

Franc Trček

# Liminalnost »balkanske« hitre prehrane ter inovativne strategije njene »evropeizacije«

## Čevapčiči s tartufi oder Euro-kebab?

V prispevku izhajamo iz liminalne pozicije »balkanske« hitre prehrane v Sloveniji ter analiziramo inovativne poskuse preseganje le-te s strani ponudnikov. Ti skušajo svojo ponudbo prilagajati tako lokalnim okusom kot tudi spremembi le-te. Pri tem tekmujejo s ponudniki globalnih hitroprehrabnih franšiz. Kljub svoji inovativnosti se še naprej nahajajo v liminalni poziciji, ki jih sili v izume vedno novih okusov.

**Ključne besede:** Balkan, liminalnost, hitra prehrana, burek, sociologija prehrane

*Doc. dr. Franc Trček je urbanolog in balkanolog. (franc.trcek@guest.arnes.si)*

### **Liminality of the »Balkan« Fast Food and Innovative Strategies of its »Europeization«: Čevapčiči with Truffles or Euro-Kebab?**

The paper starts with the liminal state of the Balkan fast food in Slovenia and then analyzes innovative attempts of overcoming them by providers. These try to adapt its offer to our local tastes as well as to the changes in them. In their attempts they are forced to compete with global fast food franchises. In spite of their innovative approaches, they are still in the liminal state that forces them again and again to invent new flavors.

**Keywords:** Balkans, liminality, fast food, burek, sociology of food

*Dr. Franc Trček is an urbanologist and expert on the Balkans. (franc.trcek@guest.arnes.si)*

»Sjedili smo neki dan u baru, moj prijatelj i ja.  
Preko puta nas sjede dva stara ... doista stara pijanca.  
Kažem ja mom prijatelju...slušaj:  
- Takvi ćemo biti i mi za desetak godina.  
- To je ogledalo, konju jedan...!!!«  
Mitja Velikonja<sup>1</sup>, Najina dvojna autobiografija

<sup>1</sup> Besedilo posvečam kolegu Velikonji, inspirativnemu prijatelju, strastnemu raziskovalcu, sopotniku ter najbolj uživaškemu jedcu bureka, *pita raznih i leskovačkog voza*, ki prenaša vse moje norosti ob raziskovanju slastnih minornosti na področju balkanskih študij.

V pričujočem besedilu povezujem svoje štiri velike raziskovalne in »prostočasovne« dejavnosti, bolje rečeno, obsesije: dobro hrano, analizo družbenih praks znotraj naših malih, vsakdanjih, pogosto profano-minornih svetov, Balkan ter bližnjega in (ne tako zelo) oddaljenega in drugačnega Drugega. Razlog za temo je v navedenih preokupacijah, povod pa v, upam si jo poimenovati, mali in pritlehni »Burek vojni«, ki je pred tremi leti za nekaj tednov viharila na slovenskem t. i. »raziskovalno-novinarskem« medijskem področju ter razvnela boj med razumniško tehnično inteligenco in družboslovci, odgovornimi za »razvrednotenje akademskega študija v Sloveniji«. Ena ključnih pasjih bombic in povod za »Burek vojno« je bil zapis v tedniku *Reporter*, ki jo lepo izraža že sam naslov nepodpisanega novinarskega prispevka oziroma skozi oči že omenjenega časopisa škandaloznega odkritja: *Neverjetno – na FDV je mogoče diplomirati iz bureka!* (*Reporter*, 22. 1. 2011)

Seveda na FDV ni mogoče diplomirati iz bureka, mogoče pa je, sklepam, verjetno iz priprave kakovostnega bureka diplomirati na univerzitetnem študiju živilske tehnologije. Vsekakor pa je mogoče in potrebno ne le na FDV, ampak tudi na humanistično-družboslovnih študijskih programih, ne glede na stopnjo in lokacijo, na kateri se izvaja konkretni univerzitetni program, znotraj vsakdanjih družbenih praks proučevati kulturna in politična vpisovanja naših vrednotno-ideoloških pozicij v (pre)hrano in prehranjevanje. Zato je potrebno tudi proučevanje soočanja Slovenije ter državljanov in obiskovalcev te dežele z burekom in drugimi oblikami »balkanske« hitre prehrane. Potrebno je tudi proučevanje soočanja, praviloma in izvorno imigrantskih ponudnikov, ki nam pripravljajo ter ponujajo tovrstno prehrano, z vsemi nami. Njihova odlučanja in razbiranja naših malih narcizmov v odnosu do njih, nam bližnjih Drugih, ter pravočasni in inovativni odzivi na (običajno) peyorativne stereotipizacije in spremembe prehrabno-modnih trendov ponudnikov so temeljna taktika ekonomskega in tudi siceršnjega preživetja ponudnikov.

V besedilu izhajam iz teoretske pozicije, ki se je izoblikovala na področju kritičnih (postjugoslovanskih) balkanskih študij (glej Majstorović, 2012). Ne glede na disciplinarna in teoretska ozadja, pripadanja različnim institucijam in akademskim omrežjem, medsebojnim simpatijam ali antipatijam, večino teoretsko-konceptualnih dekonstrukcij in rekonstrukcij pogleda na balkanskost in Balkan družji ugotovitev o liminalni poziciji Balkana. Teoretskemu krokižu bo sledila kratka zgodovina prihoda bureka v Slovenijo, tej pa temeljni del prispevka, v katerem bom analiziral, kako so se skozi desetletja ponudniki bureka in dobrot z žara, resnično prve oblike urbane, ulične hitre prehrane pri nas, odzivali tako na lokalizacijske izzive, ki so povezani s prehrabnim spominom lokalnega prebivalstva, njihovimi predsodki in potrošniškimi trendi. Gre za inovacije v poskusih zmanjševanja distance med »njimi« in »nami« oziroma v poskusih preseganja liminalne pozicije. Pred koncem članka bom pa pokukal še malo čez planke v bližnjo nam Avstrijo ter analiziral, ali so taktike preseganja liminalne pozicije tam sorodne ali izvedbeno drugačne.

<sup>2</sup> O tovrstnih spremembah, iz obeh navedenih razlogov, glej odmevno študijo judovske kuhinarke Claudie Roden (Roden, 1999).

## Hrana kot kulturni protohibrid in liminalnost Balkana

V prvem množičnem valu globalizacijskih teorij v devetdesetih letih preteklega stoletja so se v številnih opisih naraščajoče medsebojne globalne povezanosti običajno navajali primeri s področja tehnologij ali popularne kulture. Tako se je pisalo o globalnem avtomobilu, za katerega naj bi dele izdelovali na vseh celinah ter ga v končni potrošniški izdelek sestavljali skupaj v avtomobilskih tovarnah na različnih celinah. Eno takih prvih globalnih vozil je bil ford escort s konca osemdesetih let preteklega stoletja. Na področju kulturne produkcije pa so se raziskovali vplivi prevladujočih globalnih popularno kulturnih trendov na lokalno-regionalne produkcije, skratka, kako zelo posnemajoče ali inovativno se odzivajo ali vključujejo globalno v lokalno (glej npr. analizo tovrstnega vpliva na slovensko rock glasbo v Mlinar in Postrak, 1991) ter kako potem to lokalno povratno vpliva na globalno produkcijo. Pri opisovanjih ter poskusih teoretskih konceptualizacij sta se poudarjala poenotenje in homogenizacija, v manjši meri pa so se poudarjali povratni glocalizacijski učinki (o glocalizacijski hibridnosti glej Hannerz, 1997).

Zanimivo je, da se je šele postopoma med primeri, ki so idealnotipski za analizo globalizacije in glocalizacije, začela proučevati (pre)hrana, čeprav lahko postavim tezo, da je bila (pre)hrana skozi pred- in protoglobalizacijsko zgodovino tako med prvimi artefakti kulturnih menjav kot tudi hitro deležna hibridizacije, sprememb in izboljšav, ki so bile pogosto vir lokalne inovativnosti. Konkretno lokalne in regionalne inovativnosti so sicer bile pogosto povezane z omejenimi viri, ki so onemogočali sledenje izvirnemu načinu priprave/receptu, ali pa so bile spremembe povezane z religioznimi neprimernostmi originalnih receptov.<sup>2</sup>

Vsekakor pa lahko v zgodovini (pre)hrane in še zlasti v zgodovini časovno-prostorskih potovanj živil in začimb ter hibridnih izboljšav najdemo živila in načine priprav, ki so bolj primerni za tovrstne inovacije. Pri tem imam v mislih predvsem kuhinarke in recepte, ki so v svojem izhodišču palimpsestne. Takšen klasičen primer je tako burek kot tudi vrsta receptov, ki ima v izhodišču mleto meso, obogateno z začimbami. Da je po navadi v poskusih razjasnitve dileme, od kod prihaja izvorni recept, to misija nemogoče, nam lepo pokaže Ervin Hladnik-Milharčič v iskanju »izvirnega« čevapčiča v prvem delu *Poti na Orient* (Hladnik-Milharčič, 2009).

Novejše študije o globalizaciji (pre)hrane, ki poskušajo s premagovanjem disciplinarnih zamejenosti raziskovati proizvodno-konzumpcijske odnose ter vpliv globalizacije na le-te, kažejo, da ne moremo govoriti le o naraščajoči standardizaciji in industrializaciji prehrane. Hkrati z njo se dogaja tudi glocalizacijska zgodba naraščajoče kompleksnosti, vključno z bogastvom številnih konkretnih kuhinjskih praks (glej Mardsen in Murdoch, 2006). Pomembno vlogo pri možnosti globalnega uživanja lokalnih specialitet pa že dolgo igrajo tudi inovacije na področju živilskih tehnologij. Tako npr. Naylor (2000) v svoji študiji o globalizaciji prehrane analizira pomen uvedbe konzervirane hrane v pločevinkah ter njen vpliv na globalne spremembe in čeprav danes spada pločevinka med najbolj profane potrošniške artefakte, lahko v njej vidimo nosilca dominacije angleškega kuhinjskega okusa in celo, kot trdi Naylor, kulturnega imperijalizma.

(Pop)potovanje živil, semen, začimb ter kuhinjske vednosti lahko v vertikalni časi pomaknemo nazaj do nastanka prvih civilizacij, a ker je namen tega besedila analiza konkretne lokalne zgodbe, je dovolj, če opozorim na imanentno hibridnost hrane, ki je močno povezana tudi z njeno obliko in tehnologijo priprave. Palimpsestna hibridnost je bolj pravilo kot izjema, kar dela seveda komično tako iskanje izvornih receptov kot še bolj poskuse, pogo-

sto tudi »znanstveno« utemeljene, kanonizacij nacionalnih kuhinj ali poskuse prisvajanja (inter)regionalno skupnega skozi mehanizme regionalne teritorialne zaščite (npr. bučno olje ali gibanica na interregionalnem območju, ki zajema Avstrijo, Hrvaško, Madžarsko in Slovenijo). Seveda ne zanikam obstoja številnih lokalnih in regionalnih kulinarik, izhajajočih iz lokalnih specifik tako sestavin kot načinov in možnosti priprav, ki jih je treba ohranjati. Želim le opozoriti, da ob tej zgodbi novih lokalizmov in zgodbi globalizacijskega poenotenja obstaja dolga zgodovina kulturnih menjav in kreativnih izboljšav v vsem: skupni ljubezni in tudi nuji, (pre)hrani.

Naj se pred samo študijo primera dotaknem še »Balkana« in »balkanskosti«, tega bližnjega Drugega, ki ga varuhi tako nacionalne kot tudi evropske pravovernosti po navadi doživljajo kot neželenega sosedu, čeprav gre, metaforično rečeno, prej za figuro črne ovce v družini, ki nam omogoča, da smo »mi« to, kar smo. Zlasti v času t. i. približevanja in vključevanja Slovenije v Evropsko unijo je prišla jasno do izraza, tako v ožjem političnem kot tudi v širšem javnem delovanju in označevanju, težava z našo liminalno pozicijo. Pozicijo, ki jo lahko opišemo, smo Evropa, a smo druga Evropa, z »balkanizmi« marinirana Evropa. Ta večdesetletna marinada, ki »se nam je zgodila«, kot se radi opravičujejo nosilci nacionalnega političnega diskurza, »ne po svoji krivdi«, je tisti madež, ki ga želijo ti nosilci izbrisati.

Taktike premeščanja Slovenije in Hrvaške z Balkana v Evropo povzame Nicole Lindstrom (2003) v analizi slovenskih in hrvaških medijev ter političnega govora v devetdesetih letih preteklega stoletja. Drugi, tudi Balkan, je seveda kulturni konstrukt (Lindstrom, 2003: 3–4). V analizi, ki sledi todorovski-saidovski konceptualizaciji, razkrije tri temeljne diskurzivne prakse premeščanja: sklicevanje na »esenco Evrope« s poudarjanjem vloge *antemurale christianitatis*, sklicevanje na krivično stlačenje na Balkan ob delitvah po drugi svetovni vojni in strategijo iskanja alternativnih subregionalnih identitet (Lindstrom 2003: 4–14).

Podobno ugotavlja Velikonja (2005) v »kritiki novega evrocentrizma«, ko analizira naraščajočo »evrozo« ob vstopanju Slovenije v Evropsko unijo. »Evrocentrični metadiskurz« se, kot ugotavlja Velikonja, navezuje na »dominantne nacionalne avtopercepcije in avtokonstrukcije« (Velikonja, 2005: 16). V slovenskem primeru to poimenuje »evroslovenstvo«, za katerega ugotavlja, da je bipolarno razcepljeno na dopolnjujoča se pogleda. Pogled, ki razločuje med Evropo in Slovenijo, ter povratniški pogled. Prvi umešča Slovenijo v Evropo skozi prikazovanje, da so naši izzivi in problemi hkrati tudi evropski izzivi in problemi, to pa podkrepi drugi pogled, da se le vračamo tja, kamor pripadamo oziroma kjer smo vedno bili (ibid.).

Obe analizi pa, podobno kot pogosta praksa v EU še ne integriranih držav, ki se otepajo oznake Balkan, balkanski ter jih zamenjujejo ali z oznako jugovzhodna Evropa ali pa mehčajo z Zahodni Balkan, lepo kažeta, da v resnici seveda ne gre za teritorialne objektivizacije oz. umestitve. Gre za kulturni konstrukt liminalne pozicije bližnjega Drugega, ki ga določa in reproducira centralni, Prvi (o fenomenologiji tujega glej Vandenfelds, 2005). Prvi postavlja »balkanskega« Drugega v položaj divjega, barbarskega ali v boljšem primeru v položaj nevidne sive učeče se miške. Miška se lahko še tako zelo trudi, a je učitelj ne bo nikoli prepoznal za dobro učenko, kaj šele za sebi enako. Prvi narativ, lahko rečem, rabi za svoje potlačene, tudi spolne, fantazije, drugi pa za neoliberalno reprodukcijo lastne kvalitete življenja. Tovrstne pejorativne oznake in liminalno pozicioniranje se nanašajo tudi na (pre)hrano, ki prihaja z Balkana. Kako se soočajo in poskušajo presežati to liminalnost ponudniki »balkanske« hitre prehrane v Sloveniji ter pri tem ugoditi našim okusom, je namen študije primera, ki sledi.

<sup>3</sup> Tako so med prvimi tovrstne kioske dobila številna manjša notranjska in primorska mesta (Pivka, Postojna, Ajdovščina, Vipava), kjer so bile velike vojaške garnizije.

## Od jabolčnega bureka do čevapčičev s tartufi – inovativni poskusi domestifikacije »balkanske« hitre prehrane v Sloveniji

Sodobna poulična prehrana, slovenski fast food, se začne v zgodnjih šestdesetih letih preteklega stoletja. Mlekuš najde prve časopisne zapise o bureku na prehodu iz petdesetih v šestdeseta leta (Mlekuš, 2008: 106–107). Prve prodajalne, prvi kioski s ponudbo bureka in/ali čevapčičev in pleskavic se v Sloveniji odpirajo v tistem času. Obe vrsti hitre prehrane sta prvotno (pre)hrana ekonomskih imigrantov, priseljencev iz tedanjih »bratskih jugoslovanskih republik«. Prvi kioski »balkanske« hitre prehrane so bili v krajih z veliko koncentracijo pripadnikov Jugoslovanske ljudske armade,<sup>3</sup> zlasti v bližini vojašnic in železniških postaj (ibid). Lahko rečem, da je v Slovenijo, ob vojakih, prinesla hitro prehrano znotrajjugoslovanska delovna migracija. Migranti so prišli kot potrebna delovna sila za industrializacijo Slovenije. Burek, čevapčiči in pleskavice so prva množično razširjena hitra prehrana na ulicah slovenskih mest. Čeprav so bili imigranti večinoma ruralnega izvora, je burek prva urbana hitra prehrana, prvi slovenski fast food, ki jo iz čaršijskih otomanskih burekdžinic prenesejo priseljenci v novo okolje.

Že ob začetkih tovrstne ponudbe so se, večinoma albanski prodajalci, vedli inovativno ter poskušali približati otomansko tradicijo slovenskemu okusu. Pri jedeh z žara z dodajanjem svinjine v mesno mešanico ter gorčice v prilogo, pri bureku pa z jabolčnim burekom. Jabolčni burek razume Stanković (2005) kot »koketiranje z jabolčnim štrudlom«, znano domačo »slovensko«, družinsko sladico. Kljub inventivnosti pa je burek na začetku predvsem hrana priseljencev, pejorativno označevanih kot »južnjakov« (ibid). Hkrati pa je bila tudi pogosta malomeščanska kritika, tako bureka kot pleskavic in čevapčičev, da »se ne spodobi jesti na cesti« in »jesti z rokami«, kljub temu pa že tedaj začnejo tovrstno hitro prehrano konzumirati, zlasti ob urah, ko drugih možnosti za prehrano v urbano nerazvitih slovenskih mestih in mestecih ni, t. i. prijatelji in prijateljice noči (potniki čakajoči na železniških in avtobusnih postajah, prostitutke, taksisti, lumpenproletariat).

Prevladujoča oblika hitre prehrane neimigrantske populacije pa postanejo burek, čevapčiči in pleskavice z vznikom urbanih (sub)kultur. Za sekundarno generacijo jedcev je potreben nastanek skupin, ki so začele uživati v mestu in soustvarjati mesto. Prvi mestni pohajkovalci, slovenski flâneurji, skozi oči ideologije (dokaj ruralnega) delovnega ljudstva »zabušanti«, se v zametkih pojavijo v šestdesetih in sedemdesetih letih. Tvori ga študentska in boemska kulturniška populacija, pomešana z lumpenproletariatom. Razcvet pa tovrstna prehrana doživi z alternativnimi kulturnimi gibanji v osemdesetih. Zlasti burek, lahko rečem, postane sopotnik punka. Zakaj? Predvsem zato, ker je najcenejši in edina 24/7 ponudba, ko se v gluhi noči vračamo s koncertov domov. Večje in bolj raznovrstne skupine ljubiteljev mesta, noči in obstoječe hitre prehrane povzročijo tudi, da določene lokacije pridobijo kulturni status (glej Trček, 2012).

S procesom političnega osamosvajanja Slovenije »balkanska« hitra prehrana postane del političnega diskurza. Zlasti burek postane tisti ključni prazni znak, podoba, v kateri je zapisana razlika med »nami« in nekdanjimi »brati«, znak razhod s socialistično ideologijo »bratstva in enotnosti«, ki začne simbolizirati »neprostovoljno napako potisnjenosti na Balkan«, kar se ob osamosvajanju kaže v pogostnosti grafita »Burek? Nein, danke!«. Posledično, v času poosamosvojitvene evroze (glej Velikonja, 2005), izginejo številne prodajalne »balkanske« hitre prehrane. Številne od njih so bile s stališča urbane estetike, zanikrni kioski, a dejanski razlogi izginjanja so v »debalkanizaciji Slovenije«, čeprav so prikrito pojasnjeni skozi »sanitarne« razloge ali pa kot »prenova starih mestnih jeder«. (Samo)prevod Slovenije v Evropo, »tam kjer smo od nekdanj



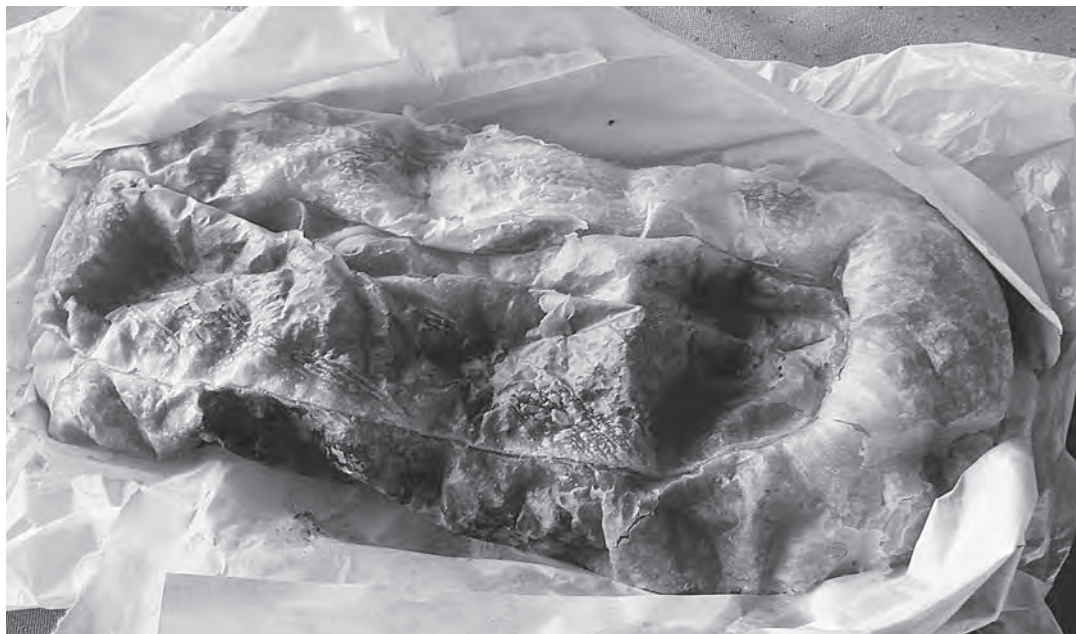
bili«, ob odstranjevanju kioskov, pripelje tudi McDonalds. (Več o teh procesih glej v Trček, 2011; Mlekuž 2008a.)

Ponudba jedi z žara v veliki meri popolnoma izgine iz ponudbe hitre prehrane in se getoizira v »balkanske gostilne«. Ponudba bureka pa se marginalizira in hkrati dobi tekmece v ponudbi burekov večjih slovenskih pekarn. Ta »burek« naj bi bil »manj masten in bolj zdrav«, a ga praviloma predebelo testo in premalo maščobe delata, kot pravijo ljubitelji bureka, pogojno užitnega ali celo neužitnega. Ob tem pa s prihodom potrošništva in marketinškim diktatom »zdravega življenja«, postane »balkanska« hitra prehrana skozi oči številnih potencialnih odjemalcev »nezdrava.« Pojavi se tudi konkurenca ponudnikov pica-na-kos, kebabov in v manjšem obsegu giros pit ter naredimo-vam-po-izbiri sendvič. V Slovenijo prispejo globalne franšize hitre prehrane. Poosamosvojitveni najstniki bolj prisegajo na okus »družinskega« McDonaldsa in pizze.<sup>4</sup> Po letih poosamosvojitvene stagnacije so ponudniki »balkanskega« prisiljeni v novo inovativnost, če ne želijo, da jim delež prodaje na konkurenčnem trgu hitre prehrane še naprej upada. Inventivni odgovor je pica-burek, ki postane prvotno ljubljanska glokalna zgodba v izvornem Robertsonovem pojmovanju glocalizacije (Robertson, 1995), a se dokaj hitro razširi po Sloveniji. Pica-burek, fuzija klasičnega pica nadeva (sir, šunka, paradižnikova omaka) zavitega v juško, se izkaže kot zmagovalna ponudba za nove generacije ljubiteljev hitre prehrane. Dejstvo, da mladina ne kupuje mesnega in sirovega bureka, je pripeljala do logične invencije, ki mladostnike z všečnim okusom pritegne nazaj k bureku. Taktika je identična štrudlizaciji<sup>5</sup> bureka iz šestdesetih. Izkupiček pa je učinkovitejši, saj mlajša populacija, če že je burek, večinoma je ravno pica-burek.

Kaj pa se zgodi s ponudniki čevapčičev in pleskavic, ki se postopno zopet začnejo pojavljati v začetku novega tisočletja bodisi kot samostojne ponudbe ali kot del razširjene ponudbe v prvotno zgolj na bureke zoženo ponudbo? Ti prevzamejo pristope kebab in McDonalds konkurence ter začnejo lepinje s čevapčiči ali pleskavico polniti, ob čebuli še z razširjenim naborom zelenjave

<sup>4</sup> Podobne trende sprememb najstniških kulinarčnih preferenc ugotavljajo tudi raziskovalci na Hrvaškem. (Glej Kovačić in Džigumović, 2010; Matijaško in Ritting-Beljak, 2004)

<sup>5</sup> Izraz štrudlizacija je prva uporabila Eva Vrtačič ob debati ljubiteljev bureka na FB.





<sup>6</sup> Zanimivo je, da številni kolegi in kolegice iz akademske sfere, ki zavračajo »balkansko« hitro prehrano, čeprav gojijo kar se da »multi-kulti« osebnostni stilski izziv, v opravičevanju zavračanja zdršneje v prevladujoči nestrpnosti poln narativ s poudarki, kot so: »a veš, kako imajo tam vse umazano«; »v meso meljejo aspirin«; »pravijo, da notri najdeš tudi pse«.

(paradižnik, zelje, solata ...) ter prelivov in začimb (kečap, majoneza, nachos sir, pekoča omaka ...). Približevanje pleskavice hamburgerju in kebabu spet pritegne McDonalds generacijo, zlasti, če in ko ni v bližini franšizne izpostave McDonalds ali ponudbe kebaba.

Druga taktika pa je, da se ponudba burekov kombinira s ponudbo pica-na-kos in/ali kebabom. Pri zadnjem pa je težava, saj ga večina slovenskih ponudnikov kupuje pri dveh vodilnih nemških ponudnikih. Dostavljajo ga zamrznjenega ter praviloma iz manj kakovostnega mesa. Inventivnost znotraj ponudbe kebaba, ki meri na »zdravo prehrano« je povezna s ponudbo »piščančjega kebaba« in v nekaterih primerih tudi z »zelenjavnim kebabom«.

Lahko torej rečem, da se poskusi, taktike izmikanja liminalni poziciji »balkanskosti« hitre prehrane v novejšem času predvsem zgledujejo pri fast food konkurenci ter s kombinacijo iskanja okusa za nove generacije (pica-burek) in sinkretičnimi kombinacijami razširjenih naborov dodatkov, poskušajo soočati tako z globalno franšizno fast food konkurenco (v Sloveniji monopolno prevladujočim McDonaldsom) kot tudi z novimi nefranšiznimi ali franšizno nemonopolnimi konkurenti. Gre za nenehen boj s

konkurenco, spremembo okusov, a ob tem tudi z liminalno pozicijo »balkanskosti«, ki še vedno nastopa kot nekakšna na prvi pogled večna, slabšalna oznaka.<sup>6</sup>

Obstajajo pa tudi manj sredinski poskusi izumljanja novih okusov, a se pogosto izkažejo kot strel v koleno. Eden takih, meni ljubših primerov, je vedril na ljubljanski sceni hitre prehrane v lokalnu na bežigrasjski strani podhoda pod železniško postajo. Gostinski lokal 24/7 je v svoji dodatni žar ponudbi začel ponujati »čevapčiče s tartufi«. Verjetno je inovacija izhajala iz logike, kako povezati nekaj plebejsko-profano-vsakdanjega z elitnim-izjemnim-redkim. A se poskus, ki je podoben poskusom reafirmacije Kranjske klobase, »izvirne slovenske hitre prehrane«, ni obnesel. Ideja ni bila deležna pričakovanega odziva konzumentov hitre prehrane, zato je izginila iz ponudbe.

Najdejo pa se seveda tudi lokalne in regionalne razlike ter specifike. Pogosto gre pri tem za specifične vrste dodatkov ali za spremembo v osnovni sestavini (npr. ljubljanski Horseburger), občasno pa tudi za nove lokalne invencije. Vmitev k osnovnem pristopu udomačenja smo tako mariborski ljubitelji »balkanske« hitre prehrane doživeli z noviteto med sladkosnednimi bureki. Ob jabolčnem se je pojavil še »burek gozdni sadeži«. Če izhajam iz zgodovine inventivnosti mojstrov bureka v Sloveniji, ga lahko razumem celo kot retromarketing, saj se vrača k štrudlizijskim koreninam tovrstne inventivnosti. Burek z gozdnimi sadeži je bolj slaščica, poobedek, ki ga zaužijemo pa dobri begovi čorbi ali japraku v našem »Sarajevu«.

## Eurokebab ali kako se tega lotevajo sosedi?

Pri raziskovanju inventivnosti ponudnikov »balkanske« hitre prehrane v Sloveniji, ki jo poskušajo prilagoditi spremembam naših okusov ter jo ob tem hkrati poskušajo domestificirati, če že ne evropeizirati, je zanimivo pogledati, kako se tega lotevajo v bližnji sosesčini, kjer je ta narcizem majhnih razlik med Prvim in bližnjim Drugim privzeto še nekoliko večji. Ker je obseg članka omejen, bom(o) skočil(i) le v bližnji Gradec. Za naše raziskovalne potrebe zadostuje že, da

se odpravimo na Jakominiplatz, enega osrednjih trgov štajerske prestolnice, ki je hkrati tudi centralno multimodalno vozlišče mestnega in primestnega javnega prometa. Že ta prometno-prizoriščnostna vloga tega znanega trga kar kliče po prisotnosti hitre prehrane na njem in v njegovi bližini. V nasprotju s slovensko ponudbo prevladujejo na njem ponudniki kebaba. Njihov pristop evropeizacije pa je nekoliko drugačen od slovenskih štrudlizacijskih invencij.

Avstrijski ponudniki bolj stavijo na sporočilnost kot na inventivne igre s sestavinami. Izstopa le njihov, slovenskemu podoben odziv na spremembo okusa, »Pica Kebap«, kjer podobno kot pri našem pica-bureku v kebab palimpsest zavijajo klasičen pica nadev.

V večini primerov pa evropeizirajo svojo ponudbo s poimenovanjem lokala hitre prehrane in/ali ponudbe. Tako se lahko na samem trgu odločamo, ali zavijemo pred »Euro Kebap« ali pa rajši v »McKebap«. Predpona naj bi očitno po mnenju ponudnikov zavila liminalno pozicijo v evropsko-ameriški ovoj, verjetno pa je etnično bolj pisana sestava uporabnikov trga ter storitev hitre prehrane na njem razlog, da posel očitno dobro teče. Pestrejša konkurenca in tudi pestrost urbanega vsakdanjega življenja ter deženikov te pestrosti pa je olajševalna okoliščina, da se »balkanska« hitra prehrana laže integrira tako v teksture vsakdanjega urbanega življenja kot tudi v okuse soustvarjalcev le-tega, v okuse meščanov.



<sup>7</sup> Pri tem ni odveč pripomniti, da bodo naša raziskovalna spoznanja praviloma postala tudi resnično uporabna znanja v kraljestvu naših osebnih, intimnih kulinarik, kar pa seveda ne zanima »splača se« kurikularnih komisij.

## Sklep: Burek z jagodami goji?

Ko kot pasionirani ljubitelj ter raziskovalec urbane hitre prehrane, ki združuje prijetno in slatno s profesionalnim, poskušam izpeljati sklep iz predstavljene analize primera, lahko seveda sklenem, da je liminalna pozicija »balkanskega« konstitutivni element ne le evropskih fizionomij političnih in ekonomskih moči, ampak tudi imanentni del komzologije Prvega. V tej utečeni praksi ponudniki hitre prehrane poskušajo iskati svoje načine ekonomskega preživetja. Na eni strani jih stiska franšizna globalna konkurenca, na drugi strani predsodki imigrantskih družb, a jim kljub temu ob lastni resocializaciji uspeva resocializirati tudi naše okuse.

(Pre)hrana pa je tisto vsem nam skupno področje ustvarjanja in porabe, kreativnosti in konzumacije, ki piše tako lepe urbanološke in kulturološke zgodbe. Brez potrebe meddisciplinarnih preprirov je pred nami razkošje vsakdanjih prehrabnih in kulinarčnih praks, z vsemi lokalno-regionalnimi ter societalnimi idiolekti, v katere se vpisuje naša natura, tj. kultura.

Če velja, da gre ljubezen skozi želodec, potem je del rešitev konfliktnosti danega trenutka ob nujni politični inventivnosti nas indigniranih, tudi v inventivnosti proizvodnje in (re)distribucije (pre)hrane ter okusov, saj okusi, če parafraziram meni ljubega klasičnega nemškega filozofa, izražajo fizionomijo duha. Temeljita analiza prehrabnih in kulinarčnih praks pa je nujno raziskovalno področje sodobne humanistike in družboslovja, če le-ti ne želita razvrednotiti lastnega akademskega študija v vulgarno-ekonomistično »splača se« kompetentnost t. i. »uporabnih znanj«.<sup>7</sup>

Kaj nas torej čaka? Čaka nas poskus nadgradenj naših raziskovalnih in kulinarčnih mojstev (glej Sennett, 2008). Čaka nas nadaljnji boj za področje našega akademskega in družbeno-



-kritičnega delovanja, kar je seveda naša stalnica, čakajo nas novi okusi. Ali bo to burek z jagodami goji, kot bi si mogoče želel kakšen hipsterski wannabe razumnik, ali pa bo morda pleskavica s črnimi semeni (*Niella sativa*), ki jih mimogrede narobe poimenujemo črna kumina. S semeni, za katera na Orientu že stoletja vedo, da so vodilna med začimbami po svoji zdravilni moči, tega še ne vemo. Vemo pa, da si moramo burek našega profesionalnega in tudi osebnega vsakdana izmisliti ter okusno napolniti sami. Inventivni ponudniki hitre prehrane ne glede na to, kam jih želijo stereotipizirati in slabšalno umeščati nosilci diskurza Prvega, pa so pri tem početju naši zavezniki, saj gre ljubezen do bližnjega Drugega skozi želodec.

## Literatura

- HANNERZ, ULF (1997): *Flows, Boundaries and Hybrids: Keywords in Transnational Anthropology*. Dostopno na: <http://www.transcomm.ox.ac.uk/working%20papers/hannerz.pdf> (30. november 2012).
- HLADNIK-MILHARČIČ, ERVIN (2009): *Pot na Orient*. Ljubljana: Študentska založba.
- KOVAČIČ, DAMIR in DŽIGUMOVIČ, MARTINA (2010): Ponašanje i stavovi potrošača o brzoj hrani. *Agronomski glasnik* 72(2–3): 79–90.
- LINDSTROM, NICOLE (2003): Between Europe and the Balkans: Mapping Slovenia and Croatia's »Return to Europe« in the 1990s. *Dialectical Anthropology* 1(2): 1–17.
- MAJSTOROVIČ, DANIJELA (ur.) (2012): *Kritičke kulturološke studije u postjugoslovenskom prostoru*. Banja Luka: Filološki fakultet.
- MARSDEN, TERRY in MURDOCH, JONATHAN (ur.) (2006): *Between the Local and the Global : Confronting Complexity in the Contemporary Agri-Food Sector*. Oxford: Elsevier.
- MATIJAŠKO, NADA in RITTING-BELJAK, NIVES (2004): Role of Traditional Meals in the Menu of Croatian Teenagers. *Etnološka istraživanja* 1(9): 85–93.
- MLEKUŽ, JERNEJ (2008): *Burek.si?!: koncepti/recepti*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- MLEKUŽ, JERNEJ (2008a): Čapac.si, or on Burekalism and its Bites. An Analysis of Selected Images of Immigrants and their Descendants in Slovenian Media and Popular Culture. *Dve domovini* 28: 23–37.
- NAYLOR, SIMON (2000): Spacing the Can: Empire, Modernity, and the Globalisation of Food. *Environment and Planning A* 32(9): 1625–1639.
- REPORTER. Neverjetno – na FDV je mogoče diplomirati iz bureka!?. Dostopno na: <http://www.reporter.si/node/4830> (22. januar 2011).
- ROBERTSON, ROLAND (1995): Glocalization: Times-Space and Homogeneity-Heterogeneity. V *Global Modernities*, M. Featherstone et al., (ur.) 25–44. London: Sage.
- RODEN, CLAUDIA (1999): *The Book of Jewish Food: An Odyssey From Samarkand and Vilna to the Present Day*. London: Penguin Books.
- SENNETT, RICHARD (2008): *Kultura novega kapitalizma*. Ljubljana: Založba /\*cf.
- STANKOVIČ, PETER (2005): Burek? Ja, bitte!. *Dnevnik*, sobota 15.01.2005. Dostopno na: [http://www.dnevnik.si/tiskane\\_izdaje/dnevnik/108632](http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/108632) (30. november 2012).
- TRČEK, FRANC (2011): Zakaj je pica burek paradigmatški?. V *Ure popkulture: Balkan vrača pogled: zbornik 4. kulturološkega simpozija*, T. Osvald (ur.), 102–111. Ljubljana: Društvo kulturologov Kult.co.
- TRČEK, FRANC (2012): Socialism, Urbanization, and Nobel Burek in Ljubljana. *Design and Culture* 4(1): 83–87.
- VALDENFELS, BERNHARD (2005): *Topografija stranog: studije o fenomenologiji stranog I*. Novi Sad: Stylos.
- VELIKONJA, MITJA (2005): *Eurosis – A Critique of the New Eurocentrism*. Ljubljana: MediaWatch, Peace Institute. Dostopno na: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/edicija/seznam/17/mediawatch17.pdf> (30. november 2012).