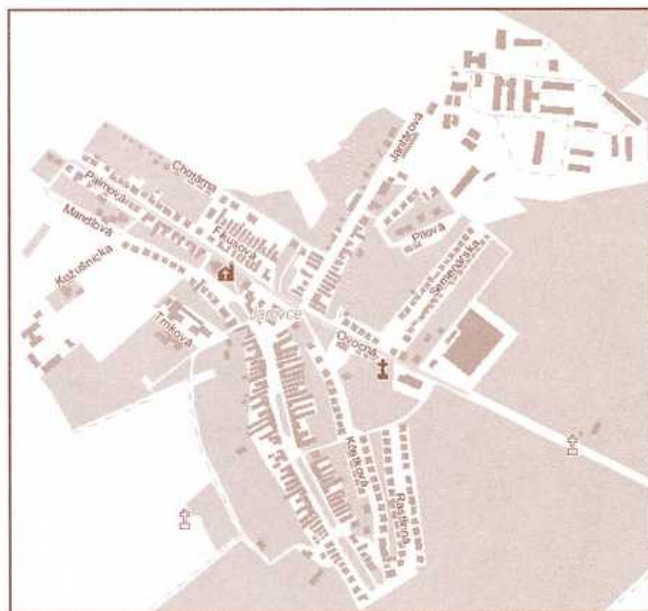


---

# SLOVENSKÝ NÁRODOPIIS

---



- Z OBSAHU: N A V R Á T I L O V Á, Alexandra: Namlouvání jako signifikantní znak proměn jedné podoby tradičních komunikací
- J A N T O, Juraj: Komunikácia a priestor (na príklade mestského sídliska)
- K L O B U Š I C K Á, Petra: Komunikačné príležitosti spoločenstva (na príklade zamestnancov vybraného miestneho úradu)
- F A L Ť A N O V Á, Lubica: Miestne kultúrne aktivity a komunikačný priestor
- K R E K O V I Č O V Á, Eva: Nové multikultúrne podoby verejného stravovania. (Na príklade zmien reštaurácií po roku 1989 na Slovensku/v Bratislave)

*Na obálke:*

Prvá strana: *mapa Jaroviec, z: www.jarovce.sk*

Preklady: *autori textov*

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

## HLAVNÁ REDAKTORKA

Gabriela Kiliánová

## VÝKONNÉ REDAKTORKY

Hana Hlôšková

Tatiana Podolinská

## EDIČNÁ RADA

Ľubica 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, CEJSH a ERIH (impaktovaná databáza ESF)*

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](http://www.ebsco.com)

[www.cejsh.icm.edu.pl](http://www.cejsh.icm.edu.pl)

[www.cceol.de](http://www.cceol.de)

[www.mla.org](http://www.mla.org)

[www.ulrichsweb.com](http://www.ulrichsweb.com)

[www.willingspress.com](http://www.willingspress.com)

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

## ŠTÚDIE

- N a v r á t i l o v á, Alexandra:** Namlouvaní jako signifikantní znak proměn jedné podoby tradičních komunikací (poznámky k proměnám tradice ve výzkumné sondě mezi středoškolskou mládeží)..... 257
- J a n t o, Juraj:** Komunikácia a priestor (na príklade mestského sídliska)..... 277
- K l o b u š i c k á, Petra:** Komunikačné príležitosti spoločenstva (na príklade zamestnancov vybraného miestneho úradu)..... 285
- F a l ť a n o v á, Lubica:** Miestne kultúrne aktivity a komunikačný priestor..... 292
- K r e k o v i č o v á, Eva:** Nové multikulturné podoby verejného stravovania. (Na príklade zmien reštaurácií po roku 1989 na Slovensku/v Bratislave)..... 301
- VYHRADENÉ PRE**
- Rozhovor s Camillou Power: Príbuzenstvo, rituál a ekonomika kultúr lovcov a zberačov (Helena T u ž i n s k á, Miroslava B o b á k o v á)..... 310
- ROZHLADY-SPRÁVY-GLOSÝ**
- Pozdrav k životnému jubileu Ester Plickovej (Juraj Z a j o n c)..... 325
- Cena Soni Kovačevičovej (Gabriela K i l i á n o v á)..... 328
- Múzeum a muzeológia – ich determinanty a perspektívy v kontexte súčasného sveta (Ladislav M l y n k a)..... 329
- Rozprávačstvo mimo zreteľa folklórneho hnutia (Dušan M i k o l a j)..... 331
- RECENZIE-ANOTÁCIE**
- J. Botík:** Etnická história Slovenska (Viktor K r u p a)..... 334
- M. Pavlicová:** Lidová kultura a její historicko-spoolečenské reflexe (Kornélia J a k u b í k o v á)..... 337
- J. Lengová (ed.):** Vybrané štúdie k hudobným dejinám Bratislavy (Miriam T i m k o v á)..... 338
- I. Chorvát:** Cestovanie a turizmus v zrkadle času (Marta B o t í k o v á)..... 340
- A. Heitlingerová:** Ve stínu holocaustu a komunismu. Čeští a slovenští židé po roce 1945 (Peter S a l n e r)..... 341
- Ž. Brnjik:** Jelisavac – slovačko rodno selo/Jelisavec – slovenská rodná dedina (Sandra K r a l j)..... 343
- T. Boukal:** Torava. Lovci severozápadní Sibíře, příroda a lidé (Jana S u š i e n k o v á)..... 343
- P. Brzáková:** Modřínová duše. Sibiřský cestopis (Jana S u š i e n k o v á)..... 345
- V. Ondrušová – L. Uhlíková (eds.):** Dětský folklor dnes (proměny funkcí) (Margita J á g e r o v á)..... 346
- K. Nováková:** Tatranskí nosiči (Peter S l a v k o v s k ý)..... 348
- J. Hrušovský:** Sláčikové ľudové hudby regiónov východného Slovenska (Miloš Š í p k a)..... 349
- J. Birčák:** Rudo Smoter a jeho pieseň (Václav D v o ř á k)..... 350
- A. Pelle:** Sej, bást falu sáros, óbásttal határos (Miriam T i m k o v á)..... 351
- Marwan Al-Absi:** Arabská káva v kultúre beduínov (Ladislav L e n o v s k ý)..... 352
- P. Janeček:** Černá sanitka a jiné děsivé příběhy (Tatiana B u ž e k o v á)..... 353
- P. Mácha:** O hledání středu. Světová náboženství v původních textech (Milan K o v á č)..... 355

## CONTENTS

### STUDIES

- N a v r á t i l o v á, Alexandra:** Courtship as a significant indicator of changes in one type of traditional communication. (Notes on changing tradition: Research among secondary-school students)..... 257
- J a n t o, Juraj:** Communication and space (On the example of the housing estate)..... 277
- K l o b u š i c k á, Petra:** Communication occasions of society (Case study of municipal office community)..... 285
- F a l f a n o v á, Ľubica:** Local cultural activities and communication space..... 292
- K r e k o v i č o v á, Eva:** New multicultural forms of public boarding. (Demonstrated on Changes of restaurants after 1989 in Slovakia/Bratislava)..... 301

### RESERVED FOR

- Interview with Camilla Power (Helena **T u ž i n s k á, Miroslava B o b á k o v á**)..... 310

### NEWS – HORIZONS - GLOSSARY

- Jubilee of Ester Plicková (Juraj **Z a j o n c**)..... 325
- Award for Soňa Kovačevičová (Gabriela **K i l i á n o v á**)..... 328
- Museum and Museology – determinants and perspectives in the frame of recent world (Ladislav **M l y n k a**)..... 329
- Story-telling out of the focus of folklore movement (Dušan **M i k o l a j**)..... 331

### BOOKREVIEWS – ANOTATIONS

**NOVÉ MULTIKULTÚRNE PODOBY VEREJNÉHO  
STRAVOVANIA****(Na príklade zmien reštaurácií po roku 1989 na Slovensku/  
v Bratislave)****EVA KREKOVIČOVÁ**

*Doc. PhDr. Eva Krekovičová, DrSc., Ústav etnológie SAV, Klemensova  
19, 813 64 Bratislava, Slovakia  
e-mail: eva.krekovicova@savba.sk*

The text deals with selected problems of boarding in restaurants in Slovak republic, a transforming country. The research is based on study of internet webpages, press and web advertisements, phone numbers index and field research done by the author. It was realized in 2007 and in March and June of 2008. It concentrates on problems of „etnisation“ (instrumentalisation of the image of „self“ and of „the others“, „image of the enemy“); „genius loci“ in the services of advertisement and competition: the problem of so-called „ostalgy“. The author emphasizes that the way of seeing the life in that era was specific in each of the reforming countries of the former „Ostbloc“ in the period after the breakpoint in 1989 and that the particular faces of socialism and historical circumstances in each of these regions were specific as well.

**Kľúčové slová:** transformačné procesy, post-socializmus, reštaurácie, stravovanie, etnizácia

**Keywords:** transformation processes, post-socialism, restaurants, boarding, etnisation

**Úvod**

Výskumy identity a procesov identifikácie stále potvrdzujú poznatok, že z prejavov každodennej kultúry a spôsobu života špecifické miesto v priebehu prudkých premien sveta v procesoch globalizácie zastávajú dve oblasti. Je to oblasť spevu (piesní) a oblasť kulinárnej kultúry. Obe sa vyznačujú tým, že sú schopné symbolického prenosu kultúrno-identifikačného kódu kolektívnej pamäti (vrátane

kódu etno- a národno-signifikantného) aj v podmienkach jeho “zabúdania” či “zabudnutia” v iných oblastiach kultúry a v jazyku. Nie je preto náhodné, že práve v období posledných dvoch desaťročí dochádza v priestore stredovýchodnej Európy k nárastu záujmu o “etnickú hudbu” a “world-music”, či o folklórne festivaly. Popri zotrvačnosti stravovacích návykov v súkromnej sfére, najmä v rodine, sledujeme konzervatívne tendencie v preferencii jedál a nápojov, či návraty k “typicky národným”, ale i k “typicky lokálnym” kuchyniam tiež v oblasti verejného stravovania. Mimoriadny boom však zaznamenávajú aj vydania kuchárskych kníh čerpajúcich z kulinárnych tradícií rôznych exotických krajín a “národných kuchýň”. Oblube sa tešia televízne programy o varení prinášajúce nové recepty, rovnako ako tie, čo prinášajú návraty k receptúram jedál “starých mám”. Ďalšou z podôb, ktoré procesy v spôsobe stravovania v obdobiach prudkých spoločensko-politických zmien deklarujú niekedy už “na prvý pohľad”, sú reštauračné zariadenia (reštaurácie, pivárne, vinárne, “puby”, “pivnice” a pod.).

V príspevku sa pokúsím demonštrovať na vybraných konkrétnych príkladoch reštaurácií rozmanitosť podôb kultúry stravovania v období po roku 1989 na Slovensku. Svoj pohľad obmedzím na oblasť verejnú a v rámci verejného stravovania ponechám bokom problematiku fast foodov a veľkých obchodných reťazcov.\* Všímala som si: názvy reštaurácií, ponúkaný sortiment jedál, jedálne lístky a priestory reštaurácie (spôsob zariadenia a výzdoba) a prezentáciu (teda reklamu) reštaurácie na internete a v telefónnom zozname.

Skúmané teritórium prekonalo v období rokov 1989-2008 dve zásadné prelomové etapy:

1/ november 1989, ktorý zmenil ekonomické podmienky podnikania v oblasti reštauračného stravovania (návrat súkromného podnikania);

Otvorenie “železnej opony” zároveň zásadne urýchlilo prienik globalizačných trendov a Slovensko spolu s ostatnými reformujúcimi sa krajinami Európy sa stalo zaujímavým “laboratóriom” pre etnologický výskum;

2/ rozdelenie Československa a vznik Slovenskej republiky (1993) vniesli do týchto procesov niektoré ďalšie impulzy. Mohli prispieť k posilneniu procesov etnizácie kultúry a revivalizmu. Vo všeobecnom verejnom diskurze sa vo väčšej miere (tak v českej, ako i v slovenskej časti bývalého štátu) objavuje problematika etnickej a štátnej identifikácie, ktorá sa nepriamo premietla i vo verejnej sfére stravovania či v reklame.

Z hľadiska našej témy boli zlomové 90. roky. Boli to najmä majetkové reštitúcie, kapitalizácia ekonomiky, vznik súkromného sektoru, vytvorenie podnikateľskej vrstvy a prílev zahraničného kapitálu. Otvorením hraníc voči okolitému svetu dochádza zároveň logicky k zásadným zmenám spotrebiteľských návykov a konzumu. Tieto zmeny súvisia aj s neustálym rozširovaním surovinového sortimentu a s jeho dostupnosťou čoraz širším vrstvám obyvateľstva (napr. denná tlač na Veľkú noc 2008 priniesla ako kuriozitu informáciu o záujme slovenských obyvateľov miest o “netradičné” potraviny v predsviatočných nákupoch: klokanie či pštosie mäso, prepeličie vajcia<sup>1</sup> apod.).

Posilňuje sa trend približovania vidieka a mesta v každodennej kultúre a spôsobe života. Väčší dôraz sa kladie na “zdravú výživu” a “bio-produkty”.<sup>2</sup> Obluba vegetariánskej kuchyne prechádza zo sféry súkromnej do verejne akceptovaného spôsobu stravovania atď. (Pred rokom 1989 existovala v Bratislave len jedna vegetariánska reštaurácia, ktorá mala charakter samoobslužnej jedálne. Úroveň svojho interiéru i ponúkaných služieb kopírovala štýl tzv. “závodných jedální”. To znamená, že bola lacná, zariadená len nevyhnutným, najmenej nákladným nábytkom a ponúkala výber z troch jedál. Patrila k veľmi populárnym a s obľubou ju navštevovali aj ne-vegetariáni.)<sup>3</sup> V období máj-jún 2008 je v Bratislave aktuálny medializovaný boj o vegetariánsku reštauráciu na lukratívnom mieste v centre “Starého mesta”, familiárne nazývanú “Vegetka” (Laurinská 8) – podobne ako o diétnu reštauráciu na tej istej adrese. Boj má zrejme komerčné pozadie a prebieha medzi verejnosťou a magistrátom mesta, ktorý chce obe jedálne prenajať inému nájomcovi. Tento plán vzbudil veľký odpor návštevníkov obľúbenej jedálne, ktorej kuchyňu mimoriadne vysoko hodnotia najmä Bratislavčania zamestnaní

či žijúci v jej okolí, ktorí ju denne navštevujú. Pravidelným návštevníkom neprekáža ani čakanie v radoch pred jedáľňou v čase obeda.

Oblasť podnikania v reštauračnom stravovaní po roku 1989 vykazuje veľký rozmach, a najmä v 90. rokoch 20. stor. sa výrazne dynamizuje. Dynamickosť je jedným z charakteristických znakov tejto oblasti podnikania prakticky pre celé toto obdobie, vrátane roku 2008.<sup>4</sup> S nárastom cien vzrastá úroveň a pestrosť ponúkaných jedál a podľa vzoru zahraničia (Rakúsko, Nemecko) sa zväčšujú ich porcie.

K problémom Slovenska (na rozdiel napr. od Česka) patrí prakticky dodnes výrazné prehlbovanie ekonomických rozdielov medzi Bratislavou, ako hlavným mestom ležiacim v blízkosti rakúskych, českých i maďarských hraníc, a ostatnými regiónmi. Veľkým kontrastom voči rýchlo sa rozvíjajúcej Bratislave je (úrovňou zamestnanosti, nedostatočnou vyspelosťou ekonomiky, a tým aj nízkou priemernou životnou úrovňou) najmä oblasť východného, stredného a južného Slovenska (Spiš, Zemplín, Gemer, Banskobystrický kraj apod.).

Výskum som sústredila najmä na Bratislavu, kde je najvyššia koncentrácia reštaurácií i najväčšia konkurencia. Pri prezeraní internetových portálov sa ukázalo, že v prenikaní napr. inonárodných "exotických" kuchýň, ale i ďalších prejavov globalizácie je evidentný záujem podnikateľov (zahraničných i domácich) nielen o hlavné mesto, ale aj o menšie sídla v rámci celého územia Slovenskej republiky. Rozdiely sú na prvý pohľad viditeľné najmä v bohatosti (rôznorodosti) jedálneho lístka a niekedy v neporovnateľných cenách jedál (t. j. Bratislava je spravidla oveľa drahšia). Z reštaurácií ponúkajúcich produkty inonárodnej kuchyne v súčasnosti neporovnateľne dominuje talianska kuchyňa.<sup>5</sup> Nie sú to len početné "pizzerie". Jedlá talianskej kuchyne (najmä pizza, lasagne či rôzne druhy cestovín) sú dnes už pomerne bežnou súčasťou vidieckych i mestských reštaurácií. Podobne ako pri prieniku obchodných reťazcov či iných foriem podnikateľského kapitálu sú zrejme stratégie jednotlivých nadnárodných firiem a korporácií rovnaké vo všetkých regiónoch, ktoré sa voči nim otvárajú. Odlišná je potom len ich miera úspešnosti v tom-ktorom prostredí v dlhodobjšom horizonte a ich prispôsobovanie sa trhového a konzumnému správaniu obyvateľstva v jednotlivých regiónoch.

### **K podobám etnizácie**

V súvislosti s rozvojom turizmu zaznamenávame aj v oblasti kulinárie evidentné prejavy procesov etnizácie. Na jednej strane tu oproti obdobiu pred rokom 1989 badať nárast počtu reštaurácií s označením "slovenská", zároveň dochádza k výraznému obohacovaniu pestrosťi stravovacích možností najmä vďaka masívnemu prieniku etnických, viac alebo menej exotických kuchýň. Je to samozrejme aj dôsledok ďalších faktorov. Okrem iného spomeniem napr. konkurenciu a úsilie majiteľov osloviť čo najširšie spektrum potenciálnych klientov buď šírkou svojho sortimentu, alebo zaujať a získať síce špeciálne orientovanú, ale stabilnú klientelu osobitnou ponukou.

Čo sa týka samotnej problematiky etnizácie, táto téma poskytuje množstvo zaujímavého materiálu a v sledovanej oblasti stravovania by si zaslúžila osobitnú štúdiu. Nebudem sa preto na tomto mieste zaoberať etnizáciou v celej šírke. Zaujímavým spôsobom sa tu však premieta napr. rešpektovanie niektorých historických etnických/národných mýtov a stereotypov. Je to okrem iného spôsob prezentácie "obrazu seba", ale aj "obrazu iných" (Čechov, "zvyšku sveta"), nevynímajúc ani historicky determinovaný, a najmä po roku 1993 populistickými a "národne orientovanými" politikmi opakovane inštrumentalizovaný "obraz nepriateľa" (Maďara – historického "utláčateľa" Slovákov).

### **"Seba" - obraz**

Len v Bratislave existuje momentálne asi päť Slovenských reštaurácií,<sup>6</sup> ďalších päť deklaruje na internete svoju kuchyňu ako "slovenskú". Pritom v období socializmu tu bola len jedna všeobecne známa a obľúbená Slovenská reštaurácia (situovaná v centre mesta). Na jedálnom lístku takmer



všetkých bratislavských, ale aj mimobratisklavských reštaurácií nachádzame v sledovanom období spravidla viacero "slovenských jedál" a určite tu nechýbajú bryndzové halušky.<sup>7</sup> Výnimkou sú len jednostranne orientované podniky, zacielené na užšiu klientelu, napr. vegetariánske, "pizzerie" alebo reštaurácie s "inoetnickou", najmä exotickou kuchyňou ("sushi bary", čínske, indická, libanonská, kubánska, niektoré mexické, arabské, ázijská apod.). Na vidieku a v menších mestách boli pred rokom 1989 reštauračné zariadenia prevažne označované len ako Reštaurácia, Jedáleň, Pohostinstvo apod. Jedálne lístky bývali spravidla takmer rovnaké. Líšili sa navzájom len kvalitou služieb a cenami (zaradením do tzv. "cenovej skupiny").<sup>8</sup>

Z hľadiska "my"-obrazu je v súvislosti s verejným stravovaním aktuálne aj v Bratislave prezentovanie lokálnych či regionálnych špecifik, miestnych sezónnych kulinárnych tradícií. Napr. reštaurácia *Apetit* (Dunajská 12, centrum mesta) má na svojom jedálnom lístku tzv. "Jedlá starého Prešporoku" alebo sezónne ponuky: "sladké fašiangové", "zabíjačkové hody", "rybacie týždne", "cool leto – zmrzlina" či "husacie hody". Osobitnú súčasť jedálneho lístka inzerovaného na internete tvoria tiež "oblúbené jedlá československej kuchyne" (ako pripomenutie historického obdobia, v ktorom "Prešporok" patril k Československej republike). V dedinách v okolí Bratislavy (Slovenský Grob, Chorvátsky Grob, Limbach ai.) inzerujú www.stránky sezónne jesenné "husacie hody", ktoré patria k dlhodobým miestnym tradíciám Bratislavy a okolia. Táto tradícia pretrvala aj v období rokov 1948 – 1989. V hlavnom meste sa stretávame tiež s odvolávaním sa v názve reštaurácií či priamo v jedálnom lístku na "domácu kuchyňu", "maminu kuchyňu" či "jedlá starej mamy",<sup>9</sup> objavuje sa predtým nepoužívaný termín "staroslovenské", ale aj "staročeské jedlá" (na českej strane od spoločnej hranice). Zaujímavým príkladom snahy prevádzkovateľa o oslovenie skutočne širokej klientely je jedálny lístok Gréckej taverny v širšom centre Bratislavy, v ktorom sú uvedené šaláty s nadpisom: "Zo starkinej záhrady".<sup>10</sup> Na jedálnom lístku zariadenia s názvom *Hysteria pub*, ktorý sa podľa vizuálnej reklamy na internete, prevládajúcej skladby a názvov ponúkaných jedál sebadefinuje ako "mexická piváreň" a existuje od roku 1994, nachádzame nielen rôzne tzv. "hysterické jedlá" (napr. "Hysterická pani"), ale tiež skupinu jedál označených: "Slovenská kuchyňa" a hneď za nimi nasledujú jedlá nazvané "Zvyšok sveta".<sup>11</sup>

### Obraz "iných"

Na internete nachádzame v roku 2008 v rámci Bratislavy tri reštaurácie, ktoré sa tu prezentujú ako "medzinárodné". Je to Biela pani, Mediteran (Hviezdoslavovo nám.) a Riviera (Karlova Ves).

Ako české sa deklarujú v Bratislave minimálne štyri podniky, všetky v širšom centre mesta: Česká pivnica (Radlinského ulica: spojená s koncertmi metalovej hudby), Plzenská pivnica (Rajská ul.), Plzenský bar (Cintorínska ul.) a Krušovická pivnica.

Za socializmu však bola v Bratislave aj jedna veľmi kvalitná a medzi Bratislavčanmi obľúbená Maďarská reštaurácia v centre mesta (Hviezdoslavovo nám.). Dnes je na jej mieste vyššie spomínaná Slovenská reštaurácia a v Bratislave nie je žiadna reštaurácia s názvom "Maďarská", i keď jedlá maďarskej kuchyne ponúkajú mnohé reštaurácie v meste.<sup>12</sup> Na www.stránkach som však našla Čunovskú čardu (Petržalská 2), situovanú na predmestí mesta, v Čunove. Mimo Bratislavy možno nájsť na internete reklamu na Uhorský dvor (v Košiciach), ktorý ponúka "typické maďarské jedlá", a Čárda Baštu (s názvom v slovenskom aj maďarskom jazyku) v Komárne (hraničné mesto na slovensko-maďarskom pomedzí s prevahou maďarsky hovoriaceho obyvateľstva), kde je v areáli reštaurácie vybudované tiež tzv. Európske nádvorie. V širšom bratislavskom centre, na mieste niekdajšej známej kaviarne a kina *Metropol*, dnes nájdeme pod tým istým názvom ruskú reštauráciu, patriacu k najdrahším v meste, Francúzsku reštauráciu v hoteli *Devín* (pred rokom 1989 to bol dlhý roky jeden z najdrahších hotelov v meste).

## “Genius loci” v službách reklamy a konkurencie

Materiál, ktorý som mala k dispozícii, ponúkal viacero tém na spracovanie. Osobitnou témou by bola napr. otázka humoru v jedálnych lístkoch – tu možno hovoriť, podobne ako pri vytváraní niektorých tematicky špecifických interiérov, o špeciálnej podobe “písaného folklóru”. Mám tu na mysli rôzne “recesistické” “puby”, reštaurácie vyznačujúce sa snahou majiteľov o “originalitu”, s cieľom vytvoriť “neopakovateľné prostredie” a pritiahnúť tak svojou “individualitou” stálu klientelu. Majitelia sa usilujú o vytváranie “virtuálneho” genius loci podniku s cieľom zaujať, ale aj pobaviť, prekvapiť, pritiahnúť pozornosť potenciálnych hostí.

Pre potreby tohto príspevku som vybrala tri skupiny konkrétnych príkladov realizácie svojského “genius loci”. Sú to:

1. mimobratislavské zariadenia nadväzujúce na regionálne/lokálne tradície. Prvé dve z prezentovaných reštaurácií tejto skupiny budujú svoju “jedinečnosť” (výlučnosť) prostredníctvom revitalizácie miestnych lokálnych/regionálnych/hrdinov. Jedným je Jánošíkova koliba v Terchovej. Ide o reštauráciu v rodisku historickej postavy slávneho slovenského zbojníka Juraja Jánošíka, umiestnenú v typickom drevenom zrubu. Jedálny lístok obsahuje prevažnú väčšinu jedál považovaných za “špecificky slovenské”, alebo jedlá nesú názvy vychádzajúce z mytologizovaného príbehu Jánošíka.<sup>13</sup>

Ďalším príkladom je reštaurácia Nácko v Banskej Štiavnici. “Nácko” je prototypom regionálnej komickej figúrky, známej z folklórnych anekdot, ktoré vyšli už aj tlačou. Hovorí špecifickým štiavnickým dialektom, v ktorom je napísaný aj jedálny lístok reštaurácie. Pomenovania jedál sa viažu k Náckovi a ďalším postavám známym z anekdot a majú komický podtón.

Tretím príkladom je reštaurácia na diaľnici D1, spájajúcej Bratislavu a Prahu, zvaná U devíťi křížů. Patrí k obľúbeným oddychovým miestam diaľkových autobusov na tejto frekventovanej trase. Ako zastávka situovaná asi 30 km od Brna smerom do Prahy fungovala na tejto ceste ešte v období socializmu a mala podobu lacného samoobslužného bufetu. Dnes tu stojí nová luxusná budova s relatívne drahou reštauráciou. Z hľadiska budovania vlastného “genia loci” je na nej zaujímavý jednak jej jedálny lístok, ako aj priamo pri nej stojaca “koliba”. V rámci jedálneho lístka sa uvádzajú na prvom mieste ako “jedlo staročeskej kuchyne” bryndzové halušky, považované v tomto regióne všeobecne za typicky slovenské jedlo. V rámci “koliby” – jednoduchého dreveného domčeka hneď vedľa reštaurácie – ponúkajú predajcovia (pravdepodobne Slováci – ide totiž o typické produkty z horských regiónov severného Slovenska, charakteristickými formami chovu oviec na mlieko, z ktorého sa vyrába ovčia bryndza, syr, oštiepky, parenice apod.) bryndzu, netradičné tvary údeného ovčieho syra, tzv. “oštiepkov” v podobe špecifickej sekery pastierov oviec, “valašky”, syrových zvieratiek či iných figúrok, ale i “žinčicu” (s podrobným popisom jej obsahu, spôsobu uchovávaní a blahodarných účinkov na zdravie). Možno tu zakúpiť tiež 10 kkg balenie údenej slaniny do bryndzových halušiek. Oba tieto elementy (ponúkaný jedálny lístok i exotická koliba s ponukou tovarov) nepriamo prezentujú a deklarujú tradíciu česko-slovenskej vzájomnosti (teda vzájomné dobré vzťahy Čechov a Slovákov), aktuálnu najmä po rozdelení Československa. Reštaurácia i koliba sú tu k dispozícii klientele spájajúcej obe hlavné mestá bývalého spoločného štátu.

2. skupinu tvoria príklady bratislavských podnikov. Všetky sú situované v priestore najsilnejšej konkurencie v rámci centra Starého mesta, na Obchodnej a príľahlej Vysokej ulici. Z hľadiska vytvárania vlastného “genia loci” tu došlo po roku 1989 ku kulminácii “najoriginálnejších” podnikov. Je to oblasť pôvodných vinohradníckych domov s tradíciou bratislavských viech a krčmičiek, ktoré tu pretrvali aj počas socializmu. Všetky reštaurácie majú ambíciu oslovit tú istú klientelu (ponúkaný sortiment patrí v rámci mesta z hľadiska cien k lacnejším). Oslovujú študentov, nakupujúcich domácich i turistov v malých obchodíčkoch a butikoch.

Dva z podnikov prezentujú recesiú v spomienke na obdobie socializmu. Je to reštaurácia KGB (Obchodná 52), ktorá vznikla v roku 1995. Na www.stránke je deklarovaná ako memento neľudského režimu, komunizmu. Ideu zdôrazňuje vnútorná výzdoba. Podniku dominuje socha Lenina v nadživotnej veľkosti. Steny zdobia portréty komunistických vodcov a politikov, vlajky a komunistické symboly. Ďalšou je reštaurácia U majora Zemana (Vysoká 37) s podobným zameraním. Major Zeman bol hlavným hrdinom tendenčného československého kriminálneho televízneho seriálu z obdobia tzv. "normalizácie" 70. rokov 20. storočia.<sup>14</sup>

Existencia týchto podnikov nás privádza k zložitej problematike, označovanej najmä v bývalej Nemeckej spolkovej republike ako "ostalgie". Tu sa zo strany tých, čo socializmus nikdy nezažili, pripodobňujú procesy špecifického reflektovania totalitnej minulosti v európskych krajinách bývalého "Ost-bloku" okrem iného napr. aj k známemu nemeckému filmu "Good bye, Lenin!"<sup>15</sup> Spôsob nazerania na život v totalite bol však v období po zlome v roku 1989 v každej z týchto krajín v mnohom špecifický. Tak ako boli špecifické aj jednotlivé podoby socializmu a historické osudy každej z týchto oblastí. I keď sa niektoré črty týchto procesov môžu javiť ako podobné, spôsoby spomínania na totalitný režim nie sú zďaleka len nostalgiou. Ide v prvom rade o prekonávanie traumy. Trauma z režimu, v ktorom títo ľudia žili, ale aj trauma zo zložitej situácie, v akej sa mnohí z nich po páde režimu ocitli. Je ťažké porovnávať situáciu v bývalej NDR napr. s Chorvátskom, kde dnes zaznamenávame zaujímavé návraty, resp. formy vyrovnávania sa so silným kultom osobnosti Josipa Broza Tita. Organizujú sa tu výlety mladých ľudí napr. zo Slovinska po stopách juhoslovanských partizánov, spojených s opravovaním pomníkov J. B. Tita (2006, 2007).<sup>16</sup> V Chorvátsku zase vychádza CD s oslavnými piesňami o Titovi: "Ide Tito".<sup>17</sup> Nahrávky čerpajú z propagandistických budovateľských pochodových piesní podľa sovietskeho vzoru (veľmi podobných tým, aké sa spievali v Nemecku za vlády národných socialistov), ale tiež z folklórnych či novších a súčasných folkových a popových piesní s takouto tematikou. Takýto fenomén nenájdeme v českom, slovenskom či poľskom prostredí. Je to typicky juhoslovanská podoba vyrovnávania sa s postsocialistickou traumou. Tak ako na Slovensku zase mládež paroduje oslavy VOSR, oslavy prvého mája, alebo zbiera "kultové" knihy socializmu ako: Marxov Kapitál, Dejiny Komunistickej strany ZSSR, Dejiny KSČ, citáty z Mao Ce Tunga, a toto všetko poníma ako recesiú a zároveň pamiatku na svet, ktorý prestal existovať. Týmto procesom je potrebné venovať ešte hĺbkové výskumy v jednotlivých krajinách, ktorých sa to týka.

K dejinám, a najmä k mýtom Slovákov a slovenského územia postmoderne tematizuje svoj "imidž" I. Slovak Pub. Upozornila naň aj Elena Mannová v Úvode knihy *Mýty naše slovenské*.<sup>18</sup> Reštaurácia je reprezentantom virtuálnej koncentrácie základných slovenských národných mýtov na jednom mieste, revitalizovaných najmä v rokoch po vzniku Slovenskej republiky a doplnených o niektoré "ad hoc" pre túto príležitosť "vymyslené" historické mýty. Priestory "pubu" sú tematizované podľa významných osobností slovenskej a veľkomoravskej histórie, ale i prehistórie: v pivnici sídli Kelti, na prízemí sú to osobnosti Veľkej Moravy (sv. Cyril a Metod, Pribina aj s novým, priamo pre potreby reštaurácie vytvoreným mytologickým vojskom "rytierov" a ich modlitbou, napísanou priamo na stene). Izbu Antona Bernoláka zdobí portrét prvého autora literárneho slovenského jazyka. Ďalší priestor patrí kodifikátorovi dnešnej spisovnej slovenčiny, Ludovítovi Štúrovi: je tu text dnešnej slovenskej hymny z r. 1848. Je tu Izba básnikov s básňou "Modlitba" od súčasného najuznávanejšieho básnika Milana Rúfusa a na terase dominuje ďalší "slovenský symbol" – dvojkríž.<sup>19</sup> Nezabudlo sa tu ani na ďalšieho hrdinu národnej mytológie, zbojníckeho kapitána Juraja Jánošíka. Tomu je venovaná v pube špeciálna miestnosť, proklamovaná ako originál drevenej koliby z rodiska Jánošíka, z Terchovej.

Do ešte vzdialenejšieho obdobia nás vŕhajú už svojou reklamou na internete Reštaurácia neolit. Ponúka okrem iného jedlá z "divých zvierat": žaby, slimáka, klokana, pštrosa, hrocha, zebra atď.

V reklame proklamované jedlá z “divej zveri” tu priamo nenájdeme, samotná reklama je však podfarbená špeciálne na tieto účely “skomponovanou” zvukovou kulisou, pripomínajúcou rev rôznych druhov fauny, podfarbujúcou virtuálne prostredie mladšej doby kamennej. Ukážka zvukov je zároveň reklamou hudobnej skupiny, ktorá ju “zložila” a nahrála.

### Záver

Popri globalizácii, “glokalizácii”, etnizácii a “kreolizácii” kultúry je pre Slovensko dodnes charakteristické najmä pretrvávanie lokálnej a regionálnej rôznorodosti. Výskum potvrdil tiež prehlbovanie procesov individualizácie v sledovaných podnikateľských aktivitách. Snaha “odlíšiť sa”, zaujať úzko súvisí s reklamou. Je predovšetkým súčasťou stratégie presadenia sa v tvrdom konkurenčnom prostredí. Výsledkom takýchto snáh o inštrumentalizáciu “individuálnej identity” niektorých reštaurácií, vinární či “pubov” sú niekedy zaujímavé, často pitoreskné formy sebaaprezentácie. Ich tvorcovia siahajú do rôznych podôb a vrstiev kolektívnej pamäti a “spomínania”. Využívajú prvky reinterpretácie národnej mytológie a historickej pamäti (“1. Slovak pub”), revivalizmu (komická figúrka “Štiavnyckého Nácka”), recesie (KGB: neoficiálne aj Krčma gurmánov Bratislavy), resentimentu (“U majora Zemana”), často využívajú komično s cieľom návštevníka pobaviť, a tým na seba (svoj podnik) upozorniť. Komické prvky sa však môžu (a nemusia) inštrumentalizovať tiež ako produkt komunikácie prostredia reštaurácie s jej návštevníkom (ako v prípade mytologického reinterpretovania historickej pamäti v 1. Slovak Pub-e).

Osobitný problém, ktorý je potrebné podrobiť ďalším a hlbším výskumom, predstavujú rozmanité formy etnizácie v oblasti verejného stravovania a otázka prejavov “resentimentu”, ponúkaného návštevníkom ako memento. Zároveň v tejto oblasti zaznamenávame výraznú dynamiku, pretrvávajúcu bežmála dvadsať rokov od zásadnej zmeny v oblasti ekonomických vzťahov.

*Skrátená verzia príspevku v nemeckom jazyku odznela na medzinárodnej konferencii organizovanej BOKG v Oldenburgu 1. 4. 2008.*

### POZNÁMKY:

- \* K problematike fast foodov bližšie STOLIČNÁ, Rastislava: Fast food: globálny fenomén súčasného stravovania a spôsobu života. In *Slovenský národopis* 48, 2000, 4, s. 305-313.
- 1 Denník SME 22. 3. 2008, s. 6.
- 2 28. februára 2008 sa konalo slávnostné otvorenie prvej BIO reštaurácie na Slovensku v Bratislave.
- 3 Dnes sa v Bratislave na internete ([www.obedovat.sk/bratislava/restaurant](http://www.obedovat.sk/bratislava/restaurant)) prezentuje ako vegetariánskych spolu 12 podnikov (Vegetka, Laurinská 8, Ashoka /indická/, Živnostenská 2, Bio restaurant, Kamzík Les – Koliba, Chez David /židovská/, Zámocká 14, City Vegetarian, Obchodná 58, Diétka, Laurinská 8, Divoká kačka, Čajakova 18, Góvinda /indická vegetariánska/, Jedáleň, Gorkého 5, Jedáleň Zdravíčko /tiež sídlo klubu Zdravíčko/, Sushi Bar Tokyo, Straková 2, Vitoša, Špitálska). Z toho úplne vegetariánske sú podľa jedálneho lístka asi štyri, tri z nich majú už tradične charakter samoobslužnej jedálne. Všetky tieto reštaurácie a jedálne, ktoré majú svoju reklamu na webovej stránke (s výnimkou Bio reštaurácie, ležiacej v oblasti obľúbeného výletného miesta Bratislavčanov a návštevníkov Bratislavy), sú situované v užšom historickom centre mesta.
- 4 Základný výskum bol realizovaný vo februári – marci 2008. Novovznikajúce podniky avizujú internetové stránky aj v tomto období.

- 5 Na webe sa deklaruje až 151 firiem ako "talianskych" ([www.obedovat.sk/bratislava/restaurant](http://www.obedovat.sk/bratislava/restaurant)).
- 6 Podľa už citovanej [www](http://www). stránky je jedna z nich situovaná priamo v centre mesta na Hviezdoslavovom námestí, na mieste niekdajšej Maďarskej reštaurácie. Je všeobecne považovaná za jednu z najlepších reštaurácií v meste a patrí zároveň k najdrahším. Ďalšie reštaurácie deklarované ako "slovenské": Reštaurácia Koliba EXPO Kamzík (v luxusnej vilovej štvrti, tiež v známej oblasti výletov Bratislavčanov), Slovenská jedáleň (Námestie SNP 25 v zrekonštruovanej Starej tržnici, lacná samoobslužná jedáleň v centre mesta); Reštaurácia Slovakia - Restaurant Slovakia (Líščie Nivy – Bratislava Dúbravka); Slovenská reštaurácia Delfín (Ružová dolina). Ako reštaurácia so "slovenskou kuchyňou" sa prezentuje na webe až 56 firiem, z toho v Bratislave ešte: Slovak pub – First Slovak pub (Obchodná 52), Leberfinger (na nábřeží Dunaja z petržalskej strany), Slovenská reštaurácia (Petržalka), Slovenská reštaurácia (Rača), Pohostinstvo Slovenská pivnica (Krasinského ul.). V máji situácia poukazuje na nárast reštaurácií s "typicky slovenskou kuchyňou" v Bratislave. Na internete sa prezentuje tiež napr. Jánošíkov dvor (mimo centra: Krajinská 10), so sezónnymi "tradičnými slovenskými hodami".
- 7 V období pred rokom 1989 boli bryndzové halušky (ako v tom čase relatívne lacné jedlo) najmä v bratislavských reštauráciách pomerne výnimočnou zložkou jedálneho lístka.
- 8 V rámci Slovenska sa na [www](http://www). stránkach deklaruje ako "slovenské" svojou kuchyňou spolu 56 firiem.
- 9 Reštaurácia U mamičky (Palisády 40), Omama café (Sasinkova 19, zariadená ako múzeum obchodu) - obe v širšom centre mesta.
- 10 Údaj získaný v marci 2008, v máji už reštaurácia na [www](http://www). stránke nefigurovala.
- 11 A aké jedlá v rámci nich ponúkajú? Pri ich názvoch sa fantáziou a humorom nešetřilo: Tanier partizána, Osem vojakov, Afroditino potešenie, Pašov tanier, Dvojhrbá fava, Mlsného tanier, Výsadbár v utajení, Nemcova myšlienka, Tehotná sliepka, Daj aj mne, strýcu, Grécky orient a Tanier šéfkuchára.
- 12 Možno sa domnievať, že situácia je dôsledkom eventuálnych obáv podnikateľov z pôsobenia vandalov a môže súvisieť s občasným politickým napätím medzi Maďarskom a Slovenskom. Dochádza k nim najmä vtedy, ak je vo vládnej koalícii nacionalistická Slovenská národná strana, čo platí aj pre volebné obdobie 2006 – 2010.
- 13 Joanna GOSZCZYŃSKA: *Mit Janoszika w folklorze i literaturze slowackiej XIX. wieku*. Warszawa 2001.
- 14 Týmto termínom označovala oficiálna ideológia v Československu obdobie po jeho obsadení vojskami Varšavskej zmluvy v auguste 1968 a následnej prítomnosti sovietskych vojsk na území republiky.
- 15 2003, réžia: Wolfgang Becker.
- 16 Informáciu som získala od kolegyne Mgr. Michaely Ferencovej, ktorá sa na takomto pochode v rámci svojho študijného pobytu v Lubľane osobne zúčastnila.
- 17 Ide Tito... 33 najlepšie pesme o Titu. Copyright PGP-RTS (osim br. 20 – CROATIA RECORDS)/2006 ZMEX. ISBN 86-85363-76-4.
- 18 MANNOVÁ, E.: Mýty nie sú slovenským špecifikom. In: Eduard Krekovič, Elena Mannová, Eva Krekovičová (zost.): *Mýty naše slovenské*. Bratislava 2005, s. 7-8.
- 19 Dvojkříž tvorí dodnes súčasť oficiálneho štátneho znaku SR a vlajky a na Slovensku je považovaný za slovenský symbol. Bližšie NOVÁK, J.: *Štátne znaky v Čechách a na Slovensku dnes aj v minulosti*. Bratislava 1990, s. 10.

**NEW MULTICULTURAL FORMS OF PUBLIC BOARDING  
(DEMONSTRATED ON CHANGES OF RESTAURANTS  
AFTER 1989 IN SLOVAKIA / IN BRATISLAVA)**

*Summary*

Investigations of identity and identification processes always validate the knowledge that among the manifestations of everyday culture and lifestyle, a specific position during the rapid changes of the globalising world belongs to two fields: the one of songs and the one of culinary culture. Both of them are distinguished by their ability of symbolic transfer of the cultural identification code of the collective memory also in conditions of its „forgetting“ in other areas of culture and in the language.

On hand of selected examples of restaurants, the author demonstrates the variety of manifestations of alimentation culture in the period after 1989 in Slovakia. She focuses on the public area and in the frame of public feeding avoids the problems of fast food services as well as big chain stores. She notices names of restaurants, range of meals being offered, menu cards, restaurant spaces (interior design) and promotion (advertisements) of the restaurant on the internet and in the index of phone numbers.

Considering our topic we can observe 1990s as the break point. This era was marked by property restitutions, capitalisation of economics, emergence of private sector and social layer of businessmen as well as inflow of foreign capital. With the opening of borders towards the surrounding world it also came to the fundamental changes in consumers' habits. The restaurant business sphere after 1989 shows signs of big boom and gets very dynamic primarily during the 90s. However, newly established restaurants are being announced by internet webpages also in 2008. To the problems of Slovakia (compared to e.g. Czech Republic) still belongs distinctive deepening of economical differences between the capital city of Bratislava and the other regions. The text concentrates on problems of „etnisation“ (instrumentalisation of the image of „self“ and of „the others“, „image of the enemy“); „genius loci“ in the services of advertisement and competition. As a special case will turn out so-called „ostalgy“ (restaurants like „KGB“ or other forms of reminiscences of the totalitarian era). The author emphasizes that the way of seeing the life in that era was specific in each of the reforming countries of the former „Ostbloc“ in the period after the breakpoint in 1989 and that the particular faces of socialism and historical circumstances in each of these regions were specific as well. Although some attributes of these processes might seem as similar, the ways of commemoration of the totalitarian regime and attitude towards this period cannot be reduced only to nostalgia. They are different forms of how the inhabitants of these countries faced up to this harrowing experience of the very socialism, as well as the period of „cultural and political shock“ after its fall.

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 Paříková, 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. 56, 2008, Number 3

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 56, 2008, No 3

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 56, 2008, Nr. 3

Redakteure: Gabriela Kiliánová, Hana Hlôšková, Tatiana Podolinská  
Redaktion: Klemensova 19, 813 64 Bratislava, Slowakei

---

# SLOVENSKÝ NÁRODOPIIS

---

ISSN 1335-1303

MIČ 49 616

---

---