



Premislek o slovenski hrani

Zjutraj me je zagrabila »ta sladka«, kar se na srečo poredko zgodi. Ob postavljanju šest metrov visoke instalacije o otroških beguncih sem najbrž pod stresom in mi zadišijo prigrizki, ki se jih sicer ne dotaknem. Zjutraj sem krepko načela škatlo dateljnov in ugotovila, da so iz Irana, kar je znak za konec embarga, odkar so Iranci pristali na omejitve svojega nuklearnega programa.

Zvečer so se mi spet pocedile sline, in ker v moji kuhinji razen medu (starejšega datuma) ni nič sladkega, sem prečesala zamrzovalnik za zadnje ostanke zamrznjenih kakijev. Recept moje soimenjakinje Jane je preprost. Meso zrelih kakijevih plodov loči od lupine in odstrani peško, ga pretlači z vilicami (mogoče je to moja tehnična nadgradnja), zamrzne in potem po potrebi odmrzuje. To je imenitna sladica brez konzervansov in dodanega sladkorja, po okusu je pa kot sladoled. Takega ne dobite v supermarketu.

Me čudi, da se nihče v Sloveniji ne loti industrijske predelave kakijev. Sem kaj prezrla? Ljubiteljski proizvajalci sicer prihajajo z recepti, kot so kakijev čips ali rezine suhega kakija, včasih lonček kakijeve marmelade. To so odlični izdelki, odsev sezonske lokalne ponudbe, jih pa moram prav iskati. Se ne bi našla kakšna podjetnica z večjimi ambicijami?

Že leta razlagam sosedom na slovenski obali, naj začnejo delati kakijev kulfi, kar se mi zdi tržna niša. Kulfi je tradicionalen posladek v londonskih indijskih restavracijah, sladoled iz kondenziranega mleka in indijskih dišavnih. Strežejo ga v porcijah konične oblike. Najpogostejši okus sta mango in pistacija, je pa kaki (angl. sharon fruit ali persimmon) dovolj eksotičen, da bi lahko postal slovenska butična uspešnica.

Pa tudi kaj drugega iz slovenske kulinarčne ponudbe. »Neobičajna« hrana je eden najbolj konjunktornih izdelkov na britanskem trgu, resnična protiutež množičnim verigam supermarketov in diskontnikov. Ekskluzivne londonske restavracije tekmujejo s ponudbo, ki je drugi nimajo. Tako naj bi bil v Richmondu gastropub, kjer s ponosom točijo slovensko pivo. Gledano iz londonske perspektive je hrana ena tistih primerjalnih prednosti, pri kateri Slovenija nima tekmecev. Je pa tudi recept za prepoznavnost.

Uspešnica butične slovenske kulinarike bi lahko bili tudi mlečni izdelki. Obisk iz Francije, ki se je dobro poučil o tem, kaj naj prinese iz Slovenije, je iskal mohant, avtohtoni bohinjski planšarski izdelek. Težko se ga dobi. Bohinjci ga ne prodajajo, »ker ni povpraševanja«. Kako naj ljudje povprašujejo, če ga skrijete in se sploh ne ve zanj? In če že, prodajate le tistega v najbolj blede različici, ne gurmansko uležanega.

Slovenija ima možnosti za kulinarčni prodor. Butična ponudba je idealna za kmetijske zadruge, zahteva pa premišljeno gradnjo imidža in solidarnost. Tako je Arla Foods, največja skandinavska kmetijska zadruga s sedežem v Danskem, pred kratkim v »boljše« verige britanskih supermarketov dala skyr, islandski tip jogurta, ki ima v nekaterih krogih kulturni status. Nalepka poudarja, da je »preprosto naravni«, brez maščobe, z manj sladkorja (nisem vedela, da je v mleku naravni sladkor) in z veliko proteina.

Kakovost slovenske hrane ni sporna, problem bo slovenska poslovna šlamparija. Pa tudi sistem, ki dopusti škandal, kakršen je bil tisti z zastrupljenim medom. Pozor! Britanci se še danes izogibajo avstrijskemu vinu, ker so pred leti lumpi vanj dodajali antifriz.

JANA VALENCIČ

Kako so oblečeni naši in tuji politiki, kakšno podobo nam vsak dan ponujajo televiziji, kaj nam oboji z oblačili sporočajo in zakaj bi bilo to sploh pomembno? Kakšen odnos imajo pri nas do oblačenja moški in ženske na ulicah in v uradih?

K svetovalki za oblačenje Lei Pisani hodijo po nasvete predvsem poslovneži, zadnje čase pa tudi drugi, ki jim ni vseeno za njihov videz.

Tekst: STANE MAŽGON, foto: IZTOK DIMC

Pred kratkim je Lea Pisani izdala svojo drugo knjigo Ravni oblačenja (dress code) o pravilih oblačenja za vse priložnosti. Z njo si lahko pomaga vsak, ki želi vedeti, kaj je treba upoštevati pri izbiri oblačil za vsako priložnost, od svečanih dogodkov, ki zahtevajo stroga merila, do sproščenih srečanj, ki imajo prav tako svoje zakonitosti.

Vse se začne s frakom za moške. Ne zato, ker bi pogosto hodili h kraljici na sprejem ali dobili Nobelovo nagrado in bi se morali obleči v frak, temveč zato, ker je prav, da poznamo zakonitosti oblačenja, pojasni Pisanijeva. »Ljudje pogosto mislijo, da 'dress code' ni zanje, a jim skušam razložiti, da vanj sodi tudi športna obleka.« Presenetljivo so v vsakem poglavju najprej opisane moške obleke. Mar niso ženske veliko bolj v ospredju, kadar gre za modo? »Namenoma sem poglavja razvrstila tako, saj moški oziroma njegova obleka določa ravni oblačenja. Poglavju o fraku pri moških sledi poglavje Frak pri ženskah. Kadar imamo torej predviden 'dress code', imamo v mislih moško obleko. Izrazi govorijo o moški obleki, tako je potekal razvoj oblačilne kulture.«

Moda je demokratična. To je še ena ugotovitev iz uvoda knjige. »Moda je odraz časa, naroda, socializiranega človeka in kulture. Res lahko rečemo, da živimo v demokraciji, saj zdaj lahko nosimo vse barve, včasih pa ni bilo tako. Dober odraz časa je še dolžina krila. Ženske še niti sto let ne nosimo kratkega krila,



prej smo si morale pokriti noge. Šele z razcvetom družbe se je začelo krilo krajšati, in s krizo se je spet daljšalo.« No, moda je postala demokratična tudi zato, ker smo vsi oblečeni podobno. Na zgodovinskih fotografijah so revni in bogati oblečeni zelo različno, danes pa ima maturantka lahko obleko skoraj kot princesa. Naj živi vsaj demokracija te vrste!

Preživeli smo uravnilovko v oblačenju. Pogledi na pravila oblačenja so se tudi v bližnji zgo-

NAŠ VIDE NESRAM

dovini večkrat spreminjali, pojasni Pisanijeva. »V prejšnjem sistemu lepo oblačenje ni bilo zaželeno. Bili smo bliže uniformiranosti kot bogati kulturi oblačenja. Lepa oblačila so bila skoraj neprimerna za lojalnega državljana, ki ni želel izstopati in delovati meščansko. Šlo je za nekakšno uravnilovko v

podobi, tudi zato, ker ni bilo bogate ponudbe na tržišču.«

Marsikje imajo z javno podobo, vsaj zdi se tako, še vedno težave. Kaj bi na primer lahko rekli o podobi nastopajočih na nacionalni televiziji? »Stanje je res odraz pomanjkanja denarja. Voditelji in voditelji bi morali imeti ustrezno podporo v strokovnjakih, imeti bi morali sponzorje in blagovne znamke, ki bi jih oblačile. A ker tega zagotovo nimajo, jih tudi ne želim kritizirati.«

Večkrat se omenja, da imajo na televiziji velik »fundus«, a ta je še najbolj podoben muzejski zbirki. »Ko nekomu damo priložnost, da nastopi na televiziji, je treba nujno upoštevati tudi njegov videz. Če pomislim le na nekatere športne novinarje ... Verjamem, da so veliki poznavalci športa, a hkrati javnosti sugerirajo slog oblačenja.

Njihova oblačila bi morala biti prijetna, ne pa da trpimo, kadar jih gledamo.«

Še bolj kot oblačila so najbrž neustrezni njihovi šefi, ki podcenjujejo zakonitosti televizijskega medija. »Razumem, kakšne so razmere, a na televiziji bi pač morali biti zelo dobro oblečeni ljudje. Razlika je opazna, če primerjamo, kako se videzu posvečajo na tujih in komercialnih televizijah.«

Poslanci in politiki. Nič bolje nam v očeh strokovnjakinje ne gre s politiki. »Pogosto omenim, da bi morali vsi, ki se ukvarjajo z javnim nastopanjem, skozi osnovno izobraževanje. Ne gre za prestiž, kot bi kdo želel razumeti, zato se ne prijavljajo na delavnice. Pomagati bi jim morali individualno.« Ponudbo za nakup nove knjige o ravnem oblačenju je Pisanijeva po-

slala vsem poslanskim skupinam. Število naročil: nič. Protokol bi poslanec in politikom zagotovo lahko ponudil pomoč, tudi ko gre za videz v javnosti, a ga uporabijo le ob pomembnih protokolarnih dogodkih s predpisanim slogom oblačenja.

»Le zakaj tisti, ki nas predstavljajo, ne opravijo tečaja, ki se zahteva tako rekoč od vsake tajnice?« se sprašuje Pisanijeva in dodaja: »Zelo je zanimivo, da so naši predstavniki nenadoma videti bolje, ko pridejo v Bruselj. Kar naenkrat imajo obleko prave velikosti, ustrezen okvir očal, pravilnejšo držo. Še njihova retorika se izboljša, delujejo samozavestneje. Verjetno imajo več denarja, poleg tega pa pridejo v bolj kultiviran svet in so bolj motivirani za urejen videz. Ugotovijo, da je vtis zelo pomemben.« ▶

Ženske so se zelo sprostile glede sloga oblačenja

»Tudi če napišem kodeks oblačenja za podjetja, ga moram napisati zaradi žensk,« pravi Pisanijeva. »Nekdanji način oblačenja je minil. V prejšnjem obdobju smo bili oblečeni bolj ali manj formalno: moški so nosili obleke, ženske pa kostime, ki jih danes pravzaprav ni mogoče več kupiti. Vsi smo oblečeni bolj sproščeno. Moški so se zataknili v previsoki ravni oblačenja in so prepogosto v oblekah. Večkrat vidim poslovneže v črni obleki in beli srajci čez dan, kar je primerno le za svečane priložnosti. Ženske pa so preveč sprostile svoj slog in izgubile občutek za pravo mero. S svojo obleko lahko delujejo izzivalno, ne da bi se tega zavedale. Morda je to le izraz potrebe po ženstvenosti, a tudi za sproščen slog je treba imeti veliko znanja, usklajevati oblačila in barve.«

Lea Pisani, svetovalka za kulturo oblačenja

»Neki računalničar mi je zaupal, da ni mogel skoncentrirano delati ob pogledu na tajnico v izzivalnih oblačilih. Podobno oblečeno mlajšo žensko sem na svoje veliko začudenje srečala tudi v parlamentu.« ◀

NEZ IMA NO VELIKO MOČ!

► **Premalo ženstvena Angela Merkel.** Na spletu krožijo precej simpatične fotografije Angele Merkel, ki ima tako rekoč isti kroj blazerja v vseh barvah. Pisanijeva ugotavlja, da je takšen slog oblačanja tudi izraz osebne zgodovine Merklove. »Odraščala je kot pastorstjeva hčerka v takratni Vzhodni Nemčiji. Skromnost je pri njih velika vrednota, takšna je tudi njena javna podoba. Glede tega jo spoštujem. Še vedno deluje kredibilno, profesionalno in zaupanja vredno. Verjetno pa je tudi res, da si ni vseč, da svojo postavo nekoliko skriva in se ni povsem sprijaznila z njo. Čeprav je vizionarska in sposobna, se sama sebi še ni posvetila. Videti je, kot da je nič v njeni ženstvenosti ne razveseli in je tudi ne poudarja. Če bi bila v takšni vlogi, bi ji to vsekakor svetovala, a bi najbrž to zdaj že težko sprejela. Morda bi se našel tudi zanjo kak dodatek, ura, nakit ali zanimivi čevlji, ki bi prispeval k bolj ženstvenemu videzu.«

Od svojih strank se vedno veliko naučim

Lea Pisani se pri svojem delu ukvarja s celotno podobo oblačil v podjetjih, pisanjem kodeksov oblačenja, oblikovanjem uniform in z individualnim svetovanjem. »Posameznikov, ki me poiščejo, ni zelo veliko, a vseeno jih je več kot nekoč. Na začetku so bili to izobraženi in dobro stoječi ljudje, ki so delali v tujini, zdaj pa prihajajo tudi običajni ljudje, včasih tudi študentka ali gospa, ki dela na kmetiji. Zagotovo jim prihranim veliko dela in denarja, če jim pomagam pri nakupih. Analiziramo slog, barve, obliko telesa in obraza, predvsem pa se veliko pogovarjamo. Zanima me način življenja in dela, kako nekdo preživi dan, in zelo rada povežem osebne lastnosti s podobo. To je ključno: kaj želite s svojo podobo sporočiti svetu. Vedno spoštujem osebni slog in se od strank tudi veliko naučim. Spodbujam jih, da imajo svoj občutek, da jih moda ne obremenjuje, pomembno pa je, da je njihov slog sodoben. Z enim od ministrov se nisva mogla sporazumeti, kaj je kakovostna obleka. Nikakor ni razumel, da je zanj obleka neke vrste uniforma. V njih javne osebe delujejo zanesljivo, zaupanja vredno. Obleka je tudi preprosta, saj z njo ni treba vsako jutro razmišljati o kombiniranju. Pri nas pa se je zelo razširila želja po eksperimentiranju, po tem, 'da bi bili malo drugačni'.«

Clintonova – s hlačami v politični svet. Še ena ženska s politično kariero v svetovnem merilu: Hillary Clinton. Pred njo je

po napovedih še dolga kariera. Bi lahko z videzom kaj dodala k volilnemu rezultatu? Si lahko privoščiš sproščenost v oblačenju ali je bolje, da tudi z obleko izraža resnost in strogost? »Prepričana sem, da ne bo veliko spremenila dosedanjega sloga. K tej funkciji pač sodijo enobarvna oblačila. Clintonova je bila prva ženska, ki je v visok politični svet prinesla hlače še kot prva dama pred več kot dvajsetimi leti. Na visok sprejem je prišla v hlačah, zunaj ustaljenih pravil za takšne prilo-

je o tem veliko pisalo in je morda pridobila nekaj popularnosti. Iz te izkušnje še vidimo, kako pomemben je v resnici videz. Nesramno pomemben! Ima nesramno moč! Zagotovo je pomembno, kar ste, kar znate, kako komunicirate, izobrazba, značaj, sposobnosti, vendar je človek postal zelo izurjeno vizualno bitje. Poglejte, koliko podob je okoli nas, in te nas urijo v tem, da povežemo podobe z vsebino.«

Strog pogled na urejene moške.

Še enkrat se vrnimo k razliki med moškimi in ženskami. Kako okolje sprejema moške in ženske, ki želijo z videzom pokazati svoj status? »Ženske, ki se zelo posveti svoji podobi, ne obsojamo tako kot moškega,« pravi Pisanijeva. Podobno velja za ličenje. Pisanijeva opiše zanimivost iz ZDA. »Tam so naredili raziskavo, s katero so želeli potrditi, ali zelo naličene ženske dajejo vtis, da zaslужijo več. Dobili so potrditev. Tudi delodajalcem se zdi, da naličena ženska dviguje ugled podjetja in kaže, da ima dovolj energije zase, deluje bolj zanesljivo in delavno. Zato ženske spodbujam, da se naličijo. Ličenje večkrat primerjam z moškimi čevlji z vezalkami. Moški, ki ima zjutraj dovolj energije, da se skloni in si zaveže čevlje, ter ima zvečer še toliko energije, da se skloni in jih sezu-

je, daje vtis, da je dober delavec, kar koli že dela. Gre za urejenost. Enako je pri ženskah: če imaš dovolj energije za svojo urejenost, jo imaš verjetno tudi za delo, ki ga opravljaš.«

Vsekakor pa drži, da imamo danes vsi možnost, da govorimo s svojo podobo.

»Naš cilj ne sme

biti, da smo malo drugačni, temveč da imamo svoj slog, kdo sem jaz, kakšna je moja naravna izbira barv ali postava in kaj želim sporočiti s svojim videzom.« ■

Modni nasvet

Zadnja leta je spet v modi modra barva. Pred njo je dolgo kraljevala siva. Modre barve med oblačili skoraj ni bilo opaziti, ker je bila videti preveč navadna, miroljubna. Dejstvo pa je, da z modro obleko nikoli ne narediš napake, kar še posebej velja za moško obleko.

žnosti, hlače pa je zdaj 'uzakonila' še Merklova.« Clintonova je oblačena podobno kot Merklova, a lahko bi bilo tudi drugače. Za primerjavo lahko vzamemo nekdanjo ameriško državno sekretarico Madeleine Albright, ki je kljub svoji politični funkciji ohranila ženstvenost v oblačenju.

Nepozabni leopardji vzorec. Spomnimo se še krila Alenke Bratušek z vzorcem, ki je spominjal na kožo leoparda. V njem se je pojavila na visokem državnem obisku in povzročila pravi vihar komentarjev. »Razmišljala je po svoje in najbrž želela biti zanimiva. Vzorec krila res ni bil primeren, a po drugi strani se

