

dolgozott, majd 1858-ban létrehozta saját női szabóságát. Ő volt az első, aki nevet szerzett magának a divat terén. Ő teremtette meg a kollekciók létrehozásának és bemutatásának gyakorlatát, mellesleg ő alkalmazott elsőként fiatal lányokat modellként, és ő te-

remtette meg azt a gyakorlatot, hogy ruhákat tervez, amelyeket a francia ruhagyárakban lemásolnak és az egész világon árusítanak. Worth a párizsi divat diktátorává emelkedett. Különösen kiemelték a nevét a fényűző krinolinos ruhatervei, amelyek a Máso-

dik Császárság eleganciáját sugározták, valamint az az újítása, hogy bevezette a turnúrt, ami a hetvenes és nyolcvanas évek női divatjának elmaradhatatlan részévé vált.

Osman Péter

MARK HARVEY, STEVE QUILLEY & HUW BEYNON

Exploring the Tomato (A paradicsom feltárása)

*Transformations of Nature, Society and
Economy*

*(A természet, a társadalom és a gazdaság
átalakításai)*

Edward Elgar, 2002

Gömbölyű vagy hosszúkas, apró vagy óriás, vörös, sárgás vagy zöld, édes vagy savanyú, eszik és isszák, és a mai civilizációnk fejlődéstörténetének egyik kiváló tükré? Mi az? A paradicsom.

A rácsodálkozások könyve: átfogó történetírás, elemzés és értékelés egy hajdan obskúrus, egzotikus növény világhódító útjáról, a fejlődés és fejlesztések útjairól és módjairól, amelyek révén a mai kimagasló gazdasági jelentőségét elér-

te. Modern világunk, fogyasztói társadalmunk gazdaság- és kultúrtörténete e növény karrierjének tükrében, az Edward Elgar könyveinél megszokott kitűnő előadásmódban és magas szakmai színvonalon. A fűlszöveg szavával: tanulmány a jelenkori kapitalizmusról e zöldségféle kapcsán. A paradicsom sokszínű világában a kapitalizmus sokféleségét tapasztalhatjuk meg.

A paradicsom, mindennapos étkeink egyikeként, olyannyira ma-

gától értetődő része az életünknek, hogy fel sem ötlük bennünk, milyen hosszú út vezetett el idáig, milyen sok és sokféle innovációs és marketing munka eredményeként létezik ma ez a sokarcú, szerteágazó zöldség- és termékcsalád, és hódította meg gyakorlatilag az egész világot. A maják, aztékok és dél-amerikai elődeik hajdani növényét előbb a lassú, spontán európai elterjedés, majd a nagyon is tudatos, iparosított

előállítás, feldolgozás és terjesztés a világ számos nemzeti konyhaművészetének nélkülözhetetlen részévé tette. A paradicsom termesztésére, feldolgozására, a belőle készülő termékek értékesítésére, és mindezek újabb és újabb továbbfejlesztésére épülő gazdasági tevékenységek ma világszerte nagyon sok embernek adnak munkát és megélhetést – tehát kétség sem férhet ahhoz, hogy a növény a globális gazdaság számottevő tényezőjévé vált. Megkockáztatjuk még annak kijelentését is, hogy mai életünk legalább két fontos jelenségének is szimbóluma. Teljesítménykényszeres, rohanó világunk egyik jellemzője – kórtünete – a gyorsétkezés, amely emellett tekintélyes szerepet játszik az ifjúság jelentős részének szocializációjában is. Az ezt szolgáló termékek legalább két meghatározó vonalának nélkülözhetetlen része a paradicsom, a belőle készült öntet, mártás, feltét. Másrészt, a mai fogyasztói társadalom jellemző vonása az üdítőitalok kiemelkedő szerepe az árukínálatban és a fogyasztásban. Ezek választékának folyamatos bővülésében egyaránt tetten érhető a kereslet ébrentartását, valamint az új kereslet ébresztését szolgáló termékváltás, és úgyszintén a marketingnek ama klasszikus eszköze, amely addig nem létező kereslet felkeltéséből és kielégítéséből áll. Naponta látjuk azt is, hogy a reklámpar, szintúgy a kereslet felkeltése érdekében, némi termékek, köztük üdítőitalok fogyasztását, bizonyos vonzónak beállított szerepmoделlekkel, illetve életmóddal, életfelfogással való azonosulás eszközeként propagálja. Amire mindezzel célunk az a paradicsom részaránya, pontosabban annak méltánytalanul ala-

csony volta az üdítőitalok kínálatában. Ez a zöldségféle nagyon sok élettanilag hasznos anyagot, természetes táplálék-kiegészítőt tartalmaz, fogyasztása tehát kifejezetten előnyös a szervezetünk számára. Ugyanez nem feltétlenül mondható el bizonyos, más anyagokból előállított üdítőitalokról, amelyek ennek ellenére mind a kínálatnak, mind a fogyasztásnak a paradicsom alapúakénál lényegesen nagyobb hányadát adják. Látjuk azt is, hogy az előbbieket sok-

szakkönyv lenne. Részletesen bemutatják azonban azt is, hogyan hatott vissza mindez magára az emberre és a társadalmára, hogyan fejlődtek ezek a fejlesztéssel. Ezzel már társadalomtörténeté is válik, a legújabb kori fejlemények ismertetésével pedig marketing-szakkönyvnek is igen érdekes.

A könyv a paradicsom pályafutásának dél- és közép-amerikai kezdeteitől kiindulva – ahol még apró, sárga vagy zöld, savanyú termény volt – elének tárja, hogyan

„Teljesítménykényszeres, rohanó világunk egyik jellemzője – kórtünete – a gyorsétkezés, amely emellett tekintélyes szerepet játszik az ifjúság jelentős részének szocializációjában is. Az ezt szolgáló termékek legalább két meghatározó vonalának nélkülözhetetlen része a paradicsom, a belőle készült öntet, mártás, feltét.”

kal több reklám és egyéb marketingeszköz támogatja. Miért szorul e téren így ki a paradicsom? A feltehetően helyes válasz viszonylag könnyen megadható, itt azonban elég annak megállapítása, hogy a kizsorulás minden bizonnyal körünk egyik kórtünete, annak markáns jele, hogy mi, fogyasztók, kevésbé vagyunk bölcsek, viszont sokkal befolyásolhatóbbak a keltetésénél.

A szerzők művüket azzal a megállapítással indítják, hogy a paradicsom immáron hétezer éve szimbiózisban él, fejlődik az emberrel. A növény szempontjából ez könnyen értelmezhető: az ember hajdan domesztikálta, azóta pedig termeszt, fokozatosan fejleszt, alakítja, új és új, eltérő sajátosságokkal bíró változatait, valamint felhasználási módjait hozza létre. Ha csak erről szólnának, művük természettudományos, esetleg növény-, illetve élelmiszeripari

vált az táplálékká, hogyan került át az újkor elején Európába, és lett ott kezdeti egzotikumából, afro-diziákumra hajazó gyümölcskülönlegességből előbb lassanként, majd gyorsuló ütemben népelelemmé, és ebben a minőségében gazdasági erőforrássá. Meglepő olvasnunk, hogy Európában évszázadokig csak főzéshez használták, nyersen nem ették, e mögött pedig az állt, hogy nem tudták eldönteni, vajon gyümölcs-e vagy zöldség. A XIX. századi Amerikában a paradicsom erőteljes gyógyhatását vélték felfedezni, és ennek nyomán indult a propagálását szolgáló első nagy kampány, majd nőtt ki a sajtóban megjelenő írásokból és hirdetésekben a paradicsom-tabletta háború. Jóllehet ez a piac hamar összeomlott, a történetek nagyban hozzájárultak a paradicsom közismertté válásához, és a fogyasztásával kapcsolatos aggodalmak el-

osztatásához. Termelése és fogyasztása az USA-ban a XIX. sz. közepén megnégyszereződött, és e termény mélyen beépült az USA étkezési kultúrájába. A XIX. sz. végére az előre gyártott paradicsomból készült félkész- és késztermékek, levesek, mártások, pürék, konzervek stb. valamennyi társadalmi réteg fogyasztásának szokásos részévé váltak. Amerika természetesen ebben is megmu-

jévé vált. Közgazdasági ínyencségekről is olvashatunk itt, például arról, hogyan vitte le az ehhez szükséges üveg árát az előbbinek töredékére, és adott ezzel nagy lökést az iparágak az üvegre kivetett adó eltörlése 1845-ben. Ugyancsak a britek fiskális politikájához tartozó érdekesség, hogy egy 1896-os törvénnyel a „kerti” – üvegházi – növénytermesztést kizárták a mezőgazdaságnak nyúj-

„A fejlődés és fejlesztés egy másik vonalaként láthatjuk, hogyan hozták létre Nagy-Britanniában a friss gyümölcsök és zöldségek iránti igények hatására az azok termesztését szolgáló üvegházak iparágát, amely természetesen a paradicsomnak is fontos termelőjévé vált.”

tatta erős képességét a gazdasági és technológiai fejlődésre: a kezdeti, munkaerő-igényes kézi feldolgozás és konzervipar helyét gyorsan átvette a nagyipari termelés, az így kialakult konzervipari cégek pedig felépítették a beszállítói háttérüket. A létrejött konzerv nagyipar emellett a növénynevelésre is visszahatott, és ennek következményeként az utóbbi elkezdte az adott felhasználásnak leginkább megfelelő változatok kitenyésztését. Az USA vasúthálózata, valamint a fejlett tengeri áruszállítás azt is lehetővé tette – az infrastruktúra és a piacépítés összefüggésének kitűnő példaként –, hogy a brit piacot is nagyrészt Amerikából lássák el paradicsom termékekkel.

A fejlődés és fejlesztés egy másik vonalaként láthatjuk, hogyan hozták létre Nagy-Britanniában a friss gyümölcsök és zöldségek iránti igények hatására az azok termesztését szolgáló üvegházak iparágát, amely természetesen a paradicsomnak is fontos termelő-

tott adókedvezményből, mivel az alkalmazott modern technológiai eszközök okán a mezőgazdaságba nem tartozónak ítélték.

Felívelés és összeomlás: egy fejezetet kitevő részletes beszámoló mutatja be a Guernsey-szigeti üvegházi paradicsomtermelés felfutását, majd hanyatlását. A történet nagyrészt termelés- és értékesítés-szervezésről szól, a hanyatlás okainak háttérében pedig lám megjelenik egyebek közt négy ismert tényező: az energiaárak robbanása, a külföldről jövő erőteljes kínálat hatása, a modern, ám a kis családi cégek számára megfizethetetlen technológiák előretörése és ezzel a hagyományos termelés ellehetetlenülése, valamint a szupermarketek üzletpolitikája.

Mindez eddig a paradicsom-eposz viszonylag kicsiny, bár kétségkívül fontos része. A szerzők emellett bemutatják, hogyan fejlődtek, nőttek fel a paradicsom-alapú tevékenységek, azok technológiái, az alkalmazott üzem-

és kereskedelemszervezési struktúrái, valamint logisztikai rendszerei a XX. század gyorsuló fejlődésével, hogyan formálták mindezt a termelők és a kereskedők közötti erőviszonyok változásai a piacon. Mindeközben magának e zöldségnek a termelésében is a termék- és a termelésfejlesztés egészen kiemelkedő teljesítményei jelentek meg. A tények olykor a tudományos-fantasztikus történetek világát idézik, ezek azonban valószínűs üzemi megoldásokat mutatnak be. Az pedig már ismét korunk sajátos visszasságairól szól, hogy a piachódítás érdekében létrehozott változatokat sokkal inkább a megjelenésük, mintsem a valószínűs táplálkozás-életlani értékük tette sikeresé a piacon. A történetben természetesen megjelenik korunk egyik különösen nagyjelentőségű kérdése, a génmanipuláció alkalmazása. Tudjuk, ma még senki sem bízik igazán ezekben a technológiákban, hiszen mai eszközeinkkel nem vagyunk képesek előre felmérni az alkalmazásuk minden lehetséges hatását és mellékhatását, másrészt pedig olyan történeti tényanyaggal sem rendelkezünk, amely már megbízhatóan megmutatná az esetleges kockázati tényezőket. Aligha kétséges ugyanakkor, hogy a gazdasági fejlődés előbb-utóbb bevonja a technológiai eszköztárába a géntechnológiákat is. És mindaz, amit a mai paradicsom-iparról itt megismerünk, meggyőzően bizonyítja, hogy a fejlesztés ebben továbbra is erőteljesen halad előre, e kedves növény és az ember „szimbiózis” – élve a szerzők szavával – tovább ível felfelé.

Osman Péter