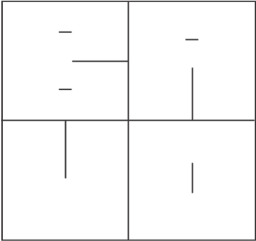


KONTEKSTI KULTURE

STUDIJE IZ HUMANISTIKE I UMJETNOSTI

BROJ III
2025

An abstract graphic in the bottom right corner consisting of numerous wavy, vertical lines of varying thicknesses, creating a sense of movement and depth. The lines are a slightly darker shade of purple than the background.



DRUŠTVO
ZA
KULTURNI
RAZVOJ
BAUO

KONTEKSTI KULTURE | CONTEXTS of CULTURE
Studije iz humanistike i umjetnosti | Studies in Humanities and Arts

ISSN 3027-4222 | Štampano izdanje | *Printed Edition*
ISSN 3027-4818 | Elektronsko izdanje | *Electronic Edition*

Izdavač | *Publisher*

Društvo za kulturni razvoj „Bauo“ | *Association for Cultural Development “Bauo”*

Za izdavača | *For the Publisher*

Dušan Medin

Naučna redakcija | *Scientific Editorial Board*

Edidio Ivetić (Italija), Dragana Radojičić (Srbija), Boris Kavur (Slovenija),
Martina Blečić Kavur (Slovenija), Tanja Petrović (Slovenija), Ljiljana Gavrilović (Srbija),
Koraljka Kuzman Slogar (Hrvatska), Amra Sačić Beća (Bosna i Hercegovina),
Nenad Vujadinović (Crna Gora), Edin Jašarović (Crna Gora),
Zrinka Mileusnić (Slovenija), Branko Banović (Srbija)

Redakcija | *Editorial Board*

Stanka Janković Pivljanin, Dušan Medin, Jasmina Bajo, Milica Stanić Radonjić

Glavna i odgovorna urednica | *Editor-in-Chief*

Stanka Janković Pivljanin



Objavljeno uz podršku Ministarstva prosvjete, nauke i inovacija Crne Gore
u okviru Konkursa za sufinansiranje naučnoistraživačke djelatnosti u 2025. godini

*Published with the support of the Ministry of Education, Science and Innovation of Montenegro
as part of the Competition for co-financing scientific research activities in 2025.*

Impresum časopisa objavljen je na linku: | *The journal's imprint is published at the link:*

www.kontekstikulture.me

KONTEKSTI KULTURE
STUDIJE IZ HUMANISTIKE I UMJETNOSTI

CONTEXTS *of* CULTURE
STUDIES IN HUMANITIES AND ARTS

III

PETROVAC NA MORU
MMXXV

SADRŽAJ | CONTENT

Riječ urednice | 7 | *A Word from the Editor* | 10

PAMĆENJE UKUSA | THE MEMORY of TASTE

Amra Šačić Beća | Poljoprivreda i proizvodnja hrane u unutrašnjosti rimske Dalmacije | 15

Milena Jokanović | Reforma sećanja | 27

Vesna Delić | Varenika: kuvana rakija ili „kuvano mlijeko“? Nekoliko skica o identitetima i kulturnom nasleđu | 37

GOZBENE SLIKE | BANQUETING SCENES

Janko Ljumović | Hrana u krupnom planu: od rekvizite do glavnog junaka | 55

Pavle Pavlović | Gozbene slike kao obeležje društvenog statusa u evropskom romanu XIX veka | 65

Olga Vojičić Komatina | Fenomen hrane i gladi kao aspekt individualnog i kolektivnog identiteta u crnogorskoj književnosti | 79

ŽIVA TRPEZA | A TABLE ALIVE

Tamara Ognjević | Gastronomsko nasleđe i UNESCO: u potrazi za definicijom | 91

Ilija Moric | New Trends, Skill Needs and Developing Experiences
in Contemporary Food Tourism: An Educational Perspective | 101

Hristina Mikić | Kreativna ekonomija i muzeji stakla: primeri prakse
iz Sjedinjenih Američkih Država i sa Balkana | 111

PRIKAZI | REVIEWS

Edin Jašarović | Zbornik radova *Staklo: nasleđe, umetnost, kreativna ekonomija, tehnologija* (ur. Hristina Mikić) | 131

Zvonimir Drvar | *Svila, zmajevi i papir* Zvonimira Stopića i Gorana
Đurđevića | 135

Uputstvo za autore | 137 | *Guideline for the Authors* | 139

VARENIKA: KUVANA RAKIJA ILI „KUVANO MLIJEKO“? NEKOLIKO SKICA O IDENTITETIMA I KULTURNOM NASLEĐU

Vesna Delić¹
Društvo za kulturni razvoj „Bauo“
Petrovac na Moru, Crna Gora

Sažetak: U radu se iznosi hipoteza o neraskidivoj vezi između hrane i pića, s jedne strane, i kulturnih, lokalnih, regionalnih, etničkih, pa i nacionalnih identiteta, s druge. Rad polazi od toga da je hrana živa kulturna baština koja je deo životne, a samim tim i kulturne svakodnevice ljudi, koji na osnovu naziva, spremanja, uzgajanja i kulture obedovanja iskazuju svoje višestruke identitete u odnosu na *Druge* koji tu istu hranu imaju, ili pak nemaju, na svom meniju. Istraživački pristup je autobiografski, odnosno analiza se zasniva na ličnom iskustvu samog antropologa – autora, kao i na iskustvu stanovništva Crne Gore, pre svega, Pivljana. Usled dugogodišnjeg posmatranja načina ishrane i važnosti kulta hrane ljudi na crnogorskom tlu, u radu će biti izneti slikoviti primeri koji ukazuju na važnost hrane i pića u identifikacionim procesima, koji ne moraju nužno da upućuju samo na etničke već i na lokalne podele u okviru jedne zemlje. Imajući sve ovo u vidu, krajnji cilj je ustanoviti koliko se jedan od najbitnijih i „najživljih“, odnosno „najukusnijih“ identifikatora u kolektivnoj svesti ljudi podrazumeva, a koliko se u modernom vremenu kroz kreativne industrije brendira. Tačnije, je li varenika samo „kuvano mlijeko“ ili je pak negde i kuvana rakija?

Ključne reči: hrana i piće, varenika, prljo, lokalni identiteti, nacionalni identiteti, kulturno nasleđe, brendiranje, lokalpatriotizam

¹ vesrasulic@yahoo.com.

Govoriti o hrani i piću znači govoriti o svakodnevici, o večitoj mucu šta spremići za ručak,² znači diskutovati o ekonomiji, o običajnoj praksi, kulturnom nasleđu, o kulturnoj raznovrsnosti, o rodnim ulogama, o društvenim oblicima sećanja, o kulturnim, etničkim i verskim identitetima, o lokalnom i nacionalnom brendiranju, o hrani kao leku. Na emotivnom i ličnom nivou to znači govoriti o telesnoj estetici i o ljubavi, što nam slikovito opisuju dobro poznate izreke – *Ljubav/zdravlje na usta ulazi i Put do muškog srca vodi preko stomaka*. Zbog svega gore navedenog iznenađuje koliko se, usuđujem se da kažem, u antropološkim naučnim radovima ovoj temi posvećuje malo pažnje. Još je antropološkinja Dragana Radojičić u svojoj iscrpnoj monografiji *Dijalozi za trpezom: antropološki ogledi o kulturi ishrane* navela da ona želi da „ukaze na čitav niz različitih mogućih pristupa kulturi ishrane, pre svega kada je reč o srpskoj kulturi, upravo stoga što ona u domaćoj etnologiji i antropologiji nije dovoljno zastupljena ni studiozno obrađena“ (Radojičić 2015: 14). Hranu i piće, odnosno pojedinu hranu (jaje, pšenica, hleb, so, med, pasulj, beli luk itd.) i piće (vino, na prvom mestu), te njihovu upotrebu u brojnim narodnim obredima i religijskim ritualima, detaljno su opisali mnogobrojni eminentni etnolozi s našeg prostora (Čajkanović 1994; Sandić 2004; Zečević 2008; Jovanović 2014 itd). Međutim, kako je vreme odmicalo i kako su balkanski narodi ulazili u nova, najčešće turbulentna društvenopolitička zbivanja, fokus naučnika je polako prelazio s etnoloških na antropološka istraživanja onih kulturnih fenomena koji su direktno ukazivali na nacionalne podele na našem delu Balkanskog poluostrva i pospesivali ih. Hrana nije bila primarni predmet interesovanja, već se o njoj

² Na društvenoj mreži X (bivšem Twitteru) izvesno vreme kružio je duhoviti tvit jedne korisnice sledeće sadržine: „Kratka horor priča. Šta spremići sutra za ručak?“ Npotrebno je reći da je tvit imao više hiljada lajkova.

govorilo kao o parametru ekonomske nestabilnosti i inflacije, kojoj je narod bio izložen devedesetih godina dvadesetog veka. Hiperinflacija iz 1993. podstakla je stvaranje nove izreke koja se i dan-danas može čuti: *Red je kao za hleb i mleko!*

Danas su u supermarketima dugi redovi ne zbog nestašice hrane već zbog ekonomske transformacije društva i sociokulturoloških modela, te načina savremene potrošnje. S tim u vezi, poslednjih godina nalazimo radove koji se bave pitanjima hrane i pića kroz ekonomsku, odnosno potrošačku prizmu (Erdei 2012), radove u kojima je hrana deo gastroturističke ponude lokalnih privatnika i ugostitelja, koji u svojim posebno uređenim restoranima ukazuju na kulturno nasleđe i identitet kraja, regiona, a na kraju i zemlje u kojoj posluju (Banić Grubišić i Antonijević 2013), kao i na radove u kojima se hrana usputno navodi kao primer koji referira na to da su kulturni identiteti deo kulturnog nasleđa (Žikić 2011; Pišev 2011; Gavrilović 2012).

Može se reći da je hrana u poslednje vreme ušla na velika vrata i u medijski prostor. Sve je više TV emisija takmičarskog karaktera,³ časopisa, blogova i vlogova na društvenim mrežama, internet kuvara i kuvarica koji iz svojih domova dele tradicionalne, ali i razne „neobične“ recepte, a nekada imaju i po nekoliko stotina hiljada

³ Od 2017. godine na nacionalnoj srpskoj televiziji RTS prikazuje se emisija koja se bavi kuvanjem, ali i ljudima i predelima. Serijal prati grupu od sedam žena sa sela koje žive u različitim krajevima zemlje. Emisija je takmičarskog tipa, a cilj je da svaka žena pokaže svoje kulinarske sposobnosti, svoj kraj i najčešće tradicionalne recepte. Neretko učesnice gošće dočekuju u nošnjama svog kraja ili etničke grupe kojoj pripadaju. Jedna drugu ocenjuju tajnim glasanjem, a pobednica na kraju serijala dobija znatnu novčanu nagradu. „Kuhinja moga kraja“. RTS. <https://www.rts.rs/lat/tv/rts1/2637300/kuhinja-moga-kraja.html> (pristupljeno 23. 2. 2025).

pratilaca.⁴ Samo kratkim pogledom na bezbrojne sadržaje na internetu može se uočiti sijaset tema za istraživanje kada je hrana u pitanju: od identitetskih pitanja, preko kulturnog nasleđa do nacionalnog brendiranja i mnogo drugih koji su već navedeni na početku ovog teksta. Međutim, izgleda da je to oblast koja tek treba da privuče naučna istraživanja. Uostalom, samo je pitanje vremena kada će se to desiti i kada će među naučnicima hrana „zamirisati“ u svom punom „ukusu“ i primamiti ih.

Hrana i piće predstavljaju samo neke od simbola različitih kulturnosocijalnih zajednica na osnovu kojih su konstruisani različiti kulturni identiteti, a koji su deo različitih kulturnih nasleđa. U procesu kulturne identifikacije, odnosno konstrukcije kulturnih identiteta, dolazi do „simboličkog korišćenja materijalnih i nematerijalnih resursa, koji se smatraju kulturnim svojstvom one zajednice u kojoj se vrši dati proces, te o postojanju kulturne svesti o tome da ono što nas čini pripadnicima neke zajednice jeste u suštini određeni nematerijalni kvalitet“ (Žikić 2011: 11).

Ovi kompleksni procesi se odvijaju u svakom društvu, pa stoga ni antropolozi nisu izuzeti iz njih. Razlika je samo ta što se, usled profesionalne orijentacije, antropolozi zainteresuju za određene kulturološke fenomene i počnu da promišljaju o njima, da bi ih u datom trenutku istražili i obradili. Uočavanje i mapiranje kulturnih specifičnosti posebno je izraženo kada antropolog, najčešće zahvaljajući ličnim

životnim izborima, postane deo druge sociokulturne zajednice. U tim situacijama, tokom dužeg vremenskog perioda, on skuplja, obrađuje, učestvuje, odnosno vrši sistematizaciju ličnog iskustva. Posmatrajući sebe u novom društvenom i kulturološkom okruženju, i analizirajući odnos sebe prema drugima, antropolog može da uoči vrstu i intenzitet sopstvenih doživljaja, da ih opiše i odredi i, na kraju, da im da značenje u skladu s određenim sistemom značenja (Nedeljković 2013: 10). S druge strane, paralelno s ovom vrstom kulturološke samopercepcije, antropolog uočava one elemente i kulturne artefakte u novom društvenom i kulturološkom miljeu, kao jedne od bitnih mentalnih oruđa koje članovi zajednice koriste u orijentaciji, transakciji, diskutovanju, definisanju, kategorisanju i interpretiranju aktuelnog sociokulturnog ponašanja u njihovoj zajednici (Žikić 2011).

Samopercepcija i posmatranje, odnosno posmatranje sebe u odnosu na druge i posmatranje drugih, poređenje sopstvene kulture s drugom kulturom, čiji deo antropolog postaje vremenom, bez klasičnih antropoloških metoda istraživanja, može se svrstati u autobiografski metod, koji će biti primenjen u ovom radu. Taj metod je zasnovan na antropološkom metodu skupljanja empirijske građe: posmatranje s učestvovanjem, tj. učesničkim posmatranjem. Samim tim, stil i način obraćanja u tekstu će biti iz prvog lica, jer izabrani metod treba da sugeriše ličnu simboliku, lične tačke poklapanja viđenog i doživljenog, tj. način na koji reprodukujemo sopstvene kulturne obrasce s drugim kulturnim obrascima, s kojima smo duži period u dodiru. U ovom konkretnom slučaju, reč je o obrađenom iskustvu antropološkinje koja dolazi iz zapadne Srbije i koja je u ličnoj, socijalnoj i kulturnoj simbiozi sa stanovništvom Crne Gore od 2001. godine.

Metod je izabran jer za ovaj rad nisu još uvek urađena opsežna antropološka istraživanja, te će ovaj autobiografski

⁴ Na društvenoj mreži Facebook, jedna od internet kuvarica, s nalogom *zalogaj_mr*, podelila je recept za posnu pogaču pod nazivom: „A šta vi nosite na babine?“ U opisu videa stoji: „Nedavno sam postala tetka, pa sam pripremila pogaču za Vukanića i još neke darove. Pored obavezne pogače, ispekla sam pile, spakovala crni luk, so i sir. Hvala @najlepsi_slavski_kolac na predivnim ukrasima koje je napravila baš za ovu priliku. A šta vi nosite na babine?“

pristup predstavljati jednu vrstu početnih skica za dalja istraživanja o vezi između hrane i ispoljavanja različitih identiteta, kao i o hrani kao kulturnom nasleđu. U analizi će se koristiti inetrpretativni metod, koji je legitiman deo sociokulturne antropologije.

VARENIKA: KUVANA RAKIJA ILI „KUVANO MLIJEKO“

Lična istorija svakog pojedinca protkana je neizbežnim odlukama, susretima, porodičnim i društvenim okruženjem i pričama koje su oblikovale njegov život, a koje su vrlo često bile prelomne i ukazivale na dalji pravac bivstvovanja. U mom slučaju, u ličnom pogledu, to je bio izbor životnog partnera koji je iz Crne Gore, a u profesionalnom to je bio izbor etnologije i antropologije. Međutim, izabrati antropologiju kao životni poziv znači ne razdvajati domen privatnog i profesionalnog, štaviše, izabrati antropologiju znači da vas antropologija potpuno obuzme i na onom svakodnevnom nivou, te kao što fotografi vremenom sve posmatraju kroz stvarni ili zamišljeni objektiv, tako i antropolozi u svakom, naizgled banalnom, trenu i događaju traže smisao i analiziraju procese koji se kriju iza viđenog i doživljenog. Upravo jedna takva priča, koja se desila čak pre dvadeset i četiri godine, navela me je da počnem da razmišljam o vezi hrane i onih identiteta koji svako od nas poseduje.

Jednog subotnjeg dana, tokom naše prve godine zabavljanja, Ivan i ja smo, nakon ručka u menzi, otišli u njegovu sobu u Studentskom domu „Slobodan Penezić“ i sa sobom doneli „suvu večeru“.⁵ Nakon izvesnog vremena provedenih u razgovoru i šali, odjednom me je Ivan upitao: „Oli varenike?“ Posle prvobitnog šoka i razrogačenih očiju uzviknula sam, sva

u čudu: „Molim?“ Ivan je ponovio: „Oli varenike?“ Još više šokirana, jer sam s njim provela ceo dan, uzviknula sam sva ushićena: „Odakle ti kuvana rakija?“ Na šta me je on, s polupodignutom obrvom i u nevereci šta izgovaram, poslednji put pitao: „Oli mlijeko jadona, mlijeko?“

Ova duhovita anegdota je za mene vrlo značajna, jer nam, zapravo, ukazuje ne samo na razliku u leksici dva kraja već na razliku u običajima, odnosno govori o različitim kulturnim identitetima koji su konstruisani u kulturološki odeljenim predelima.

Vredno je promišljanja i pitanje zašto je svima nama vrlo važno da naglasimo kulturno nasleđe svog lokalnog kraja i identitete koje imamo u odnosu na *Drugog*, iako je taj *Drugi* neko s kime nas vežu privatne i porodične veze ili s kojima delimo isti lokalni i/ili nacionalni identitet?⁶ Vrlo često sam prisustvovala, a i još uvek prisustvujem, raspravama i nadgornjavanjima supružnika, kada je muž, na primer, poreklom iz Pive, a žena sa Grahova ili muž iz centralne ili severne Crne Gore, a žena sa Primorja. Te rasprave nikada ne dobiju negativan ishod, već se pretoče u vrlo zanimljive diskusije i doskočice u kojima je cilj nadmudriti „protivnika“ tako što će se isticati što više pozitivnih karakteristika svog kraja i navoditi ono što kraj drugog supružnika nema ili se pak kod njega drugačije naziva.

Često se u javnom i medijskom prostoru, kada je reč o hrani i piću (naziv,

⁵ *Suva večera* se vikendom u studentskoj menzi tokom ručka delila na studentske bonove, jer menza uveče nije radila. U *suvu večeru* je obično bilo mleko u tetrapaku, mesni narezak ili pašteta i lepinja.

⁶ Moj otac je iz sela Pauna, a majka iz sela Robaja. Oba sela se nalaze nadomak Valjeva, na tzv. divčibarskom putu. Udaljenost od jednog do drugog sela je čitava tri kilometra. Međutim, jedan od specijalteta ljudi iz Pauna je spremanje puževa (što je inače i mene moja baba naučila da radim). Često je u raspravama oko toga čije je selo bolje moj pokojni otac govorio majci da je Robaje kamenito, puno vrtača i nije plodno kao njegovo rodno Paune. Majka je raspravu završavala samo jednom rečenicom: „Mi barem u našem selu ne jedemo puževe!“

način pripreme, recepti itd.), pripisuju veće pravo kulturne svojine jednom podneblju u odnosu na drugo. Ovaj postupak se dešava u okviru iste zemlje, ali i između dve različite države. U tim situacijama dolazi do intenzivnijih traženja „opravdanja“ za korišćenje sopstvenih kulturnih elemenata u odnosu na *Druge* koji te iste elemente imaju. Jedan takav primer je priča u kome smo opet bili akteri suprug i ja.

Pre nekoliko godina gledali smo popularni kviz „Želite li da postanete milioner?“. Koncept emisije je takav da takmičari dobiju četiri ponuđena odgovora od kojih je samo jedan tačan. Nakon što tačno odgovore dobijaju sledeće pitanje, od ukupno deset koliko ih ima. Te večeri peto pitanje je glasilo: „Šta je varenika?“ Među ponuđenim odgovorima nalazilo se kao mogući odgovor mleko, ali i rakija. Kao tačan odgovor, redakcija je izabrala mleko, a taj njihov potez i dalje služi kao glavna „jabuka razdora“ između mene i supruga. I dok je sve to naravno na nivou šale, pa i podbadaanja bračnog saputnika, nisam mogla a da se ne zapitam zašto to toliko lično shvatam, kada je evidentno da i jedan i drugi naziv postoje. Odnosno, da je potpuno tačno reći da je mleko varenika, a da se pritom naziv varenika za kuvanu rakiju stvarno koristi samo u mom kraju, te je logično da se o njemu manje zna, čak i u Srbiji čiji je Valjevo deo. Zbog svega gore navedenog ne mogu a da ne postavim još neka pitanja: Da li izuzetno izražen lokalpatritotizam proizvodi čvrsto konstruisane lokalne identitete ili je u pitanju obrnut proces?⁷ Ko-

liko se i kako hrana brendira i kada i koji to lokalni specijaliteti postaju markeri identiteta na lokalnom, a kada na nacionalnom nivou? Kada je lokalni/etnički identitet racionalno izabrana strategija koja se razvija u zavisnosti od situacije, a kada je to nacionalni/teritorijalni identitet?⁸

Ukoliko pođemo od hipoteze da postoji neraskidiva veza između hrane i pića, s jedne strane, i mnogobrojnih identiteta, s druge, i analiziramo gastronomsku ponudu unutar naših balkanskih zemalja, a onda i zajedničkog nam regiona, ne bi trebalo da nas čudi što se koplja lome oko toga kom narodu koja hrana pripada i koja je to hrana koja je samo specifično nacionalno ili lokalno naša. Na lokalnom nivou, za Valjevce su danas to duvan čvarci, za Piroćance peglana kobasica, za Leskovčane ajvar i roštilj, za Novosađane rezanci s makom. U Crnoj Gori, u tzv. Staroj Hercegovini, odnosno Pivi i Banjanima, a i među Drobñjacima, to je sir prljo, na severu

koštala. Naime, ovaj mogul je sproveo kampanju po celoj Srbiji, gde je postavljao šaljive bilborde u gradovima i ukazivao na to koliko građani tog grada vole njihove sladolede. Međutim, napravili su kardinalnu grešku i nas oslovili Valjevčanima. Nakon toga ceo grad se digao na noge, a društvene mreže su se usijale. Naravno, bilbordi su morali da se zamene, a na jednom od zamenjenih vizuelno su predstavljena dva sladoleda koja „razgovaraju“. Sladoled Leni u formi stripa govori: „Kad su topli dani, mene jedu Valjevčani!“ Dok mu kornet od vanile odgovara: „Valjevci se kaže, Leni stari vraže!“. https://www.facebook.com/frikomdoo/photos/zamenili-smo-bilbord-i-%C5%A1aljemo-veliko-%EF%B8%8F-za-sve-valjevce-psko-radi-taj-i-gre%C5%A1i-/1657124177699353/?_rdr (pristupljeno 26. 2. 2025).

⁷ Valjevci u srpskom društvu važe za vrlo prepredene i lukave ljude (odatle i narodno kolo koje se igra uz pesmu: „Tavala, tavala, ta valjevska podvala...“) i, sama teška srca priznajem, svojevrzne snobove. Ljude iz Valjeva možete lako da iznervirate ako im samo kažete dve stvari. Prva je da pripadaju Šumadiji. Odmah će reći: „Ne, mi nismo Šumadinci. Mi smo iz zapadne Srbije.“ A druga je da ih nazovete Valjevčanima. Kompaniju „Frikom“ je ova greška skupo

⁸ Prema Nedeljkoviću, pojedinac je, po konstrukcionističkim i instrumentalističkim pristupima, sve više u stanju da svoj etnicitet objektivizuje, da ga problematizuje i operacionalizuje. Etnička pripadnost postaje stvar svakodnevnog plebiscita, želje i volje da se uvažava zajedničko nasleđe sećanja (Nedeljković 2007: 27).

Crne Gore to je kačamak, na Primorju, tačnije u Paštrovićima – ruštule, u Pljevljima je to čuveni pljevaljski sir, u Kolašinu i Mojkovcu lisnati sir, na Cetinju njeguški sir. Mnogo je tu još specijaliteta iz raznih krajeva koji nisu navedeni a koji predstavljaju svojevrсни identitetski marker podneblja u kojima se proizvode. Dubljom analizom upotrebe i pristupačnosti lokalnih proizvoda na tržištu uočava se da se na sociokulturološkoj razini i u medijskom prostoru, barem kada je reč o hrani i piću, više naglašavaju mikrolokaliteti, odnosno posebna podneblja u odnosu na zemlju u kojoj se ta podneblja nalaze.

Kako navode Ana Banić Grubišić i Dragana Antonijević: „hrana i ishrana predstavljaju važne markere kulturnog identiteta jednog regiona. Hrana u turizmu postaje kulturni artefakt koji povezuje mesto i identitet, materijalno i simbolično – isprepletena je sa socijalnim, kulturnim i prirodnim karakteristikama određenog podneblja. Zbog toga lokalne gastronomske tradicije zauzimaju istaknuto mesto pri kreiranju turističkog proizvoda i imidža destinacije“ (Banić Grubišić i Antonijević 2013: 1093).

Hrana, esencijalna tvar koja nam je neophodna za fizički opstanak, ujedno je neodvojiva komponenta naših mnogobrojnih identiteta, vrlo važan i „najživlji“ deo našeg kulturnog nasleđa. Zdravlje na usta ulazi, ali ispostavlja se, i kultura. I to ona koja se dobro sažvaće našim, posebno sociokulturološki projektovanim receptorima. Ako napravimo parabolu između pojedinačnih ljudskih afiniteta vezanih za hranu (neko voli ljuto, неко ne, неко voli slatko, неко ne) i lokalnih, pa i nacionalnih „apetita“ mnogobrojnih društvenih zajednica, videćemo da ne postoji velika razlika. Naš individualni i kolektivni ukus branićemo u svakoj situaciji. Hvalićemo umeće pravljenja gastronomskih specijaliteta sredine iz koje potičemo, iako većinu tih specijaliteta prave i drugi. Ističući da je naša hrana bolja, raznolikija, ukusnija, zapravo, nasto-

jimo da dokažemo da smo *Mi* bolji od *Vas*. Većita podela koja postoji između različitih društvenih skupina (navijačkih grupa, etničkih zajednica, nacija, muzičkih supkultura itd.) jeste nešto što su antropolozi već odavno „skuvali“ u svom naučnom loncu. Kažu da hranu ne valja više puta podgrejavati, međutim za neku ne važi to pravilo. Naprotiv, neka hrana nakon više dana postaje još bolja, i samo potvrđuje svoj prvobitni status.

Ono što u stvari želim da naglasim jeste da je i hrana još jedna u nizu od mnogobrojnih kulturnih elemenata kojima se ljudi služe da bi naglasili svoje posebne identitete. Međutim, problem s hranom i pićem jeste taj što ih „nesebično“ delimo s drugim narodima na prostoru bivše Jugoslavije, a većinu smo nasledili od onih koje istorijski smatramo svojim ugnjetacima – od pripadnika osmanske kulture. Kako navodi Dragana Radojičić, današnja kuhinja u Srbiji preuzela je veliki broj turskih i arapskih jela, u šta svakako spadaju omiljeni nam sarma, burek i ćevapi (Radojičić 2015: 91). Pitam se šta bi rekli ljudi u Bosni: da li su ćevapi i burek njihova jela ili su jela iz Srbije?

Zbog istog korpusa kulturološki i istorijski opterećenih, sličnih ili istih kulturnih markera koje delimo s drugima narodima na Balkanu, skloni smo da gradiramo, prerađujemo i te iste elemente učinimo što više našim. Pišući o autoegzotizaciji srpske nacionalne kulture, Pišev navodi sledeće:

„Konstruisanje kulturne posebnosti kroz kulturne pozajmice kako s istoka, tako i zapada, i njihovo postupno amalgamisanje u nešto što bi trebalo da je prevashodno unikatno, u najvećoj meri 'srpsko', a dobrim delom i 'balkansko', pomalo orijentalno, pomalo zapadno, a ponajviše svoje, vrši se s ciljem simboličnog izražavanja onoga što mi jesmo, kroz ograđivanje od svega onoga za šta smatramo da jesu drugi, pri čemu to što jesu drugi najčešće tumačimo kao manje vredno i kvalitativno lošije“ (Pišev 2011: 79).



Sl. 1. Dekoracija rakije šljivovice sa figuricama žene i muškarca u tradicionalnoj srpskoj nošnji (foto: Vesna Delić, 2025)



Sl. 2. Tradicionalno pečenje rakije u selu Paune, Valjevo (foto: Vesna Delić, 2020)

Što bi rekli: *udario tuk na luk* ili: *sarma s listinom na sarmu s raštanom*! Pre dolaska u Crnu Goru nikada nisam čula za raštan. Ukoliko pitate većinu ljudi iz mog kraja, isto će vam reći. Raštan se kod nas ne uzgaja i samim tim ne upotrebljava, ali to ne znači da u Valjevu ne postoje zelene sarmice koje smatramo specifično našim srpskim, nacionalnim, jelom. Mada, sigurna sam da to isto misle i ljudi iz Bosne i Hrvatske za svoju sarmu, bila ona od zeleniša ili kiselog kupusa. Način spremanja, upotreba raznovrsnih sastojaka (raštan ili listina, svinjsko ili goveđe meso) razdvaja sarmu od sarme, odnosno različite nacionalne identitete jedne od drugih. Međutim, na kraju kulinarskog procesa, u bilo kojoj zemlji da se spremi, sarma je sarma.

Zašto nam je onda toliko važno da u nacionalnim identifikacionim nadmetanjima upotrebljavamo kao glavne elemente razlike zajedničke kulturne artefakte? Zašto istu hranu (sarma, čevapi, burek) smatramo kulturnim nasleđem svojih zemalja i na taj način ističemo nacionalni identitet, dok određeni lokalni specijaliteti ostaju zarobljeni u istim identifikacionim procesima u svojim podnebljima? Većinu gastronomskih proizvoda spuštamo na lokalne, tačno prostorno ograničene mikroregije koje svoju gastronomsku ponudu koriste da bi naglasili svoje lokalne i kulturne identitete. Baš iz tog razloga će varenika u Valjevu uvek biti kuvana rakija, a ne mleko, a sigurno nikada neće biti „šumadijski čaj“.

Određeni lokalni proizvodi u zemljama gde se proizvode prepoznati su i uvaženi na gastronomskoj nacionalnoj mapi. Na primer, kačamak, pljevaljski sir, njeguški pršut poznati su specijaliteti Crne Gore. Ipak, da li su dovoljno brendirani unutar i van crnogorskih granica? Tokom razgovora s jednom Kotorankom, kada sam, kao nešto što se podrazumeva, rekla da je kačamak crnogorski specijalitet, ona me je upitala: „Zar jeste?“ Malo iznenađena ovim njenim pitanjem uzvra-

tila sam joj kontrapitanjem: „Pa zar nije?“⁹

Ovaj razgovor me je naveo da razmišljam o tome koliko su i dalje, zbog različitih istorijskih uticaja, određena crnogorska područja suviše kulturološki odeljenja i kako se iz tog razloga lokalni specijaliteti ne percipiraju kao nešto što je unificirano crnogorsko, već regijski posebno. Kada malo bolje razmislim, verovatno ni ljudi sa severa Crne Gore ne bi smatrali ruštu le nacionalnim crnogorskim jelom. S druge strane, još jedan povod da razmišljam u ovom pravcu jeste taj što veliki broj građana Podgorice s kojima sam se srela nikada nije čuo za sir prljo, a kamoli ga jeo, ili pak nisu čuli za ovu vrstu sira pod tim nazivom. Upravo ovaj mlečni proizvod je bio jedan od važnijih faktora koji je srušio moje predrasude o „maloj“ Crnoj Gori, gde sam naivno mislila da svi o svemu sve znaju.

SIR PRLJO – SIR IZ MJEŠINE KOJI SE SLABO U ŠTA MEŠA

Još prilikom prvobitnog susreta, ali i kasnijih kontinuiranih kontakata s Pivljanima, uočila sam da ljudi iz ove regije imaju posebno izraženu sentimentalnu i identitetski jaku povezanost sa svojim krajem. Našavši se u takvom porodičnom okruženju, i zahvaljujući svojoj vokaciji, vrlo brzo sam proučila pивske prilike, pa sam čak zbog toga nakon izvesnog vremena identifikovana kao prava Pivljanka.¹⁰

⁹ Tokom našeg dužeg boravka u Srbiji moj mlađi sin je izjavio: „Ja baš volim Srbiju, ali jedva čekam da se vratim u Crnu Goru da mogu da jedem kačamak.“

¹⁰ Jednom prilikom, dok sam putovala vozom iz Podgorice u Beograd, u tzv. nikšićkom kupeu (karte su kupovane u Nikšiću), započela sam priču sa svojim saputnicima. Nakon klasičnog propitivanja, svojevrstoj „tradiciji“ na ovim prostorima koja počinje pitanjem: Čegović si?, kao i znanja koje sam pokazala o novom pivskom „domu“, dobih prave ovacije i pohvalu da sam najbolja pivska snaja koju su do tada upozna-

Naučila sam o familijama koje naseljavaju Pivu, o načinu života, običajima, kultu smrti, naučila sam stare pivske izraze i upoznala se sa specifičnom kulturom ishrane i specijalitetima toga kraja.

Nisam nikada živela u Pivi, ni u Nikšiću, već od 2005. suprug i ja živimo u Podgorici, gde imamo veliko i raznoliko društvo, tako da često organizujemo kućna druženja. Na jednom takvom okupljanju, nakon par godina života u glavnom gradu, povelala se priča o crnogorskim starim rečima i o tome ko od nas najviše zna njihovih značenja. Ispostavilo se da sam pored muža imala najviše pogodaka, iako jedina u tom momentu nisam bila iz Crne Gore, odnosno većina naših gostiju nije bila iz Pive. Doduše, te večeri nije bio prisutan niko sa Crnogorskog primorja. S ove distance, pitam se koliko bi iko od nas poznao leksiku tih krajeva.

Dakle, pre nego što sam i sama postala deo crnogorskog društva, moja početna premisa, ili bolje da kažem predrasuda, bila je da je Crna Gora zbog svoje brojčanosti i veličine, bez obzira na multikulturalnu strukturu stanovništva, više upoznata s običajima, životom, jezikom, folklorom, a pogotovo hranom svojih krajeva nego što je to Srbija, koja je od Crne Gore skoro jedanaest puta veća. Naravno, to se pokazalo kao pogrešna pretpostavka. Dok se ova tvrdnja, ako je samo zasnovana na poznavanju leksike – starih reči i izraza kod mlađe populacije, svakako može dovesti u pitanje, činjenica je da velik broj ljudi iz Crne Gore nije upoznat s kulturnim karakteristikama svojih krajeva, a ono što naročito začuđuje jeste da nisu upoznati ni s lokalnim gastronomskim specijalitetima. Jedan takav proizvod, kao što sam već navela, jeste sir prljo.

Prljo je tvrdi sir iz mješine koji se pravi u Hercegovini, kao i u Pivi i Banjanima, i u većem delu Drobniaka, odnosno na Durmitoru. Veliki broj

ljudi s kojima sam ja tokom godina razgovarala, a koji nemaju direktne ili indirektne veze s predelima gde se ovaj sir proizvodi, nikada nisu bili u prilici da ga probaju. Upravo dok pišem ovaj rad Podgoričanin od 75 godina pohvalio nam se da je prvi put probao sir prljo i da je shvatio da on odlično ide uz rakiju.

U našoj porodici Delić sir prljo imamo tokom čitave godine. Čuvamo ga u zamrzivaču i vadimo grumene, te ga služimo s pečenom krtolom u kori ili ga spremamo s makaronama, koje nimalo ne zaostaju za čuvenim italijanskim paštama. Kupujemo ga od Dragane Koprivice iz sela Renovac iz Banjana, koju sam za potrebe ovog rada pitala kako priprema sir prljo i da li je njegova proizvodnja danas ugrožena:

„Uzvari se varenika, najviše od krava. Može i kozje i ovčje da se izmješa, ali ja pravim samo od kravljeg mlijeka. Drugi dan se skine kajmak i sipa sirište. Onda se prokuva varenika sa sirištem i onda se ocijedi. Neko stavlja pod prese, a ja stavljam pod kamen jer presa nemam. Dok se skroz ne iscijedi surutka. Onda izvadim sir da se osuši i osolim ga. Nakon dva do tri dana, kako skupim grude, stavljam ih u mješinu. U mješini treba da stoji tri mjeseca. Mješinu dobro vežem da ne bi ulazio vazduh. Tokom ta tri mjeseca svaki treći dan okrećem mješinu da se sir suši, da bude pravi prljo. Kada prođu tri mjeseca, vadim sir. Kada zakoljem jarad, osušim i obrijem mješinu i ona treba da se suši godinu dana. Ljeti na suncu, a zimi na mrazu. Može i da se dimi zajedno sa mesom. Kada se osuši, stavljam je u zamrzivač. Ja imam nekih pet-šest mješina. Znam da drugi koriste i ovčju mješinu, ali za mene je najbolja kozja jer je tvrđa i onda je so ne načinje. Sir prljo može da se pravi u svako doba. Zavisi kako ko ima mlijeka, tako skuplja.“

Na pitanje da li je proces težak i koliko žena i dalje sprema sir prljo, Dragana odgovara: „Nije teško onom ko je naviko. Malo je ostalo žena da se

li. „Iz Srbije žena, a toliko puno o Pivi zna.“



Sl. 3. *Sir prljo* (foto: Vesna Delić, 2025)



Sl. 4. *Sir prljo serviran s ostalim namirnicama* (foto: Vesna Delić, 2025)

bavi tim. Ne drže stoku i neće o tom da rade. U Banjanima znam samo za još jednu moju rodicu Mirković koja i dalje pravi sir prljo.”

Ako ukucate sir prljo u Google pretraživač, pojaviće se nekih dvadesetak pogodaka, od kojih većina dolazi s iste internet adrese (wordpress). Dva su naučna rada: „Autohtoni mliječni proizvodi Crne Gore koje treba zaštititi po osnovu porijekla” iz 1997. (Adžić *et al.* 1997: 127–135) i „Tehnologija proizvodnje autohtonog sira Prlja” iz 2013. godine.¹¹ Četiri sajta se bave prodajom.¹² Na sajtu porodice Miljanić nalazi se sledeći opis: „Sir iz mješine je unikatan proizvod savremenog vremena. Kroz istoriju, proizvodio se u našim Banjanima i često predstavljao ovo čuveno pleme. U vrijeme Petrovića, banjski sir iz mješine je slat na Cetinje po najpoznatijim banjskim vojvodama, odakle je slat kao poklon vladarima velikih zemalja.” Tri sajta predstavljaju turističku ponudu durmitorskog kraja,¹³ gde se na jednom od njih navodi: „Sir Prljo je

pravi durmitorski originalni sir kojeg nećete imati priliku da konzumirate na drugim mjestima. Veoma je zdrav jer sadrži malo mliječnih masti i zbog toga se preporučje ljudima koji imaju problem sa holesterolom.” Jedan drugi sajt koji opisuje sir prljo je internacionalni i ima vrlo simboličan naziv – *Travel global, eat local*,¹⁴ a treći je posvećen brendiranju ovog sira i na stranici stoji sledeće: „Sir prljo ima bliskih rođaka u Evropi ili ostalim djelovima svijeta, ali je ipak po mnogo čemu jedinstven. Ono što ga čini nutritivno vrijednim jeste mala količina masti u odnosu na ostale punomasne i masne sireve, kao i skorup. To znači da ga mogu koristiti i rekonvalescenti u dijetetske svrhe. Brend dizajn ili izgradnja brenda je izuzetno dugotrajan i mukotrpan, ali poželjan, čak i neophodan posao. Svaki privredni subjekat, proizvod ili usluga može da bude brend, a proces stvaranja brenda treba da počne već prilikom osnivanja tj. kreiranja proizvoda/usluge.”¹⁵

Na istom sajtu jedna korisnica, koja živi i radi u Francuskoj, ostavila je komentar sledeće sadržine: „... ne znam koga da pozovem u CG vladi ili ministarstvu ili već... ali imate rudnik zlata koji uopšte ne mora biti uništen time što će vam doći hiljade turista! Staviše!!! Uostalom, ako razmišljamo realno, lepota i bogatstvo koje vi imate treba da pripadaju i da se dele sa ostatkom dobronamernog sveta!”

Na sajtu TravelMontenegro¹⁶ prikazana je top lista deset najboljih crnogorskih proizvoda koji je napravio inostrani sajt *tasteatlas*. Sir prljo se nalazi na šestoj poziciji. Na temu *sirevi*, na forumu Caffè del Montenegro, 2006. godine jedan korisnik je napisao: „Ni-

¹¹ Adžić, Jovan. 2013. „Tehnologija proizvodnje autohtonog sira Prlja”. *Tehnologija hrane*. <https://www.tehnologijahrane.com/enciklopedija/tehnologija-proizvodnje-autohtonog-sira-prlja> (pristupljeno 27. 2. 2025).

¹² „Mliječni proizvodi”. *Gorska trpeza*. <https://montegastro.me/nasi-proizvodi/mlijecni-proizvodi/>; „Mlijecni proizvodi”. *Domaća hrana*. <https://domacahrana.me/proizvod/mlijecni-proizvodi/>; „Sir iz mješine”. *Farma Miljanic*. <https://farmamiljanic.me/proizvodi/sir-iz-mjesine/>; „Gazdinstvo Koprivica Nikšić”. *Moja djelatnost*. <https://www.moja-djelatnost.me/tradicionalno-pravljeni-sir-iz-mjesine-i-skorup-niksic/gazdinstvo-koprivica-niksic/MM19kEQt> (pristupljeno 27. 2. 2025).

¹³ „Hrana/Meni”. *Durmitor accomodation in Montenegro*. <https://durmitoraccommodation.wordpress.com/tag/hranameni/>; „Nacionalna kuhinja”. *Durmitor*. <https://durmitor.wordpress.com/ekologija/nacionalna-kuhinja/>; „Nacionalna kuhinja”. *Međunarodna mreža eko sela – Podgora*. <https://ekoselopodgora.wordpress.com/vidikovci/video/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

¹⁴ „Prljo”. *Taste atlas*. <https://www.tasteatlas.com/prljo/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

¹⁵ „Promocija – rekli su o prlju”. *Prljo*. <https://prljo.wordpress.com/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

¹⁶ „10 najpopularnijih crnogorskih proizvoda”. *Travel Montenegro*. <https://travelmontenegro.me/10-najpopularnijih-crnogorskih-proizvoda/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

sam proba taj prljo (čini mi se), ali parmigiano je dosta sličan našem nje-guškom (samo što je malo suvlji da tako reknem).“¹⁷

Ostali sajtovi vode nas na novinske članke u kojima se u reportaži Antene M iz 2017. godine govori o IV konferenciji o nacionalnom brendiranju, gde su „durmitorski sir prljo, durmitorski kajmak i durmitorska jagnjetina, med krompir i pršuta prepoznati“, dodaje se, „kao kvalitetni gastro brendovi u opštini Žabljak.“¹⁸ U crnogorskim dnevnim listovima *Danu* i *Pobjedi* 2020. izveštavalo se o festivalu *Zlatna kriška*,¹⁹ a na *Gradski.me*²⁰ moglo se čitati o Međunarodnom danu sira 20. januara 2025. godine, kada je na Velikoj pijaci u Podgorici održana besplatna degustacija, uglavnom domaćih sireva. U pretrazi se našao i onlajn portal iz Trebinja s člankom iz 2017. godine – „Jedinstven specijalitet iz Hercegovine – sir iz mješine.“²¹

¹⁷ „Sirevi“. *Caffe del Montenegro*. https://forum.cdm.me/showthread.php?4997-SI-REVI/page2#google_vignette (pristupljeno 27. 2. 2025).

¹⁸ „Potencijali koji bi mogli biti dio nacionalnog brenda: Most na Đurđevića Tari, kajmak, sir prljo...“. *Antena M*. <https://www.antenam.net/index.php/ekonomija/51366-predstavljeni-potencijali-koji-bi-mogli-biti-dio-nacionalnog-brenda-most-na-djurdjevic-tari-kajmak-sir-prljo> (pristupljeno 27. 2. 2025).

¹⁹ „Domaća 'Zlatna kriška' po ukusu gurmana“. *Dan online*. [https://www.pobjeda.me/clanak/i-sira-i-skorupa-za-svaciji-ukus](https://old.dan.co.me/?nivo=3&rubrika=Pazarni%20dan&clanak=766885&datum=2020-11-07;„I sira i skorupa za svačiji ukus“. <i>Pobjeda online</i>. <a href=) (pristupljeno 27. 2. 2025).

²⁰ „Na podgoričkim pijacama organizovana besplatna degustacija sira“. *Gradski*. <https://gradski.me/na-podgorickim-pijacama-organizovana-besplatna-degustacija-sira/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

²¹ „Jedinstven specijalitet iz Hercegovine – sir iz mješine“. *Trebinje info*. <https://trebinjelive.info/2017/11/02/jedinstven-specijalitet-iz-hercegovine-sir-iz-mjesine/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

Analizom ove *ad hoc* empirijske građe o siru prlju, možemo da uočimo nekoliko mogućih pravaca u izučavanju kulture hrane i ishrane, odnosno istraživanju kulturnih identiteta i kulturnog nasleđa. Prva se odnosi na to da je sir prljo kulturni artefakt i deo kulturnog nasleđa ljudi odeljenih krajeva. Te zajednice ga smatraju karakteristično svojim proizvodom, pa samim tim i markerom samo svog kulturnog identiteta. U Banjanima „sir prljo je često predstavljao ovo čuveno pleme“, na Durmitoru, „sir prljo je pravi durmitorski originalni sir kojeg nećete imati priliku da konzumirate na drugim mjestima“, u Hercegovini on je njihov „jedinstven specijalitet“.

Ovi identifikacioni procesi se odvijaju u okviru određenog prostornog i vremenskog referentnog kulturnog okvira, „gde lokalnost u sebi sažima kako materijalnu proizvodnju tako i lokalnost kao jednu strukturu sećanja koje u sebi inkorporira lokalno znanje“ (Ristivojević 2011: 66). Kulturno nasleđe podrazumeva proces prenošenja znanja i kao što ni kultura ni tradicija nisu statičan već dinamički proces, tako ni kulturno nasleđe nije nešto što se pasivno nasleđuje. Odnos novih generacija prema kulturnom nasleđu mora da bude aktivan i zato je osnovna funkcija očuvanja kulturnog nasleđa uvek usmerena ka budućnosti (Simeunović Bajić 2012). Međutim, postoje delovi kulturnog nasleđa koji se odbacuju ukoliko zajednice smatraju da one narušavaju do tada izgrađivan identitet, mada postoje i oni delovi koji i dalje jesu značajan kulturni identifikator, ali su ugroženi jer se smanjuje broj onih koji bi se njime aktivno bavili.

Dakle, druga važna stavka, kada je reč o siru prlju, tiče se ugroženosti ovog kulturnog artefakta i načina njegove zaštite. S obzirom na to da se radi o složenom procesu proizvodnje, koji zahteva pre svega intenzivno bavljenje stočarstvom, odnosno posed krava, ovaca i jaradi, kao i umešnost, pa i voljnost žena da se njime bave, op-

stanak sira prlja se dovodi u pitanje. Po rečima informantkinje Dragane, u njenom kraju se samo još jedna žena bavi izradom ovog sira, dok ostale to ne žele. Tokom razgovora s dva informanta iz Drobnjaka, koje sam povodom pisanja ovog rada pitala gde nabavljaju prljo i da li u njihovom kraju ima žena koje ga još proizvode, jedan je odgovorio: „Slabo. Ja sam kupio sa Krnova. Nešto malo iz Pive. Slabo ga ima, a ja ga obožavam.“ Drugi je pak izjavio: „Baš ga odavno nisam u mom kraju nabavljao... zadnji put sam kupovao u 'Lakovića'... proizvođač 'Pađeni' iz Bileće.“

I dok Hercegovci svoj sir prljo već plasiraju i na druga tržišta (i to čak na ona gde se prljo smatra autohtonim proizvodom), crnogorskih proizvođača je sve manje, i to, po mom mišljenju, iz tri razloga. Prvi razlog leži u devastaciji stočarske delatnosti i demografskom odlivu stanovništva. Zatim, prljo je *i dalje* ostao samo u lokalnim okvirima, odnosno slabo je iz njih ikad i izlazio. Setimo se samo izjave korisnika foruma „Nisam proba taj prljo“ i mog komšije koji je tek pod stare dane otkrio blagodeti jedena sira prlja i pijenja rakije. I na kraju – nadležne institucije nisu do kraja prepoznale važnost brendiranja ovog proizvoda, iako je bilo nekih pokušaja (IV konferencija o nacionalnom brendiranju).

Kada govorimo o istraživanju povezanosti kulturnog nasleđa i kulture ishrane, za ekonomski i turistički boljitak celog crnogorskog društva upravo bi brendiranje lokalnih proizvoda kroz kreativne industrije bilo i te kako značajno. Za Crnu Goru, zemlju kojoj ekonomski napredak i prosperitet, uglavnom, zavise od turizma, reklo bi se da nedovoljno u javnom prostoru koristi i promovise kulturne različitosti svojih krajeva, odnosno ne postavlja u središte pažnje pojedine crnogorske regije zbog ekonomskih i socijalnih prilika, političkih i tradicionalnih uverenja. Iako su inostrani gastronomi prepoznali kvalitet crnogorskog prlja, koje zauzima šesto mesto

na njihovoj listi, i premda su određeni pojedinci i manje organizacije uočili njegove benefite – nutritivnu vrednost, dobar za holesterol, parira svetlim sirevima, osnovan je strah da će prljo postati stvar prošlosti ukoliko se i lokalne opštine i država ne uključe u proces njegovog očuvanja.

Bez zadržke možemo reći da sir prljo istinski predstavlja kulturno nasleđe posebnih crnogorskih regija, a samim tim i celog crnogorskog društva. S tim u vezi, podsetićemo se reči Ivana Kovačevića, koji je o kulturnom nasleđu i njegovom očuvanju naveo sledeću misao:

„Vrlo je moguće određenim putem doći do stava šta je za nas i sada kulturno nasleđe. Sasvim je moguće da će protokom vremena doći do potpunog drugog izbora, kao i da istovremeno u različitim društvenim grupama postoje različiti izbori. Sve to treba imati u vidu kada se konstruiše određeno nasleđe prema kome zauzimamo pozitivan stav, na kome gradimo delove sopstvenog identiteta i identitete koji se stvaraju u procesu socijalizacije. Od posebnog je značaja kada to čini država spremna da usled političke prirode vlasti, bez obzira na stvarnost koja tu vlast čini vremenski ograničenom, zamisli da je večna i da će sve njene odluke ostati neporečene u budućnosti“ (Kovačević 2012: 15).

Svako od nas jesti mora, ali samo je do nas koja će hrana biti na stolu, bez obzira na to da li je mi smatramo samo svojom ili ne sporimo i njenu pripadnost drugim kuhinjama. Kao što je gore već navedeno: „Uostalom, ako razmišljamo realno, lepota i bogatstvo koje vi imate treba da pripadaju i da se dele sa ostatkom dobronamernog sveta!“ Barem, kada je hrana u pitanju, ova izjava bi trebalo da važi za svaku društvenu zajednicu.

BIBLIOGRAFIJA

Literatura

Adžić, Nikola, Dozet, Natalija, Ljumbović, Mihailo, Marković, Milan i Zoran Adžić. 1997. „Autohtoni mliječni proizvodi Crne Gore koje treba zaštititi po osnovu porijekla“. *Poljoprivreda i šumarstvo* 43 (3): 127–135.

Bandić, Dušan. 2004. *Narodna religija Srba u 100 pojmova*. Beograd: Nolit.

Banić Gribišić, Ana i Dragana Antonić. 2013. „Odnos između tradicije, turizma i gastronomije: gastronomska ponuda i kulinarsko nasleđe u salašarskom turizmu“. *Etnoantropološki problemi* 8 (4): 1089–1104.

Čajkanović, Veselin. 1994. *Stara srpska religija i mitologija*. Beograd: Prosveta.

Erdei, Ildiko. 2012. *Čekajući Ikeu: potrošačka kultura u postsocijalizmu i pre njega*. Beograd: Srpski genealoški centar: Etnološka biblioteka.

Gavrilović, Ljiljana. 2012. „Nepostojeće nasleđe zemlje koje nema“. U: Kovačević, Ivan (ur.). *Ogledi o jugoslovenskom kulturnom nasleđu: okviri konstruisanja jugoslovenskog kulturnog nasleđa*. Beograd: Srpski genealoški centar: Filozofski fakultet, Odeljenje za etnologiju i antropologiju, 39–55.

Jovanović, Bojan. 2014. *Magija srpskih obreda*. Beograd: Službeni glasnik.

Kovačević, Ivan. 2012. „Jugoslovensko kulturno nasleđe – od jugoslovenske ideje do jugonostalgije“. U: Kovačević, Ivan (ur.). *Ogledi o jugoslovenskom kulturnom nasleđu: okviri konstruisanja jugoslovenskog kulturnog nasleđa*. Beograd: Srpski genealoški centar: Filozofski fakultet, Odeljenje za etnologiju i antropologiju, 39–55.

Nedeljković, Saša. 2007. *Čat, krv i suze: ogledi iz antropologije etniciteta i nacionalizma*. Beograd: Zlatni zmaj: Odeljenje za etnologiju i antropologiju Fi-

lozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu.

Nedeljković, Saša. 2013. *Antropolog(i)ja u SAD: proučavanje odnosa moći, etniciteta, turizma i potrošnje u SAD iz ugla privremenog imigranta*. Beograd: Službeni glasnik.

Pišev, Marko. 2011. „Balkanizam i osmansko kulturno nasleđe u savremenoj Srbiji: između negacije i autoegzotizacije“. U: Žikić, Bogdan (ur.). *Kulturni identiteti kao nematerijalno kulturno nasleđe: zbornik radova sa naučnog skupa Kulturni identiteti u XXI veku*. Beograd: Srpski genealoški centar, 73–91.

Radojičić, Dragana. 2015. *Dijalozi za trpezom: antropološki ogledi o kulturi ishrane*. Beograd: Službeni glasnik: Etnografski institut SANU.

Ristivojević, Marija. 2011. „Grad kao izvoriste kulturnih identiteta“. U: Žikić, Bojan (ur.). *Kulturni identiteti kao nematerijalno kulturno nasleđe: zbornik radova sa naučnog skupa Kulturni identiteti u XXI veku*. Beograd: Srpski genealoški centar, 57–72.

Simeunović Bajić, Nataša. 2012. „Medijsko (re)konstruisanje jugoslovenskog kulturnog nasleđa i kolektivnog pamćenja: slučaj 'Dana mladosti'“. U: Kovačević, Ivan (ur.). *Ogledi o jugoslovenskom kulturnom nasleđu: okviri konstruisanja jugoslovenskog kulturnog nasleđa*. Beograd: Srpski genealoški centar: Filozofski fakultet, Odeljenje za etnologiju i antropologiju, 193–224.

Zečević, Slobodan. 2008. *Srpska etnometologija*. Beograd: Službeni glasnik.

Žikić, Bojan. 2011. „Kulturni identiteti kao nematerijalno kulturno nasleđe. Uvod u istraživanje i preliminarni rezultati“. U: Žikić, Bojan (ur.). *Kulturni identiteti kao nematerijalno kulturno nasleđe: zbornik radova sa naučnog skupa Kulturni identiteti u XXI veku*. Beograd: Srpski genealoški centar, 7–25.

„10 najpopularnijih crnogorskih proizvoda“. *Travel Montenegro*. <https://travelmontenegro.me/10-najpopularnijih-crnogorskih-proizvoda/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Domaća 'Zlatna kriška' po ukusu gurmana“. *Dan online*. <https://old.dan.co.me/?nivo=3&rubrika=Pazarni%20dan&clanak=766885&datum=2020-11-07> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Frikom“. *Facebook*. https://www.facebook.com/frikomdoo/photos/zamenili-smo-bilbord-i-%C5%A1alje-mo-veliko-%EF%B8%8F-za-sve-valjevce-psko-radi-taj-i-gre%C5%A1i-/1657124177699353/?_rd_r (pristupljeno 26. 2. 2025).

„Gazdinstvo Koprivica Nikšić“. *Moja djelatnost*. <https://www.moja-djelatnost.me/tradicionalno-pravljenisir-iz-mjesine-i-skorup-niksic/gazdinstvo-koprivica-niksic/MM19kEQt> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Hrana/Meni“. *Durmitor accomodation in Montenegro*. <https://durmitoraccommodation.wordpress.com/tag/hrana-meni/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Jedinstven specijalitet iz Hercegovine – sir iz mješine“. *Trebinje info*. <https://trebinjelive.info/2017/11/02/jedinstven-specijalitet-iz-hercegovine-sir-iz-mjesine/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Kuhinja moga kraja“. *RTS*. <https://www.rts.rs/lat/tv/rts1/2637300/kuhinja-moga-kraja.html> (pristupljeno 23. 2. 2025).

„Mlijecni proizvodi“. *Domaća hrana*. <https://domacahrana.me/proizvod/mlijecni-proizvodi/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Mliječni proizvodi“. *Gorska trpeza*. <https://montegastro.me/nasi-proizvodi/mlijecni-proizvodi/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Na podgoričkim pijacama organizovana besplatna degustacija sira“. *Gradski*. <https://gradski.me/na-podgorickim-pijacama-organizovana-besplatna-degustacija-sira/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Nacionalna kuhinja“. *Sajt Durmitor*. <https://durmitor.wordpress.com/ekologija/nacionalna-kuhinja/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Nacionalna kuhinja“. *Međunarodna mreža eko sela – Podgora*. <https://ekolopodgora.wordpress.com/vidikovci/video/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Potencijali koji bi mogli biti dio nacionalnog brenda: Most na Đurđevića Tari, kajmak, sir prljo...“. *Antena M*. <https://www.antenam.net/index.php/ekonomija/51366-predstavljani-potencijali-koji-bi-mogli-biti-dio-nacionalnog-brenda-most-na-djurdjevicata-tari-kajmak-sir-prljo> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Prljo“. *Taste atlas*. <https://www.tasteatlas.com/prljo/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Promocija – rekli su o prlju“. *Prljo*. <https://prljo.wordpress.com/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Sir iz mješine“. *Farma Miljanic*. <https://farmamiljanic.me/proizvodi/sir-iz-mjesine/> (pristupljeno 27. 2. 2025).

„Sirevi“. *Caffe del Montenegro*. https://forum.cdm.me/showthread.php?4997-SIREVI!/page2#google_vignette (pristupljeno 27. 2. 2025).

Adžić, Jovan. 2013. „Tehnologija proizvodnje autohtonog sira Prljo“. *Tehnologija hrane*. <https://www.tehnologijahrane.com/enciklopedija/tehnologija-proizvodnje-autohtonog-sira-prlja> (pristupljeno 27. 2. 2025).

VARENIKA: BOILED RAKIJA OR 'BOILED MILK'? A FEW SKETCHES ON IDENTITIES AND CULTURAL HERITAGE

Abstract: This paper presents the hypothesis of the inseparable connection between food and beverages, on the one hand, and cultural, local, regional, ethnic, and even national identities, on the other. The study is based on the premise that food is a living cultural heritage, an integral part of everyday life and, consequently, cultural daily practices. Through the names, preparation methods, cultivation, and dining culture, people express their multiple identities in relation to *Others*, who may or may not have the same food on their menu. The research approach is autobiographical, as the analysis is grounded in the personal experience of the anthropologist-author, as well as the experiences of the Montenegrin population, primarily those of Piva. Due to long-term observation of dietary habits and the significance of the food cult among people in Montenegro, the paper provides vivid examples that highlight the importance of food and beverages in identification processes. These processes do not necessarily point solely to ethnic distinctions but also to local divisions within a single country. Considering all this, the ultimate goal is to determine to what extent one of the most essential and "most vivid" or "most flavorful" identifiers in the collective consciousness is taken for granted, and to what extent it is branded through creative industries in modern times. More precisely, is *varenika* merely "boiled milk", or is it, in some places, also boiled rakija?

Keywords: food and beverages, varenika, prljo, local identities, national identities, cultural heritage, branding, local patriotism

Izdavač | *Publisher*

Društvo za kulturni razvoj „Bauo“ | *Association for Cultural Developement “Bauo”*
Krš Medinski 1, 85300 Petrovac na Moru, Crna Gora | *Montenegro*
www.kontekstikulture.me | www.bauo.me

Lektura i korektura | *Language Editing*

Jasmina Bajo

Prevod, lektura i korektura (engleski) |
Translation and Language Editing (English)

Milica Stanić Radonjić

Dizajn i prelom | *Design and Layout*

MM Digital d. o. o., Budva

Štampa | *Printed by*

Brigada, Beograd

Tiraž | *Circulation*

200

CIP – Каталогизacija y publikaciji
Национална библиотека Црне Горе, Цетиње
ISSN 3027-4222
COBISS.CG-ID 27838724

Copyright © Društvo za kulturni razvoj „Bauo“, 2025

