



בירה והגשה של  
למי שמרמס מל  
אסור לעשן  
NO SMOKING  
ممنوع التدخين

# הפוליטיקה של הפיתה: רשת מזנון וההיגיון התרבותי של הקפיטליזם המאוחר\*

— גיא פרחי

ההיגיון התרבותי של תקופתנו מסמן מעבר לאופני צריכה חדשים של אוכל במרחב הציבורי; האוכל מרומם למעמד של אמנות, ואילו הארוחה נצרכת כספקטקל, כמכלול חווייתי שמטרתו להבקיע את אורחות היום־יום ולהקנות לארוחה משמעות עודפת. באמצעות ניתוח סימבולי ואתנוגרפי של חוויית הסעודה המוענקת על ידי מזנון, רשת אוכל הרחוב המצליחה בבעלות השף אייל שני והפרסומאי שחר סגל, המאמר מסביר כיצד הלוגיקה התרבותית הפוסט־תעשייתית החלה קונה את אחיזתה בעולם המסעדות והקולינריה הישראלי. המאמר דן בהשפעות של תהליך זה על מידת האוטונומיה של צרכני האוכל בזמננו, על מערכת היחסים המתוחה בין שיח האוכל לשיח האמנות ועל זהותו השברירית של המטבח הישראלי.

גיא פרחי, עיתונאי וחוקר תרבות וספרות, דוקטורנט בבית הספר למדעי התרבות, אוניברסיטת תל אביב, ומוסמך התוכנית ללימודי תרבות, האוניברסיטה העברית, ירושלים. במחקרו הוא מתמקד במופעים אלא־אנושיים בספרות צרפתית בת־זמננו. מסות וקטעי פרזזה פרי עטו פורסמו בכתבי העת הספרותיים הו! ומעין, וכתבות ורשימות עיתונאיות פורסמו במגזין התרבות *Time Out*.

---

\* כתיבת המאמר התאפשרה, בין היתר, בזכות תמיכתו של בית הספר למדעי התרבות באוניברסיטת תל אביב ובזכות דיונים מפריס עם חברי נדב נוימן.

יש וחשקה נפשה של פלוניית בפיתה. יגעה ורצוצה מיום העבודה היא משוטטת ברחוב תל אביבי עד שמפציע לקראתה תור ארוך, שמקורו בבית עסק המפיץ למרחוק מוזיקה ים-תיכונית. עובדי הדלפק מקבלים את פניה בעליזות, כאילו זה כבר נערכה ביניהם היכרות. במעמד ההזמנה היא תיזכר לבחור בין מנות המכוננות בשמות בלתי-אינפורמטיביים במפגיע כגון "לבן" (כרובית בפיתה) או "סיפוק עמוק לפנים" (נתחי בשר בקר בפיתה). מאתגר מכך, היא תתבקש להזדהות בשם שבו היא "תרצה שיקראו לה היום", הזרה מכוונת לשיטות ההזמנה המונהגות ברשתות בתי הקפה. כעבור כמה דקות יקראו בשמה ברמקול, ואפשר שעם מסירת המנה יוסיף אחד העובדים כבדרך אגב הערה מעצימה כגון "איזה כיף לפלונית!". על ספסל רחוב היא תאכל את המנה, מסופקת די הצורך, שכן במחיר ארוחת ערב רכשה לעצמה גם חוויה תרבותית שוות-ערך לביקור בסרט או בתערוכה.

ספרו המכונן של האנתרופולוג הצרפתי מארק אוז'ה (Augé) על אודות הלא-**מקומות** (Non-lieux) של העידן הסופר-מודרני נפתח גם הוא בתיאור של אדם התועה במרחב טיפוסי לתקופתו.<sup>1</sup> אוז'ה בוחר לפתוח ספר תיאורטי דחוס בתיאורו של אדם שנטמע במרחב המנוכר של שדה תעופה בראשית שנות התשעים, השופע פרסומות למוטגי יוקרה ודל בכינון אפשרויות להתהוותם של קשרי אנוש הטעונים בקוד ובמשמעות. במידה רבה, תמצית הספר מגולמת באותן פסקאות פרוזאיות, המגדירות את המרחבים האולטרה-מודרניים כמרחבים קפואים, אנונימיים ומשוללי היסטוריה.<sup>2</sup> על פי מחקרים עוקבים, מרחבים אלו קשורים לבלי התר גם לאופנים של צריכה. שדה התעופה, לדוגמה, מאפשר ליחיד או ליחידה להפיק משמעות מן ההשגיה המרחבית באמצעות מיני סחורות המקנות לשהייתם בשדה דימוי של "המתנה רונית עונג".<sup>3</sup>

אף שפעמים רבות התיאוריה מקבצת את שלהי המאה העשרים תחת אותה קטגוריה היסטורית המשמשת לתיאור העידן הנוכחי — כלומר, "הקפיטליזם המאוחר" — ניתן לעמוד על ההבדלים בין שתי חוויות הצריכה המתוארות לעיל. היכן שגיבורו של אוז'ה נתקל בקיפאון ובוואקום אנושי, מתקבלת פלונית במוזיקה קצבית ובחיוכים לבביים, ומכאן מומר גם המיתוג היוקרתי בארשת עממית. חשוב מכול, במקרה של פלונית, הצריכה אינה מכפרת על חוויה ריקה מקוד או ממשמעות, שהרי המרחב שאליו היא נכנסת כבר מקודד מראש. כך היא יכולה להפיק זיכור

1. Augé, Marc, *Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*, London and New York: Verso, 1995.

2. שם, עמ' 1-6.

3. Miles, Steven, *Spaces for Consumption*, SAGE Publications, 2010, p. 29.

אסתטי מפיתה טרייה במלית כבדי עוף וטחינה. דרך ניתוח סימבולי ואתנוגרפי של מזנון — רשת אוכל הרחוב המצליחה בבעלות השף אייל שני והפרסומאי שחר סגל, אנסה להגדיר את הגלגולים החדשים של ארוחות יום-יומיות. כפי שנראה, אפשר לנתח את הצלחת הרשת לאור תמורות הקשורות למעבר ללוגיקה תרבותית פוסט-תעשייתית וחדירתה לעולם המסעדות והקולינריה הישראלי. אראה את מזנון כמוטציה תרבותית; כלומר, כתוצר של אבולוציה בלתי נמנעת בתרבות הצריכה מערך פונקציונלי של מיתוג לערך של סימן חברתי, המגלמת את היומרה לצמצם את הניכור המזוהה עם הקפיטליזם התעשייתי ולשדך לפרקטיקת הצריכה ערך מוסף אמנותי. כל זאת, בלי להתעלם ממעמדו הייחודי של המזון כמצע שניתן לטעת בו משמעויות תרבותיות חדשות ושבאמצעותו ניתן לזקק תהליכים חברתיים ותרבותיים רחבי-היקף. תחילה אעסוק בהיבט המרחבי של חוויית הצריכה ברשת מזנון כחווייה שמסמנת מעבר מלא-מקום אנונימי להיפר-מקום, המקודד באורח עודף. לאחר מכן אעמוד על השימוש בעולם המושגים של האמנות והיצירה בשיח הקולינרי, כמגמה שמתבטאת בפרסונה הציבורית המשוכללת של השף אייל שני ובהבנת תהליך המיתוג של שחר סגל. לבסוף, אדון במנגנונים שמאפשרים לרשת למתג את עצמה כרשת מזרח-תיכונית במהותה ובתפקידם היחסי בהקניית זהות יציבה יש מאין למטבח הישראלי.

### מלא-מקום להיפר-מקום

בשלהי ינואר 2011 נחנך הסניף הראשון של מזנון ברחוב אבן גבירול בתל אביב. כבר עם פתיחתו נקשר הסניף עם אתיקה חדשה של צריכה: סגל, במאי פרסומות בכיר ואשף מיתוג, יצק לתוך הרשת את חזונו המנוסח בספרון שחולק לעובדים. בספרון נכתב:

שאיפתנו וכל הסיבה שלמענה אנו פועלים היא כדי לטעת באנשים תחושה של קסם. מסעדה היא תיאטרון שיש בו במה שמעניקה אשליה שמעצימה באמצעים כנים ואמיתיים את חוויית העונג של החיים ומעניקה להם קסם. קסם חייב במה: אל הבמה עולים וממנה יורדים. הבמה היא לא החיים. היא מגנה על עושה הקסם, הוא לא יכול למות כ... זה הקסם.<sup>4</sup>

4. פרחי, גיא. "עובדי המזנון של אייל שני חושפים את כל חוקי המקום". טיים אאוט תל אביב, 12.7.2017.

על פי שיחות שערכתי עם עובדי הרשת לצורך כתבה שפורסמה במגזין התל אביבי *Time Out*, נראה כי בהמשך לדימויים העולים מן הספרון מושרשת בקרב העובדים תפיסה שלפיה "המזנון הוא במה". בשיחות צוות, שבז'רגון הפנימי מכונות "שיחות קסם", המנהלים מפצרים בעובדים ליצור אינטראקציה פעילה עם הלקוחות, בהבנה שאין הם מציעים ללקוחותיהם רק "אוכל" או "שירות" כי אם "חוויה"<sup>5</sup>. בין היתר, החוויה מתבססת על הבניית מרחב חלופי למרחבים יום-יומיים המתאפיינים בזרות ובניכור. לדוגמה, במזנון יש להקפיד על שימוש בז'רגון ("להגיד 'פרח' למי שבא ומבקש 'כרובית'"), להתמסר לפרפורמנס מופגן של עליזות ("במוזיקה, בצעקות, בריקודים") ובמעמד ההזמנה להקפיד לשאול את הלקוחות "איך הייתם רוצים שנקרא לכם היום?", במקום להסתפק בשאלה השגורה "איך קוראים לכם?".<sup>6</sup> במילותיהם, העובדים נדרשים לעלות למשמרת כשחקנים שעולים על במה. המזנון תובע מעובדיו התנהלות מובהקת של פרפורמנס, הכרוכה גם במאמץ כן ליצור קשר חדש בין הלקוחות לנותני השירות. אחד העובדים סיפר כי "הגישה היא לזכור שמדובר ביחסים בין בני אדם לפני יחסים של נותן שירות ולקוח, ולקחת את זה לכיוון כזה, להבין שאתה חלק מחוויה של בן אדם. תמיד אנחנו מספרים ללקוחות מה שקורה בתקווה שהם יבינו, ולא בהכרח מנסים להתחנף אליהם".<sup>7</sup>

כניסה חטופה לאחד מסניפי הרשת תספיק כדי להבין את רוח הדברים. התפריט מנוסח ברישול על לוחות גיר ("בהתחלה אייל לא רצה שיהיו תפריטים, וכיוון לזה שכל ברמן יספר ללקוחות הכול על המנות").<sup>8</sup> אם יתושאל אחד העובדים בנוגע למרכיבי אחת המנות, תהיה התשובה מסורבלת, בלתי אינפורמטיבית ורוויה בדימויים אקסצנטריים ("שני רוצה שתעביר את המנה בדרך שלו בדרך מעניינת"). הפסקול לעולם לא יחרוג מן הקו הקצבי, הרועש והים-תיכוני ("אם אנחנו רוצים לנגן שיר שלא מופיע בפלייליסט הקבוע, חשוב שהוא יהיה בשפה של המזנון, וברור למה הכוונה"). בית העסק מתעל אפוא את כל הכלים העומדים לרשותו כדי להקנות ללקוחותיו חוויית סעודה שהמזון עצמו נכלל בה כחלק ממערכת שלמה של סימנים. ואילו המאמץ הסמיוטי של מזנון מזדקק לעיקרון מנחה אחד: הבניית מרחב המהווה הזרה לאורחות היום-יום ומחולל יחסים ייחודיים בין לקוחות לנותני שירות. תחת האתיקה הזאת הפכה מזנון לרשת מצליחה ללא עוררין. נכון לשנת

---

5. ש.ס.

6. ש.ס. כל הציטוטים המופיעים כאן בסוגריים הם ציטוטים ישירים של המרואיינים והמרואינות.

7. ש.ס.

8. ש.ס.

2019 היא מונה שלושה סניפים בתל אביב, שני סניפים בפריז, סניף בניו יורק, סניף במלבורן וסניף בווינה. אפשר אפוא לטעון, שמערכת הסימנים של הרשת מפצה על צורך בהול שמזמן הקפיטליזם המאוחר לצרכנים: פיצוי על השימון המנוכר שמאפיין את כל אותם מרחבי צריכה אטומים, קפואים ואל־אנושיים המתוארים במחקרו של אוֹז'ה.<sup>9</sup> מזנון ממירה אותם במרחב שמעודד אינטראקציה אנושית, כאשר על הקיפאון מפצה מופע מוגזם של חיות — מוזיקה קצבית, עליזות מופגנת וז'רגון יצירתי.

מערכת הסימנים של מזנון מקבילה למנגנונים שגורים המאפיינים את הקפיטליזם המאוחר כלוגיקה תרבותית, כפי שהם מונחים כבר בטקסט המכונן של פרדריק ג'יימסון (Jameson) על אודות הנושא.<sup>10</sup> הבולט שבהם הוא הפסטיש (Pastiche): במקרה זה, כינון מאולץ של עליזות עממית, טעונה בהתרפקות נוסטלגית על דימויים השאולים ממסעדות הפועלים של תקופת היישוב (כפי שעולה ביתר שאת משמה המתומצת של הרשת — מזנון — המנוכה אפילו מה"א הידיעה).<sup>11</sup> לצד זאת, בשאלת דימויים המתכתבים עם עולם האמנות, מזנון מתיישרת לפי ההיגיון התרבותי של הקפיטליזם המאוחר גם בערעור המחיצות בין תרבות נמוכה לגבוהה (על כך עוד יורחב להלן). לעת עתה, בהיבט המרחבי לכל הפחות, ניתן להגדיר את המרחב הצרכני המתהווה בסניפי הרשת כמרחב המסמן מעבר מלא־מקום להיפר־מקום. כלומר, מעבר ממרחב צרכני הדוחה קשר אנושי, בלתי מקודד וא־היסטורי, למרחב בעל קידוד עודף, המלהטט בדימויים היסטוריים על מנת ליצור תחושה של קרבה אנושית.

הגדרה זו מתכתבת במישרין עם המושג היפר־מציאות (Hyperréalité) שטבע ז'אן בודריאר (Baudrillard). לדבריו, היפר־מציאות משמשת להגדרת המציאות מרגע שבו קרסה ההבחנה בין המסמן למסומן.<sup>12</sup> מדובר בממשות עודפת מבחינה סימבולית, עד כדי כך שכולה מרודדת לממלכת המסמנים, והבחנות שגורות בין "אמיתית" ל"כוזב" או בין "ממשי" ל"מדומיין" נעשות מיותרות. על הציר ההיסטורי, המפנה הפוסט־מודרני הוא הרגע שבו לא ניתן עוד להבין את המציאות

9. על "הרוח החדשה של הקפיטליזם", המתאפיינת בצמצום הניכור על חשבון הגברת הניצול, ראו: Boltanski, Luc, and Eve Chiapello, "The New Spirit of Capitalism", *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 18:3-4 (2005): 161-188.

10. ראו: ג'יימסון, פרדריק, פוסטמודרניזם או ההיגיון התרבותי של הקפיטליזם המאוחר (תרגום: עדי גינצבורג־הירש), תל אביב: רסלינג, 2008.

11. כוונת המונח "פסטיש" כאן ליבוא מסמן ריק להקשר חדש, כהשאלה ללא עוגן היסטורי או ממשי.

12. בודריאר, ז'אן, סימולקרות וסימולציה (תרגום: אריאלה אזולאי), תל אביב: הקיבוץ המאוחד, 2007, עמ' 8.

שלא כהיפר-מציאות, ואת הממשות כפשוטה לא ניתן עוד להשיב אלא במהלך החובק-כול של סימולקריזציה:

במעבר למרחב, שהעקומה שלו אינה עוד זו של הממשי וגם לא של האמת, נפתח אפוא עידן הסימולציה בחיסול כל מושאי ההוראה – גרוע מכך: בתחייתם המלאכותית במערכות הסימנים, חומר גמיש יותר מן המובן, המציע את עצמו לכל מערכות שווי הערך, לכל הניגודים הבינאריים, לכל האלגברה הצירופית. שוב לא מדובר בחיקוי, בהכפלה, אפילו לא בפרודיה. מדובר בהמרה של הממשי בסימנים של הממשי.<sup>13</sup>

כך ניתן להסביר גם את המאמץ של קברניטי מזנון לבסס את מקומם על סמלים של ממשות אבודה. כאמור, שמה של הרשת הוא כשמה של מסעדת פועלים ותיקה, אף שהיא נפתחה ב־2011 על ידי שף ידוע ופרסומאי. נוסף על כך, הפסקול המהודק של המקום, המפריז בשירי זמרים פופולריים מסוגת הפופ הים-תיכוני כדוגמת עדן בן זקן ועומר אדם, מכונן פרפורמנס של ישראליות עממית. במקרה של מזנון, המסמן "מסעדת פועלים" נשען על לא-כולום. ככלות הכול, מדובר במסעדה מן העשור השני של המילניום, המאמצת, כדרכו של סדר הסימולקרות, את הערך החברתי והסמלי שנקשר בדימיון של מסעדות פועלים.

מנקודת מבטם של הצרכנים מדובר במפנה רווי סתירות. מחד גיסא, לא ניתן לבטל את החשיבות שבצמצום הניכור המזוהה עם חוויית הצריכה במרחב הלא-מקומי. מאידך גיסא, כל ניסיון להעלות מן האוב דימויים של מסעדות פועלים היסטוריות ייחשד בציניות מיתוגית. בעזרת ההגות של מישל דה סרטו (De-Certeau), כפי שהיא מתבטאת בספרו **המצאת היומיום**, אבקש לטעון כי המפנה ה**היפר-מקומי** בעייתי לאו דווקא מתוקף הסימולקריזציה גרידא, כי אם בעיקר מתוקף קידוד היתר הכרוך בה. כנגד הכוחות הפרשניים שעמדו לרשותם של הצרכנים בעידן ה**לא-מקומיים**, ה**היפר-מקום** מציע חוויית צריכה שכבר מסונפת אליה משמעות תרבותית או "אמנותית" שנוסחה על ידי בעלי אינטרס, ובעקבות היפוך לגוי זה הצרכנים והצרכניות נעשים סבילים וכנועים יותר.

הספר **המצאת היומיום** של דה סרטו הוא חיבור המתחקה אחר תחבולות שבאמצעותן בני התקופה המודרנית, בייחוד צרכנים וצרכניות, חותרים תחת האסטרטגיות הנכפות עליהם מצד קברניטי הסדר, הארגון והשליטה.<sup>14</sup> דה סרטו משיב

13. ש.ס.

14. דה סרטו, מישל, **המצאת היומיום**, [תרגום: אבנר להב], תל אביב: רסלינג, 2012. עמ' 107-109.

לצרכנים את כוחם בגזרות בלתי צפויות, דווקא במקומות שבהם נתפסו עד לתקופתנו כהמון שנחשף בבערותו: בסופרמרקט משופע בסחורות משועתקות, בהליכה יום-יומית בעיר או בניסוח ובקריאה של ספרי בישול. זאת מאחר שהסובייקטים המודרניים רשאים להקנות משמעויות לפרקטיקות יום-יומיות, "סיפורים" במילותיו, שלעולם יחרגו מן הכוונה או מן השימוש שיועד להם על ידי הכוחות הממסדיים והמארגנים.<sup>15</sup> השימוש הוא הכוח הטקטי של הצרכנים למול האסטרטגיה שמאפיינת את המרחבים ה"מובהקים" – כלומר, אלו אשר משמעותם מאורגנת וכמו מסבירה את עצמה.<sup>16</sup> בשימוש בעיר, תחת התכנון העירוני המרכזי, האנשים מנתבים את עצמם לשבילים ולסמטאות מקצרות דרך. את הסחורות במרכול הם צורכים לא בדיוק לשימוש שלשמו הן נועדו. לדברי דה סרטו, לוחמת הגרילה היום-יומית שכמו מתרחשת מאליה, היא היא שעומדת בבסיס הקיום המודרני.

לא בכדי מרבית המרחבים שדה סרטו מתייחס אליהם הם **לא-מקומיים** מן הסוג שהוגדר על ידי אוז'ה. דה סרטו אמנם מזהה עמם מידה של משמעות אנושית שאוז'ה נוטה לדחות, ואף על פי כן, דווקא מפעלי העובדים או המרכולים, **לא-מקומיים** מודרניים ללא כל ספק, הם אלו שמאפשרים את רקימתה של אותה משמעות טקטית.<sup>17</sup> כדי לאפשר לצרכנים להחיל את שימושיהם, כלומר, לקדד את פרקטיקות הצריכה והשימוש היום-יומיות, על המרחב להותיר מקום לקידוד, להיות דל במשמעות או חף מהיסטוריה במידה כלשהי. רוצה לומר, דווקא מפני שהמרכול המודרני אינו מקודד, שכן הוא אינו מרכול שכונתי בעל סיפור ואפיון קהילתי, ניתן לספר דבר-מה על אודותיו. המרחבים המודרניים המנוכרים, משוללי ההיסטוריה, הם הקרקע הפורייה למגוון שימושים.

בכך טמון המלכוד המגולם במרחב הצרכני של **ההיפר-מקום** ומתבטא ביתר שאת ברשת מזנון. המרחב **ההיפר-מקומי**, השואף להבחין את עצמו מן ה**לא-מקום**, עושה זאת דרך הקניה של משמעות עצמית עודפת, שבזמן מרפררת לריבוי מסומנים נעלמים. בהקשר של מזנון, הצורך לכנות מנה של בשר בפיתה "אינטימי" ולשוות לה את התיאור "מעברי בשר סודיים שרק ידיים מלאות ידע יודעות לראות [...] כשמזהיבים את מעברי הבשר הסודיים האלו ואז צולים לילה שלם עם שורשי אדמה נוצרת פיתה אינטימית", הוא מקרה מובהק של הקניית סיפור, אם כי מצידם של היצרנים. הסיפור, המקדד את הסחורה באורח עודף (עד כדי שיש בכך משהו

15. שם, עמ' 173-174.

16. שם, עמ' 201-202.

17. שם, עמ' 110.



פואטי), מוכרח לבוא על חשבון הסיפורים העממיים, הספונטניים והטקטיים שבהם טמון כוחם של הצרכנים המודרניים.

### דיוקן השף כאמן צעיר

הקשר ההדוק בין רשת מזנון ללוגיקה התרבותית של הקפיטליזם המאוחר חורג מהקשרים מרחביים בלבד. למעשה, מזנון משמש דוגמת מופת להתכת השיח האמנותי לשיח הקולינרי, הנושאת עמה משמעויות תרבותיות מסקרנות כשלעצמן. בשנים האחרונות חוקרים וחוקרות מדיסציפלינות מגוונות נדרשו לתפיחתו הממאירה של השיח.<sup>18</sup> מן המחקר מזדקקת הסכמה שלפיה מעמד השפים בתרבות העכשווית הוא תוצר של הפרטת סמכויות המאפיינת את המודרניות המאוחרת, שבמסגרתה נעשו שפים ושפיות לאוטוריטות שעומדות בשער הכניסה למעמד הבינוני ומסננות את הבאים באמצעות שיח של טעמים והעדפות.<sup>19</sup> לצד "מומחים ומומחיות" אחרים (מטפלים, יועצי סגנון חיים), השפים הופכים למתווכים האולטימטיביים בין היצרנים לצרכנים בעידן הפוסטמודרני.<sup>20</sup>

התופעה אינה זרה לישראלים, שהרי ערוצי הטלוויזיה משופעים בתכניות פריים-טיים קולינריות (מאסטר שף, משחקי השף) ובשפים בעלי נוכחות מוגברת באינטגרם (לשפים עומר מילר ואייל שני 114 אלף עוקבים ו-76 אלף עוקבים בהתאמה, בעת כתיבת המאמר). פני המותג מזנון הם פני השף-הידוען שני, המזוהה עם פרסונה טלוויזיונית משונה במפגיע. שני, יותר מכל שף-ידוען אחר בישראל, מאמץ לחלוטין את השיח הרומנטי של האמן המתמסר למושא יצירתו עד כדי טירוף. לענייננו כאן, המתמקד בדמותו של שני, אין די במסקנות סוציולוגיות המכלילות את השפים עם מומחים מתחומים אחרים. ראשית, עלינו להבין את השימוש הייחודי של שני בשיח האמן הרומנטי. שנית, כחלק מאסופה העוסקת במישרין במשמעות התרבותית של סעודות, ננסה להבין מה הופך את האוכל, כחומר גלם סמיוטי, למצע שעליו ניתן להחיל ביתר יעילות סימנים תרבותיים שמשכנם בממלכת האמנות והאסתטיקה. אמנם הקשר בין שיח האמן הרומנטי לבין השיח הקולינרי אינו קשר חדש.

18. Tominc, Ana, "Legitimising Amateur Celebrity Chefs' Advice and the Discursive Transformation of the Slovene National Culinary Identity", *European Journal of Cultural Studies* 17:3 (2014): 316-337; De Solier, Isabelle, *Food and the Self: Consumption, Production and Material Culture*, A&C Black, 2013.; Mentinis, Mihalis.

"Romanticised Chefs and the Psychopolitics of Gastroporn", *Culture & Psychology* 23:1 (2017): 128-143

Mentinis. "Romanticised Chefs", p. 129 .19

.20 ש.ט.



מזנון, מינוט סטייק, 2017.  
צילום: אנטולי מיכאלו

למעשה, כפי שמראה מיכאליס מנטיניס (Mentinis), המצאת המסעדה כ"מוסד" לצד הגדרת הקולינריה כסוגה אמנותית התאפשרה כבר על גלי התקופה הרומנטית באירופה (כלומר, במהלך המאה ה־18 המאוחרת וראשית המאה ה־19).<sup>21</sup> במסגרת החיפוש אחר חוויות אסתטיות החורגות מחוש הראייה גרידא, פרקטיקות הבישול, המייעדות את עצמן לחוש הטעם, החלו להיטען במשמעויות השאלות משיח האמנות.<sup>22</sup> תפנית נוספת התחוללה באסתטיזציה של הבישול בשנות השישים והשבעים של המאה העשרים בצרפת, עם התפתחות "המטבח החדש" (Nouvelle Cuisine), שבמסגרתו החלו שפים להיות גם בעלי מסעדות, והחתימה הקולינרית נעשתה מזוהה עם פרסונה ייחודית ולא דווקא עם מוסד כללי כמסעדה.<sup>23</sup> ואכן, בתרבות העכשווית חולקים השפים תכונה מהותית עם האמנים הרומנטיים, או לפחות עם התדמית שנרשמה להם בזיכרון התרבותי. לעומת תקופת

21. שם, עמ' 131.

22. שם.

23. שם, עמ' 131-132.

הרומנטיקה, שבה הייתה האמנות כלי לביטוי עצמי של נפש חד־פעמית הנוגעת ב"גאונות", בימינו הקולינריה היא זו שמשמשת כביטוי המיידי והבלתי מתווך של הנפש.<sup>24</sup> כמו כן, על פי ההשקפה הרומנטית, האסתטיזציה של מלאכת הבישול טומנת בחובה גם את המיסטיפיקציה של מלאכות יד יום־יומיות.<sup>25</sup> לשפים ניתנת סמכות אסתטית כאשר הם מקנים לעגבנייה ערך מיסטי שנסתר מעין הבריות, אף שעגבניות נמצאות סביבן תדיר. כמובן, לכך מתווספת גם המהפכה הפסיכואנליטית, שהורשה בתרבותנו די הצורך ונקשרה זה כבר במערכות השיח של הקפיטליזם המאוחר.<sup>26</sup> כלומר, הביטוי העצמי הקולינרי טעון גם במידה של פסיכולוגיזם, המניח כי על הצלחת ניתן לאתר פתולוגיות נפשיות או טראומות מן העבר. כאמור, שני מתכתב עם הדימויים האלה במומחיות רבה. לדוגמה, באחד מפרקי העונה החמישית של **מאסטר שף** הוטלה על המתמודדים המשימה "להיות אייל שני". כמתבקש, נפתחה המשימה במונולוג של השף:

חברים יקרים, לצורך המשימה הבאה, אני רציתי לקחת אתכם אל תוך עצמי. אני רוצה לקחת אתכם למקום שמהרגע שנגעתי בו חיי השתנו והפכו לאין־סופיים. חיים שלמים הייתי צריך לתמצת לקו אחד שיוצר את הפיתה המושלמת. היא עושה משהו ששום דבר באוכל לא יודע לעשות – והוא להמשיך את הרצון שלנו, את הכמיהה שלנו ואת היצירה שלנו. כשאני מסתכל על עצמי יש לי חוויה שיצרתי את הפיתה המושלמת. אני מצפה מכם במשימה הזאת לייצר ממנה את המנה המושלמת.<sup>27</sup>

ניסוח שם המשימה כשלעצמו מעיד על כך ש**מאסטר שף** עוסקת בהרבה יותר מכישורי בישול. בהתאם לזהות האבסולוטית שנרקמת בין הפסיכולוגיה של האדם למטבח שלו, המתמודדים נדרשו לא רק "לבשל כמו אייל שני", אלא "להיות אייל שני". בכך טמונה הנחה מובלעת ששני מבשל את "מה שהוא", ועל המתמודדים להגניב את מבטם לאותה ממלכה מיסטית שממנה יוצר שני את האוכל שלו. כמו כן, שני עצמו רואה בפיתה שלו יצירה שנולדת מ"כמיהה", מוטיבציה הקשורה למעשה

24. שם, עמ' 131.

25. Mentinis. "Romanticised Chefs", pp. 131–132.

26. אילוז, אוה, גאולת הנפש המודרנית: פסיכולוגיה, רגשות ועזרה עצמית, (תרגום: איה ברויאר), תל אביב: הקיבוץ המאוחד, 2012.

27. תמלול מן הפרק ששודר ב'2 באוגוסט 2015.

האמנות הרבה יותר מאשר לפרקטיקה נשנית ויום-יומית כמו בישול. תפריטי המסעדות של שני, הנכתבים באותה השפה הפואטית של תפריט מזנון, נערמים גם הם לצבר השימושים של שני בשיח האמנות. במסעדת מלכה שני מגיש "שניצל זהוב ודק ממולא בפירה בוער המתפרץ ממנו ונמס"; במסעדת צפון אברקסטס אלו "עלי מנגולד נמסים לתוך עצמם מבושמים בחמאה וענני פרמזן"; במסעדת הסלון "תמנון נוראי שהוכה 60 פעמים בפטיש" ו"פסטת תינוקות קלמרי שלאחר מאבק עצוב בן ארבעה חודשים הצליחו לפרוץ את חומת המדוזות האימתניות". תיאורי המנות של שני עשירים אפוא בדימויים ליריים (ענני פרמזן, פירה בוער) ובהמחזה דרמטית ("לפרוץ את חומת המדוזות", "הוכה 60 פעמים"), שנועדה לאפיין את המטבח כקלחת שממנה נפשו של השף מולידה את יצירותיה.

למעשה, הקשר של שני לשיח האמן הגאון לא נעצר בשלבי ההקבלה הסימבולית; "אמנותו" של שני כבר מצאה את עצמה בחללי הגלריות: בפברואר 2015 אצר רון לוקר, בעל סטודיו בתל אביב, תערוכה שהורכבה מתצלומי האינסטגרם של שני. גם באינסטגרם מלהטט השף בתיאורים פואטיים למנות ("פריחת טרטרי המלפפון", "איברים סוערים של דק רסקאס"), והפעם תיאורים אלו באים לצד תצלומי תקריב של מנות. מקצת התמונות מזמנות קונוטציות מיניות ומשחקות בדמיון האפשרי שעשוי להירקם בין תות או בין זוג אגסים לאיברי מין, כמובן, רק במוחו הקודח של השף הגאון.<sup>28</sup>

מכאן קל לשני להציע ללקוחותיו דבר-מה החורג מפיתה במלית כבדי עוף. שני הוא אמן — והאכילה במזנון מזככת כביקור בתערוכה או בקונצרט. אך לשוננו, סוחפת וייחודית ככל שתהיה, רק נישאת על כנפי נסיבות שיחניות שאיפשרו לה לקנות את מעמדה התרבותי. מעבר להיסטוריה של מוסד השף והמסעדה במסגרת התנועה הרומנטית, יש לתהות מדוע בימינו הפך המזון בהגזמה למושא פואטי שליט בשיח החובק את כל פלטפורמות התקשורת. מה מאפשר לתוכניות פריים-טיים לעמוד על משמעותן של מנות בדיונים ובהתפלפלויות פרשניות ארוכות כאילו היו שירים או תמונות במזיאון?

באופן הבסיסי ביותר, בהמשך לטענותיו המוכרות של ג'יימסון, נוכל לציין כי הקפיטליזם המאוחר מתאפיין בטשטוש המחיצות בין תרבות גבוהה לנמוכה, מה שמאפשר לשיח הקולינרי להזין את עצמו משיח אמנותי או אסתטי.<sup>29</sup> ואולם בהקשר

28. פרחי, גיא. "הכל כבר כאן: האינסטגרם של אייל שני הופך לתערוכה". טיים אאוט תל אביב, 4 בפברואר 2015. נדלה ב־

באוקטובר 2018 מ: הכל-כבר-כאן / <https://timeout.co.il>

29. ג'יימסון, פוסטמודרניזם, עמ' 18-20.

זה, האוכל הוא בעל יתרון ייחודי: הוא מאפשר את הדמוקרטיזציה הרדיקלית ביותר של טשטוש ההבחנות בין תרבות גבוהה לנמוכה.<sup>30</sup> צריכת המזון היא כה בסיסית ואוניברסלית עד כדי שהיא מאפשרת לכל אחד ואחת לקחת חלק בשיח היצירה הקולינרית, בין כטועמים ובין כיוצרים המבטאים את "עצמם" על הצלחת. בהיבט, גורס אוז'ה, תפיסת הזמן האולטרה־מודרנית מתאפיינת בעודפות של אירועים, המתאגרת את הדרכים שבהן האדם יוצר לעצמו היסטוריה.<sup>31</sup> בשל עודפות האירועים עולה הצורך להקנות משמעות גם לאירועי היום־יום השגורים ביותר, ומה תפל ומשווע למשמעות יותר מארוחת הצהריים במשרד?

נוסף על כך, הקפיטליזם המאוחר מאדיר את דמותו של השף, היות שדמות זו מיטיבה ליישב סתירה קפיטליסטית אינהרנטית. השף הוא בעת ובעונה אחת יזם (בעלים של מסעדה או רשת) ואמן, המציע למכירה את יצירותיו.<sup>32</sup> לא זו בלבד שהוא אינו מנוכר לתוצרי העבודה שלו, אלא תוצרי העבודה שלו הם אלו שמבטאים את עצמיותו בדרך הכנה והמזוקקת ביותר.<sup>33</sup> דמותו של השף מסמלת אפוא את האחדות הבלתי אפשרית בין העצמי לבין העבודה ותוצריה. השף מביא לכדי אמנות, תרתי משמע, את האבולוציה של הקפיטליזם מן הקפיטליזם התעשייתי המנוכר אלי הקפיטליזם הפוסט־תעשייתי של ה**היפר־מקום** וה**היפר־מציאות**. אם כן, התכת שיח הקולינריה ושיח האמנות זה לזה מקבילה להמרה המרחבית שנדונה לעיל. בשני המקרים האבולוציה של המערכת הכלכלית מזינה שינויים תרבותיים המטרימים את הולדתה של מוטציה כדוגמת רשת מזנון, המתעלת את הלוגיקה התרבותית העכשווית לטובת רקימת מותג מהודק ומצליח. עם זאת, עלינו להכיר בכך שדמוקרטיזציה של שיח האמנות טומנת בחובה פוטנציאל חיובי שאין להמעיט בחשיבותו, שהרי היא מוסיפה להנגיש את השיח האסתטי לכלל ומעודדת יצירה פעילה של משמעויות תרבותיות.

### מטבח במשבר זהות: מזנון כפרפורמנס ישראלי

מתי משמעות עממית, "טקטית" במילותיו של דה סרטו, הופכת לאסטרטגיה שיווקית בעלת אינטרס כלכלי? זה קורה לא פעם כאשר הדימוי העממי נסחר בשוק העולמי של הקולינריה הקוסמופוליטית. באוקטובר 2013 נפתח ברובע המארה

Mentinis. "Romanticised Chefs", p. 138.<sup>30</sup>

Augé, *Non-Places*, p. 30.<sup>31</sup>

Mentinis. "Romanticised Chefs", p. 134.<sup>32</sup>

.ש.ש.<sup>33</sup>

בפריז, בשדרה עמוסת פלאפוליות ותורים המשתרכים בעקבותיהן, הסניף הראשון של רשת מזנון מעבר לים. להוציא מנות ספורות המתכתבות עם המטבח המקומי כגון ביף בורגיניון וטארט טאטן בפיתה, הסניף בפריז דומה למדי לסניפים התל אביביים: על הלוח משורבבים שמות המנות באנטי־קומפוזיציה כאוטית, המוזיקה קצבית ומפעם לפעם העובדים תוקעים בכלי דמוי חצוצרה להעלאת המורל. בעקבות ההצלחה ברובע המארה פתחה הרשת סניף נוסף בפריז, סמוך לתעלת סן־מרטין, לצד סניפים בניו יורק, במלבורן ובווינה.

הצלחת הרשת מחוץ לישראל אינה בלתי צפויה. ככל שרשת מזנון פונה לקהל צעיר וממצבת את עצמה כמזללת רחוב הנגישה לכול, היא קורצת במודע לגל חדש של צריכת מזון בעלת אופי קוסמופוליטי. אין זה סוד שבפוליטיקה של הטעמים נדרשת מן הסועדים המערביים מידה של פתיחות כלפי אוכל שמקורו בתרבויות אחרות, כלומר, מארצות המזרח הרחוק והמזרח התיכון.<sup>34</sup> הפתיחות כלפי מנות מן המזרח אינה חותרת תחת היררכיות הטעמים וההעדפות שהתקבעה זה כבר בחברות המערביות, כי אם משלימה אותן; ההתנסות באוכל "אחר" מסונפת לעוד אחד ממיני הרגלים בורגניים המקבעים את אנינותו התרבותית של הצרכן.<sup>35</sup> בשימוש בתיאוריה פוסט־קולוניאלית, להרגלים כגון אלו הוצמדה ההגדרה המחקרית "קולוניאליזם קולנירי".<sup>36</sup> כלומר, ביטוי לתשוקה אלי מפגש עם "אחרות" אקזוטית, אגב השטחה וא־פוליטיזציה של המפגש, שעיקרו צבירת הון סימבולי בכלכלה פנים־בורגנית. מנקודת מבט מערבית, המטבח האקזוטי מתועל הן במישור החומרי והן במישור הסמלי.<sup>37</sup> במישור החומרי, הסחורה המזרחית מביאה לשווקים המערביים רווח כלכלי נקי אגב שימוש באדפטציות המנשלות אותה מהקשר הטבעי, כדוגמת אופני ההתקבלות והשיווק של ה"קארי" ההודי באנגליה (מאכלים בעלי מסורות והקשרים שונים נדחקו תחת קטגוריה כללית מופשטת).<sup>38</sup> בה־בעת, הסחורות האקזוטיות מאפשרות לבני מעמד הביניים המערביים לכוון את "עצמיותם" הקוסמופוליטית

Ollivier, Michèle, "Modes of Openness to Cultural Diversity: Humanist, Populist, Practical, and Indifferent", *Poetics* 36:2-3 (2008): 120-147; Bentley, Amy, "From Culinary Other to Mainstream America: Meanings and Uses of Southwestern Cuisine", *Southern Folklore* 55:3 (1998): 209-225; Cappeliez, Sarah, and Josée Johnston, "From Meat and Potatoes to 'Real-Deal' Rotis: Exploring Everyday Culinary Cosmopolitanism", *Poetics* 41:5 (2013): 433-455

Cappeliez and Johnston, "From Meat and Potatoes", p. 438. <sup>35</sup>

. שם. <sup>36</sup>

Actis, Manuel, *Deconstructing Culinary Culture*, Diss. Master Thesis, University of Lund, 2003. <sup>37</sup>

. שם, עמ' 55. <sup>38</sup>

באמצעות פרקטיקות הצריכה הקולוניריות, ולהבדיל את עצמם מאחרים.<sup>39</sup> הגישה הביקורתית גורסת כי האוכל, במסגרת כלכלת הטעמים הבורגנית שבה הוא נצרך, משיל מעצמו את מטעניו הפוליטיים וההיסטוריים ומגביר בעקיפין את אי־השוויון בין המזרח למערב.<sup>40</sup>

רשת מזנון קנתה את הצלחתה בזכות משחק בסימנים תרבותיים; גם בהקשר הקוסמופוליטי, בשיווקה כלפי חוץ, היא מתפרצת לדלת שפתח לה האקלים התרבותי של השעה. כדי להצליח בניכר יידרש ממזנון לא רק להגדיר את עצמה כמזללת רחוב ישראלית, אלא לדעת היטב איזו "ישראליות" יש בכוונתה לייצג, ולהשתמש בכלים ה**יפר־מציאותיים** שיאפשרו לה לעשות זאת ביעילות.

מסקירת התפריט של הרשת בסניפיה בחו"ל עולה הבעייתיות הידועה הנוגעת להיתכנותה של קטגוריה כ"מטבח ישראלי".<sup>41</sup> רוב המנות ברשת מוגשות בפיתה, שמקורה במטבח הערבי. לצד זאת, בתפריט משמשות בערבוביה מנות בעלות אופי ערבי (מסבחה לימה), מנות בהשפעה צרפתית המוגשות עם טחינה (רטטוי) ומנות ניטרליות המבוססות על נתחי בשר או על ירקות משתנים. אם מזנון מייצגת את המטבח הישראלי בניכר, הרי היא עושה את עבודתה נאמנה בכל הנוגע לבחירה בתפריט כאוטי מרובה השראות, כשמעל כולן בולטת ההשפעה הערבית.

נדמה שאת הפרשנות הקוסמופוליטית הראשונית — אקזוטיזציה של אוכל ותרבות מן המזרח — מזנון מעבדת ומבצעת בעצמה, מותירה ללקוחותיה מוצר ארוז ושלם. שוב לא מדובר במסעדת מהגרים משפחתית בעלת היסטוריה או עוגן ממשי, שניתן להחיל עליה השטחה או אקזוטיזציה, אלא בבית עסק שמלכתחילה כבר מחיל את כל זאת על עצמו. תפריט הרשת הוא כבר תפריט "קולוניאליסטי", באופן שבו הוא קובע כיצד לייצג את המטבח הישראלי כלפי חוץ. בעידן של ה**היפר־מקום** תמים אפוא לחשוב על דיכוטומיות המניחות מסעדת מהגרים דלה, מצד אחד, וצרכנים יאפים העטים עליה כמוצאי שלל רב, מצד אחר, שכן, עם האבולוציה הבלתי נמנעת של השוק, המתח כבר נספח ממילא לתוך המוצר.

כאן ניתן להוסיף טענה ייחודית למטבח הישראלי; זה מטבח מהגרים במהותו, המכיל פרשנויות ועיבודים למטבחים שמקורם בקהילות יהודיות בכל העולם בשילוב

39. שם.

40. שם, עמ' 23.

41. ראו לדוגמה, גולדשטיין, ריטה, "מסע בעקבות המטבח הישראלי", וואלה!, 27 באפריל 2014, נדלה ב־1 באוקטובר 2018 מ: <https://food.walla.co.il/item/2740985>; פיוחיביץ, טל, "ולנו אין פלאפל – האם יש דבר כזה מטבח ישראלי?", Ynet, 1 במאי 2006, נדלה ב־1 באוקטובר 2018 מ: <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-3245545,00.html>

השפעה ערבית דומיננטית (פלאפל, חומוס, פיתה וכד'). בהעדר זהות מוגדרת ויציבה דייה של מטבח "ישראלי", ניתן לטעון כי הפרפורמנס של רשת מזנון (הרי המזנון, כזכור, הוא "במה") חשוב גם בהקשר המקומי. במידת מה, הכאוס החולש על התפריט, המסמנים הניתקים ממסמניהם, הם זהותו של המטבח הישראלי, התלוש והכאוטי מטבעו. לדוגמה, המסמן "פלאפל", כמנה ישראלית, השיל מעצמו כליל את ההיסטוריה ואת צבר ההשפעות ששאב מן הגרסה המצרית. מכאן, דווקא מזנון יכולה לייצג ברובע היהודי-ישראלי בפריז את מהותו החמקמקה ממילא של המטבח הישראלי, ולהראות כי נמצאה הדרך המשונה להתוות את זהותו.

### סיכום: הסעודה כאקט יצרני

האסופה הנוכחית עוסקת בהקשרים ההיסטוריים והתרבותיים של הארוחה. הנחת המוצא היא כי הארוחה, ככל פרקטיקה חברתית, מתעצבת ומשתנה תדיר בהתאם לפוליטיקה ולסימני העל של תקופה נתונה. שלושת חלקי המאמר עמדו על האופנים שבהם רשת מזנון מבטאת את התמורות המתחוללות בתרבות העכשווית, המוכתבת במידה כלשהי על ידי המנגנון הקפיטליסטי שמשכלל את עצמו כחלק מאבולוציה בלתי נמנעת. כבית עסק, מזנון מייצג את המעבר מתרבות של קפיטליזם תעשייתי לקפיטליזם פוסט-תעשייתי, המבקש להפוך את דימויו המנוכר של הקפיטליזם התעשייתי. כפי שראינו, מהלך זה, עולה בקנה אחד עם התרוששות הסימן מן העוגן ההיסטורי והממשי שלו. השינויים האלה מתבטאים בהיבט המרחבי (המעבר מלא-מקום להיפר-מקום), בהתכת השיח הקולינרי לשיח האמנותי ובפרפורמנס שיוצר את זהותו של המטבח הישראלי יש מאין.

האוכל, בסיסי וחיוני יותר מכל פרקטיקה יום-יומית אחרת, הוא המצע שעליו ניתן לזהות את השינויים החברתיים בזכוכית מגדלת. אף על פי כן, אל לנו לחשוב שהשיטה הכלכלית או התרבות השלטת קובעות את אופיו של השיח הקולינרי בהפעלת כוח חד-כיווני. ארוחה אינה רק אסטרטגיה כי אם גם טקטיקה. הסובייקטים ממשמעים את חייהם באמצעות ארוחות, ומשמרים באמצעותן ערכים אתניים או משפחתיים שלא תמיד עולים בקנה אחד עם הכוחות הדומיננטיים בחברה נתונה. הפוטנציאל היצירתי של הארוחה כרוך אפוא במלאכת הפרשנות; בפרקטיקות המשמעות העומדות לרשותה של פלונית כאשר היא ניגשת לעצם חומרי וסתום כמזון ונדרשת לברו בכלים סימבוליים. מדובר בפעולה יום-יומית חשובה לאין שיעור של יצירת תרבות על חשבון הערכים הפסיביים שנוטים לשוות לצריכה. יש להביט בהשתאות בדיונים הארוכים בתכניות הריאליטי על מנות המשתתפים, גם אם לעיתים תכופות הם נודדים למחוזות הגרוטסקה. באותה הנשימה יש לחשוד

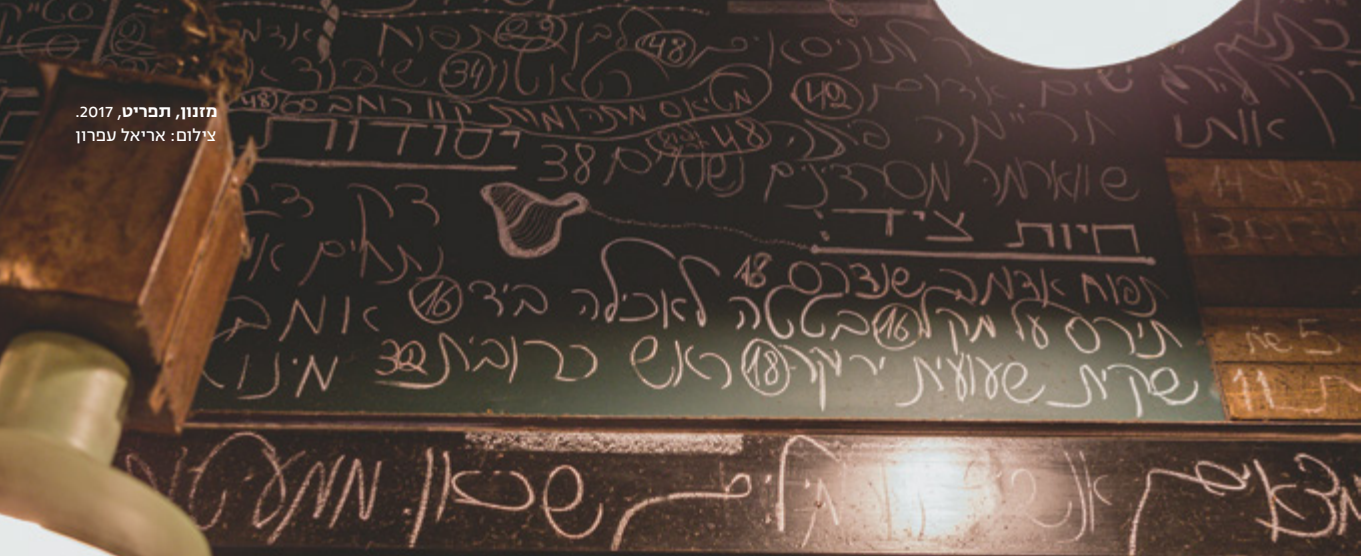


בתוצרים תרבותיים המוגשים לצרכנים באריזה סימבולית מהודקת וחתומה, כבמקרה הבוחן של רשת מזנון. לא נוכל לנבא את השלבים הבאים באבולוציה התרבותית שתוליד תפיסות חדשות של ארוחות ותהפוך את מערכת הסימנים של מזנון לבלתי רלוונטית.<sup>42</sup> עם זאת, אפשר להניח שיהיה מדובר בתוצר של משא ומתן בין שינויים אסטרטגיים לבין פעילות טקטית של צרכנים וצרכניות. כאמור, האכילה אינה מסתכמת בצריכה פסיבית של מזון, שהרי זו לעולם תהיה גם פעולה של פרשנות ויצרנות תרבותית. האכילה היא כוח יצרני, והשאלה החשובה שנותרת מהדהדת מן הניתוח של רשת מזנון היא, מי משתמש בכוח הזה, וכיצד?

---

42. בודריאר עצמו יזהה שימוש בסימנים סתומים ועלומים כדרך לחתור תחת מרחבים המסומנים באורח עודף, ראו: בודריאר, ז'אן. "Kool Killer" או התקוממות הסימנים". אקטיביזם חזותי, גיליון 3. הוצאת המחלקה להיסטוריה ותיאוריה, בצלאל, אפריל, מאי 2016.

מזנון, תפריט, 2017.  
צילום: אריאל עפרון



מזנון, תפוח אדמה  
שנדרס, 2017. צילום:  
אנטולי מיכאלו



מזנון, פרח כרובית, 2017.  
צילום: אריאל עפרון

