
SLOVENSKÝ NÁRODOPIIS



- Z OBSAHU: PODOBA, Juraj: Dve tváre etnického konfliktu
v postkomunistickej Európe
POPELKOVÁ, Katarína: Etnologické aspekty štúdia
rodiny vo vinohradníckom prostredí
VRZGULOVÁ, Monika: Pozície a roly žien
v živnostníckych/podnikateľských rodinách,
zachytené v ich interpretáciách životných príbehov
JENČOVÁ, Irena: Vybrané teoretické prístupy
k štúdiu lásky a partnerských vzťahov
FALŤANOVÁ, Ľubica: Význam obchodu v živote
mesta v kontexte súčasných zmien

Na obálke:

Prvá strana: Vínná etiketa Jána Belicu z Orešian. Obrázok zo štúdie K. Novákovej: Počiatky dedinského turizmu na Slovensku (Slovenský národopis 4/2004).

Preklady: autori textov, Tatiana Bužeková

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.sappress.sk> <http://www.etnologia.sk>

HLAVNÁ REDAKTORKA

Gabriela Kiliánová

VÝKONNÉ REDAKTORKY

Hana Hlôšková

Tatiana Podolinská

EDIČNÁ RADA

Lubica Droppová, Gyivicsán Anna (MR), Martin Kanovský, Soňa Kovačevičová, Eva Krekovičová, Jan Krist (ČR), Milan Leščák, Martin Mešša, Magdaléna Paríková, Ján Podolák, Peter Salner, Zdeněk Uherek (ČR), Miroslav Válka (ČR)

Slovenský národopis je evidovaný v medzinárodných bibliografických databázach: MLA, CEEOL, Ulrich's, Willings.

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.ceeol.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

- P o d o b a** Juraj: Dve tváre etnického konfliktu v postkomunistickej Európe..... 419
- P o p e l k o v á** Katarína: Etnologické aspekty štúdia rodiny vo vinohradníckom prostredí..... 443
- V r z g u l o v á** Monika: Pozície a roly žien v živnostníckych/podnikateľských rodinách, zachytené v ich interpretáciách životných príbehov..... 455

MATERIÁLY

- J e n ě o v á** Irena: Vybrané teoretické prístupy k štúdiu lásky a partnerských vzťahov..... 466
- F a l f a n o v á** Lubica: Význam obchodu v živote mesta v kontexte súčasných zmien..... 481

ROZHLADY – SPRÁVY – GLOSY

- In memoriam profesora PhDr. Richarda Jeřábka, DrSc. (Miroslav V á l k a)..... 497
- Soňa Kovačevičová jubiluje (Rasťa S t o l i ě n á – Peter S l a v k o v s k ý)... 501
- Zdravica Božene Filovej k životnému jubileu (Gabriela K i l i á n o v á)..... 503
- Nezabúdame na Margitu Méryovú... (Mojmír B e n ž a)..... 506
- Zdravica prvej profesorky etnológie (Kornélia J a k u b í k o v á)..... 508
- Seminár „Neroľnícka rodina na Slovensku“ (Kornélia J a k u b í k o v á)..... 510
- Seminár „Židovská komunita po roku 1945“ (Ivica B u m o v á)..... 511
- Seminár „Migrácie-diverzita-identita“ (Dušan K a d l e ě í k)..... 512
- Vedecká konferencia „Reflexia globalizácie v lokálnom spoločenstve“ (Dušan K a d l e ě í k)..... 514
- Seminár „Múzeum a etnograf“ X. (Milan C h l e b a n a)..... 516
- Etnofilm Čadca 2006 (Zuzana B e ň u š k o v á)..... 517

- Konferencia „Histórie žien“ v réžii Aspektu (Marta B o t í k o v á)..... 520
- Študentský seminár „Terénny výskum očami študentov“ (Matej M o n c o l)..... 522
- Stopäťdesiat rokov od narodenia Sama Cambala (Katarína Ž e ň u c h o v á)..... 524

RECENZIE - ANOTÁCIE

- Štefan Šutaj (ed.): Národ a národnosti na Slovensku v transformujúcej sa spoločnosti – vzťahy a konflikty (Sandra K r a l j)..... 527
- Tradičná kultúra, turizmus a rozvoj regiónov (Rastislava S t o l i ě n á)..... 528
- Jana Pospíšilová, Eva Krekovičová (eds.): Od pohádky k fámě (Zuzana P a n c z o v á)..... 529
- Almanach k 60. výročiu Ústavu evropskej etnológie Filozofickej fakulty Masarykovy Univerzity 1945-2005 (Juraj P o d o b a)..... 530
- Magdalena Beranová: Jídlo a pití v pravěku a ve středověku (Judita H r d á)..... 532
- Miloš Tomandl: Tradiční lidová kultura v pracích pražské etnografické školy (Oldřich K a š p a r)..... 534
- Hans Christian Andersen: Rozprávka môjho života bez príkras (Gabriela K i l i á n o v á)..... 535
- Marek Jakoubek – Zdeněk R. Nešpor – Tomáš Hirt (eds.): Neco Petkov Necov: Dějiny Vojvodova (Petr J a n e ě e k).... 536

CONTENTS

STUDIES

- P o d o b a, Juraj:** Two faces of ethnic conflict in postcommunist Europe..... 419
- P o p e l k o v á, Katarína:** Ethnological aspects of the study of family in the wine-growing environment..... 443
- V r z g u l o v á, Monika:** Position and roles of women in families of entrepreneurs as narrated in their personal life histories... 455

MATERIALS

- J e n ě o v á, Irena:** Selected theoretical approaches towards the study of love and partnership..... 466
- F a l f a n o v á, Lubica:** Importance of trade in the city-life in the context of recent changes..... 481

NEWS-HORIZONS-GLOSSARY

- An obituary for Richard Jeřábek (Miroslav V á l k a)..... 497
- Jubilee of Soňa Kovačevičová (Rasťa S t o l i ě n á – Peter S l a v k o v s k ý)..... 501
- Jubilee of Božena Filová (Gabriela K i l i á n o v á)..... 503
- Jubilee of Margita Méryová (Mojmír B e n ž a)..... 506
- Jubilee of Viera Feglová (Kornélia J a k u b í k o v á)..... 508
- Workshop "Non-farmer family in Slovakia" (Kornélia J a k u b í k o v á)..... 510
- Workshop „Jewish community after the year 1945“ (Ivica B u m o v á)..... 511
- Workshop „Migration-diversity-identity“ (Dušan K a d l e ě í k)..... 512
- Scientific conference „Reflection of globalisation in the local society“ (Dušan K a d l e ě í k)..... 514
- Seminary „Museum and ethnograph“ X. (Mi-lan C h l e b a n a)..... 516
- Ethnofilm Čadca 2006 (Zuzana B e ň u š -k o v á)..... 517
- Aspect's Conference „Histories of women“ (Marta B o t í k o v á)..... 520
- Student seminary "From the student's point of view" (Matej M o n c o ľ)..... 522
- 150-years from the birth of Samo Cambi (Katarína Ž e ň u c h o v á)..... 524

BOOKREVIEWS – ANNOTATIONS

527

VÝZNAM OBCHODU V ŽIVOTE MESTA V KONTEXTE SÚČASNÝCH ZMIEN

LUBICA FALŤANOVÁ

Človek v úlohe spotrebiteľa je ovplyvnený obchodom v mnohých smeroch: prispôsobuje sa formám predaja, rozloženiu obchodnej siete, praktikám obchodníkov, predavačov, v určitom ohľade tovarová ponuka formuje jeho vkus. Obchod prostredníctvom jednotiek maloobchodu rôzneho typu a spôsobu ich fungovania vstupuje do každodenného časového režimu jednotlivcov, má svoje miesto v orientačnej a informačnej schéme priestoru, aj v oblasti sociálnej komunikácie, podieľa sa na výraze mesta, tak ako ho vníma návštevník. Vzťahy medzi obchodom a zákazníkom sa však budujú vo vzájomnej súčinnosti. Predaj tovaru je závislý od zákazníka, od jeho kúpnej sily, požiadaviek, potrieb. Maloobchodné prevádzky a ich väzby so spotrebiteľom sa vyvíjali a menili v čase pod vplyvom rôznych okolností. Bratislava ponúkala zákazníkovi a návštevníkovi mesta rôzne formy predaja a ich lokalizácie, vyvíjajúce sa na pozadí zmien spoločensko-politických systémov, ekonomických a historických podmienok.¹ Radikálne premeny v obchode mesta nastali v dôsledku spoločenských a politických zmien na Slovensku po roku 1989 a následných transformačných krokov v jednotlivých oblastiach spoločnosti. Až do súčasnosti prebiehali v obchode neustále zmeny vo viacerých rovinách. Meniaci sa štruktúra pôvodných obchodných prevádzok podľa typov sortimentu, v tom aj rozšírenie foriem predaja, ktoré boli v predchádzajúcom socialistickom období menej frekventované, prípadne sa nevyskytovali, ovplyvnili funkčnosť obchodov v priestore. Priestor, v ktorom sa návštevník mesta pohybuje, dostal prestavbami obchodných prevádzok a s premenami v reklame novú vizuálnu podobu najmä na úrovni mestského parteru. V obchode prebehli zmeny vzhľadom na užívateľa aj po stránke sociálno-komunikačnej a kultúrnej. Spolu s novými vlastníckmi prevádzok je zákazník konfrontovaný s novým personálom, s novými nositeľmi predaja. Zmeny v otváracích hodinách a formy predaja (najmä nový typ obchodných centier s kultúrnymi, športovými a pohostinskými zariadeniami) zmenili časový rozvrh nákupov a voľný čas návštevníkov. Internacionalizácia obchodu ovplyvnila tovarovú ponuku a osobnú spotrebu obyvateľstva mesta a jej návštevníkov.

Nákupné zvyklosti obyvateľov mesta tradične ovplyvňovali a dodnes ovplyvňujú najmä stacionárne obchody, čiže predajne v domových objektoch alebo obchodné domy. Popri nich vývinovo existovali a dodnes pretrvávajú rôzne iné formy predaja, realizované prostredníctvom trhov, jarmokov, tržníc, stánkov, podomovo či pouličným spôsobom. Príspevok sa zaoberá predovšetkým štruktúrnymi zmenami v sieti stacionárnych maloobchodných jednotiek s dôrazom na obdobie po roku 1989. Snaží sa poukázať na príčinné súvislosti týchto zmien a charakterizovať ich na základe štatistických údajov,

prostredníctvom fotografií i na základe ústnych výpovedí respondentov. Výskum na základe fotodokumentácie výskytu maloobchodných prevádzok a iných foriem predaja v meste sa uskutočnil v rokoch 1991, 1992, 2003 a 2006.²

Postsocialistický vývin siete stabilných predajní, ktorý vyústil do zániku maloobchodnej siete z obdobia socializmu, významným spôsobom ovplyvnil užívateľov priestoru. Zásadné zmeny, založené na odštátnení štátnych subjektov v maloobchode, prenikli do obchodu v krátkej dobe po ústavne zakotvených a legislatívnych opatreniach. Prvým krokom k realizácii premien bolo odstránenie bariéry, ktorá bránila rozvoju trhovej ekonomiky na báze súkromného vlastníctva, a to ústavne zaručenou rovnoprávnosťou všetkých druhov vlastníctva z roku 1990. Zákonná garancia, vzťahujúca sa na rozdiel od prechádzajúceho obdobia socializmu i na súkromné vlastníctvo, dala predpoklad k vydaniu zákona o súkromnom podnikaní občanov, ktorý nadobudol účinnosť od 1. mája 1990. V malej privatizácii, podľa zákona o prevode vlastníctva štátu k niektorým veciam na iné právnické alebo fyzické osoby s účinnosťou od 1. decembra 1990, išlo o maloobchodné jednotky, prevádzky poskytujúce služby a menšie výrobné zariadenia vo vlastníctve štátu, ku ktorým mali právo hospodárenia štátne podniky, rozpočtové a príspevkové organizácie, národné výbory. Zákony otvorili cestu drobnému a strednému podnikaniu, vzniku súkromných obchodných jednotiek, fungujúcich z hľadiska vlastníctva na princípe súkromno-vlastníckych vzťahov. Z tohto hľadiska sa obchod vrátil k podmienkam, za akých existoval pred rokom 1948.

Tvorbu maloobchodnej siete, či už od začiatku transformácie alebo v nasledujúcich rokoch až do súčasnosti, ovplyvnilo viacero faktorov, vyplývajúcich z legislatívneho rámca, podnikateľských zámerov obchodníkov a podmienok na ich rozvoj, z konkurenčného procesu, zámerov majiteľov či prenajímateľov prevádzkových priestorov, rozrastajúcim sa počtom neobchodných inštitúcií so záujmom o priestory, z priestorových koncepcií mesta. Tvorbu siete obchodných prevádzok ovplyvnila i vznikajúca situácia v oblasti majetkovoprávných vzťahov súbežným zavádzaním ďalších zákonov – reštitučných zákonov z rokov 1990 a 1991, zákona o prevode vlastníctva bytov a nebytových priestorov. Zmenou vlastníckeho vzťahu k nehnuteľnostiam vytvorila sa popri prenajímateľoch skupina vlastníkov nebytových priestorov a reštituentov - staronových vlastníkov nehnuteľností, usilujúcich sa z finančného hľadiska o čo najefektívnejšie využitie priestorov. Sieť obchodných prevádzkových jednotiek sa menila aj tým, že bola vytláčaná predajom domového fondu, či už v rámci zákona o prevode vlastníctva bytov alebo reštituentmi a prenajímaním objektov ich vlastníckmi. Dopyt po priestoroch bol ovplyvnený narastajúcim počtom záujemcov z hospodárskej a vládnej sféry o umiestnenie inštitúcií v niektorých častiach mesta. Objekty menili svoju funkciu umiestňovaním narastajúceho počtu bánk, rôznych firiem s administratívnymi prevádzkami, v tomto období zakladanými veľvyslanectvami a rozširujúcim sa počtom pohostinských zariadení. Do diania v obchode vstúpil ešte jeden fenomén - a to fakt, že v rámci spoločenských a politických zmien, ktoré sa týkali politického charakteru štátu a ekonomiky, prebehli zmeny spočívajúce v organizácii štátu, najmä v oblasti nového fungovania verejnej správy. Mesto sa podieľalo na priebehu malej privatizácie popri iných riadiacich vládnych, štátnych a mimovládnych orgánoch už cez miestny samosprávny systém riadenia, vzniknutý v roku 1990. Miestna samospráva celkovo vstúpila v posledných 15 rokoch do vývinu maloobchodnej siete a iných foriem predaja spôsobom vyplývajúcim z jej úloh, právomoci a ideových zámerov funkčného, architektonického, urbanistického, estetického a kultúrno-historického riešenia priestoru mesta.

Proces zmien odštartovala malá privatizácia. Prvá etapa zmien v štruktúre a lokalizácie obchodnej siete prebehla v krátkej dobe, v priebehu dvoch rokov - malá privatizácia,

uskutočňovaná formou verejných dražieb, sa oficiálne začala na Slovensku 14. februára 1991 a ukončená bola 1. marca 1994. Návrhy zoznamov prevádzkových jednotiek pripravovali privatizačné komisie zriadené v každom okrese, okrem toho Košice a Bratislava mali samostatné komisie.³ Prvé dražby sa uskutočnili v 10 mestách na Slovensku vo februári 1991. Štatistické údaje ukazujú, akým tempom prebiehala privatizácia maloobchodu v Bratislave. V roku 1991 mala privatizácia najintenzívnejší priebeh. V obchodnej sieti bolo privatizovaných 399 jednotiek, čo predstavovalo 36% z celkového počtu 1104 prevádzkových jednotiek v maloobchode.⁴ Pohľad na štruktúru vydražených obchodov podľa členenia na hlavné typy sortimentov (potravínové predajne a nepotravinové predajne) hovorí, že potravinárske predajne tvorili 56% a jednotky s nepotravinárskym tovarom predstavovali 43%, čo zodpovedá vtedajšej štruktúre hlavných sortimentných typov predajní.⁵ Počet vydražených jednotiek v rokoch malej privatizácie postupne klesal. V roku 1992 sa vydražilo vo vnútornom obchode a verejnom stravovaní 258 prevádzkových jednotiek.⁶ Súkromný sektor v malých obchodoch mal prevahu už v roku 1992, veľkú časť vlastnili medzinárodné a zahraničné organizácie obchodov, v malej miere sa vyskytovalo družstevné vlastníctvo.⁷

Pre pochopenie dopadu zmien na zákazníka v postsocialistickej ére je dôležité porovnanie stavu so socialistickým obdobím. Jedným z východísk poznania rozdielov medzi stavom v štruktúre obchodnej siete mesta pred transformáciou a po nej sú štatistické údaje. Údaje sú porovnávané z vybraných rokov v rozmedzí 1980 až 1990 a z rokov 1996 a 2003. K dispozícii sú štatistické údaje podľa dvoch hlavných sortimentných skupín. Prvú skupinu tvoria potravinové predajne, v živote spotrebiteľa najdôležitejšie a najnavštevovanejšie pri osobnom a domácom zabezpečovaní základných každodenných životných potrieb. V druhej skupine sú nepotravinové predajne. V období socializmu bolo vytvorené jednotné názvoslovie na označenie obchodov na obchodných tabuliach. Strohá reklama bola zároveň informáciou o sortimentnej špecializácii obchodov. V skupine potravinových obchodov sa vyskytovali predajne so širším sortimentným vymedzením („potraviny“) a úzko špecializované potravinové predajne (napr. „chlieb – pečivo“, „ovocie – zelenina“, „mäso – údeniny“ ap.). Do druhej skupiny sú zatriedené nepotravinové prevádzky, ponúkajúce tovar krátkodobej a dlhodobej spotreby, najmä priemyselného charakteru („textil“, „odevy“, „textilná galantéria“, „obuv“, „kožená galantéria“, „železiarsky tovar“, „kníhkupectvo“, „domáce potreby“, „drogéria“, „foto-kino“, „klenoty“ atď.). Tvoria väčšiu škálu typov predajní ako potravinové predajne, no počet predajní oboch skupín bol v čase socializmu rovnocenný. Samostatnou skupinou sú obchodné domy s predajom širokého sortimentu potravinového a nepotravinového tovaru a veľkopredajne potravín. Potravinárske predajne tvorili v stálej maloobchodnej sieti od roku 1980 do roku 1990 približne 50% z celkového počtu predajní. V podieli na celkovom počte predajní, ani v počtoch medzi jednotlivými sledovanými rokmi neboli veľké rozdiely, keď najväčší podiel z celkového počtu predajní, čiže 53% (556 z celkového počtu 1040) bol v roku 1980 a najmenší, čiže 48% (529 z celkového počtu 1104) v roku 1990. Druhú hlavnú skupinu predstavujú nepotravinové predajne počtom a podielom takmer rovnocennú s potravinovými predajňami: v roku 1980 tvorili počtom 462 predajní 39%, v roku 1990 počtom 557 predstavovali 50% z celkového počtu prevádzok. Zvyšok tvorili predajne zmiešaného tovaru, obchodné domy, družstevné nákupné strediská.

Proces vlastníckych zmien v zariadeniach obchodu, dočasné zatvorenie predajní v čase privatizácie či riešenia majetkovo-vlastníckeho vysporiadania nehnuteľností, sa prejavil v roku 1992 poklesom fungujúcich prevádzok. Užívatelia mali v Bratislave k dispozícii 170 (15% z celkového počtu predajní) potravinárskeho typu, 909 (80%)



Foto č. 1.

Foto č. 2.



Foto č. 1-3: Michalská ulica č.19, 21, 25, 16. Pôvodné dlhoročné textilné obchody z 20. storočia zanikli (obr. č. 1, *Pressburger Zeitung*, r. 1934, foto č. 2, 1991). Typy prevádzok sa vystriedali viackrát po malej privatizácii. V súčasnosti priestor charakterizujú reštaurácie, kaviarne a luxusný typ obchodu – zlatníctvo (foto č. 3, r. 2006).

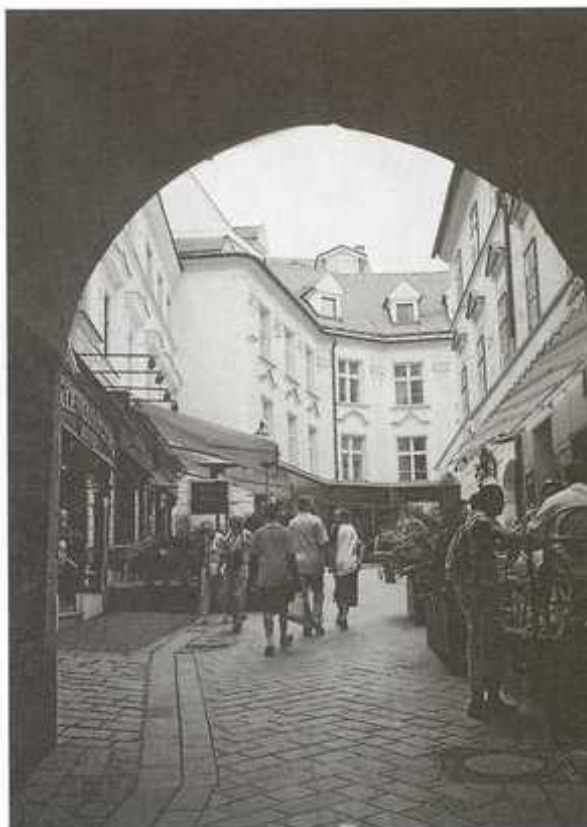


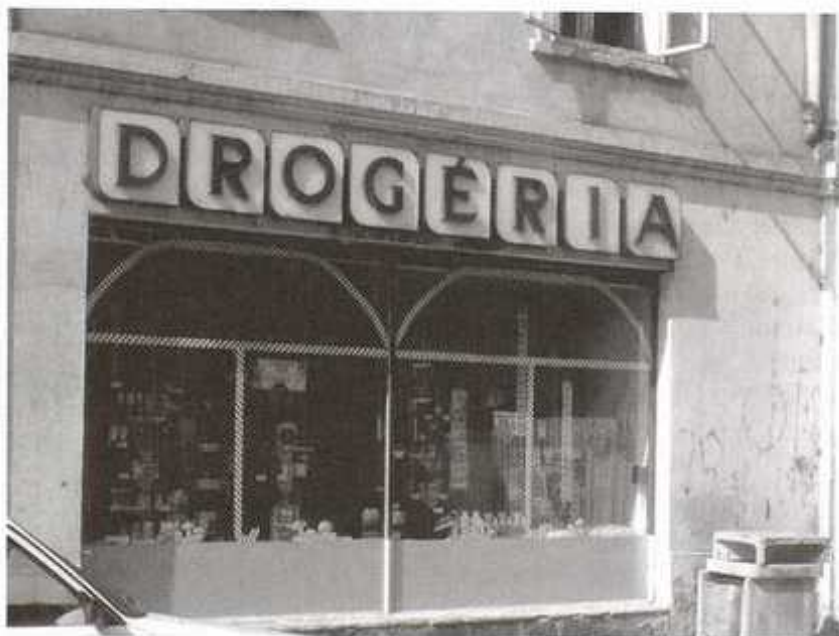
Foto č. 3.

predajní nepotravinárskeho typu a 54 (5%) predajní so zmiešaným tovarom z celkového počtu 1133 predajní. Keďže sa príspevok zameriava na dokumentáciu stavu vo vybraných častiach centra mesta, osobitne uvedieme štatistiky z mestskej časti Staré mesto, ktoré môžu napomôcť k vykresleniu situácie v tomto priestore v danom období. V Starom meste v tom čase fungovalo 37 (15%) predajní s potravinami, 204 (83%) nepotravinárskych prevádzok maloobchodu a 4 (2%) predajne s miešaným tovarom. Obchodné domy, dôležité centrá obchodného diania, sa uvádzajú samostatne. V Starom meste poskytovali služby zákazníkom 4 obchodné domy z celkového počtu 12 obchodných domov Bratislavy.⁸ Počty potravinárskych a nepotravinárskych predajní však boli podobné aj v ostatných mestských častiach. Ani nie tak dávna minulosť prerodu obchodných prevádzok pripomína obdobie straty pôvodných obchodných funkcií priestoru, zániku predchádzajúcej informačnej schémy vytvárajenej maloobchodnou sieťou, dezorientácie človeka v meste, ktorý menil zaužívané nákupné trasy a miesta nákupu.

Po období privatizácie do priestoru mesta vstúpil obchod založený na trhovej ekonomike s meniacou sa štruktúrou obchodov, lokalizáciou, s novými názvami, typmi obchodov a s novou podobou reklamy. V zásade sa sortimentné triedenie predajní nemení, ale uvedené zmeny sa prejavili v priestore mesta natoľko zreteľne, že vytvorili v porovnaní s predchádzajúcim obdobím pre spotrebiteľa novú situáciu. Potransformačné obdobie je podľa štatistických ukazovateľov charakterizované postupným nárastom počtu maloobchodných prevádzok a obchodných domov, v ktorom sa prejavil záujem o živnostenské podnikanie, vstup zahraničných a medzinárodných spoločností a akceptácia schvaľovacích orgánov ich



*Foto č. 4.
Pohľad na Ventúrsku ulicu v roku 2003.
Letné terasy kaviarní a reštaurácií dotvá-
rajú atmosféru historického jadra. Vľavo
banka v dome č. 7, rekonštruovanom
začiatkom 21. storočia.*



*Foto č. 5.
Detail budovy z roku
1991 s pôvodnou
prevádzkou drogérie.*

lokalizácie v priestore mesta v domových objektoch a výstavbou nových objektov. Počet predajní oproti predtransformačnému obdobiu sa zvýšil v roku 2003 na 2790. Zmenila sa štruktúra predajní, zrejme z údajov o zastúpení hlavných sortimentných typov. Podiel potravinárskych predajní v štruktúre jednotiek maloobchodnej siete je oproti socialistickému obdobiu nižší. Potravinárskych predajní je 813 (29%) z celkového počtu obchodných jednotiek. V Starom meste je lokalizovaných 668 maloobchodných prevádzok, z toho je 108 (16%) potravinových predajní (z toho 3 supermarkety). Čísla odzrkadľujú i rozvoj obchodných domov a nákupných stredísk, ktorý nastal vstupom zahraničných firiem do maloobchodnej siete. Bratislava mala v roku 2003 už 44 zariadení maloobchodu tohto typu, z toho je 9 hypermarketov. Nákupné požiadavky zákazníkov spĺňa v Starom meste 12 obchodných domov (department stores).⁹ Počet predajní stúpol, ale predovšetkým v prospech nepotravinových predajní. V roku 2003 sa v porovnaní s rokom 1990 zvýšil počet potravinových predajní o 34%, nepotravinových o 68%, predajní so zmiešaným tovarom o 92% (zo 14 na 187). Otázne však je, ako sa prejavujú uvedené čísla v priestore a čo znamenajú pre zákazníka. Z poznania priestorovej situácie v centre mesta vyplýva, že priestor sa začal členiť podľa sortimentného typu obchodov, podľa kvality tovaru prevádzok, ich architektonického riešenia. Zmenila sa hustota siete obchodov podľa sortimentných typov. Nerovnomernosť rozloženia predajní sa prejavuje v tom, že napriek relatívne zvýšenému počtu predajní niektoré typy predajní, ako napr. potravinové predajne, v určitých priestoroch nie sú situované. Ich lokalizácia v obchodných domoch centra a v polyfunkčných objektoch vytvára rozsiahlejšie spádové centrá v porovnaní s predchádzajúcimi akčnými sférami malých potravinových obchodov. Zánik niektorých typov predajní, nová lokalizácia predajní v smere predimenzovania určitého tovarového zamerania vyvolali diskusiu medzi spotrebiteľmi najmä v začiatkoch ich adaptácie na nový proces tvorby maloobchodnej siete.

Užívatelia priestoru mesta najvýraznejšie reagovali na premeny obchodu v priebehu privatizácie a tesne po nej. K dispozícii je názorová rovina spotrebiteľov na zmeny v obchode najmä z obdobia prebiehajúceho odštátňenia maloobchodu. Ich hodnotenie vychádza z vnímania diania pri pohybe jednotlivca v priestore mesta, alebo z osvojovania si názorov pochádzajúcich z rôznych zdrojov, napr. z masmédií. Obyvatelia mesta sa z pozície konzumentov pozerali na nový vývin v prvom rade v očakávaní zlepšenia služieb, než aké im poskytoval socialistický maloobchod – či už sa to týkalo rozšírenia sortimentu tovaru, odstránenia problému s nedostatkovým tovarom či kultúrou predaja. Prvotné zmeny v maloobchodnej sieti sa však prejavovali najmä v smere zániku potravinových obchodov a predimenzovanej siete jednostranne orientovaných typov obchodov, predovšetkým na textilný tovar a otvorením pohostinských zariadení napr. typu pubov, kaviarní, herní. Lacný dovoz textilných výrobkov nižšej kvality a ich výhodný predaj na domácom trhu spôsobil nárast počtu malých textilných obchodov. Predajne prevzali medzinárodné označenie boutique, pod čím sa rozumie malý obchod s módnymi odevmi. „Butiky a putiky“ - populárne označenie používané v hovorovej reči vzniklo na charakterizovanie stavu štruktúry prevádzok. Tematika obchodu sa stala frekventovanou medializovanou témou od počiatku transformácie. „Rušia sa predajne s potravinami a namiesto nich pribúdajú butiky a putiky! Už vari stokrát ste nám, vážení čitatelia zatelefonovali, napísali túto vetu.“¹⁰ „Kasína a butiky – najväčšie výhry „nežnej“ revolúcie.“¹¹ „Bratislava, či dnes Butikslava, zažila doslova inváziu butikov!“¹² Stav mal pozadie v prijatých zákonoch. Poukazuje sa na nedostatok odborníkov v podnikaní, ktorí nedostali na začiatku privatizácie pomoc od štátu vo forme dotácií, výhodných pôžičiek a rozumnej daňovej bonifikácie. Ako poukazujú



Foto č. 6., foto č. 7.

Banka v budove na rohu Obchodnej ulice a Poštovej ulice. R. 2003. Pôvodne bola v budove v období socializmu umiestnená predajňa textilu Vesna. Na snímke z r. 1991 je obchod zatvorený z dôvodu privatizácie.

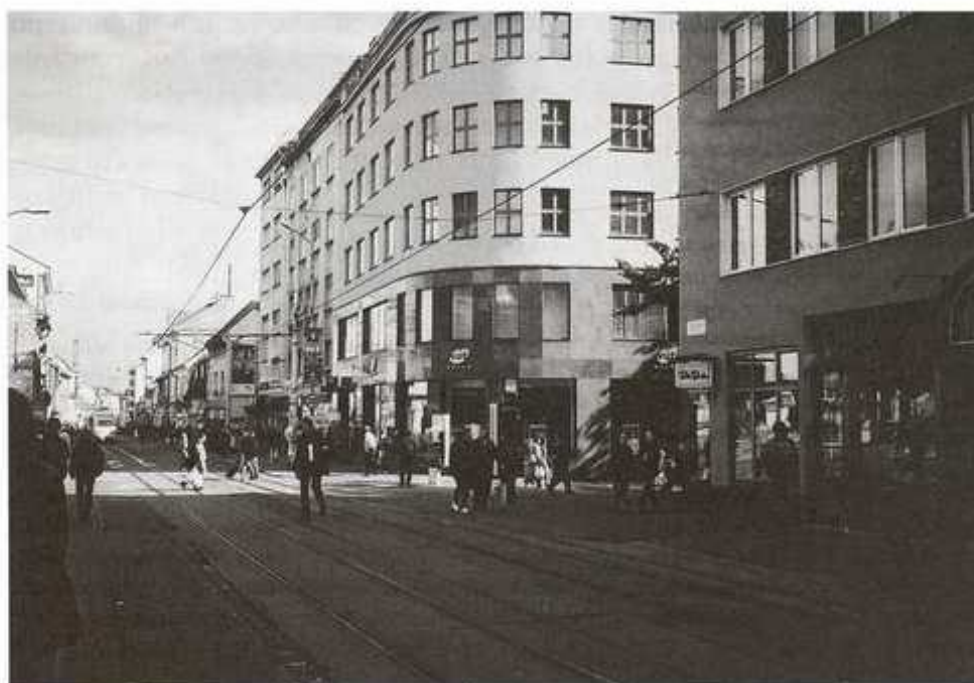




Foto č. 8., foto č. 9.

Potravinové predajne na Obchodnej ulici zanikli. Zatvorené predajne z dôvodov privatizácie v r. 1991 (foto č. 8). Banka po viacerých premenách prevádzok v priestoroch domu v r. 2003. Obchodná ulica č. 57. (foto č.9).



vládni činitelia, „podnikanie sa údajne vláde vymklo z rúk“.¹³ V rokoch po malej privatizácii bol zákazník konfrontovaný s ďalšími novými skutočnosťami vo vývine obchodnej siete: po období stabilnej, takmer nemennej lokalizácie jednotlivých typov obchodov v čase socializmu, nastalo obdobie frekventovaných zmien sortimentných typov malých obchodov. Do nákupných zvyklostí vstúpili výrazným spôsobom nové obchodné centrá, budované najmä v okrajových častiach mesta. Pribúdali nové sortimentné typy predajní. Predajne sa začali hierarchizovať podľa cenovej hladiny tovaru - do priestoru vstúpili obchody s drahým luxusným tovarom a na druhej strane predajne s lacným tovarom, napr. textilné prevádzky typu second hand či obchodu s drobným priemyselným tovarom 1001 drobností, slubujúce „ľudové ceny“.

Zmeny vo vývine maloobchodnej siete v poslednej dekáde 20. storočia a začiatkom 21. storočia v Bratislave sú ilustrované príkladmi z centra mesta: z historického jadra a z Obchodnej ulice. Tieto časti mesta sú súčasťou centra, ktoré sa v socializme vnímalo ako centrum obchodného diania v meste. Sieť maloobchodných prevádzok mala v týchto priestoroch v období socializmu jednotný charakter, najmä čo sa týka malých základných potravinových obchodov a obchodov s tovarom krátkodobej potreby. Lokalizácia predajní mala v tomto období špecifické črty: obchody s tovarom základných životných potrieb sa nachádzali v blízkom dosahu od bydliska zákazníkov a ich lokalizácia mala dlhoročný charakter. Ponuku služieb v obchode dotvárali obchodné domy na námestí SNP („Dunaj“, v I. ČSR obchodný dom „Brouk a Babka“, Dom obuvi v bývalom obchodnom dome Baťa, obchodný dom Prior, postavený v 60. rokoch 20. storočia). Obchodný ruch v uliciach historického centra bol podobný ako v uliciach nového centra mesta.

Medzi historickým jadrom a novým centrom vznikli po roku 1989 rozdiely týkajúce sa obchodnej funkcie, vyplývajúce z koncepčného priestorového riešenia riadiacich orgánov (v prípade historického jadra) a dalo by sa povedať pri pohľade na stav v ostatných častiach centra, podriaďujúce sa podnikateľským záujmom a možnostiam podnikateľského rozvoja. Stav maloobchodnej siete historického jadra v priebehu 90. rokov 20. storočia ovplyvnil záujem mestskej samosprávy o obnovenie typického a charakteristického obrazu tejto časti mesta.¹⁴ Spolu s funkčnými premenami objektov a revitalizáciou priestoru na priestor s turistickou, oddychovou a spoločenskou funkciou zanikala v domoch historického jadra pôvodná maloobchodná sieť (tak ako v iných priestoroch mesta), z ktorej medziiným vymizli aj malé, úzko špecializované potravinové obchody. Už od začiatku 90. rokov 20. storočia bolo podľa plánov zrejmé, že priestor historického jadra bude z hľadiska prevádzok obsadzovaný najmä reštauráciami, kaviarňami a inými pohostinskými zariadeniami, predajňami a stánkami so suvenírmi.¹⁵ Pripravené zámery Samosprávy Mestskej časti Bratislava - Staré mesto, smerujúce k oživeniu historického centra, sa začali naplňovať najmä v druhom a treťom volebnom období.¹⁶ Priestor dostal novú atmosféru vytvorením pešej zóny, obnovením „Korza“, množstvom kaviarní, pubov, barov, reštaurácií, letnými terasami kaviarní a reštaurácií, vianočnými, veľkonočnými trhmi a rôznymi kultúrnymi podujatiami. Tak ako sa historické jadro pretváralo na úroveň reprezentatívneho priestoru, ktorý by zodpovedal vysokým estetickým a funkčným parametrom, porovnateľným s európskymi mestami, do maloobchodnej siete začali vstupovať luxusné obchody s módnym tovarom významných európskych značkových firiem. Nachádzajú sa tu obchody zamerané na solventného zákazníka a turistickú klientelu: so značkovými odevmi, kožuchmi, parfumiériou, sklom a porcelánom a pod.

Priestorová funkcia Obchodnej ulice vyplýva z jej názvu. Je súčasťou ulíc a námestí vytvárajúcich obchodný ráz centra mesta. Ulica si zachovala obchodné zameranie po celé



Foto č. 10., foto č. 11.

Obchodná ulica č. 53. Namiesto obchodu chlieb – pečivo (r. 1992) predajňa textilu s vietnamskými majiteľmi (r. 2003).





Foto č. 12, foto č. 13.

Pohľad na Obchodnú ulicu s novými obchodnými domami (foto č. 12, r. 2003) na miestach, kde stáli domy č. 43, 49 s malým textilným a potravinovým obchodom (mäso – údeniny), (foto č. 13, 14, r. 1991).





Foto č. 14.

Autorka fotografií č. 2-14 Lubica Faltánová.

20. storočie až po súčasné roky. V období socializmu tu sídlili malé potravinové obchody, pôvodne sa vyskytujúce aj v historickom centre: po dva obchody s názvom potraviny, mäso – údeniny, mlieko – syry, ovocie – zelenina, chlieb – pečivo, po jednom obchode údeniny, ryby, cukrovinky, obchod s minerálnymi vodami, darčeková predajňa, malý obchodík so včelárskymi potrebami. Zo základných nepotravinových obchodov sa tu nachádzali obchody s odevmi, odevnými doplnkami (koženou galantériou, bižutériou), metrovým textilom, s obuvou, papiernictvo, obchod s nábytkom, drogéria, foto - kino, kníhkupectvo, kvetinárstvo a celý rad ďalších obchodov a prevádzok poskytujúcich služby. Sieť obchodov bola od 90. rokov 20. storočia rozširovaná výstavbou nových objektov, otvorením dvorových priestorov, dovtedy nevyužívaných priestorov v domových objektoch, rekonštruovaním pasáží. V celom spektre obchodov a obchodíkov dominujú obchody s textilom, s obuvou, významné zastúpenie tu majú zlatníctva, z ostatných prevádzok kaviarne, puby, pizzerie. Absencia potravinových obchodov v tomto priestore má širšie platné príčiny. Na jednej strane pôsobí tlak konkurencie zo strany veľkých reťazcových obchodov, lákajúcich zákazníkov nízkymi cenami potravín, tlak iných, podnikateľsky silnejších skupín so záujmom o priestory, ale aj bariéry spôsobené lokalizačnými poplatkami. Nižšia kvalita tovaru, najmä v oblasti textilného tovaru (hustá sieť textilných obchodov, kvalita tovaru dala ulici označenie „vetešníctvo“), generačná móda ponúkaná obchodmi a pohostinské zariadenia vytvárajú priestor predovšetkým pre realizáciu nákupných aktivít a trávenie voľného času mladšej generácie.

Ak sa pozeráme na obchodnú sieť z hľadiska vývojových zmien, treba skonštatovať, že jej stav sa menil po celé obdobie 20. storočia, či už v čase spoločensko-politických

zlomov alebo v dôsledku hospodárskeho a civilizačného vývinu. Podstatné zmeny nastali v roku 1948 v dôsledku likvidácie súkromných obchodov, ich začleňovania do štátneho, družstevného a komunálneho obchodu a vytváraním socialistickej siete obchodu. Vytvorená bola jednotná sieť obchodov s jednotnými názvami, ktoré nahradili pôvodné firemné tabule súkromných obchodov, kde nechýbali mená majiteľov. Zaujímavé je, že niektoré prevádzky z 1. polovice 20. storočia, z čias súkromných obchodov, si zachovali v období socializmu sortimentné zameranie. Napr. na Obchodnej ulici č. 1 textilný obchod „Elegancia“ nahradil pôvodný textilný obchod „Werko“ (dnes banka, sčasti obchod s odevmi), v dome č. 14 bol obchod „Odevy - chlapčenské a dievčenské“ umiestnený v pôvodnej predajni „Nehera“ (dnes obchod s kávou a priemyselným tovarom), obchod s textilným tovarom sa zachoval aj v bývalom textilnom obchode „Pavuk“, č. 50 (dnes butiky, s firemnou tabuľou Top centrum), rovnaký sortimentný typ zostal v čase socializmu aj v obchodnom dome Pionier, nachádzajúcom sa v bývalom obchodnom dome „Schön“, č. 4 (dnes Svet knihy), obchod s obuvou bol umiestnený v obchode „Baťa“, č. 72 (dnes obchod s obuvou s označením Foot work), obchod s nábytkom bol v bývalom obchode s nábytkom „Müller“, č. 38 (v súčasnosti športové odevy „Šport“) atď. No i v čase súkromného obchodu 1. polovice 20. storočia existovali vývinové posuny vnímané spotrebiteľmi. Najväčší počet údajov o premenách maloobchodnej siete existuje k obdobiu 20. a 30. rokov 20. storočia. Vo všeobecnosti došlo v povojnovom období k výraznému nárastu počtu maloobchodných živností, spôsobenému síce štatisticky aj vzostupom medzičlánkov, reklamných a sprostredkovacích agentúr, najmä v čase hospodárskej krízy, no v dôsledku povojnovej výroby pribúdali aj obchody s takým tovarom, ktorý sa pred 1. svetovou vojnou vo väčšom meradle nepredával (zariadenia pre domácnosť, výrobky elektropriemyslu, fotoaparáty, kozmetika a pod.). Podobne ako v súčasnosti, aj malým a stredným obchodníkom začali vytvárať konkurenčné prostredie kapitálovo silnejšie zahraničné inštitúcie – obchodné domy, refazcové obchody (napr. Meindl, Orion), priame predajne priemyselných podnikov (napr. Baťa, Nehera, Rolný).¹⁷ Podľa rozhovorov s obyvateľmi mesta sa tieto vplyvy prejavovali najmä od 30. rokov 20. storočia. Presný údaj o počte obchodných prevádzok z tohto obdobia nie je k dispozícii, no obraz o ich zastúpení podľa sortimentného typu poskytujú údaje o počte a skladbe členov Grémia bratislavských obchodníkov a údaje z adresárov obchodu a priemyslu mesta. Grémium malo v roku 1927 3254 obchodníkov, pričom sa už určite prejavoval postupný povojnový nárast členstva, ktorý pokračoval v roku 1935 zvýšením na 4823 členov.¹⁸ Počtom najrozšírenejšie boli obchody s miešaným tovarom s predajom základných druhov potravín a priemyselným tovarom. Obchodníci zaradení do tejto kategórie patrili k najpočetnejšej skupine (419 členov v roku 1927). V adresári z toho roku je uvedených 420 adries obchodov s miešaným tovarom. Vytvárali najrozšírenejšiu sieť obchodov rozptýlenú vo všetkých častiach mesta. Podľa adresára ich najkoncentrovanejší výskyt, až 22 obchodov tohto typu, bol na Obchodnej ulici.¹⁹ Celkovo obchodníci v skupinách zameraných na predaj potravín (vrátane trhovníkov) vytvárali približne 40% z celkového počtu obchodníkov. Pre zaujímavosť, aj v tomto období sa výrazne presadzovali obchody s textilom. Obchodníci s textilom predstavovali s počtom členov 353 druhú najväčšiu skupinu v rámci obchodníctva. Ich prevaha v nepotravinárskej skupine má príčiny v rozsahu ostatnej tovarovej ponuky, zviazanej s úrovňou priemyselnej produkcie doby. Malé obchody vytvárali rovnomerne rozloženú sieť v priestoroch mesta. Centrum mesta bolo, prirodzene, zároveň aj najrušnejším obchodným priestorom. Za najvýznamnejšie obchodné miesta sa považovali ulice a námestia: Obchodná ulica, Hurbanovo námestie, Suché mýto, námestie Slovenského národného povstania, Štefánikova ulica a v súčasnosti ulice historického jadra: Laurinská,

Panská, Ventúrska, Sedlárska a Rybárska brána.²⁰ Obchodný ruch spolu s kaviarenským, vinárenským životom a korzom vytvárali v 20. a 30. rokoch 20. storočia v centre mesta osobitnú atmosféru.²¹ Z počtu 5070 členov Grémia v roku 1946 sa dá usúdiť, že obchody sa nerozširovali od obdobia 40. rokov 20. storočia takým tempom ako koncom 20. a v 30. rokoch 20. storočia.²² Obnovenie fungovania súkromných obchodov, odštartované malou privatizáciou, vyvolalo u najstaršej generácie reminiscencie na obdobie pred 50 rokov – na kvalitu služieb, úslužnosť obchodníkov a zamestnaneckého personálu a obchodný ruch dotvárajúci obraz mesta. Návrat k idylickým pomerom v súkromnom obchode, vytváraných malými obchodíkmi a založených na osobných vzťahoch s majiteľmi obchodov, tak ako ich vykresľujú respondenti, sa neudial. V období po roku 1989 sa vytvorila nová maloobchodná sieť s novou štruktúrou a lokalizáciou predajní, prislúchajúca dobe konca 20. a začiatku 21. storočia. V adaptačnom procese spotrebiteľa na nové podmienky nákupu zaniká v časovom odstupe 15 rokov od malej privatizácie aj porovnávanie so socialistickým obchodom a súkromným obchodom 1. polovice 20. storočia. Ak porovnáваме jednotlivé obdobia so súčasnosťou, je zrejmé, že obchodné funkcie v jednotlivých priestoroch v centre mesta sa zmenili. Vplyv obchodu v priestore sa prejavuje vytváraním nových obchodných centier mimo centrálnych častí mesta.

Z hľadiska poznania významu obchodu v prostredí mesta a vzhľadom na spotrebiteľa sú dôležité poznatky o formách predaja a situovaní obchodných jednotiek, o dopade ich fungovania na zákazníka a na jeho postoje. Príspevok odpovedá najmä na otázky týkajúce sa lokalizácie predajní v priestore.

POZNÁMKY

- 1 Príspevky k problematike obchodu v priestore mesta: FALŤANOVÁ, E.: Handel jako determinant kontaktów kulturowych. Konferencia: Miasto jako przestrzeń kontaktu kulturowego i etnicznego. Organizátor: Katedra Etnologii miasta Komitetu etnologicznych PAN, Katedra etnologii w Uniwersytecie Śląskim Filii w Cieszynie, Katedra etnologii w Uniwersytecie Łódzkim, Cieszyn, Poľsko, 23. - 24. 10. 2003. FALŤANOVÁ, E.: Obchod v sociopriestorovom vývine mesta. Konferencia: Stabilita a zmeny hodnôt v 20. a 21. storočí (venované pamiatke Adama Prandu). Organizátor: Ústav etnológie SAV, Slovenské národné múzeum v Bratislave. Bratislava, 22. 11. -24. 11. 2004.
- 2 FALŤANOVÁ, E.: diapozitívy č. 13 622-13 660, 13 866-13 898, 13 903-13 919, Oddelenie dokumentácie Ústavu etnológie SAV.
- 3 REPTOVÁ, O.: Malá privatizácia. In: *Od spoločného k súkromnému. 10 rokov privatizácie na Slovensku*. M. E. S. A. 10, Bratislava 1999, s. 28.
- 4 *Štatistická ročenka hlavného mesta SR Bratislavy*. 1992, s. 125.
- 5 *Štatistická ročenka hlavného mesta SR Bratislavy*. 1992, s. 130.
- 6 *Štatistická ročenka hlavného mesta SR Bratislavy*. 1993, s. 241.
- 7 Z počtu 365 maloobchodných jednotiek s počtom pracovníkov do 24 osôb bolo v roku 1992 podľa vlastníctva 199 súkromných, 10 družstevných, 5 zahraničných, 116 medzinárodných. Väčšie maloobchodné predajne s počtom pracovníkov 25 a viac osôb, obchodné domy, nákupné strediská podľa vlastníctva: potravinové predajne – 56 štátnych, 27 družstevných, 24 súkromných, nepotravinové predajne – 118 štátnych, 12 súkromných, 6 družstevných. *Štatistická ročenka hlavného mesta SR Bratislavy*. 1993, s. 163.
- 8 *Štatistická ročenka hlavného mesta SR Bratislavy*. Bratislava 1994, s. 35.

- 9 *Štatistická ročenka hlavného mesta Bratislavy*. Štatistický úrad Slovenskej republiky – Krajská správa v Bratislave. Bratislava 2004.
- 10 *Večerník*, 25. 5. 1991, r. 36, č. 122, s. 3.
- 11 VÁCLAVÍK, I.: Turista, nesmúť a – hladuj. In: *Večerník*, 27. 8. 1991, r. 36, č. 166, s. 2.
- 12 LESAJOVÁ, T.: Bratislava Butikslavou. In: *Večerník*, r. 36, 13. 9. 1991, s. 10.
- 13 CHROMÝ, V.: Nielen butiky a putiky. In: *Pravda*, 5. 9. 1991, r. 72, č. 206, s. 11.
- 14 O základných zámeroch samosprávy: GRÍGEROVÁ, HAMŠÍKOVÁ, HORANSKÝ, HRONČKOVÁ, KUTIŠOVÁ, NÉMETH, OBUCHOVÁ, SMREČANSKÁ, ŠTASSEL, TAHY, ZVAROVÁ: Historické a stavebnohistorické výskumy a prieskumy – program a koncepcia obnovy objektov. Metodické materiály. In: *Bulletin Mestského ústavu ochrany pamiatok* 1996. Husárová, J. (ed.). Bratislava 1997.
- 15 VÁCLAVÍK, I.: Priestor pre podnikateľov. In: *Večerník*, 3. 7. 1991, r. 36, č. 128, s. 4.
- 16 LAŠÁNOVÁ, A.: Staré mesto oslavuje 15. výročie vzniku samosprávy. In: *Prešporské noviny*, 27. 4. 2006, r. 3, č. 7, s. 2.
- 17 RENDOŠ, L.: *Kapitoly z vývoja obchodu*. Bratislava 1979, s. 144.
- 18 FORBATH, E.: Die täglichen Sorgen der Kaufmannschaft. In: *Der slowakische Kaufmann*. 1928, č. 2, s. 16. FALŤANOVÁ, L.: Bratislavskí obchodníci v období medzi prvou a druhou svetovou vojnou. In: *Slovenský národopis*, r. 35, č. 2-3, 1987.
- 19 *Adresár mesta Bratislavy*. II. časť. Obchody, úrady. Bratislava 1930. Zostavil Reimann, J.
- 20 *Pressburger Zeitung*, 27. 9. 1934, s. 9, 10; 21. 10. 1934, s. 12, 13; 25. 11. 1934, s. 12, 13.
- 21 SALNER, P. a kolektív: *Taká bola Bratislava*. Veda, Bratislava 1991. Najmä kapitoly: P. Salner: Stalo sa pod vieškou, s. 91-110, Ako obyčajne, pán hlavný, s. 111-127, D. Luther: Vône mesta, s. 128-142, Na korze ste stretli každého, s. 154-161.
- 22 *Merkur*, r. 5, 1947, s. 5.

Príspevok vznikol v projekte VEGA 2/5104/25 Miestny a regionálny rozvoj v kontexte európskej integrácie.

Vydáva Ústav etnológie Slovenskej akadémie vied

Hlavná redaktorka:

PhDr. Gabriela Kiliánová, CSc.

Výkonné redaktorky:

PhDr. Hana Hlôšková, CSc., Mgr. Tatiana Podolinská, PhD.

Redakčná rada: doc. PhDr. Lubica Droppová, CSc., Univ. Prof. Dr. Gyivicsán Anna, Dr. hab. (MR), doc. Mgr. Martin Kanovský, PhD., PhDr. Soňa Kovačevičová, DrSc., PhDr. Eva Krekovičová, DrSc., PhDr. Jan Krist (ČR), prof. PhDr. Milan Leščák, CSc., PhDr. Martin Mešša, doc. PhDr. Magdaléna Paríková, CSc., prof. PhDr. Ján Podolák, DrSc., PhDr. Peter Salner, DrSc., PhDr. Zdeněk Uherek, CSc. (ČR), PhDr. Miroslav Válka, PhD. (ČR)

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

e-mail: sap@sappress.sk

SLOVAK ETHNOLOGY

Quarterly Review of the Institute of Ethnology of the Slovak Academy of Sciences

Vol. 54, 2006, Number 4

Editors: Gabriela Kiliánová, Hana Hlôšková, Tatiana Podolinská

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 54, 2006, No 4

Rédacteurs: Gabriela Kiliánová, Hana Hlôšková, Tatiana Podolinská

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

SLOWAKISCHE ETHNOLOGIE

Zeitschrift des Ethnologischen Institutes der Slowakischen Akademie der Wissenschaften

Jahrgang 54, 2006, Nr. 4

Redakteure: Gabriela Kiliánová, Hana Hlôšková, Tatiana Podolinská

Redaktion: Klemensova 19, 813 64 Bratislava, Slowakei

SLOVENSKÝ NÁRODOPIŠ

ISSN 1335-1303

MIČ 49-616
