

SMAK AUTENTYCZNOŚCI¹

Podróżnik bywa rozdarty pomiędzy tęsknotą za znanymi smakami, za domem, a chęcią poznania lokalnych zwyczajów kulinarnych. Zderzenie z odmienną kulturą może zaowocować zachwytem, jak miało to miejsce w wypadku na przykład Gertrudy Stein, Alicji B. Tolkas, Julii Child i Alice Waters. Wymieniać można długo wielbicieli francuskiej gastronomii, ale ta sama kuchnia może stać się również powodem problemów i niechęci, jak miało to miejsce, na przykład w przypadku Georga Wilhelma Friedricha Hegła. Jego biografowie opisują katastrofę kulinarną, która spotkała niemieckiego filozofa w stolicy gastronomicznej — Paryżu. Francuskie przysmaki przyplacił on przykrą niestrawnością (Pinkard, 2001, 553). Pomimo tego, że Hegel był frankofilem, oczarowanym pięknem, rozmachem i bogactwem Paryża, nie był on w stanie do końca zaakceptować tamtejszego stylu życia. Główny posiłek o piątej po południu wydawał mu się zbyt późny. Nie radził też sobie z orientacją w kartach restauracyjnych. Jego znajomość francuskiego była wystarczająca, aby czytać Monteskiusza i Rousseau, ale przy konfrontacji z rozbudowanymi jadłospisami paryskich restauracji czuł się zagubiony. Ostatecznie uznał się za pokonanego przez kuchnię francuską i znalazł sobie miejsce, gdzie serwowano dania niemieckie (Pinkard, 2001, 551-553). Wśród pokonanych znalazł się również Mark Twain. Jego podróż do Europy w 1878 roku, okazała się dużym rozczarowaniem kulinarnym. Z tęsknoty za amerykańską kuchnią powstała lista wspaniałych dań, które pisarz planował zjeść po powrocie. Znalazły się na niej: „Boczek z Virginii, miękkie kraby, filadelfijska zupa ze słodkowodnego żółwia, dzika kaczka z Baltimore, aloza z Connecticut, młoda kukurydza w kolbach, masłowa fasola, szparagi, fasolka szparagowa, amerykańskie masło (narzekał, że masło europejskie nie jest solone); co łatwe do przewidzenia, szarlotka i co osobliwe, żaby” (Brenner, 1999, 15-16).

POZA STREFĄ BEZPIECZEŃSTWA

Lisa Heldke pisze: „Wydaje się dużo bardziej ryzykowne próbowanie jedzenia nieznannej kultury, niż słuchanie jej muzyki, patrzenie na jej sztukę, lub czytanie jej literatury, i rzeczywiście jest bardziej ryzykowne” (Heldke, 2005, 387). Jedzenie może być niesmaczne, a co gorsza, trujące.

¹ Tekst powstał w ramach realizacji grantu Narodowego Centrum Nauki, pt. *Estetyczna wartość jedzenia. Perspektywa pragmatyczna*, nr 2013/11/B/HS1/04176.

Przyjęcie cząstki zewnętrznego świata do wnętrza własnego organizmu oznacza, że staje się on naszą integralną częścią. Taki gest wymaga brawury, wymaga także zaufania (Korsmeyer, 1999, 101). W tej sytuacji „...podróżniczka może wejść w kontakt z ‘nie-ja’ i może wyostrzyć granice swojej tożsamości poprzez ten kontakt, albo poprzez przejęcie smaków Innego w swą własną tożsamość lub poprzez odrzucenie ich jako tego ‘czym-ja-nie-jestem’” (Heldke, 2005, 387).

Wyjście poza znajomą, bezpieczną strefę własnej grupy etnicznej i kulturowej jest pociągające i niebezpieczne zarazem. Potencjalne przyjemności i problemy mogą pojawić się podczas urlopu za granicą, ale też w czasie wyprawy do egzotycznej restauracji lub mieszkania obcokrajowca, który zaprosił nas na kolację, albo u znajomej, która postanowiła ugościć nas daniami kuchni regionalnej. Pomimo wszystko, coraz więcej zamożnych obywateli zachodniego świata ma ochotę podjąć to ryzyko i poznawać obce kraje z perspektywy talerza. Nic więc dziwnego, że z turystyki kulturowej śmiało wyodrębnia się turystyka kulinarna.

TURYSTYKA KULINARNA

Słynny przewodnik Michelin przyznając najlepszym restauracjom na świecie trzy gwiazdki, jednoznacznie i z przekonaniem stwierdza, że jedzenie w nich podawane jest tak wyjątkowe, że warte specjalnie zaplanowanej podróży. W bogatych, wysoko rozwiniętych krajach nie brak osób, które gotowe są wydać niemałe pieniądze, aby zjeść posiłek w słynnej restauracji. W kultowej elBuli, w każdym sezonie, o 8000 miejsc przy stolikach rywalizowało nawet dwa miliony chętnych. Wszystkie miejsca rezerwowano w jeden dzień (Abden, 2011, 4).

Każda turystyka jest po części kulinarna. Choć oczywiście bywają przypadki, kiedy przybysz radzi sobie na obcej ziemi z pomocą konserw czy kabanosów. Badania wykazują, że coraz częściej, również w Polsce, zastanawiając się nad miejscem spędzenia urlopu, turyści biorą pod uwagę atrakcyjność lokalnej kuchni. Prężnie rozwija się też turystyka kulinarna, której centralnym punktem jest poznawanie innych kultur poprzez doświadczenie smakowania (Durydiwka, 2013, 9-30). Wspomniana wyżej chęć odwiedzenia doskonałej restauracji i skosztowania dań słynnego szefa kuchni jest tylko jedną z wielu aktywności, które mieszczą się pod hasłem turystyki kulinarnej. Innymi jej komponentami jest uczestnictwo w festynach i festiwalach kulinarnych, jarmarkach promujących lokalne wyroby, targach żywności, warsztatach kulinarnych. Turyści korzystają ze szlaków kulinarnych a także odwiedzają muzea kulinarne. Zalążkiem turystyki kulinarnej były wyprawy brytyjskiej arystokracji do winnic Francji i Włoch (XVII-XIX w.) (Durydiwka, 2013, 14-15). Obecnie rozwija się ona w obszarach wiejskich, które słyną z jakiś produktów regionalnych; ma się również dobrze w dużych miastach, które przyciągają lokalną kuchnią, albo, jak na

przykład Nowy Jork, cenione są za kosmopolityczny charakter i szeroką ofertę kuchni z całego świata (Kowalczyk, 2014, 10).

Turysta kulinarny jak ognia unika miejsc turystycznych, które nie cieszą się dobrą opinią. Jedzenie jest tam drogie i zwykle niskiej jakości. Restauratorzy nie muszą się starać, bo znany plac, czy budynek zawsze przyciągnie turystów. Turystyczne restauracje nie muszą zabiegać o stałych klientów, ich klienci z definicji są przejazdem. Raczej nigdy nie wrócą. Przyjdą następni. Rozwiązaniem może być spersonalizowana oferta restauracji domowych.

Restauracja ufundowana została na przeniesieniu dotychczas domowego zajęcia — spożywania posiłków — w sferę publiczną. Jej zaletą jest możliwość wyboru dań i dogodnego czasu posiłku, jak też profesjonalna obsługa. Kluby kolacyjne i restauracje domowe, nowe zjawisko na mapie kulinarnej, działają niejako odwrotnie. Obcy zapraszani są do przestrzeni domowej na posiłek przygotowany przez amatorkę. Powstają specjalne strony internetowe, które pomagają w pośredniczeniu pomiędzy kucharkami i gośćmi. Najbardziej znana to Gnammo. Zamieszczane informacje dotyczą proponowanego menu, ceny posiłku i ilości osób, które jest w stanie przyjąć gospodyni. Do skosztowania potraw zachęcają zdjęcia potraw i aranżacji stołu, a także fotografie samej kucharki. Goście natomiast mają szansę ocenić kolację, w której uczestniczyli.

Restauracje domowe, pomyślane są jako wzbogacenie oferty gastronomicznej zarówno dla turystów, jak i mieszkańców danego miasta. Prowadzą je głównie przez kobiety. Tym samym przełamuje się tradycyjny podział na domowe gotowanie kobiet i „restauracyjne” gotowanie mężczyzn. Kuchnia „erudycyjna” spotyka się z kuchnią „popularną”, otwiera się nowa przestrzeń dla kobiet, które na co dzień gotują dla swoich rodzin (Revel, 1982, 13-24). Pozostając nadal domowymi kucharkami, mogą zarabiać.

Zdaniem Jeana-François Revela, restauratorzy, pod naciskiem oczekiwań klientów, urozmaicają klasyczne dania, niejednokrotnie burzą wypracowaną przez tradycję harmonię smaków. Dzieje się tak dlatego, że „Niestety, ogromna większość klientów restauracji na całym świecie myli gastronomię z egzotyką” (Revel, 1982, 18). Jego zdaniem, to co powinno się liczyć to sprawdzone, lokalne składniki i testowane przez pokolenia przepisy. Z podobnym problemem wydają się borykać restauracje domowe, które wbrew pozorom nie proponują tak zwanego domowego jedzenia. The Guardian w artykule zatytułowanym *‘Airbnbs for dining’ give Italian female chefs chance to shine* wymienia przykładowe menu dwóch najwyżej ocenianych kucharek z Gnammo: Claudii Proietti z Rzymu i Benedetty Oggero z Turynu (Kirchgaessner, 2016). Inspirowana karnawalem i kolorami natury ucztą Claudii zaczynała się od aksamitną pomarańczową zupą dyniową z grzankami z ricottą. Jej uwieńczeniem było czekoladowe *semifreddo* z imbirem, polane zielonym sosem pistacjowy. W tym samym czasie Benedetta zapraszała na kolację tematyczną. Najważniejszymi

elementami czekoladowej uczyty były krewetki w glazurze z whisky, cukru i kakao oraz pieczeń wieprzowa z papryką w sosie czekoladowym. Potrzeba przeżycia czegoś autentycznego spotyka się tu z potrzebą uczestniczenia w czymś wyrafinowanym. To, teoretycznie, domowe gotowanie porzuca bezpieczny grunt kuchni popularnej i chce wejść na salony kuchni erudycyjnej. Turysta wyruszając w podróż pragnie oderwać się od codzienności i przeżyć coś wyjątkowego, nowego, nawet dziwnego. Ta sama tendencja widoczna jest w postawie kucharek, które planując menu dla „obcych” myślą o prostych, szybkich codziennych daniach, które robi się po przyjeździe z pracy. Może dlatego, że nie zapraszają na obiad do domu, ale do restauracji domowej.

AUTENTYCZNOŚĆ JAKO TOWAR

Bystry analityk współczesnego społeczeństwa kapitalistycznego Luc Boltanski w przelomowej książce *The New Spirit of Capitalism*, napisanej wspólnie z Eve Chiapello, wskazuje na paradoksy wiążące się z pojęciem autentyczności we współczesnym kapitalizmie. Zasadniczą częścią teorii kapitalizmu Boltanskiego jest stwierdzenie, że współczesny kapitalizm był zdolny kooptować większą część krytyki kapitalizmu prowadzonej w latach 60 i 70, i co więcej, wykorzystać tę kooptację do pomnażania zysków. Francuski socjolog szczegółowo analizuje różne sposoby utowarowienia doświadczenia (Boltanski, Chiapello, 2005, 443-447). Zasadniczym mechanizmem, który sprawia, że nigdy nie jesteśmy pewni „autentyczności” oferowanych nam dóbr jest następująca sprzeczność: to co autentyczne musi wymykać się utowarowieniu, masowej produkcji. Jeżeli „autentyczność” staje się oferowanym towarem (zarówno dobra jak i usługi) to stawia pod znakiem zapytania jej rzeczywistą oryginalność. *The New Spirit of Capitalism* unaocznia tę zależność posługując się następującym przykładem: „Możemy dostrzec typową ilustrację tego fenomenu w przejściu od masowej turystyki do wakacji poszukiwaczy przygód, co wymaga ciągłego odnawiania proponowanych miejsc pobytu, ponieważ kiedy stają się one turystyczną atrakcją, tracą z kolei swą autentyczność (której znakiem jest nieobecność turystów), która czyniła je tak cennym” (Boltanski, Chiapello, 2005, 446). Pojawia się tu nierozwiązywalna sprzeczność: dobra sprzedawanych na rynku jako autentyczne, i tak prezentowanych w masowym marketingu, paradoksalnie, aby uzasadnić swą cenę, muszą udawać, że nie podlegają regułom masowego utowarowienia. Muszą sprawiać wrażenie, że odnoszą się do wcześniejszych stadiów organizacji rynku, kiedy to „kupiec stał twarzą w twarz z rzemieślnikiem, który był jednocześnie wytwórcą i sprzedawcą, na targu” (Boltanski, Chiapello, 2005, 446). Jak odróżnić „spontaniczności egzystencji” od zaprojektowanego produktu. Jak się przekonać, czy gest przyjaźni tubylca jest wyrazem czystej życzliwości, czy elementem strategii marketingowej, nakierowanej na pomnożenie wpływu do kasy?

„Wynikiem kapitalistycznej asymilacji pragnienia autentyczności, utowarowienie (...) wprowadza w nasze relacje z ludźmi i dobrami gwałtowne cykle krótkotrwałego zachwyty i rozczarowania” (Boltanski, Chiapello, 2005, 445). Autentyczność wymaga bezinteresownego, osobistego zaangażowania, nie może być wyłącznie elementem relacji towarowo-pięniężnych. Kiedy jednak coś staje się popularne, pojawiają się tendencje do zinstytucjonalizowania. Znikają spontaniczność, unikatowość i oryginalność. Autentyczności trzeba więc szukać w coraz to nowych miejscach. Żyjemy w ciągłym lęku chcąc nieustannie żyć autentycznie. Nie chodzi o dobrze czy źle spełnioną funkcję. Rozczarowanie wynika z odkrycia braku „aury”. W przypadku turysty on sam jest zagrożeniem. Turysta chcąc przeżyć coś autentycznego unika miejsc turystycznych. Szuka restauracji, w których stołują się nie turyści, lecz miejscowi. Zapomina, że pojawienie się jego — turysty — powoduje skażenie tego miejsca. Już nie można powiedzieć, że nie spotyka się tam turystów.

ZANURZENIE

„Nie wiedzieliśmy, czego się spodziewać kiedy po raz pierwszy przyjechaliśmy do Yves Le Comptoir Camdeborde na lewym brzegu Sekwany. Czy będzie jak w La Regalade — dziesiątki cudzoziemców z przewodnikami, niecierpliwących się przed wejściem i zaganiany personel, starający się poradzić sobie z rosnącą kolejką i pełną restauracją? Tak nie było. Większość stolów zajmowali ludzie z sąsiedztwa szukający ‘vrai’ kuchni, z której słynie Yves Camdeborde” (Dyson, McShane, 2006). Sue Dyson i Roger McShane w ten sposób recenzowali Le Comptoir w listopadzie 2006 roku na łamach strony internetowej poświęconej turystyce kulinarnej. Wrócili tam w 2007 roku i w kolejnych latach do 2012 roku. Przekonywali, że zawsze dostawali wspaniałe jedzenie i naturalne wina. Chwalili też obsługę za profesjonalność i tolerancję dla ich słabej Francuszczyzny.

Nie wiem, kiedy się wszystko zmieniło, ale kiedy ja w 2014 roku dotarłam do Le Comptoir musiałam stać w długiej kolejce turystów azjatyckich i amerykańskich, którzy dowiedzieli się, być może tak jak ja z New York Timesa, że koniecznie trzeba tam zajrzeć. Restauracja była wypełniona po brzegi, a obsługa nie kryła zniecierpliwienia obecnością napierającej kolejki. Kelnerki były zmęczone zbyt dużą ilością klientów i ich zachowanie można było nazwać asertywnym lub, po staremu, aroganckim. Nie miały zrozumienia dla biednego francuskiego i nie wdawały się w tłumaczenie menu. Nie doradzały, nie uśmiechały się, sprawnie przynosiły niepewnie (co kryje się pod jedną czy drugą enigmatyczną nazwą?) zamawiane dania.

Rozpaczliwe poszukiwanie autentyczności, zawsze skazane jest na niepowodzenie. Wieść o dobrych miejscach szybko się roznosi. Kolejka po *vrai* jedzenie, opisane w przewodniku, zabija

lokalność. Le Comptoir, lokalne bistro, przestaje takie być, bo miejscowi nie mają tyle zacięcia i tyle czasu co turyści, żeby czekać na stolik. Czy jednak nie ma szans na rzeczywiste doświadczenie w zatłoczonej turystami restauracji?

Powróćmy do cytowanego już artykułu *But is it Authentic? Culinary Travel and the Search for the „Genuine Article”* Lisy Heldke. Autorka zadając w nim pytanie fundamentalne o możliwość przeżycia autentycznego doświadczenia kulinarnego, pyta także o to: Czy zjedzenie lokalnej potrawy przybliży nas do sposobu życia lokalnej społeczności? Czy smak wystarczy, aby zanurzyć się w lokalnej kulturze? Jak określić autentyczność przepisu czy dania? Czy użycie prawdziwych składników, trzymanie się technik i narzędzi kuchennych, których użyli by „oni” gwarantuje autentyczne danie? (Heldke, 2005, 387-389). Na pierwszy rzut oka widać jak wiele pułapek może się tu pojawić. Potrawy ściśle wiążą się z *genius loci* miejsca, z którego się wywodzą (Revel, 1982, 18-19). Powtórzenie przepisu w innym, odległym miejscu, nieuchronnie zmienia doświadczenie. A nawet jeżeli podróżnik próbuje jedzenia w jego oryginalnym kontekście/interiorze, kwestia prawdziwości doświadczenia nadal stoi pod znakiem zapytania.

„Nawet jeśli jesteśmy w stan jednoznacznie uznać, stwierdza Heldke, że danie było *przygotowane* zgodnie z autentyczną recepturą, nie ma jakichkolwiek gwarancji, że jedząca je osoba, będzie gotowa na to, aby doświadczyć je jako autentyczne (gdzie autentyczny oznacza „sposób w jaki by to smakowało dla kogoś obeznanego z daną kuchnią)” (Heldke, 2005, 388). Heldke tłumaczy swoje wątpliwości przypominając definicję smaku zaproponowaną przez Korsmeyer, która pojęcie smaku określa jako złożoną „aktywność poznawczą”, która oprócz komponentu zmysłowego zawiera również pierwiastek emocjonalny, kulturowy, społeczny itd.

Heldke proponuje inną strategię — przeniesienie ciężaru z rozważań o warunkach autentyczności „środowiska” na rzecz rozważań o procesie doświadczenia. Pojedynczość, lokalność, autentyczność przeciwstawia ona nowej jakości, wyrastającej ze zderzenia różnych tradycji. Doświadczenie zawsze jest czymś doświadczeniem i nieuchronnie nie jest ono wolne od historii osoby przebywającej. Dążenie do autentyczności poprzez oczyszczenie doświadczenia z unikalności podróżnika jest skazane na niepowodzenie i na rozczarowanie. Inspirując się koncepcją doświadczenia Johna Deweya, Heldke daje szansę na autentyczne doświadczenie, które rozumie ona jako wynik ścierania się, albo konwersację dwóch podmiotów: dania, które reprezentuje kucharza i jedzącego². Spotykają się tu dwie koncepcje autentyczności, ta rozumiana jako wierność sobie z autentycznością, która wymaga wyrzeczenia się siebie na rzecz dopasowania się do lokalnych warunków.

² Heldke odnosi się do Deweyowskiej koncepcji doświadczenia estetycznego zawartej w książce *Sztuka jako doświadczenie* (Dewey, 1975).

Inną kwestią jest to czy doświadczenie autentyczne, jak je rozumie Heldke, jest tożsamy z Deweyowskim doświadczeniem rzeczywistym, którego warunkiem koniecznym jest dopełnienie estetyczne, które powoduje harmonijne scalenie. Te wyjątkowe doświadczenia charakteryzują się tym, że stanowią skończoną, spełnioną, ekspresyjną całość, która ma swój początek, rozwój i cel (Dewey, 1975, 49). Wydaje mi się, że autentyczne doświadczenie kulinarne nie zawsze jest harmonijne i gładkie, co nie znaczy, że nie zapada w pamięć jako wyjątkowe. Podróżnik narażony jest na smaki, które wymagają dłuższego czasu na zupełną akceptację i czerpanie z nich czystej przyjemności, czasu którym podróżnik nie dysponuje. Przy wyborze dań bywa, że turystka poświęca swoje upodobania kulinarne na rzecz lokalnych faworytów. Różne niewygody i niespodzianki są wpisane w wyprawę na teren Innego.

Moją wizytę w Le Comptoir określiłabym jako autentyczne doświadczenie turystyczne. Składały się na nie w równym stopniu doskonale danie — *terrine* z kurczaka z *foie gras*, sałata rzymska z winegretem z szalotką, chrupiące grzanki, świeże — zimne białe wino, jak i oczekiwanie w długiej kolejce i strategii lekceważenia potrzeb klientów doskonale opanowane przez obsługę. W końcu wiadomo, że paryskie bistro jest zatłoczone, a paryscy kelnerzy słyną z arogancji. To, co przestało być pewne, to niepodważalna pozycja kuchni francuskiej jako najdoskonalszej (Steinberger, 2010).

UNIKNAĆ AUTENTYCZNOŚCI

Formułowane od lat trzydziestych XX wieku, obecne w sztuce, idee wyzwalającej autentyczności, nie oparły się walcowi kapitalizmu, który wchłonął je jako część strategii rynkowych. Co więcej, mówi Boltanski, pojmowana w kategoriach autentyczności sztuka, otworzyła nowe możliwości do tworzenia nowatorskich form kontroli i nowych „autentycznych” modeli konsumpcji, w których — unikatowość — w rzeczywistości rozplywa się w tysiącach zysków ze sprzedaży dobrze dopasowanych produktów. Ucieczką z tej ślepej uliczki może być sztuka z zacięciem krytycznym. Jak pisze francuski socjolog: „sztuka zorientowana krytycznie powinna w dużo większym stopniu, niż dzieje się to obecnie, poświęcać się, aby przeformułować kwestie wyzwolenia i autentyczności, zaczynając od nowych form opresji, którym bezwiednie sprzyjała” (Boltanski, Chiapello, 2005, 468).

Przykładem tak definiowanej postawy artystycznej są prace Rirkrita Tiravanii. Urodzony w Argentynie, syn tajskiego dyplomaty, *wychowywał się w kuchni swojej babci w Bangkoku. Kształcił się w Kanadzie i Stanach Zjednoczonych. Mieszka w Berlinie i NYC. Nic więc dziwnego, że jak mówi, problem tożsamości towarzyszy mu od dzieciństwa. Wiele swych plac poświęca zagadnieniom*

dialogu międzykulturowego, kolonialnej przeszłości i współczesnym hegemoniom globalnych rynków (Obrist, 2010).

W swych działaniach artystycznych często używa on produktów spożywczych, często też gotuje. Gotowanie jest bardzo kontekstowe, odnosi się do lokalnej kultury, środowiska, produktów, pory roku itd. Z drugiej strony gotowanie i dzielenie się posiłkiem na wymiar uniwersalny. Bazując na tym przekonaniu, Tiravanija próbuje ułatwić dostęp do Innego, tworzyć płaszczyznę dialogu międzykulturowego, aranżując spotkania przy stole. Najbardziej znanym performancem Tiravanii jest *Untitled 1992 (Free) z 1992 roku*. W nowojorskiej *303 Gallery* serwował on czerwone i zielone curry, dania charakterystyczne dla rodzinnej tajskiej kuchni. Jeden garnek powstał z oryginalnych produktów tajskich, typowych warzyw i przypraw niedostępnych w przeciętnym amerykańskim sklepie. Drugie danie artysta skomponował z warzyw i dodatków lokalnych. Znalazły się tam papryka, kalafior i brokuły. Praca dotyczyła problemu autentyczności potrawy i mechanizmów adaptacji obcej tradycji w lokalnych warunkach. Jak pisze Thomas Kellein „Moc artystyczna Tiravanii na pewno polega na tym, że posiada on zdolność ‘wycucia’ sytuacji i ‘poczucie stylu ludzi i miejsca’. Szanuje on ‘etos’ grupy; próbuje ‘zrozumieć’ ich problemy i wątpliwości” (Kellein, 2010, 150). Pomimo przekonania, że garnek „tajski” pod względem tekstury i smaku był lepszy, to ten drugi, artysta nazywa interesującym, ponieważ bronił się on autentycznością, która wyrosła z relacji z lokalną sytuacją (Tiravanija, 2010, 16).

Podobne zagadnienia zajmowały Tiravaniję również przy realizacji instalacji *Untitled 1993 (Flädlesuppe)*, którą prezentował w ramach wystawy *Backstage* w hamburskim Kunstverein. Instalację tworzyły: rosół mięsno-warzywny w proszku, naleśniki w proszku, przyrządy kuchenne, przyprawy, gorące talerze, typowa niemiecka ława do picia piwa z ławkami do siedzenia oraz monitor na którym wyświetla się film *Drachenfutter (Jedzenie smoka)* (1987) w reżyserii Jana Schütte. Bohaterami filmu są Afgańczyk, który pracuje na zmywaku, i Afrykańczyk, który jest asystentem kucharza — Niemca. Do zespołu dołącza Pakistańczyk³. Rzecz dzieje się w chińskiej restauracji w Niemczech. Złudzenie autentycznej chińskiej kuchni dają chiński kelner i właściciel, którzy są jedynymi widocznymi dla gości pracownikami. Na zapleczu nikt nie ma pojęcia o chińskim gotowaniu. Emigranci zajęci są czymś innym. Rozmawiając o możliwości i sposobach asymilacji dochodzą do wniosku, że autentyczny Niemiec to ten, który potrafi ugotować Flädlesuppe. Jak mówi Tiravanija, w jego odczuciu, ten film „Po pierwsze, chodzi o wybranie się do jakiegoś dziwnego miejsca i usiłowanie przetrwania, przystosowania, wtopienia się w kulturę. Dzięki uzyskanej akceptacji, można zostać. Chodzi o przetrwanie” (Tiravanija, 2010, 11). W Hamburgu podczas

³ Tiravanija jako młody chłopak pracował w indonezyjskiej restauracji w Kanadzie w charakterze pomocnika kucharza.

wystawy Tiravanija serwował Flädlesuppe. Do tradycyjnego niemieckiego przepisu na bulion z dodatkiem makaronu naleśnikowego dodał on szczyptę pierzu cayenne, tym samym niemiecki smak zmieszał się z elementem egzotycznym. To połączenie nie jest obietnicą łatwego łączenia się kultur. „W pracach Tiravaniji, kultury nie są pojednane, lecz zderzają się ze sobą. Jednak jego prace nigdy nie dotyczą wojny. Przedstawiają współlistnienie” (Kelley, 2010, 152). Prace Tiravanii są o polifoniczności współczesnej kultury, a co za tym idzie o napięciach, które jej towarzyszą.

Literatura:

- Abden, Lisa; *The Sorcerer's Apprentices. A Session in the Kitchen at Ferran Adrià's elBulli*, New York-London-Toronto-Sydney: Free Press
- Boltanski, Luc; Chiapello, Eve; 2005, *The New Spirit of Capitalism*, przeł. Gregory Elliott, London-New York: Verso
- Brenner, Leslie; 1999, *American Appetite: The Coming of Age of a Cuisine*, New York: Avon Books
- Dewey, John; 1975, *Sztuka jako doświadczenie*, przeł. Andrzej Potocki, Wrocław: Ossolineum
- Durydiwka, Małgorzata; 2013, Turystyka Kulinarna — nowy (?) trend w turystyce kulturowej; w: *Prace i studia geograficzne*, t. 52, ss. 9-30
- Dyson, Sue; McShane, Roger; 2007-2012, *Le Comptoir*. Review; w: *Food Tourism*
<http://www.foodtourist.com/ftguide/Content/12277.htm> (7.09.16)
- Heldke, Lisa; 2005, But is it Authentic? Culinary Travel and the Search for the „Genuine Article”, w: Carolyn Korsmeyer (red.) *The Taste Culture Reader. Experiencing Food and Drink*, Oxford-New York: Berg, ss. 385-395
- Kellein, Thomas; 2010, Essay; w: Rirkrit Tiravanija (red.), *Cook Book. Just Smile and Don't Talk*, River Books, London: Bangkok & Edition Hanasjörg Mayer, ss. 133-153
- Kirchgaessner, Stephanie; 2016, 'Airbnbs for dining' give Italian female chefs chance to shine; w: *The Guardian*, 22 January <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/jan/22/social-eating-networks-italian-female-cooks> (7.08.16)
- Kowalczyk, Andrzej; 2014, Od street food do food districts — usługi gastronomiczne i turystyka kulinarna w przestrzeni miasta; w: *Turystyka kulturowa*, nr 9, ss. 6-31
<http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/view/493> (10.08.16)
- Korsmeyer, Carolyn; 1999, *Making sense of taste*, Ithaca: Cornell University Press
- Obrist, Hans Ulrich; 2010, *The Conversation Series 20*, Köln: Verlag der Buchhandlung Walther König
- Pinkard, Terry; 2001, *Hegel. A Biography*, Cambridge: Cambridge University Press
- Revel, Jean-François; 1982, *Culture and Cuisine. A Journey Through the History of Food*, przeł. Helen R. Lane, New York: Doubleday
- Steinberger, Michael; 2010, *Au Revoir to All That. Food, Wine, and the End of France*, New-York-Berlin-London: Bloomsbury
- Tiravanija, Rirkrit; 2010, *Cook Book. Just Smile and Don't Talk*, River Books, London: Bangkok & Edition Hanasjörg Mayer