenjem tako pravljenjem kobasica i tako postići što višu cijenu takvih delikatesa (Šišović 2013:12-13) Krajem 2013. godine došlo je do dogovora između istarskih uzgajivača svinja i predstavnika Udruge proizvođača istarskog pršuta, kobasica, klaoničara pomognuti predstavnicima Odjela za poljoprivredu Istarske županije i Hrvatske poljoprivredne agencije. Dogovoreno je ekonomičnije uzgajanje svinja za potrebe proizvodnje istarskih autohtonih proizvoda od svinjskog mesa kao što su pršut i kobasice.

Time se na početku dogovorila isporuka 40 teških svinja, koje su utovljene do 200 kg istarskim pršutarima, a spremni su preuzeti i sve teške svinje tovljene na području Istre. U bliskoj budućnosti bit će postignut dogovor o uzgoju takvih svinja u većim količinama već s 2014. godinu. Najveći problem u procesu plasmana istarskog pršuta kao autohtonog proizvoda zaštićenog oznakom izvornosti jest upravo nedostatak svinja uzgojenih u Istri za potrebe proizvodnje pršuta.

Problem ima dvije strane: etičku – prema specifikaciji o zaštiti istarskog pršuta svinjski butovi se mogu nabavljati iz drugih hrvatskih županija i ekonomsku – iz godine u godinu slavonski i međimurski proizvođači svinja koji istarskim pršutarima isporučuju butove za istarske pršute povećavaju cijene, pa se pršutarima ne isplati povećavati proizvodnja pršuta. Iako je 2013. godine u 18 registriranih istarskih pršutana ukupni kapacitet za godišnju proizvodnju 35 000 komada godišnje, ne proizvodi se više od 10 000 komada. S druge strane, troši se 50 do 100 000 pršuta godišnje, što bi značilo da bi se trebalo zaklati 50 000 svinja godišnje, ali se za osobnu potrebu zakolje tek 15 000 svinja prema podacima istarskih veterinarskih stanica. S obzirom da je za veću proizvodnju potreban veći broj butova podjednakih karakteristika, jasno je vidljivo da je za sada nemoguća proizvodnja istarskih pršuta od „istarskih“ svinja.

Isto tako je nemoguće doći do podataka o tome koliko proizvođača u Istri proizvodi koliko i kakve svinje, a to se mora hitno promijeniti. Stoga je svim uzgajivačima svinja ponuđeno da uđu u organizirani i nadzirani sustav uzgoja svinja za proizvodnju zaštićenog istarskog pršuta, a ta proizvodnja počinje već od odojaka. Još je jedan problem priječio ovakve dogovore do sada, a to je pitanje što s ostatkom svinja nakon što se uzmu samo butovi.

Dogovoreno je da će pršutari preraditi i ostale dijelove u cijenjene tradicijske proizvode poput kobasica, *žlomprta* odnosno zarebnjaka, panceta, a slijedit će i *ucvirki*, odnosno čvarci.

Time bi se mogle dostići brojke kada je u zlatno doba istarskog turizma proizvodilo do 30 000 komada pršuta godišnje,

doduše od butova iz Slavonije i Vojvodine. Na ovaj način pokrenut će se jača proizvodnja svinja u Istri, ali poboljšati i cijela istarska poljoprivreda u cjelini (Šišović 2013:12-13).

Krajem srpnja 2014. godine postignut je sporazum između hrvatskog i slovenskog Ministarstva poljoprivrede o zajedničkoj zaštiti istarskog pršuta. Time je nestala prepreka da se istarski pršut zaštiti oznakom izvornosti i na razini Europske unije. Do prepreke je došlo kada se Slovenija žalila na hrvatski zahtjev za zaštitom ove delicije, pa je iz Brxellesa naloženo da se obje strane dogovore oko ove teme i razriješe spor. Slovenski prigovor je produljio termin završetka europske zaštite istarskog pršuta za gotovo godinu dana. Sada, nakon dogovora sa Slovencima otvaraju se vrata i za ostala pitanja oko zaštite istarskih autohtonih proizvoda koji imaju tu prekograničnu komponentu. Stoga je 12. rujna 2014. u Bruxelles upućen zajednički zahtjev Hrvatske i Slovenije o zaštiti istarskog pršuta oznakom izvornosti na razini Europske unije. Prije upućivanja zahtjeva bilo je potrebno uskladiti pojedine formulacije u novu verziju specifikacije o istarskom pršutu po nalogu briselske administracije. Glavni dio koji se odnosi na tehnologiju i način proizvodnje ostao je neizmijenjen. I dalje je ostao „trajni suhomesnati proizvod od svinjskog buta bez nožice, kože i potkožnog masnog tkiva sa zdjeličnim kostima, suho salamuren morskom soli i začinima, sušen na zraku i bez dimljenja, podvrgnut procesima sušenja i zrenja koji traju najmanje godinu dana.“ (Šišović 2014:7 prema Božac *et.al* 2014:1). Time je potvrđeno da se istarski pršut proizvodi na isti način u hrvatskom i slovenskom dijelu Istre. Treba naglasiti da se nije niti u jednom trenutku pokušavalo dovesti u vezu istarski i kraški pršut, što su izvještavale brojni hrvatski mediji. Osnovna je razlika u tome da je istarski pršut uvijek bio bez, a kraški uvijek s kožom te da je kraški pršut već odavno zaštićen u Europskoj uniji. Osnova slovenskog prigovora bila je u tome da se Hrvatskoj osporava ekskluzivitet proizvodnje istarskog pršuta, što je jasno i opravdano jer se istarski pršut proizvodi jednako i na hrvatskom i slovenskom dijelu Istre. Stoga je naziv „istarski pršut“ postao dvojezičan pa se u dokumentima navodi kao: „istarski/istrski pršut“. Ostale važne izmjene bile su vezane uz proširenje područja proizvodnje istarskog pršuta na slovenski dio Istre i proširenje područja proizvodnja svinja, kao sirovine za pršute. Iako je ponuda istarskog pršuta još uvijek znatno manja od potražnje, proizvođači se nadaju da će ova jedinstvena oznaka, kada bude odobrena

pomoći povećanju proizvodnje istarskog pršuta (Šišović 2014:6-7). Krajem 2015. godine istarski/istrski pršut konačno je dobio europsku oznaku izvornosti.[181]

Kakva je situacija 2016. godine vezano uz proizvodnju certificiranog i 'običnog' domaćeg pršuta? Od domaćih uzgajivača svinja otkupljuje se tek dvadesetak svinja godišnje. Osim butova i *žlomprta,* ostalo se meso preradi u kobasice. Veće količine svinja nema, a one koje se uzgajaju su neujednačenog podrijetla što rezultira različitom mramoriranošću (prošaranosti mesa masnim tkivom) i različitim oblikom. Kada bi se uzgajale veće količine svinja ujednačenih karakteristika u Istri, mišljenja je pršutar Paolo Jelenić, pršutari bi otkupljivali takve svinje i to bi bilo povoljnije nego otkup butova iz Slavonije, kako se još uvijek radi. Certificirani butovi s oznakom izvornosti dolaze iz kontrolirane proizvodnje iz Belja, a butovi koji nisu certificirani dolaze iz Slavonije i Karlobaga. Takvi će butovi postati „obični“ pršuti koji su za četvrtinu jeftiniji od certificiranih odnosno pršuta s oznakom izvornosti. Otkako se pršutana uključila u sustav zaštite, proizvode dva brenda pršuta – jedan je ovaj zaštićeni istarski pršut, a drugi nosi naziv po pršutarni (pršut Jelenić) iako se oba pršuta proizvode na identičan način. Razlika je, naravno u kontroliranoj proizvodnji do same pršutane.

Certificirani pršuti označeni su limenim pločicama sa serijskim brojem putem koje se prati sljedivost u proizvodnji. Na kraju zrenja, nakon potrebnih kontrola dobiva suhi žig koji se stavlja samo na zaštićene istarske pršute i onda smije na tržište. Na tržište 2017. će iz ove pršutarne izaći pršuti koji će uz to imati i europsku oznaku izvornosti.

Omjer domaćih i certificiranih pršuta u pršutani Jelinić svakako ide u prilog domaćem pršutu.Jelenić i vlasnici ga neće mijenjati dok se marketinškim aktivnostima ne pojača plasman certificiranog pršuta na tržište (Šišović 2016:6,7).

3.7.7. Proces obaštinjenja lokalnog proizvoda

Legalizaciju proizvodnje istarskog pršuta te certifikaciju na razini Europske unije potrebno je promatrati u okviru procesa obaštinjenja lokalnog proizvoda. Postavlja se pitanje što je to lokalni proizvod? Jedna od mogućih podjela jest i ona koju donose Gunnae VittersØ i Virginie Amilien (2011) pa razlikuju: Domaće/lokalne prehrambene proizvode (*local food*

[181]Osim pršuta 2015. g. europsku oznaku izvornosti nose „neretvanska mandarina, ekstra djevičansko maslinovo ulje Cres, ogulinski kiseli kupus. Proizvodi koji su u zaštićeni nacionalnom oznakom izvornosti, a u postupku su zaštite europskom oznakom izvornosti su: istarsko ekstra djevičansko maslinovo ulje, korčulansko maslinovo ulje, krčko maslinovo ulje, šoltansko maslinovo ulje, paška janjetina i varaždinsko zelje“ (Šišović, 2015:3)

products) koji se odnose na proizvode koji se uzgajaju i konzumiraju na istom području, gdje je jaka veza između proizvođača i kupaca. Regionalne prehrambene proizvode (*localised food products*). To su proizvodi iz određenog geografskog područja koji imaju jake prostorne i kulturološke korijene. Za razliku od domaće/lokalne hrane ovi proizvodi imaju dodatne vrijednosti kao što su „kultura“ i „tradicija“.

Domaća/lokalna i regionalna hrana je povezana s poljoprivrednom politikom, turizmom i kulturnim identitetom (2011:3).

Antropologinja Cristina Grasseni kao glavnu hipotezu svog rada navodi činjenicu da se u krugovima obaštinjenja (*heritagization*) otkriva i ponovno otkriva hrana: u oba slučaja kao način lokalnog razvitka i kao nositelj kolektivnih teritorijalnih identiteta. Ipak, ovakav proces zahtjeva jednu dozu standardizacije hrane i onoga što se predstavlja javnosti. Primjerice, kada se promovira hrana kao dio lokalne kulture, može se dogoditi da se prostor gdje se uzgaja i priprema spomenuta hrana reklamira kao stereotipna slika ruralnog područja kako bi se privuklo što više turista (Grasseni 2011:2). Što se tiče standardizacije tipičnog proizvoda i njegove glokalne[182] dimenzije, autorica naglašava da je termin 'tipičan proizvod' zapravo oksimoron. To je rezultat dva posebna kontradiktorna procesa: 1. Tržište zahtjeva proizvode koji su certificiranog porijekla, proizvedeni u okolici gdje se prodaju (*zero-mileage*). Ta je pojava rezultat želje potrošača za što boljom kvalitetom proizvoda i u suprotnosti sa standardizacijom i masovnom proizvodnjom; 2. Širenjem priznanja lokalnim proizvodima dovodi do njihovog ponovnog otkrivanja i oni postaju globalni fenomen. Standardizacija hrane, prema autorici se ne osjeća samo u ekonomskim uvjetima nego i u simboličkim i kulturalnim. Drugim riječima, ne odnosi se proces standardizacije samo na regulaciju i propise, već povećava uniformnost, homogenost proizvoda, a smanjuje raznovrsnost (Grasseni 2011:2,3).

Autorica tvrdi da su trenutne strategije revalorizacije hrane kao djela nematerijalne kulture alpskog područja katalizator velikih promjena u vezama i načinu života, posebno sa stajališta standardizacije raznolikosti te konstrukcije identiteta i granica (ibid 3).

Dva su teoretska modela putem kojim možemo okarakterizirati vrijeme globalnog nasljeđa, kako ga naziva autorica. Prvi je onaj u kojemu spominje strukture zajedničkih razlika

[182] Glokalizacija je process u kojem dolazi do modifikacije globalnih utjecaja u lokalnim kontekstima. Naziv je nastao kombinacijom naziva globalno i lokalno, a odnosi se na činjenicu međusobnog utjecaja te otpor lokalnog prema uniformiranosti globalnog. Naziv glokalno popularizirao je britanski sociolog R. Robertson devedesetih godina 20. stoljeća, a kasnije ga je doradio Z. Bauman. (http://struna.ihjj.hr/naziv/glokalizacija/24667/)

(*sturctures of common difference*), prema prijedlogu Richarda Wilka (1995). U konkretnom primjeru proizvodnje i konzumacije hrane globalne strukture zajedničkih razlika promoviraju različitost i raznolikost, ali samo kod određenih vrsta. Takvu vrstu transformacija, autorica naziva „kalibriranje“ (Grasseni 2007). To se odnosi na sitne promjene u procesu standardizacije kao što su promjena nekih rutina, postupaka, prostora u kojima se odvija proces prerade. Na taj način dolazi do formalizacije procesa prerade, uvođenja strožih normi kako bi se mogla pribaviti potvrda EU institucija. Uvode se inovacije u proces prerade koje su u svrhu održavanja higijene, HACCP, a promijene se očituju i u odabiru sirovog materijala za preradu. Takve se prakse inkorporiraju u lokalnu proizvodnju i na taj način tipični proizvod određenog područja proizveden je na više ili manje standardizirajući način. Autorica piše o ovom konceptu na primjeru proizvodnje alpskog sira u Italiji (Grasseni 2011:4,5). Ovi procesi prisutni su i kod proizvodnje pršuta. Čak i kad se pršut proizvodi prema recepturi i postupcima koji su se prenosili s generacije na generaciju[183] određeni postupci su već standardizirani, odnosno promijenjeni od vremena kada se meso pripremalo i prerađivalo na 'starinski' način, u *lišjerama,* a to znači u prostorima koji nisu adekvatni prema današnjim higijenskim standardima. Veći stupanj standardizacije vidljiv je u procesu prerade mesa za EU tržište kada se mora pratiti kakvoća sirovine od tova, preko klanja, pa sve do prerade i sušenja. Osim toga, vidljive su, kako to Grasseni naziva, „kalibracije“, odnosno primjene propisa brojnih pravilnika i zakona prilikom pripremanja tradicijskih obroka u turističkim seoskim gospodarstvima, gdje je propisan izgled kuhinje[184] radi higijene te prilikom određivanja količine namirnica koje idu u pojedino jelo.[185] Rezultat ovakvih postupaka može biti gubitak lokalnog znanja pripreme hrane ili procesa proizvodnje ali i povećana ovisnost regionalnih ekonomija o svjetskom tržištu (primjerice kod pršuta pripremljenog za EU).

Kao što je prije navedeno, Wilk govori o tome da se pojedine različitosti lokalnog proizvoda potiču i ističu, dok se duge zanemaruju (Wilk 1995:118 prema Grasseni 2011:5). To se može potkrijepiti i primjerom s terena u Istri gdje se u procesu pripreme pršuta s oznakom porijekla na EU razini inzistiralo na korištenju određene vrste svinja kako bi pršuti bili podjednake težine i time se ističe standardizirani, homogeni izgled proizvoda koji se plasira na EU tržište.

Stoga se išlo u proces uzgoja određenih vrsta svinja. Do sada su seljaci u Istri koristili nekoliko vrsta svinja, pa su pršuti bili različite veličine. Ta činjenica, ali i postupci u procesu

[183]Što posebno ističu moji sugovornici, vlasnici turističkih seoskih gospodarstava
[184]Opet po HACCP-u
[185]To se odnosi na propisanu količinu mesa, krumpira i ostalih namirnica po osobi

prerade butova koji su slični, ali opet različiti od obitelji do obitelji stvarali su bogatstvo različitosti istarskog pršuta i riznicu znanja i vještina pripreme istih.

Drugi teoretski model kojeg navodi Grasseni jest globalna hijerarhija vrijednosti (*global hierarchy of value*). Donosi ga etnolog Michael Herzfield u svom radu o transformaciji i kraju obrtničkim (majstorskim) oblicima znanja (2004). Kako bi objasnio hegemonsko prožimanje globalne hijerarhije vrijednosti Herzfield kaže da upravo nejasnoća tvori moć koja se očituje u zahtjevima za transparentnošću i odgovornošću (Herzfield 2004:3 prema Grasseni 2001:6). Herzfield objašnjava ovaj model kao pojačano hegemonizirajući jezik kulture i etike koji je sveprisutan ali nije jasno definiran (Herzfield 2004:2-3 prema Grasseni 2001:6). Grasseni smatra da je najzanimljivija karakteristika sistema globalnog naslijeđa mijenjanje procesa proizvodnje obrtničkih proizvoda. Drugim riječima, ono što je posebno, postaje homogeno (ibid). Grasseni taj proces promatra kao „kontrolu kultura“ (*audit cultures*). Fenomen kontrole kultura odnosi se na obrtničke proizvode, poput alpskog sira, prilikom čije izrade dolazi do procesa uopćavanja nečega što je posebno. Herzfield to opisuje kao proces u kojemu raznolikost postaje roba (proizvod), a ono što je lokalno (domaće) je podložno standardima. Kako bi tradicija postala priznata, mora se 'prevesti' u neki oblik baštine, čak i ako je nematerijalna i raspršena (Grasseni 2011:7). Na što se to konkretno odnosi? Autorica to pokazuje na primjeru mnogobrojnih ispitivanja kontrole alpskog mlijeka, a u slučaju pršuta to su brojni pravilnici i kontrola mesa nakon klanja, te kasnije u procesu pripreme i sušenja pršuta u za to posebno izgrađenim pršutarnicama gdje je kontrola vlage i ostalih uvjeta na svakodnevnoj bazi.[186] Isto tako se navedeno odnosi na pravila HACCP-a kojih se moraju strogo pridržavati svi vlasnici turističkih seoskih gospodarstava u procesu pripreme jela za turiste. Kako bi se certificiralo povijesno i geografsko porijeklo određenog proizvoda da bi se dobio naziv zaštićenog geografskog porijekla, udruženje proizvođača mora naručiti arhivske studije i ustanoviti povijesne granice svoje autentične proizvodnje. Stvaranje granica i zahtjev za specifičan identitet proizvoda ključni su elementi i društvenom stvaranju hrane kao baštine. Često su takve granice bile porozne i promjenjive (Grasseni 2011:9). U identičnoj situaciji našli su se članovi udruženja pršutara kada su krenuli u proces dobivanja oznake podrijetla.

U samom procesu kada su se utvrdile granice, proizvođači pršuta u slovenskoj Istri žalili su se na ime 'istarski pršut' jer po svojstvima obuhvaća i pršut na slovenskoj strani granice. Nakon

[186]To se odnosi na registrirane pršutarnice, ali ne i one u kojima većina ljudi koji rade pršute u Istri koristi

dužih pregovora istarski/istrski pršut je bilo prihvatljivo ime za obje strane i kao takav je dobio oznaku porijekla i kvalitete od EU institucija.

> *Neki gosti i sami rade tradicionalne istarske stvari doma – dolaze da probaju i promijene. „Neke tradicionalne stvari koje su se nekada radile, rade se još samo kod nas – Slovenija i Italija – zakoni su različiti (svi pršuti su po istoj mjeri, a kod nas svako domaćinstvo ima neke odlike – soljenje, konzerviranje mesa).“* (Kocković Zaborski 2017:136)

Utjecaj medija povlači za sobom samofolklorizaciju i prihvaćanje predstavljenog identiteta autentičnog seljaka, naglašava Grasseni.[187] Prilikom predstavljanja regionalne ili lokalne kuhinje Istre na brojnim festivalima hrane sudionici koji predstavljaju svoje specijalitete (ipak) nisu potpuno involvirani u 'izvođenje kulture', nego se to 'predstavljanje' događa jednom godišnje. Svoja znanja o pripremanju tradicijskih recepata još uvijek prakticiraju svakodnevno u svojim turističkim seoskim gospodarstvima i kod kuće, unutar svojih obitelji. Autorica zaključuje da proces obaštinjenja (*heritagization*) zahtjeva određenu dozu standardizacije hrane ali i njenog javnog prikaza. Određena transformacija proizvodnje, percepcije, prikaza i konzumacije alpskog sira je nametnuta u njenom ponovnom otkrivanju kao kulturne baštine (ibid 11). Situacija kod proizvodnje pršuta je slična. Zbog toga što pršut postaje dio gastronomske baštine Istre, potrebno je ujednačiti proces proizvodnje i finalni proizvod kako bi se mogao ponuditi na domaćem i europskom tržištu. Prilikom ujednačavanja procesa proizvodnje dolazi do pojednostavljenja ili gubitka određenih dijelova procesa kako bi proizvod (u ovom slučaju pršut) bio prihvatljiv prema europskim standardima. Autorica ističe da baštinsku vrijednost hrane moramo promatrati kao dio političkih pregovora koje za posljedicu imaju implicitnu ideju klasifikacije i kvalitete (ibid 12). Stoga, dolazi do gubitka određenih znanja koja nisu potrebna u 'novom' procesu pripreme pršuta koji zadovoljava higijenske standarde koje je nametnula EU legislativa. To je više vidljivo u procesu proizvodnje pršuta za

[187] Te procese kritizira antropologinja Lois Stanford. Osim neslaganja između manjka dosljedne nacionalne politike u obrani bioraznolikosti i ponovnog aktiviranja regionalnih gastronomskih identiteta za turiste, ovdje leži još jedan paradoks. Žene u Meksiku su pozvane da prezentiraju svoje kuharsko umijeće na festivalima i turističkim događanjima obučene u tradicijsku odjeću. Odlazeći na takve sajmove i događaje nisu u mogućnosti prikupljati namirnice za svoja jela ili ih uzgajati u svojim vrtovima. Putujući i 'izvodeći svoju kulturu' dolazi do procesa gubitka znanja. Jer, prema autorici, tradicionalni recept ima značenje ukoliko je dio 'lanca' proizvodnje, što uključuje prakse i značenje prikupljanja i uzgajanja koji nisu sačuvani u izdvojenim predstavljanjima kulturnih elemenata (Stanford 2006 prema Grasseni 2011:11).

EU tržište (s oznakom izvornosti) nego kod pršuta koji se proizvode za konzumaciju na obiteljskim seoskim gospodarstvima. No, potrebno je istaknuti da je i u tim slučajevima prisutna standardizacija i gubitak pojedinih etapa procesa koje su bile prisutne u tradicijskom načinu proizvodnje.

3.7.8. Pršut na jelovnicima turističkih seoskih gospodarstava

Činjenica je da je pršut posluživao samo gostima, težacima koji su dolazili pomagati na zemlji ili za specijalne prigode, a danas je na jelovnicima u turističkim seoskim gospodarstvima. U ponudi je za doručak. Tada gosti mogu birati između primjerice domaćih marmelada, putra ili narezaka u koje spadaju panceta, pršut i sir. Pošto je najveći broj gostiju upravo onih koji jedu ručak na gospodarstvu, pršut je (zajedno najčešće s domaćim sirom) na jelovniku i kao hladno predjelo. Ostaci pršuta se često pripremaju na *šugo* i poslužuju s *paštom*, a kost se koristi prilikom kuhanja *maneštre*. Vidljivo jest da je pršut od jela koje se rijetko konzumiralo postao jelo koje se svakodnevno konzumira. Promijenila se i količina pršuta koja se konzumira.

> *Nekad si s jednom fetom si poji po štruce kruha. Sada s jednom fetom kruha pojiš po kile pršuta.* (Libero Sinković)

Osim navika koliko se pojede pršuta, razlika je i u okusu. Kazivači ističu da se može razlikovati industrijski i domaći pršut po okusu. Prema njihovom mišljenju, industrijski je bez okusa, prazan je za razliku od domaćeg pršuta.

> *Najbolji pršut je nekad bio za i mene još i dan danas je mramorizirani. Onaj koji ima bijeloga i crvenoga. Danas kad vi režete fetu pršuta, puno gostiju kada to vide, poslije nađete to bijelo na pjatu. A nekad je to bijelo bilo glavno, sada vidite di smo došli. E, sad, zašto je to tako? Zašto to nije dobro, nije ukusno ili šteti zdravlju, zašto neko misli da je bolje izbjegavati? Nisam ja taj koji to zna. Ali promijenilo se skroz.* (Libero Sinković)

> *Razlika između industrijskog i domaćeg pršute je naravno i u cijeni. Domaći pršut ima znatnije višu cijenu od onog industrijskog.* (Libero Sinković)

Fotografija 35, pršut, preuzeto sa http://goo.gl/lK5t0g

Istarski pršut (uz tartufe, ulje i vino), odnosno općenito gastronomska ponuda Istre je ono što, po mišljenju kazivača srednje i mlađe generacije s kojima je etnologinja Ivona Orlić razgovarala, karakterizira Istru. Zanimljivo je i njihovo mišljenje o tome što nudimo turistima pod pretpostavkom da konzumiraju nešto autentično. Oni ističu da su to pršut i tartufi. Kazivači su sigurni u „domaći“ pršut jer su sami hranili prasca s domaćom hranom. S druge strane za pršut koji nije domaći, kupac nikada ne može biti siguran da je postupak uzgoja i obrade bio u skladu s tradicijom. „Znaš da je kad ga ti doma učiniš, a ko ga kupiš, ča ti znaš iz kud je doša taj pršut. Moga je biti kupljen anke u Trstu.“ Mlađi kazivači pršut spominju isključivo u kontekstu autohtonosti, a oni iz srednje generacije se pak pitaju nije li to što nudimo turistima jedna velika zabluda. I sama autorica se pita koju razinu autentičnosti i čiju to autentičnost treba prezentirati turistima. Smatra da je masovnost (ovdje u kontekstu broja turista koji konzumiraju pršut) u kontradikciji s autentičnim doživljajem određenih pojava.

Konkretnije, propituje kvalitetu ili još bolje, okus pršuta koji su danas standardizirani i proizvedeni u pršutanama uspoređujući ga s onim okusom pršuta iz (njenog) djetinjstva (Orlić 2013:196,197).

„Istra je, u Hrvatskoj postala gastro-lider.“ (Lukež 2014:18). Neke od najpopularnijih istarskih namirnica su tartufi, šparoge, list, boškarin, maslinovo ulje i pršut se, između ostaloga, populariziraju na mnogobrojnim turističkim feštama koje se organiziraju diljem Istre. Stoga se na takvim manifestacijama ne bi trebalo organizirati natjecanja u brzoj

konzumaciji ili pripremanju takvih namirnica. Prema tradiciji se treba odnositi s poštovanjem, naglašava gastronomski kritičar Franko Lukež. Istarski pršut se treba rezati nožem, „nježno, pomno i s ljubavlju, kao što su ga nekad rezale naše none, tete ili barbi; da fete posložimo na daski ili pjatu, a ne na metalnom ovalu; da ga jedemo prstima a ne nožem i vilicom; da svaku fetu najprije pogledamo, pomirišemo i tek onda stavimo u usta… Istarski pršut: tradicija, starinsko, delikatnost i elegancija u isto vrijeme.“ (Lukež 2014:18).

3.7.9. Zaključak

Iz navedenog jasno je da se u turističkim seoskim gospodarstvima gostima nudi domaći pršut koji je proizveden upravo na turističkom seoskom gospodarstvu na kojem se nalaze ili je kupljen od drugog OPG-a koji je registriran za proizvodnju mesa. Iako su propisi jasni o tome da mora postojati poseban prostor za obradu i sušenje mesa, vrlo je malo turističkih seoskih gospodarstava koje poštuje te propise. Neki su u procesu dozidavanja ili prenamijene u takve prostore, drugi čekaju dok inspekcije ne počnu strože kontrolirati da li se provodi ta odredba.
Jedno je sigurno, u turističkim seoskim gospodarstvima se ne nudi prije spomenuti certificirani istarski pršut jer je izuzetno skup i očito namijenjen za bogatije kupce. Sam proces uzgoja svinja koji se odvija u Slavoniji i Međimurju, vlasnike turističkih seoskih gospodarstava dovodi do sumnje, pa se pitaju je li to zapravo istarski pršut, s obzirom da se proces uzgoja ne odvija u Istri na domaćoj prehrani. Zatim, standardizacija u procesu obrade i sušenja pršuta dovodi u sumnju koju izražavaju kazivači u okus takvog pršuta. Kazivači pripremaju pršute prema tradicijskim receptima koji su u obiteljima prenošeni iz generacije na generaciju i vjeruju isključivo takvom načinu pripreme kako bi se proizveo pršut koji ima identičan ili barem sličan okus onome kakvog se sjećaju iz djetinjstva. Iako nevoljko prihvaćaju promjene, ipak se prihvatio popis kontrole svinja prije i nakon klanja radi sprečavanja raznih bolesti. Isto tako, navode da će se prilagoditi i novim propisima gradeći ili prenamjenjujući prostore za preradu i sušenje mesa. Taj proces je spor, ali ipak se događa.
Mlađe generacije vlasnika turističkih seoskih gospodarstava svjesnije su pozitivnih učinaka takvog načina pripreme pršuta, pa i ranije kreću s inovacijama i prihvaćanjem propisa. Starije generacije vlasnika nisu tome sklone, ali prihvaćaju propise i u većini slučajeva rukovode se njima u radu svog turističkog seoskog gospodarstva. Ostavljaju ipak po strani nebrojene

pravilnike i naputke o raznim dozvolama za koje smatraju da su nepotrebne u 'šumi' propisa koji se neprestano mijenjaju i koji su im nametnuti od strane lokalnih ili državnih vlasti.
Kako bi se mogao plasirati na Europsko tržište teži se na standardizaciji proizvodnje pršuta, a to znači ujednačavanju procesa proizvodnje koji je uvijek bio različit kod svakog domaćina kuće u kojoj se pripremao pršut. Upravo je ta raznolikost u 'malim tajnama' pripreme domaćeg pršuta bila pokazatelj bogate tradicije ovog kraja.[188] No, još uvijek se u privatnosti svog doma, za sebe ili za prijatelje pršuti pripremaju na gotovo identičan način kao i polovicom 20. stoljeća.

U sljedećem poglavlju bit će riječi o istarskom tradicijskom jelu/piću – *supi*. Propitivat će se navodna starost ove delicije te pokazati kontekst u kojem se konzumacija i značenje ovog jela/pića mijenjalo od polovine 20. stoljeća pa sve do danas. Na kraju će se pokazati na koji način se *supa* poslužuje u turističkim seoskim gospodarstvima te kako se konzumacija prilagodila današnjem vremenu.

[188] Standardizacija i modernizacija procesa nije karakteristična samo za proizvodnju pršuta, već i za proizvodnju vina i ulja jer tržište na koje se plasiraju ti proizvodi (EU) zahtjeva to od proizvođača.

3.8.ISTARSKA *SUPA* KAO DIO TRADICIJSKE PREHRANE

Nekoliko elemenata je potrebno analizirati prije same *supe*. Budući da je to piće koje se u tradiciji, ali i danas, pije iz *bukalete* uz ognjište, potrebno je analizirati značenja posude iz koje se pije *supa* – *bukaletu* i mjesta na kojem se pije *supa* – ognjište.

3.8.1. Ognjište

Od mjesta za pripremanje hrane, kuhinja je u zadnjih dvadesetak godina postala životni prostor gdje se sve više zadržava obitelj i provodi zajedničko vrijeme. Iz tog razloga kuhinja je danas najčešće spojena s blagovaonom i s dnevnim boravkom čineći jedan veliki zajednički prostor u kojem je omogućena nesmetana komunikacija onih koji kuhaju i onih koji se odmaraju. Možemo reći, prema izgledu današnjih kuhinja, da su ponovno ušle u 'prvi plan' odnosno da su ponovno dobile na važnosti nakon dugog perioda skrivanja, kada su kuhinje bile gotovo nedostupne za goste. Na taj način se željelo prikriti „...'nered' svakodnevnih kuhinjskih poslova“ (Kocković Zaborski 2015:6).

Kuhinja je, kao što je vidljivo danas, ali i u tradiciji, bila središte kuće. Tu se obitelj okupljala oko otvorenog ognjišta koje je služilo za pripremu obroka, ali i kao jedino mjesto u kući gdje se grijalo (ibid 7). Krajem 19. stoljeća u gradskim kućama u Rovinju bilo više ognjišta unutar jedne kuće. To je značilo da je bilo nekoliko obitelji koje su zajedno živjele u jednoj kući. Tako bi se kada se nevjesta uselila u novi dom unutar kuće radilo i novo ognjište. Izvana se takav raspored mogao dobro uočiti jer je jedna kuća imala po nekoliko dimnjaka (ibid 8). Zbog svoje važnosti u svakodnevnom životu ukućana ognjište s pravom možemo nazvati simbolom kuće i obitelji (ibid 7).

Ognjište se nalazilo se uglavnom uz vanjski zid, oko 20 cm izdignuto, a obrubljeno tesanim kamenom ili drvenim gredicama. U seoskim kućama je ognjište bilo od nabijene zemlje, uz rub pokriveno kamenim pločama. U sredini ognjišta, na mjestu gdje se kuhalo bilo je izrađeno od ciglastih pločica, *tavela* ili *pirkota*. Za razliku od skromnih seoskih ognjišta, u gradska ognjišta bila su viša. *Napom*, krovićem iznad ognjišta, dim se usmjeravao prema dimnjaku što je olakšavalo boravak ukućanima u prostoru gdje nije bilo toliko dima. Vrčevi, *bukalete, ćikarice* (zdjelice) te još neko posuđe se obično stavljalo na donji rub nape. Kako bi se održala vatra potrebne su bile *mulete* (hvataljke za žeravicu), *ožeg* (metalni žarač), *paleta*

(lopatica) te *puhalnica* (željezna cijev za puhanje u vatru). Ta su pomagala bila pri ruci onome tko je održavao vatru. *Kavedon* odnosno *zaklad*, kao neka vrsta stalka služio je da bi se klade naslanjale. A *kavedoni* u građanskim obiteljima mogli su biti izrazito umjetnički oblikovani, dok su na selu bili jednostavni. Seoski *kavedoni* bili su često sastavljeni od jednog većeg komada željeza s četiri manje nožice. Na *kavedon* se stavljalo glačalo koje bi se tako grijalo ili bi se u njega ulagao željezni umetak ili užareni ugljen (Kocković Zaborski 2005:425, 2015:58). Osim toga, na *kavedonu,* u posebnom utoru stajala bi i *bukaleta.* Kotao, *kotal, pinjata,* dublja metalna ili neglazirana posuda s ručkom visjela je pomoću lanca, *komoštre, verige* nad ognjištem. Palenta, kao jedan od osnovnih sastojaka seoske kuhinje kuhao se upravo u takvom kotlu. Na selu bi uglavnom djed i otac sjedili na *banku* (klupi s naslonom i sjedištem koje se moglo podizati i unutra pohraniti brašno, suhe smokve i sl.) ili na malom drvenom tronošcu koji su stajali uz ognjište. Stol, koji je bio malen i nizak također je bio smješten uz ognjište, a s vremenom postaju viši i smještaju se u središte prostorije. Za stolom su sjedili stariji članovi obitelji, a djeca su često jela uz ognjište. Treba imati na umu da su obitelji bile znatno brojnije (ibid. 9). Odlaskom stanovnika Istre za poslom u gradove Austro-Ugarske monarhije, južne ili sjeverne Amerike te njihovim povratkom, dolazi do neminovnih promjena u tradicijskom načinu života i izgledu kuće (ibid. 11). Prvenstveno se to odnosi na rušenje otvorenih ognjišta koje kreće od početka 1920-tih godina na Ćićariji, pa sve do 1960-tih godina u ostalom dijelu Istre. Uvođenje *špahera* (pećnice na drva) predstavljalo je modernizaciju unutar tradicionalnih istarskih kućanstava. Mnoga kućanstva su još godinama usporedo sa *špaherom* koristila i ognjište, ali na području Ćićarije većinom se vrlo rano (prema podacima s terena, neki već početkom 20. stoljeća) ruše tradicionalna ognjišta i uvode kuhanje i grijanje na *špahere*. „*Špaher se ložija samo u zimsko doba. Onda si zatvorija vrata i da ti je više teplo u kuhinji*." Utjecaj gradske kulture potjecao je iz Trsta ili s povratkom onih koji su otišli raditi u Sjevernu Ameriku nakon I. sv. rata. To je doba uvođenja štednjaka u kuće kada i nestaje ognjište i dim. To je vrijeme kada nestaju i velike obitelji. S time nestaje i povezanosti prvenstveno među članovima obitelji koji sada grade kuće za članove uže obitelji, a ne kao do sada za veliku, zadružnu obitelj. S vremenom počinju i prve televizije ulaziti u domove, pa se u početku zajednički gledala televizija, a kasnije je svaka obitelj imala svoju. Tijekom godina (od kraja Drugog svjetskog rata pa na dalje) stanovnici odlaze u Argentinu, Sjevernu Ameriku, Italiju a sve manje ih ostaje na selu. Takve promijene utječu i na tradiciju pripremanja *supe* koja je bila povezana uz društvo, ognjište i okupljanje. Isto tako je potrebno naglasiti da je ognjište danas

opet stavljeno u 'središte zanimanja' u vrijeme kada se počinju obnavljati stare kuće kako bi poslužile kao turistički objekti na turističkom seoskom gospodarstvu. Ognjište postaje jedan od elemenata materijalne kulture, ali se i aktivno upotrebljava za pripremu pojedinih tradicijskih jela pred samim gostima.

3.8.2. Bukaleta

Bukaleta je keramički ćup, bokal ili vrč, a riječ dolazi od grčke riječi *bokalion,*[189] odnosno iz talijanskog jezika u obliku deminutiva od riječi bokal (tal. *boccale*), pa od tuda nastaje riječ *bukaleta*. Za vrijeme Austrougarske vladavine u Istri donose je talijanski trgovci iz Frijulije, a stanovništvo Istre ju prihvaća i danas smatra kao svoj, autohtoni proizvod. Dok je s druge strane u sjevernoj Italiji potpuno zaboravljena (Orlić 2001:162).

Antonio Facchinetti, svećenik i publicist u svom djelu „O istarskim Slavenima“,[190] jednom od najstarijih etnografskog opisa seoskog života hrvatskog stanovništva u Istri iz sredine 19. stoljeća, opisuje *bukaletu* pod imenom *zdravica*. Navodi da Slaveni umjesto čaše koriste 'stanovite vrčiće' u obliku kaleža koje zovu *zdravica*. Ta riječ potiče od glagola zdraviti jer Slaveni nikada ne piju i ne nude vrč ako prvo ne kažu „zdravlje!“, ističe Facchinetti. Domaćin na svadbi nazdravlja gostima ispijajući iz *zdravice*, a nakon toga je prosljeđuje gostima i to krećući s desna. Tako zdravica kruži dok se ne vrati opet domaćinu, a taj se postupak ponavlja nekoliko puta (Facchinetti 2013: 41,42).

Porastom standarda u pojedinim krajevima *bukaleta* se počinje masovnije proizvoditi i prodavati i to posebice po sajmovima, a dekoracija na vrčevima postaje bogatija.[191] Kao dio građanskog inventara *bukaleta* prelazi u seoski ambijent i ovdje se udomaćuje (Orlić 2001:162).

U seoskom domaćinstvu je uz posude iz proizvodnje domaćih lončarskih centara Raklja, Zubina, Pavletića kod Oprtlja i Ćukarije kod Huma na kojima se pripremala hrana na ognjištu, *sklede kranjice* koje donose u Istru trgovci iz slovenskog dijela Istre te tanjure, posudice, zdjele tvorničke izrade iz Italije, Engleske, Francuske koje su se koristile u posebnim prilikama (kada su bile *fešte* ili kada bi dolazili gosti), *bukaleta*, isto tako tvorničke izrade, bila je dio kućanskog inventar koja se svakodnevno koristila (Orlić 2001:162, Milićević 1988:82).

Tijekom prošla dva stoljeća bila je dio gotovo svake istarske kuće kao

[189]http://istrapedia.hr/hrv/1652/bukaleta/istra-a-z/ pristupljeno 28.2.2016.
[190]http://istrapedia.hr/hrv/674/facchinetti-antonio/istra-a-z/pristupljeno 28.2.2016.
[191]http://istrapedia.hr/hrv/1652/bukaleta/istra-a-z/pristupljeno 28.2.2016.

ukrasni i uporabni predmet i stajala je često u skromnim vitrinama na ponos domaćina. Često bi se znalo reći: „Nimaju šolde za pjate, ma su si ben kupili bukaletu. Nebojse, za nju imaju šoldi“ (Orlić 2001: 162).

Tehnologija izrade se s vremenom mijenjala. Od izrade na lončarskom kolu, u tehnici majolike iz sjevernotalijanskih keramičkih centara (Novak Pucer 2011:121), pa sve do tvorničke izrade. Dekoracija se također tijekom vremena mijenjala. U prošlosti su na *bukaletama* bili heraldički znakovi uglednih obitelji ili sakralni motivi s bogatom vegetativnom dekoracijom poput starijih primjeraka *bukaleta* iz Kopra i Zadra.[192] U 18. I 19. stoljeću najčešća dekoracija je bio grb – dvoglavi orao (Novak Pucer 2011:121).

Današnji izgled bukalete je slijedeći: trbušasta posuda uglavnom bijele boje ukrašena cvjetnim ornamentima na kojima prevladavaju plava, crvena i zelena boja. Ima srcoliku dršku, a u gornjem dijelu posude nalazi se 'kljun' od kuda se pije ili prelijeva vino, a nalazi se na suprotnoj strani drške. U središtu trbušastog dijela posude s prednje strane obično je bila napisana poruka od dvije riječi. „Bevi Toni“, „Bevi Giovanni“ ili „Bevi Maria“, a nakon Drugog svjetskog rata i hrvatskim jezikom „Pij Tone“, „Pij Marija“.

Fotografija 36 - *bukaleta*, E 2069, fundus EMI/MEI

[192]http://istrapedia.hr/hrv/1652/bukaleta/istra-a-z/pristupljeno 28.2.2016.

Svaki bi 'gospodar kuće' bio bogatiji ili siromašniji trebao imati *bukaletu* sa svojim imenom (Orlić 2001: 163). Naručivale su se kod majstora i za posebne prilike kao što su vjenčanja, proslave, rođenja djece.[193] Od 1960-tih se mogla kupiti u prodavaonicama kao industrijski proizvod izvornog oblika, ali bez karakteristične ornamentike, samo bijele boje ponegdje s natpisom ili u svrhu suvenira, podsjetnika na posjet određenom gradu u Istri (ibid. 163).
Posuda je imala izrazito simboličko značenje u tradiciji, ali i danas. U ruralnoj Istri bila je simbol dobrodošlice u kuću, ali i u društvo. Ako vam *bukaleta* s vinom nije bila ponuđena, jasno je označavalo odnos domaćina prema gostima (ibid.). Mate Balota u pjesmi „Ognjište“ iz 1933. g. piše:

„…Te noći san, mlada, na tvojen ognjištu sidija

na njemu je veliki cok pomalo praska i gorija,

od ruk do ruk je hodila bukaleta, sva su usta bižala u smih,

a ja sa se spominja svog suknenog koreta

i u uši mi zvonija kanat i smih...“

(Balota 1933 prema Orlić 2001:164)

Drago Orlić ju naziva 'kultni predmet istrijanstva' (Orlić 2001:1964). Vrlo često se *bukaleta* (ali i druge keramičke i drvene posude koje su se koristile u seoskim kućanstvima) povezivale žicom ako bi napukle. S obzirom na veliko siromaštvo, na taj način se željelo produžiti uporabni rok posuda. Dvije – tri rupice napravljene na *bukaleti* kroz koje bi se provukla žica i tako je mogla biti u upotrebi još neko vrijeme (ibid. 163.). Izvorne zapremine od jedne litre, a za svečane prilike mogle su se koristiti i *bukalete* od dvije ili pet litara, pa bi se tada zvala „bukaleta zdravica“ (Milićević 1988:82). Danas na tržištu su *bukalete* od pola litre ili 2,5 decilitara pa sve do minijaturnih *bukaleta* koje su često suveniri. Upravo u posljednjih tridesetak godina *bukaleta* je postala i prepoznatljiv istarski suvenir (Orlić 2001:163.).
Bukaleta je služila i kao boca i kao čaša – u njoj se držalo i pila „bilica“

[193]http://istrapedia.hr/hrv/1652/bukaleta/istra-a-z/pristupljeno 28.2.2016.

(bijelo vino) odnosno malvazija i „črno“ vino, odnosno teran. Još do 1950-tih godina u Istri uobičajeno je bilo da obitelj jede iz jedne posude, a pije iz *bukalete*. Drago Orlić donosi osvrt R.M. Cosara, porečkog etnologa i ravnatelja muzeja koji u članku iz 1928. godine opisuje situaciju na jednoj svadbi kada su mlađi gosti željeli piti iz čaša, dok su stariji uzvanici željeli piti vino iz *bukalete* (Orlić 2001:164). To nam govori da je već krajem tridesetih godina 20. stoljeća *bukaleta* bila dio tradicijske kulture, a ne dio tadašnjeg modernog načina posluživanja pića. Danas je situacija možda ipak drugačija.

3.8.3. *Supa* kroz povijest

Vino je dobro poznat proizvod još od prethistorijskog vremena, a ulje je tijekom vremena polako ušlo u prehranu Mediterana. Stoga ne čudi da je kombinacija vina i drugih namirnica poput sira, meda, ulja, začina, pečenog kruha bila napitak koji se koristi za jačanje ranjenika, ali i dio svakodnevice još u antičkim vremenima. Posebna kombinacija navedenih namirnica poznata je još iz Homerove Ilijade pod nazivom *kykeón*. Prvi puta se spominje u Ilijadi kada je Hekameda pripremila to piće ranjenom Machaonu i Nestoru. Homer nam daje i recept za *kykeón*: pomiješati luk, mak, ječam, vino, naribani ovčji sir i med. To piće nije bilo u svakodnevnoj upotrebi – bilo je namijenjeno za ranjene Machaona i Nestora, a posluženo je u poznatoj Nestorovoj zlatnoj posudi. Pošto se to piće sastoji od sira i ostalih namirnica, bilo ga je potrebno svako toliko promiješati kako ne bi sir i ječam 'pali' na dno posude. Upravo je zbog toga piće dobilo ime *Kykáōn* a što grčkom jeziku znači miješati, dok je latinska riječ istog značenja bila *cinnus*. Identičan je napitak koji okrjepljuje pripremila Cirka Odiseju i njegovim ljudima (uz dodatak droge da zaborave svoj dom) (Milićević Bradač 2007:117). U Odiseji se navodi da su se i boginje (Atena i Afrodita) častile ovim pićem, ali se nudilo i kao žrtva bogovima od strane ljudi – ječam pomiješan s vodom uljem ili vinom. Vrsta vina koja se navodi u Ilijadi – Pramansko vino – bilo je najvjerojatnije crno vino načinjeno od grožđica.[194] Arheologinja Marina Milićević Bradač analizirajući tragove ovakvog tipa napitka u antičkim zapisima kojeg pokušava dovesti u vezu s Istarskom *supom*, postavlja hipotezu da je ovaj tip napitka možda potekao čak od Sumerana.

Zanimljivo je da u ovom grčkom piću kojeg nalazimo u Ilijadi nije prisutno maslinovo ulje. Manjak maslinovog ulja autorica objašnjava činjenicom da maslinovo ulje u to vrijeme još

[194]Takav tip vina spominje i Hesiod (Milićević Bradač 2007:118)

nije ušlo u svakodnevnu prehranu mediteranskog tipa kome pripada Grčka. Maslinovo ulje bilo je skup proizvod, a osnovna masnoća u kuhanju bila je svinjska mast. Ulje je bilo dragocjena pomada i koristilo se u rijetkim prilikama za izradu sapuna (ibid.)

Autorica ističe da kasniji pisci ovo piće spominju u drugom kontekstu povezanom uz siromaštvo i štedljivost, a to se podudara i s nalazima na terenu u Istri gdje je *supa* dio siromašne večere za djecu ili odrasle. Grčki filozof Heraklit konzumacijom *kykeóna* prenosi poruku o skromnosti i mjeri, a pisac Aristofan spominje ovo piće kao jelo seljaka. U kasnijim zapisima o ovom piću (nakon vremena o kome Homer piše) kao jedan od sastojaka spominje se i maslinovo ulje. U Arhaičnom i Klasičnom periodu grčke povijesti, maslinovo ulje dobiva na važnosti i popularnosti te postaje neophodni sastojak grčke kuhinje. *Kykeón* spominje i Platon koji ga smatra lijekom jer je u njegovo doba (428.-348.g.pr. Krista) nije upotrebljavalo svakodnevno kao u prethodnim razdobljima. Upravo se medicinsko značenje ovog napitka provlači i kroz Hipokratov korpus. Iako nije uvijek istog naziva, sadržaj je uvijek isti: prženi ječam (ponekad sjemenke lana, sezam, mak ili sve zajedno), crno vino (slatko i jako), nariban sir i med. Ponekad se dodavalo grožđice ili nar. S obzirom na sastojke, već se u to vrijeme raspravlja o tome je li *kykeón* hrana ili piće (ibid.).

Kykeón se sporadično spominje sve do 3. stoljeća prije Krista i nakon toga nestaje iz svakodnevnog života Grka. Za razliku od svakodnevice, *kykeón* se zadržao u ritualnom i religijskom kontekstu. Puno se pisalo o ovom piću u religijskom kontekstu, ali Milićević Bradač ističe da niti jedna od namirnica nema halucinogenih svojstava kao što su to mnogi pretpostavljali.

Atenej, grčki pisac i gramatičar iz Egipta (kraj 2. i početak 3. stoljeća) koji piše poznato djelo „Gozba sofista“, spominje *kykeón* kao dio povijesti, a ne kao piće ili jelo koje se pripremalo u njegovo vrijeme. On spominje takav tip pića i pod drugim nazivima, ali jasno je da je trag *kykeóna* iz doba Homera ostao tek u pukom spomenu u literaturi, a ne u svakodnevnom ili religijskom životu. Dolaskom srednjeg vijeka gubi se vještina pripreme te kontekst konzumacije *kykeóna* (Miličević Bradač 2007:119).

Milićević Bradač uspoređujući *Kykeón* i istarsku *supu* navodi neke zanimljive činjenice: 1) *supa* se sastoji tri osnovna hranjiva sastojaka Mediterana – žitarica, ulja i vina poput grčkog napitka; 2) u Istri je također otvoreno pitanje je li je supa jelo ili piće. Ipak, većina ljudi smatra *supu* pićem. Naziv *supa* povezan je s glagolom *supati* što bi značilo namočiti, upiti.

Etimološki riječ *supa* dolazi od indoeuropskog korijena *ser/*su što znači stisnuti. Stoga treba zaključiti da riječ *supa* dolazi iz istog korijena i u različitim jezicima podrazumijeva se pod pojmom juha.

Ono što je poznato jest da je *supa* danas karakteristična za Istru. Postoje podaci da su u srednjoj Dalmaciji i na otocima djeca pila prije škole šalicu ugrijanog vina s malo šećera i ulja i u to se umakao kruh. Za večeru se pripremalo isto jelo samo je bilo posluženo u tanjuru.[195] Gioa Calussi u knjizi „Kuharica dalmatinskih gospođa" navodi recept pod nazivom *Zupa de vin* prema kojem se dodaje puna žlica brašna u već prije pripremljenu juhu, zatim žumanjce, bjelanjce, vrhnje, vino, cimet, papar i posluži se s prepečenim kruhom (2000:60). Callusi je mišljenja da ta vinska juha potiče iz doba Austrougarske. S tim se ne slaže Milićević Bradač navodeći vino i ulje namirnice koje nisu bile karakteristične za austrougarsku kuhinju (Milićević Bradač 2007:119).

Još su dva su recepta iz 17. stoljeća slična istarskoj *supi* koje navodi Milićević Bradač. U kuharici grofa Nikole Zrinskog koja je napisana najvjerojatnije nakon 1647. godine u Čakovcu, susrećemo se s mnogim namirnicama i proizvodima koji nisu karakteristični za područje sjeverne Hrvatske. Nikola Zrinski je bio jedan od najbogatijih plemića onog doba, a njegov brat je imao posjede na sjevernom Jadranu pa mu je slao je tipične mediteranske namirnice poput ribe, smokava, ulja. Stoga je moguće da je kuhinja Nikole Zrinskog bila i pod talijanskim utjecajem. „Uljnati jušni kruh" je jedan od recepata koji podsjeća na istarsku *supu*. Kruh se stavlja u juhu koja se sastoji od kuhanog vina s vodom, grožđica, maslinovog ulja, papra, šafrana, đumbira i muškatnih oraščića. Drugi slični recept iz ove kuharice je „Vinska juha na sljedeći način", a potrebni su vino, voda i med koji se skuhaju te dodaju grožđice, putar ili ulje, papar, šafran, i đumbir (ibid. 120).

Šećer, kao jedan od sastojaka istarske *supe*, bio je poznat još za vrijeme Rimskog carstva pod imenom *saccharon*. Plinije navodi da potječe iz Arabije i Indije. Ipak, nije bio važan sastojak u jelima. Svoju važnost dobiva u vrijeme Križarskih ratova i kasnije putem trgovaca koji ga dovoze Veneciju. U 13. stoljeću šećer se polako počinje spominjati u kuharicama. Stoga, Milićević Bradač zaključuje da dodavanje šećera u neko jelo ukazuje na srednjovjekovno porijeklo tog jela, iako su šećer mogli konzumirati isključivo bogati slojevi. Med je za razliku od šećera bio dostupniji kao zaslađivač. U knjizi „Le Menager de Paris" iz 14. stoljeća

[195]http://www.coolinarika.com/magazin/clanak/supa-na-istarski-nacin/ pristupljeno 2.3.2016.

spominje se recept pod imenom Duždev prah.[196] U napitak koji idu razni začini u koje uključujemo cimet, đumbir, češnjak, žitarice, muškat, muškatni oraščić koji se zajedno pomiješaju sa šećerom i vinom.

Poput šećera i maslinovo ulje bilo je rezervirano samo za bogati malobrojni sloj ljudi. Ipak kontinuitet uporabe maslinovog ulja od antike potvrđen je i poveljom iz merovinškog doba koja potvrđuje povelju kralja Klotara III. krajem 7. stoljeća za opatiju u Sjevernoj Francuskoj. U povelji se spominju mnoge luksuzne namirnice pa i maslinovo ulje. Brayan Hainsworth u analizi Ilijade, *kykeón* uspoređuje s engleskim srednjevjekovnim napitkom pod nazivom *Frumenty* ili *Frumity* što je mješavina žitarica, brašna, mlijeka, grožđica, suhog grožđa u kombinaciji s alkoholom. Slični napitci postoje i kod Kelta (ibid. 121).

Najsličniji *supi* je, prema mišljenju Milićević Bradač, srednjevjekovni recept pod imenom *Sop* u kojem se kriška prepečenog kruha (na)moči u tekućinu i pojede. Upotrebljavalo se vino ili juha, a kruh bi trebao biti narezan na kockice prije serviranja. Ovdje vidimo slične namirnice,[197] i naziv recepta *Sop* za koga možemo pretpostaviti da dolazi iz istog korijena kao i riječ *supa*.

U zaključku autorica ističe da je mješavina mediteranskih nutrijenata – žitarica, vina i ulja poznata od vremena kada su se počele upotrebljavati i pripremati. Svaki je period u povijesti imao svoj način kako je kombinirao namirnice ovisno o svojim kulturalnim peferencama. U Homerovo vrijeme maslinovo ulje nije još imalo značenje kakvo ima danas u mediteranskoj prehrani, ali su zato Grci u to doba preferirali sir. Kasnije u recept ulazi maslinovo ulje i začini. U srednjovjekovnoj kontinentalnoj Europi maslinovo ulje i šećer su luksuzne namirnice, pa ih mješavine slične *supi* nemaju u svojim receptima. Tako je ovo piće primjerice pripremano bez vina u arapskim zemljama, a u zemljama pod venecijanskim utjecajem u pripremi se nije koristio sir. U 17. stoljeću nalazimo piće vrlo slično istarskoj *supi* u kuharici Nikole Zrinskog. Prema hipotezi Milićević Bradač to je dokaz mediteranskog i talijanskog utjecaja na kontinentalne krajeve, a ne obrnuto. Vrlo je malo vjerojatno da je *supa* austrougarskog podrijetla. Ipak ne možemo znati ima li *supa* veze s navedenim antičkim pićem, ali veze s mediteranskim svijetom u vrijeme antike su očigledne (Milićević Bradač 2007:121).

[196] Misli se na Venecijanskog dužda

[197] Osim maslinovog ulja i šećera, ali su to u srednjevijekovno vrijeme u Engleskoj izrazito skupe namirnice koje nisu dostupne svima

3.8.4. U tradiciji

Recept za *supu* se u istarskoj tradiciji mijenjao tijekom vremena. Nisu se uvijek upotrebljavali isti sastojci – vino, šećer, papar, maslinovo ulje i prepečeni kruh. To potvrđujem i s podacima s terena. *Supa* se primjerice nije uvijek radila sa šećerom jer ga nije mogao svatko kupiti, a toga se sjećaju i stariji kazivači. Isto tako, *supa* se nije uvijek grijala u *bukaleti* na ognjištu kada se stavljala u košaricu *kavedona* (prijeklada), već se mogla grijati pomoću ugljena koji se stavio u vino, dok neki smatraju da se vino ugrijalo dodavanjem prepečenog kruha.

Osim toga, poznati su i recepti s voćem koje se stavljalo umjesto prepečenog kruha. Drago Orlić navodi još jednu vrstu *supe*, a to je ona od *kunja* (dunja). Pripremale su je žene i to istim postupkom, samo se umjesto prepečenog kruha ubacuju kriške prepečene ili kuhane dunje (Orlić 2001:168). Vesna Medvedec Buršić, dugogodišnja novinarka Glasa Istre koja je sakupila recepte jela koja se pripremaju u Istri, donosi recept za *supu* s vinskim octom pomiješanim s vodom koji se stavlja umjesto vina, a u tu *supu* ne ide niti papar. Tekućina se pije hladna, za razliku od klasične *supe*. Ovaj recept kojeg autorica navodi u svojoj knjizi potječe iz mjesta Labinci (Medvedec Buršić 2010:155). *Supu* poznaju i stanovnici slovenske Istre, kao piće koje daje energiju. U selu Osp, kraj Crnog Kala poznaju je pod nazivom „supe franceze“ (Novak Pucer 2002:49).

Prema tradiciji *supa* se radi od crnog vina, osim u Rovinjskom selu, gdje se radi od bijelog vina. Predaja kaže da se *supa* radi od terana. Možda razlozi za korištenje crnog vina leže u činjenici da se ukiseljeni teran grijanjem i dodavanjem šećera može iskoristiti i konzumirati kao ukusno piće, naglašavaju pojedini kazivači.

Drugi razlog korištenja crnog vina, prema njihovom mišljenju je taj što crno vino *daje toplinu, kalorije, jačinu tijelu.*

Zanimljiva su i brojna objašnjenja riječi *supa*. Pa tako Toussaint-Samat ističe da riječ *suppa* dolazi iz tzv. vulgarnog latinskog. U Nizozemskom se zadržala riječ u originalnom značenju *sopen*, a što znači namakanje. Srodna je i engleska riječ *sop*.

Juha postaje osnovno jelo Europljana od Srednjeg vijeka pa na dalje: kriška kruha na dnu zdjele, a preko toga se sipa topla juha. Polijevanje juhe na kriške kruha popularno je u i Francuskoj (Toussaint-Samat, 1992:229). Etnologinja Tanja Perić Polonio ukazuje na još jedno moguće objašnjenje riječi

supa, a to je da dolazi od riječi *supka*, što znači ploška, feta ili kriška kruha.[198] To bi upućivalo na činjenicu da je kruh jedan od bitnih sastojaka *supe*. Drago Orlić smatra da riječ *supa* dolazi iz čakavskog glagola *supati*, što znači umakati i to se u pravilu misli umakati u vino. Izvor riječi *supa-sopa*, prema njegovom mišljenju je talijanski iz istrovenetskog dijalektalnog kruga jer je drugdje u Italiji nepoznata. Tome svjedoči i poslovica „Se non sopa, e pan bagna.“[199]

Supa se u pravilu pije navečer, zimi. U tradiciji su je najčešće su je konzumirali muškarci. Drago Orlić ističe da je ispijanje *supe* je svojevrsni obred jer *bukaleta* sa *supom* kruži od ruke do ruke, kada svatko tko dobije *bukaletu* otpije gutljaj ili dva i žlicom vadi komadić prepečenog kruha i pojede ga. *Supa* „odmara“ uz vatru na ognjištu do novog „kruga“. Čovjek nikada sam ne pije *supu*, ona traži društvo i druženje. Uz *supu* se često razgovaralo o svakodnevici, šalilo i pjevalo. Kada se popila *supa* to je obično značilo da je došao i kraj druženja. Vrijeme je bilo za polazak kući jer se rano ujutro kreće u nove poslove. Važno je naglasiti da se *supa* nije pila svakodnevno nego možda par puta mjesečno „kada se u zimskim vremenima poklopi povoljni trenutak i potreba da se *trudna* duša malo razgali.“ (Orlić 2001:165). Jačina vina u *supi* nije bila na cijeni, pa su seljaci znali reći „supa je za dicu i žene“ (ibid.). *Supa* se gotovo uvijek pije uz ognjište. No, treba znati piti *supu*. Slatkoća vina, kruh, maslinovo ulje može prevariti i iskusnog konzumenta alkohola. Zato postoji i stara istarska uzrečica: „Supa vino popila, supa deklu opila“. Upravo navedene uzrečice i poslovice dokazuju da *supu* nisu pili isključivo muškarci.
Prema Dragi Orliću *supa* se priprema „od litre crnog vina, u pravilu terana (ili burgonje) koji je gust „kako mliko“ i tamnocrven „kako zečja krv“. Dodaju se tri žlice šećera, jedna žlica maslinovog ulja i malo papra. Sve se to promiješa i na kraju se doda dvije *fete* (kriške) prepečenog kruha.“ (Kocković Zaborski 2017:136). S *bukaletom* se poslužuje žlica (ibid. 166).

[198] Na žalost potvrdu značenja ove riječi nisam naišla u Rječniku stranih riječi niti u Rječniku Hrvatskog jezika
[199]Što bi u prijevodu bilo „ako nije supa, je mokar kruh“ odnosno najbolje je usporediti po značenju s našom poslovicom „Ako nije šija, onda je vrat“.

Fotografija 37 - recept za *supu*, fotografkinja: Tanja Kocković Zaborski

Prije nego što se konzumentu (gostu) kaže što se sve u *supi* nalazi, potrebno ju je dati na kušanje da se privikne na taj „istarski nektar i ambrozij“. Najvjerojatnije ne bi bilo estetski privlačno popiti vino u kojem plivaju kolutovi maslinovog ulja posuti paprom ili komadići kruha.

Fotografija 38 - *supa*, fotografkinja: Maja Danica Pečanić

Prilikom prvog kušanja *supe* može se pojaviti još jedan problem, a to je onaj higijenske naravi – nevoljkost da se pije iz iste *bukalete*. Kako bi se poštivao obred ispijanja *supe* ne smije se dozvoliti, naglašava Drago Orlić, da se *supa* pretače u čaše i unutra ubacuje komadić kruha. „To je svetogrđe...Što bi vam rekao poglavica Indijanaca dok kruži lula mira, da vi, kad dođe do vas, zapalite cigaretu jer vam se slinava lula gadi?“ (Orlić 2001:167). Kako bi se napravio kompromis, uvijek se može pustiti onima koji imaju takvih problema da prvi kušaju supu (ibid). Puno prije nego što je ta delicija bila dio obreda druženja, *supa* se pripremala da bi se u siromašnoj kući upotrijebilo svo vino, pa i ono koje je već bilo kiselo, da bi se pojeo stari tvrdi kruh te da bi se utažila glad jer to je znala biti jedina večera i za djecu i za odrasle (ibid. 168).

Istarska poslovica kaže „Je starija supa nego bukaleta“ što bi značilo da je jelo/piće starije od bilo kakve posude u kojoj se posluživalo. S obzirom da *bukaletu* donose talijanski trgovci iz Frijulije koji su ih prodavali na sajmovima diljem Istre u vrijeme austrougarske vladavine ovim prostorima, možemo pretpostaviti da se nije uvijek ispijala iz *bukalete*. Isto tako valja napomenuti da nisu sve obitelji mogle kupiti *bukaletu*, kako je to ranije i naznačeno u tekstu. Stoga se supa najvjerojatnije pripremala u keramičkoj *terini* (zdjeli) u kojoj se pripremala salata ili posluživala *maneštra* za cijelu obitelj (Sonda 2013:75).

3.8.5. *Supa* na jelovnicima turističkih seoskih gospodarstava

Prešavši put od siromašnog obroka koji je zamjenjivao večeru u ½ 20. stoljeća, preko konzumacije *supe* u svrhu druženja unutar obitelji ili povezivanja lokalne zajednice u 2/2 20. stoljeća, danas je *supa* postala gastronomski (i vizualni) simbol Istre.
Kakve se *supe* sjećaju vlasnici turističkih seoskih godspodarstava? U *supu* se nekad nije stavljao šećer, naglašava kazivač Libero Sinković jer je bio samo za specijalne potrebe. On tvrdi da se možda dodavalo malo soli. Mario Tikel objašnjava da su nekad kuće bile nezagrijane, hladne, a konobe koje su se nalazile izvan kuće bile su u zimsko doba oko nula stupnjeva. Kada se išlo u konobu po vino, moralo ga se zagrijati kako bi ga mogli piti.
Zbog toga se u vino koje je bilo u *bukaleti* ubacilo komadić dva ugljena i na taj način su ga

zagrijali. Dodalo se malo kruha i tako se jela *supa*. Tako je radio i njegov *nono*. Danas se dodaje šećera, maslinovog ulja i papra.

Davorka Šajina priča kako je saznala od jednog gosta da se *supa* konzumira s toplim vinom u mjestima prema Učki, a u mjestima prema moru s hladnim vinom. Granica bi bila negdje na području žminjštine.

Kada su kazivači bili djeca 1950-tih i 1960-tih, često su znali *potoćati kus* kruha u *bukaletu* koja je stajala na ognjištu, ali roditelji nisu bili baš zadovoljni jer bi onda 'pokupili' svo maslinovo ulje s vrha *supe*. Osim toga, *none* su često davale djeci *supu* kada bi željele da djeca budu mirna. Davorka Šajina se sjeća da bi joj nona spekla *kunje* (dunje) i stavila u malo crnog vina (bez kruha). To bi djeca pojela navečer i išli bi spavati.

S mlijekom vi ne možete živjeti, ali s vinom možete. (Libero Sinković)

Na ognjištu se pekao kušćić mesa i kruha, tu je bila i bukaleta. Malo se zasupao kruh u vinu jer nije bilo puno toga za pojesti. Stariji bi jeli supu kada su bili debuli (umorni) od posla jer crno vino sa cukerom daje snagu. Osim supe na taj način je djelovao i žavajon. (Davorka Šajina)

Moglo bi se dogoditi da je *supa* bilo jedino jelo koje je *nona* (domaćica) pojela jer kada bi velikoj familiji podijelila jelo, malo vina kruha, ulja i šećera je jedino što joj je ostalo. Razlog što žene nisu *supale u starini* je taj da nisu imale dovoljno vremena navečer nakon jela, navode neke od kazivačica.

Od 1970-tih, pa i kasnije se prijatelji okupljaju u konobama i druže se (najčešće muškarci), a ispijanje *supe* postaje društveni događaj a ne potreba. To je vrijeme kad se muškarci opuštaju, igraju karte navečer u zimske dane i tada se pila *supa*.

Supa je općeistarski proizvod koji ima svoju jedinstvenost, naglašavaju kazivači. Uglavnom je zimsko piće koje se konzumira kraj ognjišta, no neka je turistička seoska gospodarstva poslužuju i ljeti i to s hladnim vinom.

Na jelovnicima turističkih seoskih domaćinstva u Istri *supa* se nalazi pod kategorijom napitaka. Iako nije svugdje zapisana u jelovnicima, moguće ju je naručiti i vlasnici agroturizama će je pripremiti na zahtjev gosta. Razlozi tome povezani su s pitanjem higijene.

Budući da se *supa* treba piti (i jesti) iz zajedničke *bukalete* i sa zajedničkom žlicom, sami vlasnici se nevoljko odlučuju servirati svojim gostima takvo piće, dok su gosti (pogotovo stranci) oprezni prilikom takvog načina konzumacije ovog tradicijskog pića.

Posluživanje i konzumacija u turističkim seoskim gospodarstvima (a možemo pretpostaviti i konobama) je ipak drugačija nego kako se posluživala u tradiciji. S obzirom da je *supa* društveno piće, njezina konzumacija zahtijeva rodbinu, prijatelje, društvo, ljude koji su bliski jer piju (i jedu) iz iste *bukalete*. Problem vezan uz higijenu nastaje kada *bukaleta* kruži i kada svatko treba uzeti komadić kruha žlicom i otpiti gutljaj vina. Obično vlasnici turističkih seoskih gospodarstava ovu situaciju preskaču i serviraju svojim gostima iz zajedničke *bukalete* u pojedinačne čaše (bukalčiće, zdjele) sa žlicama. Upravo takvo posluživanje u čaše ili zdjelice, smatraju kazivači, dovodi do toga da se gubi smisao posluživanja ovog tradicijskog pića i njegovog načina konzumiranja. Naime, česta je situacija da se *supa* servira hotelskim gostima u posjetu koji se međusobno ne poznaju i stoga nije niti primjereno da piju u jedu iz zajedničke *bukalete*. Ima situacija kad parovi naručuju *supu* i onda nije problem da piju (i jedu) iz jedne *bukalete*, a ima situacija gdje se može naručiti *supa* u *bukaleti* od 2 dcl.

Supu primjerice naručuju i neka društva koji su na poslovnoj večeri, pa tu nastaje problem. Isto tako, ako se supa iz *bukalete* razdjeli u čaše pa svatko dobije masnu, mutnu tekućinu s grudicama kruha koja onda nije privlačna za konzumaciju. Potpuno je druga situacija kada se *supa* servira gostima koji borave na turističkom seoskom gospodarstvu nekoliko dana ili više pa se povežu međusobno ali i s domaćinima. Na taj način imaju bolji uvid u kontekst serviranja *supe* kao jedne vrste dobrodošlice prilikom boravka u kući domaćina i međusobne povezanosti gostiju kao obitelji ili prijatelja.

Supu naručuju oni koji znaju ča je supa. To su većinom domaći gosti, a stranaca je jako malo. (Mario Tikel)

Danas *supu* naručuju većinom žene, manja-veća društva koji se dobro znaju, obitelji i prijatelji i parovi, pa *supa* kruži od jednog do drugoga. Strani gosti (Austrijanci, Francuzi) koji naručuju *supu* žele je probati jer su čuli za maslinovo ulje, pršut i *supu* kao gastronomske simbole ove regije.

Supa (servirana u *bukaleti*) simbol je istarske gastronomije koju možemo naći gotovo uvijek na svim propagandnim materijalima koji opisuju Istru i posebice gastronomsku ponudu Istre.

Bukaleta iz koje viri žlica jasno ocrtava tradicijsko piće (jelo) koje se i danas nalazi na jelovnicima u turističkim seoskim gospodarstvima i konobama širom Istre.
Zbog problema oko serviranja *supe* nastalih radi promjena konteksta u kojem se ona konzumira pitanje je hoće li tradicija ispijanja *supe* opstati barem u obiteljskom krugu gotovo ne izmjenjena ili će prevladati transformirani način konzumiranja *supe* nastao pod teretom današnjeg načina života (manjak bliskosti među ljudima, strah od zaraze, individualizam), odnosno kako diktira brojno najveći dio turista - oni koji dolaze organizirano, autobusima.

3.8.6. Reinterpretacija *supe*

Kao što je već navedeno, *supa* koja se nalazi na jelovniku turističkim seoskim gospodarstvima ne može se poslužiti gostima na uobičajen tradicijski način – tako da svatko od onih koji piju uzmu gutljaj vina iz *bukalete* i žlicom otrgnu komadić kruha, pa proslijede tu istu *bukaletu* drugome. Stoga neki od vlasnika turističkih seoskih gospodarstava niti ne nude *supu* svojim gostima zbog straha od odbijanja gostiju da supu na taj način konzumiraju. Neki su se dosjetili pa *supu* pretaču u male vrčiće svakome gostu posebno ili u čaše. No, svi vlasnici turističkih seoskih gospodarstava ističu da se na taj način gubi dio običaja konzumacija *supe*.
Jasno je da je došlo do promjene konteksta gdje se običaj ispijanja supe odvija pod utjecajem turizma jer se obred ispijanja *supe* iz intimnog kruga prijatelja i obitelji koji se odvijao u konobama, uz ognjište prebačen u javnu sferu, u turistički objekt. Funkcija konzumiranja *supe* se promijenila, njime se više ne izražava povezanost već služi kako bi turisti dobili uvid u kulinarsku tradiciju domaćina. Na taj način došlo je do komodifikacije određenog rituala, a postavlja se pitanje da li je moguća reinterpretacija ovog običaja kako bi opstao i(li) se dalje razvijao (Sonda 2013:74).
Jedan takav primjer moguće reinterpretacije je suradnja etnologinje Ivone Orlić, njenog oca, književnika i gastronoma Drage Orlića s timom dizajnera iz tvrtke Sonda, keramičarom Massimom Jenkelom, video umjetnikom Matijom Debeljuhom te vlasnikom restorana „Toklarija“ Nevijem Sirotićem.
Želja da populariziraju *supu* i da se dosjete kako izbjeći zamke ili prepreke koje postavlja današnja konzumacija *supe* dovela je do zanimljive suradnje. Projekt reinterpretacije i rekontekstualizacije istarske *supe* nastao je kao dio izložbe dizajnerskih projekata na temu gastronomije u turizmu „Hungry Designers“ otvorene 6.9.2013. g. u Muzeju turizma u

Opatiji. Na izložbi je sudjelovalo dvadesetak dizajnera i dizajnerskih timova koji su propitivali, putem svojih projekta, stereotipe vezane uz hranu (Šišović 2013:12).

U sklopu projekta koji se bavio *supom* napravljeno je istraživanje koje je provedeno u restoranima, konobama i *a la carte* restoranima prema Gourmet vodiču Turističke zajednice Istarske županije. Od 176 objekata samo 60 ih ima *supu* u svom jelovniku, odnosno 34%, s njih 80% je nude kao vrstu pića. Objekti koji ne nude *supu* kao razlog su naveli da im to nije interesantno (54%) ili da gosti nisu zainteresirani (17%). Među onim objektima koji nude *supu*, njih 62% je naglasilo da ju serviraju na tradicionalan način, dok ostali serviraju pretakanjem u čaše, keramičke šalice, *bukaletice* ili u jednoj *bukaleti*, ali s više žlica. Svi su naglasili da znaju da se to ne bi smjelo tako servirati, ali da gostima moraju tako poslužiti jer tako gosti zahtijevaju. Domaći gosti su u najvećem postotku traže *supu* (89%). Čak je 110 objekata izrazilo želju za posluživanjem supe kada bi se receptura i način posluživanja prilagodilo današnjim standardima i suvremenim okolnostima u kojima se ovo piće konzumira (Sonda 2013:70, 71, Šišović 2013:12).

Projektni tim je propitao sve okolnosti od kojih je sastavljen pojam istarske *supe* u želji da razluči i pojasni što definira ovu deliciju. Istarska *supa* mora imati dvije zakonitosti ne bi li zadržala svoje tradicijske vrijednosti: 1) originalnost sastojaka od kojih nastaje autentičan okus supe: crno vino, šećer, maslinovo ulje, papar i prepečeni kruh; 2) obrednost u načinu konzumacije. Upravo te zakonitosti predstavljaju i barijeru njenoj prihvaćenosti i široj konzumaciji smatraju u Sondi. Sastojci je čine vizualno neatraktivnom, primjerice razmočeni kruh i ulje koje pliva u vinu. Način posluživanja također ne pridonosi općem prihvaćanju *supe*. Pripremanje i serviranje u *bukaleti* od jedne litre u suprotnosti je s današnjim užurbanim životom, kada turist kao gost nema dovoljno vremena, poput težaka uz ognjište dugo i sporo uživati u ispijanju *supe*. Osim toga, tu je i pitanje dopuštenih promila alkohola u krvi te neizostavno pitanje higijene prilikom konzumacije *supe* iz zajedničke *bukalete*. Pretakanjem *supe* u čaše ne rješava se problem posluživanja *supe* jer je u čašama neprivlačna, odbojna a dolazi i do „sakaćenja rituala“ (Sonda 2013:72).

Što bi se moglo promijeniti u tradicijskom receptu? Nevio Sirotić iz restorana Toklarija predložio je modifikaciju tradicijskog recepta. Izvorna količina vina se uz pomoć šećera reducirala iz pola litre na trećinu i dodao se papar. Domaći prepečeni kruh se reže na *fete* i polaže na vino te prelijevaju maslinovim uljem. Time je količina *supe* smanjena na danas

prihvatljivu količinu, a redukcijom se vino termički obrađuje, pa supa ostaje topla kao i u tradicijskom receptu. Isto tako, a ne manje bitno članovi tima usuglasili su se za korištenje nesortnih vina i ulja kako bi se sačuvala skromnost namirnica koja se koristila u tradiciji.

Kako su se dizajneri snašli prilikom reinterpretacije posude u kojoj se pripremala i posluživala supa – *bukalete*? Veliki problem nastao je prilikom reinterpretacije *bukalete* jer je prvotna želja bila da se naprave minimalne promjene, ali zaključeno je da takva minimalna intervencija ne bi estetski niti funkcionalno doprinijela rješenju ovog problema. Ohrabreni poticajima etnologinje Ivone Orlić i književnika i gastronoma Drage Orlića da se stvari moraju modificirati i prilagoditi da bi opstale, krenulo se u smjeru druge vrste posuda u kojoj bi se posluživala i iz koje bi se konzumirala *supa*. Odabravši keramički tanjur nalik jušnom, dizajneri su ostali dosljedni materijalu od kojeg je načinjena *bukaleta*, koji može zadržavati toplinu *supe*. Tanjur plitkog dna i širokog oboda omogućava zadržavanje obrednosti zajedničke konzumacije *supe* svih gostiju za stolom, riješeno je pitanje kidanja kruha na manje komadiće i kapanje vina po stolu gdje se *supa* konzumira. Bijela boja tanjura odabrana je kao kontrast crnome vinu (Sonda 2013:73).

Fotografija 39 - reinterpretacija *supe*, studio Sonda, preuzeto sa http://goo.gl/BjPCd6

Kakav je kontekst u kojem se konzumira 'rekonstruirana' *supa*? Posluživanjem *supe* u jednom tanjuru koji stoji na sredini stola i iz kojeg svaki gost sam uzima komadić kruha umočen u vino zadržana je obrednost odnosno zajednička konzumacija ove delicije. To je jedna od bitnih karakteristika istarske *supe*. Dobra prezentacija gostu na odlasku omogućuje da *supa* bude ne samo piće već i dar vlasnika objekta svojim gostima umjesto dosadašnjih fritula ili medice. Ovakav efektni oproštaj omogućava zadržavanje društva i dobre atmosfere koja se stvorila tijekom objeda (ibid).

Članovi tima na kraju zaključuju da ovaj projekt kome je cilj bila promocija istarske *supe* ima autentični regionalni turistički proizvod koji doprinosi još boljem gastronomskom doživljaju Istre, ali i dobar obrazac za valorizaciju tradicijskih jela ili pića koji radi sličnih problema nestaju iz ponude (ibid.) Osim toga, dizajneri ne žele da cilj projekta bude samo dizajnerski, već i da se ovaj prototip ponudi ugostiteljskim objektima kako bi se riješio problem posluživanja istarske *supe* turistima. Upravo su turisti krajnji korisnici ove rekonstruirane istarske supe, mišljenja je Drago Orlić. „Ja ovakvu supu u oštariji vjerojatno ne bi naručio, ali meni i domaćim ljudima taj projekt nije ni namijenjen. Domaće ne treba zastrašivati novim mogućnostima! Ova nova supa izazov je mladim Europljanima koji su spremni u Istri potrošiti na skupu večeru, pa da im takva nova supa bude desert, uz jedan stari istarski način druženja“ (Šišović 2013:13).

3.8.7. Zaključak

Jedno od osnovnih pitanja u recentnim antropološkim istraživanjima koja promišljaju suodnos hrane i pamćenja jest na koji način globalizacija restrukturira identitet i iskustvo.

U kontekstu razmatranja pojačane komodifikacije osnovnih namirnica potrebno je propitati vezu pamćenja i zamišljanja te do koje granice se prehrambeno pamćenje zajednice oslanja na specifična sjećanja proizvodnje hrane. Prijetnja nestanku prehrambenih sjećanja bi se prema Suttonu mogla otkloniti na način da se čak i komodificiranu hranu transformira putem aktivne nabavke, prerade, posluživanja, izmjenjivanja među pripadnicima zajednice i pripovijedanja i tako joj se ponovno daje značenje i povezanost sa zajednicom. Može se djelovati globalno, nudeći lokalnu hranu na globalnom tržištu[200] i može se djelovati lokalno tako što će se

[200] Primjerice domaća, lokalna hranu restoranima ili domaći, lokalni specijaliteti koje migranti nose iz svoje domovine u svijet

komodificirana hrana (Leitch 2008) prilagoditi lokalnom načinu pripreme obroka i tako ući u zajednicu (Sutton 2001:161).

U ovom slučaju vidjeli smo jedan od mogućih primjera kako očuvati pamćenje (i znanje) tradicijskog obroka koji se (kao što je pokazano) tijekom vremena mijenjao. Ako uzmemo u obzir i povijesne podatke koje donosi Milićević Bradač, vidimo da se kombinacija namirnica u sličnim jelima/pićima kroz povijest mijenjala ovisno o prehrambenoj kulturi. Isto tako se mijenjao kontekst kada se to jelo/piće konzumiralo – svakodnevno, kao lijek, u religijskim obredima kada govorimo o grčkom *kykeónu*. Promjenu u kontekstu vidimo i u slučaju *supe*. Istarska *supa* se konzumirala kao siromašno jelo, a kasnije kao dio društvenog obreda pa sve do danas kada postaje gastro simbol regije. Komodifikacija postupaka prilikom pripremanja jela ili komodifikacija namirnica kao što to Sutton naglašava ovdje nije dovela do prekida prehrambenog pamćenja, već je stvorila mogućnost transformacije i prilagodbe sadašnjem trenutku. Vidjet ćemo kako će se vlasnici agroturizama 'uhvatiti u koštac' s prilagodbom jednog svojevrsnog obreda sada kada je kontekst promijenjen iz intimnog kruga u turistički.

4. ZAVRŠNA RAZMATRANJA

4.1.'Izmišljena tradicija'?

Povjesničar Eric Hobsbawm uvodi pojam 'izmišljena tradicija' kojim „...označava skupinu praksi ritualne ili simboličke prirode, kojima u načelu upravljaju javno ili prešutno prihvaćena pravila, a čiji je cilj ponavljanjem usaditi određene vrijednosti i norme ponašanja. Ponavljanje automatski implicira kontinuitet s prošlošću.“ (Hobsbawm 2006:139). U vremenima stalne promjene i novih postignuća kad je vidljiva ljudska potreba da se određeni dijelovi života ne mijenjaju, znanstvenici smatraju izuzetno bitnim proučavati ovu pojavu.

Na početku je potrebno razlikovati pojmove 'običaj' i 'tradicija', smatra Hobsbawm (ibid.140). Značajka pojma 'tradicija'[201] je nepromjenjivost, ističe Hobsbawm, a misli se na određene elementi kulture koji su predstavnici određene zajednice izabrali da ih predstavljaju. Za razliku od toga, nastavlja Hobsbawm, običaj je promjenjiv, prilagođava se trenutku i situaciji u kojoj se prakticira i na taj način preživljava u sadašnjosti kako bi bio prisutan i u budućnosti. „...osmišljanje tradicija (je) u biti proces formalizacije i ritualizacije koji karakterizira pozivanje na prošlost, makar kroz nametljivo ponavljanje.“ (Hobsbawm 2006:141). U etnologiji i kulturnoj antropologiji je istraživanje izmišljenih tradicija također novijeg datuma. Stoga se etnolozi svakodnevno hvataju u koštac s tom temom, na terenu, ali i u teoriji. Problemi prilikom istraživanja nastaju kada se određena izmišljena tradicija bazira na promišljanjima određene manje grupe ljudi koja nije dokumentirala taj proces. Isto je tako problematično kada je izmišljena tradicija fenomen koji se razvija kroz dulji vremenski period kao neslužbena aktivnost.

Je li ponuda jela od tartufa u turističkim seoskim domaćinstvima rezultat procesa izmišljanja tradicije? Kao što je navedeno, tartufi se počinju *loviti* pod utjecajima koji dolaze iz talijanske pokrajine Alba, a talijanski tartufari traže i pronalaze tartufe i na području središnje Istre. S obzirom da su tartufi bili skupocjeni, gotovo su se uvijek prodavali. Konzumirali su ih pripadnici višeg staleža, koji su si mogli priuštiti takav skupocjen gomolj.

Prilikom formiranja jelovnika u turističkim seoskim gospodarstvima težilo se isticanju ponude namirnica i jela koja su karakteristična, odnosno tradicionalna za pojedine krajeve. S obzirom

[201]Tu mislim i na one koje nazivamo izmišljene tradicije

da se stanovnici središnjeg dijela Istre, odnosno tzv. Zone tartufa bave i tom dodatnom djelatnošću – *lovom* na tartufe, bilo je logično da jela od tartufa budu ponuđena posjetiteljima agroturizama tog područja. Pošto se tartufi gotovo nikada nisu svakodnevno pripremali u seoskim domaćinstvima, bilo je potrebno osmisliti jela s tartufima koja bi se mogla ponuditi turistima. Rijetki kazivači napomenuli su da se tartufe znalo naribati na *fritaju* (kajganu), ali ponuda za turiste s bogatom kupovnom moći mora biti raznovrsnija. Zato se u ponudi jelovnika na agroturizmima u Istri mogu naći tartufi s domaćom tjesteninom, u kombinaciji s mesom ili ribom, a poslužuje se i sladoled od tartufa.

Vlasnici turističkih seoskih gospodarstva, pod utjecajem turizma, prilagođavaju jela s tartufima i pršutom klijenteli. Obroci koji su nekoć bili rezervirani za određene skupine ljudi (kao kod tartufa – za više slojeve; ili u slučaju pršuta – za učitelja, svećenika, goste iz grada ili radnike koji su pomagali obitelji pri kosidbi), sada se nude turistima kao tradicijsko jelo Istre. To znači da se kontekst konzumiranja namirnice/jela promijenio pod utjecajem turizma. Iako su seljaci u Istri uzgajali svinje, pršut je bio skupocjena namirnica koja je, osim kao poklon, bila sredstvo kojim su nakon prodaje seljaci plaćali porez državi. U ponudi jela od tartufa i pršuta ipak možemo vidjeti elemente izmišljanja tradicije s obzirom da se tartufi i pršut gotovo nikada nisu konzumirali, njihovom prodajom obitelj je dolazila do dodatnog izvora prihoda. Orijentacijom istarske županije na ruralni tip turizma krajem devedesetih godina 20. stoljeća, potrebno je bilo ponuditi kupcima veće kupovne moći obrok koji je bio drugačiji i ekskluzivniji. Ponudom konzumacije tartufa 'na mjestu gdje rastu' (a ne prodajom ovih cjenjenih gomolja u Italiju) te kvalitetnog domaćeg pršuta, željelo se osigurati još veći priliv novaca od turizma. Namjera je bila ponuditi sve izbirljivijim turistima mogućnost konzumacije domaće namirnice - tartufa i pršuta te na taj način istaknuti (brendirati) regiju u gastronomskom smislu. Stoga je bilo potrebno i 'izmisliti' određene obroke koji bi se mogli ponuditi turistima s visokom kupovnom moći.

Prema Hobsbawmu, uvjeti koji više pridonose želji za stvaranjem izmišljene tradicije su vremena kada je društvo u procesu transformacije, što je vidljivo u posljednjih 200 godina. Kroz povijest uvijek se nastojalo posegnuti u prošlost kako bi se opravdala neka nova, izmišljena tradicija (ibid.). Posebnost koja ima djelomičnu potvrdu u prošlosti određene

lokalne zajednice može poslužiti zajednici da se razlikuje od susjeda, odnosno članova neke druge kulturne skupine.[202]

Posebnost u ovom slučaju jest ponuda jela od tartufa koja je karakteristična za istarsko područje, što ga razlikuje od uobičajene gastronomske ponude ostalih dijelova Hrvatske. Isticanje posebnosti te obraćanje turistima s višom kupovnom moći svakako je jedan od načina da se privuče bogatija klijentela odnosno da se gastronomski brendira određena regija. Pa tako Istra postaje regija tartufa, iako tartufe možemo naći samo na jednom manjem dijelu regije.

Potrebno je istaknuti da se izmišljanje tradicije ne odnosi na situacije kada se stare tradicije mijenjaju i prilagođavaju pojedinim trenucima, posebice sadašnjem, modernom vremenu i na taj način nastavljaju svoj 'život' u sadašnjosti, ali i u budućnosti. Drugim riječima 'izmišljanje tradicije' nije potrebno tamo gdje je tradicija prisutna, iako u nešto izmijenjenom obliku (vidi Hobsbawm 2006:144). Postavlja se pitanje što je s tradicijom ispijanja *supe*. Iako se konzumirala u drugačijim uvjetima kroz povijest (kao siromašna večera do 1950-ih,1960-ih godina, u krugu prijatelja u drugoj polovini 20. stoljeća), pod utjecajem turizma promijenio se kontekst konzumacije. Običaj ispijanja *supe* prebačen je iz 'intimne sfere' gdje se pripremala i ispijala *supa* u krugu obitelji i prijatelja u ugostiteljski objekt. Iako se, kao što je pokazano, nudi i u konobama i restoranima, upravo su agroturizmi zanimljivi u smislu ponude ove istarske delicije. Vlasnici agroturizma žele ponuditi svojim gostima (a posebice se to odnosi na goste koji borave na agroturizmu) osjećaj domaće atmosfere, obiteljski ugođaj koji je inspiriran tradicijskim načinom života (izgled objekata u kojima gosti borave, jela inspirirana tradicijom, sudjelovanje u poslovima branja grožđa, okopavanja krumpira,...). U tu se '(agro)turističku priču' izvrsno uklapa obred pripreme i ispijanja *supe*. S obzirom da obred počiva na tradiciji, samo sada se odvija u drugačijem kontekstu, vidljivo je da postoje elementi za čitanje ovog obreda kroz prizmu izmišljene tradicije. Članovi obitelji te bliski prijatelji bili jedini akteri u ovom obredu stoga je zanimljivo pratiti promjenu i značenje konzumacije *supe* koju je imala na obitelj tijekom 20. stoljeća. Zaključujem da su promjene, iako zanimljive za etnologa, bile jasne i logične s obzirom na vrijeme u kojem su se dogodile.

Ističem da obred ipak nije potpuno izašao iz obiteljske sfere i prostora, odnosno i dalje se

[202]Hobsbawm navodi primjere (koje donose Lewis (1978) i Christiansen (1978)) oživljavanja tradicijske odjeće, plesova i pojedinih običaja oko 1900. godine kod bogatih engleskih farmera. Isticanjem simbola svog farmerskog, odnosnog klasnog identiteta, zapravo su se željeli razlikovati od građana, te obrtnika i radnika (Hobsbawm, 2006:144)

nastavlja u „intimi doma“, dok se s druge strane osmišljava i nova „turistička *supa*“. U današnjem načinu pripremanja i posluživanja *supe* u agroturizmima vidljiv je pomak u sferu turističke atrakcije. Svrha više nije povezivanje unutar uskog kruga ljudi već predstavljanje tradicijske delicije. Nije stoga nelogično postaviti pitanje radi li se i tu o procesu izmišljanja tradicije.

Kao što je to primijetio Drago Orlić, obred pripremanja i ispijanja supe koji se odvija unutar obitelji i dalje će biti onaj koji povezuje tu malu zajednicu. Ovaj drugi, turistički, prema mom mišljenju spada u sferu izmišljene tradicije. Zbog toga ne manje zanimljiv i važan za proučavanje, obred se suočava s problemom vezanim uz nastavak održavanja, odnosno prakticiranja. Premještanjem obreda ispijanja *supe* u javnu sferu ili bolje rečeno dodavanjem turističkog običaja ispijanja *supe* postavlja se pitanje zdravstvenih rizika, pa će biti zanimljivo promatrati kako će se prilagoditi izazovima koji se javljaju prilagodbom na novi kontekst.

Iako je procese promjene cjelokupnog konteksta proizvodnje i konzumacija pršuta i tartufa moguće prema nekim elementima promišljati kroz prizmu izmišljene tradicije, kakvu nam podastire Hobsbawm, samo smještanje pršuta i tartufa na jelovnike agroturizama diljem Istre to ipak nije.

Kao što je već i prije navedeno tradicija se mijenja, prilagođava. Ne može se zaštititi odnosno okameniti u određenom trenutku. Ona je živa, nadopunjuje se i prilagođava trenutku, odnosno sudionicima određenog trenutka i njihovim potrebama da istaknu ili zanemare pojedine elemente svoje kulture koji će ih razlikovati od pripadnika drugih kultura. Hobsbawm smatra da razlog izmišljanja tradicije leži naprosto u manjku želje za korištenjem prisutnih tradicija, a ne u činjenici da one ne postoje, da se nisu prilagodile vremenu i promijenjenom kontekstu u kojem se prakticiraju (ibid).

U slučaju tartufa je to jasno vidljivo; iako se odabrana tradicijska prehrana koja je svoje uporište imala u nekadašnjoj seoskoj svakodnevnoj prehrani prilagodila turističkom jelovniku, vlasnici seoskih gospodarstava uvode tartuf kao potpuno novo jelo. Što se tiče pršuta, kao što je pokazano – stanovnici ruralne Istre uzgajali su svinje i (između ostaloga) sušili su pršut.

Zbog svoje skupocjenosti se poklanjao liječniku, učitelju ili prodavao da se namiri godišnji porez. Rezao se i nudio gostima koji su dolazili iz grada ili su dolazili kao ispomoć u vrijeme košenja. Danas se nalazi na jelovnicima agroturizama najčešće kao predjelo ili dio pojedinih umaka. *Supa,* jedino od ova tri jela/namirnice, bila je dio svakodnevice, odnosno povremeno se konzumirala (nekoliko puta mjesečno). Sada se vještina

pripremanja premješta u drugi kontekst i postaje zanimljiv turistički proizvod. S druge strane ipak ostaje i dio intime domaćina kada se priprema za obitelj i društvo.

Pitanje koje Hobsbawm postavlja jest: zašto je istraživanje izmišljenih tradicija važno? Jedan od mogućih odgovora jest da se putem istraživanja izmišljenih tradicija može promatrati odnos ljudi prema prošlosti. Upravo se prošlost najčešće koristi kao poveznica među članovima grupe koja izmišlja tradiciju, ali i kao opravdanje za stvaranje nove tradicije (ibid. 148). Etnolozi u proučavanju izmišljenih tradicija vide mogućnost promatranja, bilježenja i analize tog fenomena koji je duboko upleten u same početke etnologije, koja kao znanost nastaje upravo u, 19. stoljeću. Tada se, uz poticanje nacionalne povezanosti grupe ljudi koja živi na većem teritoriju nego što je to župa ili regija, javlja zanimanje za život i kulturu seoskog stanovništva,[203] pa samim time se raspravlja o tradicijskoj odjeći, tradicijskom plesu, godišnjim običajima koji su u to vrijeme na udaru modernizacije i neminovno se mijenjaju. Upravo zbog prilagođavanja novom vremenu, ali i činjenici da se kultura stanovnika novonastalih država uvelike promijenila, posegnulo se za izmišljanjem novih tradicija kako bi se opravdala tadašnja politika.

Smatram da je izuzetno važno zabilježiti promjenu konteksta u prehrambenoj tradiciji Istre koja se događa jačanjem ruralnog turizma u unutrašnjosti Istre. Masovni turizam nepovratno promijenio izgled obale, ali i način života ljudi.[204] U ruralnom turizmu posjetiteljima je osim mora i sunca zanimljiva i kulturna ponuda prostora kojeg posjećuju. Zanima ih lokalna gastronomija, prirodna i kulturna bogatstva, muzeji, materijalna i nematerijalna kultura.

S obzirom na to, promjene u načinu života, te prehrani koju vlasnici agroturizama nude turistima, ali i koju sami pripremaju kod kuće prisutni su ali se ne događaju velikom brzinom. „… u današnje vrijeme (se) javljaju i procesi novog izumljivanja tradicije...koji se ponekad zbivaju osviješteno, a još češće manje svjesno. Možda je to najviše vidljivo na primjeru tartufa. Naglašavanje važnosti tartufa u istarskoj gastronomiji vjerojatno će za koje desetljeće rezultirati rečenicama u kojima će se prikazivati kao stara istarska tradicija, premda tartufi nisu tradicionalno jeli u Istri, već je njihova popularnost rezultat inicijative talijanskih poduzetnika između dva rata.“ (Nikočević 2008a:3-4). I ne samo to. Osim što jela s tartufima postaju dio ponude tradicijskih jela u gastronomskoj ponudi Istre, oni ulaze i u regionalne kuharice, jelovnike u privatnoj i javnoj sferi. Ne manje zanimljiv proces prilagodbe i

[203]Više o tome u Čapo Žmegač, 1994.

[204] Kao što je to pokazala Ivona Orlić istražujući turizam u Poreču (vidi Orlić 2013)

promjene konteksta vezan uz pršut ili *supu*. Stoga je bitno promatrati i analizirati proces u kojem je navedene namirnice/jela postaju gastronomski simboli Istre.

4.2.Koncept *terroira* ili 'okus prostora'

U tekstu je već bilo riječi o tome kako je hrana usko povezana za prostor. U ovom poglavlju će se pokušati taj koncept više pojasniti. Povezanost prehrane i mjesta odnosno prostora gdje se namirnica uzgaja, prerađuje i servira, u svjetlu tradicijskog znanja i prenošenja tog znanja s generacije na generaciju, možemo promatrati kroz koncept *terroira*. Kao što Melanija Belaj ističe, riječ *terroir* u etnologiji, kulturnoj antropologiji, enologiji i turizmu mijenja značenje ovisno o kontekstu u kojem se upotrebljava. Tijekom vremena značenje pojma se mijenja i poprima mnoga značenja poput političkog, ekskluzivnog i sl. (Belaj 2011:151). U doslovnom smislu riječ *terroir* dolazi iz francuskog jezika u kojem označava tlo, zemlju, rodni kraj. Odnosi se i na uvijete okoline, posebno tlo i klimu u kojoj raste vinova loza zbog kojih vino ima unikatnu aromu i okus.[205] Često možemo naći i pojam *goût du terroir* što bi označavalo 'okus' zemlje.[206] Unutar francuske kulture *terroir* od pojma prelazi u koncept, odnosno u kulturu proizvodnje vina, gdje se pojam odnosi na njegovanje određene vrste vina u posebnim uvjetima. Pa, ako govorimo o vinu i vinarstvu, onda tzv. vinski *terroir* označava zemljopisna i klimatološka svojstva određenog kraja iz kojeg vino potječe, a manifestiraju se u specifičnom okusu tog vina. U hrvatskom jeziku je pojam ostao u svom izvornom obliku i njime se opisuje prostor, pedološke, klimatske osobine koje utječu na okus vina. Osim toga koristi se za popularizaciju određenih vina na internetskim stranicama kada se pojam odnosi na notu okusa preko kojeg se može osjetiti utjecaj tla (Belaj 2011:152).[207]

Širenje značenja pojma *terroir* nalazimo u radovima koji se bave pitanjima izvornosti i zemljopisnog podrijetla prehrambenih proizvoda. Potrošnja i proizvodnja hrane važni su činitelji u izgradnji i izražavanju osobnih i kolektivnih identiteta. To je posljedica europske poljoprivredne politike i jačanja globalizacijskih procesa koji se odvijaju osamdesetih i devedesetih godina 20. stoljeća. Želja za isticanjem raznolikosti, jedinstvenosti i raznolikosti očituje se u drugačijoj vrsti proizvodnje i potrošnje hrane u smislu slow food pokreta i lokalnoj poljoprivrednoj proizvodnji. Takvi proizvodi su lokalnog porijekla, znači vezani su

[205]http://www.dictionary.com/browse/terroir
[206]http://www.merriam-webster.com/dictionary/go%C3%BBt%20de%20terroir
[207]više o vinskom terroiru vidi u Belaj, 2011

za određeni prostor, ali u njihovo nastajanje ugrađena su znanja, vještine i kultura lokalne zajednice. Zbog toga se i stvara potreba za isticanjem takvih proizvoda odnosno želja za drugačijim označavanjem u smislu isticanja izvornosti. Francuska takav zakon o zaštiti mjesta i izvornosti donosi još 1919. g., a od osamdesetih godina 20. stoljeća taj se certifikat dodjeljuje i na poljoprivredne proizvode, a ne samo vina. Prema uzoru na Francusku na razini Europske unije devedesetih godina 20. stoljeća se donose zakoni o izvornosti, zemljopisnom porijeklu i tradicionalnom ugledu (ibid 155).

Razvitak koncepta *terroira* u kulturnoantropološkim radovima u Francuskoj, Norveškoj i Velikoj Britaniji posebno je zanimljiv prema mišljenju Melanije Belaj jer se inzistira na povezivanju mjesta gdje je proizvod nastao s njegovom kvalitetom. Ona ističe da jedino u Francuskoj, za sada, postoji i formalna podloga za razvoj tog koncepta, odnosno da je podržana na lokalnoj i regionalnoj razini. Stoga je oznaka izvornosti povezana uz ime regije ili mjesta koji garantiraju da je taj proizvod proizveden upravo tamo gdje je uzgojen i da su korištena lokalna znanja i vještine u pripremi (ibid 156,157). I upravo tu vidimo kako se značenje koncepta proširilo i označava ne samo mjesto i okoliš koji utječu na kvalitetu proizvoda, već i znanja koja se koriste prilikom uzgajanja i pripremanja. Osim toga, značenje se proširilo s vina i na bilo koji drugi poljoprivredno-prehrambeni proizvod. Još jednu stvar ne smijemo zaboraviti, a to je pamćenje i prenošenje znanja na nove generacije koje se događa prilikom pripremanja takvih domaćih proizvoda (ibid 157,158). S obzirom da se na jelovnicima u agroturizmima u Istri ističe regionalno porijeklo namirnice/obroka (istarski pršut, tartufi, *supa*), možemo reći da se ovdje radi o svojevrsnom isticanju *terroira*.

Sintagmu 'turističkog *terroira'* koriste Michael Hall, Richard Mitchel i Liz Sharples (2003) koji smatraju da se u percepciji suvremenog turista mjesto doslovno konzumira, pa se tako pomoću te sintagme može označiti posebnost neke regije u kulturnom i zemljopisnom smislu, a povezani su s gastronomskom ponudom.

'Turistički *terroir'* bi označavao "jedinstveni okus neke regije" misleći se na osobitost hrane i pića koje su pripremljene upravo u tom određenom mjestu, ali i na podneblje, znanje uzgoja, pripreme određene namirnice ili pića (Belaj 2011: 159).

Kao što je već ranije navedeno, putem koncepta gustemologije (Sutton 2010:12) moguće je promatrati osjetilni aspekt hrane kao dio konstrukcije osjeta mjesta. Na tom principu istražuje, kao što to navodi Sutton (ibid 216) antropologinja Amy Trubek. Ona povezuje koncept

terroira s okusom i *terroir* promatra kao 'okus prostora'. U Francuskoj se, kako Trubek navodi, smatra da hrana i piće proizvedena na određenom području ima unikatni okus. Tako nastaju kategorije *terroira* i *gout de terroira* koje uokviruju i objašnjavaju praktičan, osjetilni ili običajni odnos sa zemljom. Ta se veza smatra neophodnom i bezvremenskom kao što je i sama zemlja (Trubek 2008:18). Trubek je mišljenja da 'okus prostora' (*taste of the place*) ne potječe od tla već započinje procesom početkom 20. stoljeća u Francuskoj, kada se grupa ljudi organizirala oko naturalizirane interpretacije okusa jer su uvidjeli potencijalne dobrobiti od takvog pogleda na svijet kroz prizmu hrane (*foodview*), podržavajući seoski način života. Francuski novinari, pisci knjiga o kuhanju, chefovi, a to znači oni koji postavljaju standarde što je prihvatljivo u prehrani te proizvođači sira, vina, pekari, kuhari/ce, a to znači oni koji 'proizvode' okus, utjecali su na činjenicu kako ljudi kušaju hranu i vino. Željeli su sačuvati znanje o tradicijskom načinu proizvodnje i konzumacije hrane (ibid 22) upravo radi povezanosti mjesta (tla) i okusa.

'Okus prostora', naglašava Trubek, presijeca se s idejom autentičnosti (ibid 43). Okus/ukus je u Francuskoj jedan oblik lokalnog znanja. Prije spomenuti gastronomi s početka 20. stoljeća su uspjeli povezati prostor s okusom i 'natjerati' lokalnu i regionalnu vlast da podignu vrijednost lokalne hrane i pića na viši nivo. Danas su takvi lokalni proizvodi najviše kvalitete, što znači da su Francuzi voljni platiti višu cijenu za njih. Isto tako, ako su proizvodi nastali u maloj lokalnoj radnji, prema domaćim receptima i znanjima, više su cijenjeni od ostalih. Na taj način se koncept *terroira* koristi kao garancija ili indikacija kvalitete okusa (ibid 44). Na tom principu djeluju agroturizmi u Istri, ali i sve više malih obrta koji se bave tradicijskom proizvodnjom domaćih/lokalnih prehrambenih proizvoda poput sira, čokolade i slično. Obiteljska poljoprivredna gospodarstva su povezana, pa je moguće da se na pojedinim agroturizmima mogu kupiti proizvodi koji se pripremaju na susjednim gospodarstvima poput domaće marmelade, sira ili vina. Iako nije razrađena mreža proizvođača lokalnih proizvoda te povezanost i poticaji od strane lokalnih/regionalnih vlasti kao u Francuskoj, sve se više teži ići u tom smjeru. Na taj način će se privući i veći broj turista koji će posjetiti Istru upravo radi zanimljive, jedinstvene, domaće ponude lokalnih/regionalnih specijaliteta.

Terroir je u Francuskoj često povezan s osobnom poviješću vezanom uz određeno mjesto. Upravo je lokalni okus, *goût du terroir* prizvan iz sjećanja kada se pojedinac želi prisjetiti doživljaja, kada želi objasniti sjećanje ili izraziti osjećaj identiteta. Okus u Francuskoj posreduje između tijela i kulture, okusni trenuci objedinjuju vjerovanje ljudi da upravo tlo,

klimatski uvjeti, životinje, čine Francusku jedinstvenim mjestom na Zemlji.[208] I upravo je trenutak kada 'zemlja' putuje prema ustima, trenutak kada se računa da je osoba povezana s lokalnim pamćenjem i identitetom (ibid 51). Kušajući i konzumirajući lokalnu hranu i piće Francuzi se povezuju s prošlošću te na taj način traje konstrukcija kolektivnog prikaza prošlosti kroz hranu. Trubek navodi da je 2000. g. u razgovoru s vlasnicima male knjižare koja tiska knjige koje su povezane s regijom Dordogne došla do podatka da je u zadnjih tridesetak godina pojačan naglasak na konceptu *terroira,* te da je to prvenstveno jedan oblik nostalgije. Ljudi su u potrazi za svojim korijenima kao odgovor na užurbani život današnjice. Tek je u zadnjih petnaestak godina gradsko stanovništvo počelo prihvaćati *cuisine du terroir*. Ranije je takva hrana smatrana jednostavnom, seoskom, masnom i bezličnom koja nije bila zanimljiva kozmopolitskim Francuzima (ibid 52). Trubek smatra da je ovostoljetno shvaćanje 'okusa mjesta' (*taste of the place*) usvaja dugoročni pogled da 'mjesto' u Francuskoj stvara jedinstvene arome i okuse. Slaveći okuse sada se odbacuju zamke moderniteta i slavi se povratak nekadašnjem načinu života. Trubek naglašava da pojmom *goût du terroir* se danas opisuju aspekti francuskog identiteta koji je definiran izrazito lokalno. Isto tako, dio je nacionalnog projekta očuvanja i promocije poljoprivredne prošlosti. „Proizvodnja lokalnosti“ (*production of locality*) putem okusa pomaže oformiti značaj Francuske u vremenu globalnog protoka ideja, namirnica i vrijednosti koji oblikuju naše okuse jela i pića. *Terroir* je prema mišljenju Amy Trubek zapravo ključ za francusku kuhinju (ibid 53).

Vrlo sličnu situaciju opisala sam u dosadašnjim primjerima s terena. Proces 'proizvodnje lokalnosti' o kojem govori Trubek je uvelike prisutan na agroturizmima u Istri pod utjecajem regionalne turističke politike. Ugledajući se na zemlje kao što su Italija u smislu organizacije agroturizma u Istri te Francuske u smislu povezivanja ideje 'okusa mjesta' i delicija inspiriranih tradicijom koji se ističu kao perjanica istarske gastronomije, vidljivo je u kojem smjeru se želi ići gledajući perspektivu istarske turističke politike. Tradicija, okus, prostor, lokalno znanje pripreme obroka, turistička ponuda namirnica i jela povezani su na jednom mjestu – u istarskim agroturizmima. Kao što sam već pokazala u tekstu, obroci se formiraju na osnovu tradicijskih recepata koji su karakteristični za pojedinu mirko regiju. Neki od njih su se prenosili s koljena na koljeno. Prilagođeni su za turističke jelovnike i time povezuju pamćenje i prehranu, prostor na kojem su namirnice uzgojene i lokalno znanje ljudi koji su ih pripremali.

[208]Ovdje se misli upravo na mjesto, a ne na državu omeđenu granicama

Cuisine du terroir u Istri prvenstveno se nudi turistima bili oni domaći ili strani s prizvukom nostalgije. Domaći turisti prizivaju u sjećanje okuse djetinjstva, a strani turisti 'kušaju prostor' u kojem borave. Povezivanje prostora, okusa i pamćenja dobar je smjer u kojem bi trebala ići turistička politika Istre povezujući poljoprivredu, turizam i bogatu tradiciju ovog prostora u zanimljiv turistički proizvod. Takav proizvod uvažava i promovira tradiciju lokalne zajednice jer su pripadnici zajednice uključeni u stvaranje tog proizvoda. Na taj način će se osigurati prenošenje tradicijskog znanja, zaposlenje lokalnog stanovništva i turistička promocija mjesta/regije.

4.3.Simboli tradicijske kulture

U želji da stavimu kontekst fenomen 'okus prostora' smatram da je potrebno je razjasniti zašto se određeni elementi tradicijske kulture ističu kao simboli, što oni znače za pripadnike lokalne kulture te koji su to (gastronomski) simboli današnje Istre?

Hrana koju su kazivači s kojima je razgovarala etnologinja Ivona Orlić naveli kao autohtonu i koju bi ponudili turistima jest: *maneštra*, „pravi istarski pršut“, *fuži*, njoki, *pasutice, pljukanci*, riba, bakalar. To su namirnice i jela koje su istakli pripadnici najstarije generacije kazivača rođenih od 1920. do 1935. godine (Orlić 2013:27,28). Srednja generacija, rođena od 1944. do 1955. godine uz navedeno dodaje još *kapuz* (kupus), *žlomprt* (zarebnjak), šparoge, palentu sa *šugom* (umakom) od kokoši, kobasice, prežganu juhu, brodet, repu. Najmlađa generacija rođena 1970. do 1991. godine ističe pršut, ulje i tartufe. Većina kazivača najmlađe generacije ističe upravo delicije koje već jesu turistički valorizirane i nude se turistima kao gastronomski specijaliteti iz Istre. Kazivači srednje generacije ističu da su upravo pršut i tartufi ujedno i najveća zabluda koju lokalno stanovništvo nudi turistima kao autentičnu istarsku prehranu (Orlić 2013:195,196). Kazivači ostavljaju otvoreno pitanje vezano uz kvalitetu pršuta ako „ni zgojen prasac po domaću“ (Orlić 2013:196), naglašavajući da za takav pršut ne mogu imati garancije da nije primjerice kupljen u Trstu. Kazivači najstarije generacije ne spominju pršut kao autentično i turistički zanimljivu hranu jer pršut nije bio dio njihove svakodnevne prehrane, što je ranije u tekstu i navedeno. Zanimljivo je da se već između srednje i nove generacije značenje pršuta i tartufa mijenja. Najmlađa je generacija prihvatila činjenicu da su navedene namirnice dio gastro turističkih simbola regije.

„…proizvođenje znakova i davanje značenja i smisla svemu što jest u ljudskom svijetu, temeljna je i iskonska njegova funkcija, bez koje ne bi bilo moguće ni kulturno-duhovno stvaralaštvo i tvorevine, ni opstanak čovjeka uopće.“ (Skledar 1991:9). Značenje i smisao simbola bitno je kompleksnije nego sami znakovi (simboli), a osnovni smisao jest komunikacija i međusobno razumijevanje pripadnika pojedinih zajednica. Simboli su osnovni dio kulturnog identiteta. (ibid. 9,13)

"Politika se u znatnoj mjeri događa kao ovladavanje simbolima i njihova konfrontacija. Na taj način mišljeni, simboli prerastaju u sredstvo postizanja moći...simbolima se komunicira, govori šuteći...stoga je bavljenje simbolima izazovno, iako nas apriorno stavlja pred činjenicu kako ih, zbog neprestane mijene značenja i odnosa nije moguće misaono do kraja obujmiti" (Blagonić 2000:30). Upravo se određeni se elementi tradicijske kulture svojim nestankom počinju smatrati simbolima te iste kulture, mišljenja je etnolog Sandi Blagonić (ibid.:35), bila ona lokalna, regionalna ili nacionalna. Ti simboli su promjenjivi kao i identitet koji predstavljaju. Oni nastaju kao svjesni odabir pripadnika određene zajednice, u specifičnom trenutku, a nadovezuju se na tradiciju i povijest te tako često bivaju dio izmišljene tradicije.

Jedna od uspješnijih izložbi Etnografskog muzeja Istre bila je „Od *ordenja* do simbola identiteta“. Autori su tom izložbom promatrali simbole istarskog identiteta kroz prizmu suvenirske prodaje (vidi Nikočević, *et. al.* 2000). Primijetili su pojavu istarskog goveda, tzv. boškarina, i koze (posebice početkom 90-ih godina – u vrijeme jačanja nacionalne i regionalne svijesti). Isto tako i elemenata materijalne tradicijske kulture kao što je *kažun*[209] (pojavljuje se u raznim oblicima od privjesaka za ključeve do javnog WC-a), tradicijskog glazbala *sopela* (koje su manje prisutne u istarskoj prošlosti nego *mih* (vidi Marušić 1995)); *bukalete* (Blagonić 2000:31-36). Potrebno je istaknuti da navedeni simboli istarskog identiteta koji se koriste u suvenirskoj proizvodnji nisu isključivo specifični za Istru, odnosno da nisu dio istarske tradicije 'od pamtivijeka'. Vidljivo je da su značajni elementi tradicije koji predstavljaju regionalni Identitet Istre. Identitet stanovnika koji žive na određenom području, pa onda i simboli koje oni izabiru kao značajne elemente svoje prošlosti mijenjaju se i prilagođavaju trenutku.

„Tako uobličena povijest najčešće postaje sredstvo koje se troši u

[209]Potrebno je istaknuti da takve karakteristične građevine koje su služile pastirima kao zaklon od sunca ili kiše nisu specifičnost Istre već su prisutne na području Mediterana, pa sve do Skandinavije, a javljaju se još u neolitsko doba.

kolopletu istarske sadašnjosti, svojom podatnošću zadovoljavajući kontekst govorenja o „Istri“ i „istarskom““ (Blagonić 2000:36).

Etnologinja Lidija Nikočević posebice naglašava da svaka generacija nanovo bira i ističe svoje simbole identiteta i „…konstruira pojam i značenje „baštine“. Osobito je važno naglasiti da to često čine društvene elite, pa tako i mnogi etnolozi. Stoga je dosta široko primjenjiva definicija Barbare Kirshenblatt, prema kojoj je baština „novi način kulturne produkcije u sadašnjosti, nečega što ima svoje izvorište u prošlosti“ (Nikočević 2000:4).

"Iako je jasno da se etnički identitet iskazuje samo običajima ili kulturom, polazim od toga da je velik broj simbola identiteta smješten u narodnoj kulturi. Povijest otkrića narodne kulture u isto je vrijeme povijest lociranja simbola nacionalnog identiteta u narodnu kulturu" (Rihtman-Auguštin 1991:80). Kakvo značenje danas imaju simboli narodne (tradicijske) kulture, odnosno folklorni simboli? Kako su se mijenjali i prilagođavali od polovice 20. stoljeća koju najčešće prikazuju? Možemo postaviti pitanje jesu li ti folklorni simboli istinskog ili lažnog identiteta? Teorija o folkloru[210] govori da je folklor izraz narodne kulture koji funkcionira u svom izvornom kontekstu. S druge strane folklorizam bi bilo prenošenje izvornog folklora izvan konteksta (na scenu, u industriju zabave, turizma, politike). Često moglo čuti mišljenje da je folklorizam prema tome negativna kulturna pojava, odnosno da je folklorizam lažni identitet (ibid.82). Nisu svi tog mišljenja. Tako rimjerice folklorist Herman Bausinger smatra da pojam folklorizam ne treba gledati u isključivo negativnom svjetlu, već kao drugu egzistenciju folklora (ibid.80,81). Pogotovo je to mišljenje relevantno danas kada folklor i folklorizam paralelno egzistiraju. Utjecaj medija značajan je za proces isticanja elementa tradicijske kulture. Lokalna zajednica time o vrijednostima tih elementa dobiva i potvrdu 'izvana'[211] (ibid.81).

Dunja Rihtman Auguštin (1991:82) ističe i mišljenje talijanskog antropologa Vittoria Lanternaria koji promatra folklor kao „zbir tradicija predgrađanskog porijekla“. Isto tako ga

[210]Iako je još 1846. godine William Thoms u časopisu „The Athenaeum“ predložio pojam 'Folklore' za sve ono što mi u Engleskoj određujemo kao narodne starine (Popular Antiquities) ili narodnu književnost (Popular Literature) (Lozica, 1979:36), još je uvijek nejasno koji je sve opseg pojma folklor. Pod pojmom folklor Thoms obuhvaća „narodno znanje“, odnosno navike, običaje, obrede, vjerovanja, balade, poslovice itd. iz starih vremena (ibid). Maja Bošković-Stulli navodi da se okvir pojma folklor proširio te da obuhvaća i materijalnu i duhovnu kulturu neobrazovanih („nižih“) narodnih slojeva u urbaniziranim kulturama (Bošković-Stulli, 1973:155 prema Lozica, 1979:37), ali isto tako mu se s druge strane okvir suzio na područje usmene književnosti. Danas nam je jasno da folklor (promatramo li ga u širem ili u užem smislu) pripada svim kulturama, klasama, vremenima (ibid., 40). Doseg pojma folklor i njegovo područje istraživanja znatno je proširen, jer terminom folklor možemo obuhvatiti gotovo svako područje duhovne ili materijalne kulture ljudi (Lozica, 1979:379).

[211]Više o paralelnoj egzistenciji folklora i folklorizma u Povrzanović 1988,1989.

zanima zašto je toliko simbola onda uključeno u suvremenu građansku kulturu. Lanternari donosi pretpostavlja da se tu radilo o povratku predgrađanskim modelima funkcioniranja iz protesta. Prema njegovu mišljenju folklorni simboli se prihvaćaju radi toga što se ne želi prihvatiti institucionalizirani modeli kulture. Drugi razlog prihvaćanja folklornih simbola Lanternari vidi u razlogu povratka magijsko-vjerskim i prvobitno kršćanskim tradicijama. Treće moguće objašnjenje prema autoru je u potrošačkom revivalu folklora. Još jedan razlog upotrebe folklornih simbola predgrađanskog društva u današnjem, modernom svijetu može biti i u procesu jačanja kulturnog identiteta određenih grupa ili diskriminiranih etničkih manjina. Folklorni simboli identiteta mogu biti okrenuti prema prošlosti, odnosno izraz želje da se na neki način 'zaustavi' proces promjene i prilagodbe kulture 'današnjem trenutku'. Isto tako, folklorni simboli mogu biti izraz kreativnog načina funkcioniranja pučke kulture i tako okrenuti prema budućnosti (Rihtman-Auguštin 1991:82). Ono što je bitno naglasiti, da su simboli identiteta određene kulture više ili manje povezani s politikom i kao takvi se često znaju koristiti da bi se istakle određene političke ideje (ibid.83). S druge strane jedna od odlika potrošačkog modernog društva je i, kako to navodi etnloginja Dunja Rihtman –Auguštin, oživljavanje folklora i identifikacija s takvim folklorom (ibid.85).

„...neka je pojava ključni simbol date kulture ako je njezini pripadnici smatraju važnom, ako prema njoj nisu ravnodušni, nego imaju pozitivan ili negativan stav, ako se pojavljuje u mnogim različitim kontekstima, ako su elaborirani njezini detalji, te ako s njom u vezi postoje restrikcije, ne samo u smislu sankcija, nego i u smislu niza pravila.“ (Povrzanović 1991:117-118).

Imajući to na umu potrebno se vratiti, nakon svega navedenog, na tartufe, pršut i *supu* kao simbole gastronomskog identiteta Istre.

Tartuf nije tradicionalno jelo. To je utjecaj Italije. Kod nas se tartuf vadi samo četiri godine nakon Albe, gdje već tada postoji sajam i počinju mu rasti cijene. (Marijan Maurović)

U tradiciji se pršut nije jeo svaki dan. To je kad je neko došao jer butige nije bilo. (Libero Sinković)

Supu naručuju oni koji znaju ča je supa. To su većinom domaći gosti, a stranaca je jako malo. (Mario Tikel)

Važno je obratiti pažnju na to gdje se tartufi, pršut i *supa* jedu. Ako promatramo turistička seoska gospodarstva kao mjesta koja svojim unutarnjim i vanjskim uređenjem ističu, kako to etnologinja Anna Burstedt naziva, prostorno određeni identitet (*place-bound identity*) potrebno je naglasiti da će onda navedene namirnice/jela dobiti veće simboličko značenje. Prostorno određeni identitet turističkih seoskih gospodarstava određen je različitim elementima tradicijske kulture koji se nalaze kao ukrasi u unutrašnjosti objekata. Tako dijelovi pluga, tradicijska keramika svojim izdvajanjem postaju simboli istarskog identiteta, i koji turistu, posjetitelju, konzumentu tog prostora poručuju svoju simboliku. Način pripreme i konzumacija jela od tartufa, pršuta ili *supe* će u takvim prostorima turističkog seoskog gospodarstva, konobe ili restorana imati također izrazitu simboličku funkciju. Navedene namirnice/jela će bez obzira na očitu jednoličnost i uniformnost prikazivanja kulture, na neki način, 'predstavljati' kulturu u kojoj se turist nalazi. Odnosno, odražavat će regionalno pripadanje. Možemo reći da se u tim prostorima komunicira materijalna i nematerijalna kultuae između pripadnika lokalne kulture i turista (Burstedt 2002a:116). Jasno je da turisti dobivaju zapravo samo određene informacije o kulturi u kojoj borave. Boraveći na turističkom seoskom gospodarstvu, kušajući hranu u konobama, restoranima, ali i na festivalima hrane, dobit će limitirajući, a ponekad i jednoličan prikaz kulture u kojoj kratko borave. Sudjelujući u aktivnostima na agroturizmu ili radionicama na lokalnim feštama, turisti će ipak imati mogućnost izravnog sudjelovanja u tradicijskoj kulturi i time promijeniti svoju ulogu od promatrača (turista) prema sudioniku (gostu) te će biti aktivni sudionik u stvaranju zanimljivog kulturnog proizvoda.

Simboli identiteta su 'jači' ako se konzumiraju od strane pripadnika druge kulture (turista) na prostoru, u ovom slučaju u turističkom seoskom gospodarstvu, u kombinaciji s ostalim simbolima identiteta. „Biti u (restoranu) znači sudjelovati u simboličkom i metaforičkom prikazu porijekla namirnica i unutrašnjeg uređenja tog mjesta.“ (Burstedt 2002a:118). To znači da sko se priprema regionalni specijalitet na prostoru ili mjestu koji nije povezan s geografskim porijeklom jela, ne uvažavajući *terroir*, dobit ćemo potpuno drugačiji doživljaj tog jela. Ako se pak *supa*, pršut ili tartufi pripremaju i konzumiraju u ugostiteljskim objektima koji još i žele naglasiti i svoj regionalni identitet, jasno je da će i turisti u toj komunikaciji 'dobiti poruku' svojih domaćina da su ponuđena jela gastronomski simboli Istre.

Možemo se upitati zašto onda primjerice *maneštra* kao svakodnevno tradicijsko jelo nije postala na taj način izraženi gastronomski simbol. Kao i u odabiru ostalih elemenata tradicije koji će poslužiti kao simboli identiteta, odabir *supe*, pršuta i tartufa bio je usko povezan s turističkom politikom regije, odnosno vizijom vodećih ljudi u turizmu (politici) kojem tipu turista bi se Istra trebala približiti. S obzirom na skupocjenost pršuta, a posebice bijelog tartufa, jasno je koje turiste Istra želi vidjeti kao svoje posjetitelje.

Maneštra, kao obrok ne može imati visoku cijenu, stoga nije pogodna da postane gastro simbol regije. To ne znači da nije u ponudi na agroturizmima kao toplo predjelo. Ali nije dovoljno vizualno atraktivna niti skupocjena da bi se isticala kao gastronomski simbol.

Fotografija 40 - *maneštra*, fotografkinja: Maja Danica Pečanić

Potrebno je na kraju ponovno istaknuti neke činjenice. Tradicijska prehrana stanovnika na selu bila iznimno siromašna, a *supa* konzumirala kao neka vrsta siromašne večere u ½ 20. stoljeća. I *supa* s vremenom (do kraja 20. stoljeća) prelazi u sferu bogatijih konzumenata ove tradicijske delicije. I tartufi i pršut konzumirali su češće pripadnici bogatijeg sloja

stanovništva, iako je seosko stanovništvo *lovilo* tartufe i pripremalo pršut. Tartufi i pršut bi se prodavali s obzirom na svoju vrijednost. Sporadični podaci s terena, prema kojima su se tartufi znali koristiti i u svakodnevnoj prehrani, dobiveni su od pojedinih tartufara koji su naglašavali da su se tartufi mogli pripremati na *fritaju* (kajgana) ili uz *paštu* (tjestenina).

Nekad su ljudi jili za marendu tartufe, kad nisu imali drugo. Danas je to specijalitet. (Mario Tikel)

Isto tako se pršut znao narezati za goste iz grada, težake koji su došli pomoći obitelji prilikom košnje ili ako je netko u obitelji bio bolestan, pa mu je trebao obrok s više kalorija.

Naprosto, tartufi nisu domaća hrana. Isto kao što se i najbolje sorte vina nisu pile doma, nego su se isključivo prodavale. Još u doba Jugoslavije, po mnogim će selima, pogotovo u sjevernom dijelu reći da su dolazili veliki otkupljivači vina, pogotovo iz Slovenije i u naprijed se dogovorilo, kao teran ide u ovu bačvu. To će doći Slovenci otkupiti, koji su došli s velikom cisternom, stavili cijev u bačvu i posrkali, platili i pošli dalje. A ti si za sebe imao od onih ostalih miješanih sorti crno vino lošije kvalitete. (Davor Šišović)

Tartufi nisu bili uvršteni u tradicijske kuharice ovog kraja sve do kraja 90-tih godina 20. stoljeća iako se i *love* u Istri još od početka tridesetih godina 20. stoljeća, „Možda su razlozi nebilježenja tartufarstva u Istri bili, između ostaloga, tajnost lova i prodaje“ (Kalapoš, 1998/1999:103). Ovu pretpostavku potvrđuju podaci s terena. I danas je *lov* na tartuf oblik dodatne zarade koji nije nigdje službeno zabilježen. Bijeli tartufi su se od početka njihovog organiziranog sakupljanja u Istri gotovo uvijek prodavali i nisu bili dijelom tradicionalnog obroka seoskog stanovništva. Političari te turistički radnici i ugostitelji uočili su njegovu vrijednost zbog njegove ekskluzivnosti i cijenjenosti u svijetu. Ista situacija je bila s pršutom koji se može ponuditi gostima veće kupovne moći jer osim izvorne recepture ima oznaku geografskog porijekla i ostale certifikate koji su neophodni za plasman na europskom tržištu.

U želji za promocijom Istre kao zanimljivog turističkog odredišta, koje ne nudi samo sunce i more, nego i druge sadržaje, bilo je potrebno stvoriti opipljive simbole koji će omogućiti

lakšu prepoznatljivost specifičnosti ove regije. Hoće li se već u skoroj budućnosti potpuno zamagliti činjenica da bijeli tartufi nisu bili dio svakodnevnog tradicijskog obroka do pred kraj 20. stoljeća? S obzirom da se danas tartufi predstavljaju (ali i bezrezervno prihvaćaju) kao dio ponude tradicijske prehrane Istre na turističkim seljačkim domaćinstvima, konobama i restoranima u Istri, vrlo je lako moguće da će takva promjena gastronomskih navika stanovnika Istre utjecati na prihvaćanje tartufa kao gastronomskog simbola regije i od strane njenih stanovnika, a ne samo od strane turista, političara i tvoraca turističke politike Istre. S druge strane pršut, čija je priprema karakteristična za cijelu regiju i *supa*, odnosno „istarska supa“ kako često stoji u jelovnicima turističkih seoskih gospodarstava, gube svoje određene tradicijske karakteristike u procesu pripremanja zbog brojnih propisa koji se nameću (posebice vezano uz higijenu) od strane EU. U svim navedenim slučajevima pod utjecajem turizma dolazi do promjena. Bilo da se radi o procesu 'izmišljanja tradicije' ili prilagodbama koje vode zaboravu pojedinih znanja prilikom pripreme određenih namirnica.

ZAKLJUČAK

U ovom radu promišlja se transformacija konteksta određenih namirnica odnosno jela, točnije - tartufa, pršuta i *supe* nakon što postaju dijelom jelovnika istarskih agroturizama. Praćenjem promjena koje prolaze tartufi, pršut i *supa* od svakodnevnog obroka do važnog mjesta na turističkom jelovniku analizira se proces komodifikacije nostalgije u okviru odnosa prehrane i pamćenja.

Hrana je zanimljiva radi osnovne mogućnosti da približi mnoge važne aspekte života uključujući osjete, pamćenje, tradiciju, svakodnevne prakse i navike, profesionalne vještine, vezu između moći, birokracije i tržišta kao pokretačku snagu globaliziranih društava (Grasseni 2011:12). Hrvatska etnologija i kulturna antropologija nisu se dosljedno bavile temom prehrane po uzoru na europske etnologije gdje se prehrana proučava sustavno još od 1960-tih.[212] Tek se unazad tridesetak godina pojavljuju prehrambene prakse i kultura prehrane kao istraživačka tema, a tek posljednjih petnaestak godina se istraživanje prehrane formira kao zasebno područje (Ivanišević, Belaj 2015:242). Novi interes za etnologiju prehrane početkom devedesetih godina 20. stoljeća temelji se na cjelovitom okviru praćenja kontinuiteta, ali i promjena koje zahvaćaju tradicijsku prehranu. To uključuje analizu rodnih, regionalnih, hijerarhijskih razlika te simboličku ali i nutricionističku ulogu hrane (Ivanišević, Belaj 2015).

Priprema, kuhanje i posluživanje jedna je od osnovnih vještina karakteristična samo za čovjeka. Podrazumijeva određenu složenu društvenu strukturu te prenošenje znanja na svoje potomke (Mennell, Murcott, van Otterloo, 1998:21,22). Kuhanje i hranjenje definiraju naše identitete i međusobne odnose unutar društva (Counihan 1999:2-3). Stoga je odluka o tome što ćemo jesti zapravo je ujedno i odluka gdje ćemo pripasti. Ako promatramo namirnice i na koji način se pripremaju, svakako moramo razmišljati i o tradiciji. No, treba biti svjestan da se prehrambene navike a onda i tradicija mijenjaju (Fiddes 2002:38,39,41, Kocković Zaborski 2017:129). Tradicijska prehrana Istre, na kojoj se bazira današnja ponuda jela u agroturizmima (ali i konobama i restoranima) u Istri, s tijekom vremena se promijenila. Stanovništvo prihvaća nove namirnice, nove tehnologije

[212]G. Wiegelman (1967.), C. Lévi-Strauss, R. Barthes, M. Douglas (Belaj 2013:165)

pripreme te promjenu konteksta (pod utjecajem turizma) u kojima su se obroci pripremali i konzumirali (Kocković Zaborski 2017:128).

Polazišna točka u razvijanju teorijskog, analitičkog i interpretativnog okvira ovog rada jest pristup Davida Suttona koji smatra da je prilikom istraživanja prehrane potrebno promatrati suodnos između prehrane i pamćenja povezujući individualno i kolektivno u procesima vezanim uz proizvodnju, razmjenu i konzumaciju hrane.

Hrana ima sklonost da aktivira kolektivno pamćenje, a snaga tih sjećanja jest u tome da prizovu prošla vremenska razdoblja koja mnogi nazivaju 'dobra stara vremena'. Time obuhvaćaju osobnu povijest, ali i kolektivni identitet. Upravo se na osnovu toga može promatrati kako se mijenjala tradicijska prehrana Istre u kontekstu ruralnog turizma, transformirajući kuhinju seoskog stanovništva u turistički proizvod (Kocković Zaborski 2017:128). Na temelju analitičkog i interpretativnog okvira koji podrazumijeva simboličku i političko-gospodarsku perspektivu te pristup koji ima u fokusu pamćenje i sjećanje u odnosu na hranu kojeg afirmira David Sutton, oslanjajući se na ranije radove Mary Douglas te kod teorije pamćenja na radove M. Halbawcsa i P. Nore, pokazala sam kako se obiteljski obroci mijenjaju i prilagođavaju za potrebe turizma te kako se turizam na seoskim gospodarstvima priključio procesu komodifikacije nostalgije. Tradicijska prehrana Istre, na čijoj se pojednostavljenoj i unificiranoj verziji bazira današnja današnja ponuda jelovnika na agroturizmima (konobama i restoranima) u Istri, s vremenom se mijenjala. Usvajaju se nove namirnice i tehnologije pripreme te se uz utjecaj turizma promijenio i kontekst pripreme i konzumacije obroka (Kocković Zaborski 2017:128). Kao prvo, treba naglasiti da se svakodnevna prehrana vlasnika agroturizama promijenila. U svakodnevne jelovnike su ušli mnogi prerađeni proizvodi, kupovne salame, namazi i slično. Isto tako i obroci postaju bogatiji. Vidljiva je transformacija svečanog obroka (i u gradu i na selu) u svakodnevni obrok koji postaje obilniji.

Takva promjena uzrokovana je većom kupovnom moći stanovništva radi promjene u gospodarsko-političkoj situaciji te jačanjem masovnog turizma na obali.

U vrijeme 'booma' ruralnog turizma trebalo je osmisliti jelovnike u istarskim agroturizmima te se postavilo pitanje što vlasnici agroturizma pamte da su jeli u djetinjstvu. Kako sami kazivači naglašavaju, turiste nije zanimala ponuda brze hrane koja se nudila u hotelima i restoranima na obali. Nisu ih zanimali ćevapčići i hamburgeri. Zanimala ih je jednostavna, domaća prehrana lokalnog stanovništva. Analizirajući podatke prikupljene na terenu smatram da je vidljivo da se

događa da vlasnici agroturizama prilikom formiranja jelovnika ih prilagođavaju svojim gostima. Namirnice, način pripreme tradicijskih obroka koje sam istraživala stavljene su u drugačiji kontekst od onog u kojemu su se konzumirali prije druge polovice 20. stoljeća. Neka jela, poput jela od tartuf i pršut, sada su dio ponude na agroturizmima, a u tradicijsi se gotovo nikad nisu bila dio svakodnevne seoske prehrane (Kocković Zaborski 2017:134). *Supa* prelazi iz intimne sfere obiteljske/prijateljske konzumacije u piće koje se servira turistima uz isticanje činjenice da se usporedo zadržava i intimni obred ispijanja *supe* za članove obitelji i prijatelje.

Na osnovu analize možemo zaključiti da kombinacijom svečanog seoskog jelovnika, svakodnevnih seoskih i gradskih jelovnika dobivamo današnju ponudu u agroturizmima. Jasno je da se u slučaju ponude jela na agroturizmima nije preslikao samo jednostavan seoski ručak. Na osnovu istraživanja zaključujem da se jelovnik prilagodio ukusima turista, ali i vremenu u kojemu nastaje. Stoga nije čudno što na jelovnicima imamo i ponude za vegane (ibid).

Vlasnici agroturizama 'obraćaju' se turistima s različitim prehrambenim iskustvom, odnosno bolje je reći s različitim prehrambenim pamćenjem. Gosti koji potječu iz ovog podneblja (Istra i Kvarner) su oni koji u svom prehrambenom pamćenju imaju okuse koje se mogu danas naći na jelovnicima agroturizama. Takvi obroci, inspirirani tradicijom i kod takvog tipa turista pobudit će sjećanja na obroke ili namirnice koji su jeli u djetinjstvu. Osim toga, bude se utjelovljena sjećanja kako su se pojedine namirnice uzgajale i pripremale. Vještine koje su se prenosile s koljena na koljeno u lokalnoj zajednici. Kada se prisjećamo neke namirnice, nekog okusa kojeg pamtimo iz djetinjstva, naše je iskustvo drugačije od onih koji su samo čuli priče o tome. Mlađe generacije će takve namirnice prepoznati samo iz priča. U trenutku kada se u svakodnevnu prehranu uvodi nova namirnica ona će možda biti egzotična, no već iduća generacija će ju smatrati uobičajenom. Stoga Seremetakis (1994:2) s pravom povezuje osjete i prošlost, pamćenje, znanje ali i zaborav. (Kocković Zaborski 2017:135). Nestanak namirnice s njiva ali i iz dućana bitna je gospodarska i politička situacija.

Na primjeru istarskog pršuta možemo vidjeti o čemu govori grčka kulturna antropologinja Nadia Seremetakis, kada razlog za pojavu fenomena nestanka okusa između ostaloga dovodi u vezu sa strogim pravilnicima vezanim uz plasman prehrambenih proizvoda na tržište Europske unije.

Ovdje se radi o pitanjima vezanim uz prehrambenu proizvodnju, a odnosi se na pravila vezana iz higijenu postupaka. Zbog strogih pravila koja se treba pridržavati sa tržišta se povlače specifični regionalni i lokalni proizvodi. Stoga se događaju promjene u potrošačkim navikama,

ali dolazi i do reorganizacije kolektivnog pamćenja. U Istri se to odnosi na tradicionalni način proizvodnje pršuta koji se mijenja, sve više standardizira i unificira. Na taj način se može provesti stroga kontrola postupaka prilikom pripreme pršuta i time omogućio plasman na EU tržištu (ibid 135,136). Postupci putem kojih je pršut tradicionalno pripreman s vremenom se pomalo gube radi brojnih pravila koja se moraju poštovati. Ako se pršut želi plasirati na jelovnike agroturizama takvi standardi moraju biti zadovoljeni. Još su rigoroznija pravila kada se radi o plasmanu pršuta na EU tržište. Postavlja se pitanje gubi li se okus domaćeg, tradicionalno pripremljenog pršuta. Mnogi kazivači smatraju da se pršut koji nudimo turistima ne može okusom usporediti s onim kojeg seljaci pripremaju za sebe, iako se postupak pripremanja pršuta i ovdje promijenio (u smislu veterinaskih kontrola i načina pripreme mesa). Isto tako je tradicionalno ispijanje *supe*, kada se tekućina i namočeni kruh dijele iz jedne posude (*bukalete*), danas turistima higijenski neprihvatljiva, pa je nužno pronaći novi načini konzumacije koji bi zadovoljio turiste. Promjena konteksta u kojem se nudi namirnica bilo da se radi o pršutu ili istarskoj *supi* pod velikim je utjecajem brojnih pravila, pravilnika, zakona.

Sutton (2001:84) naglašava da se prilikom blagovanja stvara osjećaj cjelovitosti. Konzumiramo domaću hranu, onu koju su jeli pripadnici obitelji ili onu koju jedu članovi lokalne zajednice. Time što se prilikom konzumacije zajedno sjedi za stolom, u neku ruku se prema Suttonu stvaraju nove zajednice. Ta je teorija primijenjiva u situacijama koje su opisane u tekstu. Konzumacijom domaće, lokalne hrane povezujemo se s generacijom prije nas, s prošlošću. Pa se stoga u agroturizmima u Istri nudi domaća, lokalna hrana koja je inspirirana obiteljskim i regionalnim receptima. Odnosno, kako Bartoleti (2010) naglašava, jasno je da se u agroturizmima na neki način iskorištava taj 'izgubljeni osjećaj zajedništva' (Kocković Zaborski 2017:137). „Turizam pamćenja“ je novi pravac današnjeg modernog turizma. Nastao je kao rezultat stanja modernog društva za koje je karakteristična radikalna kriza individualnog i kolektivnog pamćenja. Kao posljedica se stoga javlja osjećaj nostalgije koji se iskorištava u turističke svrhe. Gostima na agroturizmu u ponudi je idealizirana slika tradicijskog života i prehrana inspirirana tradicijom (ibid 139). Smješteni su u tradicijske kuće, opremljeni tradicijskim namještajem, a serviraju im se jela inspirirana tradicijom. Nostalgični 'povratak životu kakav je nekad bio' atraktivan je turistički proizvod. Turisti sudjeluju u aktivnostima poput kopanja krumpira ili pripremi trad. prehrane. Atraktivnost, aonda i uspješnost takvog tipa turizma povezana je uz osjećaj nostalgije za boljom povezanošću s lokalnom

zajednicom i načinom života koji je bliži s prirodom. Na primjerima sam pokazala da se nostalgična vizija prošlosti, a onda i tradicionalne prehrane bazira na pojednostavljenim, uniformiranim jelima s manjim lokalnim specifičnostima. Jasno je da se danas jela prilagođavaju bržem i jednostavnijem načinu pripreme, ali i turistima (ibid).

Jedna od bitnih odlika turističkog seoskog gospodarstva je prisan i neposredan odnos domaćina i njihovih gostiju. Drugim riječima, vlasnici turističkog seoskog gospodarstva otvaraju vrata svog doma i u njemu ugošćuju posjetitelje. Gostoprimstvom koje je zapravo karakteristično za bliske prijatelje, a to znači ugošćavanjem u intimi svog doma, ublažuju se do tada postavljene granice između turista koji su boravili u, posebno za njih, izgrađenim naseljima ili hotelima i lokalnog stanovništva. Potrebno je istaknuti da 'konzumacija nostalgije' na agroturizmima nije za svakoga. Stoga će turisti manje platežne moći boraviti u hotelima na obali Istre i jesti hranu koja nije ispririrana tradicijom. (ibid 137).

Etnologinja Melanija Belaj (2013:169) naglašava da „prehrana i turizam posebna tema koja omogućava istraživanje teorijskih pretpostavki da je blagovanje jedinstveni oblik komunikacije između ljudi, ali i komunikacije s kulturom područja koju posjećujemo. Eksperimenti s novim okusima ukazuju nam na pitanja koja možemo postaviti o hibridnom nacionalnom kulinarskom identitetu. Kulinarski turizam u tom smislu kombinira osobno iskustvo društvenog i kulturološkog odnosa prema prehrani. Što se tiče konkretne situacije na terenu u Hrvatskoj, ali i Istri, ovo je vrijeme kada se hrvatski kulinarski proizvodi prezentiraju prema očekivanjima turista, ali i prema dostupnoj tradicijskoj ponudi te pod utjecajem strategija razvoja kulturnog turizma.“ (Kocković Zaborski 2017:139).

David Sutton smatra da su aktivnosti vezane uz baštinsku hranu (*heritage food*) možda dio procesa izmišljanja tradicije (*invention of tradition*). Ovdje autor misli na pripremanje i ponudu tradicijskih jela čija se priprema mijenja tijekom vremena (uporabom novih kućanskih pomagala, dodavanjem novih začina,…) ali ipak (p)ostaju dio procesa izmišljanja tradicije. Postaju dio nove ‘tradicionalne’ kuhinje pojedinog područja. Time se obnavlja zamišljena izgubljena prošlost koja se ne može rekonstruirati do kraja. U isto vrijeme, kao i kod mnoge komodificirane baštinske hrane u procesu zaštite i promocije, postupci pripremanja takve hrane duboko su utjelovljeni u društveni život pojedinaca ali i obitelji i lokalne zajednice.

U tom kontekstu promatramo običaj ili obred ispijanja *supe*. Kroz rad sam pokazala da se ovdje radi zapravo o dva odvojena obreda. Onaj intimni, obiteljski obred ispijanja *supe* i dalje je prisutan kao dio načina druženja među prijateljima i obitelji. Drugi, 'turistički' izlazi iz obiteljske sfere, i egzistira isključivo kao dio turističke ponude (u ovom slučaju na agroturizmima). Turistima se objašnjava, pokazuje i priprema *supa* koja se sada više ne može konzumirati iz jedne *bukalete* već se vlasnici agroturizama, svaki na svoj način domišljava kako ponuditi ovu deliciju turistima.

Slažem se sa Suttonom da se ovdje radi o Norinom *milieux de memoire*, odnosno o središtu pamćenja, a ne o mjestu pamćenja (*lieux de memoire*). Mjesta pamćenja javljaju tek onda kada je prekinuta veza s prošlošću, kada su ta mjesta potrebna da bi se obilježilo nešto što ljudi više ne pamte, kada nastaju mjesta u procesu modernizacije (Sutton 2008:159,176), ali u primjerima s terena u Istri to nije slučaj.

Sutton želi naglasiti potencijal svakodnevnog, opipljivog, utjelovljenog iskustva da potakne sjećanja na osnovu kojih se oblikuju identiteti. Ta je tvrdnja bitna radi važnosti osjetilnosti u ponovnom uspostavljanju i prisjećanju doživljaja i mjesta koje je primjerice pojedinac napustio na kraće ili duže vrijeme. Smatram da se ove Suttonove tvrdnje odnose na aktivnosti koje smo prakticirali u djetinjstvu a pohranjena su u našem pamćenju. Miris, okus ili vizualni podražaj aktivirat će tu pohranjeno znanje i iznijeti ga na površinu. Tako se vlasnici današnjih seoskih gospodarstava prvenstveno oslanjaju na svoje iskustvo sudjelovanja u pripremi svakodnevnih obroka u obitelji, a rjeđe na zapisane recepte. Utjelovljeno iskustvo, odnosno pamćenje pripreme određenog jela stvorio je osjećaj duboke povezanosti s tim elementom tradicije, a samim time postaje dio identiteta tog pojedinca, ali lokalne zajednice i regije. Slična se situacija može dogoditi kod turista koji se putem radionica prehrane u kojima sudjeluju prisjećaju, svojih iskustava iz djetinjstva.

Ako se vratimo na pitanje 'izmišljanja tradicije', želim istaknuti da se kroz prizmu tog fenomena može promatrati proces promjene cjelokupnog konteksta bavljenja uzgojem tartufa ili pravljenje pršuta. Pod utjecajem talijanske pokrajine Albe, tartufi postaju cijenjeni i u Istri. Krajem 1920-ih osniva se i tvrtka za eksploataciju i izvoz tartufa. Tartufi od tog trenutka postaju (i ostaju) dio dodatnih aktivnosti kojima se bave stanovnici središnje Istre u tzv. Zoni tartufa. Iako su seljaci u Istri uzgajali svinje, pršut se nudio gostima iz grada ili težacima koji su obavljali poslove oko košnje.

Koncept *terroira* (Trubek) sve više spominje u marketinške svrhe kao garancija kvalitete proizvoda, upotrebe lokalnih vještina i znanja. Amy Trubek povezuje koncept *terroira,* prema gustemološkom pristupu (Sutton 2010:12) i *terroir* promatra kao 'okus prostora'. Kategorije *terroira* i *gout de terroira* prema autoričinom mišljenju uokviruju i objašnjavaju praktičan, osjetilni ili običajni odnos sa zemljom (Trubek 2008:18). 'Okus prostora', naglašava Trubek, se presijeca se s idejom autentičnosti (ibid 43), a okus/ukus je u Francuskoj shvaćen kao jedan oblik lokalnog znanja. Na taj način se koncept *terroira* koristi kao garancija ili indikacija kvalitete okusa (ibid 44). Proces 'proizvodnje lokalnosti' o kojem govori Trubek je uvelike prisutan na agroturizmima u Istri pod utjecajem regionalne turističke politike. Ugledajući se na zemlje kao što su Italija, u smislu organizacije agroturizma u Istri te Francuske, u smislu povezivanja ideje 'okusa mjesta' i delicija inspiriranih tradicijom koji se ističu kao perjanica istarske gastronomije, vidljivo je u kojem smjeru se želi ići gledajući perspektivu istarske turističke politike. Tradicija, okus, prostor, lokalno znanje pripreme obroka, turistička ponuda namirnica i jela povezani su na jednom mjestu – u istarskim agroturizmima. Kao što sam već pokazala u tekstu obroci se formiraju na osnovu tradicijskih recepata koji su karakteristični za pojedinu mikro regiju. Neki od njih su se prenosili s koljena na koljeno. Prilagođeni su za turističke jelovnike i time povezuju pamćenje i prehranu, prostor na kojem su namirnice uzgojene i lokalno znanje ljudi koji su ih pripremali. *Cuisine de terroir* u Istri prvenstveno se nudi turistima bili oni domaći ili strani s prizvukom nostalgije. Domaći turisti prizivaju u sjećanje okuse djetinjstva, a strani turisti 'kušaju prostor' u kojem borave. Povezivanjem prostora, okusa i pamćenja dobar je smjer u kojem bi trebala ići turistička politika Istre povezujući poljoprivredu, turizam i bogatu tradiciju ovog prostora u zanimljiv turistički proizvod. Takav proizvod uvažava i promovira tradiciju lokalne zajednice jer su pripadnici zajednice uključeni u stvaranje tog proizvoda. Na taj način će se osigurati prenošenje tradicijskog znanja, zaposlenje lokalnog stanovništva i turistička promocija mjesta. Povezivanjem prostora, okusa i pamćenja dobar je smjer u kojem bi trebala ići turistička politika Istre povezujući poljoprivredu, turizam i bogatu tradiciju ovog prostora u zanimljiv turistički proizvod.

Smatram da je doprinos ovog rada u istraživanju promjene konteksta prehrambene tradicije putem etnološkog i kulturnoantropološkog pristupa koji možda po prvi puta kombinira s teorijom pamćenja u domaćoj znanosti. Istraživanja prehrane kroz kulturnoantropološki

pristup karakteristična su i za radove Ivone Orlić koja se orijentirala na svakodnevnu konstrukciju identiteta i turističkog proizvoda kroz tri generacije i Melanije Belaj koja je bazirala istraživanje kulture obiteljske proizvodnje i konzumacije pića na simboličkoj i rodnoj perspektivi.

Prethodno uspostavljeni okvir pomoću tri relevantne perspektive – simboličke, političko – gospodarske i teorije pamćenja pomogao mi je prilikom analize građe koju sam prikupila terenskim istraživanjima. Te sam perspektive odabrala zbog elemenata putem kojih sam mogla objasniti procese transformacije prehrane u Istri od obiteljskih jelovnika do jelovnika u seoskim gospodarstvima.

Kombinacijom simboličke perspektive i pamćenja koju je predložio David Sutton promatrala sam proces promjene svakodnevnih i svečanih obroka koje su vlasnici obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava konzumirali u djetinjstvu do obroka koje nude svojim gostima (turistima). Prilagodba jelovnika u smislu obima obroka, svakodnevna ponuda mesnih obroka, ponudom namirnica koje su se u tradiciji jele samo u specijalnim prilikama (pršut), inovacija u pripremanju i serviranju jela (posebno kod serviranja *supe* kako bi se zadovoljili higijenski uvjeti) i ponuda jela koja nisu bila dio svakodnevnog tradicijskog obroka na selu (tartuf), samo su neke od promjena koje je diktiralo moderno društvo. Teorija pamćenja koja donosi pojam nostalgije u kombinaciji s političko-gospodarskim pristupom daje okvir za analizu procesa komodifikacije namirnica/jela (pršut, *supa*) putem unifikacije postupaka pripremanja ili serviranja ali i komodifikaciju nostalgije u turističke svrhe (ponude obiteljskih seoskih gospodarstava – ovdje konkretno na primjeru tradicijske prehrane).

Promatrajući tartufe, pršut i *supu* ne samo kao kulturni trag, već i kao kulturni znak, odnosno kao namirnice/jela koja nam pokazuju u kojem smjeru se odvijaju promjene (vidi Fiddes, 2002) unutar istarske prehrambene tradicije, jasno je da će u budućnosti biti teško odrediti koje su namirnice ili jela dio nove tradicije, a koje su se promijenile pod utjecajem turizma.

POPIS KORIŠTENIH IZVORA I LITERATURE:

Antić, Vinko. 1953. "Turizam Istre, Hrvatskog primorja i Gorskog kotara". *Riječka revija* II / 1-2: 1-12.

Assmann, Jan. 2006. „Kultura sjećanja“„. U/In *Kultura pamćenja i historija*. Maja Brkljačić, Sandra Prlenda ur./ed. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, 47-76.

Bačac, Robert. 2006. "Agroturizam - tradicijske vrijednosti u funkciji turizma". *Zbornik radova Etnologija i kulturni turizam.* 36-42

Bačac, Robert. 2010. "Imamo li agroturizam kakvog smo zamišljali?". *Zbornik 2. hrvatskog kongresa o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem*, 21. - 25. travanj, Mali Lošinj, str. 29-32

Bačac, Robert. 2011. *Priručnik za bavljenje* seoskim turiamom. *Korak po korak od ideje do uspješnog poslovanja*, Ministarstvo turizma RH, Zagreb

Banovac, Boris. 1998. *Društvena pripadnost, identitet, teritorij*, Pravni fakultet Sveučilišta u Rijeci, Rijeka

Bašić, E. 2002. "Afrodizijak iz Motovunske šume ugrožen". *Večernji list online*, 13. listopada, http://www.vecernji-list.hr/SPEKTAR/2002/10/13/Pages/afrodizijak.html (13.10.2002.).

Bašić-Palković, D. 2007. "Odmor u objektu jedne, tri ili četiri šparuge!". *Glas Istre*, 16. svibanj, http://wwwglasistre.hr/?eb1d49bc6ddff4ee0eacd2c701413889,TP,2329,,13366,,17059... (16.5.2007.).

Barthes, Roland. 1997. "Toward a Psychosociology of Contemporary Food Consumption". *Food and Culture: A Reader*, 28-36, http://www.google.com/books? (10.11.2010.).

Bartoletti, Roberta. 2010. „'Memory tourism' and commodification of nostalgia“. U/In *Tourism and visual culture, Volume 1: Theories and concepts*. Burns, P. Palmer, C. Lester, J.A., ur/ed. Wallingford: UK, 23-42.

Belaj, Melanija. 2009. „Tradicionalna proizvodnja alkoholnih pića u svjetlu turističke ponude (primjer Zagrebačke županije)“, U/In *Gost-kao turist – prilozi kulinarskom turizmu*, Rittig-Beljak, Nives, Belaj, Melanija, ur./ed. Biblioteka Nova Etnografija, Zagreb, 107-122.

Belaj, Melanija. 2011. „Terroir: kako je mjesto postalo kultura, Uz kulturnoantropološko istraživanje obiteljske proizvodnje alkoholnih pića“, U/In *Mjesto, Nemjesto, Interdisciplinarna promišljanja prostora i kulture*. Čapo, Jasna, Gulin Zrnić, Valentina, ur./ed. Biblioteka Nova etnografija, Zagreb, 151-164.

Belaj, Melanija. 2013. „Food research in Croatian Ethnology“, u *Traditiones 42/1*: 165-172.

Benčić. Luka. 2006. "U potrazi za mirisom bakine fritaje". *Jutarnji list*, 22 srpnja, http://www.jutarnji.hr/kultura_i_zivot/gastro/clanak/art-2006,7,22,zigante_tartufi,3688... (25.7.2006).

Bertoša, Miroslav. 1995. *Istra: Doba Venecije (XVI.-XVII. stoljeće)*, Zavičajna naklada „Žakaj Juri“, Pula. 2. dopunjeno i prošireno izdanje.

Božac, Romano, *et.al*. 2014. *Istarski pršut/Istrski pršut, Oznaka izvornosti, specifikacija*, Udruga proizvođača istarskog pršuta, 1-13.

Blagonić, Sandi. 2000. "Istarski bestijarij i druge stvari". *Od ordenja do simbola identiteta: priča o istarskom suveniru.* Etnografski muzeja Istre, Pula, 30-37.

Blagonić, Sandi. 2010. „Što je regionalizam bez vrućih nacionalizama“. *Glas Istre*, 13. kolovoza, 7.

Boljunčić, Lorena. 2002. "Cultural Tourism in Destination: Example of Istria County, Croatia", U/In *Culture: A driving force for urban tourism – application of experiences to countries in transition*, Daniela Angelina Jelinčić, ur/ed. Zagreb, 125- 130.

Brkljačić, Maja, Prlenda, Sandra. 2006. „Zašto pamćenje i sjećanje?“, U/In *Kultura pamćenja i historija*. Maja Brkljačić, Sandra Prlenda ur./ed. Zagreb: Golden marketing – Tehnička knjiga, 7- 18.

Bruner, Edward M. 2005. *Culture on Tour. Ethnographies of Travel*, Chicago-London, University of Chicago Press, goo.gl/9CqdCV (3.5.2016.)

Burstedt, Anna. 2002a. „Visiting restaurants: Experiencing the celebration of Place-Bound Identity“. *Food and Celebration – From Fasting to Feasting*, Založba ZRC, Ljubljana, 113-121

Burstedt, Anna. 2002b. „The Place on the Plate!“, U/In: *Ethnologia Europea* Vol.32, No.2, Frykman, J., Niedermüller, P. ur/ed. Copenhagen, 145-158

Caplan, Pat. 1997. "Aprproaches to the study of food, health and identity". *Food, Health and Identity*, Caplan, Pat ur./ed. London and New York, Routledge, 1-31

Castellanos, Erick, Bergstresser, Sara M. 2006. "Food Fights and the EU Table: The Gastronomic Assertion of Italian Distinctiveness", U/In *Food, Drink and Identity in Europe*, Wilson, T.M. ur./ed. Amsterdam, New York, Rodopi, http://books.google.hr/books? (13.11.2010.).

Counihan, Carole. 1999. *The Anthropology of Food and Body: Gender, Meaning, and Power*, Routledge, New York, London , http://books.google.hr/books? (10.11.2010.)

Ćaleta, Mladen. 2001. "Kako sačuvati tartufe i uvesti red među tartufare". *Hrvatske šume* 60: 16-17.

Čalić Šverko, Gordana. 2003a. "Istra kao kvalitetna tartufarska destinacija". *Novi List online*, 11. travnja, - http://www.novilist.hr/default.asp?WCI=Pretrazivac&WCU=285B28632859285A28... (19.5.2004).

Čalić Šverko, Gordana. 2003b. "Fešta u stabilnim gospodarskim prilikama". *Glas Istre*, Pula, 15. rujna, 17

Čalić Šverko, Gordana. 2003c. "Listopad u znaku tartufa". *Glas Istre*, Pula, 1. listopada, 17.

Čalić Šverko, Gordana. 2003d. "Povezivanje gradova i općina u zoni tartufa", u: *Novi List online*, 6. studeni, - http://www.novilist/default.asp?WCI=Pretrazivac&WCU=285E28632859285928... - (17.5.2004.).

Čalić Šverko, Gordana. 2003e. "Glasovita gljiva u zoni sumraka". *Glas Istre*, Pula, 14. studenoga, 21.

Čalić Šverko, Gordana. 2004a. "Nijemci imaju Oktoberfest, a Istrijani Tuberfest". *Glas Istre*, Pula, 4. listopada, 29.

Čalić Šverko, Gordana. 2004b. "S.O.S. za Motovunsku šumu". *Glas Istre*, Pula, 9. studenog, 39.

Ćalić Šverko, Gordana. 2006. "Tartuf treba tretirati kao visoko komercijalnu gljivu". *Glas Istre*, Pula, 18. rujna, 5.

Čalić Šverko, Gordana. 2009. "Tartufa sve manje a tartufara sve više". *Glas Istre*, Pula, 4. listopada, 6-7.

Čalić Šverko, Gordana. 2010a. "Sedam vikenda afrodizijačke gljive", u: *Glas Istre online*, 29. rujna, http://www.glasistre.hr/lifestyle/enoigastro/vijest/265947 (29.9.2010.).

Čalić Šverko, Gordana. 2010b. "Krenulo slavlje u čast njegova veličanstva tartufa". *Glas Istre*, Pula, 4. listopada, 16.

Čamdić, Vesna. 1996. „Pršut treba biti zdrava, a ne rizična hrana“. Glas Istre, Pula, 23. srpnja, 12

Čapo Žmegač, Jasna. 1994. „Plaidoyer za istraživanje (nacionalnog) identiteta u hrvatskoj etnologiji“. *Etnološka tribina* 17: 7-23.

Čapo, Žmegač, Jasna. 1997. „Objektivni i subjektivni čimbenici identifikacije sa zajednicom“. *Etnološka tribina 20*: 69-82

Čapo, Žmegač, Jasna. 2002. *Srijemski Hrvati. Etnološka studija migracije, identifikacije i interakcije*. Durieux. Zagreb.

Dashper, Katerine, ur./ed. 2014. *Rural Tourism: An International Prespective*. Cambridge Scolars Publishing, Newcastle upon Tyne.

de Garine, Igor. 2001. "Wews about food prejudice and stereotypes". *Social Science Information* 40: 487-507, http://ssi.sagepub.com/content/40/3/487 (29.10.2010.).

Derrida, Jacques. 2009. "Dekonstrukcija terorizma". *Politička misao* 46 / 3: 91-138, http://www.fakultet.fpzg.unizg.hr/Politicka-misao/Pregled_Broja.aspx?godina=2009&volume=46&Broj=3 (3.12.2010.).

Doblanović, Daniela. 2008. „Analitički inventar arhivskog gradiva fonda obitelj Hütterott (1862-1945)“. *Obitelj Hütterott: ostavština*, Državni arhiv u Pazinu, Pazin-Rovinj, 31- 266

Duda, Igor. 2005. *U potrazi za blagostanjem: O povijesti dokolice i potrošačkog društva u Hrvatskoj 1950-ih i 1960-ih*, Srednja Europa, Zagreb.

Dufourmantelle, Anne, Derrida, Jacques. 2000. *Of Hospitality*, Stanford University Press, Stanford, California.

Facchinetti, Antonio. 2005. *O istarskim Slavenima*, Mathias Flacius, Labin.

Fiddes, Nick. 2002. *Meso - Prirodni simbol*, Naklada jesenski i Turk, Zagreb.

Folo, Josip, 2003. "Bijeli tartuf u Istri". *Priroda* 911/912: 38-41.

Grasseni, Cristina. 2011. „Re-inventing food: Alpine cheese in the age of global heritage“. *Anthropology of Food* 8, http://aof.revues.org/6819 (1.4.2016.).

Grbavčić, Ozren ur./ed. 2009. *Odmor u zelenoj Istri*, Turistička zajednica Istarske županije, Zagreb

Grbić, Jadranka. 1993. „Etnicitet i razvoj: ogled o etničkom identitetu i društvenom razvoju“, *Etnološka tribina 16*: 57-72.

Grbić, Jadranka. 1994. „Mnogostruki identiteti: primjer Hrvata u Mađarskoj“. *Studia ethnologica Croatica* 6: 119-126.
Grbić, Jadranka. 2004. „Jezični procesi, identitet i globalizacija“. *Narodna umjetnost* 41/2: 235-253.

Grieshofer, Franz. 2002. „Predgovor“. *Istra: različiti pogledi*, Etnografski muzej Istre, Pazin, 11-12.

Grožnjan: Povijest-novija, http://www.groznjan-grisignana.hr/povijest_novija.asp
(5. 7. 2004.).

Hall, Michael C., Sharples, Liz. 2003. „The consuption of experience or the experience of cnsumption? An introduction to the tourism of taste“. U/In *Food Tourism Around The World:*

Development, Management and Markets. Michael C. Hill, Liz Sharples, Richard Mitchell, Niki Macionis, Broock Cambourne ur./ed. Butterworth-Heinmann, Oxford, 1-24.

Hall, Ian. R., Brown, Gordon., Zambonelli, Alessandra. 2007. *Taming the Truffle: The History, Lore and the Science of the Ultimate Mushroom*, http://books.google.hr/books? (29.10.2010.).

Hitrec, Tomislav. 2002. „History of Tourism with Particular Refrence to the Croatian Adriatic“, *XII Economic History Congres*, Buenos Aires, 1-10, http://eh.net/XIIICongress/cd/papers/4Hitrec185.pdf (20.2.2002).

Hobsbawm, Eric. 2006. "Izmišljena tradicija". *Kultura pamćenja i historija*, Golden marketing-Tehnička knjiga, Zagreb, 139-150.

Holidays in Croatia - I.D. Riva Tours: About I.D. Riva Tours, http://www.idriva.com/about-us.html (5.11.2010.).

Hrka, Josip. 1984. "Općenito o tartufima, njihovim prirodnim nalazištima i uzgoju na umjetni način". *Šumarski list* 108 / 11-12: 523- 536 - http://www.sumari.hr/sumlist/198411.pdf (24.11.2010.).

Hrvatska agencija za hranu, http://www.hah.hr/sigurnost-hrane/sustavi-kvalitete-i-sigurnosti-hrane/haccp/ (28.2.2016.).

Hrvatski farmer: Ruralni turizam, http://www.hrvatski-farmer.hr/CMS/0085/Content.aspx?EID=2213 (3.11.2010.).

Ilak Peršurić, A.S., *et.al*. 2010. "Agroturizam u Istri - stanje i perspektive". *Zbornik 2. hrvatskog kongresa o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem*, 21. - 25. travanj, Mali Lošinj, 129- 134.

Istria-gourmet.com, Info, Istarska jela, Maneštre, http://www.istria-gourmet.com/hr/info/istarska_jela (19.9.2009.).
Istria-gourmet.com: ABC tartufa, http://www.istria-gourmet.com/hr/dozivljaji/tartuf/abeceda_tartufa (24.11.2010.).

Istria-gourmet.com - Zlatni tartuf, http://www.istria-gourmet.com/hr/dozivljaji/tartuf/zlatni_tartuf (28.11.2010.).

Istria-gourmet.com - Hommage istarskom tartufu, http://www.istria-gourmet.com/hr/dozivljaji/tartuf/hommage?&saoa_sv_un=1 (28.11.2010.).

Istarska županija - Upravni odjea za turizam – Projekti – Goutmet turizam Istre, http://www.istra-istria.hr/index.php?id=319 (12.10.2010.).

Ivančević, Radovan. 1999. "Ruralna i urbana komponenta kulturnog identiteta". *Kultura, etničnost, identitet* 225-232.

Ivanišević, Jelena, Belaj, Melanija. 2015. „Razvoj prehrambenih studija: doprinosi sociologije, kulturne antropologije, etnologije i povijesti“. *Narodna umjetnost* 2 / 52: 241-264.

Izvoz crnih i bijelih tartufa, http://www.suvremena.hr/92.aspx (14.2.2010).

James, Allison. 1997. "How British is British Food?". U/In *Food, Health and Identity* ed. Caplan, P.ur./ed. London and New York, Routledge, 71-86, (http://books.google.hr/ (18.9.2009.).
Jardas, Ivo. 1971. *Po grožnjanskom krasu: ljudi, običaji, folklor*, Narodno sveučilište Buje, sv.1

Jelinčić, Daniela-Angelina. 2006. „Turizam vs. Identitet, Globalizacija i tradicija“. *Etnološka istraživanja 11*: 161-183.

Jelinčić, Daniela Angelina. 2007. „Agroturizam u Europskom kontekstu“. *Studia ethnologica Croatica* 19: 269-291.

Jelinčić, Daniela - Angelina. 2008. *Abeceda kulturnog turizma*, Meandar, Zagreb.

Juraković, Linda. *et.al*. 2007. "Ugostiteljska djelatnost - gastronomija, smještaj u agroturizmu", *Perspektive razvoja ruralnog turizma s međunarodnim sudjelovanjem*, Zbornik radova Prvog kongresa ruralnog turizma, Hvar, str. 205-213.

Kalapoš, Sanja. 1998/1999. "Kiša, hrana i kultura. Međusobni utjecaji kulturnih, društvenih i prirodnih činitelja jednog kraja". *Studia ethnologica croatica 10/1*1: 95-110.

Kalapoš, Sanja. 2002. *Rok po istrijanski: O popularnoj kulturi, regiji i identitetu*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.

Kappus, Elke-Nicole. 2002. "Putovanje u živu prošlost. Etnografski pogled na Istru", *Istra: različiti pogledi*, Etnografski muzej Istre, Pazin, 37-52.

Katica, Dijana, Cukor, Stjepan. 2010. „Ruralni turizam 30 mjeseci poslije“ *Zbornik 2. hrvatskog kongresa o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem*, 21. - 25. travanj, Mali Lošinj, 19-26.

Kelemen, Petra, Lončar, Sanja. 2011. „Obično“ vs. „atraktivno“: kako priče o načinu životapostaju dio turističke ponude. *Studia ethnologica Croatica* 23: 183-214.

Kelemen, Petra, Škrbić Alempijević, Nevena. 2012. *Grad kakav bi trebao biti. Etnološki i kulturnoantropološki osvrt na festivale.*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Kivela, Jakša, Crotts, John.C. 2006. "Tourism and Gastronomy: Gastronomy's influence on how Tourists Experience a Destination". *Journal of Hospitality & Tourism Research* 30: 354-377 - http://jht.sagepub.com/cgi/content/abstract/30/3/354 (27.11.2007).

Kirshenblatt-Gimblett, Barbara. 1998. *Destination Culture: Tourism, Museums, and Heritage*, Berkeley, CA: University of California Press, http://www.google.com/books? (20.10.2010.).

Kocković, Tanja. 2003. "Tartufarstvo u Istri". *Etnološka istraživanja* 9: 117-135.

Kocković, Tanja. 2005. "Tradicijska prehrana", U/In *Istarska enciklopedija*, Miroslav Bertoša, Robert Matijašić ur./ed. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Zagreb, 811-812.

Kocković, Tanja. 2006. "Truffle -hunting in Istria". *Mediterranean Food: Concepts and Trends*, Institute of Ethnology and Folklore Research Zagreb, Ethnographic Museum Zagreb, 53-64.

Kocković Zaborski, Tanja. 2007. "Istra - hrana u agroturizmu". *Perspektive razvoja ruralnog turizma s međunarodnim sudjelovanjem,* Zbornik radova Prvog kongresa ruralnog turizma, 18. - 21. listopad, Hvar, 235-244.

Kocković Zaborski, Tanja. 2009. "Gastronomija kao dio turizma u Istri – hrana u seoskom turizmu", U/In *Turist kao gost – prilozi kulinarskom turizmu*, Nives Rittig Beljak, Melanija Belaj ur./ed. Institut za etnologiju i folkloristiku, Zagreb, 21-33.

Kocković Zaborski, Tanja. 2010. "Maneštra: fešta 'o žlice". *Dijabetes- slatki život*, 1: 27-28.

Kocković Zaborski, Tanja. 2013. „Povijest tartufarenja u Istri“. *Vijesnik istarskog arhiva* 20: 241-252.

Kocković Zaborski, Tanja. 2015. „Značaj istarske kuhinje“. *Zbirka arhitektura i oprema kuće*, Izdanja Etnografskog muzeja Istre, Pazin, 4-14.

Kocković Zaborski, Tanja. 2016. „Osnutak Etnografskog muzeja Istre u kontekstu poslijeratne politike i muzejskih praksi“. *Etnološka istraživanja* 21, 19-39.

Kocković Zaborski, Tanja. 2017. „Turizam pamćenja i tradicijska prehrana, Okusi i vještine pripremanja jela u istarskim agroturizmima“. *Etnološka tribina 40., vol. 47,* 127-140.

Konoba Krculi: „O nama“, http://www.konoba-krculi.hr/o-nama/ (5.11.2010.)

Krosmeyer, Carol., Sutton, David. 2011. „The Sensory Experience of Food“. *Food, Culture, Society* 14 / 4: 461-475.

Krvavica, Marina, Đugum, Jelena. 2006. „Proizvodnja pršuta u svijetu i kod nas“. *Meso* VII: 355-365.

Kušen, Edvard. 2001. "Turizam i prostor: klasifikacija turističkih atrakcija". *Prostor* l.9 / 1(21): 1-12.

Kušen, Edvard. 2007. "Terminologija ruralnog turizma". *Perspektive razvoja ruralnog turizma s međunarodnim sudjelovanjem,* Zbornik radova Prvog kongresa ruralnog turizma, 18. - 21. listopad, Hvar, 273-280.

Leitch, Alison. 2008. „Slow Food and the Politics of Pork Fat: Italian Food and European Identity“. U/In *Food and Culture (2nd edition).* Counihan, C., Van Esterik, P. ur./ed. Routeledge.

Long, Lucy M. 2004. „A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness“. U/In *Culinary Tourism*. Lucy M. Long ur./ed. The University Press of Kentucky, 20-50.

Lukež, Franko. 2010. „Gastronomija“, http://istra.lzmk.hr/clanak.aspx?id=948 (16.11.2010.).

Lukež, Franko. 2015. „Sedam i pol pršuta na sat“. *Glas Istre,* Pula, 25. listopada, 18.

Lovačka udruga „Fazan“, http://www.motovun.hr/?clanak=16 (26.4.2010.).

Lovljanov, Frane. 1949. „Boljun (Istra) – Životne potrepštine (hrana i posuđe)“, U/In *Zbornik za narodni život i običaje*, knjiga 33, Boranić, D., Gavazzi, M., ur./ed. Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti, Zagreb, 125-133.

Lovni turizam; Lov i ribolov, http://www.istra.hr/hr/sto_raditi/sport/lov_i_ribolov/Lovni_turizam (26.4.2010.).

Lozica, Ivan. 1979. "Metateorija u folkloristici i filozofija umjetnosti". *Narodna umjetnost 16*: 33-55.

Macleod, Donald V.L. 2004. *Tourism, Globalisation and Cultural Change: An Island Community Perspective.* Channel View Publications, Clevedon, Buffalo, Toronto.

Mader, B. „Hutterott“, http://www.istrapedia.hr/hrv/1113/hutterott/istra-a-z/, (14.2.2010.).

Mason, Jennifer. 2002. *Qualitative Researching*. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.

Masterplan istarskog turizma; Što su to clusteri, http://www.istra-istria.hr/masterplan/odgovori.htm (13.10.2010.).

Masterplan istarskog turizma; Okvir za sliku novog istarskog turizma; Što imamo? - http://www.istra-istria.hr/masterplan/okvir.htm (13.10.2010.).

Medvedec Buršić, Vesna. 2010. *Tradicionalna istarska jela sezonska i blagdanska.* Izdavačko preduzeće Reprezent.

Mennell, Stephen. 1996. *All Manners of Food: Eating and Taste in England nad France from Middle Ages to the present*, http://books.google.hr/books? (14.11.2010.).

Mennell, Stephen, Murcott, Anne, van Otterloo, Anneke. 1998. *Prehrana i kultura. Sociologija hrane*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk, Hrvatsko sociološko društvo.

Milićević, Josip. 1988. „Obrada gline“. *Narodna umjetnost Istre*, Zavod za istraživanje folklora, Zagreb, 73-82.

Milićević Bradač, Marina. 2007. „Wine and oil – Kykeon and istrian supa“. *Histria Antiqua*, 15: 117-123.

Ministarstvo kulture, Što je nematerijalna kulturna baština?, http://www.min-kulture.hr/default.aspx?id=3639, (8. 11. 2009.).

Milton, Katherine. 1996. „Food and Diet“, U/In *Encyclopedia of cultural Anthropology*, Volume II, Levinson, D., Ember, M., ur./ed. Henry Holt and Company, New York, 503-507.

Mirković, Kristina. 1998. „Oživjeti selo i pružiti nove mogućnosti zapošljavanja“. *Glas Istre*, Pula, 20. kolovoz, 9.

Montanari, Massimo. 2006. *Food is Culture*, Columbia University Press, New York.

Motovunska šuma, http://www.istrapedia.hr/hrv/334/motovunska-suma/istra-a-z/, (14.2.2010.).

Morley, David, Robbins, Kevin. 1993. „No Place Like Heimat: Images of Home(land) in European Culture“, U/In *Space and Place. Theories of Identity and Location*. Carter, Erica, James Donald i Judith Squires ur./ed.. London: Lawrence & Wishart, 3-29.

Šetić, M. 2001. "Cijena tartufa u Hrvatskoj određuje se u Italiji". *Hrvatske šume* 59: 20-22.

Mustač, Monika. 2011. „Imidž Istre i način informiranja mladih o agroturističkoj ponudi Istre“. *Proceedings 46th Croatian and 6th International Symposium on Agriculture*, Opatia, February 14 - 18, 2011., http://sa.agr.hr/2011/ (19.3.2016.).

Nash, Dennison, Smith, V.L. 1991. "Anthropology and Tourism". *Annales of Tourism Research* 18: 12-25.

Natura Histrica, http://www.underground-istria.org/uploads/media/Prezentacija_Zahtila.pdf (14.10. 2010.).

Natura Histrica – Edukacija - Poseban rezervat šumske vegetacije „Motovunska šuma“, http://www.natura-histrica.hr/podrucja/motovunska_suma.html (14.10.2010.).

Nikočević, Lidija. 2000. „Ordenje je naše znamenje“, *Od ordenja do simbola identiteta: priča o istarskom suveniru,* Etnografski muzeja Istre, Pula, 4-5.

Nikočević, Lidija. 2008a. "Održivi razvoj kulturnog turizma Istre", http://heartofistria.org/index.php?id=110 (13.10.2010.).

Nikočević, Lidija. 2008b. „Gospodarski razvoj Istre u doba austrijske vladavine“. *Iz „etnološkog mraka“: Austrijski etnografski tekstovi o Istri s kraja 19. i početka 20. stoljeća*, Zavičajna naklada „Žakan Juri“, Pula, 18-36.

Novak Pucer, Tina. 2002. „Food and culture in Istria“, U/In *Food and Celebration: from fasting to feasting, Proceedings of the 13 Conference of the International Commission for Etnological Food Research*. Lysaght, Patricia, ur./ed. Ljubljana, Preddvor, Piran, Slovenia, June 5-11, 2000, 45-52.

Novak Pucer, Tina. 2011. *Pripovedovanje keramike. Namizno posodje 18. in 19. stoletja*, Pokrajinski muzej Koper.

Nora, Pierre. 2007. „Između sjećanja i povijesti“. *Diskrepancija* 8/12: 135-165.

Olsen, Kjell.H. 2002. "Authenticity as a concept of tourism research: The social organization of the experience of authenticity". *Tourist Studies 2002* / 2: 159-182, http://tou.sagepub.com/cgi/content/abstract/2/2/159 (27.11.2007.).

Općina Kršan, http://www.krsan.hr/hrv/default.asp?m=15 (14.2.2010.).

Orlić, Drago. 2001. „Crni tartuf“. *Franina i Jurina, istarski kalendar za 2002. godinu,* 111-113.

Orlić, Drago. 2001. „Supa naša ondašnja“. *Stoljeće vina 1901-2001: doprinos kulturi vina u Istri,* Grad Pazin, Istarska županija, 161-168.

Orlić, Ivona. 2004a. „Suvremeni istarski identitet: Besidarenje Francija Blaškovića i njegov doprinos konstrukciji identiteta *istrijana*“. *Narodna umjetnost* 41 / 2: 171-184.

Orlić, Ivona. 2004b. "Tradicionalna prehrana i turistička ponuda Istre: obilježja istarskog regionalnog identiteta". *Etnološka istraživanja 10:* 63-89

Orlić, Ivona. 2007. "Utjecaj masovnog turizma na domicilno stanovništvo Poreštine u doba socijalizma". *Etnološka tribina 30 /* 37: 29-44.

Orlić, Ivona. 2009. "Tradicijska kultura prehrane kao turistička atrakcija: branje voća i samoniklog bilja u Istri", U/In *Turist kao gost – prilozi kulinarskom turizmu,* Nives Rittig Beljak, Melanija Belaj ur./ed. Institut za etnologiju i folkloristiku, Zagreb, 7-20.

Orlić, Ivona. 2013. *Istra kroz tri generacije: između svakodnevne konstrukcije identiteta i turističkog proizvoda,* Etnografski muzej Istre/Museo Etnografico dell'Istria, Pazin.

Orlić, Olga. 2008. "Mnogoznačje istarskog multikulturalizma". *Etnološka tribina* 31 / 28: 39-59.

Plöckinger, Veronika, Beitl, Matthias. 2002. "Austrijski etnografi istražuju i sakupljaju u Istri na prijelazu stoljeća", *Istra: različiti pogledi*, Etnografski muzej Istre, Pazin, 29-35

Pokrajac, Aldo. 2001. „Iako imamo izuzetnu autohtonu kuhinju – prevladavaju čevapčići i ražnjići“. *Glas Istre*, Pula, 19.lipnja, 18.

Pokrajac, Aldo. 2003. "Istra je trebala postati jedno od najznačajnijih uzgajališta tartufa". *Glas Istre*, 10. ožujka, 18.

Poslovni forum.hr: Pravilnik o zaštiti gljiva, http://www.poslovniforum.hr/poljoprivreda/zakon_pravilnik_o_zastiti_gljiva.asp 24. 9. 2003. (5.7.2004).

Potkonjak, Sanja. 2014. *Teren za etnologe početnike*. HED biblioteka, FF press. Zagreb.

Povrzanović, Maja. 1991. „Regionalni, lokalni i individualni identitet: primjer klapskog pjevanja“. *Simboli identiteta: (studije, eseji, građa)*, Biblioteka Hrvatskog etnološkog društva, Zagreb, 105-120.

Poutignat, Philippe., Streiff –Fenart, Jocelyne. 1997. *Teorije o etnicitetu*. Biblioteka XX vek, Beograd.

Pravilnik o pružanju ugostiteljskih usluga u seljačkom domaćinstvu – urednički poćišćen tekst NN br. 5/2008 do 118/2011, http://www.poslovni-savjetnik.com/node/19286 (12.3.2016.).

Promijene u Kršanskoj udruzi tartufara, http://www.labin.com/web/vijest.asp?id=1727 (27.1.2010.).

Quijano-Caballero, Christiana. 2001. "Cultural Tourism and Culinary Heritage", U/In *Culture: A driving force for urban tourism – application of experiences to countries in transition*. D.A. Jelinčić, ur./ed. Zagreb, 63 – 67.

Rabar, Janko. 1982. *Istarska kuhinja:gastronomsko turistički vodič*, Istarska naklada, Pula.

Randić, Mirjana., Ritig-Beljak, Nives. 2006. *Svijet hrane u Hrvatskoj*, Etnografski muzej, Zagreb.

Rat tartufara, http://regionalexpress.hr/site/more/otrovi-kojima-su-otrovani-psi-mogu-biti-opasni-i-za-ljude/ (16.2.2010.).

Ravlić, A. 2003. "Tisuću obitelji u Istri želi se posvetiti ruralnom turizmu", *Novi List* online, http://www.novilist.hr/default.asp?WCI=Pretrazivac&WCU=285B28632859285A28... (19.5.2004.).

Richards, Greg. 2005. "Scope and Significance of Cultural Tourism" U/In *Cultural Tourism in Europe*, Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS). Richards, G. ur./ed., 21-39.

Rihtman-Auguštin, Dunja. 1970. "Tradicionalna kultura i turizam. Dvije neiskorištene šanse". *Dometi 6*: 4-12.

Rihtman – Auguštin, Dunja. 1991. „Istinski ili lažni identitet – ponovno o odnosu folklora i folklorizma". *Simboli identiteta: (studije, eseji, građa)*, Biblioteka Hrvatskog etnološkog društva, Zagreb. 78-89.

Rimanić, Mirjan. 2002a. "Osnovan Istarski centar tartuf". *Glas Istre*, Pula, 20. listopada, 8.

Rimanić, Mirjan. 2002b. "Motovunska šuma najveće svjetsko stanište tartufa", u: *Novi List online,* http://www.novilist/default.asp?WCI=Pretrazivac&WCU=285B28632859285A28... (19.5.2004).

Rimanić, Mirjan. 2003a. "Tartuf je naše najveće bogatstvo". *Glas Istre*, Pula, 29. siječnja, 26.

Rimanić, Mirjan. 2003b. "Tartufe treba zaštititi kvalitetnim zakonima", u: *Novi List online*, 27. listopada, http://www.novilist/default.asp?WCI=Pretrazivac&WCU=285B28632859285A28... (19.5.2004.).

Rimanić, Mirjan. 2010. "Motovunski teran je nekad bio simbol za vino u Istri". *Glas Istre*, Pula, 27. rujna, 30, 31.

Rimanić, Mirjan. 2015. „Kobasice i pršut za gospodu, a za podanike mastura i maneštra“. *Glas Istre*, Pula, 7. kolovoza, 4-5.

Rittig – Beljak, Nives. 1990. „Gostoljublje na razmeđu mita i manipulacije“. *Rad XXXVII. Kongresa folklorista Jugoslavije. Plitvička jezera.* Čakovec: TIZ Zrinski, 164-168.

Rittig- Beljak, Nives. 2009. „Opatija- Abazzija. Od sela do simbola“, U/In *Povijesne zaobilaznice: Nijemci i Austrijanci u Hrvatskoj* – drugo prošireno izdanje, Marks, Lj., Rittig-Beljak, N. ur./ed. Zagreb, Zajednica Nijemaca u Hrvatskoj, Institut za etnologiju i folkloristiku, 132-144.

Ružić, Pavlo, Dropulić, Marinela. 2009. "Uloga tradicijske prehrane u gastronomskoj ponudi ruralne Istre". *Socologija i prostor 4:* 57-68.

Ružić, Pavlo, Medica, Ivana. 2010. "Analiza slike središnje Istre kao ruralne turističke destinacije". *Zbornik 2. hrvatskog kongresa o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem*, 21. - 25. travanj, Mali Lošinj, 225-232.

Sarjanović, Ivan. 2004. „Ruralni turizam u Istri – dokaz da hrvatski turizam može na drugi način“, http://www.geografija.hr/hrvatska/ruralni-turizam-u-istri-dokaz-da-hrvatski-turizam-moze-i-na-drugi-nacin/ (19.3.2016.).

Salazar, Noel.B. 2008. „The Anthropology of Tourism“, http://www.scitopics.com/The_anthropology_of_tourism.html (1.12.2010.).

Sorcinelli, Paolo. 2009. "History and Tourism". *Almatourism*, CIB Centro Inter-Bibliotecario, 18-23, http://almatourism.cib.unibo.it/article/viewFile/1716/1087 (13.12.2010.).

Seremetakis, Nadia. 1993. „The Memory of the Senses: Historical Perception, Commensal Exchange and Modernity“. *Visual Anthropology Review* 9 / 2: 2-18.

Seremetakis, Nadia. 1994. *The Senses Still*. Westview Press, The University of Michigan.

Simić, Tanja. Biluš, Marina. 2006. „Gastronomske oaze mira za goste iz grada“, http://www.nacional.hr/clanak/print/25004 (22.8.2007.).

Skledar, Nikola. 1991. „Simboli i socio-kulturni identitet (Prilog antropologijskom pristupu)“. *Simboli identiteta: (studije, eseji, građa)*, Biblioteka Hrvatskog etnološkog društva, Zagreb, 7-19.

Sonda (2013) Homage supi, u: Hungry Designers, Kolekcija dizajnerskih projekata na temu gastronomije u turizmu, Hrvatsko dizajnersko društvo, Zagreb, 69-75.

Službeni turistički portal Istre: Tipovi domaćinstava, http://www.istra.hr/hr/smjestaj/odmor_u_zelenoj_istri/tipovi_domacinstava (5.11.2010.).

Strategija razvoja turizma Repoublike Hrvatske do 2020. Godine http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_05_55_1119.html

Spiering, Menno. 2006. "Food, Phagophobia and English National Identity". *Food, Drink and Identity in Europe*. Wilson, T.M., ur./ed. Amsterdam, New York, Rodopi.

Svržnjak, Kristina. *et. al*. 2010. "Razvoj seoskog turizma sjeverozapadne Hrvatske", u: *Zbornik 2. hrvatskog kongresa o ruralnom turizmu s međunarodnim sudjelovanjem*, 21. - 25. travanj, Mali Lošinj, str. 239-245.

Sutton, David. 2001. *Rememberance of repasts: An anthropology of food and memory.* Bloomsbury Academic.

Sutton, David, Hernandez, Michael. 2003. „Hands that Remember“. *An Ethnographic Approach to Everyday Cooking*, www.museum.uppen.edu/publications, vol. 45, No 2.

Sutton, David. 2008. „A tale of Easter ovens: Food and collective memory“. *Social Research: An International Quarterly* 75 /1: 157-180.

Šatović, Željko. 2007. "Gomolj strasti: mit ili stvarnost". *Iće i piće* 4: 33-35.

Šišović, Davor. 1996a. „Kako napraviti dobar pršut“. *Glas Istre*, Pula, 8.siječnja, 16.

Šišović, Davor. 1996b. „Kako izvući istarski pršut iz „ilegale““. *Glas Istre*, Pula, 17. prosinca, 14.

Šišović, Davor. 1996c. „Ostaje li tržište bez istarskog pršuta?“. *Glas Istre*, Pula, 18. prosinca, 18.

Šišović, Davor. 1997a. „Sezona bez istarskog izvornog pršuta“. *Glas Istre*, Pula, 30. travnja, 3/ 1.

Šišović, Davor. 1997b. „Kako očuvati tradiciju, a da bude po zakonu“. *Glas Istre*, Pula, 11. prosinca, 10.

Šišović, Davor. 1997c. „Legalnu proizvodnju treba – izračunati!“. *Glas Istre*, Pula, 17. prosinca, 4/28.

Šišović, Davor. 1998a. „Duh stoljetne baštine“. *Glas Istre*, Pula, 10. travnja, 15.

Šišović, Davor. 1998b. „S tradicijom uz znanost do tržišta“. *Glas Istre*, Pula, 5. prosinca, 10.

Šišović, Davor. 1999. „Najbolje iz tradicije – u pravilnik o pršutu“. *Glas Istre*, Pula, 21. siječnja, 17.

Šišović, Davor. 2000a. „Dobra sirovina za dobar istarski pršut“. *Glas Istre*, Pula, 19. siječnja, 18.

Šišović, Davor. 2000b. „Pršut koji govori sve jezike svijeta“. *Glas Istre*, Pula, 1. listopada, 6.

Šišović, Davor. 2000c. „Istarski pršut na pola puta do zaštitnog znaka“. *Glas Istre*, Pula, 19. listopada, 17.

Šišović, Davor. 2000d. „Tajne i domaći recepti“. *Glas Istre*, Pula, 27. prosinca, 40.

Šišović, Davor. 2002a. „Uspijeh višegodišnje borbe za zaštitu istarskog pršuta“. *Glas Istre*, Pula, 5. tavnja, 18.

Šišović, Davor. 2002b. „Najbolji istarski specijalitet konačno na tronu“. *Glas Istre*, Pula, 16. travnja, 20,21.

Šišović, Davor. 2002c. „110 bodova za vrhunski pršut“. Glas Istre, 2 Pula, 4. svibnja, 18.

Šišović, Davor. 2002d. „Agroturizam je i mrvljenje fažola“, *Glas Istre*, Pula, 23.srpnja, 19.

Šišović. Davor. 2003a. "Inspektori određuju "tradicionalnost" jela". *Glas Istre*, Pula, 19. svibnja, 8-9.

Šišović, Davor. 2003b. "Pločice ‘Izvorni tartuf’ za deset restorana". *Glas Istre*, Pula, 24. rujna, 9.

Šišović, Davor. 2007a. "Počelo je osamdesetih godina prošlog stoljeća". *Glas Istre online*, 11. prosinca,
http://www.glasistre.hr/?1685f602648c4deade03f12953a408ab,TP,2990,,16167,,2035...
(11.12.2007).

Šišović, Davor. 2007b. "Prvi gosti za Uskrs 1995. godine", u: *Glas Istre online*, 12. prosinca,
http://www.glasistre.hr/?14919f59d323dac465dbffd148ffd28e,TP,3006,,16178,21334...
(12.12.2007).

Šišović, Davor. 2007c. "Prvi gosti za Uskrs 1995. godine", u: *Glas Istre online*, 12. prosinca, http://www.glasistre.hr/?14919f59d323dac465dbffd148ffd28e,TP,3007,,16193,21353,... (13.12.2007).

Šišović, Davor. 2009. „Puna hiža ljudi na veliku praščinu“. *Glas Istre*, Pula, 24. siječnja, 4-5.

Šišović, Davor. 2010. „Priča o istarskom pršutu“. *Glas Istre*, Pula, 25 listopada, 6.

Šišović, Davor. 2011. „Istarski pršut napokon dobio oznaku izvornosti!“. *Glas Istre*, Pula, 16. veljače, 3.

Šišović, Davor. 2013. „Poseban uzgoj za pršute kakve su radili naši stari“. *Glas Istre*, Pula, 13. veljače, 12-13.

Šišović, Davor. 2013. „Istarska supa je zastarjela! Trebalo bi je osuvremeniti“. *Glas Istre*, Pula, 25. rujna, 12-13.

Šišović, Davor. 2013. „Napokon dobivamo istarski pršut od istarskog prasca?“. *Glas Istre*, Pula, 12. studenog, 12-13.

Šišović, Davor. 2013. „U agroturizmima se tražilo mjesto više“. *Glas Istre*, Pula, 28. studenog, 4-5.

Šišović, Davor. 2014. „Istarski pršut proizvodi se i u Slovenskoj Istri“. *Glas Istre*, Pula, 30. listopad, 6-7.

Šišović, Davor. 2015. „Istarski pršut sedmi hrvatski proizvod zaštićen u Europi“. *Glas Istre*, Pula, 17. listopad, 3.

Šišović, Davor. 2016. „Pršut treba puno zraka, ali i stabilnu temperaturu“. *Glas Istre*, Pula, 27. siječnja, 6 i 7.

„Imamo tartufe, a nemamo zakon o njima!“ 2000. *Hrvatske šume*, 48: 16,17, www.hrsume.hr/casopis/br48/48duplerica.pdf 2000 (9.11.2003).

Tartufi - Mogućnosti uzgoja tartufa, http://www.poslovniforum.hr/about02/tartufi.asp, (14.2.2010.).

Theophrastus, http://www.cartage.org.lb/en/themes/biographies/mainbiographies/t/theophrastus/1.html (28.11.2010.).

Toussaint-Samat, Maguelonne. 1992. "The History of Truffles". *A History of food*, Blackwell Publishing, Oxford, 434-441.

Toussaint – Samat, Maguelonne. 1992. „History of bread and Cakes“. *History of food*, Blachwell Publishing, Oxford, 233-246.

Trošt, Klara. et al. 2011. „Stavovi vlasnika o daljnjem razvoju agroturizama u Istarskoj županiji“. *Proceedings 46th Croatian and 6th International Symposium on Agriculture*, Opatia, February 14 - 18, 2011., http://sa.agr.hr/2011/ (19.3.2016.).

Trstenik – Gomila – Rašpor, http://izletipoistri.bloger.hr/post/trstenik--gomila--raspor/1447238.aspx (1.12.2010.).

Trubek, Amy B. 2008. „Place matters“. *Taste of the Place: a Cultural Journey into terroir*, University of California Press, 18-53.

Udruženje tartufara Livade, http://www.poslovna.hr/lite/udruzenje-tartufara-livade/165830/subjekti.aspx, (16.2.2010.).

Ujčić, Tajana 2007. "Ništa novo pod zemljom!". *Iće i piće* 4: 37-39.

Uljančić-Vekić, Elena. 2009. „Buoni bocconi? – trpeza porečana u 17. i 18. stoljeću“. *Cerealia, oleum, vinum…: kultura prehrane i blagovanja na Jadranskom prostoru*, Zbornik radova, Zavičajni muzej Poreštine, Poreč, 85-97.

Važeći zakoni i provedbeni propisi iz područja seoskih domaćinstava, http://www.azrri.hr/index.php?id=106 (13.3.2016.).

Vikend tartufa, http://varganj.sbnet.hr/vijest 1009.htm (9.11.2003.).

„Vinske ceste u Istri: Avantura pretvorena u ozbiljan turistički proizvod“. *Turizam info*, časopis za turizam i ugostiteljstvo, http://www.turizaminfo.hr/article.aspx?ar=234&to=107&ma=20&no=28 (5.11.2010.).

Visočnik, Nataša. 2004. "Food and Identity in Japan". *Etnološka istraživanja 10*: 7-28.

VittersØ, Gunnar, Amilien, Virginie. 2011. „From tourist product to ordinary food? The role of rural tourism in development of local food and food heritage in Norway“. *Anthropology of Food*, No 8, http://aof.revues.org/6833 pristupljeno (1.4.2016.).

White Truffles from Alba, http://www.lifeinitaly.com/food/truffle.asp (24.11.2010.).

Williams, Raymond. 1965. „Analysis of Culture“. *The Long Revolution*, Penguin, Harmondsworth, 57-88.

Wilk. Richard. 2008. „Real Belizean Food: Building Local Identity in the Transnational Caribbean“, U/In *Food and Culture: A Reader, second edition*. Counihan, Carol, Van Esterik, Penny. Ur./ed. New York: Routledge, 308-327.

Wilson, Thomas. M. 2006. "Food, Drink and Identity in Europe: Consumption and Construction of Local, National and Cosmopolitan Culture". *Food, Drink and Identity in Europe*, Wilson, T.M. ur./ed.Amsterdam, New York, Rodopi

Vukonić, Boris, Keča, Ksenija. 2001. *Turizam i razvoj. Pojam, načela, postupci*, Mikrorad d.o.o., Zagreb.

Zakon o zaštiti šuma, http://narodne-novine.nn.hr/default.aspx (14.2.2010).

Zelenika, Ratko. 2000. *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka.

Zigante tartufi - Pokazno traženje tartufa, http://www.zigantetartufi.hr/index.php?option=com_content&view=article&id=10&Itemid=26&lang=hr (28.11.2010).

SAŽETAK RADA

Predmet ovog rada je promjena konteksta određenih namirnica odnosno jela, točnije - tartufa, pršuta i *supe* nakon što su postali dijelom jelovnika istarskih agroturizama. Praćenjem promjena koje prolaze tartufi, pršut i *supa* od svakodnevnog obroka do važnog mjesta na turističkom jelovniku analizira se proces komodifikacije nostalgije u okviru odnosa prehrane i pamćenja.
Kombinacijom simboličke perspektive i teorije sjećanja koju je predložio David Sutton promatra seproces promjene svakodnevnih i svečanih obroka koje su vlasnici obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava konzumirali u djetinjstvu do obroka koje nude svojim gostima (turistima). Prilagodbom jelovnika u smislu obima obroka, svakodnevnom ponudom mesnih obroka, ponudom namirnica koje su se u tradiciji jele samo u specijalnim prilikama (pršut), inovacijama u pripremanju i serviranju jela (posebno kod serviranja *supe* kako bi se zadovoljili higijenski uvjeti) i ponuda jela koja nisu bila dio svakodnevnog tradicijskog obroka na selu, samo su neke od promjena koje je diktiralo moderno društvo. Teorija sjećanja koja donosi pojam nostalgije u kombinaciji sa političko-gospodarskim pristupom daje okvir za analizu procesa komodifikacije namirnica/jela (pršut, *supa*) putem unifikacije postupaka pripremanja ili serviranja ali i komodifikaciju nostalgije u turističke svrhe (ponude obiteljskih seoskih gospodarstava – ovdje konkretno na primjeru tradicijske prehrane).
Promatrajući tartufe, pršut i *supu* ne samo kao kulturni trag, već i kao kulturni znak, odnosno kao namirnice/jela koja nam pokazuju u kojem smjeru se odvijaju promjene (vidi Fiddes, 2002) unutar istarske prehrambene tradicije, jasno je da će u budućnosti biti teško odrediti koje su namirnice ili jela dio nove tradicije, a koje su se promijenile pod utjecajem turizma.

KLJUČNE RIJEČI

Istra, tartufi, gastronomski identitet, ruralni turizam, tradicijska prehrana

SUMMARY

Doctorate thesis ponders on transformation of context of specific foodstuffs or meals – truffles, prosciutto and *supa* as they become part of Istrian agrotourism menus. Following the

changes that these foodstuffs are going through from everyday meal to an important place in touristic menus, we are analysing the process of commodification of nostalgia as a part of food and memory relationship.

By combination of symbolic perspective and theory of memory that was suggested by David Sutton, we observe the changing process of everyday and celebratory meals that owners of family agricultural homesteads consumed in their childhood and meals they now serve their guests (tourists). Adaptation of menus in their size, everyday servings of meat meals that were traditionally consumed on special occasions (prosciutto), innovations in preparing and serving of food (especially with *supa*, to accommodate hygiene laws), and food that was almost never a part of everyday traditional meals in rural areas are just some of the changes that was dictated by modern society. Theory of memory that presents us with notion of nostalgia which is combined with political-economy approach gives us the framework for analysis of commodification process of food like prosciutto and *supa* in the sense of unification of the methods of preparing and serving, but also of commodification of nostalgia for touristic purposes (like the traditional food in family rural homesteads).

Contemplating the truffles, prosciutto and *supa*, not only as a cultural clue but also as a cultural sign, or as food or meals that point us in what direction the changes are going on (see Fiddes 2002) within Istrian food tradition, it is clear that will be difficult to determine, in the future, which food or meals were part of new tradition, and which were just changed by the touristic influence.

KEY WORDS

Istria, Truffles, gastronomical identity, rural tourism, traditional food

PRILOZI:

POPIS FOTOGRAFIJA:

1. Fotografija 1, razglednica – Opatija, foto: Atelier Betty, 20. stoljeće; arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E6345

2. Fotografija 2, razglednica – Opatija, foto: Erich Bahrendt, 1911.g., arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E 6341

3. Fotografija 3, razglednica - Pula, izdavač: Union postal universelle, 1910.g., arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E 5367

4. Fotografija 4, razglednica – Opatija, 1963.g., izdavač: Vjesnik, arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E 6585

5. Fotografija 5, razglednica – Pula, 1981. g., izdavač: Vjesnik, arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E 6402

6. Fotografija 6, razglednica - Poreč, Zelena laguna, 1969. g, foto: A. Orel,. arhiva Etnografskog muzeja Istre, inv. broj: E 6175

7. Fotografija 7, propagandni materijal agroturizma „Tikel“, Špinovci kraj Motovuna

8. Fotografija 8 – Mario i Denis Tikel, Turističko seljačko gospodarstvo „Špinovci“, foto: Tanja Kocković Zaborski

9. Fotografija 9 - Turističko seosko gospodarstvo "San Mauro", Momjan, foto: Tanja Kocković Zaborski

10. Fotografija 10 - pokazno traženje tartufa, Dani tartufa općine Oprtalj, Livade 2010. g., foto: Tanja Kocković Zaborski

11. Fotografija 11 – tzv. 'show cooking' na Danima tartufa općine Oprtalj u Livadama 2010. godine, jela s tartufima priprema pjevač grupe „Gustafi“, foto: Tanja Kocković Zaborski

12. Fotografija 12 – nekadašnji župan Istarske županije, Ivan Jakovčić na Danima tartufa općine Oprtalj 2010. godine, foto: Tanja Kocković Zaborski

13. Fotografija 13 - *fritaja* sa bijelim tartufima, foto: Tanja Kocković Zaborski

14. Fotografija 14 - radionica izrade domaće tjestenine, Fažana, foto: Tanja Kocković Zaborski

15. Fotografija 15 - sudjelovanje turista na radionici izrade domaće tjestenine, Fažana, foto: Tanja Kocković Zaborski

16. Fotografija 16 – šparoge, foto: Tanja Kocković Zaborski

17. Fotografija 17 – začinsko bilje, šparoge, *bljušt*, foto: Robert Bilić

18. Fotografija 18 – divlji radič, foto: Tanja Kocković Zaborski

19. Fotografija 19 - *fuži*, fotografkinja: Maja Danica Pečanić

20. Fotografija 20 - Bijeli tartufi, foto: Tanja Kocković Zaborski

21. Fotografija 21 - Crni tartuf, foto: Tanja Kocković Zaborski

22. Fotografija 22 - Pismo namjere osnivanja tvrtke, arhiva ZMGR, inv. br. 4856

23. Fotografija 23 - Predugovor za osnivanje tvrtke, arhiva ZMGR, inv. br. 4855

24. Fotografije 24 - Ugovor o osnivanju tvrtke “Azienda del Tartufo – Sella, Hütterott and C. Levade”, arhiva ZMGR, inv. br. 4858/1

25. Fotografija 25 - Ugovor o osnivanju tvrtke “Azienda del Tartufo – Sella, Hütterott and C. Levade”, arhiva ZMGR, inv. br. 4858/2

26. Fotografija 26, portret Barbare Hütterott, Merano 1917, broj 4254, preuzeto iz katalog: "Obitelj Hütterott: ostavština" – katalog Državni arhiv u Pazinu (str. 396.)

27. Fotografija 27 - tartufarski psi, foto: Tanja Kocković Zaborski

28. Fotografija 28 - nagrada za pse nakon 'pronalaska' tartufa, foto: Tanja Kocković Zaborski

29. Fotografija 29 - Jacki, 'maskota' turističkog seljačkog gospodarstva "San Mauro", Momjan, fotograf: Tanja Kocković Zaborski

30. Fotografija 30 - vadilica za tartufe, foto: Tanja Kocković Zaborski

31. Fotografija 31 – pokazno 'vađenje' tartufa, foto: Tanja Kocković Zaborski

32. Fotografija 32 - Motovun, foto: Tanja Kocković Zaborski

33. Fotografija 33 - ponuda 'Zigante tartufa' na Danima tartufa u Livadama, foto: Tanja Kocković Zaborski

34. Fotografija 34, pršut, preuzeto sa http://goo.gl/lK5t0g

35. Fotografija 35, pršut, preuzeto sa http://goo.gl/lK5t0g

36. Fotografija 36 - *bukaleta*, E 2069, fundus EMI/MEI

37. Fotografija 37 - recept za *supu*, fotografkinja: Tanja Kocković Zaborski

38. Fotografija 38 - *supa*, fotografkinja: Maja Danica Pečanić

39. Fotografija 39 - reinterpretacija *supe*, studio Sonda, preuzeto sa http://goo.gl/BjPCd6

40. Fotografija 40 - *maneštra*, fotografkinja: Maja Danica Pečanić

POPIS KAZIVAČA:

Libero Sinković (1953), Sveti Mauro, 17.2.2004., 2013.

Dora Sinković (1957), Sveti Mauro, 17.2.2004.

Mario Tikel, Špinovci, 26.8.2002., 2013.

Davor Šišović, Pazin, 17.7.2003., 2013.

Mladen Ćaleta, Šumarija Buzet, Pula, 3.6.2004.

Marijan Maurović (Livade), Motovun, 1.6.2004.

Paolo Nežić, Zrenj, 17.2.2010.

Nadja Nežić, Zrenj, 17.2.2010.

Ana Zgrablić, Blatna Vas, Roč, 18.2.2010.

Vladimir Zagrablić, Blatna Vas, Roč, 18.2.2010.

Davorka Šajina, Motovunski novaki, Pazin, 2002., 2003., 2004., 2010., 2013., 2016.

Karmen Štefanić, Štefanići, Motovun, 2013.

Nevenka Ferlin, Ferlini, Žminj, 2004., 2010., 2013., 2016.

Ana Stojšić, Pazin, 2013.

Natša Putinja, AZRRI, Pazin, 2013.

KRATKI ŽIVOTOPIS AUTORA

Pedagošku gimnaziju 'Tituša Brezovačkog' u Zagrebu autorica je završila 1993. godine, a 1994. godine upisala studij etnologije i povijesti na Filozofskom fakultetu u Zagrebu, gdje je diplomirala 2000. godine. Sljedeće godine upisala je poslijediplomski studij etnologije i kulturne antropologije na Filozofskom fakultetu u Zagrebu, gdje je magistrirala 2011. godine.
U studenom 2001. godine zapošljava se u Etnografskom muzeju Istre u Pazinu. Od 2007. godine dio je stručnog tima koji radi na osmišljavanju novog stalnog postava, koji je otvoren u lipnju 2017. godine. Od 2009. do 2014. godine radila kao vanjska suradnica - asistentica na izbornom kolegiju Muzeologija, Muzejske zbirke i zaštita i Turističke atrakcije u sklopu Interdisciplinarnog preddiplomskog studija Kulture i turizma, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. U svibnju 2010. godine, mentorica je izložbe studenata „(Ne)Poznata Pula“, koja je postavljena u Puli, a 2012. godine mentorica je studentske izložbe „Pulski đir: mjesta memorije grada“.
2011. godine upisala je doktorski studij „Humanističke znanosti“, Odjel etnologija i antropologija na Sveučilištu u Zadru. Od 2011.-2017. osmislila je i organizirala festival tradicijske i ekološke prehrane „Pazi što jedeš“ Etnografskog muzeja Istre, koja se sastojala od znanstvenih i stručnih predavanja, radionica za odrasle i djecu, projekcije filmova, studentskih predavanja i sajma ekološke prehrane.
Koautorica je izložbe „Tržnica – trbuh grada“ za koju je dobila godišnju nagradu „Milovan Gavazzi“ Hrvatskog etnološkog društva 2016. godine i godišnju nagradu Hrvatskog muzejskog društva za međumuzejsku suradnju Etnografskog muzeja Istre i Pomorskog i povijesnog muzeja Hr. primorja 2017. godine. Tijekom rada u muzeju bila je autorica, koautorica ili stručna suradnica na izložbama i katalozima izložbi: „Memobox – 50. g. Etnografskog muzeja Istre“, „*Ki sit ki lačan*“, „Kuhinja *none* Fume“, „Zbirka arhitekture i opreme kuće“.
Sudjelovala je na brojnim konferencijama u Hrvatskoj i inozemstvu te objavila niz znanstvenih, stručnih i popularno znanstvenih radova.