
SLOVENSKÝ NÁRODOPIIS



Z OBSAHU: L. FALŤANOVÁ: K spolkovému životu v meste
O. DANGLOVÁ: Geometrické prvky v ornamentike a v symbolike
R. STOLIČNÁ: Fast Food: globálny fenomén súčasného
stravovania a života
B. ČIERNIKOVA: Nábožensko-mytologické predstavy v spojitosti
s irigačnými systémami v Zakaukazsku
ROZHOVOR S M. LEŠČÁKOM

Na obálke:

1. strana: *Vzor vašivanej nástenky. Čičmany, foto 1957.*

4. strana: *Vzor vyšivanej podvijky. Čičmany, foto 1957.*

(K článku O. Danglovej: Geometrické prvky v ornamentike a v symbolike.)

Preklady: Mária Kadriaková

Dear Reader,

Slovenský národopis (Slovak Ethnology) is a quarterly with a long tradition, edited in the Slovak language by the Institute of Ethnology of the Slovak Academy of Sciences in Bratislava, Slovakia.

This review publishes papers from all spheres of Slovak folk culture, past and present, including minorities and Slovaks abroad. The journal's articles range from research on the folk culture of every region of Slovakia (folk architecture, arts and crafts, costumes and clothing, folktales, songs, customs, traditions, etc.) through information on activities of ethnological research centres and museums, archival materials, book reviews to theoretical and comparative analyses of topical issues. The most interesting studies are published in English, and all the articles in Slovak have extended English summaries.

As the only periodical specifically devoted to the comparative study of Slovak folk, Slovenský národopis deepens the understanding of folk cultures throughout the world.

By becoming a regular subscriber of Slovenský národopis you will help to support an authoritative review for everyone interested in Slovak folk culture.

Distributed by:

Slovak Academic Press, Ltd.,
P. O. Box 57, Nám. Slobody 6
810 05 Bratislava
SLOVAKIA

Electronic version accessible via Internet

URL <http://www.elis.sk>

HLAVNÝ REDAKTOR

Dušan Ratica

VÝKONNÉ REDAKTORKY

Tatiana Podolinská

Zora Vanovičová

REDAKČNÁ RADA

Stanislav Brouček, Ľubica Droppová, Božena Filová, Soňa Kovačevičová, Eva Krekovičová, Jan Krist, Milan Leščák, Martin Mešša, Magdaléna Paríková, Ján Podolák, Zora Rusnáková, Peter Salner, Miroslav Válka

V prezentovanom čísle Slovenského národopisu sú online sprístupnené iba publikácie pracovníkov Ústavu etnológie SAV (v obsahu farebne odlišené).

Ostatné práce, na ktoré ÚEt SAV nemá licenčné zmluvy, sú vynechané.

Slovenský národopis je evidovaný v nasledujúcich databázach

www.ebsco.com

www.cejsh.icm.edu.pl

www.cceol.de

www.mla.org

www.ulrichsweb.com

www.willingspress.com

Impaktovaná databáza European Science Foundation (ESF)
European Reference Index for the Humanities (ERIH): www.esf.org

ŠTÚDIE

F a l ť a n o v á, Ľubica: K spolkovému životu v meste.....	261
D a n g l o v á, Oľga: Geometrické prvky v ornamentike a v symbolike.....	278
S t o l i č n á, Rastislava: Fast Food: globálny fenomén súčasného stravovania a života... 305	305
Č i e r n i k o v á, Beata: Nábožensko-mytilogické predstavy v spojitosti s irigačnými systémami v Zakaukazsku.....	314

DISKUSIA

Rozhovor s Milanom Leščákom pri príležitosti jeho šesťdesiatky (Zora V a n o v i č o v á).....	323
K r e k o v i č, Eduard: Historické vedy?.....	334
L u k š i k o v á, Petra: Orientalizmus alebo "ja etnológ" a "tí druhí".....	336

VYHRADENÉ PRE

K l í m o v á, Dagmar: K čemu mne inspiroval tiskařský šotek	339
--	-----

MATERIÁLY

R a t k o v s k ý, Štefan: Podhorský typ kultúry v prírodnom prostredí Podjavoria... 346	346
Š í p k a, Miloš: Národopisné slávnosti na Podpolaní v medzivojnovom období.....	359

ROZHLADY-SPRÁVY-GLOSÝ

Etický kódex Americkej antropologickej asociácie 369	369
Život s folklorem (Jan Krist - 50) (Josef J a n - č á ř).....	374
Dr. Ján Koma osemdesiatročný (Miroslav S o p o l i g a).....	375
Niekoľko slov k jubileu Antonína Satkeho (Viera G a š p a r í k o v á).....	378
Významné životní jubileum Olgy Hrabalové (Marta T o n c r o v á).....	381
Paremiológ Gyula Paczolay jubiluje (Zuzana P r o f a n t o v á).....	382

Blahoželanie PhDr. Viere Nosálovej, CSc. (Oľga D a n g l o v á).....	383
Zomrel prof. Rudolf Schenda.....	385
Medzinárodné sympóziu „Populárne encyklopédie: Ľudové vzdelávanie medzi osvietenstvom a indoktrináciou“ (Susanne H o s e).....	386
Za Evou Munkovou (Eva P a n ě u h o v á)...	388
16. Strážnické sympóziu (Hana H l ó š k o v á)	390
Správa z letnej univerzity na CEU v Budapešti (Juraj B u z a l k a).....	393
9. letná akadémia „Ľudová kultúra 2000“ (Ľuba H e r z á n o v á, Dana J a v o r s k á, Ľudmila V á g e n k n e c h t o v á)...	395
Etnofilm Čadca 2000 (Martin M e š š a).....	399
Podakovanie Zore Vanovičovej (Milan L e š - č á k, Tatiana P o d o l i n s k á)...	403

RECENZIE-ANOTÁCIE

J. Soustelle: Čtvero slunci (Milan K o v á ě) 404	404
J. Koma: Kendice vo svetle dejín a ľudovej kultúry (Terézia K r a f ě i k o v á).....	406
Lidové písně z moravského Horácka (Soňa B u r l a s o v á).....	406
Kult a živly (Zuzana B e ň u š k o v á).....	408
M. Botíková: Tradície kultúry Indiánov severozápadného pobrežia Severnej Ameriky (Milan K o v á ě).....	410
J. a L. Petraňovci: Rolník v evropské tradiční kultúre (Peter S l a v k o v s k ý)...	411
Hoensch J. K. - Biman S. - Lipták Ľ.: Emancipácia Židov - antisemitizmus - prenasledovanie v Nemecku, Rakúsko-Uhorsku, v českých zemiach a na Slovensku (Ivica B u m o v á).....	412
J. Martinka: Šafran - jeho kult vo svete a stáročná kultúra na Slovensku (Ivica B u m o v á)...	413
Anotácie	

OBSAH 48. ROČNÍKA V ETNOLÓGIE SAV
KNIŽNICA
KLEMENSOVA 19
813 64 BRATISLAVA

CONTENTS

STUDIES

F a l' a n o v á, Lúbia: About associative life in towns.....	261
D a n g l o v á, Oľga: Geometrical elements in ornamentation and symbolism.....	278
S t o l i č n á, Rastislava: Fast Food: The global phenomenon of today's eating habits and lifestyle.....	305
Č i e r n i k o v á, Beata: Religious-mythological ideas in connection with irrigation systems in the Cis-Caucasian region...	314

DISCUSSION

Interview with Milan Leščák at the occasion of his sixtieth jubilee (Zora V a n o v i č o v á).....	323
K r e k o v i č, Eduard: Historical sciences?.....	334
L u k š i k o v á, Petra: Orientalism or „I of ethnologist“ and „the others“.....	336

RESERVED FOR

Klímová, Dagmar: Inspired by one press error.....	339
---	-----

MATERIALS

R a t k o v s k ý, Štefan: Sub-mountain type of culture in the ecosystem of „Podjavorie“...	346
Š í p k a, Miloš: Folklore fests in the region „Podpoľana“ in the interwar period.....	358

NEWS-HORIZONS-GLOSSARY

Ethic codex of American Anthropologic Association.....	369
Life with folklore (Jan Krist - 50) (Josef J a n - č á ř).....	374

Jubilee of Dr. Ján Koma (Miroslav S o p o l i g a).....	375
Jubilee of Antonín Satke (Viera G a š p a r í k o v á).....	378
Jubilee of Olga Hrabalová (Marta T o n c r o v á).....	381
Jubilee of paremiologist Gyula Paczolay (Zuzana P r o f a n t o v á).....	382
Jubilee of PhDr. Viera Nosál'ová, CSc. (Oľga D a n g l o v á).....	383
An obituary for prof. Rudolf Schenda.....	385
The international symposium „The popular encyclopedies: Folk education between the Age of Reason and indoctrination“ (Susanne H o s e).....	386
An obituary for Eva Munková (Eva P a n č u h o v á).....	388
The 16th Symposium in Strážnice (Hana H l ô š k o v á).....	390
Summer University CEU in Budapest (Juraj B u z a l k a).....	393
9th summer Academy „Folk culture 2000“ (Lúba H e r z á n o v á, Dana J a v o r s k á, Ľudmila V á g e n k n e c h t o v á).....	395
Ethnofilm Čadca 2000 (Martin M e š š a).....	399
Acknowledgement to Zora Vanovičová (Milan L e š č á k, Tatiana P o d o l i n s k á).....	403

BOOKREVIEWS-ANNOTATIONS

CONTENTS OF THE 48th VOLUME

FAST FOOD: GLOBÁLNY FENOMÉN SÚČASNÉHO STRAVOVANIA A SPÔSOBU ŽIVOTA

RASTISLAVA STOLIČNÁ

PhDr. Rastislava Stoličná, CSc., Ústav etnológie SAV, Klemensova 19, 81364 Bratislava, Slovakia

The author deals with the global phenomenon of fast food, which affects the life of today's Slovak society. She sheds light on the background of its origins in the U.S., on its proclaimed and real advantages. She also points out the disadvantages of this phenomenon, mainly from the point of view of healthy nutrition and eating habits of individuals as well as families. She brings attention to the related risks, which can be expected to enter Slovak society in near future.

Kľúčové slová: fast food, McDonald, kulinárny folklór, stravovacie návyky v modernej spoločnosti

Keywords: fast food, McDonald, culinary folklore, eating habits in modern society

S fenoménom „fast food“ som sa mohla po prvýkrát zreteľne stretnúť počas študijného pobytu v Jesus College Univerzity v Oxforde v roku 1995. Do pokojnej tradičnej atmosféry, na vypestované trávniky, na vyzametané chodníky „vtrhlo“ jedného dňa asi tridsať adolescentov z USA, ktorí prišli na kurz anglickej literatúry. College im poskytla bývanie a samozrejme trikrát denne stravu, ktorá sa podávala v sále z alžbetínskej doby, s pôvodným mobiliárom a interiérovou výzdobou. Napriek rôznym nie práve lichotivým hodnoteniam úrovně a chuti anglickej stravy musím povedať, že sa tam varilo veľmi chutne a pestro, každý si mohol vybrať na obed i na večeru najmenej z troch chodov. Dalo sa teda predpokladať, že návštevníci budú spokojní. A napriek tomu, zjavne neboli!

Už večer som si všimla, že na trávnikoch a na lavičkách sedí zmieňovaná mládež a napcháva sa čímisi z papierových obalov a pije slamkou Coca-Colu. Pri večernej prechádzke som mala možnosť identifikovať, že ide o obaly z MacDonaldu, v ktorých sa válali zvyšky hranolkov s kečupom a nedojedených žemlí. V tej chvíli som skutočne úprimne ľutovala zdvorilý a úslušný personál college, ktorému museli ráno vstávať dupkom vlasy,

pretože americké deti „nevideli“ smetné koše. Vybrala som sa do mesta, aby som zistila, kde sa obchod MacDonalds nachádza. Bol asi päť minút od college, plný domácej, zväčša dosť obéznej a hlučnej mládeže. Bolo zrejmé, že ďalších štrnásť dní tam budú mať dobrý biznis tiež z mojich amerických susedov. Nemýlila som sa. Ako som mohla pozorovať, do jedálne chodil ešte väčšinou len ich pedagogický sprievod, zatiaľ čo sa deti stravovali v MacDonalds.

Obraz na trávnikoch sediacej americkej mládeže, ktorá jedla prstami hranolky a srkala Coca-Colu v „kulisách“ nádhernej architektúry tradičnej anglickej college, mi dlho ležal v hlave a myslela som si: Pane bože, len toto nie!

A ono áno. Päť rokov po mojom zážitku mi moje vlastné deti tvrdia, že im v MacDonalds jedlo chutí a moja trojročná vnučka na otázku, kde by chcela som mnou ísť, povedala, že do MacDonalds "hrať sa do guľičiek" a jest' cheesburger.

Zdá sa byť teda pravdou, že fenomén fast food je globálny a nevynechal ani Slovensko.

Úvodom k tejto problematike treba povedať, že ešte v päťdesiatych rokoch bolo aj v USA hlavnou alternatívou jedlo uvarené doma, väčšinou z produktov nakúpených v rôznych obchodoch a na trhoch. Séria rôznych vynálezov zvýšila pritom efektívnosť domáceho varenia. Chladnička, mraznička a plynový alebo elektrický sporák boli vítanými technickými pomocníkmi. Tiež kuchárske knihy, dodržiavanie receptov a dávkovania surovín prispeli k efektívnejšej domácej kuchyni. Avšak domáca príprava bola a stále relatívne je pomerne zložitým spôsobom získavania jedla. Reštaurácie sú už dlhšie obdobie efektívnejšou alternatívou, avšak pod podmienkou, že v nich nestrávime príliš dlhý čas. Túžba po stále ekonomickejšom spôsobe stravovania viedla preto ku vzniku niektorých predchodcov dnešných reštaurácií typu fast food. Boli to rôzne samoobslužné jedálne, kaviarne a pojazdné reštaurácie. Na týchto základoch sa postupne začala stavať moderná rýchloobslužná reštaurácia, ako ďalší krok smerom k efektívnejšej konzumácii jedla.

Pre vznik tohto typu stravovania bolo v USA zvlášť dobré podhubie. Zakorenený anglosaský pragmatizmus a zmysel pre efektívnosť viedol k názoru, že jedlo má slúžiť ľuďom predovšetkým na obnovu pracovných síl a že pôžitok z jedla by nemal rušiť výrobný proces. Európan sa preto často čuduje vzťahom Američanov k jedlu, u ktorých čas jedla nie je izolovaný, presne ohraničený, jedlo neexistuje samo osebe. Ľudia môžu pracovať i jest' súčasne, alebo jest' a robiť niečo iného. V Európe naopak, dlhšie pretrvával návyk, že čas jedla je ritualizovaný a nemal by byť ničím rušený. V „dobrej“ rodine bolo preto nemysliteľné, aby človek jedol na ulici, pri šoférovaní, pri telefonovaní a pod. Naopak, dodržiaval sa čas a priestor určený na jedenie.

Úspech siete fast food v USA určite možno pripísať aj americkej vášni pre čistotu. Prvá sieť na výrobu hamburgerov, už v 20. rokoch, sa volala White Tower a White Castle. Biela v názvoch firmy signalizovala čistotu a poriadok a upokojovala spotrebiteľov v otázke kvality mletého mäsa. Skutočným priekopníkom fast food sa však stal až Američan českého pôvodu Ray Kroc spolu s dvoma bratmi Dickom a Macom MacDonaldovcami. V roku 1937 otvorili MacDonalds prvý Drive-in - reštauráciu neďaleko Pasadeny. Využili pritom narastajúcu závislosť obyvateľov Kalifornie od aut a predávali im rýchle občerstvenie vo forme hot dogs. V štyridsiatych rokoch vybudovali obrovskú reštauráciu v San Bernardine, obľúbenom centre teenagerov, ako jedálne stredisko mládeže. Návštevy iných sociálnych skupín boli však obmedzené. V roku 1948 podnik bratia renovovali a zaviedli predaj hamburgerov. Predávali ich za relatívne nízke ceny a s veľkou rýchlosťou pri obsluhu. Komerčný úspech sa dostavil a MacDonalds sa stal reštauráciou, ktorú začali navštevovať celé rodiny s deťmi.

Predtým, než bol MacDonaldov hamburger vyhlásený za model efektívnosti, pohrával sa Kroc s inými alternatívami na zvýšenie ekonomickosti reštauračných jedál. Najskôr rozmýšľal o párkoch v rožku, ale odstúpil od tohto nápadu. Na trhu bolo už príliš veľa druhov párkov: párok s obilninami a múkou, mäsový párok z miešaného mäsa, hovädzí párok i kôšer párok. Všetky sa rôzne upravovali: mohli byť varené, grilované na rošte, pečené alebo údené. Hamburgery boli tiež veľmi chutné, prísady sa dávali na ne, nie dovnútra a existoval len jeden spôsob, ako ich pripravovať: grilovanie.

Kroc a jeho spolupracovníci hodnotili každý komponent potrebný na výrobu hamburgeru z pohľadu zvýšenia efektívnosti. Najskôr začali len s čiastočne narezanými zemiakmi, ale zistilo sa, že by bolo efektívnejšie, keby bola narezaná celá. V prvej fáze výroby prídu zemiaky v krabiciach a časť zamestnancov ich rozbaluje. Iní zamestnanci zemiaky rozkrajujú a triedia papierové obaly a krabice. Aby bol proces dokonalejší, začalo sa pečivo prepravovať v znova použiteľných, vratných krabiciach. Podobná pozornosť je venovaná mäsu. Papier medzi jednotlivými fašírkami musí mať presne požadované množstvo vosku, aby sa správne z neho kĺzali na gril. Cieľom týchto procedúr bolo dosiahnutie čo najefektívnejšej výroby hamburgerov, ktorú zvládne vlastne ktokoľvek a vo výrobní nie je potrebný nijaký vyučený kuchár.

Na konci 50. rokov prišla v USA do módy aj pizza a o desať rokov neskôr sa jej tam predalo 2 milióny kusov za rok. Táto pôvodne neapolská špecialita sa stala predovšetkým grécko-americkou obchodnou záležitosťou a nie, ako by sa dalo predpokladať, inak aj na poli stravovania aktívnej talianskej minority. (Tá sa skôr sústreďovala na budovanie reštauračných zariadení domáceho typu s inými talianskymi špecialitami, predovšetkým cestovinami.) Zavedením racionalizácie do výroby pizzy sa obchod najmä na západnom pobreží USA veľmi rozšíril. Namiesto každodenného zarábania cesta sa začalo pripravovať jeho väčšie množstvo dopredu, ukladať do kovových zásobníkov a skladovať v chladničke. Pri objednávke pizzy stačilo cesto doplniť požadovanými ingredienciami a dať upiecť. Vznikla nová sieť Pizza-Hut so sídlom vo Wichite, ktorú kontroluje koncern Pepsi-Cola. Zásluhou tohto koncernu sa z pizzy stalo skutočné fast food.

Rýchloobslužná reštaurácia založená na MacDonaldovskom princípe mala byť efektívna z hľadiska host'a i majiteľa. Čas venovaný jedlu je tu, na rozdiel od jedla pripravovaného doma alebo konzumovaného v reštaurácii, len jeho zlomkom. Je pravidlom, že pri reštaurácii býva parkovisko. K pultu je to len kúsok cesty, jedlo sa dá objednať rýchlo a ihneď zaň zaplatíte. Obmedzený jedálny lístok skraca dobu výberu jedla. Akonáhle dostanete jedlo, je to len pár krokov ku stolu a môžete začať jesť. Pretože tu po dojedaní nie je nič, prečo by ste tu mali ostať, pokrčíte papier, vyhodíte ho do koša, vrátite podnos a idete ku svojmu autu. Vylepšeným typom sú potom McDrive podniky, kde dostanete jedlo cez podávacie okienko bez toho, aby ste vystúpili z auta, čím sa umožňuje ne strácať čas a najesť sa počas cestovania.

Ďalším efektívnym aspektom fast food podnikov je spôsob servírovania jedla. Tieto zariadenia často servírujú „prstové jedlo“, teda jedlo, ktoré môžeme držať v ruke a jesť bez príborov. Každý rok možno pritom zaznamenať inovácie, ktoré stále zvyšujú podiel tohto typu jedál. Napríklad tzv. Egg McMuffin: vajíčka, kanadská slanina a anglická dolka, ktoré boli pôvodne podávané na raňajky, boli postupne skompletované do jedného sendviča, ktorý sa môže jesť veľmi rýchlo a bez príboru. Je to omnoho efektívnejšie ako jesť s nožom a vidličkou z taniera vajcia, slaninu a dolku.

Táto na prvý pohľad zjavná efektívnosť pre podnik, je však často neefektívna vzhľadom na zákazníka. Už samo čakanie v rade je z hľadiska zákazníka stratou času. Nehovoriac o

tom, že zákazník si v podnikoch fast food veľa prác, ktoré v iných reštauráciách robí personál, "odrobí". Sám si objedná, jedlo si donesie ku stolu, zvyšky zlikviduje do koša a podnos odloží na určené miesto. Keď si zoberie jedlo do auta, je na ňom, ako a kde odstráni papierové a plastické zvyšky. Niektoré podniky prišli s ďalšími nápadmi. Napríklad v sieti Hardees sa od zákazníka očakáva, že si vezme holý hamburger k baru a tam si podľa vlastného výberu pridá šalát, paradajky alebo cibuľu a urobí si sendvič sám. V mnohých firmách tiež dostanete pohárik a sám si ho musíte naplniť nápojom. A v najmodernejších zariadeniach si už pri vstupe navolíte v computeroch celé menu.

Samozrejme, že aktívne zapojenie zákazníka do procesu v samoobslužnej reštaurácii nebolo prvotnou ideou jej tvorcov, ale je evidentné, že tento vynález práve ona inštitucionalizovala a urýchlila. Jestvuje aj množstvo ďalších príkladov, keď sa práca prenáša z personálu na zákazníka. Tzv. švédske stoly aj vo veľmi noblesných hoteloch nie sú ničím iným, len modifikáciou tohto vynálezu. A netýka sa to len oblasti stravovania. V súčasnosti sme nútení stráviť niekoľko minút pri tankovaní auta ako neplatení pumpári, pri výbere peňazí z banky prostredníctvom karty ako neplatení pokladníci, pri hľadaní tovaru v obrovských supermarketoch ako neplatení predavači a pod. Tieto príklady dokladajú, že inštitúcie vlastne nútia človeka namiesto seba zadarmo pracovať. Moderný zákazník tak stratí nie nevýznamné množstvo času a energie, a pritom sa mu navráva, že je vo svojom konaní voľnejší a flexibilnejší.

Vedľa neustáleho zdôrazňovania efektivity a ekonomickosti v podnikoch fast food dávajú dôraz aj na kvantitu. Výborným príkladom môže byť Burger King, ktorý zdôrazňuje vo svojich dvojpodlažných hamburgeroch množstvo mäsa nazývaných Whopper = obrovská vec a rýb nazývaných Whaler = veľrybár. Podobne i firma Wendys má v názvoch svojich jedál „biggie“ alebo firma Seven-Eleven, ktorá ponúka zákazníkovi horúci párok v rožku pod názvom Big-Bite = veľké sústo a veľký chladený nápoj s názvom Big Gulp = veľký glg.

Čo je zaujímavé na tomto zdôrazňovaní kvantity, je absencia záujmu o kvalitu. Faktom zostáva, že typický zákazník podnikov fast food vlastne vie, že tam nedostáva jedlo najlepšej kvality. Je to miesto, kde ide, keď si potrebuje naplniť žalúdok kalóriami a uhľohydrátmi, aby sa mohol rýchlo venovať ďalšej činnosti.

Sklon minimalizovať kvalitu v snahe rýchlo a veľa predávať sa markantne prejavil napríklad v histórii plukovníka Harlanda Sandersa, zakladateľa podniku Kentucky Fried Chicken. Kvalita jeho kuchárskych techník a tajomstiev korenenia jedál viedla k veľkému úspechu a do roku 1960 mal vybudovaných 400 licenčných podnikov. Keď svoj podnik v roku 1964 predal, nový majiteľ začal čoskoro zdôrazňovať, že mu viac záleží na rýchlosti, ako na kvalite: „Plukovníkova omáčka bola fantastická, ale príliš zložitá, drahá a vyžadovala veľa času. To sa muselo zmeniť. To nebolo rýchle jedlo.“

Samozrejme, mnohí ľudia už vedia, že veľa jedla za málo peňazí v podnikoch fast food je skôr ilúziou ako realitou. V nápojoch je veľa ľadu a veľká, nafúknutá ale lacná žemľa zväčšuje hamburger. Zvlášť iluzórne je množstvo hranoliek. Tie sú obvykle aranžované špeciálnymi lopatkami tak šikovne, že ich množstvo sa javí oveľa väčšie, než je skutočne ponúkané. Krabice a sáčky sú tvarované tak, že vyzerajú, akoby boli naplnené až po okraj. Aj ich vnútro je zväčša prúžkované, aby sa umocnila ilúzia množstva.

V skutočnosti, vzhľadom na cenu, je v každom balíčku hranoliek veľmi málo a práve na nich sa získava najväčší zisk. Jedna z autoriek k tejto tematike E. Reiterová napríklad hovorí, že u Burgera Kinga sú hranolky predražené o 400%. A neplatí to len o hranolkoch, ale o všetkých komponentoch v reštauráciách fast food. Tieto podniky získavajú svoje zisky

predovšetkým na obrovskom obrate. Majú menšie zisky na jednotlivých porciách ako tradičné reštauračné zariadenia, ale predajú oveľa viac jedla.

Čo sa týka kvantity jedla, zaujímavá je aj precíznosť, s akou sú jednotlivé komponenty jedla odmeriavané. Zákazník je stále ubezpečovaný, že surový hamburger neváži ani menej ani viac než 1,6 unce, takže z libry mäsa je 10 hamburgerov. Predvarený hamburger musí merať naprieč presne 3, 875 palca. Zemľa má obvykle priemer 3,5 palca, takže grilovaný hamburger čiastočne prečnieva cez jej okraj a vzbudzuje tak ilúziu väčšieho objemu. Dávkovanie hranoliek sa robí pomocou lopatky, ktorá odmeriava vždy takmer rovnaké množstvo a automaty na nápoje zabezpečujú, že do každého pohára príde správne množstvo tekutiny a nič nevyjde nazmar.

Ďalším dôležitým fenoménom úspechu podnikov fast food je ich zdôrazňovanie rýchlosti. Už prvá filiálka R. Kroca sa volala McDonalds Speedee Service Drive-In = Najrýchlejšia obsluha v MacDonal dovom prejazdnom podniku. Pokúšali sa tam servírovať hamburger, nápoj a hranolky za 50 sekúnd. Reštaurácia urobila rekord v roku 1959, keď sa podarilo naservírovať 36 hamburgerov za 110 sekúnd. Firma Burger King sa dnes snaží obslúžiť zákazníka do 3 minút, od jeho vstupu do reštaurácie.

Ľudia teda očakávajú určitú kvantitu jedla za určitý čas, ale zároveň chcú aj svoju „kvalitu“. Väčšinou nemajú radi zmeny a nechcú náhodné služby, chcú vedieť dopredu, čo môžu očakávať. Chcú si byť istí, že keď si objedajú svoj hamburger, bude rovnaký ako tie, čo mali včera i ten, čo budú mať zajtra. Chcú si byť istí, že keď navštívia MacDonal ds kdekoľvek na svete, bude veľmi podobný ich miestnemu a jedlo bude chutiť rovnako. Aby bola táto predvídateľnosť času a priestoru zaistená, v podnikoch fast food sa kladie dôraz na disciplínu, poriadok, systematizáciu, formalizáciu, rutinu, jednotnosť v metodických postupoch.

Väčšina toho, čo sa v podnikoch fast food deje, sa preto zo strany zamestnancov, ako i zákazníkov považuje za rituál, ktorý má svoje známe a ustálené pravidlá. Vzhľadom na to, že interakcia medzi zákazníkmi a obsluhujúcim personálom je veľmi stručná a môže nadobudnúť rutinnú formu, každý podnik sa snaží tento vzťah čo najviac „poľudštiť“. Siet podnikov Roya Rogersa napríklad svoj personál obliekol do kovbojských šiat a ten každého zákazníka vítal kovbojským pozdravom. Opakovanie týchto pozdravov prinášalo zákazníkovi veľké uspokojenie, preto pociťovali ako osobnú stratu, keď bola táto prax zrušená. Osobné interakcie medzi personálom a zákazníkmi sa stávajú bežnou praxou a ľudia sa na ne tešia. Preto v takýchto zariadeniach nie je predvídateľné len jedlo, prostredie, balenie a logo, ale aj ľudia, ktorí v nich pracujú. Býva pravidlom, že za pultom nájdete stále sa usmievajúcú mládež, ktorá má navodiť aj váš optimizmus a ubezpečiť vás, že ste na správnom mieste.

MacDonal ds a podobné podniky bývajú veľmi ústretové k deťom a ich rodičom. Súčasťou ich prevádzok bývajú vyhradené plochy na hranie, takže dieťa je tam v relatívnom bezpečí a rodič môže zatiaľ pohodlne konzumovať svoje jedlo. Deti sú tiež lákané ponukou rôznych hračiek, ktoré inde nedostať.

Dnes už ani na Slovensku nie sú ojedinelé prípady, keď (solventnejší) rodičia usporiadajú oslavu narodenín svojho dieťaťa práve v takomto podniku. Ako som mala možnosť pozorovať, je to často najmä u adolescentov otázka osobnej prestíže.

Úsilie umožniť ľuďom vedieť, čo môžu očakávať kdekoľvek a kedykoľvek bez prekvapení, je čoraz zreteľnejšie. Predvídateľnosť potravín sa dostala zo siete fast food aj do domácností a viedla k tomu, že z kuchyne miznú krajové a etnické rozdiely. Jedlo všade vyzerá a chutí takmer rovnako. Takmer všetci Američania sadajú k jedlám, ktoré sa skladajú z takých zložiek, ako sú instantné makaróny so syrom, mäkký biely chlieb, mrazené šišky a pod.

Vzhľadom na efektivitu podnikov fast food musela reagovať aj domáca kuchyňa, aby úplne nezanikla. Kľúčom k jej záchrane bol vývoj a rozšírenie mikrovlnnej rúry. Je rýchlejšia ako sporák a môžu sa v nej pripraviť rozmanitejšie pokrmy. A čo je najdôležitejšie, prispela k produkcii množstva mikrovlnných jedál, čo dovolilo efektívnu prípravu fast food aj v domácom prostredí. Namiesto toho, aby ste išli do MacDonalds na raňajky na svoj obľúbený sendvič, vytiahnete ho z mrazničky a zohrejete v mikrovlnke. Podobným fenoménom súčasných kuchýň je aj mraznička, ktorú si ľudia môžu naplniť hotovými jedlami a pred konzumáciou zohriať v mikrovlnke. Ošial z mikrovlniek a mrazničiek, spolu s fritézami kulminoval v slovenskej spoločnosti v polovici deväťdesiatych rokov. A najnovším hitom amerických kuchýň sú „mikrovlnné jedlá“, ktoré už nemusia byť ani v mrazničke a hotové jedlá, ktoré sa dajú kúpiť v supermarketoch a doma sa len rozbalia a zjedia. Návody presne inštruujú, ako sa má potravina pripraviť. Dopredu namiešané výrobky obsahujú zmes príchutí a korenia a eliminujú potrebu tvorivosti kuchárov. K najnovším pokrokom patrí konzerva, ktorá sa sama uvarí. Skrútením kľúčika sa začne na dne chemická reakcia, ktorá uvarí polievku v hornej časti konzervy.

Nadväzujúc na myšlienku Maxa Webera, že "racionálne systémy plodia i rad iracionalít, ktoré napokon obmedzia alebo i podkopú racionalitu", sa už konštatuje, že napriek proklamovaným výhodám, ktoré ponúkajú podniky na princípe MacDonalds: efektivnosť, predvídateľnosť, vypočítateľnosť a nahradzovanie ľudskej práce stále dokonalejšou technológiou, prinášajú veľa iracionálneho.

Najzreteľnejším prejavom neefektívnosti rýchlosamooblužných reštaurácií sú dlhé rady ľudí, ktorí čakajú pri pultoch, alebo rady áut, ktoré sa krokom posúvajú k obslužnému okienku. Realitou teda často je, že "rýchle jedlo" nie je až také rýchle a proklamovaná efektivita nie je až také efektívna. Podobne je to aj s mýtom lacného jedenia v podnikoch fast food. Jedenie pre štvorčlennú rodinu vyjde približne 20 dolárov v USA a na Slovensku môžeme odhadovať asi 300.- 400.- Sk, za čo by sme mohli nakúpiť oveľa viac potravín, ak by sme jedlo pripravovali doma.

Avšak najvypuklejším príkladom iracionality týchto zariadení je fakt, že sa tam predávajú jedlá, ktoré sú pre ľudí nebezpečné. Strava tam má vysoký obsah kalórií, tuku, cholesterolu, soli a cukru. Takéto jedlo je to posledné, čo ľudia, z ktorých mnohí trpia obezitou, nadbytočným cholesterolom, vysokým krvným tlakom a cukrovkou, potrebujú. Zvlášť u detí podporujú rýchloobslužné predajne také stravovacie návyky, ktoré neskôr prispievajú k rozvoju mnohých chorôb. Svojou prítlačivosťou pre deti vychovávajú nielen celoživotných prívržencov rýchlych jedál, ale tiež narkomanov, ktorí si privykli na vysoký prísun soli, cukru a tuku. Vo svete bolo už veľa takýchto podnikov prinútených reagovať pod tlakom verejnosti a zdravotníkov. Niektoré podniky prestali smažiť hranolky na hovädzom loji a používajú bezcholestorový olej. Avšak typické macdonaldovské jedlo: Big Mac, veľká porcia hranoliek a mliečny kokteil, obsahuje aj tak viac než 1 000 kalórií a je plné soli, cukru a tuku.

Podniky fast food zasiahli aj do medziludských vzťahov. O príčinách rozpadu rodín fungujúcich na tradičných základoch sa dnes vo všetkých moderných spoločnostiach vážne diskutuje. Jedným z faktorov, ktoré nemalou mierou prispievajú k tomuto rozpadu, patria aj tieto zariadenia. V nich totiž nie je možné spoločné posedenie rodiny pri jedle bez obmedzenia konverzácie. Okrem toho, v určitom veku sa začnú deti separovať od rodičov a idú sa najesť radšej so svojimi priateľmi. Z výskumov vyplýva, že americké rodiny chodili na spoločný obed do zariadení fast food už v 40. rokoch a na raňajky v rokoch päťdesiatych. V súčasnosti chodia skôr na spoločné večere. Tento trend možno pozorovať aj na Slovensku, keď najmä mladé rodiny s malými deťmi chodia v piatok, v sobotu alebo v nedeľu na obed alebo

večeru radi jesť do MacDonaldu, veľmi často vidno aj skupiny mládeže. Častými návštevníkmi bývajú i mladé mamičky, ktorých deti sa hrajú a ony majú čas si pohovoriť s priateľkami, pričom deti pribiehajú a odbiehajú a dostávajú po kúskoch svojej hranolky alebo burgre.

Spôsob jedenia v týchto podnikoch s tendenciou "len niečo zhltnúť", "rýchlo sa naplniť" prevažuje aj v spôsoboch jedenia v domácnostiach. Ľudia si už nesadajú pravidelne ku stolu k jedlu vo vopred určenom čase, ale každý je vtedy, keď mu to vyhovuje, často aj pri iných činnostiach, najčastejšie pri sledovaní televízie, čo však vylučuje akúkoľvek komunikáciu členov rodiny. Tu treba zdôrazniť, že spoločné jedenie rodiny patrilo k primárnym rituálom, ktoré mali na jej podstatu zásadný vplyv. V procese, keď postupne v moderných spoločnostiach zaniká, treba sa vážne zamyslieť, čím sa môže nahradiť a či sa vôbec dá niečím nahradiť.

Varovanie by malo zaznievať aj preto, že podniky fast food redukujú a eliminujú rozmanitosť, po ktorej inak ľudia prirodzene túžia a vždy ju vyhľadávali. Tu by mala veľmi spozornieť práve etnológia, ktorá bola založená na potrebe spoznávania a objasňovania "inakosti" kultúr ľudských spoločností. Pokles etnickej rozmanitosti v strave sa prejavuje práve expanziou "amerického" modelu vo fast food zariadeniach po celom svete, na úkor pohostinských zariadení s domácimi špecialitami.

Pre návštevníka mekky kulinárskeho umenia Paríža je šokujúci počet čínskych, gréckych, malajzských, kórejských, japonských, indických atď. reštaurácií, ktoré tiež väčšinou pracujú na princípe fast food, ako i rýchle sa rozširujúce jeho domáce varianty, napr. crois-santerie. Francúzski kuchári preto už podnikli akciu, pri ktorej zoznamovali žiakov základných a stredných škôl, čo je to francúzska kuchyňa, pretože sa obávali, že inak sa mladí ľudia s ňou nebudú mať možnosť reálne zoznámiť.

Univerzalizmus, efektívnosť, rýchlosť, ktoré majú korene v podnikoch fast food, si našli svoje miesto aj v iných odvetviach stravovania. Veľkofirma Findus z Francúzska predáva po celom svete "grécku musaku" a "švajčiarske müsli" dostanete na raňajky vo všetkých reštauračných i obchodných zariadeniach na svete. Tento predstieraný kulinárny "folklór" patrí v súčasnosti tiež k faktorom, ktoré po svete rozširujú homogenizované a zjed-nodušené verzie pôvodných národných a regionálnych kuchýň. Na to by si mali dať veľký pozor najmä postkomunistické štáty v Európe, ktoré si ešte uchovali istú mieru originalnosti, okrem iného aj vo svojich kulinárnych tradíciách. V budúcnosti to budú zjavne hodnoty, ktoré sa budú vyhľadávať a vysoko ceniť.

Šírenie verejného i domáceho fast food v stravovaní vedie k stále menšej originalnosti a kreativite v kulinárskom umení. Zároveň sa ním potláča ľudská túžba po nových a odlišných skúsenostiach a chutiach a je nahradzovaná jednoduchosťou a predvídateľnosťou v stravovaní.

Aj keď niet pochýb o tom, že korene zmieňovaných procesov sú v ekonomike a jej efektívnosti, netreba zabúdať, že tento proces zasahuje aj do duševného života množstva ľudí. V USA sa v súčasnosti už podniky fast food vyhlasujú za súčasť národných tradícií, na ktorých boli "vychované" najmenej dve generácie populácie. Deje sa to aj napriek tomu, že vedci ich označujú za "ohrozovateľov" kulinárnych i rodinných tradícií.

Tento proces išiel totiž ruka v ruku so zásadnými zmenami v americkej spoločnosti a v ekonomicky vyspelých krajinách. V tradičnej rodine, kde manžel zarábala a manželka bola doma, varila, starala sa o dom a vychovávala deti, bolo možné pripravovať i zložité jedlá zo základných potravín a jesť ich pomaly a v pohode v rodinnom kruhu doma. V modernej rodine, kde obyčajne obaja manželia pracujú, je menej pravdepodobné, že by mal niekto čas na nákup, prípravu jedla, pokojnú konzumáciu a potom umývanie a ukladanie riadu. Behom

pracovného týždňa ľudia často ani nemajú čas najesť sa v tradičnej reštaurácii s obsluhou. Rýchlosť a efektívnosť rýchloobslužných podnikov vyhovela teda modernej dvojkariérovej rodine a vyhovuje aj narastajúcemu množstvu rodín s jedným rodičom. Tento proces máme možnosť sledovať na Slovensku "v priamom prenose", najmä u solventnejších rodín podnikateľov, manažérov a pod. Akonáhle sa ekonomická situácia väčšiny rodín zlepší, môžeme takmer s určitosťou očakávať ďalší nárast tohto fenoménu v stravovaní a v spôsobe života i v našej spoločnosti.

Bolo by naivné si myslieť, že globálny fenomén fast food sa Slovensku vyhne. Je jasné, že tento fenomén tu už je a zrejme s nami nejaký čas zostane. Jeho boom máme ešte len pred sebou a to aj napriek tomu, že mnohé nastolené otázky a problémy týchto procesov v spoločnosti v nás musia vyvolať otázku: Chceme to a čo to spraví s našou, pomerne dlhú dobu od vonkajších „dravých kapitalistických“ mechanizmov chránenou spoločnosťou?

Uvidíme.

LITERATÚRA

BURSZTA, W.: Antropologia kultury. Zysk i S-ka wydawnictwo, Poznań 1998.

DVOŘÁKOVÁ-JANŮ, V.: Lidé a jídlo. ISV nakladatelství, Praha 1999.

REITER, E.: Making Fast Food. McGill-Queens University Press, Montreal and Kingston 1991.

RITZER, G.: Mcdonaldizace společnosti. Academia, Praha 1996.

SCHUCHAT, M.: Food and Sociability on the Avenue: Restaurant and Carry-out Food in a Changing Washington Neighbourhood. In: Food and Traveller. (Ed. P. Lysaght) Intercollege Press, Nicosia 1998, s. 219-227.

WEBER, M.: Economy and Society I.- 3. Bedminster Press, Totowa, 1921/1968.

Tento príspevok bol pripravený v rámci riešeného vedeckého projektu VEGA č. 2/5073/00: Etnologické aspekty medzigeneračného prenosu a generačnej príznakovosti hodnôt a noriem kultúry.

FAST FOOD: THE GLOBAL PHENOMENON OF TODAY'S EATING HABITS AND LIFESTYLE

Summary

The study focuses on the global phenomenon of fast food, which has been rooting in the recent years also in Slovak society. In the opening part the reader is being introduced to the basic factors that contributed to the development and popularity of fast-food restaurants in the U.S. and other modern communities. In the U.S. it can be accredited to great extent to the deep-rooted Anglo-Saxon pragmatism and the sense for effectiveness in any human activity, as well as to the American relation to food, which is diametrically different from the European one. They don't have to specify precisely an isolated time and dedicate it to food, as the food itself doesn't exist for them as such. The success of fast food can also be explained by the American passion for cleanliness. Pioneers of this model of nutrition - R.

Kroc together with brothers McDonalds - had their hamburger affirmed as a prototype of effective eating habits. In the late 50's also pizza became popular in the U.S. and its production adopted the same principles like McDonalds. Primarily, a restaurant based on McDonalds' principles should be effective, so that the time dedicated to food, opposite to the food prepared at home or consumed in a restaurant with attendance, was relatively fragmental. Another effective aspect is the way of serving the food, where many meals are being consumed without a cutlery. In fast-food restaurants the quantity of food is often pointed out and expressed in the names of meals. Of course, many people know that a lot of food for little money in fast-food restaurants is more of an illusion than reality. Even a meal for a four-member family in a Slovak branch of McDonalds costs about 300-400 Slovak Crowns, for which price a much bigger amount of food could be provided, if it was to be prepared at home. Therefore, nowadays for still many families this kind of nutrition is an exception more than a rule. Customers in fast-food restaurants expect certain quantity in certain time, but they also demand their own degree of "quality". They usually don't like changes or random service - they want to know in advance what is to be expected. Predictability of food has managed to get from the fast-food network into households and causes regional and ethnic differences to disappear. Spreading out of fast-food eating habits leads to reduction of originality and creativity in culinary arts, which are being replaced by some kind of culinary "folklore" of ethnic dishes, yet also effective in the fast-food style. The author points out that the post-Communist countries of Europe should be especially cautious, as they have preserved certain degree of originality even in culinary arts. In future these will probably become highly valued and sought for assets.

The study also brings attention to the fact that despite the proclaimed effectiveness, there are plenty of ineffective factors in fast-food restaurants. Fast-food is often not so fast since people spend a lot of time in lines waiting to place an order. Similarly, the cheapness of food in these places is a myth. But the most serious of all negatives is the unhealthy nutrition full of fat, cholesterol, sugar and salt, as well as the disorderly eating habits of children. Fast-food restaurants have also affected the course of life in traditional families. Their basic ritual has been disturbed - because common dining and undisturbed conversation of family members is impossible in such restaurants. This tendency can be observed in Slovakia, too, especially young families with children use to go on Fridays', Saturdays' or Sundays' dinner or supper to McDonalds. Very often we can see groups of young people who prefer this eating habit to having meals at home with their parents. Frequent customers also include young mothers who's children are playing while they can spend time with their girl friends. Running back and forth in the restaurant, children get their pieces of French fries and burgers.

The fastness and effectiveness of fast-food restaurants are obviously convenient for modern double-career families as well as for the growing number of single-parent families. This process in Slovakia can be currently observed "live", especially among the families with higher income. However, as soon as the overall economic situation improves, we can almost certainly expect this global phenomenon in eating habits and lifestyle to further grow in Slovak society.

Vydáva Ústav etnológie Slovenskej akadémie vied v Slovak Academic Press, spol. s r. o.

Ročník 48, 2000, číslo 3-4
Vychádza štvrťročne

Hlavný redaktor:
Mgr. Dušan Ratica, CSc.

Výkonné redaktorky:
Tatiana Podolinská, PhD., PhDr. Zora Vanovičová

Redakčná rada: PhDr. Stanislav Brouček, CSc., Doc. Ľubica Droppová, CSc., PhDr. Božena Filová, CSc., PhDr. Soňa Kovačevičová, DrSc., PhDr. Eva Krekovičová, DrSc., PhDr. Jan Krist, Doc. Milan Leščák, CSc., PhDr. Martin Mešša, Doc. Magdaléna Pariková, CSc., Prof. Ján Podolák, DrSc., PhDr. Zora Rusnáková, CSc., PhDr. Peter Salner, CSc., PhDr. Miroslav Válka.

Adresa redakcie: Klemensova 19, 813 64 Bratislava
Registr. č. 7091

Rozširuje, objednávky a predplatné (aj do zahraničia) prijíma
Slovak Academic Press, spol. s r. o. P. O. Box 57, Nám. Slobody 6, 810 05 Bratislava

SLOVAK ETHNOLOGY

Quarterly Review of the Institute of Ethnology of the Slovak Academy of Sciences
Vol. 48, 2000, Number 3-4

Editors: Dušan Ratica, Tatiana Podolinská, Zora Vanovičová

Address of Editor: Klemensova 19, 813 64 Bratislava, Slovakia

Distributed by Slovak Academic Press, Ltd., P. O. Box 57, Nám. Slobody 6, 810 05 Bratislava, Slovakia
and SLOVART G. T. G. Ltd., Krupinská 4, P. O. Box 152, 852 99 Bratislava, Slovakia

L'ETHNOLOGIE SLOVAQUE

Revue de l'Institut d'ethnologie de l'Académie slovaque des sciences
Année 48, 2000, No 3-4

Rédacteurs: Dušan Ratica, Tatiana Podolinská, Zora Vanovičová

Adresse de la rédaction: Klemensova 19, 813 64 Bratislava, Slovaquie

SLOWAKISCHE ETHNOLOGIE

Zeitschrift des Ethnologischen Institutes der Slowakischen Akademie der Wissenschaften
Jahrgang 48, 2000, Nr. 3-4

Redakteure: Dušan Ratica, Tatiana Podolinská, Zora Vanovičová

Redaktion: Klemensova 19, 813 64 Bratislava, Slowakei

SLOVENSKÝ NÁRODOPIE



ISSN 1335-1303

MIČ 49 61

SAP
SLOVAK ACADEMIC PRESS
