

Iznoseći povijest i povijesti čokolade u Baskiji, autor je prikazao i objasnio tradiciju čokoladarstva u Baskiji, načine porabe i proizvodnje, ugled baskijske čokolade te značenje što ga čokolada ima u baskijskoj kulturi. Dotaknuo se i suvremene turističke ponude koja uključuje i godišnji festival koji se u danima oko Velike Gospe održava u Bayonneu, kad pod pokroviteljstvom Académie du Chocolat, udruge čija je zadaća promocija bayonske čokolade, obrtnici pripravljaју čokoladu ispred svojih trgovina te je nude prolaznicima.

Ali ova knjiga nije samo kulturnoantropološka analiza mladoga znanstvenika, ona je i povijesno i gurmansko putovanje jednoga čokoladoljupca po sedam baskijskih pokrajina s obiju strana granice. A Baskija nije tek autorov rodni kraj, pa stoga i odabran za prikaz lokalnih prehrambenih navika, jer čokolada u Baskiji nije samo jedan od prehrambenih proizvoda, grana industrije ili dio turističke ponude, ona je važan dio identiteta zemlje. Baskija nam se u ovoj na znanstvenim istraživanjima utemeljenoj knjizi otkriva kao srce europske čokolade i prepoznajemo da je povijest čokolade u Europi neodvojiva od Baskije kao što je i Baskija neodvojiva od čokolade.

Lucija ŠIKIĆ

Food Culture in Spain, Greenwood Press, Westport, Connecticut - London 2005., 369 str.

Knjiga *Kultura prehrane u Španjolskoj* dio je niza knjiga naziva *Kultura prehrane diljem svijeta* urednika Kena Albale, koja osim španjolske kulture prehrane, u pojedinačnim izdanjima, obrađuje još

dvananaest regija. Albala primjećuje da je istraživanje kulture prehrane dovoljno sazrijelo kao znanstvena disciplina te smatra da se ovim nizom to i potvrđuje. Iako je većina knjiga iz niza vezana uz nacionalnu kulturu prehrane (Japan, Indija, Italija, Velika Britanija, Meksiko, Francuska, Karibi), nekoliko ih se vezuje uz određena područja. Pa tako jedna od knjiga obrađuje područje Bliskog i Srednjeg istoka i sjeverne Afrike, druga pak područje Rusije i Središnje Azije, zatim u sljedećem tomu posebno je obrađeno područje Južne Amerike, a posebno područje srednje Afrike. Prva knjiga u seriji izdana je 2003. godine (*Kultura prehrane u Japanu*), a posljednja 2006. (*Kultura prehrane u Francuskoj*). Svaka knjiga u nizu slijedi isti oblik i obradu sadržaja.

To vrijedi i za predstavljenu knjigu *Kultura prehrane u Španjolskoj*. Autor knjige F. Xavier Medina je uspio iz bogate građe o španjolskoj kulturi prehrane izdvojiti najbitnije činjenice i vješto ih uklopiti u zadani oblik niza. O jelima i pićima u Španjolskoj progovara iz kulturološke perspektive, a pritom ne zanemaruje povijest pojedine pojave (namirnice, jela, pića ili začina) niti njezino sadašnje stanje.

Na samome se početku knjige, nalazi vremenska lenta s važnim datumima vezanima uz razvoj kulture prehrane u Španjolskoj. U uvodnome dijelu autor objašnjava položaj Španjolske u europsko-mediteranskom kontekstu i u zemljopisnom i u povijesno-političkom smislu. U prvome poglavlju daje povijesni pregled razvoja nacionalne kuhinje od prehistorije do 20. stoljeća. U istom poglavlju autor objašnjava zemljopisni i klimatski utjecaj na poljoprivredu i gospodarstvo koji su izravno utjecali na oblikovanje specifične španjolske kulinarske kulture. U drugome dijelu autor obrađuje pića i osnovne prehrambene namirnice poput kruha, mesa, mliječnih proizvoda, voća i povrća i začina s posebnim naglaskom na njihovu uporabu u španjolskoj kuhinji. U idućem poglavlju autor se osvrće na specifične načine pripreme pojedinih namirnica karakterističnih za španjolsku kulturu, a u nastavku knjige obrađuje španjolsku kuhinju prema regijama. Nadalje, u posebnom poglavlju autor obrađuje restorane, gostionice i druge oblike ugostiteljskog profila u kojima se poslužuju hrana i piće. Jedna je cjelina posvećena jelima u posebnim prilikama kao što su običaji godišnjeg ciklusa vezani uz vjerske blagdane te običaji životnog ciklusa od kojih autor izdvaja vjenčanja i sprovode.

Posljednje poglavlje promišlja ideju zdravog života i prehrane u kontekstu "mediteranske dijeta", kojoj se Španjolska priključuje svojim geografskim položajem i klimatskim uvjetima, a koju su popularizirale zemlje Mediterana poput Italije, Grčke i Francuske.

Knjiga je pisana stilom dostupnom širokom krugu ljudi, na primamljiv način će zainteresirati turista, kuhara, ali isto tako i povijesničara i antropologa. Svako je poglavlje knjige obogaćeno receptima za pripremu jela i pića, a na kraju knjige se nalazi rječnik s posebnim terminima i nazivima specifičnih jela.

Iako izdavaštvo dijem Hrvatske obiluje raznim vrstama kuharica, bilo bi dobro Hrvatsku predstaviti i u okviru ovoga niza, osobito stoga što bi se nacionalna kuhinja obradila i s kulturološkog aspekta, a samim time i predstavila akademskoj svjetskoj javnosti. Takav bi korak pomogao afirmaciji istraživanja kulture prehrane unutar struke.

Melanija BELAJ

Tourism and Social Identities: Global Frameworks and Local Realities je knjiga koja predstavlja turizam u složenom društvenom okružju u kojem se narodna povijest, kultura i životni stilovi "pretvaraju" u proizvode. Kultura i ljudi tako postaju dijelovima turističkog proizvoda. Implikacije koje ta "pretvorba" donosi nisu potpuno razjašnjene, iako literatura naglašava kontinuitet u kojem je kultura na jednoj strani opisana kao ranjiva i fiksna, čekajući da turizam na nju utječe, a na drugoj strani kao savršeno sposobna da se nosi s globalizacijom i modernim trendovima. Neke od odgovora na ta pitanja možemo potražiti u ideji društvenih identiteta što je tema ove knjige. Njezina je namjera međunarodnim studijama pridonijeti teorijskom okviru turizma. Zbirka članaka, koji čine ovu knjigu, diseminira ideje o kritičkom diskursu turizma i turista u odnosu na društvene i kulturne identitete.

Tourism and Social Identities, Global Frameworks and Local Realities, ed. Peter M. Burns and Marina Novelli, Elsevier, Amsterdam 2006., 204 str.

Teme kao što su društveni identitet, nacionalizam, etnocentrizam, postmodernizam, kultura itd. često su u fokusu turističkih studija, osobito u odnosima "gost" – "domaćin". Turizam se jednostavno ne može iščitavati kao poslovni prijedlog s nizom utjecaja; potrebno je artikulirati, istražiti i odgovoriti na kompleksnija pitanja kao što su odnosi moći te identitet. Stvaranje i konzumiranje turizma odvija se u složenom društvenom okružju pa se proučavanje turizma sve više fokusira oko teme društvenih identiteta. Ta tema zaokuplja pozornost sociologa već nekoliko desetljeća. Uzimajući u obzir da je mobilnost središnji pojam u turizmu te da je kultura kao društveni identitet sastavni dio mnogih turističkih proizvoda, ova knjiga pomaže u problematiziranju turizma, osvjetljavajući identitet u raznolikim okolnostima. Posljedice tih okolnosti variraju od krajnjeg negodovanja prema turizmu do njegove porabe radi oživljavanja potonulih kulturnih vrijednosti, osobito u svijetu globalizacije.

Knjiga započinje postavljanjem općeg konteksta kulturnih politika turizma, a zatim se dijeli u dva dijela: *Globalni okviri* te *Lokalne realnosti*. Oba dijela sadrže šest članaka. Prvi dio, *Globalni okviri*, započinje člankom Linde Richter koja raspravlja o političkom okružju koje čini turističku industriju nestabilnom. Zbog toga zaključuje da "ne postoji jedinstveni model prema kojemu možemo pregovarati o kulturnoj problematici", već se valja fokusirati na mnogobrojne primjere iz prakse, odnosno u primjeru koji nam pomažu analizi problema u odnosu turizam – identitet. Jennie Germann-Molz predstavlja identitet svjetskih putnika konfliktnim iskustvima oko "veličine svijeta". Predočuje ideju viđenja samih sebe te naglašava kako turisti nisu homogena skupina već dijele višestruke identitete. Članak Gerarda van Keken i Franka Goa o ulozima kulinarnosti i festivala u turizmu također naglašava ideju kontradikcija. S jedne je to strane tzv. "teza McDonalizacije", koja potiče brzu proizvodnju i potrošnju te rezultira kulturom homogenizacije i standardizacije, a s druge se strane nalazi statičan položaj perifernih regija, koje "se