

TURIZAM PAMĆENJA I TRADICIJSKA PREHRANA

Okusi i vještine pripremanja jela u istarskim agroturizmima

Tanja Kocković Zaborski

Etnografski muzej Istre / Museo Etnografico dell'Istria, Pazin

U članku se prikazuje na koji su način vlasnici agroturizama u Istri prilikom osmišljavanja turističke ponude svojih objekata iskoristili proces komodificiranja osjećaja nostalgije. Pomoću ambijenta i prehrane koji evociraju prošlost, često i nedoživljenu, obraćaju se turistima koji se žele "vratiti" u zamišljeno djetinjstvo. Fokus rada usmjeren je na fenomen okusa koji u odnosu s fenomenom pamćenja postaje zanimljiv turistički proizvod te se pokazuje na koji način fenomen okusa vlasnici agroturizama u Istri pokušavaju "prenijeti" turistima.

Cljučne riječi: turizam pamćenja, agroturizam, nostalgija, tradicijska prehrana, okusi

Uvod

Istraživanje utjecaja turizma na određene namirnice ili jela/pića (tartufi, pršut, *supa*) prilikom promjene konteksta ulaskom na jelovnike agroturizma¹ provela sam u sklopu doktorskog studija etnologije i kulturne antropologije na Sveučilištu u Zadru. U ovom članku prikazujem rezultate jednog dijela tog istraživanja.²

¹ Brojni su pojmovi koji se koriste kako bi se opisale turističke aktivnosti izvan gradskog područja. Seoski, seljački turizam, ruralni turizam ili agroturizam samo su neki od tih pojmova. Takav tip turizma je relativno novi predmet znanstvenih istraživanja, a tu tvrdnju potkrepljuje brojnost definicija i različiti nazivi za pojam agroturizma (Jelinčić 2007). Naziv agroturizam najvjerojatnije je prenesen iz talijanskog jezika, budući da je ruralni turizam u Istri pod velikim utjecajem susjedne Italije. Naziv agroturizam uvriježen je u svakodnevnoj komunikaciji i tekstovima u tisku u Istri ali i šire, stoga ga u ovom tekstu najčešće koristim.

² Prilikom izrade doktorske disertacije koristila sam nekoliko metodoloških postupaka. Prvenstveno sam se poslužila znanstvenim metodama intervjuiranja i promatranja, koje sam primjenjivala prilikom terenskih istraživanja u agroturizmima, gdje sam razgovarala s vlasnicima. Razgovori su vođeni kombinacijom slobodnog, polustrukturiranog i dubinskog intervjua koji su se nametali ovisno o situaciji i volji ispitanika. O jelovnicima u agroturizmima razgovarala sam s osam obitelji koje su vlasnici takvih objekata, većinom starije generacije uz iznimku dvije obitelji koje su bile nešto mlađe (rođeni oko 1970.). Osim toga, moji su sugovornici bili i tartufari, novinari koji se bave temom prehrane te osobe koje rade u agenciji zaduženoj za agroturizme. Sveukupno sam obavila razgovore s petnaest kazivača tijekom 2002. – 2004., 2010., 2013. i 2016. godine. Prilikom razgovora s kazivačima koristila sam i interpretativnu metodu, imajući na umu kazivače koji nisu samo izvor podataka već sam posebno obratila pažnju na njihovo mišljenje i viđenje teme o kojoj smo razgovarali (vidi Mason 2002). Metodu promatranja primijenila sam prilikom posjeta agroturizmima kako bih prikupila podatke o materijalnim i nematerijalnim simbolima istarskog identiteta koje su sami kazivači naglašavali. Najčešće sam agroturizme posjećivala vikendom ili za vrijeme festivala "Dani otvorenih vrata agroturizma Istre", koji se održava krajem godine. Osim toga, posjećivala sam tijekom godina i gastronomske *fešte* koje organiziraju pojedina mjesta i gradovi u predsezoni i postsezoni. Metoda studija slučaja (*case study*) primijenjena je prilikom analize dodatnih aktivnosti stanovnika koji žive u tzv. zoni tartufa, ispitujući teškoće tartufara prilikom *lova* na tartufe od samih početaka tartufarenja (dvadesetih godina 20. stoljeća) pa sve do danas.

Oslanjajući se na etnološki i kulturnoantropološki pristup u istraživanju prehrane, predmet rada sagledava se iz simboličke i političko-gospodarske perspektive. U radu sam se oslonila na promišljanja etnologa Davida Suttona (Sutton 2001, 2008; Krosmejer i Sutton 2011) o odnosu prehrane i pamćenja i simboličke perspektive antropologije prehrane. Dotičem se Halbwachsovog shvaćanja pojma pamćenja³ koji Sutton uvelike inkorporira u svoja istraživanja. Sutton ukazuje na povezanost prehrane i pamćenja kroz promišljanje konstrukcije osobnog, obiteljskog i regionalnog identiteta. Isto tako, problematizira pitanje gubitka identiteta i sjećanja jačanjem procesa standardizacije prehrane.

Tartufi nisu bili dio svakodnevne prehrane na selu u Istri, pršut se u iznimnim slučajevima mogao konzumirati u seoskim domaćinstvima Istre do polovice 20. stoljeća,⁴ dok je, za razliku od toga, *supa* uistinu bila dio tradicijske prehrane. Tradicijska prehrana Istre, na čijoj se pojednostavljenoj i unificiranoj verziji bazira današnja gastronomska ponuda turističkih seoskih gospodarstava (ali i konoba i restorana), s vremenom se mijenjala. Prihvaćale su se pojedine namirnice, ali i nove tehnologije pripreme, promijenio se i kontekst (pod utjecajem povijesno-gospodarskih promjena, početkom industrijalizacije i turizma) u kojem su se obroci pripremali i konzumirali.⁵

Hrana ima mogućnost da izazove neku vrstu kolektivnog pamćenja, a snaga takvog pamćenja jest da prizove cijele vremenske epohe koje mnogi nazivaju “dobra stara vremena” i da tako obuhvati osobnu povijest, ali i kolektivne identitete. Tako se, pomoću obroka u agroturizmima, komunicira tradicijska prehrana Istre u (agro)turističkom kontekstu i pri tome stvara turistički proizvod. Uz navedeno, na

³ Na početku je potrebno definirati pojmove i istaknuti razliku između pojmova pamćenja i sjećanja. Engleska riječ *memory*, francuska *memoire* prevedene su terminima pamćenje i sjećanje. Pojam sjećanje, prema Brkljačić i Prlenda, označava sjećanja i uspomene. Pamćenje je pojam okrenut prema procesu prerade i potom zadržavanja ili odbacivanja informacija. Potrebno je razlikovati i pojmove individualno pamćenje, koje je psihološki proces usvajanja i zadržavanja novih informacija, a sjećanje je obnavljanje predodžbe o nečemu u prošlosti koje se odvija u našoj svijesti. Kolektivno pamćenje, naprotiv, obuhvaća “aktivnu praksu oblikovanja, strukturiranja i reorganiziranja sjećanja” (Brkljačić i Prlenda 2006: 17). Kolektivno sjećanje je onda skup uspomena koje dijeli određena zajednica i ono naravno karakterizira okrenutost prošlosti (ibid.). Pamćenje živi samo u komunikaciji, pa ako se komunikacija prekine, nastupa zaborav (Assmann 2006: 53). Uspoređujući pojmove kolektivno pamćenje i povijest, Halbwachs (1985: 75) smatra da kolektivno pamćenje naglašava različitost i posebnost vlastite povijesti u odnosu na ostala grupna pamćenja, a povijest slaže činjenice tako da se ne ističe nikakva posebnost, sve je podjednako i značajno. Postoje mnoga kolektivna pamćenja, ali samo je jedna historija koja nije povezana s pojedinom grupom. Za Halbwachsa je pamćenje kolektivno, grupno, specifično “identitetski korektno” (Assmann 2006: 58). Agroturizam će biti mjesto gdje se oživljava ono što je zapamćeno, gdje se priziva sjećanje na okuse i vještine stečene u djetinjstvu ili stvaraju neka nova iskustva koja će se pamtili.

⁴ Iako je gotovo svako kućanstvo u Istri uzgajalo svinje u prvoj polovici 20. stoljeća, pršut se znao ponuditi gostima iz grada, najamnim radnicima koji bi došli pomoći u košnji ili se, najčešće, nosio kao poklon liječniku, učitelju ili svećeniku te prodavao kako bi se mogao platiti porez državi.

⁵ U želji da se istakne specifičnost i naglasi identitet, stvorena je “istarska kuhinja” kao kombinacija seoskog i gradskog načina prehrane kroz bogatu povijest regije (feudalni germanski i romanski utjecaji). Osnovne značajke istarske kuhinje pretežno su kuhana jela, dosta ribe, upotreba vinskoga octa, maslinovog ulja, vina kao sastojka pri kuhanju (Kocković 2005: 811). No, u Istri je zbog raznolikosti u konfiguraciji tla prisutna i raznolikost u tradicijskoj prehrani. Ipak, ta se raznolikost rijetko može primijetiti na jelovnicima istarskih agroturizama jer se ponuda svodi na uobičajeni jelovnik koji se sastoji od pršuta i sira kao predjela, *maneštre* kao toplog predjela i *pašte* i *šuga* (domaće tjestenine s umakom) kao glavnog jela ili neke kombinacije pečenog mesa s krumpirom. Rjeđi su slučajevi isticanja mikrospecifičnosti, poput jelovnika u kojima se stavlja naglasak na voće kao što to rade u Kaldiru (bogatom kraju Istre gdje se uzgaja voće).

agroturizmima se mogu vidjeti procesi komodifikacije nostalgije u sklopu turizma pamćenja (Bartoletti 2010). Fenomen nostalgije u tekstu promatram kao snažan osjećaj gubitka pripadanja, odnosno postupno nestajanje kolektivnog pamćenja koje se događa u modernom društvu u kontekstu prehrane. Postupno se zaboravljaju vještine uzgoja ili pripremanja pojedinih namirnica. Drugačiji, brži tempo života ne potiče učenje i utjelovljeno pamćenje postupaka pripreme obroka.⁶ Takva vrsta pamćenja i nostalgija dio su “turizma pamćenja” koji se “oslanja” na emociju, odnosno na doživljaj. “Turizam pamćenja” nije baziran na materijalnim ostacima, već na iskustvu koje nudi turistima, a u ovom slučaju to se odnosi na gastronomsko iskustvo. Stoga je fokus ovog rada usmjeren na fenomen okusa koji i sami kazivači ističu kao jedan od glavnih faktora kojim se privlače turisti da dođu i “kušaju” ovu regiju.

Tradicija, turizam pamćenja i nostalgija

Tradiciju⁷ čine elementi kulture koje je lokalna zajednica izdvojila kao one koje želi prenijeti na buduće generacije. Oni su poveznica prošlosti i budućnosti (Rihtman-Auguštin 1970; Orlić 2013: 71–72). Izabiru se pojedine značajke odnosno vrijednosti, koje se posebno ističu. No, nije sigurno da će se te vrijednosti kasnije prihvatiti kao važne ili karakteristične za određeno razdoblje (Williams 1998: 54). Važno je istaknuti i da proces selekcije nije konačan, on se mijenja, a isto tako se istaknute značajke ili vrijednosti prilagođavaju “suvremenom sustavu interesa i vrijednosti” (ibid.).⁸ Tradicija je od iznimne važnosti u načinu pripreme odabranih namirnica. No, potrebno je istaknuti da se tradicija mijenja, a s njom i prehrabene navike (Fiddes 2002: 38–39, 41).

Etnologinja Ivona Orlić (2013: 73) naglašava da su kontinuitet ili prekid kontinuiteta kulture pojmovi koje također vezujemo uz pojam tradicije. Uvriježeno je mišljenje javnosti da ako se govori o tradiciji, misli se na nešto što je kontinuirano i staro, za razliku od interpretacije pamćenja. Pamćenje i sjećanje je živo, sklono oživljavanju i zaboravu, podložno je stanju mirovanja, ali i aktiviranju (vidi Sutton 2001). Ako, s druge strane, tako gledamo na tradiciju, moguće je postaviti pitanje koliko traje kontinuitet, odnosno koliko je moguće odstupiti od originala neke pojave kroz vrijeme (vidi Orlić 2013). Potrebno je naglasiti da svaka generacija u skladu sa svojim vrijednosnim sustavom nanovo kreira i definira tradiciju. To znači da tradicija nije identična, nepromjenjiva, a svaki pripadnik generacije pridonosi kontinuitetu,

⁶ Vještine pripremanja pojedinih obroka prenosile su se sa starije na mlađu generaciju pomaganjem u kuhinji. Tako su se učili postupci, a tijelo je “pamtilo”. Takvo utjelovljeno pamćenje moguće je prizvati bilo kada kasnije tijekom života (vidi Sutton 2003).

⁷ Tu mislim i na onu koju nazivamo “izmišljena tradicija”.

⁸ Za razliku od “žive tradicije” o kojoj je ovdje riječ (u smislu stalne promjene tradicijske prehrane Istre) imamo pojam baštine (u kontekstu “baštinskog turizma” koji u tekstu također spominjem). Stvorena od strane društvenih elita, pa time i etnologa, baština je “novi način kulturne produkcije u sadašnjosti, nečega što ima svoje izvorište u prošlosti” (Nikočević 2000: 4). Riječ baština ovdje podrazumijeva dozu okamenjenosti i nepromjenjivosti (Nikočević 2012: 7).

ali i reinterpretaciji (Grbić 1994: 121). Generacijsko, odnosno kolektivno pamćenje pripada grupi ljudi koji su nositelji tog pamćenja koje komuniciraju u rasponu od nekoliko generacija (vidi u Assmann 2006). Upravo su to odlike tradicije.

Ivona Orlić smatra da se danas tradicija u Istri prodaje, ona postaje simbol pomoću kojeg se trguje. Zbog toga prelazi u druge sfere u kojima vrijede druga pravila i gdje se tradicija mora prilagođavati u skladu s marketinškim trendovima i trendovima u turizmu. Stoga, konzumente te tradicije, odnosno turiste, ne zanima više zašto se nešto radilo, odnosno kontekst, nego samo način na koji se radilo. Primjerice, kod pripreme tradicijskog jela važno je naučiti tehniku, ali ne i kontekst u kojem je taj element bio dio cjeline (Orlić 2013: 74). Priprema jela postaje atrakcija. Međutim, ako, s druge strane, turizam pomaže u reinterpretaciji tradicije i ako se ona sagledava i predstavlja zajedno s kontekstom, onda odnos tradicije i turizma ne mora imati negativne posljedice za zajednicu. Na taj se način ujedno tradicija prenosi i dalje.

Za razliku od baštinskog turizma,⁹ prema mišljenju talijanske sociologinje Roberte Bartoletti (2010), "turizam pamćenja" (*memory tourism*) heterogeni je fenomen koji predstavlja nov smjer u današnjem turizmu. Društveni i kulturni kontekst iz kojeg proizlazi ta vrsta turizma je kasno moderno doba, za koje je karakteristična radikalna kriza kolektivnog i individualnog pamćenja. Iz te krize pamćenja izranja osjećaj moderne nostalgije koja se iskorištava na tržištu. Jedan od načina kako se to radi jest i putem turizma pamćenja, koji se može shvatiti kao nova vrsta komodifikacije emocija koja je potrebna za reprodukciju modernog tržišta i društva. Bartoletti smatra da se nostalgija može promatrati kao simptom koji ukazuje na to da su pojedinci anksiozni prema promjenama koje uzrokuje moderni način života, a što uključuje i dezintegraciju bazičnog kolektivnog pamćenja. Kada se suoči s dezintegracijom tradicionalnih veza i gubitkom snažnog osjećaja pripadanja, moderno društvo mora osmisliti nove strategije da motivira pojedince kako bi sudjelovali u procesu društvene obnove, posebice odnoseći se na njihove emocije. U tim okvirima tržište onda igra snažnu ulogu. Proces komodifikacije nostalgije može se promatrati kao jednu od strategija, a turizam je jedno od najinteresantnijih područja gdje možemo promatrati taj proces komodifikacije emocija (Bartoletti 2010).¹⁰

Prije samog turizma pamćenja potrebno se kratko osvrnuti na stanje kolektivnog i individualnog pamćenja u modernom svijetu koje je povezano s pojavom nostalgije kao tipične bolesti modernog svijeta. Bartoletti se kao i David Sutton referira na značenje kolektivnog pamćenja. Kada upotrebljavamo termin kolektivno pamćenje, obično se referiramo na značenje tog pojma koje je dao Maurice Halbwachs (1980, 1992). Kolektivno pamćenje o kojem on govori početkom 20. stoljeća zapravo je već

⁹ "Baštinski turizam" (*heritage tourism*) orijentira se na prikaz elemenata tradicije određenog kraja turistima. Okrenut je prema individualnoj komunikaciji s turistima, a to znači da se napušta masovnost i domaćini nude interpretaciju svoje baštine. Ono što je još bitno istaknuti jest da se elementi prošlosti prikazuju na suvremen način (Orlić 2013).

¹⁰ Ova je perspektiva sukladna s izvedbenim pristupom turizmu kao eksperimentalnoj konzumaciji, koja se ne oslanja na tradicionalnu paradigmu "pogleda" u turizmu (MacCannell 1999). Više o izvedbi kao turističkom doživljaju pogledati kod Coleman i Crang (2002) i Gemini (2008) (Bartoletti 2010: 23).

forma modernog pamćenja koje je fragmentarno i slabašno ukorijenjeno u pojedinačno živo sjećanje. Bartoletti naglašava da je to slaba verzija tradicionalnog kolektivnog pamćenja koje je nekoć povezivalo ljude i koje je imalo veliko značenje za grupe ljudi ali i za pojedince. Uzimajući u obzir navedeno, autorica smatra da nostalgiju treba promatrati kao simptom odvajanja između mogućnosti digitalnog pamćenja modernog društva i pojedinačnog pamćenja, koje je sačuvalo svoju holističku (cjelovitu) i propisanu narav. Gledajući iz te perspektive, nostalgija izgleda kao tipičan moderni oblik individualnog osjećaja (Bartoletti 2010: 20–24).

Autorica smatra da je nostalgija bolest karakteristična za modernitet jer je rezultat nepovratnog osjećaja gubitka i ne postoji mogućnost povratka kako bi se ublažili simptomi. Objekt takve moderne nostalgije zapravo nije realan, ne postoji neko fizičko mjesto na koje bi se moglo vratiti. Taj osjećaj gubitka odnosi se na organske veze koje povezuju pojedinca sa zajednicom i prostorom, odnosno mjestom; odnosi se na organske veze pojedinačnih i kolektivnih života, pojedinačnog i kolektivnog pamćenja. To bi moglo objasniti zašto su oni koji su najviše patili od nostalgije bili iz ruralnih područja, seosko stanovništvo koje je imalo još uvijek jake veze sa svojom zajednicom i sa svijetom koji je nestajao pred modernizacijom (ibid.: 25). Nostalgija nije samo i nije jedino izraz gubitka ruralnog, predmodernog svijeta, koji vrlo lako postaje idealan, utopijski trenutak u modernom imaginariju. 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) još nisu nestala (ibid.).

Slažem se s autoricom kada tvrdi da, iako je istina da se nikada zapravo ne možemo “vratiti kući”, možemo umjesto toga simulirati postojanje “mitskog” doma pomoću rekonstrukcije i izmišljanja. U stvarnosti, to neće biti mjesto iz našeg sjećanja, nego mjesto konzumacije i zabave. Ako je naš “mitski” dom nestao zauvijek, tržište ga zato može kontinuirano ponovno izmišljati, stvarajući nove prilike za konzumaciju (ibid.).

To je upravo okosnica ovog istraživanja usmjerenog na turistička seoska gospodarstva u Istri. Agroturizam u Istri nudi mogućnost boravka turistima (obiteljima, prijateljima, pojedincima) smještenim u sobe ili apartmane koji su opremljeni u stilu koji evocira prošla vremena. Prehrana je tradicijska, proizvedena na gospodarstvu od domaćih namirnica i servira se turistima uz priču o tome kako se pripremaju pojedine namirnice ili kada su se u prošlosti obično jele. Zajedničke blagovaone su uvijek opremljene otvorenim ognjištem na kojem se pripremaju pojedina tradicijska jela.¹¹ Gosti mogu sudjelovati u radovima na gospodarstvu, radionicama tradicijske prehrane, jahati konje, odnosno biti u kontaktu s domaćim životinjama. Osim toga, turistička seoska gospodarstva imaju i veći broj turista koji ne borave na gospodarstvu, već dolaze isključivo radi konzumacije tradicijske prehrane. Kroz ponudu aktivnosti na turističkim seoskim gospodarstvima turisti prvenstveno dobivaju doživljaj kako

¹¹ Iako se većina njih priprema u kuhinjama koje su moderne i uređene prema HCCP-u.

je bilo živjeti na selu. Potiče se osjećaj nostalgije za “izgubljenim” vremenom kada su ljudi bili više povezani međusobno ali i s prirodom; nostalgija za zajedništvom, kolektivom, za načinom života kada su ljudi bili više upućeni jedni na druge. Tradicijska jela koja turisti konzumiraju inspirirana su obrocima koje su vlasnici agroturizama jeli u svom djetinjstvu, no jela su prilagođena današnjoj potražnji i ukusu turista.

Isticanjem i promocijom pojedine namirnice, u ovom slučaju tartufa, pršuta i *supe*, te namirnice/jela postaju regionalni specijaliteti bez obzira na to imaju li oslonac u tradicijskoj prehrani ili ne. Takva je situacija primjerice s tartufima u Istri. Pršut i *supa* više su ukorijenjeni u tradicijski život stanovnika istarskog sela u prvoj polovici 20. stoljeća, a ponegdje sve do danas.

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. (vlasnica agroturizma, Zrenj)

Želim istaknuti činjenicu da tradicijski način života, tradicijska prehrana, izgled sela koji se danas “nudi” turistima u Istri nije izmišljen. Takva (agro)turistička ponuda inspirirana je tradicijom, ali na uglavnom ujednačen i pojednostavljen način.

Veza između domaćih turista (porijeklom iz Istre ili s istarskog sela) s tradicijskom prehranom, za razliku od stranih turista, jača je. Za turiste koji nisu dio ove kulture komodifikacijom nostalgije apelira se na univerzalni osjećaj gubitka doma kojemu se nikako ne možemo vratiti, a boravak na seoskom imanju je jedan od načina kako možemo zadovoljiti tu vrstu želje i potrebe.

“Turizam pamćenja” može zvučati poput “baštinskog turizma”, ali postoje važne razlike: u baštinskom turizmu nostalgija i utjelovljeno pamćenje nisu toliko potrebni. Baštinski se turizam većinom odnosi na posjećivanje i razgledavanje materijalnih ostataka prošlosti. U turizmu pamćenja ti materijalni povijesni ostaci nisu neophodni. Najveća snaga turizma pamćenja, kao oblika emocionalnog turizma, jest da se može razviti tamo gdje je još živo utjelovljeno pamćenje te nostalgija za “mitskim domom” koji je nestao. Taj se osjećaj može generalizirati, odnosno može povezati pripadnike različitih kultura. Takav tip turizma posjetiteljima nudi nostalgično iskustvo, povratak u prošlost, a ne nužno objekte koje vrijedi vidjeti i posjetiti. Upravo je to najvrjedniji proizvod u današnjem društvu prema mišljenju Roberte Bartoletti (2010: 41).

Iako u turističkim seoskim gospodarstvima Istre nailazimo na pojedine materijalne elemente tradicijske kulture (poput plugova, dijelova jarma, tradicijske keramike), oni služe isključivo kao dekorativni element, pa dolazak i boravak turista nije orijentiran na njih. Stoga se tu ne radi o baštinskom turizmu. Glavna orijentacija jest na (agro)turističku komodifikaciju osjećaja nostalgije. Drugim riječima, turistima se nudi “povratak” u prošlost, iz zaborava se izvlače sjećanja na recepte, jela i okuse koji su dio tradicije domaćih turista. S druge strane, kod turista iz zapadne Europe radi se o utjecanju na univerzalni osjećaj gubitka vremena kada je “hrana bila ukusnija”. To

je vrijeme kada su se obroci pripremali “sporije”, kada su ljudi bili povezaniji s prostorom gdje se uzgajaju namirnice, kada su posjedovali znanja i vještine pripreme tih namirnica i kada je lokalna zajednica bila međusobno povezana. “Povratak na staro” nije moguć, pogotovo kada takav “mitski dom” koji je malo prije opisan nije zapravo niti postojao. Ovdje se radi o takvoj vrsti turizma koja osjećaj i doživljaj stavlja u prvi plan.

Okusi

S obzirom na to da se na agroturizmima nude jela inspirirana tradicijskom prehranom te u kontekstu odnosa turizma pamćenja i nostalgije, smatram da je bitno posvetiti posebnu pažnju fenomenu okusa. Sami kazivači isticali su tu temu kao jednu od najvažnijih kada sam razgovarala s njima o tradicijskoj prehrani.

Od polovice 20. stoljeća pa naovamo promijenilo se mnogo toga vezano uz tradicijsku prehranu sela. Ponajviše pod utjecajem turizma, stanovništvu Istre se povećava kupovna moć, a način života se mijenja.

Koliko je turizam utjecao na ponudu tradicionalne prehrane u agroturizmima? Puno. Prije dvadeset godina prehrana je bila brza. Tradicionalna prehrana je spora, treba ti duže da nešto spremiš. Turizam je puno utjecao. Jer da turisti nisu odlučili dolaziti i jesti tradicionalnu prehranu, mi bi još uvijek bili na hamburgerima i čevapima. 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. (vlasnik agroturizma, Zrenj)

Kako su se okusi mijenjali od prve polovice 20. stoljeća pa sve do kraja 20. stoljeća, možemo pratiti i kroz analizu istraživanja koje je provela etnologinja Ivona Orlić kroz tri generacije stanovnika Istre (vidi Orlić 2013). Jede se količinski više, obroci su bogatiji – meso se češće jede, a konzumiraju se i prehrambene preradevine (konzervirano povrće, gotovi umaci, namazi i slično). Dolazi do promjena u obrocima koje konzumiramo tijekom dana. Time se današnje generacije “odgajaju” na nekim novimokusima. Stvara se jaz između generacija, ne prenose se znanja pripremanja tradicijskih jela, ne poznaju i ne upoznaju okusi i cijele generacije odrastaju na drugačijoj kvaliteti namirnica. A tradicijska, lokalna jela i znanja kako se pripremaju polako odlaze u zaborav. Osim toga, značajna je posljedica i konzumacija nezdravih namirnica što dovodi do lošije kvalitete života i znatnog skraćanja životnog vijeka, kako naglašava jedan kazivač, vlasnik agroturizma kraj Motovuna.

Prema mišljenju vlasnika agroturizama iz Momjana i Motovuna, treba imati na umu da su strani gosti duži niz desetljeća naviknuti na jače okuse koji proizlaze iz brojnih dodataka jelu. Bez obzira na današnje trendove konzumacije ekoloških proizvoda, povratku tradicijskim jelima, gosti koji “kušaju” različitu kulturu, odnosno konzumiraju tradicijska jela određene regije mogu biti “iznenađeni”okusima. Što to konkretno znači? Ako se gostima (domaćim i stranim) želi ponuditi jelo koje je

u skladu s navikama današnjeg vremena, onda se okusi moraju pojačavati, a porcije povećavati, naglašavaju kazivači. Gost nije primjerice navikao na blaži okus *maneštre* (gustog variva). Kada gosti jedu *maneštru*, vrlo često kožicu od graha ostave sa strane te se onda, da se to ne bi događalo, taj grah uglavnom pasira “da bi gostu išli niz dlaku”. *Maneštra* ili primjerice bistra juha koja se pripremala za svečane prilike bila je puno blažeg okusa jer nije bilo svih namirnica koje se danas koriste prilikom pripreme. Danas *maneštra* koja se poslužuje u agroturizmima i konobama mora biti gušća, jača.

Jednu kost se dve-tri maneštre za petnaest pjati napravilo. To je bila razvodnjena maneštra. Sjećam se da smo kao udruga dobili prvo mjesto na fešti od maneštre u Gračišću i Orlic 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. (vlasnik agroturizma, Momjan)

S druge strane, do polovice 20. stoljeća meso je bilo sasvim drugog okusa, naglašavaju kazivači iz Momjana i Motovuna. Stoga danas kada se radi juha od mesa, ona se mora razvodniti da bude prihvatljivija gostu.

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. (vlasnik agroturizma, Momjan)

Analizirajući podatke s terena, vidljivo je da domaćini prilagođavaju “tradicionalne jelovnike” svojim gostima. Namirnice/jela koja sam istraživala stavljeni su u drugačiji kontekst od onog u kojemu su se konzumirali prije druge polovice 20. stoljeća. Tako su tartufi i pršut dio svakodnevne turističke ponude jelovnika agroturizama, a prije se gotovo nisu konzumirali u istarskim seoskim domaćinstvima. Jelovnici u agroturizmu zapravo su kombinacija seoskog svakodnevnog, svečanog i gradskog jelovnika. Stoga tu ne možemo govoriti o “jednostavnom seoskom jelovniku” iz vremena kada je sve bilo “jednostavnije i ukusnije” koji se nudi turistu. Jelovnik se prilagođava trenutku, vremenu u kojem se pripremaju namirnice te turistima. Tako se na jelovnicima mogu naći čak i obroci za osobe koji imaju celijakiju ili su vegani.

Kako se obroci mijenjaju vidljivo je kod brojnih tradicijskih jela, pa tako i kod slastica. *Kroštule* (tradicijski istarski suhi kolači) nekada nisu bile posipane šećerom, kako naglašava kazivač iz Momjana. To je bio kolač koji su siromašni stanovnici sela mogli pripremiti jer je za njega bilo potrebno imati samo jaja, brašno i ulje. Danas se u pripremi dodaju rakija i limun kako bi okus bio bogatiji. Ako bismo željeli napraviti bilo koje jelo, pa tako i *kroštule*, prema nekadašnjim receptima, ne bi bilo toliko ukusno, navodi kazivač.

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. (vlasnik agroturizma, Momjan)

I vlasnik agroturizma kraj Motovuna naglašava da današnji turisti nisu navikli na okus domaćeg mesa. Iako gosti uvijek traže meso u jelima koja naručuju, ne prepoznaju i ne prihvaćaju primjerice okus domaćeg *pulaštra* (pijetla). Takvo je meso tvrđe i nije po ukusu današnjeg gosta, mišljenja je spomenuti vlasnik agroturizma. S druge strane, kada gosti jedu domaću salatu začinjenu domaćim maslinovim uljem i octom, često pitaju vlasnike što se to stavlja u salatu da je tako ukusno.

Nije stvar u uju, nego u samom proizvodu. Pa smo im rekli hojте si sami nabrati pa si načinite kako i doma. Tu su te razlike između moderne kuhinje i nazovimo seoske. (vlasnik agroturizma kraj Motovuna)

Prema mišljenju vlasnika agroturizama s kojima sam razgovarala, domaći su okusi zaboravljeni. Pogotovo se to odnosi na mlađu generaciju. Dostupna je jeftinija, gotova hrana koja se samo podgrije, a pripremanje svakodnevnog domaćeg obroka iziskuje vrijeme, energiju i trud. Prema njihovom mišljenju, upravo zbog toga što je lakše i jeftinije ljudi se priklanjaju takvom načinu života i zaboravljaju vještine i znanja uzgoja i pripremanja hrane koje su imali njihovi roditelji. Gotovo su zaboravljeni okusi domaćе hrane koja se konzumirala 1940-ih i 1950-ih godina. Sve je više ljudi koji nisu imali priliku kušati okuse domaćih rajčica ili domaćeg voća starih sorti, odnosno nisu savladali vještine pripreme domaćе hrane.

Kada se prisjećamo neke namirnice, nekog okusa koji smo konzumirali u prošlosti i koji je ostao samo u sjećanju, razlikujemo se od onih koji su samo čuli priče o tome. Mlađe generacije “poznaju” određenu namirnicu samo kroz nečije sjećanje, odnosno putem priča o toj namirnici.¹² Uvođenjem novih namirnica u ponudu tržnica ili na obiteljske jelovnike, današnjoj će generaciji one biti egzotične, ali generaciji koja slijedi bit će dio svakodnevice. Nestanak određene namirnice s njiva, tržnica i polica trgovina otkriva zapravo koliko su osjeti povezani s poviješću, pamćenjem, zaboravom, pričama i tišinom (vidi Seremetakis 1994: 2). Grčka kulturna antropologinja Nadia Seremetakis smatra da je nestanak okusa, aroma, tekstura između ostalog djelomično povezan s legislativom Europske unije koja je usmjerena na pitanje strogih zdravstvenih odredbi u pripremi prehrambenih proizvoda. Iz tog razloga s tržišta “nestaju” specifični proizvodi pojedinih regija, a mijenjaju se načini pripremanja pojedinih namirnica odnosno obroka. To utječe na masovnu resocijalizaciju postojećih potrošačkih navika i osjetljivost, ali i na reorganizaciju društvenog sjećanja. Stoga je francuski sir neprihvatljiv prema zdravstvenim odredbama jer se dobiva u specifičnom procesu fermentacije. U Istri se takvi procesi događaju s tradicionalnim načinom proizvodnje pršuta koji mora biti standardiziran, jednoličan kako bi se provela stroga kontrola pripreme pršuta i time omogućio plasman na tržištu Europske

¹² Kao primjer navodim vinogradarsku breskvu, koju je danas jako rijetko moguće kupiti na tržnici ili naći drvo takvih bresaka u poljima. Pamtim punoću okusa, dok moja kći samo zna priče o tom voću.

unije. Proces pripreme svinjskog buta promijenjen je pod pritiskom uvođenja pravilnika koji kontroliraju zdravstvenu ispravnost. To se posebno odnosi na pršute koji će završiti na jelovnicima agroturizama.¹³ Tradicionalno ispijanje *supa*¹⁴ higijenski je neprihvatljivo, pa je nužno pronaći nov način konzumacije koji bi zadovoljio turiste.

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). (vlasnica agroturizma, Zrenj)

Seremetakis se pita nije li upravo fermentacija povijesti proces koji traje. Osjetilna mreža, sjećanja i povijest regije nestaju, a time se narušava proces u kojem se u svakoj generaciji tvore identiteti. Istiskivanje osjeta ne odnosi se u ovom slučaju samo na navike prilikom konzumacije već i na procese proizvodnje (Seremetakis 1994: 3).

Koji je odnos već spominjane nostalgije prema osjetima i povijesti? Seremetakis naglašava da je nostalgija želja ili žudnja koja se manifestira kao bol za putovanjem (natrag). Budi osjetilnu dimenziju pamćenja u izgnanstvu i otuđivanju. Miješa tjelesnu i emocionalnu bol. Autorica smatra da pojam nostalgije nikako ne možemo izjednačiti s trivijalnom romantičnom sentimentalnošću. Tako bismo ograničili prošlost i isključili bismo je iz veze sa sadašnjošću. Na taj način prošlost postaje neupotrebljiva i izolirana jedinica vremena koja je zamrznuta. Autorica smatra da upravo značenje riječi nostalgija govori o odnosu prema prošlosti pojedine kulture, odnosno odnosu kulture prema osjetima i pamćenju. Nostalgija se obraća osjetilnom ponavljanju povijesti (ibid.: 4).

Osjeti su dio povijesne interpretacije kao svjedoci ili oni koji bilježe materijalno iskustvo. Osjeti su, poput jezika, društvena činjenica do te granice da su kolektivni medij komunikacije kojima komuniciramo namjerno, ali i nenamjerno. Ali ne smijemo ih poistovjetiti s jezikom (ibid.: 6). Autorica uvodi izraz “bezukusnosti” čak i za cijelu kulturu, posebice za one kulture koje su imale kolonijalno ili postkolonijalno iskustvo, pa svoju kulturu gledaju “kroz oči Drugoga” (ibid.: 8). Ono što se gubi, smatra autorica, nisu osjeti, nego pamćenje osjeta. Ne postoji odvojenost trenutka kada rade naša osjetila i trenutaka kada pamtimo. Proces pamćenja je isprepleten s procesom osjeta i to tako da se svakom shvaćanju daje i ponovno shvaćanje. Upravo je to ponovno shvaćanje davanje smisla putem međusobnog djelovanja i svjedočenja (ibid.: 9). Smatram da se boravkom u agroturizmima u Istri turistima pruža mogućnost aktivacije osjeta poput okusa, mirisa i opipa. Na taj se način turista “uvlači” u kulturu domaćina, vlasnika agroturizma. Bilo da se radi o sudjelovanju na radioni-

¹³ Tradicionalni način pripreme svinjskog buta promijenjen je prema zdravstvenim pravilnicima. Tako su povećane veterinarske kontrole zbog straha od salmonele. Isto tako, propisi nalažu posebna mjesta na gospodarstvu gdje se obrađuje but kako bi se smanjila mogućnost zaraze i povećali higijenski standardi. Uz to, potrebno je i kontrolirano mjesto gdje se but suši tijekom godine. Propisi su nešto blaži kada se priprema pršut za osobnu upotrebu.

¹⁴ *Supa*, tradicionalno piće/jelo u Istri, priprema se od litre crnog vina, u pravilu terana (ili burgonje), koji je gust “kako mliko” i tamno crven “kako zečja krv”. Dodaju se tri žlice šećera, jedna žlica maslinovog ulja i malo papra. Sve se to promiješa i na kraju se dodaju dvije *fete* (kriške) prepečenog kruha (Orlić 2001: 166). *Supa* se prema tradiciji pije/jede iz jedne (iste) *bukaleta* (vrča) koja kruži među obitelji, prijateljima, od jednog do drugog člana dok se ne popije.

cama pripremanja hrane, branju grožđa ili konzumaciji jela u agroturizmu, domaći i strani gosti doslovno “kušaju” kulturu koju su posjetili. Turisti postaju sudionici u kulinarskim praksama i prehrambenim navikama regije¹⁵ (vidi Long 2004).

Gosti koji dolaze, borave i jedu na agroturizmima u Istri gosti su s boljom kupovnom moći, to su ljudi si mogu priuštiti domaću hranu. Putem reklama na internetu, u tisku i na televiziji upoznati su s gastronomijom Istre i jelima koje Istra predstavlja kao svoje delicije. Vlasnici agroturizama s kojima sam razgovarala vjeruju da strani gosti dolaze s namjerom da jedu domaću hranu. Uvjereni su da je okus domaće hrane upravo to što privlači ljude, jer ono što jedu kod kuće više nema okusa.

Vani je sve to plastika. Napravila sam šugo od kokoše za Švicarce, pa nisu vjerovali. (vlasnica agroturizma kraj Motovuna)

Osjećaj cjelovitosti koji se stvara kada jedemo domaću hranu polazi i od ideje da jedemo istu hranu kao i svi ostali koji su dio obitelji ili lokalne zajednice. Osim toga, zajedničko blagovanje “domaće hrane” stvara i nove zajednice (Sutton 2001: 84). Ista se teza može proširiti i na čin konzumacije domaće, tradicijske hrane koja nas povezuje s prošlošću, s idejom da jedemo istu hranu kao i naši preci. Ovdje mislim na činjenicu da se u turističkim seoskim gospodarstvima nudi domaća, tradicijska hrana bazirana na receptima lokalne sredine ili regije. I kod domaćih i kod stranih turista tom se prilikom apelira na “izgubljeni osjećaj zajedništva” (vidi Bartoletti 2010).

Ne mogu svi konzumirati nostalgiju na turističkim seoskim gospodarstvima u Istri. Gosti s manjom platežnom moći ne mogu si priuštiti boravak u takvim turističkim objektima, već su orijentirani na one okuse koje dobro poznaju i koji su im platežno dostupniji. To znači da borave u objektima na obali i najčešće jedu jela koja nisu inspirirana tradicijskom kuhinjom regije u kojoj borave.

Namirnice u prvoj polovici 20. stoljeća, prema mišljenju nekih kazivača s kojima sam razgovarala, bile su drugačijeg okusa i imale su drugačije nutritivne vrijednosti.

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 sa 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? (vlasnik agroturizma, Momjan)

Ja se sjećam kad su mene slali subotom ili nedjeljom, jer mesnice nisu 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 sa 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 marendna. Danas ako nemaš pjat

¹⁵ Iako su, kao što je već navedeno, te navike i prakse dobile turistički kontekst.

i repete, još i salatu i mesa, a kudikamo manje fizičkog posla delamo. (vlasnik agroturizma, Momjan)

Kazivači ipak ne uzimaju u obzir činjenicu da su obitelji bile brojnije, ali siromašnije. Platežna moć pojedinog kućanstva nije omogućavala članovima da budu dovoljno siti nakon obroka. Bez obzira na svakodnevnu fizičku aktivnost, ljudi su često odlazili spavati bez večere. A to nije bio slučaj samo s odraslima. Tako se primjerice, prema kazivanjima, u prvoj polovici 20. stoljeća znala konzumirati *supa* umjesto večere. Kruh natopljen u crno, toplo vino poslužio je da zavara glad i uspava i djecu i odrasle.

Naposljetku i sami kazivači postavljaju pitanje o tome što će se dogoditi s tradicijskom hranom. Hoće li se znanje o njenoj pripremi uspjeti prenijeti na nove generacije?

Neki kazivači s kojima sam razgovarala smatraju da bi se hrana trebala zaštititi. Drugi smatraju da takve aktivnosti neće rezultirati željenim učinkom ako se krene u proces formalne zaštite putem državnih institucija. Neki od kazivača pak smatraju da bi pojedinci trebali zaštititi svoje domaće, prema njihovom mišljenju, autohtone proizvode, tako da ih i dalje pripremaju, konzumiraju i nude gostima. Pojedini vlasnici turističkih seoskih gospodarstava smatraju da je upravo njihova dužnost da očuvaju tradicijska jela poput *maneštre* ili pića poput *supe* jer se to neće dogoditi u drugim ugostiteljskim objektima poput konoba i restorana. Smatram da je jedan od načina da se znanje pripremanja tradicijskih jela "očuva" upravo pripremanje hrane na turističkim seoskim gospodarstvima. Unutar obitelji na gospodarstvu znanja o pripremi jela prenose se sa starije na mlađe generacije. Tako se vlasnici turističkih seoskih gospodarstava brinu o tome da se znanje i okusi ne zaborave. Gosti putem konzumacije tradicijskih jela pripremljenih od domaćih namirnica ne zaboravljaju okuse. Vještine pripremanja i recepte mogu naučiti na radionicama koje pojedini vlasnici seoskih gospodarstava organiziraju za njih. Ovdje vidimo da je turizam na neki način pomogao prenošenje tradicijskih znanja. No, jasno je da se to ipak odnosi na mali broj ljudi, na one koji si to mogu priuštiti, najčešće strane goste. Pripremanjem, tumačenjem tradicijskog načina pripreme jela i ponudom na jelovnicima ta hrana, okusi i njena priprema neće se zaboraviti. Tradicijsko znanje i okusi bit će dostupni onima koji ih poznaju, ali i onima koji će ih tek upoznati boravkom u takvom tipu turističkih objekata poput seoskih gospodarstava.

Nadia Seremetakis dolazi do gotovo identičnog zaključka kada govori o gubitku reciprociteta identiteta i sjećanja koji nastaje kao rezultat standardizacijskih regulativa o prehrani od strane Europske unije. Seremetakis smatra da današnje voće nije u mogućnosti "proizvoditi" sjećanje i identitete. Standardizacija i proizvodnja voća i povrća izvan sezone, stavljanje naglaska na pravilnike za zaštitu zdravlja koji utječu na određene procese u proizvodnji hrane oduzima hrani regionalnu raznovrsnost, a ljudima oduzima osjetilno iskustvo (Seremetakis 1994 prema Sutton 2001: 60). Uzgojem raznovrsnih domaćih namirnica, njihovim pripremanjem u krugu obitelji, ali i na turističkim obiteljskim gospodarstvima onemogućio bi se ili barem usporio proces o kojemu govori Seremetakis.

Zaključak

Povijest, odnosno vrijeme je, prema Lucy M. Long, bogat izvor kulinarske drugosti. Brojne su prilike kada se pripremaju jela inspirirana prošalošću, tiskaju se kuharice sa "starim receptima". Takva hrana predstavlja ograničen izbor jela koja su se pripremala i konzumirala u prošlosti, a vrlo se često radi i o izmišljenim jelovnicima koji se ne baziraju na izvorima (Long 2004: 27). Jelovnici turističkih seoskih gospodarstava kombinacija su svakodnevne seoske, svečane seoske i gradske prehrane prve polovice 20. stoljeća u Istri. Tu je, u skladu s tvrdnjama Long (ibid.), izvršena selekcija, odnosno sužen izbor jela koja su se pripremala i konzumirala prije više od osamdeset godina.

Turizam pamćenja je heterogeni fenomen koji predstavlja nov smjer u današnjem turizmu, a dio je društvenog konteksta modernog doba za koji je karakteristična radikalna kriza kolektivnog ali i individualnog pamćenja. Osjećaj moderne nostalgije koji nastaje kao produkt toga iskorištava se i na području turizma. Posjetiteljima agroturizama u Istri nudi se idealizirana slika tradicijskog života te prehrana inspirirana tradicijom. Turisti tako konzumiraju aktivnosti poput branja grožđa, radova u polju te tradicijska jela čije se znanje pripremanja prenosilo s koljena na koljeno. Uspješnost takvog tipa turizma povezana je s osjećajem nostalgije za većom bliskošću lokalne zajednice i načinom života koji je povezaniji s prirodom. Kao što pojedini primjeri pokazuju, nostalgična se slika prošlih vremena i tradicijskih jela bazira na pojednostavljenim, odnosno uniformiranim jelima s manjim lokalnim specifičnostima. Jela se prilagođavaju današnjem načinu pripreme, ali i potrebama i zahtjevima turista.

Treba naglasiti da su prehrana i turizam posebna tema koja omogućava istraživanje teorijskih pretpostavki da je blagovanje jedinstveni oblik komunikacije između ljudi, ali i komunikacije s kulturom područja koje 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 (Belaj 2013: 169).

LITERATURA

- Assmann, Jan. 2006. "Kultura sjećanja". U *Kultura pamćenja i historija*. Maja Brkljačić i Sandra Prlenda, ur. Zagreb: Golden marketing, Tehnička knjiga, 47–76.
- Bartoletti, Roberta. 2010. "'Memory Tourism' and Commodification of Nostalgia". *Tourism and Visual Culture*, 1. *Theories and Concepts*, 23–42.
- Belaj, Melanija. 2013. "Food Research in Croatian Ethnology". *Traditiones* 42/1: 165–172. [<https://doi.org/10.3986/Traditio2013420109>]
- Brkljačić, Maja i Sandra Prlenda. 2006. "Zašto pamćenje i sjećanje?". U *Kultura pamćenja i historija*. Maja Brkljačić i Sandra Prlenda, ur. Zagreb: Golden marketing, Tehnička knjiga, 7–18.
- Fiddes, Nick. 2002. *Meso. Prirodni simbol*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Grbić, Jadranka. 1994. "Mnogostruki identiteti. Primjer Hrvata u Mađarskoj". *Studia ethnologica Croatica* 6: 119–126.
- Jelinčić, Daniela Angelina. 2007. "Agroturizam u europskom kontekstu". *Studia ethnologica Croatica* 19: 269–291.
- Kocković, Tanja. 2005. "Tradicijska prehrana". U *Istarska enciklopedija*. Miroslav Bertoša i Robert Matijašić, ur. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 811–812.
- Krosmeier, Carol i David Sutton. 2011. "The Sensory Experience of Food". *Food, Culture, Society* 14/4: 461–475.
- Long, Lucy M. 2004. "A Folkloristic Perspective on Eating and Otherness". U *Culinary Tourism*. Lucy M. Long, ur. Lexington: The University Press of Kentucky, 20–50.
- Mason, Jennifer. 2002. *Qualitative Researching*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Nikočević, Lidija. 2000. "Ordenje je naše znamenje". U *Od ordenja do simbola identiteta. Priča o istarskom suveniru*. Robert Bilić et al., ur. Pazin: Etnografski muzej Istre, 4–5.
- Nikočević, Lidija. 2012. "Kultura ili baština? Problem nematerijalnosti". *Etnološka tribina* 35: 7–20.
- Orlić, Ivona. 2013. *Istra kroz tri generacije. Između svakodnevnne konstrukcije identiteta i turističkog proizvoda*. Pazin: Etnografski muzej Istre/Museo Etnografico dell'Istria.
- Rihtman-Auguštin, Dunja. 1970. "Tradicionalna kultura i turizam. Dvije neiskorištene šanse". *Domesti* 3/6: 4–11.
- Seremetakis, Nadia. 1994. *The Senses Still*. Boulder: Westview Press.
- Sutton, David. 2001. *Remembrance of Repasts. An Anthropology of Food and Memory*. New York: Berg Publishing. [<https://doi.org/10.5040/9781350044883>]
- Sutton, David. 2008. "A Tale of Easter Ovens. Food and Collective Memory". *Social Research. An International Quarterly* 75/1: 157–180.
- Williams, Raymond. 1998. "The Analysis of Culture". U *Cultural Theory and Popular Culture. A Reader*. John Storey, ur. Athens: University of Georgia Press, 48–56.

Memory Tourism and Traditional Food. Tastes and Knowledge of Preparing Meals in Istrian Agrotourism

This article demonstrates in what way agrotourism owners in Istria have made use of the process of commodifying the feeling of nostalgia when designing what their sites will offer tourists. Through making use of ambience and food which evokes the past, often the unexperienced past, they address tourists who wish to "return" to an imagined childhood. The focus of this article is on the phenomenon of taste, which in relation to the phenomenon of memory becomes an interesting tourist product and demonstrates the way in which the owners of agrotourist businesses in Istria attempt to "convey" the phenomenon of taste to tourists.

Keywords: memory tourism, agrotourism, nostalgia, traditional food, tastes