

## **Toidu regionaalpoliitilised, kultuurilised ja majanduslikud aspektid. Toit kui uus riiklik sümbol.**

Nälja kustutamiseks piisab üpris lihtsatest toitainetest. Ometi valmistame neist vähem ja rohkem keerukaid einet ning serveerime pidulikel õhtusöökidel, tähtpäevadel ja vastuvõttudel koos sinna juurde kuuluva kohustusliku butafooria ja kombestikuga. Nii saab toidust ja toidukorrast (toitumisest) unikaalne kooslus, mis edastab inimeste sotsiaalseid, majanduslikke ja maailmavaatelisi väärtushinnanguid. Nüüd on toit ilmunud lausa traditsiooniliste riiklike sümbolite ritta.

Rootsi toiduetnoloog Richard Tellström rääkis Põhjamaade Toidu Päevade raames peetud loengul toidukultuurist ning selle seostest majanduse ja poliitikaga.

### **Toitumine määrab identiteedi. Linlane maal toidujahil.**

Professori hinnangul sõltuvad meie toiduvalikud eelkõige kultuurilisest, sotsiaalsest ja majanduslikust positsioonist. Me tarbime sellist toitu, mis ühtib meie hoiakute ja väärtushinnangutega. See, et teatud hulk inimesi ei söö näiteks hamburgerit, ei tähenda (tingimata), et nende maitseretseptoritele see ei sobi. Hoopis selle toidu vale kuvand takistab. Õige toidu valimine võimaldab meile kuulmist sinna gruppi, millega end kõige edukamalt identifitseerida suudame. Väga selgelt väljendub see toidu(joogi) reklaamides.

Niisiis ei ole tegemist pelgalt suhtega konkreetsele toitu ja selle maitsele vaid paljudesse assotsiatsioonidesse, mille keskmeks see toit on.

Omapärane suhe toitu on kaasaegsel linnainimesel. Oma tehnilikus keskkonnas igatseb ta ehtsuse ja autentsuse järele. Ta sõidab maale otsima kohalikku toitu, külastab maalaatasid ja toidufestivale ning einestab maa restoranides. Itaalias on sellisele turismiharule antud eraldi nimetuski – agroturism. Kui varem toimus skeem selliselt, et linna koondusid erinevate tootjate saadused kõik ühtekokku ja linlasel tuli ainult kokku osta. Siis nüüd paiknevad tõmbekeskused linnast väljas ja sõidetakse ise erinevate tootjate juurde. Ühte külasse maitsema juustu ja teise kala jne. Linnainime soovib maitsta nn talupoja toitu, tahtmata samas kogeda (ka süvenemata) teisi maaviljeleja elu külgi. Ja mida kohapealsem kõik on, seda parem. Näiteks restoranis saab süüa seda kala, mis püütakse sealsamast restorani kõrval voolavast jõest kohaliku kalamehe poolt, kelle esivanemad on seda samade vahenditega teinud sealsamas juba viimased 800 aastat. Linlane ostab eelkõige emotsionaalset hetke, ilusat või põnevat mälestust. „Väga tore õhtu oli“, kirjeldatakse sageli restoranis käiku!

Sugugi vähem kujukas näide pole ka kokaraamatute kirjastamise hüppeline kasv. Rootsi näite varal kerkis kokaraamatute trükiarv 1990ndate keskel enam kui kaks korda. Tellströmi arvates ei pruugi see osutada suuremale huvile kokakunsti ja parema kõhutäite vastu vaid pigem soovile näidata enda kuuluvust. Seda enam, et näiteks kulutused toidule samal ajal ei kasvanud. Kokaraamat saab niisiis osaks kodusest interjörist, märgiks kaasaegsusest ja konkreetsest grupiidentiteedist.

## **Toidu erinevad aspektid töötavad majanduse heaks**

Siit nähtub ka tõhus turismiarengu skeem. Üheaegselt on vaja lõbustusi (meeleolukaid tegevusi), head poodimise võimalust ning head sööki koos õdusa majatusega.

Määrava tähtsusega on loo jutustamine. Lugu võib olla nii toidust endast, selle erilisest valmistamise viisist, päritolust või ka hoopis selle paiga erilisusest, ajaloost, juhtumistest.

Ometi näib, et kõike kohalikku ei õnnestu siiski turundada. Kummalisel kombel peab kohalik toit vastama siiski linlase ootustele ja ideaalidele. Kui tegemist on selle päris igapäevase kohalike inimeste hariliku (sageli liig energiarikka) toidusega, siis see ei lähe peale. Niisiis erineb välismaalastele pakutatav rahvuslik toit

Samas töötab hästi traditsioonilise toiduse uude vormi panemine. Seda eriti noorte puhul. Näited Põhja-Rootsist oleksid põdraliha burgerid, hirve pitsa ja hirveburgerid.

Toit on hea katalüsaator, paljulubav tööriist mitmete majandusharude lõimimisel.

## **Toit ja poliitika**

Loomulikult tasub sellist võimast mootorit tööle panna ka riigi ja rahvuse profiili tõstmiseks. Kõige ilmsemad ja tuntumad näited toidu poliitilisest mõjuvõimust on muidugi Ameerika presidendi jõulukalkuni avalikud serveerimised, Putini teejoomised ja piruka söömised vanamemmedega. Tingimata ka EL eesistujamaade toidupakkumised ning maailmanäitused. Siin kehtib reegel. Erinevad toiduprofiilid erinevatele sihtgruppidele. Kui Rootsit tutvustava infovoldiku kaanel on räim ja petersell, siis Stockholmi linnakaardi kaanel hoopis sushi! Kahtlemata on toit tõusnud samasse kaalukategooriasse selliste riiklike sümbolitega nagu lipp, hümn, spordikangelane jt. Paljudes maades ongi juba formeeritud nn rahvuslik kokkade tiim, kes käib mööda teisi riike tutvustamas oma maa toidukultuuri ja võistlemas teiste kokkadega.

Regioonidele panustamine vähemalt EL-s on väga kasulik. Sellest sõltub toetus ja üldine positiivne kuvand. Mida rohkem regioone õnnestub välja mängida, seda parem. Näiteks Rootsi EL eesistumiste aastatel veeti väliskülalisi kohtumistele üle terve maa paarikümnes eri kohta. Igal pool oli võimalik välja käia kohalikud eripärad (toit, loodus, kombid jne) ja muidugi lood.