

Charles Spence

# GASTRO- FÜÜSIKA

Uus söömisteadus



elav teadus

Originaali tiitel

Charles Spence

Gastrophysics

The New Science of Eating

Original English language edition first published by Penguin Books Ltd,  
London

Text copyright© Charles Spence 2017

Foreword copyright© Heston Blumenthal, 2017

The author has asserted his moral rights

All rights reserved

Tõlkija Tiina Randus

Toimetaja Triin Olvet

Keeletoimetaja Helve Hennoste

Konsultant Aivar Hanson

Kujundaja Kaspar Ehlvest

Küljendaja Erje Hakman

Tõlge eesti keelde © Tiina Randus ja kirjastus Argo, 2018

Kaanefoto © Reti Kokk. Roog: „Kalanahk“ (till, wakame, serveeritud jäät  
lõigatud kausis), Orm Oja, NOA Chef's Hall

Kõik õigused kaitstud

ISBN 978-9949-607-53-2

Trükitud trükikojas Print Best

*Norah Spence'ile, kes teadis vaistlikult hea hariduse väärtust,  
ilma et tal endal oleks olnud võimalust seda saada.*

*Ja Barbara Spence'ile, kes pidi legendaarse F. T. kohta lugema rohkem, kui  
ükski armastav naine peaks iial kohustatud olema.*



# SISUKORD

<b>SAATEKS</b> (Tõnis Siigur, Orm Oja) .....	13
<b>EESSÕNA</b> (Heston Blumenthal).....	15
<b>SUUPISTE</b> .....	17
Gastrofüüsika: uus söömisteatud.....	20
Mis on gastrofüüsika? .....	21
Mis erinevus on modaalsusülesel ja multisensoorsel? .....	24
Kas nuga ja kahvel on parimad vahendid toidu taldrikult suhu tõstmiseks? .....	25
Intuitsiooni testimine .....	27
Kui suurt mõju siiski avaldab õhustik? .....	28
Kas olete kuulnud taldrikuvälisest söömisest?.....	28
Kas hea toit ei räägigi enda eest? .....	29
<b>1. MAITSE</b> .....	31
Kas te mõtlete maitset või mekki (ja on neil üldse vahet)?.....	32
Ootuspärasus .....	33
Mida ütleb nimi?.....	36
Suured ootused .....	37
Kas hind, kaubamärk, nimetus ja silt mõjutavad maitset? .....	39
Maitsemaailmad .....	43
„Maitstes on enamat“ .....	47
<b>2. LÕHN</b> .....	49
Kas vanill lõhnab teie meelest magusalt? .....	50
Keskkonna lõhnastamine.....	51
Lõhna mõtestamine .....	54
Kuidas täiustada meki edasiandmist? .....	57
Olfaktoorne õhtusöök.....	61
Lõhnad ja tunded.....	63

<b>3. VÄLJANÄGEMINE</b> .....	67
Kas värvust on võimalik maitsta? .....	68
Kas kuju maitset on tunda? .....	71
Kas taldriku maitset on tunda? .....	74
Millal tekkis toiduporno ja kuhu see tüürib? .....	78
Kas olete kuulnud rebupornost? .....	82
<i>Mukbang</i> .....	84
Kuivõrd peaks toiduporno populaarsus meile muret tegema? .....	86
Kas ma saan ka kodus gastropornoga tegeleda? .....	88
Kujuteldav tarbimine .....	89
Kole puuvili .....	90
Mõistuse pilk .....	91
<b>4. HELI</b> .....	93
Ettevalmistuse hääled .....	93
Kõik algas krõpsust .....	95
Kas heliline kartulikrõps võib muuta tooteuendust? .....	98
Toidu hääl .....	99
Krõbe ja krõmpsuv .....	100
Mida te arvate putukate söömisest? .....	102
Miks krõpsud nii lärmakates pakkides on? .....	104
„Naks, pragin, plaks!“ .....	106
Kuidas toit kodus kõlab? .....	108
„Vabandust?“ Lärmivaba õhtusöök .....	109
Heliliselt täiustatud toit ja jook .....	111
<b>5. PUUDUTUS</b> .....	115
Kas tekstuur mõjutab maitset ja mekki? .....	116
Marinetti taktiline õhtusöök .....	117
Kas esimest maitset tuntakse tõesti kätega? .....	119
Kas külma ja sileda metalli puudutus ikka meeldib teile? .....	120
Kas teile meeldiks süüa lusikaga, millel on tekstuur? .....	121
Raskus – milleks see hea on? .....	123
Kas keegi sooviks karvast kahvlit? .....	126
Kätega söömine .....	128

Kas teile meeldiks, kui toit suus liigutab? .....	130
Mis kausitoidus nii erilist on? .....	132
Tundeline kõhurääkimine.....	133
<b>6. ÕHUSTIKULINE ÕHTUSÖÖK .....</b>	<b>135</b>
Rütmikas liikumine .....	136
Kas teile meeldib mugavus? .....	141
Kas sooviksite einestada valges kuubikus? .....	142
Õhustikuline maitsmine.....	145
„Ühemeeleline sensorium“ .....	147
„Värvilabor“ .....	149
Restoranikeskkonna juhtimine .....	151
Õhustiku tulevik.....	151
<b>7. SOTSIAALNE SÖÖMINE .....</b>	<b>153</b>
Miks nii paljud meist üksi söövad? .....	155
Kas üksinda söömine on tõesti nii halb?.....	155
Söömine koos tähelepanu kõrvalejuhtimisega.....	156
Kas teile meeldib üksi süüa?.....	157
Üksiku sööja teenindamine .....	160
„Tapastamine“ .....	162
Kas olete mõelnud, kui imelik on väljas süüa?.....	163
Telemaatiline õhtusöök .....	165
<b>8. LENNUKITOIT .....</b>	<b>169</b>
Kuidas kõik oli .....	170
Kas staarkokad suudavad kõrgel õhus taset näidata? .....	173
Mis on ühist tagasihoidlikul tomatil ja lennukimüral? .....	174
Maitsestamine üleheliirusega .....	175
Survestatud maitseelamus.....	176
Lihtsad teenindusnipid .....	178
Kas multisensoorne elamusdisain saab tuule tiibadesse?.....	179
<b>9. MEELDEJÄÄV SÖÖMAAEG.....</b>	<b>181</b>
Mis on toidumälu?.....	182
Valikupimedus .....	185
Kas olete kuulnud kleepuvusest?.....	187
Kas mäletate, mida tellisite? .....	189

Kas mäletate, mida sõite? .....	190
Mis selle mõtestatud söömise juures nii erilist on? .....	192
Unustatud eine .....	194
Toidumälestuste häkkimine .....	195
Mäletate, mäletate ... ..	195
<b>10. ISIKUSTATUD SÖÖMAAEG .....</b>	<b>197</b>
Kõigile meeldib isikustamine .....	197
Kas olete kuulnud enesetähtsustamise efektist? .....	199
Kokteiliõhtu efekt .....	200
Isikustamine restoranis .....	201
„Kus kõik teavad su nime“ .....	202
Kuidas panna esmakordne külastaja end eriliselt tundma? .....	201
Mis isikustamise vallas järgmiseks ette võetakse? .....	205
Peakoka lauas .....	208
Valiku küsimus .....	209
Ikea efekt .....	211
Torditegu .....	212
„Palun ulatage soola ja pipart“ .....	214
Miks me mõnd rooga kohandame, aga teist mitte? .....	215
Minu isiklik vastus .....	216
<b>11. EKSPERIMENTAALNE SÖÖMAAEG .....</b>	<b>219</b>
Teatraalsete õhtusöökide esiletõus .....	220
Kas olete kohanud teatraalset serveerimist? .....	221
See „kõik muu“ .....	223
Etendus lauas .....	227
Lugude jutustamine lauas .....	228
Teater lauas .....	229
Etenduskunst koos toiduga .....	232
Ekspperimentaalsete einete tulevikust .....	235
<b>12. DIGISÖÖMAAEG .....</b>	<b>237</b>
Kas teile meeldiks 3D-toiduprinter? .....	238
Kas teile meeldib digimenüüst tellida? .....	241
Tahvli maitse .....	243
Kas tahaksite Marsil kohupiimakooki süüa? .....	245



Õhtusöök liitreaalsuses.....	246
Kas olete kuulnud „Mere häälest“? .....	247
Üllatavad lusikad .....	250
Maitsete digiedastamine.....	251
Kuidas teile meeldiks süüa vibreeriva kahvliga? .....	252
Elektriline maitse .....	254
Digitehnoloogiad muudavad toidumaastikku .....	256
Kas robotkokad on head kokad? .....	258
<b>13. TAGASI FUTURISTIDE JUURDE .....</b>	<b>261</b>
Futuristlik köögikunst: kas molekulaargastronoomia leiutati 1930. aastatel? .....	263
Kas soovite ise futuristliku peo korraldada? .....	268
Pilguheit toidutulevikku .....	269
Rünkandmed ja toit.....	272
Sünesteetiline elamusdisain.....	274
Kas teate sõna <i>Gesamtkunstwerk</i> ? .....	276
Tervislikku ja jätkusuutlikku toidutulevikku otsides .....	277
Ja lõpetuseks: ehk midagi tervislikku? .....	279
<b>ILLUSTRATSIOONIDE AUTORIÕIGUSED .....</b>	<b>281</b>
<b>MÄRKUSED.....</b>	<b>285</b>
<b>TÄNUAVALDUSED .....</b>	<b>391</b>

## MAITSE

Kas oskate loetleda kõiki põhimaitseid? Kindlasti on olemas magus, hapu, soolane ja mõru. Veel midagi? Tänapäeval nimetab suurem osa uurijaid viienda maitsena umamit. Umami tähendab „hõrku maitset“ ja selle avastas 1908. aastal Jaapani teadlane Kikunae Ikeda. Seda maitset annab edasi glutamiinhape, mis kuulub aminohapete hulka. Enamasti seostatakse seda naatriumvesinikglutamaadiga, mis on glutamiinhappe derivaat. Mõnel tekib kiusatus lisada valikusse ka metalne maitse, rasvhapped, kokumi ja veel kuni 15 põhimaitset –, ehkki isegi mina ei ole suuremast osast neist kuulnud.<sup>1</sup> Ja mõned teadlased uurivad, kas sellised asjad nagu põhimaitseid on üldse olemas!<sup>2</sup>

Paljud inimesed teevad aga toidust ja joogist rääkides selle vea, et mainivad puuvilja-, liha-, taime-, tsitruse-, kõrbe-, suitsu- ja isegi mullamaitset. Aga need ei ole maitseid. Rangelt võttes on need lõhnamaitseid ehk mekid.<sup>3</sup> Ärge muretsege, enamik inimesi ei saa erinevusest aru. Aga kuidas neil siis vahet teha? Pigistage nina kinni – kõik, mis alles jääb, on maitse (vähemalt eeldusel, et te ei meki midagi sellist, mis aktiveerib kolmiknärv, näiteks tsilli või mentool). Kui näeme vaeva juba põhimõistetega, mis lootust on siis keerukamatel meeltevahelistel interaktsioonidel? Maitseküsimus oleks lihtne, kui see ei oleks nii keeruline!

## KAS TE MÖTLETE MAITSET VÕI MEKKI (JA ON NEIL ÜLDSE VAHET)?

Suurem osa sellest, mida inimesed maitseks (*taste*) nimetavad, on tegelikult maitselõhn ehk mekk (*flavour*), ja paljud asjad, mida mekkidena kirjeldatakse, osutuvad lähemal uurimisel maitseteks.<sup>4</sup> Mõned keeled pääsevad sellest probleemist, kasutades mõlema nähtuse kohta sama sõna.<sup>5\*</sup> Tegelikult tuli luua uus sõna – ja see neologism on fleiv (*flave*). Näiteks võiks öelda „Mulle meeldib selle Roquefort'i fleiv“. Vaatame, kas see läheb massidesse. Väljakutseid pakuvad ka perifeersed stiimulid. Võtame näiteks mentooli, mis meenutab münti ja avaldub nätsu närimisel: kas on see maitse, lõhn või mekk? Tegelikult kõik kolm ja pealegi tekitab see iseloomuliku suud jahutava tunde.<sup>6</sup> Metallimaitse, mida märkame verd maitstes, paneb uurijad samuti pead kratsima, sest nad ei oska öelda, kas see tuleks klassifitseerida põhimaitseks, aroomiks, mekiks või nende mingisuguseks kombinatsiooniks.<sup>7</sup>

Enamik inimesi on kuulnud mõistet „keelekaart“. Seda mainivad peaaegu kõik viimase 75 aasta jooksul avaldatud õpikud meele teemal. Põhimõtteliselt tunneme kõik magusat maitset keele esimese otsaga, mõru üksnes keele tagaosaga, haput külgedega jne. Ent õpikud eksivad: teie keel nii ei tööta! Selle levinud väärarusaama põhjus on valesti tõlgitud varane Saksa doktoriväitekiri, mis ilmus populaarses Põhja-Ameerika psühholoogiaõpikus, mille 1942. aastal pani kirja Edwin Boring.<sup>8</sup> See on nüüd selgeks tehtud, aga lubage küsida, kas teil on üldse aimu, kuidas retseptorid keelel asetsevad? Ei, ega ma arvanudki. Nii fundamentaalne asi, nii tähtis ellujäämise seisukohast, ja ometi ei ole kellelgi tegelikult aimu, kuidas see kõik töötab. Šokeeriv – või ei?

Maitseretseptorid ei ole jaotunud ühtlaselt, ent ei ole ka täiuslikult segmenteeritud, nagu sageli tsiteeritud keelekaart uskuda laseb. Nagu tihti juhtub, on õige vastus kusagil vahepeal. Iga maitsepung tunneb kõiki viit põhimaitset. Need maitsepungad asuvad peamiselt keele esiosas või tagaosas külgedel. Keele keskel maitsepungi ei ole.<sup>9</sup> Huvitaval

\* Tegelikult on ka eesti keel üks neist, mis on sellest probleemist pääsenud, kuid tõlke võimalikkuse huvides on tõlkija teinud valiku, et *taste* on „maitse“ ja *flavour* on „mekk“. (Tõlkija märkus.)

kombel kipuvad paljud inimesed (sealhulgas kokad) kinnitama, et tunnevad magusat maitset pigem keele esiotsaga, haput külgedega ja mõrudus või kootavus näivat sageli märgatavam keele tagaosas.<sup>10</sup> Minu jaoks on puhtal umami-lahendusel suud täitev omadus, mille sarnast ei paku ükski teine maitse.

Aga tegelikult on küsimus selles, kuidas nii paljud inimesed said nii kaua nii tõsiselt eksida. Osa põhjusest võib peituda „madalamate“ tajude pikaajalises teaduslikus eiramises. Teine tegur on tõenäoliselt seotud mõistuse mängitavate vingerpussidega maitsetajude konstrueerimisel, näiteks võib tuua „suutunde“ ja „magusa lõhna“ (millest räägime edaspidi). Nagu ikka ja jälle nii selles kui ka järgmises peatükis näeme, on suus väga vähe täpselt nii, nagu näib.

## OOTUSPÄRASUS

Võite ju küsida, miks ometi peab üks kokk, olgu ta siis tänapäeva kokk, kes töötab Michelinei tärniga kõrgema taseme restoranis, või teie ise, kui te köögis rügades külaliste tulekuks valmistute, teadma, mis toimub teenindatavate inimeste peas? Miks mitte lihtsalt tugineda kulinaaria-koolis omandatud või telerist lõputuid kokandussaateid vaadates nopi-tud oskustele? Miks mitte keskenduda koostisosade hooajalisusele, kohalikkusele, ettevalmistusele ja ehk ka serveerimiskunstile? Muud pole teil ju vaja, ega?<sup>11</sup> Gastrofüüsikuna tean, kui tähtis on pääseda sööjale pähe, et mõista ja suunata tema toiduootusi. Üksnes siis, kui parim toit on kombineeritud õigete ootustega, on meil lootust pakkuda tõeliselt häid maitseelamusi.

Mulle meeldib väga näha, et järjest rohkem noori kokkasid mõtleb üha hoolikamalt järele, kuidas toita küllastajate mõistust ja mitte üksnes suid. Olen kindel, et see on suuresti seotud selliste staar-kokkade nagu Ferran Adrià ja Heston Blumenthali mõjuga, kellest mõlemaga mul on olnud õnn koos töötada. Kui nemad midagi ees teevad, teevad teised kindlasti järele. Aga see ei vasta ikka fundamentaalsemale küsimusele, mis sundis tippkokkasid üldse küllastajate mõistuse peale mõtlema. Lõppude lõpuks ei ole see üldse see, mida kokakoolis õpetatakse.<sup>12</sup>

Hestonil sai kõik alguse jäätisest. 1990. aastate lõpus valmistas Heston krabirisoto kõrvale krabijäätist. Tippkokale see maitse meeldis ja väikese nikerdamise järel tundus talle, et maitsestus on täpselt paras. Aga mida külastajad arvavad? (Tavaliselt proovitakse kõiki uusi roogi järele restoranist üle tee asuvas testköögis. Kui asi on saanud Hestoni heakskiidu – ja see on aeglane ning täpsust nõudev protsess –, on järgmine samm proovida rooga paari stammkunde peal, et vaadata, kuidas see neile meeldib. Vaid siis, kui roog läbib kogu kadalipu, tekib sel võimalus jõuda restorani degusteerimismenüüsse.)

Kujutage nüüd ette stseeni: võib peaaegu näha, kuidas Heston – täpselt nagu mõnes televisiooni kokandussaates – vaatab köögist välja ootusäreva näoga, oodates külastajate heakskiitu oma uusimale kulinaarsele loomingule, mida laua taga istuvatele katsejänestele parasjagu ette kantakse. Aga vähemalt sel juhul ei olnud reaktsioon üldse niisugune, mida oodati. „Öök! See on jöle! Kohutavalt soolane.“ Noh, võib-olla ma liialdan pisut – aga uskuge mind, reaktsioon ei olnud hea.

Mis siis valesti läks? Kuidas võis üks maailma tippkokkasid leida, et roog maitseb täpselt õigesti, kui mõned stammkunded pidasid seda selgelt üle soolatuks? Arvan, et vastus näitab just seda, kui olulised on toidu- ja joogielamuste korral ootused. Teisisõnu, see, mis on rooga maitstva inimese peas, on sama tähtis kui see, mis on tema suus või taldrikul.<sup>13</sup> Kui einestajad nägid roosakaspunast jäätist (mida laboris võrreldi ka suitsulõhejäätisega), ennustasid nad kohemaid endamisi, mida neile antakse. Öelge, mis maitset teie eeldaksite tundvat, kui teile selline roog ette antakse?

Suuremale osale läänemaailma elanikest seostub roosakaspunane, pealtnäha külmutatud magusroog magusa puuviljajäätisega, millel on arvatavasti maasika maik. „Magus, puuviljamaitseline, see meeldib mulle, aga see ei ole mulle kuigi hea,“ kõik see käib külastajal ühe silmapilgu jooksul peast läbi. Lõppude lõpuks on aju üks peamisi ülesandeid välja mõelda, millised toidud on toitvad ja väärivad tähelepanu (ja ehk ka puu otsa ronimise vaeva) ning millised võivad olla mürgised ja seetõttu väärt pigem vältimist. Ent harvadel juhtudel, kui ennustused osutuvad valeks, võib järgnev üllatus või „ootuse tühjaks osutumine“

tulla suure šokina. Tegelikult võib see olla lausa ebameeldiv.<sup>14</sup> Hestoni restorani küllastajad eeldasid arvatavasti, et hakkavad maitstva midagi magusat, aga see, mis köögist välja toodi, oli hoopis soolane jää. Teisisõnu eeldasid nad maasikat ja said hoopis külmutatud krabileent! Soolane jäätis võis ju olla Inglismaal saja aasta eest populaarne, aga praeguseks on see unustusehõlma vajunud.<sup>15</sup>

Võimsas gastrofüüsikaliste eksperimentide seerias näitas Martin Yeomans koos Sussexi ülikooli meeskonna ja Hestoniga, et inimeste ootusi on võimalik radikaalselt mõjutada ja neid külmutatud roosat maiust armastama meelitada üksnes roa nime muutes.<sup>16</sup> Laborikatsetes ei olnud osaliste ootuste muutmiseks vaja muud, kui neile öelda, et see on soolane jää, või anda roale salapärase nimi „Toit 386“. Nime või toidu kirjeldusega kaasnevad ootused viisid selleni, et inimesed nautisid jäätist oluliselt rohkem kui need, kellele polnud roa kohta enne maitstmist midagi öeldud. Mis kõige olulisem, nende meelest ei olnud see ka liialt soolane.

Teadusuuringud näitavad, et esimene kokkupuude mekiga mõjutab ka hilisemaid kokkupuuteid, isegi kui me hiljem täpselt teame, mida maitseme. Ehkki toime ei pruugi alati olla nii dramaatiline kui Hestoni roosa ja soolase jäätisega, oleme kõik arvatavasti midagi säärast kogunud. Mäletan, kuidas ma 15 aasta eest esimest korda Jaapanis käies ostsin tänavalt helerohelise jäätise. Oli kuum kevadpäev ja need värskendava välimusega jäätised olid kõigil käes. Mul polnud mingit kahtlust, et see on mündimaitseline, täpselt nagu Suurbritannias. Aga proovides tabas mind šokk, sest selgus midagi täiesti ootamatut: see oli hoopis roheline tee jäätis. Omamoodi maitsev, kuid pean tunnistama, et ma pole esmasest üllatusest üle saanudki ja see meenub iga kord, kui mulle Jaapanis kausitäis ette pannakse.

Olgu roa nimi või kirjeldus milline tahes ja nähku see välja milline tahes, vihjed on alati olemas ning aitavad ootusi suunata.<sup>17</sup> Ootused aga mõjutavad otsuseid ja taju, ehkki mõnikord vaevumärgatavalt. Isegi kodus süüa tehes oleneb sööjate toidukogemus samavõrd sellest, mis toimub nende peas, kuivõrd sellest, mida nad endale suhu panevad.

Ent ootusi ei määra üksnes toidu värvus ega muud nähtavad omadused.<sup>18</sup>

## MIDA ÜTLEB NIMI?

Kujutage ette, et viibite peenes restoranis ja otsite menüüst midagi süüa. Te teate juba, et tahate kala, aga millist? Oletame, et te näete menüüs patagoonia kihvkala. Kas telliksite seda? Ei, ega ma arvanudki. Keegi teine ka ei tellinud. Tõelise „sügavike koletise“ müüginumbrid olid aastaid masendavad. Polnud vahet, kuidas kokad seda valmistasid, külastajad tõmbasid nina kirtsu ja valisid hoopis midagi muud. Nende pilk kammis menüüd, otsides midagi, mis kõlaks ... noh, ütleme, veidi ligitõmbavamalt.

Aga kas reaktsioon oleks teie meelest teistsugune, kui külastajad näeksid menüüs Tšiili meriahvenat? See kõlab kahtlemata palju paremini, eks ole? Asi on selles, et need kaks nime tähistavad üht ja seda-sama kala! Selle praegu jätkusuutlikult püütava kala müük on tõusnud – mitmel maailma turul (sh Põhja-Ameerikas, Suurbritannias ja Austraalias) kõvasti üle 1000 protsendi – jah, kolme nulliga arv. Nipp oli lihtne: vaheta nimi ära. See on üks parimaid näiteid, kuidas „nime abil nügida“, nagu käitumisökonomidid armastavad öelda.<sup>19</sup> Kõnealune kala ilmus otsemaid parimate restoranide menüüsse ja see suundumus ei paista senini järele andvat. Taas oleneb kõik sellest, mis on külastaja mõtteis ja milliseid seoseid ta erinevate siltide või kirjelduste vahel loob.

Külmutatud krabileeme või suitsulõhejäätise ja Patagoonia kihvkala juhtumid on erandlikud: need said valitud, et kirjeldada teatud põhimõtet nimetuste olulisuse kohta toiduelamuses. Vaadake ringi ja leiate argiseid näiteid, mis tõestavad sedasama. Kas olete näiteks kunagi mõelnud, miks on kuldne vikerforell palju populaarsem kui tavaline jõforell? Traditsioonilise koolitusega koka mõtteis võivad otsemaid hakata mängima maitse- või tekstuurierinevused, samuti võib ta huvi tunda, kuidas seda kala tapetakse.<sup>20</sup> Aga miks piirduda kaladega? Millal te viimati sõite *ugli*-nimelist puuvilja (greipfruudi või pomelo hübriidi apelsini ja mandariiniga)? Just nimelt. Paneb mõtlema, kui palju populaarsem see tsitruste perekonna liige võiks olla, kui talle oleks pandud teine nimi. Mitme toiduaine populaarsuse languse viimastel aastatel, olgu need siis frikadellid (ingl k *faggot*, pede), pollak (sarnaneb ingl k sõnaga *bollock*, munand) või rosinapuding (ingl k *spotted dick*,

laiguline noku) võib osaliselt panna nende ebaõnnestunud nimede arvele.<sup>21</sup>

## SUURED OOTUSED

Mõned teist võivad juba mõelda, kas samasuguse nimetamismängu abil saaks täiustada inimeste elamust toidust või joogist, mida te neile juhtumisi pakute. Kahjuks kahtlen sügavalt, kas suudate enamiku argitoitude müüki suurendada sedavõrd, nagu patagoonia kihvkala – vabandust, tšiili meriahvena – näide uskuda laseb. Kui teie nina pole torgatud just väga sügavale modernistlike kokaraamatute vahele, ei õnnestu teil koduste toitude sööjaid värvidega nii põhjalikult valejälgedele eksitada, nagu Hestoni külmutatud roa roosakasapunane värvus seda kahtlemata tegi.<sup>22</sup> Eeldan, et teie järgmise õhtusöögi road ei peta kedagi ära. Tavapäraste roogade värvus on tõenäolise maitsepaleti üsna usaldusväärne näitaja. Asjad hakkavad viltu minema peamiselt modernistlikes restoranides või kaugel välismaal. Nii et ärge muretsege!

Roale vastav nimi või kirjeldus väärib kindlasti selle väljamõtlemisele kulutatud aega, ka siis, kui valmistate seda kodus. Järgmine näide: üksnes pastasalati nimetamine salatiks pastaga (muutes seega vaid sõnade järjekorda) paneb inimesi seda pidama pisut tervislikumaks. Kui lisada veel kirjeldavaid elemente, näiteks kui restoranipidaja kirjeldab rooga „Napoli pasta krõmpsuva värskel mahesalatiga“, saab roog tõenäoliselt rohkem positiivseid kommentaare.<sup>23</sup>

Ootuspärasus on sama tähtis ka supermarketis. Miks muidu on need hakanud toidupakendite etikettidel kasutama välja mõeldud farmide nimesid?<sup>24</sup> Pean silmas selliseid nimesid nagu Rosedene ja Nightingale\*, mis võivad küll silme ette manada pilte maalähedasest idüllist, aga tegelikult pole seda olemas. Miks mõned supermarketid seda siis teevad? Selgub, et me maksame täpselt sama toidu, näiteks einevõileiva eest rohkem, kui juustu selle vahel on väidetavalt tootnud Cumbria Duxfieldi talunik John Biggs. Loomulikult ei ole teil ega minul aimugi, kuidas selle taluniku juust maitseb, sest ma mõtlesin ta

\* Eestis näiteks Kodukoha, Farmi jt. (Tõlkija märkus.)