

## Zažívání: role afektu v zážitkové gastronomii

---

Iveta Hajdáková

*Abstract: The paper focuses on digesting and experiencing (digesperience) in the context of “experiential gastronomy.” It describes the processes, agents, bodies, materialities and discourses which contribute to the production and consumption of experience as a commodity. The analysis of experience and the process of experiencing draws upon theoretisations of affect and shows how affect contributes to the production of value in luxury gastronomy. The interpretation of gastronomic experience is placed within a larger political and economic context and shows that affective labor and consumption require the existence of subjects that are capable of being affected. The paper is based on participant observation conducted in a luxury restaurant and interviews with its employees and guests.*

*Keywords: affect, experience, gastronomy, value, restaurant, food, economy, postsocialism*

Co je zážitek? Jak jej lze vytvořit, prodat, zažít, zprostředkovat a jak jej může antropologie studovat?<sup>1</sup> V oblasti prodeje, marketingu a péče o spotřebitele se slovo zážitek používá pořád častěji (zejm. *customer experience, user experience*). Zážitky se podílejí na vytváření hodnoty produktů a služeb do té míry, že lze mluvit i o zážitkové ekonomii (angl. *experience economy*, Pine and Gilmore 1999). Byť jsou zážitky součástí lidské zkušenosti, sociálněvědní kritika i kritický „selský rozum“ mohou snadno narazit na problém objektivitu, sdílitelnosti či autenticity zážitků, které lze na vyžádání a za poplatek vytvořit, jako je tomu v případě zážitkové gastronomie, již se zde budu zabývat. V tomto textu navrhuji způsob, jak lze o gastronomických zážitcích uvažovat, aniž bychom je zredukovali na pouhou iluzi, neautentickou komoditu, nedosažitelné fantasma nebo vysoce subjektivní a relativní zkušenost. Chci ukázat, že brát gastronomický zážitek vážně může odhalit širší politické a etické souvislosti.

Hlavním vodítkem mé analýzy bude koncept afektu, který se v kontextu českých sociálních věd příliš nepoužívá. Tento termín pochází z latinského podstatného jména *affectus*, stav mysli či hnutí mysli, a souvisí se slovesem *afficere*, půso-

---

1 Na vznik této publikace byla FHS UK poskytnuta Institucionální podpora na dlouhodobý koncepční rozvoj výzkumné organizace (MŠMT–2014).

bit, zasáhnout (česky *afikovat*).<sup>2</sup> Pojem *afekt* odkazuje na emocionální i smyslový aspekt lidské zkušenosti a má tedy širší význam než pojem *emoce*. Afekt, ve smyslu *působení* věcí na smysly, je podmínkou poznání.<sup>3</sup> V současných sociálních vědách se vychází z pojetí *afektu* Deleuze a Guattariho, respektive Spinozy. Pro Spinozův přístup je důležitá neoddělitelnost těla a mysli, propojenost jednotlivce s prostředím, jinými bytostmi a interakcemi s nimi. Jednotlivec (i když jde o slovo nezcela vhodné) není samostatným celkem, ale nekonečnou sérií potencialit, schopností ovlivňovat a být ovlivněn<sup>4</sup> (DeLanda 2002: 62; cit. podle Thrift 2004: 62). Afekt není reakcí, ale akcí, která vytváří události. Například Thrift (2010: 290) poukazuje na afektivní aspekt některých moderních komodit, který je možné vnímat jako *allure* – kouzlo či půvab. Toto „kouzlo“ je vytvářeno hrou estetiky a veřejné intimity, díky níž dochází ke smyslovému a emocionálnímu uspokojení i touze po vyjádření emocí a vášni, jež kdysi bývaly považovány za soukromé (Thrift 2010: 293–294). Kouzlo a půvab jsou produkty tzv. afektivní práce (Hardt 1999), jejímž cílem je vytvářet „pocit uvolnění, *well-being*, uspokojení, vzrušení, vášně – dokonce spojení“ (Hardt 1999: 96).

Vysoká gastronomie, kterou se zde budu zabývat, představuje vysoce afektivní pole, kde jsou pozitivní zážitky vytvářeny nejenom prostřednictvím jídla, ale také s využitím technologie, těla, vědění a zejména afektivní práce. Na příkladu luxusní restaurace *Gusto*, kde jsem v roce 2012 po dobu dvou měsíců pozorovala kuchaře při práci a následně prováděla rozhovory s vybranými zaměstnanci a hosty, se pokusím ukázat, jakou roli hraje afekt při vytváření hodnoty a jak se proces zažívání a zážitek stávají komoditou. Ukážu, že při vytváření zážitku je nutná souhra mnoha prvků, okolností, materiálů, subjektů, objektů, těl, smyslů atd., a proto uvažují spíše o zažívání než o zážitku. Chci tak zdůraznit, že při (gastronomickém) zážitku nejde o jeden prostorově a časově lokalizovatelný výsledek několika příčin a následků, ale o souhru multiplicitních afektivních procesů. V kontextu gastronomie má výraz *zažívání* navíc dvojitý smysl, když vedle emocionálního prožitku odkazuje i na rozměr tělesnosti studovaných aktérů, přičemž jeden od druhého nelze zcela oddělit.

Mým cílem je ukázat, jak se v zážitkové gastronomii vytváří zážitek, intimita a pocit uspokojení, ale především mám v úmyslu naznačit, že zažívání je specifickou technologií sebe samého (angl. *technology of the self*; Rose 1992: 367), v tom

2 Srov. například s českým překladem Kantovy Kritiky čistého rozumu: „Jestliže *receptivitu* naší mysli, její schopnost vnímat představy, je-li nějakým způsobem afikována, nazveme smyslovostí, pak schopnost vytvářet představy neboli *spontaneita* poznání je *rozvažování*. (...) S ohledem na naši přirozenost může být názor vždy jen smyslový, tj. je pouze způsobem, jak jsme předměty afikováni. *Rozvažování* je naopak tou schopností, již lze předmět smyslového názoru *myslet*.“ Kant, Immanuel. 2001. *Kritika čistého rozumu*. 1. vyd. Překlad Jaromír Loužil, Jiří Chotaš, Ivan Chvatík. Praha: Oikoymenh.

3 Viz též Matonoha (2014).

4 angl. *to affect and be affected*.

smyslu, že gastronomický zážitek je podmíněn schopností nahlédnout na vlastní zažívání a prozkoumat své pocity, zkušenosti, touhy a vnímat případnou novost prožitku. Díky této schopnosti pak spotřební praktiky a volby zákazníků nabývají etický rozměr.

## Jídlo jako předmět studia

Jídlo a gastronomie se stále víc stávají předmětem odborného i laického zájmu, protože umožňují hlouběji porozumět smyslové a emocionální zkušenosti. Například experimentální psycholog Charles Spence z Oxfordské univerzity se proslavil výzkumy vlivu zvuku, textury, barvy, tvarů apod. na prožitek chuti. Podobné fenomény zkoumají i američtí neurogastronomové. V rámci molekulární gastronomie se experimentuje s chemickými vlastnostmi pokrmů a jejich vlivy na vnímání chuti. Některé firmy dnes také využívají jídlo pro stimulaci kreativního myšlení nebo pro pochopení rozmanitosti smyslových prožitků. Studium jídla tedy představuje v současné době pestré interdisciplinární vědecké pole.

V rámci antropologie bylo v minulosti jídlo a stravovací praktiky důležitým předmětem zájmu ve strukturalistické tradici (Lévi-Strauss 1965, 1969; Douglas 1966, 1972, 1974), která inspirovala i pozdější výzkum sociálních nerovností, projevující se prostřednictvím vztahu k jídlu a stravovacími praktikami (zejm. Bourdieu 1984; dále např. Goody 1982). Další důležité tradice v oblasti studií jídla představují výzkumy zaměřené na souvislost mezi tradicí, identitou a jídlem (Appadurai 1988; Mennel 1985; Parkhurst Ferguson 2004; Spang 2000; z českých prací např. Pokorná 2009), výzkumy materiální kultury (Miller 1998; Roseberry 1996; Ries 2009) a každodennosti (Sutton 2001; De Certeau 1998). V současné době roste zájem o studium jídla v rámci studií vědy a technologií (STS) a prostřednictvím symetrických přístupů (Mann 2011; Moll 2008, 2010).

Jídlo také představuje zajímavou oblast pro studium postsocialismu, zejména s ohledem na konzumní praktiky v kontextu nedostatku, na domácí produkci jídla, změny konzumních praktik, fenomén globalizace apod. (např. Caldwell 2004, 2009; Ries 2009; Farquhar 2002).

Jídlo jakožto předmět směny je objektem zkoumání i v rámci ekonomické antropologie (zejm. Munn 1986). Je zakotveno v sociálních vztazích i heterogenních sítích lidských i nelidských aktérů, v rámci nichž „putuje“ napříč různými „režimy hodnoty“ (Appadurai 1986; Keane 2001), tj. specifickými kontexty, ve kterých se při směně produkuje hodnota. Produkci hodnoty v režimu práce, nerovností, postsocialistické transformace a ekonomické směny v kontextu gastronomie a pohostinství jsem se zabývala při analýze diskrétní ekonomie, v jejímž rámci vzniká hodnota paradoxně na základě popření ekonomické směny (Hajdáková 2013). Souvislosti mezi jídlem a hodnotou je možné sledovat v dalších režimech, např. v režimu estetiky a materiality jídla (Roosth 2013; Dolphijn 2004), paměti a tra-

dice (Sutton 2001; Appadurai 1988), produkce autenticity (Robinson and Clifford 2012; Zukin 2008), smyslových vjemů (Sutton 2010) a expertního vědění (Roosth 2013).

Jedním z možných analytických klíčů pro zkoumání produkce gastronomického zážitku je koncept afektu (Clough 2007), jež je možné zeširoka definovat jako „neosobní intenzity, které nepatří subjektu ani objektu a nepřebývají ani v prostoru mezi nimi (Anderson 2010: 161) a které hrají významnou roli při práci a produkci hodnot v současné podobě kapitalismu. Například Thrift (2010) nabízí pohled na roli afektu jako „technologii veřejné intimity“ (Thrift 2010: 290), díky níž vznikají „obecně *stravitelná* prostředí“, tedy prostory, skrze něž subjekty existují a vnímají to, co jim předchází formy disciplinačních režimů vnímat neumožňovaly (Thrift 2010: 295). Muehlebach (2011, 2012) zase poukazuje na roli afektu při vytváření občanského vztahu náležitosti: afekt a s ním související intimita definují „morálního neoliberala“, jehož patření má formu „etického občanství“, prostřednictvím kterého si „občané představují sami sebe jako provázané na základech morálních a afektivních, spíše než sociálních a politických vazeb a primárně prostřednictvím povinností, spíše než práv“ (Muehlebach 2011: 43). O afektivním aspektu jídla píše ve svém filozofickém pojednání Dolphijn (2004) a souvislost mezi jídlem, prožitkem a politickou transformací zkoumá Farquhar (2002; 2006).

Mým úmyslem je v tomto textu ukázat, jak lze koncept afektu využít pro analýzu a interpretaci gastronomického zážitku. V první části pojednání představím restauraci Gusto zaměřenou na zážitkovou gastronomii a poukážu na roli afektu při tvorbě gastronomického zážitku. Druhá část bude věnována různým významům pojmu zážitek a tomu, jak se zážitek stává problematickým v kontextu spotřeby. V případě zážitku jako komodity je důležitá autenticita, ale i zvyk a nevyhnutelnost, které se mohou jevit jako nekompatibilní. V závěru druhé části proto navrhu řešení, díky kterému se lze vyhnout nahlížení na zážitek v kategoriích autenticity nebo neautenticity. Třetí část přinese vysvětlení, že hodnota afektivních komodit spočívá v jejich možnosti rozšířit intersubjektivní časoprostor, a to tím, že způsobí pohnutí, překvapení, zapamatování apod. Zároveň poukážu na to, že schopnost zažívat a snaha kultivovat ji má také etický rozměr.

Při argumentaci budu sledovat dvě vzájemně se doplňující linie. Prvním cílem mé analýzy je přesvědčit čtenáře o užitečnosti konceptu afektu jakožto interpretačního klíče, který umožňuje rozkrýt pole luxusní zážitkové gastronomie, a ukázat, jak lze přistupovat ke studiu gastronomického zážitku, aniž bychom ho redukovali na konstrukt. Druhým cílem je ukázat, co tato hra afektů způsobuje, *dělá*, tedy jak funguje jakožto technologie sebe samého, díky níž se zákazníci stávají etickými konzumenty.

## „Kdo neumí dobře jíst, ten nemůže být úplně šťastnej.“

Gastronomické zažívání není individuální. Podobně jako jiné zdroje slasti, je i jídlo předmětem omezení a kontroly a skrze estetizaci, intelektualizaci, slova, technologie, profesionalizaci, expertizu atd. se stává součástí veřejného řádu (Parkhurst Ferguson 2004: 17). Koncept afektu umožňuje sledovat propojenost mezi tělem, smysly, prožíváním, hodnotami a širším společenským a politicko-ekonomickým kontextem. V případě diskurzu, který vytvářejí čeští experti na gastronomii, jakými jsou Zdeněk Pohlreich, Roman Vaněk a Pavel Maurer, můžeme například sledovat úsilí o „očištění“ gastronomie i společnosti od pozůstatků socialismu – *purification from socialism* (Eyal 2003; Vargha 2010) – a to právě prostřednictvím zlepšování spotřebitelského chování.

Pokud si lidi začnou vařit dobře sami doma, tak jsme třeba na začátku něčeho normálního. Jsem přesvědčen, že čtyři z pěti restaurací u nás nemají právo na existenci, v Evropě by ji taky neměly. Jediný, čím bojují, je cena. A staví na tom, že tenhle národ se spokojí s málem. Všichni žerou věci, který je musí časem zabít, sami sebe si neuměj vážit. Možná sem narušenej, ale já si myslím, že jídlo je strašně důležitá věc. A kdo neumí dobře jíst, ten nemůže být úplně šťastnej. (Pohlreich v: Čermáková and Burza 2010)

Zdeněk Pohlreich klade do přímé souvislosti politicko-ekonomickou transformaci společnosti a následnou neschopnost chovat se tržně s kvalitou individuálního života. Lidé by si, dle Pohlreicha, měli uvědomit, že cena není jediným orientačním bodem při uspokojování lidských potřeb, ale že prioritou má být umět dobře jíst, být šťastný, vážit si sám sebe a nespokojit se s málem. Pohlreich vysvětluje, že jeho pořad Ano, šéfe!

...vypovídá o tom, že jsme ochotni spokojit se s náhražkami, že nám chybí nejen spousta sebevědomí, ale také vzdělání nebo výchova v základních atributech lidského života. Vykresluje, jak závistiví jsme, jak bychom si přáli zážitky za nic i to, jak se tady dá nebo nedá podnikat. (Čermáková and Burza 2010)

Podobně jako další experti i Pohlreich kritizuje, když jídlo slouží pouze k zasyacení a konzumentovi záleží víc na kvantitě a ceně, než na kvalitě a požitku (Krekovič 2013; Wilková n. d.). Dle Pohlreicha nemůže být šťastný ten, kdo není uvědoměným konzumentem.

Když se postsocialistická těla naučí zažívat, budou nejen zdravější, šťastnější, sebevědomější, ale svým spotřebitelským chováním také přispějí ke zkvalitnění služeb, podnikatelského prostředí i společnosti. Pavel Maurer ve svém rozhlasovém pořadu apeluje na asertivní přístup ke gastronomickým službám: „Máte nejen právo, ale i povinnost se bránit. Obhajujete v té chvíli nejen sebe, ale i nás všechny, co do podniku přicházíme po vás. Pokud budeme tolerovat šlendrián a

podvod, pak se bude rozrůstat jako houby po dešti“ (*Glosa Pavla Maurera* 2013). Gastronomie se tak stává arénou individuální i společenské transformace (Hajdánková 2013), kde konzument má povinnost chovat se jako „etický občan“ (Muehlebach 2011: 43).

Restaurace Gusto se netajila aspirací na roli gastronomického buditele ve společnosti. Jedna z vlivných recenzí na ni nesla například podtitulek: „Kdo tam nebyl, není Čech.“ Zažívání v Gustu tedy mělo mít širší rozměr a význam a působit exemplárně a edukativně. V následující části textu nastíním, jak se zde – s ohledem na tuto roli Gusta – přistupovalo k jídlu, stolování a zažívání.

### „Ideální je člověk, kterej si to přijde užít.“

Hluboce intenzivní chuťový, emoční, kulturní a duchovní prožitek z prochutnávání všech jednadvaceti chutí se asi sotva dá přirovnat k něčemu jinému než k pomalé procházce obrazovou galerií jako Uffizi, Louvre, National nebo Rijksmuseum. (Z recenze na restauraci Gusto)<sup>5</sup>

Zážitek a zažívání nejsou jen produktem, který lze zakoupit a pasivně konzumovat. Zákazník luxusní restaurace se na procesu zažívání aktivně podílí. Na druhé straně zaměstnancům restaurace nenáleží jen produkovat, ale očekává se, že si práci *vychutnávají a užívají*. Vysoce afektivní prostředí a intenzivní zažívání pak zhodnocuje nejen jídlo, ale také práci, spotřebu a individuální i společenský život.

Při prvním setkání s šéfkuchařem restaurace Gusto jsem se pokusila vysvětlit záměr svého výzkumu: řekla jsem, že zkoumám luxusní restaurace, a než jsem mohla pokračovat dále, přerušil mě s tím, že Gusto není luxusní restaurace. „Podívejte, ani ubrusy tu nemáme,“ dodal. Trochu jsem se zastyděla, když jsem vycítila, že luxus zde není žádoucím označením pro restauraci, byť se jedná o jednu z nejdražších, nejslavnějších a nejocetňovanějších restaurací v Česku. Dřevěné stoly nebyly zakryty ubrusy záměrně, a to právě proto, aby se podnik vyzemil vůči luxusu, který si lidé obvykle spojují se snobismem. Manažer restaurace mi to vysvětlil následovně:

...vidíte dřevěné stoly. My chceme, aby sem lidi přišli a aby se cejtli dobře, aby se cejtli třeba jako doma, protože kolikrát, když přijdete do restaurace, kde jsou ubrusy a stříbrný příbory a už na první pohled to tam vypadá honosně, tak ne každěj se tam cejtí. Takže nám nevádí, když sem člověk přijde v džínách. Tedy na jednu stranu to luxusní je, podáváme tady luxusní vína, luxusní ingredience, je to luxus si sem zajít, i cenově, ale na druhou stranu to, jak to vypadá, to luxusní určitě není. Je pravda, že s tím občas má někdo problém, že nemáme ten ubrus, že je na to zvyklej.

---

5 Z důvodu zachování anonymity restaurace neuvádím zdroje recenzí.

Pro restauraci bylo nejdůležitější, aby se klienti cítili dobře. Tvůrci konceptu této restaurace přemýšleli jako typičtí strukturalisté, a proto byl každý detail *znakem* v pestrém souboru binárních opozic. Holými stoly se restaurace vymezovala vůči tradičnímu pojetí luxusu v restauracích, kde dlouhé bílé ubrusy evokují čistotu, uhlazenost, snobismus až „naškrobenost“, avšak kde malá chyba ve stolování může způsobit znečištění ubrusu a tím doslova poskvřnit stolujícího jakožto člověka dobrých mravů a způsobů a vyvolat u něj pocit hanby a ztrapnění.<sup>6</sup> Ubrusy však nechyběly zcela – visely totiž z bočních stran stolů tak, že zakrývaly nohy hostů. Jejich bělost připomínala čistotu luxusního prostředí, ale zároveň nepůsobila jako hrozba společenského znemožnění. Schované ubrusy vyjadřovaly ambivalentní vnímání nerovnosti v gastronomii, typické pro současné *foodies*, pro které je jídlo radostí a požitkem, a byť se jejich spotřeba odehrává v kontextu výrazných sociálních rozdílů, sami se vůči snobismu vymezují a zdůrazňují svoji „všežravost“ (Johnston and Baumann 2009; srov. s Bourdieu 1984).

Jedním z nejdůležitějších artikulovaných prvků spoluvytvářejících gastronomický zážitek však bylo samo jídlo, které v Gustu nemělo zasytit, ale udivit, překvapit a povznést, podobně jako umělecké dílo. Takto vysvětlil koncept restaurace kuchař Milan:

Třeba naše restaurace funguje jako divadlo. Buď jdeš na představení do divadla, nebo jdeš k nám do restaurace. My jsme zážitková restaurace, tudíž bys od nás měla odcházet překvapená a plná zážitků. Není to v tom, že máš hlad a jdeš se najíst. Nejdeš uspokojit potřebu toho hladu, jdeš na divadelní představení. To je ten význam. Můžeš to brát jako společenskou událost.

Světla i zrcadla v restauraci byla zaměřena na stoly a tedy na jídlo, nikoli na hosty, jak tomu bylo už v prvních restauracích ve Francii (Spang 2000). Číšníci a servírky v strohých černých uniformách se po restauraci pohybovali jako stíny, ale ve chvíli, kdy jídlo servírovali hostům, doprovodili servis povídáním a vysvětlováním podávaného jídla. Someliéři pak na požádání jídlo spárovali s vínem a rovněž doplnili o vysvětlení.

S klientem se zde jednalo ne jako se zkušeným gurmánem, ale jako s někým, kdo chce a má být překvapen. Nedostatek zkušeností s vysokou gastronomií nepředstavoval problém ani nedostatek, ba naopak – zážitek měl spočívat i v předání vědění o jídle, jeho původu, zpracování a přípravě, a neměl tak uspokojit očekávání hosta, nýbrž je překonat. S tím souviselo i posunutí norem etikety. Třeba „foce-ní“ pokrmu, pohrávání si s jídlem, konzumace pomocí prstů, ochutnávání z talířů spolustolujících, konverzování o jídle, jeho očíhávání a ohmatávání, nekonvenční formy servírování: na kameni, dlažební kostce, kůře stromu nebo v brčku – to

6 Nabízí se zde srovnání s Eliasovou (2000) historickou analýzou procesu civilizace, ve které upozorňuje, že změny pravidel stolování byly součástí širší transformace struktury afektů, senzibility a pocitů, zejména pocitu odporu, studu či hanby (2000: 98–99).



vše vedlo k porušování tradičních norem etikety za účelem zvýšení intenzity zážitku. Mohla jsem například sledovat zákaznici ve středním věku, jak s pobavením i koketností konzumovala rajčatový salát, který měl gelovou konzistenci a podával se v přibližně osmicentimetrovém průhledném brčku, z něhož bylo třeba jej vysát. Hra s očekáváním a formou způsobovala překvapení a neobvyklý způsob konzumace – připomínající infantilní nebo erotické sání – vyvolával pobavení. „Hra s formou“ zde připomíná strukturu vtipu, jak jej v návaznosti na Freuda analyzuje Douglas (1975), kladoucí důraz i na fyzické prožívání vtipu, které mimo jiné spočívá v narušení tělesné kontroly, například výbuchem smíchu.

Mohlo by se zdát, že záměrné popírání pravidel stolování představuje obrat v procesu civilizace, jak jej popsal Elias (2006), ale jde spíše o změnu v představě o tom, jaký je a není „civilizovaný“ nebo disciplinovaný subjekt. Klíčem pro toto rozlišení je míra, v níž je tělesný subjekt afikovatelný, tj. schopný zažívat, prožívat a užívat si. „Příborářka“ Aneta charakterizovala ideálního zákazníka jako člověka, „kterej si to přijde užít“. Naproti tomu špatný host byl podle ní ten, kdo se choval „škrobeně“.

To je náš koncept tý restaurace, že je fakt zaměřenej, že tam choděj lidi, který to fakt zajímá, protože tam máme i to párování vína k tomu. Který si to jdou užít, který si to užívaj, takže to není... to víš, že jo, vždycky se pak najdou i takový ti, co tak škrobeně seděj a čekaj, až se objeví nějaká chybička, za kterou by tě mohli sepsout a tak... tím se člověk nemůže nechat rozhodit.

Kuchař Milan považoval za nejhoršího hosta toho, „co přijde do restaurace, jako jsme my, protože je luxusní, a jde tam jenom ukázat, že má prachy a jídlo ho v podstatě nezajímá.“ Aktivní zájem a následně „užívání si“ představují přístup ideálního hosta, zatímco špatný host je vnímán jako někdo, kdo se chce „ukázat“ a pak „sedí a čeká,“ tedy je pasivní, nespolupracuje a nelze na něj působit.

Jedna z mých informantek, Alena, navštívila Gusto několikrát jako zákaznice, a to jako doprovod svého tehdejšího přítele. Protože, jak sama uvedla, nevrůstala v prostředí, kde by se chodilo do luxusních restaurací, byl jí tento druh gastronomie „cizí“, vadila jí příliš velká pozornost číšníků, jejich vyprávění o jídle, *dress code* (který poprvé neodhadla a oblékla se příliš elegantně), jídlo, které nebyla zvyklá jíst:

Samozřejmě, že to bylo upravené tak, že to vůbec nevypadalo jako to, co to bylo. Ani to tak nechutnalo, ale vnitřně má člověk pocit, že jí něco, co za normálních okolností nejí. To mě trochu vyděsilo, že když jsem se na to menu podívala poprvé, tak jsem si říkala: „No, to si nic nevyberu.“ Ale samozřejmě, když to pak přinesli, dobře to vypadalo, dobře to chutnalo, tak to bylo úplně o něčem jiném, ale primárně mě samozřejmě vyděsilo to, že mám strach, že mi nic z toho nebude chutnat. Že je mi jako proti srsti to jíst. Jinej to považuje za delikatesu a pro mě je to jako...



Za největší „ránu“ však pociťovala to, když jí hosteska přinesla speciální podložku pod kabelku.

Poprvý, jsem už navštívila nějaké restaurace, kde to bylo takové jako oficiálněji, ale ta největší rána, kterou jsem pociťovala, že jsem měla zrovna tuhle kabelku a slečna přinesla jako stoličku, na kterou tu mojí kabelku dala, aby nebyla ta kabelka na zemi, což jakoby já jako neřeším, takže mi je jedno, že se ta kabelka válela na zemi, když byla ta zem čistá, ale to, že dala tu kabelku na tu stoličku, to mi vytane na mysl, kdykoli si na to vzpomenu. Asi bych měla mluvit o jídle, takže tohleto a pak jakoby asi nějaké klasické zážitky z restaurace, asi nic zvláštního utkvívajícího není...

*(později)*

Asi aby moje kabelka seděla na stoličce. Takovej jakoby ten nadstandardní servis, co mi přijde asi jako až zbytečný, samozřejmě milý, když třeba nemusíš vstávat od stolu a přinesou ti ručník a že tu hygienu, dalo by se říct, provedeš před tím jídlem u stolu, že nemusíš na toaletu a mýt si ruce. Ale to mi už přijde jako snobárna, aby moje kabelka měla vlastní místo. Se k tomu musím furt vracet, protože mi to vytanulo na mysl.

Tato zákaznice sama sebe považovala za „nenáročného hosta“, který „jí proto, aby žil, a nežije proto, aby jedl.“ Později mi vyprávěla příběh o tom, jak se po luxusní večeři v Paříži rozplakala.

Ale důvod, proč jsem říkala tu historku, bylo to, že jsme zaplatili tu částku za tu večeři, a teď jsme vylezli na tu ulici, šlo se zpátky na tu hlavní třídu takovou poměrně tmavší uličkou a teď tam stáli bezdomovci. A teď, jak mám vystudovanou tu sociální práci, tak já s těm lidma všema cejtim, teď jsem tam viděla ty bezdomovce, jak tam jedí takovou tu věc... něco neidentifikovatelného, a to jsem začala brečet podruhé: „Podívej se, kolik my jsme dali za večeři a oni tady tohleto jedí. To je hrozný! Jaký my jsme snobáci, tady lidi nemaj co jíst a my tady žerem v takovejch drahejch restauracích.“ Takže to jsem si teď vybavila, ani nevím proč. Ten večer pro mě byl teda hodně plačtivěj. Nevím, z jakýho důvodu. Ale myslím, že to dává představu, jak k tomuhle jakoby přistupuju. Že to je pro mě opravdu luxus, a nepotřebnej luxus, a že bych přesně viděla ty peníze utracený za něco jinýho a pro mě jakoby smysluplnějšího.

Alena, jakožto člověk, který si nedokáže a ani nechce užít luxus, by pro personál Gusta určitě nepředstavovala ideální zákaznici. Odmítala příliš velkou pozornost číšníků, nechtěla žádat o speciální úpravu jídla, které jí nechutnalo, a otázky týkající se toho, jestli jí něco nechybí a jestli je všechno v pořádku, jí byly nepřijemné.

V ideálním případě vznikne v průběhu stolování mezi personálem a hostem „vazba“, „vztah“, v jehož rámci jsou přípustné drobné chyby ze strany personálu i náročná přání ze strany hosta. Vztah umožňuje vyjednávání, zakrývá nerovnosti a zpřijemňuje zážitek. Toto propojení personálu a hostů dále podporuje otevřená kuchyně, v níž lze vidět pečlivou přípravu jídla, náročnou práci a také radost z práce. Hosté, kteří upřednostní tuto „podívanou“ před soukromou konverzací a zasednou k tzv. *chef's table*, pak s kuchaři částečně sdílejí i teplo a páru sálající z kuchyně a můžou naslouchat jejich konverzaci, která představuje pestrou škálu výroků, od strohých pokynů typu „dva lanýže na třináctku, česky“ až po stesky na běžné problémy, jako například, že někomu lezou kalhoty pod paty, a následnou vtipnou reakci: „Mám známého na patologii!“

Prostředí kuchyně je také vysoce afektivní, jak jsem mohla zažít na vlastní kůži během svého pozorování, kdy jsem po dobu dvou letních měsíců pozorovala kuchaře při práci, přičemž jsem v kuchyni stála buď u odpadkového koše, nebo vedle lednice, a to někdy až v průběhu čtrnácti hodin. Fyzicky náročné pozorování mi však soustavně zpřijemňovalo vtipkování kuchařů a ochutnávání jídel. Bylo důležité, abych se i já, podobně jako ostatní, bavila, ochutnávala, poznávala a užívala si to. V kuchyni se pořád něco dělo, jako by ani nebyla plná pracujících mužů, ale spíše hrajících si dětí a jejich hraček. Kuchaři byli zvědaví, jak bude jídlo chutnat, jestli se něco podaří, jaké suroviny přiveze nákupčí, projevovali zájem učit se, a tak si vzájemně radili a experimentovali s různými technikami výroby jídel (zejména s technikami tzv. molekulární gastronomie), zpívali si a tancovali, vtipkovali a dělali si ze sebe legraci (například tím, že při krájení křenu neupozornili cukráře a pak mu do cukrárný máváním utěrek naháněli palčivý zápach). Někdy přes celou kuchyň házeli kusy zeleniny do odpadkových košů, smáli se jeden druhému za to, jak *zápasí* s těstem nebo s masem. Občas se někdo pořeзал a zakřičel. Při domlouvání se o tom, co se bude vařit pro personál, nadšeně vykřikovali své preference.

Šéf kuchařům obvykle v zábavě nebránil. V průběhu dne se pestrost vyjadřování a interakcí částečně měnila, protože se musela přizpůsobit pracovnímu tempu. Občas hru vystřídal stres, což by bývalo mohlo eskalovat v nepříjemnou spolupráci, úrazy a zejména chyby při přípravě jídla. V takové situaci jednou šéf všechny upozornil: „Bez stresu, hlavně ať je to perfektní.“ Někteří hosté si všimli souhry personálu, technologií a věcí a projevovali *nadšení a pobavení*. Jeden starší manželský pár se mnou navázal se zájmem hovor: chtěli vědět, co si to zapisuji. Zaujala je právě ona souhra personálu, která jim připomínala „symfonii“. Poznamenali i to, že si všimli, jak se kuchaři potí. Jim samotným bylo též teplo, ale nijak si nestěžovali, naopak, sdílení a vědomí náročnosti pracovních podmínek kuchařů na hosty *zapůsobilo*. Šéfovi ani nevadilo, že jsem si v otevřené kuchyni dělala zápisky – otevřenost zde přispívala k produkci hodnoty a projevování zájmu také. Mé působení v restauraci bylo interpretováno jakožto projev zájmu, a tak jsem se nikdy nemusela schovávat před hosty.

Práce v kuchyni nebyla jen zábavná. Byla především velmi fyzicky náročná a hraní si bylo proto nejen projevem afektivní práce, která přidávala hodnotu gastronomickému zážitku, ale také způsobem, jímž se kuchaři vyrovnávali s obtížností své práce. Kuchař Štěpán mi vysvětlil, že práce má vliv i na jeho zažívání a projev zažívání pak umožňuje udržovat dobrou náladu, a tím se vyrovnat s dlouhou pracovní dobou *strávenou* s dalšími lidmi ve vymezeném prostoru.

**Štěpán:** Že jsou prasata [kuchaři] (smích). Ale ono je to asi všude. Jsme tady třináct hodin denně. A bavíme se jenom o filmu, o sexu, o sexu a o sexu. O ničem jiným. O ženskéjch. A prdíme. Furt, všichni prdíme. To nás udržuje v té pohodový náladě. Jseš třináct hodin s lidma, tak si musíš najít nějaký to téma a ten sex je takovej nešvar. Pro ty, co maj přítelkyně, je to v pohodě. Pro ty, co nemaj, je to nepřijemný.

**Já:** A vás všechny nadýmá? (smích)

**Štěpán:** Já jsem v tom extrémní, mě nadýmá i vzduch. Pořád něco ochutná váš a v tom žaludku se to nějak mísí. Na někoho to působí míň, na mě úplně extrémně.

Zákazníci i personál se shodovali na tom, že v restauraci jde především o jídlo, i když ne zase docela úplně: důležité jsou detaily interiéru, jimiž jsou například ubrusy, zrcadla, osvětlení, dále hluk, teplota, vůně, ale i další vybavení restaurace, například podložka pod kabelku. Jeden zákazník, jehož stížnost, respektive doporučení viselo na nástěnce v kuchyni, si postěžoval na to, že jídlo bylo skvělé, „ale to je málo“. Tento zákazník nebyl spokojený se servisem, protože už při telefonické rezervaci byl upozorněn na to, že jediný volný stůl bude u dveří vedoucích na toalety. „Proč kazit zážitek už na začátku?“ Místo mu nakonec nevadilo, a šlo tedy podle něj o zbytečné narušení zážitku. Popsal se jako „zcestovalý“ a svůj kritický e-mail odůvodnil jako doporučení pro zlepšení služeb. „Jde totiž nejen o jídlo, ale i atmosféru a zážitek.“

Na začátku již citované recenze na *Gusto* popisuje autor „dokonalost“, která je „vypiplána do podrobností na první pohled nenápadných“:

Do plného vědomí vám to naskočí teprve tehdy, když se vaše partnerka vrátí z toalety čerstvě vonící ne tak ledasčím, nýbrž Clinique od Estée Lauder, a rozzářeně vám vypráví, jaká laskavá a ohleduplná překvapení tam na dámy čekají: od tamponků přes pilníčky na nehty po krém na ruce, lak na vlasy a zubní nit.

Zážitky a různá překvapení „cíhala“ na zákazníky všude – od jedení až po vylučování. Cílem bylo zákazníka nasytit, ale zároveň v něm vyvolat zvědavost, zájem a *hlad* po dalších stimulech. V závěru recenze čteme:

Po celý večer vás provází lehkost, ani po dezertu se nedostaví pocit přesytnosti, přechucenosti či sebemenší náznak nevolna. Ještě dlouho vám na cestě domů doznívá duši chlácholící a ducha povznášející mnohatónová harmonie. To samozřejmě nemůžete chtít za hubičku, tak se snažte na peníze zapomenout a platte poslepu kartou. Vaše banka už to nějak vyřídí.

Ze závěru plyne, že hodnota zažívání, které stimuluje duši i tělo, je obtížně vyčíslitelná a jeho cena by tedy měla být zapomenuta a přehlédnuta. Toto popírání ceny je součástí tzv. *diskrétní ekonomie* (Hajdáková 2013), která je charakteristická pro luxusní služby. Jiná recenze z roku 2014 pak radí, jak se „ušetřit srdeční příhody při placení“: „Pokud na útratu v Gustu skutečně nemáte částku výrazně přesahující 5000 korun na osobu, tak pro vás tento podnik není.“ Peněžní hodnota zážitku by mohla nepřipravenému zákazníkovi přivodit nežádoucí „překvapení“ v podobě účtu za zážitek, který si nemůže dovolit zaplatit. Výška účtu nebo předchozí upozornění, že rezervované místo se nachází v blízkosti toalet, ilustrují, že ve vysoce afektivním prostředí zážitkové gastronomie je také přítomna hrozba ze zklamání a narušení zážitku. V závěrečné části textu ukážu, jak lze uvažovat o zážitku jakožto o komoditě – o hodnotě zážitku a zažívání a o tom, jak mohou být jednotlivé součásti procesů zažívání zhodnocovány nebo znehodnocovány.

### Co je zážitek? Autentické prožívání versus nevyhnutelnost a zvyk

žítí žiji 1°: uzdraviti se, zotaviti se z nemoci, vyhojiti se. Trvá v mor. *ožít* okřáti (a spis. *ožítí* vzkřísiti se, sic. *ožít*), *požit* zotaviti se. Tomu odpovídá lit. *gyjú gijaü gyíti* zotaviti se, *iš-gyíti* – mor. *vyžit* okřáti, *atgyíti* = *ožít* *nygyíti* vyhojiti se. Některé přípony činí toto *žítí* přechodným a to ve smyslu nabytí něčeho, dostati něco, normálně ve smyslu zesílení tělesného i majetkového, zmohutnění, nasycení, prospěchu, tedy všestranného „zotavení“ tvora dříve slabého, chorého a chudobného. Tak i lit. *i-gyíti* získati si (majetek, slávu, rozum, přízeň), dostati (zdravou barvu) apod. Č. *užítí* něčeho = ve svůj prospěch vzítí, přibrati, *požítí* snísti, vypítí (ale i *p.* šňupavého tabáku, sic. *užil si* = šňupl si), sic. *požívat* = mítí požitek (jakýkoli); k *požítí* přitvořeno *sžítí* Jg t/v, dále *zažítí* dobře strávití, mor. *vyžít* vytrávití (*huseše nevyžila*), *zálivný*. (Machek 1968)

V oblasti spotřebních praktik a praktik trávení volného času jsou dnes důležitější zážitky než produkty. Byť je stolování a jídlo vnímáno jako zážitek i jinde, s konceptem tzv. *zážitkové gastronomie* jsem se setkala jen v Česku a na Slovensku. Pokud je zážitek komoditou, jak lze uvažovat o její hodnotě? V následující části textu chci ukázat, (1) jak je význam a smysl zážitku propojený s vnímáním autentické existence a svobody v rámci širšího myšlenkového dědictví evropské a americké filozofie; (2) jak komerční sféra a oblast spotřeby těží z těchto významů a dá-

le je umocňuje tím, že dává konzumentovi možnost utvářet se skrze své spotřební praktiky, byť neustále hrozí, že takto „zkonstruovaný“ produkt přestane být autentický; a (3) jak se lze využitím konceptu afektu vymanit z uvažování o hodnotě zážitku v termínech autenticity a iluze.

Dle Williamse (1983: 126) má anglické slovo *experience* od 18. století dva hlavní významy – „(i) vědění získané z minulých událostí, ať vědomým pozorováním, nebo úvahou a reflexí; a (ii) určitý druh vědomí, které je možné v některých kontextech odlišit od *rozumu* nebo *vědění*“ (Williams 1983: 126). První smysl (odpovídá českému *zkušenost*) je konzervativní a odkazuje k vývoji na základě minulých zkušeností a také k experimentu (*experiri*). Druhý smysl se týká aktivního vědomí i pocitů v přítomnosti, při kterém je aktivován celek vědomí a celek bytí a nikoli jen určité stavy a schopnosti (Williams 1983: 127). Tomuto pojetí by v češtině mohlo odpovídat slovo „prožitek“. Jedná se například o duchovní a náboženské prožitky, které jsou individuální, ale jsou to zároveň svědectví určené ke sdílení, které „jsou nabízené nejenom jako pravdy, ale jako nejautentičtější druh pravd“ (Williams 1983: 128). Mezi těmito dvěma smysly je neshoda, zejména co se týče role uvažování, reflexe a analýzy, které jsou předpokladem *experience* v prvním smyslu, ale jsou vyloučeny v *experience* ve smyslu bezprostředního autentického prožitku (Williams 1983: 128).

Gastronomický zážitek nelze jasně zařadit do jedné ani do druhé kategorie. Při zažívání je důležité jak prožívání v přítomnosti, tak i vědění získané z předchozích zkušeností. Již Becker (1953) pozoruje, že zážitek z marihuanového opojení je podmíněn nejen bezprostředním efektem marihuany, ale zejména naučenou schopností mít z ní požitek. Neshodě mezi pojetím zkušenosti a pojetím prožitku také určitým způsobem odpovídá rozdíl mezi pojetím zvyku (ve smyslu rutiny, typičnosti apod.) a pojetím autentického bytí. Handler a Saxton (1988: 249–250) upozorňují na tento rozdíl vyplývající z Heideggerova pojetí autentické existence, jejímž cílem je realizace potencialit a péče o bytí, jemuž člověk instrumentálně podřizuje dílčí potřeby. Na druhé straně, neautentická existence se při uspokojování potřeb nevztahuje k celku svého bytí. Z tohoto vymezení pak vyplývá i pojetí svobody vlastní evropskému existencialismu a fenomenologii, které klade lidskou svobodu do protikladu k nevyhnutelnosti a zvyku. Naproti tomu americký pragmatismus přiznal hodnotu zvyku a nahlíží na něj pozitivně, jako na podmínku myšlení, vědění a svobody, jak popisuje Valverde (1998: 35–42). Heslo *fake it till you make it* (finguj to, dokud to nedokážeš), které je často asociováno se společenstvím Anonymních alkoholiků, vyjadřuje právě přesvědčení, že díky neautentickému opakování je možné dosáhnout autentického bytí, a tudíž svobody.

Napětí mezi autentickým prožíváním, ve kterém se projevuje svoboda, a nevyhnutelností podřít se potřebám, rytmům a zvykům, je obzvláště naléhavé v oblasti spotřebních praktik. Marketing a média vytvářejí „metasvět obrazů a hodnot zářivější a reálnější než jakýkoliv jiný svět, který známe“ (Rose 1999: 243). V ob-

lasti spotřeby je nutno se rozhodovat, volit a vybírat na základě vlastních hodnot, potřeb a tužeb a tímto způsobem si budovat vlastní identitu, individualitu a život (Rose 1999: 231). Skrze spotřební praktiky a využívání volného času tedy jednotlivec uplatňuje svoji svobodu a stává se tím, kým chce, přičemž o správnosti jeho volby ho utvrzuje onen „metasvět“, který definuje, co je reálné.<sup>7</sup> Appadurai (1996) upozorňuje na to, že i když mnohé ze způsobů spotřeby usilují o osvobození se ze zvyku, přesto se každá spotřeba vztahuje k technikám těla (Mauss 1973) a k nějakému způsobu setrvačnosti, opakování a habitualizace. Významnost spotřeby nespočívá jen v symbolickém kontextu, ale také v materialitě a temporalitě. Spotřeba se musí odehrávat ve správném prostoru, mezi správnými objekty a osobami a být součástí správných technik těla (Appadurai 1996: 75–76). Dosahování prožitku autentické existence a svobody skrze spotřební praktiky nenaráží jen na paradox opakování, habitualizace a nutnosti konzumovat správným způsobem, ale i na problematičnost autenticity jako takové (Robinson and Clifford 2012: 573–574; Handler and Saxton 1988: 251), která je konceptem konzumní společnosti, v rámci níž slouží jako prostředek pro uvažování o hodnotě v zdánlivě objektivních termínech, a je tedy spíše reprezentací než prožitkem (Zukin 2008: 728).

Přístup, který zde navrhuji, umožňuje vyhnout se otázce autenticity tak, jak se s ní doposud zacházelo, aniž by se zredukoval gastronomický zážitek na pouhou iluzi vytvářenou konzumní společností, která paradoxně plodí spíše neautenticitu než autenticitu. Tento přístup naopak umožní ukázat, jak je zážitek jakožto hodnota produkován a zintenzivňován působením mnoha prvků a dílčími, hodnoty produkujícími událostmi. O zažívání a afektu budu uvažovat jako o *faktiši*, což je termín, který si vypůjčuji od Latoura (1999, v Danholt 2012). Jak vysvětluje Danholt (2012), termín *faktiš* označuje povahu předmětu jakožto zkonstruovaného i konstruujícího. V rámci této ontologie, vysvětluje Danholt, nejsou „reálné“ a „zkonstruované“ v protikladu, ale jsou propojené v tom smyslu, že každý fakt musí být důsledně zkonstruován v rámci sítí, spojenců, kalkulací atd., aby se mohl stát „skutečným“ (Danholt 2012: 3). Proto, říká Latour, „čím více zkonstruované, tím skutečnější“ (cit. podle Danholt 2012: 3).

Důležitou podmínkou zažívání je otevřenost a připravenost zažívat, kterou subjekt získává zkušeností a učením, jejichž předpokladem je určitá forma habitualizace. Latour (2004: 206) navrhuje uvažovat o těle jako o „rozhraní, které se stává více a více popsateľným spolu s tím, jak se učí být afikováno (angl. *affected*) větším množstvím prvků. Tělo tak není provizorním příbytkem něčeho vyššího –

---

7 Lze uvést příklad tzv. *food porn* („potravinové porno“). Jedná se o detailní a hyper-stylizovaný způsob zobrazování jídla, který vzbuzuje touhu po konzumaci. Iggers (2007: 98–99) dává původ *food porna* do souvislosti s reklamním průmyslem a celkovým zvýšením zájmu o obraz, v rámci kterého se obraz stává reálnějším než samotný předmět. Iggers zmiňuje výzkumy, dle kterých značkové jídlo chutná konzumentům víc než jídlo bez značky.

nesmrtelné duše nebo mysl –, ale zanechává dynamickou trajektorii, jejímž prostřednictvím se učíme registrovat a stávat se citlivějšími vůči tomu, z čeho se skládá svět“ (Latour 2004: 206). Na příkladu výcviku „nosů“ pro parfémový průmysl ilustruje, jak se tělo stává citlivým, respektive *artikulovaným* na působení rozdílů (srov. též s Becker 1953). Tělo tedy pro Latoura není substancí, ale artikulací rozdílů a potenciálem pro učení se být afikováno.

Zážitek, který svým zákazníkům nabízelo Gusto, byl podmíněn předchozí zkušeností a následným očekáváním, které ale mělo být překonáno, a tím měla vzniknout nová zkušenost, nová artikulace rozdílů, na jejímž základě pak zákazník bude umět registrovat nové podněty. Slovy zákaznice Marie: „Neočekáváš jenom to, že to jídlo ti bude chutnat, zároveň očekáváš i to překvapení...“

### **Překvapení a Schrödingerovo *foie gras***

Chci jíst něco, co neexistuje. Pro mě je v kuchyni největším cílem vychutnat si jídlo na kreativní a emocionální úrovni. Můžete si domyslet, že překvapit mě je velmi složité, takže pokud mě někdo překvapí svým jídlem, jsem pohnutý. Jídlo, které by mi pomohlo změnit způsob, jak chápu vaření – to je to, co by se mi líbilo. (Ferran Adrià)<sup>8</sup>

Munn (1986) sleduje transformativní procesy, jimiž komunita vytváří symbolickou hodnotu v rámci intersubjektivního časoprostoru. Aktéři svým jednáním vytvářejí časoprostor a jsou jím také vytvářeni v tom smyslu, že vytvořený časoprostor dává formu tomu, jak aktéři zakoušejí svět a sami pak tvoří sebe jako aspekty tohoto časoprostoru. Akty pohostinnosti vytvářejí časoprostorové vztahy, například na základě paměti, zpracování a trvání jídla a ovlivňování myslí jiných aktérů. Dialektika mezi dáváním jídla (vytvářením pozitivní hodnoty) a konzumováním jídla (vytváření negativní hodnoty) je dialektikou mezi rozpínáním a smršťováním intersubjektivního časoprostoru. Jak lze uvažovat o transformaci hodnoty v luxusní restauraci?

V případě zkoumání restaurace jako laboratoria se lze lehce nechat svést k tomu, že ji budeme chápat jako ohraničený čas a prostor. Skrze zažívání se však i v tomto případě, obdobně jako u Munn, časoprostor rozepíná, nebo sráží. Notoricky známá scéna s madlenkou z Proustova *Hledání ztraceného času* popisuje, jak madlenka v autorovi vyvolává vzpomínky a umožňuje mu vybavit si jiný čas a prostor. Dolphijn (2004; srov. též se Sutton 2001) ukazuje, jaký vliv má chuť na paměť. Chuť a vůně madlenky není úlohem v čase, ale „bodem, ze kterého je celý čas vytvořen“ vychází z něho jak historie, tak budoucnost a přítomnost (Dolphijn 2004: 13). Madlenka působí na Prousta, ale i Proust působí na madlenku, protože ta se stává jídlem a madlenkou až v momentu, kdy působí jako jíd-

8 Adrià in Bullow (n. d.).



lo a madlenka. Toto setkání se stává událostí, jejíž obsah je vytvořen ochutnáním a ovoněním. Madlenka se stává vyjádřením příběhu, ale ne pouze symbolem nebo prostředkem, je multiplicitou. Madlenka, čas, prostor, Proust jsou propojeni vzta- hy a vzájemně na sebe působí (Dolphijn 2004: 14–16). Afekt, vzájemné působení mezi prvky události, se odehrává v různých režimech, definovaných na zákla- dě aktivity a touhy, díky nimž vzniká afektivní spojení. Aby bylo možné na hmotu působit, musí být tato hmota ochotna být afikována a zakódována.<sup>9</sup> Událost je vždy definována jinými událostmi a je otevřena působení nekonečného počtu re- žimů a také změn (Dolphijn 2004: 23–24).

Chuť, podobně jako jiné aspekty zažívání, tedy není pouze individuální, ani vý- lučně fyziologická. Pro zažívání navíc není důležitý jen režim chuti. Jsou přede- vším zapotřebí těla uschopněná zažívat, a to v různých režimech, například také v režimu vědění (je důležitá předchozí zkušenost; výklad od kuchařů, číšníků, so- meliérů, recenzentů; rozhled v gastronomii atd.). Chuť je také vztažena k paměti, k příběhu jídla, k různým místům (lokální a exotický původ pokrmů). Zákaznice Marie mi o svém zážitku z restaurace Gusto řekla:

Ono je to hrozně zajímavá..., ono vzhledem k tomu, když člověk jako sám ně- kdy zažil tuhleto hru, tak třeba v tom Gustu je to prostě taková velká sranda, protože oni tam jako přijdou, teď ti tam ukážou tu kuchařku a tam jako kamarád a kamarád a „jak se máte?“ a tyhleto neformální řeči. A v podsta- tě potom jako samozřejmě třeba v tom Gustu je každý to jídlo, na rozdíl od jinejch restaurací má za sebou opravdu vymakanou tu přípravu, kdy třeba tam dělají nějaký ty vývary mnoho hodin, tak samozřejmě, že to oceníš, a i ta prezentace toho jídla je taková velká hra, který ty jsi najednou součástí. Takže tím tě nadchne, nějaký ty details, ty kombinace, když se třeba zeptáš: „Tady máte nějakou pěnu z českého sýra. Hele, prosím tě, když o tom tak po- vídáš, z jakýho sýra je to pěna?“ „No, blaťácký zlato.“ Takže je to takový, pů- sobí to na tebe a jako na duši.

Pro zákazníka Martina, také *foodieho*, byla pro gastronomický zážitek důleži- tá „souhra aspektů“:

Je to souhra aspektů, to nemůže bejt jeden nikdy. Je to, už jak tě přivítaj, ří- kám, servis pro mě dělá sedmdesát procent toho zážitku. No a pak jídlo sa- mozřejmě samo o sobě, ale ten servis. Zažil jsem hospody, kde třeba nevařili úplně tip top, ale ten vrchní o tom dokázal tak houževnatě a poutavě hovo- řit, že prostě mi to chutnalo.

---

9 Dolphijn k ilustraci používá příklad mentální anorexie, která má souvislost s ideálem krásy a tedy je kódována a kóduje v rámci sexuálního režimu. Anorektička je „definována“ touhou po nejídle a nejídlo je jako nejídlo „definováno“ na základě toho, že ho anorektička shledá- vá jako nepoživatelné (například proto, že obsahuje moc tuku). (Dolphijn 2004: 23)

Aby gastronomický zážitek byl vnímán jako zážitek, musí dojít k „přerušení“ běžného toku prožívání (Dawney 2013), nebo k „pohnutí“ (Latour 2004), kdy se tělo naučí rozlišovat, artikulovat další rozdíly. Moji informanti často mluvili o anticipaci *pozitivního překvapení*. Jak jsem již zmínila výše, zážitek byl zintenzivňován hrou s očekáváním, například díky prvkům molekulární gastronomie. Pozitivní překvapení mohlo být také výsledkem dalších snah a procesů (třeba díky afektivní práci číšníků a kuchařů), náročného zpracování a estetické úpravy pokrmů, dárků, předání vědění a dalších. Pokud luxus budeme chápat jako formu excesu (Lipovetsky 2005), jenž úzce souvisí s logikou daru (Mauss 1999; Appadurai 1986; Hajdáková 2013), bylo Gusto v pravém smyslu luxusní restaurací. Phoebe Damrosch ve své knize *Obsluha v ceně* vysvětluje filozofii šéfkuchaře slavné newyorské restaurace *The French Laundry*, Thomase Kellera. Dle Kellera je důležité dodržovat *zákon klesajících výnosů* a zároveň nabízet *bohatou extravaganci*. Cílem je vzbuzovat u hostů zvědavost a chuť na něco dalšího a poskytovat jim širokou paletu chutí a textur. Exces proto není vhodné chápat pouze jako „přidanou hodnotu“, nebo „dostat víc, než se čekalo“, ale ve smyslu časoprostorového rozpinání, jak ukazuje Munn, a „pohnutí“ těla, jak vysvětluje Latour. Kellerova filozofie se zakládá na poznání, že habitualizace může vést ke snížení hodnoty zážitku a že bohatá extravagance zase umožňuje nekončící souhru mezi matériemi a významy.

Zažívání je multiplicitní proces, který poskytuje excesivní množství momentů, ze kterých lze vygenerovat hodnotu. Hodnota zde má afektivní povahu a vyžaduje souhru mezi afikujícím (působícím) a afikovaným. Co není zakoušeno jako hodnotné, žádnou hodnotu nemá. Například hodnota *foie gras* je problematická v případě, že jej konzumuje někdo, kdo odmítá jíst vnitřnosti, nebo že mu prostě nechutná nebo nedokáže ocenit ingredience, složení, přípravu a originalitu pokrmu. Hodnotě je zde vlastní určitý „kvantový moment“, kdy jedna singularita v procesu zažívání existuje ve všech svých potencialitách a výsledek není nikdy předpokladatelný ani měřitelný.

Tak jsme dělali oplatku z *foie gras*. To není tak, že usušíš *foie gras*, tam se musí přidat nějaký příměsí, ok, ale uděláš oplatku. My jsme použili tenhle recept a děláme oplatku, protože *foie gras* není český, tak my to děláme z uzeného hovězího jazyka. Když jseš ten kuchař, kterej tomu má rozumět nějakým způsobem, tak normální kuchař rozumí tomu, že k hovězímu jazyku patří křen, hořčice, chleba, jabko, jablečnej křen, vejmrda se tomu říká staročesky, křen s jabkem. To párování těch jídel, křen, jabko, chleba, hořčice, kyselá okurka. My tam všechno tohle uděláme. A to teď to uděláme jinak, že uděláme tu jazykovou oplatku, takže už nemáš klasickéj jazyk, už máš nějakou oplatku, na to koukáš, nevíš, co tě čeká, sníš to a máš uzenej hovězí jazyk v puse. A teď víme, že k tomu patří křen, takže my si uděláme, třeba smícháme *fresh* z křenu s mlíkem, dáme tam agar a uděláme z toho takový to pyré. Máme jazyk, křen, teď tam patří jabko, ale my nechceme dát klasický jabko,

tak tam dáme třeba křížaly. Takhle to funguje, že to je furt to samý, není to nic složitýho, jenom to děláme jinak.

Kuchař Milan takovýmto způsobem popsal „logiku“, která stojí za vytvářením nových originálních jídel, v tomto případě *foie gras*. Překvapení nespočívá jen v tom, že se nejedná o „skutečné“ *foie gras*, ale také v konkrétních ingrediencích, v jejich tradičně netradiční kombinaci nebo ve formě oplatky. Překvapit může i způsob přípravy, servírování, konzumace a tak dále. Ono překvapení je možné právě díky zmíněnému „kvantovému momentu“, tj. díky situaci, ve které nelze předvídat, jakým způsobem ovlivní chuť a další smysly, ale ani to, jestli budou rozpoznány jednotlivé části a částečná spojení, ze kterých je událost „utkána“. V ideálním případě je při zažívání zákazník šikovně konfrontován s nepředvídatelností, překvapením, které mu představují realitu bohatou na možnosti být ovlivněn a afikován za předpokladu, že k tomu bude uzpůsoben tělem, myslí, ale i různými formami kapitálu.

Předčit zákaznickova očekávání je možné mnoha způsoby, ale úspěch není nikdy zaručen. Specifikem zážitkové gastronomie je míra reflexe nad oním afektivním zažíváním. Na jejím základě je pak při každém zprostředkování mezi zákazníkem a restaurací možné, že jednotlivé aspekty zažívání – nebo zážitek jako celek – budou vnímány jako nespokojenost, frustrace, zklamání. Reflexi nelze oddělit od výsledku a jeho prožívání. Zde má myšlení a reflexe také afektivní povahu, jak říká Thrift (2004: 60). V případě, že zklamaný zákazník disponuje zkušenostmi a znalostmi gastronomie, jako v případě nespokojeného hosta zmíněného výše, může jeho nespokojenost posloužit jako „zpětná vazba“, „návrh na zlepšení“ a podobně, a tím dále a rozsáhleji působit v časoprostoru restaurace a její zážitkové ekonomii. Naopak v případě Aleny, pro kterou se gastronomický zážitek odehrával spíše v režimu hladu (nikoli chuti) a v režimu umírněnosti (ne excesu), se ukazuje, že afekt a afektivita funguje také jako prostředek vymezování podle schopností těl zažít. Proto podobně jako může být afekt prostředkem patření, může být také prostředkem odcizení (srov. s Muehlebach 2011; Dawney 2013; Anderson 2012).

Zákazník Martin zase využíval afekt jako způsob orientace na trhu. Tím, že experimentoval a sbíral gastronomické zkušenosti, kultivoval své touhy a na jejich základě dělal svá spotřebitelská rozhodnutí. Když jsem ho požádala, aby specifikoval, co pro něj gastronomický zážitek znamená, řekl:

Mám chuť se tam vrátit. To tady třeba hodně restaurací a hodně provozáků furt nechápe, oni si myslí, že ty lidi budou furt chodit a nový, že je naštvou ty zákazníci, že to nevdá. Ale jediná stabilní ekonomika v týhle branži se podle mě dá udělat tak, že se ti vracej stálý zákazníci. To, co mě změní, je opravdu to, že si řeknu: „Ano, bavilo mě to, nelituju těch peněz, co jsem tam nechal, a vrátím se tam.“

Spíše než na základě racionální volby se Martin rozhodoval podle toho, jak byl ovlivněn předchozí zkušeností. Pokud se bavil, nelitoval utracené peníze a měl chuť se vrátit. Na příkladech Aleny a Martina vidíme, že touha být afikován/a je podmíněna předchozí zkušeností a slouží také jako nástroj výběru dalších zkušeností a zážitků.

## Etičtí spotřebitelé

Schopnost zažívat tedy nevyovídá o schopnosti autenticky prožívat život, autenticky konzumovat a vymanit se ze zvyku, ale o získané možnosti, schopnosti a touze být afikován (ovlivněn), a dále afikovat (působit) časoprostorovými událostmi. Tato otevřenost vůči světu však představuje i otevřenost vůči působení biomoci. Thrift (2004) připomíná, že afekt je součástí politiky a biopolitiky, již nazývá „mikrobiopolitikou“ (Thrift 2004: 58), a proto je i aktivně vytvářen. Dawney (2013) také poukazuje na souvislost mezi afektem a politikou a navrhuje propojit Spinozův koncept afektu s Foucaultovým pojetím subjektivace, a to právě prostřednictvím analýzy afektivní produkce zážitku a zkušenosti. Prožívání tedy nelze chápat jako individuální soukromý proces, ale jako vtělené působení politiky a událostí. Také Anderson (2011) upozorňuje, že afektivní těla jsou předmětem a cílem disciplinace a biomoci, jíž se podřizují, a v rámci které se proplétají jak aktivity produkující hodnoty, tak i život jako takový. Pokud je v kapitalismu možné vytěžit ekonomickou hodnotu ze všech aspektů života, včetně afektu a afektivních vztahů, život může být otevřený změnám, náhodě a „svobodě“ a pro působení biomoci už není důležité organizovat život do pevných struktur a produktivních procesů (Anderson 2011: 33).

Díky excessu významů a materiálů je spotřebitelské jednání předmětem reflexivity a vyžaduje informovanost a vědění. Konzumenti zvažují svou volbu, protože jsou *povinni být svobodní*, tj. „rozumět a realizovat svůj život v termínech volby“ (Rose 2004: 87). Rose vysvětluje, že mechanismy regulace prostřednictvím touhy produkují *konzumní zdvořilost* za pomoci expertů a profesionálů, čímž se z konzumentů stávají *proto-profesionálové*, kteří svoje životy organizují dle expertizy profesionálů, jež je jim dostupná díky médiím a různým formám terapie. Důsledkem toho je, říká Rose (2004: 88), že lidé jsou ovládáni skrze úzkosti a aspirace ovlivněné vědomostmi a zodpovědnostmi.

Na konzumenty však nelze nahlížet jako na hlupáky, na které je zvenčí uvalena touha. Rose (1999: 231) říká, že skrze spotřebu se „každá volba stává emblémem naší identity, známkou naší individuality, každá vrhá zpětnou zář a osvětluje *já* toho, kdo konzumuje.“ Spotřeba konstruuje subjekt, ale je jím i konstruována. Lidé kalkulují a učí se kalkulovat skrze chutě, zážitky, touhy a reflexi, a také očekávají, že jejich touhy budou uznány. Ekonomie, ale i politika a etika jsou vtěleny a mají afektivní rozměr.

Dle Muehlebach (2011) je to právě afekt, jenž definuje *morálního neoliberalá*. Kultivací afektu prostřednictvím učení, znalostí, chování, sebezpozorování a ovládnutí touhy se afekt stává i prostředkem transformace společnosti. Zákaznice Marie například zastávala názor, že Češi trpěli kognitivní disonancí v tom smyslu, že ignorovali informace a sociální zodpovědnost, odmítali dělat zodpovědná rozhodnutí a reflektovat svou volbu – jak v oblasti jídla, tak v oblasti politiky.

[s]pousta lidí, i když by to nepřiznali, tak se rozhodovali u ceny a necítili potřebu zkoumat, jako si mysleli, že se buřty dělají z masa, a oni najednou se dělají ze soji. Je u nich daleko menší reflexivita společenského dění, která je založená spíše na tom, že se bouří proti tomu, na co jim ukážou média, že by se měli bouřit, než na základě jejich svobodného rozhodnutí a informovanosti.

Z toho důvodu byla Marie aktivní amatérskou recenzentkou a blogerkou. Ale-na zas tvrdila, že je „tragédií“, že pořád existuje „gastronomie devadesátých let“, protože lidem jde jen o to se zasytit a nic dalšího neočekávají. Sama se toto pojetí snažila vyvracet a být uvědomělou konzumentkou, která ovšem díky svým silným zážitkům z prostředí luxusu také pamatovala na sociální rozměr spotřeby. Díky afektu a zažívání si připomínala svůj původ a existenci sociálně slabších lidí. Martin zas řekl, že pro vytvoření luxusu jsou potřební lidé s dobrým chováním, spíše než s penězi: „Tady ti prostě budou chodit ti Janouškové do těhle hospod, tyhle typy lidí, protože si to můžou dovolit. A vytvářej ten umělej luxus, takovej ten prchlavej.“ Stěžoval si, že za současných podmínek v gastronomii, kdy ani recenze, reputace nebo cena neinformují o skutečné kvalitě, si zákazník musí všechno „prožít sám“. Z toho důvodu on a jeho kamarádi „gastrofašisti“ podnikali výpravy do různých hospod po celém Česku a na základě svých zážitků pak spoluvytvářeli lepší konkurenční prostředí. Experti na gastronomii, zaměstnanci Gusta i zákazníci se tak díky svému zažívání stávají etickými občany, kteří na sebe berou zodpovědnost za zlepšování české gastronomie.

## Závěr

V tomto textu jsem se pokusila navrhnout způsob, jak přistupovat ke studiu gastronomického zážitku, aniž bychom jej redukovali na pouhý konstrukt, jemuž neodpovídá materiální substance či autentický prožitek. Mým cílem bylo vyhnout se zaužívanému pojmovému aparátu a interpretačním rámcům, abych mohla proces zažívání zpřístupnit pozorování a analýze. K tomu mi posloužil koncept afektu, tak jak jej sociální vědy používají v návaznosti na Deleuze a Guattariho, a tzv. afektivní obrat.

Ukázala jsem, že zážitková gastronomie představuje vysoce afektivní prostředí, kde na sebe vzájemně působí, respektive afikují se materie, těla, diskurzy, vě-

dění, procesy atd. za účelem vyvolat u zákazníka pozitivní překvapení, tj. pohnutí, které rozšíří jeho intersubjektívni časoprostor. Podmínkou zážitku je však i to, aby byl zákazník uschopněn k zažívání, aby mohl být afikován multiplicitními procesy. Zákazník je tudíž veden k tomu, aby pozoroval a kultivoval vlastní touhy, chutě a prožitky a na základě tohoto sebepoznání byl schopen vnímat a rozeznávat rozdíly a dělat uvědomělá a zodpovědná spotřebitelská rozhodnutí. „Škrobený“ host, který „si nedokáže užít“, představuje nežádoucího zákazníka. Naopak host, který je otevřený, afikovatelny, je schopen nejen samotného gastronomického zážitku, ale díky své schopnosti „zažít“ se dokáže orientovat na trhu a chovat se jako etický spotřebitel.

Domnívám se, že sociálněvědní kritika by se měla vyvarovat redukce a morali-zování při studiu spotřebitelských praktik. Tím ovšem neříkám, že by neměla přestat hledat kritickou perspektivu. Můj text by mohl posloužit jako návrh na rozšíření konceptuálního rámce i předmětů antropologického zájmu a jako výzva pro hledání nových kritických perspektiv.

## BIBLIOGRAFIE

- Anderson, Ben. 2010. “Modulating the Excess of Affect: Morale in a State of Total War.” In *The Affect Theory Reader*, edited by Melissa Gregg and Gregory J. Seigworth, 161–185. Durham & London: Duke University Press Books.
- Anderson, Ben. 2011. “Affect and Biopower: Towards a Politics of Life.” *Transactions of the Institute of British Geographers* 37 (1): 28–43.
- Appadurai, Arjun. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press.
- . 1986. “Introduction: Commodities and the Politics of Value.” *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*, edited by Arjun Appadurai, 2–57. Cambridge University Press.
- . 1988. “How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India.” *Comparative Studies in Society and History* 30 (1): 3–24.
- Becker, Howard S. 1953. “Becoming a Marihuana User.” *American Journal of Sociology* 59 (3): 235–242.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press.
- Bullock, Alessandra. (n. d.). “The ‘Curious Q+A with Ferran Adrià: Inside the Mind of the Genius Chef of Spain’s El Bulli.” *Epicurious*. Retrieved June 23, 2015. <http://www.epicurious.com/archive/chefsexperts/celebrity-chefs/ferran-adria-el-bulli-interview-q-and-a>.
- Caldwell, Melissa L. 2004. “Domesticating the French Fry: McDonald’s and Consumerism in Moscow.” *Journal of Consumer Culture* 4 (1): 5–26.

- , ed. 2009. *Food & Everyday Life in the Postsocialist World*. Bloomington: Indiana University Press.
- De Certeau, Michel, Luce Giard and Pierre Mayol. 1998. *The Practice of Everyday Life*. Volume 2. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Clough, Patricia T., and Jean Halley, eds. 2007. *The Affective Turn: Theorizing the Social*. 1st Ed. Duke University Press Books.
- Čermáková, Martina, and Marek Burza. 2010. "Zdeněk Pohlreich: Kdo neumí dobře jíst, nemůže být úplně šťastnej." *Hobby.cz*, June 17. Retrieved April 4, 2013. [http://hobby.idnes.cz/zdenek-pohlreich-kdo-neumi-dobre-jist-nemuze-bejt-uplne-stastnej-phj-/hobby-domov.asp?c=A100615\\_110940\\_hobby-domov\\_mce](http://hobby.idnes.cz/zdenek-pohlreich-kdo-neumi-dobre-jist-nemuze-bejt-uplne-stastnej-phj-/hobby-domov.asp?c=A100615_110940_hobby-domov_mce).
- Danholt, Peter. 2012. "Factish Relations: Affective Bodies in Diabetes Treatment." *Health*: 1–16.
- Dawney, Leila. 2013. "The Interruption: Investigating Subjectivation and Affect." *Environment and Planning D: Society and Space* 31 (4): 628–644.
- Dolphijn, Rick. 2004. *Foodscapes: Towards a Deleuzian Ethics of Consumption*. Delft, Netherlands: Eburon.
- Douglas, Mary. 1966. *Purity and Danger: An Analysis of the Concepts of Pollution and Taboo*. London: Routledge & Kegan Paul.
- . 1972. "Deciphering a Meal." *Daedalus* 101 (1): 61–81.
- . 1974. "Food as an Art Form." *Studio International* September: 83–88.
- . 1975. "Jokes." In *Implicit Meanings. Essays in Anthropology*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Elias, Norbert. 2000. *The Civilizing Process: Sociogenetic and Psychogenetic Investigations*. Malden: Blackwell Publishing.
- Eyal, Gil. 2003. *The Origins of Postcommunist Elites: From Prague Spring to the Breakup of Czechoslovakia*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Farquhar, Judith. 2002. *Appetites: Food and Sex in Post-Socialist China*. Durham: Duke University Press.
- . 2006. "Food, Eating and the Good Life." In *The Sage Handbook of Material Culture*, edited by Christopher Tilley et al., 145–160. London: Sage.
- Glosa Pavla Maurera. 2013. "Pavel Maurer o tom, co všechno si lidé nechají líbit v restauracích." *Radiožurnál*. September 15. Retrieved February 3, 2014. <http://prehravac.rozhlas.cz/audio/2966617>.
- Goody, Jack. 1982. *Cooking, Cuisine and Class*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Hajdáková, Iveta. 2013. "Discreet Economy: Luxury Hospitality in the Context of Postsocialist Transformation of Czech Society." *Laboratorium* 5 (1): 73–97.
- Handler, Richard, and William Saxton. 1988. "Dyssimulation: Reflexivity, Narrative, and the Quest for Authenticity in 'Living History.'" *Cultural Anthropology* 3 (3): 242–260.
- Hardt, Michael. 1999. "Affective Labor." *Boundary 2* 26 (2): 89–100.
- Iggers, Jeremy. 2007. "Who Needs a Critic? The Standard of Taste and the Power of Branding." In *Food and Philosophy: Eat, Think, and Be Merry*, edited by Fritz Allhoff and Dave Monroe. Malden, MA: Blackwell Publishing.



- Johnston, Josée, Shyon Baumann. 2009. *Foodies: Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape Cultural Spaces*. (1 edition.). Routledge.
- Keane, Webb. 2001. "Money is No Object: Materialist, Desire, And Modernity in an Indonesian Society." In *The Empire of Things. Regimes of Value and Material Culture*, edited by Fred R. Myers. Santa Fe: School of American Research Press.
- Krekovič, Miloš. 2013. "Šéfkuchár Zdeněk Pohlreich: Prečo by mal každý právo otvoriť si reštauráciu?" *www.sme.sk*. April 24. Retrieved February 3, 2014. <http://www.sme.sk/c/6775877/sefkuchar-zdenk-pohlreich-preco-by-mal-kazdy-pravo-otvorit-si-restauraciju.html>.
- Latour, Bruno. 1999. "Factures/Fractures: From the Concept of Network to the Concept of Attachment." *RES: Anthropology and Aesthetics* 36: 20–31.
- . 2004. "How to Talk About the Body? The Normative Dimension of Science Studies." *Body & Society* 10 (2–3): 205–229.
- Lévi-Strauss, Claude. 1965. "The Culinary Triangle." *Partisan Review* 33: 586–595.
- . 1969. *The Raw and the Cooked*. London: Jonathan Cape.
- Lipovetsky, Gilles. 2005. *Věčný přepych*. Prostor.
- Machek, Václav. 1968. *Etymologický slovník jazyka českého*. Druhé, opravené a doplněné vydání. Praha: Academia.
- Mann, Anna M. et al. 2011. "Mixing Methods, Tasting Fingers: Notes on an Ethnographic Experiment." *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 1 (1).
- Matonoha, Jan. 2014. "Obrat k matérii a afektu. A jeho problémy." *Česká literatura* 62 (4): 592–599.
- Mauss, Marcel. 1973. "Techniques of the Body." *Economy and Society* 2 (1): 70–88.
- . 1999. *Esej o daru, podobě a důvodech směny v archaických společnostech*. Sociologické nakladatelství.
- Mennel, Stephen. 1985. *All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*. Oxford: Basil Blackwell.
- Miller, Daniel. 1998. "Coca-Cola: A Black Sweet Drink from Trinidad." In *Material Cultures: Why Some Things Matter*, edited by Daniel Miller, 169–187. Chicago: University of Chicago Press.
- Moll, Annemarie. 2008. "I Eat an Apple. On Theorizing Subjectivities." *Subjectivity* 22: 28–37.
- . 2010. "Moderation or Satisfaction? Food Ethics and Food Facts." In *Whose Weight is it Anyway?*, edited by Sofie Vandamme et al. Lueven: Acco.
- Muehlebach, Andrea. 2011. "On Affective Labor in Post-Fordist Italy." *Cultural Anthropology* 26 (1): 59–82.
- . 2012. *The Moral Neoliberal: Welfare and Citizenship in Italy*. University Of Chicago Press.
- Munn, Nancy D. 1986. *The Fame of Gawa: A Symbolic Study of Value Transformation in a Massim (Papua New Guinea) Society*. Duke University Press.
- Parkhurst Ferguson, Priscilla. 2004. *Accounting for Taste the Triumph of French Cuisine*. Chicago: University of Chicago Press.

- Pine, Joseph, and James Gilmore. 1999. *The Experience Economy* "Work is Theatre & Every Business as a Stage." Harvard Business Press.
- Pokorná, Anna. 2009. "Domov pod pokličkou: K antropologii jídla." *Biograf* (49): 52 odst.
- Ries, Nancy. 2009. "Potato Ontology: Surviving Postsocialism in Russia." *Cultural Anthropology* 24 (2): 181–212.
- Robinson, Richard N. S., and Cate Clifford. 2012. "Authenticity and Festival Foodservice Experiences." *Annals of Tourism Research* 39 (2): 571–600.
- Roosth, Sophia. 2013. "Of Foams and Formalisms. Scientific Expertise and Craft Practice in Molecular Gastronomy." *American Anthropologist* 115 (1): 4–16.
- Rose, Nikolas. 1999. *Governing the Soul: The Shaping of the Private Self*. London: Free Association Books.
- Roseberry, William. 1996. "The Rise of Yuppie Coffees and the Reimagination of Class in the United States." *American Anthropologist* 98 (4): 762–775.
- Spang, Rebecca L. 2000. *The Invention of the Restaurant. Paris and Modern Gastronomic Culture*. Cambridge: Harvard University Press.
- Sutton, David E. 2010. "Food and the Senses." *Annual Review of Anthropology* 39: 209 – 223.
- . 2001. *Remembrance of Repasts: An Anthropology of Food and Memory*. New York: Berg.
- Thrift, Nigel. 2004. "Intensities of Feeling: Towards a Spatial Politics of Affect." *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography* 86 (1): 57–78.
- . 2010. "Understanding the Material Practices of Glamour." In *The Affect Theory Reader*, edited by Melissa Gregg and Gregory J. Seigworth, 289–308. Durham & London: Duke University Press Books.
- Valverde, Mariana. 1998. *Diseases of the Will: Alcohol and the Dilemmas of Freedom*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Vargha, Zsuzsanna. 2010. "Educate or Serve: The Paradox of 'Professional Service' and the Image of the West in Legitimacy Battles of Post-Socialist Advertising." *Theory and Society* 39: 203–243
- Wilková, Scarlett (n. d.) "Pavel Maurer: Nejezte blbě!" *Zajídem.cz*. Retrieved February 3, 2014. <http://www.zajidlem.cz/vsechny-clanky/pavel-maurer-nejezte-blbe-134/>.
- Williams, Raymond. 1983. *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. Revised edition. New York: Oxford University Press
- Zukin, Sharon. 2008. "Consuming Authenticity." *Cultural Studies* 22 (5): 724–748.

**Iveta Hajdáková**

iveta.hajdakova@gmail.com

Fakulta humanitních studií  
Univerzita Karlova v Praze  
www.fhs.cuni.cz