

Zlaté časy poctivých kuchýň: vybrané ingrediencie diskurzu tradicionalizmu súčasných českých kulinárskych časopisov

Michal Bočák, Filozofická fakulta PU, michal.bocak@ff.unipo.sk

Kľúčové slová: kulinárske časopisy, jedlo, varenie, diskurz, tradícia, nostalgia
Keywords: culinary magazines, food, cooking, discourse, tradition, nostalgia

*Naši předkové chlebem uctívali návštěvy,
tak proč by i pro vás nemohl znamenat
víc než jen „chleba s něčím“!*
(Gurmet, január 2011, s. 76)

Jedlo ako zmes významov: stručne k teoretickému rámcu štúdie¹

Jedlo² nie je – ak vôbec niekedy v kultúre bolo – prostým prostriedkom nasýtenia, uspokojenia jednej z primárnych potrieb. Je objektom glorifikácie i tabuizácie, diskusie, mediálnej reprezentácie; funguje v role referentov etnicity/národnosti (lasagne), globálnosti (hamburger) či generácie (tatársky biftek). Vzhľadom na jeho nasýtenosť významami (pozri napr. Hanke, 1989, s. 221 – 223) je možné, ba dokonca vhodné, pristupovať k nemu optikou analýzy diskurzu, resp. dispozitívu.³

Diskurz, centrálna optika nazerania na obsah kulinárskych (resp. gastronomických)⁴ časopisov v tejto štúdii, možno jednoducho chápať ako systematickú artikuláciu konzistentného vedenia. Foucaultovský prístup postuluje, že diskurz konštituuje realitu. Diskurz nie je len sadou významov, dodatočne sa navrstvujúcich na určitý objekt, ktorý existuje sám osebe; naopak, každý diskurz svoj objekt sám nevyhnutne vytvára.⁵ Ak sú diskurzy vo všeobecne známej Foucaultovej definícii charakterizované ako „praktiky, ktoré systematicky formujú objekty, o ktorých hovoria“ (Foucault, 1972, s. 49), tak (mediálnu) **reprezentáciu jedla nie je možné považovať iba za „niečo navyše“, čo jedlo „semioticky sprevádza“, ale za neoddeliteľnú súčasť jedla, jeho prípravy a konzumácie.**

Ilustrovať sa to dá napr. na módnosti surovín, gastronomických postupov a praktík konzumpcie: preferencia určitých jedál v akomkoľvek konkrétnom kultúrnom časopriestore je vždy konštruovaná diskurzívne, t. j. presadením istej perspektívy, preskribujúcej, čo sa smie/má, a čo nesmie/nemá byť, ako sa má jedlo pripravovať a pod., v danej komunite. Mnohokrát môže byť tá istá surovina konštruovaná rôznymi diskurzmi, môžu sa teda na ňu vzťahovať konkrétne významy, čoho dôsledkom môže byť (a býva) úplne odlišné ponímanie tej istej matérie. Napr. čerstvá zelenina má v „tradičnej kuchyni“ status doplnku „skutočného“ (t. j. tepelne upraveného jedla), zatiaľ čo vo vitariánskom diskurze je úplnou samozrejmosťou, dokonca jedinou možnosťou.

V práci ma inšpirovala aj dištinkcia Viléma Flussera (2002), v ktorej diskurz uchováva a dialóg (re-)syntetizuje informáciu.⁶ Podľa tejto logiky sú časopisy podobné jedlu: ich obsah sa „varí“ z diskurzívnych „surovín“. V dôsledku syntézy diskurzov sa konštituuju nezriedka mimoriadne komplikované interdiskurzívne vzťahy, a preto aj záverečná interpretácia musí byť komplexná, musí prepájať to, čo umelo rozsegmentovala jej predchádzajúca analýza.

Ani pri zdanlivej ideologickej „nevinnosti“ písania o jedle a varení v časopisoch nemožno v kritickej analýze zabúdať na (potenciálne) sociálne efekty diskurzu. V súvislosti s televíznymi kuchárskymi šou – no podľa mojich doterajších analýz to platí aj pre kulinárske časopisy – napr. Isabelle de Solier píše: „Prostredníctvom transmisie praktického

kulinárskeho vedenia, [televízne] kuchárske šou [a rovnako tak aj skúmané printové periodiká, pozn. M. B.] vykonávajú implicitnú ideologickú prácu, obzvlášť indoktrináciu divákov/čok do hegemonických režimov genderu, ale tiež národnej identity, etnicity a triedy.“ (de Solier, 2005, s. 470, cit. in Gunders, 2008, s. 120).

Základné suroviny: najvýznamnejšie diskurzy v kulinárskych časopisoch

V náčrte diskurzívnej štruktúry kulinárskych magazínov, ktorý som prezentoval v roku 2010, som identifikoval niekoľko zásadnejších diskurzov, ktoré do časopisov vstupujú (resp., povedané z opačnej perspektívy, ktoré sú nimi invokované) najčastejšie:

- **diskurz gurmánstva**, založený na zdôrazňovaní exkluzivity použitých surovín, postupov ich úpravy, ba aj osobitnej kvality konzumácie jedál,
- **diskurz sociálnej zodpovednosti**, preskribujúci stravovaniu potrebu sústredenia sa na jeho sociálno-ekonomické kontexty (napr. princípy fair-trade, propagácia lokálnych farmárskych trhov ako prejavu intenzifikácie priamych sociálno-ekonomických vzťahov v regióne a obnovovanie/posilňovanie dôvery medzi subjektmi produkcie a konzumácie potravín),
- **diskurz ekologickej zodpovednosti** (biopotraviny, ekologická produkcia potravín),
- **diskurz zdravej výživy**, vzájomne prepojený s **diskurzom príťažlivosti tela** (ako objektu túžby iných či seba samého/ej),
- **diskurz (kulinárskej) tradície**. (Bočák, 2010)⁷

Presiaknutosť analyzovaných časopisov týmito diskurzmi – neraz sú signalizované už jediným slovom, ktorého použitie na ne odkazuje⁸ – potvrdzuje tézu, že **stravovanie nie je ani zd'aleka iba uspokojovaním primárnej potreby, ale konštrukciou komplexných významov**. To, ako varíme, jeme, ako o tom hovoríme možno viac než o tom, aké sú naše chuťové preferencie, vypovedá o našej kultúre, o hodnotách, ktoré aktuálne preferujeme a ktoré sú obsahom diskurzov previazaných s jedlom.

Práve diskurz tradície⁹ (so svojím výrazne nostalgickým charakterom) je jedným z najvýraznejších diskurzov, ktoré podrobnejšie analyzujem a interpretujem v tomto príspevku.

Analyzované časopisy

Na analýzu som si zvolil **tri kulinárske magazíny vydávané v Českej republike** a distribuované aj (pravda, nie tak široko) na Slovensku: *Apetit* (BURDA Media 2000), *Gourmet* (do roku 2010 *Chef Gurmán*; Astrosat) a *F.O.O.D.* (Mladá fronta). Vo všetkých troch prípadoch ide o tituly z vyššej cenovej kategórie (ich cena sa pohybuje v rozmedzí cca 1,9 – 2,6 €); čím sa dostávajú do kontrastu voči lacnejším časopisom o varení, ako sú napr. české *Nejlepší recepty* (Burda Praha) či slovenské *Dobré jedlo* (SPOLOČNOSŤ 7 PLUS; oba posledne menované časopisy sú cca o polovicu lacnejšie). Cena, zhmotňujúca sa napr. aj v odlišnej grafickej kvalite i rozsahu mesačníkov, odzrkadľuje opozíciu kulinársky lifestyle – „bežné“ varenie.¹⁰

Treba poznamenať, že aj lacnejšie magazíny informujú o jedle v širších perspektívach než len vo forme prezentácie konkrétnych receptov. Vcelku logicky však pomerne opatrne zaraďujú exkluzívne suroviny či netradičné jedlá,¹¹ naopak, reprezentujú skôr prípravu jedál, ktoré sú ekonomicky dostupnejšie. Drahšie časopisy sa na široký kultúrny kontext prípravy a konzumácie jedla zameriavajú výraznejšie, problematike vo všeobecnosti venujú viac priestoru. Teoreticky povedané, rôzne časopisy, resp. rôzne kategórie časopisov, sa vpisujú do odlišných diskurzov.

Vzorku som konštruoval tak, že som si najskôr za základný súbor stanovil jeden ucelený ročník všetkých troch titulov,¹² z ktorých som vzhľadom na rozsah vzorky s pomocou náhodného generovania vybral **4 čísla, vždy jedno z konkrétneho ročného obdobia** (vo

výsledku som teda vybral januárové, májové, augustové¹³ a novembrové číslo každého časopisu).¹⁴

Obr. 1. Analyzované kulinárske magazíny (Apetit, Gourmet, F.O.O.D.)



K postupu analýzy

Pri analýze akéhokoľvek diskurzu ako vysoko komplexného fenoménu treba **brať do úvahy rôzne módy prezentácie** (v prípade časopisov nielen verbálne, ale aj vizuálne zložky) a konkrétne kódy, ktoré sa v rámci nich realizujú, ako aj texty predkladané časopisom v ich rozmanitosti (nielen redakčné – aj mimoredakčné, napr. reklamu).¹⁵

V prípade kulinárskych magazínov ide o **multidiskurzívne médiá**, v ktorých jednotlivé texty (v širokom semiotickom zmysle) či ich časti reprezentujú odlišné diskurzy. V takomto prípade má zmysel analyzovať posolstvá časopisov ako nositeľa diskurzov, ktoré majú pôvod mimo médií samotných; pátranie po pôvode a štruktúrovaní diskurzov možno považovať za jadro foucaultovského archeologického skúmania diskurzov.¹⁶

Ako som uviedol v predchádzajúcej kapitole, konkrétne jedlá, suroviny i postupy, sú, nepochybne, označujúcimi (národnej) tradície, no samy časopisy poukazujú na jej územnú i temporálnu diverzitu, takže ani podľa nich nie je tradícia jednoznačne definovateľná. Pre interpretačnú nejednoznačnosť som z analýzy vylúčil recepty (text opisujúci suroviny a postup),¹⁷ pozornosť som zameril na redakčné i reklamné texty a fotografie. Prioritne som sa sústredil na materiály obsahujúce výrazy *tradícia*, *tradičný* či *klasika*, *klasický*,¹⁸ v istých kontextoch aj *domáci*, ako aj na ďalšie možné signalizátory tradičnosti (napr. slová ako *odnepamäti*, *dávny*, formulácie ako napr. *odovzdávaný z generácie na generáciu*, generačnú charakterizáciu subjektov – napr. *rodičia*, *starí rodičia*).¹⁹ V oblasti vizuálnej reprezentácie som za nosič tradičnosti považoval napr. výber určitých typov riadu, na ktorom boli jedlá servírované (napr. starý porcelán s „klasickými“ vzormi), znaky rurálnosti (napr. servírovanie na staro pôsobiacich drevených stoloch, doplnenie stola o čerstvú, nespracovanú surovinu).

Významné časti textu a poznámky k vizuálnemu stvárneniu tém som vkladal do programu Qualyzer na kvalitatívnu analýzu dát (prirodzene, už ich ne-/výberom som dáta triedil). Takto spracovaným dátam som postupne priradil kódy, ktoré som ďalej vzájomne porovnával a upravoval, zlučoval do širších kategórií, ktoré som podľa potreby opäť preskupoval. Taktiež som sa vracal k samotnému obsahu magazínov, aby sa čiastkové závery dali overiť v pôvodnom kontexte. Výsledky vzniknutej kategorizácie sa stali objektom interpretácie v ďalšej časti textu.

Kvalitatívna analýza textu by sa mala snažiť postihnúť logiku analyzovaného

materiálu. Interpretácia dát je, prirodzene, podriadená črtám mediálnych obsahov identifikovaných v analyzovaných vydaniach časopisov. Nemožno ju odizolovať ani od mojej predchádzajúcej znalosti analyzovaných magazínov – v tomto zmysle, akokoľvek sa to snaží potlačiť – bude vždy subjektívna. Zároveň sa vzhľadom na rozsah štúdie zameriavam iba na najvýraznejšie charakteristiky, niektoré momenty, žiaľ, musia ostať len naznačené, resp. nedointerpretované.

Z komparatívnej perspektívy, množstvo a komplexita posolstiev o kulinárskej tradícii rastie v smere *Apetit – Gourmet – F.O.O.D.*²⁰ Časopis *Apetit* pôsobí pomerne kozmopolitne, výrazne sa zameriava na jedlo iných krajín; naopak *F.O.O.D.* predkladá rozsiahle spracovania národných (regionálnych) tradícií či osôb, ktoré ich reprezentujú (v tomto smere je *Gourmet* bližší titulu *F.O.O.D.*).²¹

Kde sa vzala klasika: časové ukotvenie kulinárskej tradície

Motivácia uvádzania presného obdobia vzniku tradície v kulinárskych magazínoch býva v prvom rade komerčná: z analýzy vyplýva, že **jasné časové ukotvenie tradície je dôležité v reklame (tradícia/tradičný výrobok od roku...), zatiaľ čo v redakčných textoch sa s časom narába omnoho všeobecnejšie**, obdobie je tu, naopak, uvádzané veľmi neurčito:

- *Saláty jsou staré jako lidstvo samo [...] (F.O.O.D., máj 2011, s. 33),*
- *[...] malební vesnička, od nepaměti spojená s vinařstvím [...] (Apetit, august 2011, s. 125),*
- *Tahle klasika se na Sicílii vaří už stovky let. (Gourmet, august 2011, s. 117)*

Neurčité písanie potvrdzuje, že časové údaje sú v tomto diskurze využívané inak a s iným účelom ako napr. v historiografickom diskurze. Aj konkrétnejšie historické obdobia sú identifikovateľné len približne:

- *Starí Řekové dobře znali [účinky levandule] (Apetit, august 2011, s. 18),*
- *[trstinový cukor bol] známý už ve starověké Persii. Do Evropy [...] přišel až ve středověku [...] (Gourmet, november 2011, s. 24),*
- *prvorepubliková elegance (F.O.O.D., január 2011, s. 47).*

Nemožno to ale vykladať ako neprítomnosť histórie v časopisoch – historická perspektíva, zaoberajúca sa získavaním či úpravou určitej suroviny, resp. určitým jedlom, je zastúpená veľmi bohato; niekedy vo forme niekoľkoslovného či niekoľkovetného historického exkurzu, inokedy, naopak, ako samostatný článok či dokonca séria článkov, vrátane receptov – napr. koreňová zelenina, *první potrava lidstva*, spracovaná ako komplexná téma v januárovom čísle časopisu *F.O.O.D.* (s. 38 – 47). **Nepresné uvádzanie času slúži na naturalizáciu tradičnosti**, dôsledkom „rozmazania“ histórie je žiaduce zahmlenie významu.

Chut'ové mágie babičiek: k rodinným koreňom kuchárskeho umenia

Jedným z najvýraznejších prvkov diskurzu tradície je (verbálna, no napr. aj fotografická) glorifikácia jedál pripravovaných babičkami. **Znak babička** pre svoje pozitívne konotácie môže ľahko slúžiť **ako médium tradície** (samej vnímanej ako niečo pozitívne – je predsa tým, čo sa zachovalo, čo „prežilo generácie“), a to nielen na neosobnej kultúrnej úrovni, ale aj v rámci konkrétnej rodiny.²²

Na jednej strane, predstava vlastnej babičky má zabezpečiť osobnejšie prežitie textu (receptu či článku o jedle), a to aj cez súvisiace **odkazy na detstvo**: *Voní dětstvím, babiččinou kuchyní, vzpomínkami.* (*F.O.O.D.*, november 2011, s. 20) List jednej čitateľky obsahuje komplexné, hodne nostalgicky (o nostalgii podrobnejšie ďalej) vyznievajúce vykreslenie atmosféry: *Taky jsem se díky vám a vašim receptům na bramborové tašky s povídly a mákem vrátila do dětství. Hned se mi totiž vybavilo, jak je nám babička chystala, zatímco jsme si dělali úkoly. Ta nezapomenutelná vůně a láska, které nás vždy obklopovaly [...]* (*Gourmet*,

január 2011, s. 9). Žiaducu impresiu v tejto súvislosti typicky paralelne kreuje i **rustikálna štylizácia fotografií** (pozri obr. 2 a pre výklad kapitoly o kontradiskurzoch).

Reálne realizácie „babičkovského“ jedla v tej-ktorej rodine/rode môžu byť, pochopiteľne, rôzne: je dokonca možné, že konkrétna stará mama ani nevie variť, resp. že nevarí chutne, vizuálne príťažlivo a pod. Napriek tomu – a je to práve vďaka mytologizácii – dokáže komplexný znak *babička*²³ v našej kultúre definovať určitý typ kuchyne ako široko zrozumiteľný, čitateľný.

Na druhej strane, zámerom, resp. prinajmenšom dôsledkom (aj keď iba náznakovo) prezentovaných naratívov o učení sa vareniu od babičky (menej často od mamy), je **legitimizácia**, ak nie priam mytologizácia, (**vlastnej**) **kulinárskej genealógie**. Babička tu autentifikuje varenie: subjekt ho – miesto toho, aby sa mu musel učiť od iných – prosto „má v génoch“. Menej či viac explicitne identifikovaný „moment zrodu“ kulinárskeho záujmu subjektov nachádzame napr. v nasledujúcich výpovediach: *Jako malá jsem stále pekla v babičkou a s maminkou*. (Gurmet, november 2012, s. 58) alebo *Babička mi vždycky říkala, že polévka je grunt a kdo ji nejí, zůstane špunt. A právě nad talířem babiččiny polévky se zrodila má vášeň pro ně*. (Gurmet, január 2011, s. 46) Najmä posledný výrok jasne poukazuje na naratívny aspekt konštrukcie identity, keď **subjekt spätne stopuje, kde sa vzala jeho kuchárska kompetencia**. Niekedy je varenie prezentované temer ako „osudová nevyhnutnosť“, pričom sa využívajú až (hoc aj len metaforicky mienené) genetické explikácie: *K téhle roli ji předurčil mlsný jazyk a kuchařský život zapsaný v genech. Její maminka pracovala v restauraci a Svetlanu často hlídala babička – výjimečná kuchařka, které nahlížela pod pokličky a jíž se odmalička pletla do řemesla*. (Gurmet, november 2012, s. 60). Stať sa kuchárkou v takejto rodine je, zdá sa, úplnou samozrejmosťou.

Zároveň však znak *babička* môže v rôznych kultúrach (a médiách) slúžiť na rôzne iné účely: napr. Blanka Tivadar a Andreja Vezovnik (2010, s. 396) ukazujú, že na „babičkin štýl varenia“ sa v 70. rokoch 20. storočia, v čase ekonomickej krízy v Juhoslávii, v dodnes vychádzajúcom slovinskom ženskom mesačníku *Naša žena* odkazovalo ako na symbol lacného ľudového varenia v snahe podnietiť ľudí šetriť, a pritom nemusieť jednoducho písať o neutešenej ekonomickej, a teda aj surovinovej situácii explicitne. Pozitívne konotáty babičky teda slúžili ako diskurzívne „prekrytie“ negatívneho denotátu krízy.

Vyšší vek subjektov, tak ako v rôznych iných diskurzoch, reprezentuje skúsenosť. Pristavím sa ešte pri genderovom aspekte, ktorý nie je prítomný výhradne ako základná binárna opozícia *muž x žena*, ale spravidla je spájaný s vekom – silnejším protikladom je potom skôr *starý otec x stará matka*. Prvý člen genderovo-vekovej opozície je prítomný temer výhradne implicitne, diskurzívne sa realizuje iba člen druhý; je to babička, nie deduško, kto jedlá varí a servíruje. Na jednej strane sa tým referuje o tradičnej genderovej distribúcii rol v domácnosti, na strane druhej sa nespomínaním muža ako potenciálneho zhotoviteľa jedla vlastne potvrdzuje androcentrický genderový poriadok.

Hľadanie referentov národnej kuchyne (... a teda národa)

V analyzovaných článkoch je zrejmy dôraz na (osobitne národnú) kulinársku históriu (stručné zmienky v texte, ako aj ucelené texty či rubriky o varení v konkrétnej ére), v ktorej sa **jedlo** stáva objektom mytologizácie, **konceptualizuje sa ako „národný poklad“**, konštituuje objekt kolektívneho uctievania. Tematizácia národnej histórie má viacero rozmerov.

Jednou z často využívaných možností je **reprezentácia regionálnych alebo lokálnych kuchýň**, obvykle vsadená do širšej charakteristiky regiónu (príroda, sídla, história). Krajina je zväčša opisovaná veľmi idylicky. Gurmet v januári 2011 doplnil názov pravidelnej rubriky *Na cestách* slovami *Z českých luhů a hájů*. Sadu článkov o regióne Orlických hôr otváral perex s romantizujúcim opisom scenérie: *Krajina Orlických hor s dlouhými stráněmi a sem tam vykukující kapličkou, roubenou chalupou nebo oblým hříbkem*

vojenských pevností z třicátých let 20. století láká k sněním a procházkám. (Gurmet, január 2011, s. 28)

V nasledujúcom prípade sa nehovorí už len o prírodnej podobe kraja, ale opis sa rozširuje napr. aj do oblasti politiky; ukážka pochádza zo sprievodcu „Veľkou Moravou“ z augustového čísla F.O.O.D.-u, publikovaného v pravidelnej rubrike *Bedeker*:

Místo, čas a prostor krajiny zvané Morava utvářela bouřlivá historie nejen politická, ale také kulturní. Zkuste spolu s námi, jak chutná, když leží před vámi na talíři přeměněná do podoby zdejších tradičních pochutin. (s. 90) [...] Narodil se tu první československý prezident T. G. Masaryk, „učitel národů“ J. A. Komenský, ale také legendární podnikatel J. A. Baťa. Morava je esencí jejich vlastností. (s. 99) [...] Morava je nejen kolébkou slovanské vzdělanosti a jazyka, ale také krajem bohatých lidových tradic odrážejících se ve všech oblastech lidské činnosti. (F.O.O.D., august 2011, s. 103)

Typické je naturalizujúce **vyvodzovanie vlastností konkrétnej kuchyne z charakteristík krajiny** (prírodných, lež, ako vidno, aj politických); podoby miestnej kuchyne sú vykreslené ako samozrejmy dôsledok externých faktorov.

Nie vždy je história prezentovaná neosobne, jej médium sa, naopak, bežne stávajú historické kulinárske osobnosti – **tradícia je vpísaná do životných príbehov**. Osobnosti nie sú reprezentované jednorozmerne ako osobnosti kuchárske: časopisy síce vykresľujú ich životnú dráhu, ktorá „prirodzene“ smeruje k vareniu, lenže obyčajne s presahom do súkromnej i verejnej sféry ich životov. V tomto smere možno identifikovať feministický aspekt prezentácie, v ktorej ženy nie sú výhradne kuchárkami a rodinnými príslušníkmi, ale sú vykreslené ako známe a aktívne aj vo verejnej sfére (avšak ide o ženy mestské, nie vidiecke; s tradične ponímanou babičkou sú preferované asociované rurálnosť, domáckosť).

Kulinárska história, domnievam sa, nie je konečným **zamýšľaným efektom diskurzu** – tým je **legitimizácia národnej histórie** v širšom zmysle. Nevyhnutne za tým musí byť vedomie prezentované v prvej kapitole tejto štúdie: že jedlo nie je prostým znakom, ale že vždy reprezentuje konkrétne spoločenstvo, jeho hodnoty, históriu.

Znakom tradície sa rozhodne nestávajú akékoľvek historické obdobia; tieto sú, naopak, veľmi starostlivo vyberané (a následne bezrozporne reprezentované), pretože každá spoločnosť má aj momenty také svojej histórie, na ktoré je hrdá, aj také, ktoré by radšej zo svojich dejín úplne vytesnila (hodnotenie historických období je pritom v rôznych érach rôzne). „Národ a národná identita (ako fluidné kategórie) musia byť naturalizované, potrebujú diskurz, ktorý vytvorí (prinajmenšom) ilúziu referencie k pevným referentom.“ (Bočák, 2009, s. 130).

V českých kulinárskych časopisoch postsocialistickej éry sa najčastejšie referuje napr. o Rakúskom cisárstve, prvej Československej republike a (predovšetkým v regionálnych kontextoch) aj o staršej a ľudovej histórii (napr. novoročný zvyk konzumácie šošovice – všetky tri časopisy v čísle január 2011), zatiaľ čo **socializmus sa vníma ako obdobie znehodnocovania českej národnej kuchyne**, zúženia kulinárskych možností napr. pre nedostatok surovín (*V českých obchodech se v minulosti dal koupit jen jeden druh [cibule] – žlutá. [...] museli jsme se spokojit jen s touto odrůdou.* – Gurmet, august 2011, s. 24), ale hlavne **prerušeniu kulinárskej kontinuity**:

- *[V ČR sa špargla pestovala od konca 18. storočia ...] doba nedávno minulá však českému chřestu nepřála.* (Gurmet, máj 2011, s. 36)
- *[Ludia sa v zahraničí stávajú kuchármi z dôvodu rodinnej tradície.] Tahle kontinuita ale byla u nás bohužel kdysi přerušena, a tak kouzlo rodinné atmosféry v útulných restauracích obdivujeme hlavně na výletech po světě.* (Gurmet, november 2011, s. 60)

Ponovembrový vývin tak býva – s idealizovaním predvojnových a ľudových kuchýň a systematickým zavrňovaním socializmu – **interpretovaný ako renesancia národnej kuchyne**. Viac či menej explicitná kritika socializmu bola v analyzovaných číslach prítomná

obzvlášť v časopise *Gurmet*, no podobné vyjadrenia nie sú zriedkavé; v iných číslach možno nájsť napr. aj zmienky o (prekvapivej) dostupnosti exotických či menej bežných domácich surovín za prvej ČSR.

Staré dobré časy: nostalgický rozmer diskurzu kulinárskej tradície

Diskurz kulinárskej nostalgie, sentimentálneho „spomínania“ (môže byť iba diskurzívne, nie reálne – subjekt nostalgického diskurzu minulosť nemusel sám zažiť) na kulinársku minulosť, artikuluje presvedčenie, že jedlá dávne, pôvodné, „klasické“ sú lepšie než súčasné. Pravda, **hoci ideálnosť je zdanlivým objektom, v skutočnosti je dôsledkom diskurzu** – konštituovanie histórie národnej kuchyne, resp. národnej histórie vôbec je práve jeho ideologickým efektom. Sentimentom zidealizovaná minulosť sa napokon predkladá ako „neutrálne“ (i keď v skutočnosti dôsledne znaturalizované) východisko pre lepšiu kulinársku prítomnosť, resp. pre kritiku aktuálnej kuchárskej praxe.

Okrem obvyklých a očakávateľných narážok na minulosť (detstvo) a/alebo predkov/kýň subjektu (babičky), z ktorých viaceré už boli citované, sa zmieňujú najmä určité historické éry či momenty:

- *Prvorepubliková elegance* – formulácia použitá šéfredaktorkou časopisu F.O.O.D. Jitkou Rákosníkovou v čísle január 2011 (s. 47) v spojení s čiernym koreňom a ako medzitulok v čísle november 2011 (s. 106) v článku o Grand Café Orient v Prahe.
- *Zlatá éra chlebíčkového krále* (F.O.O.D., január 2011, s. 82) – v príbehu otvorenia lahôdok Jana Paukerta na Národní třídě v Prahe.

Nostalgia však nemusí byť len nenápadne vpísaná v textoch, samotné **časopisy s výrazom pracujú aj explicitne:**

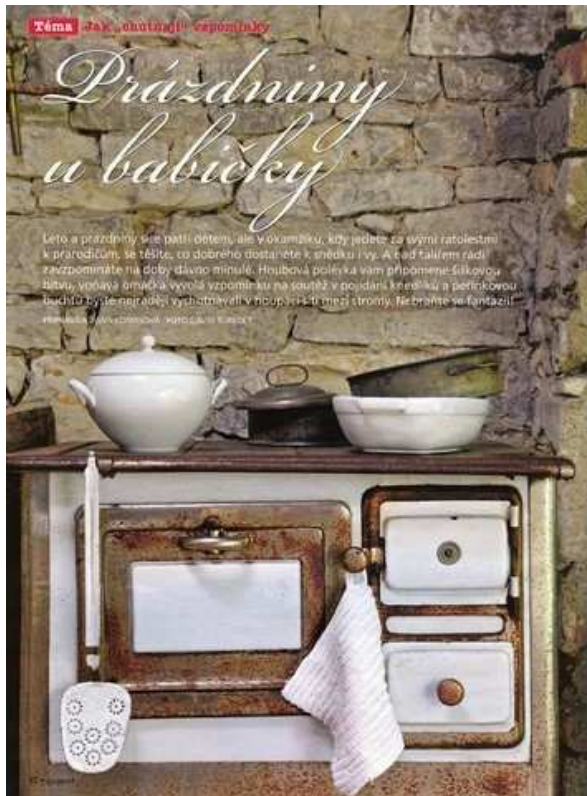
- *Bramborová klasika z dětství, která v dospělosti navozuje nostalgické vzpomínky.* (*Gurmet*, november 2011, s. 33)
- *[...] díky Apetitu se vracím do dětství. S nostalgií jsem si připomněla a vlastnoručně vyrobila již téměř zapomenutou pochoutku zvanou topinka.* (*Apetit*, november 2011, s. 8)

Podobné zexplicitňovanie emócií – keď emóciu nestačí vyvolať, ale treba pomenovať, že k nej práve dochádza, že „sa deje“ – nie je v súčasných médiách výnimočné. Súc zámerná či neuvedomovaná, v princípe funguje v prospech uniformizácie recepčnej odozvy cez vpísanie akejsi „preferovanej auditoriálnej emócie“ do mediálneho textu.

Súčasťou nostalgizujúceho módu je (nepriama) kritika povrchnosti masovej produkcie jedla a konzumerizmu v stravovaní. Ako riešenie sa ponúka napr. návrat k *poctivým* (adjektívum je jedným z najčastejších symptómov nostalgického diskurzu) surovinám a postupom: *Pokud zapomenete na spěch, polotovary a bujonové kostky, ochutnáte i vy vývar jako vystřížený z dob starého mocnářství.* (*Gurmet*, november 2011, s. 52) **Motív návratu** je celkovo dosť výrazný, modernosť sa za zanedbávanie tradície s menšou či väčšou priamosťou kritizuje bežne:

- *Dnes je [baza] pokládána málem za plevel, přitom je pro českou krajinu typická (téměř povinně doprovází třeba boží muka v polích) [...]* (F.O.O.D., máj 2011, s. 53)
- *Donedávna opomíjená pohánka zažívá konečně svou renesanci.* (*Gurmet*, november 2011, s. 26)

Obr. 2. Rustikálny štýl vo vizualite kulinárskych časopisov
(vľavo Gurmets, júl – august 2012, s. 92; vpravo Apetit, október 2012, s. 96)



Nie všetko staré je dobré: kontradiskurzívne rozmery diskurzu tradície

Diskurzy ako prejavy určitého vedenia síce na prvý pohľad vyvolávajú dojem konzistentnosti, ale **reálne je máloktorý text monodiskurzívny, vnútorne neprotirečivý** – zvlášť v súčasných populárnych médiách, pre ktoré je typické množstvo kontrastov, protirečení. Každý diskurz vytvára potenciál na vznik kontradiskurzu. Nie je prekvapivé, ak sa interdiskurzívne napätie prejavuje ako v konkrétnych multidiskurzívne tvorených textoch časopisov, tak aj medzi textami a vydaniami navzájom.

V kulinárskych časopisoch sa o jedle a tradícii nepíše absolutizujúco. Kuchárska **tradícia je pružná kategória, ktorá sa raz uctieva ako neomylná** (napr. imperatív *Nezjednodušujte tradičné postupy!* v Gurmets, november 2011, s. 46) a **nadčasová** (*Salát z kuchačky Domáci čínska kuchyně z konce 80. let je opravdu nadčasový!* v Apetite, november 2011, s. 70), no **inokedy sa stáva objektom diskusie či priamo apelov na modernizáciu** (inovácie receptov, ktoré zvyknú volať po kalorickom „odľahčení“ českej kuchyne). V tomto smere sa opäť črtá analógia s lifestylovými časopismi, ktoré sú obdobne nekonzistentné, keď čitateľom/kám bez problémov odporúčajú to, čo v niektorom z predchádzajúcich vydaní priam zatracovali; niekedy to vidno i v rámci jedného čísla.

Podľa Apetitu (máj 2011, s. 116 – 117), *[c]hleby s žitnou kůrkou se považují za české a domácí, prodávají se pod názvy tradiční či staročeský*. V predmetnom článku sa opisujú ako výhody (napr. trvanlivosť), tak aj nevýhody tradičných postupov produkcie chleba (pre dominujúcu masovú výrobu sú príliš pomalé). V novembri 2011 zas Apetit (s. 54) nabáda na rozšírenie repertoáru tradičných svätomartinských jedál z husaciny: *Listopad odjakživa patří husím pečínkám, ale z jediné husy můžete mít užitku mnohem víc*.

Tradícia sa dokonca môže stať **predmetom celospoločenskej debaty** ústiacej do rozpoltenosti jej hodnotenia, na čo časopisy takisto poukazujú, ako napr. v článku o držkovej

polievke: *Kdo by neznal polévku, která Čechy dělí na dva tábory. Jedni ji milují a druzí by nevzali do úst ani jedině sousto. Přesto se stala evergreenem české kuchyně a na jídelní lístek ji zařazují i ty nejlepší restaurace.* Posledná veta však jedlo napriek jeho rozporuplnému prijímaniu hodnotí kladne a pridáva aj originálny recept českej kulinárskej autority z prelomu 18. a 19. storočia (oslovuje ju familiárne, bez priezviska): *Dršťková polévka podle Magdaleny Dobromily [Rettigovej]* (Gurmet, január 2011, s. 50).

Tradičnosť je dekonštruovaná nielen uvedeným pochybovaním o jej hodnote, no i explicitným konštatovaním, že sama môže mať určitý pôvod, že ju možno *tu a teraz* založiť:

- *Oded' budete péct šneky na Vánoce i na [S]ilvestra – tyhle sušenky se stanou tradicí.* (Apetit, január 2011, s. 9)
- *O založení nové tradice se pokusila škola vaření Chefparade v Holešovické tržnici.* (Gurmet, november 2011, s. 19)

Pozoruhodná je práca s vizuálnou stránkou časopisov. Napr. v rubrike *Sezona* novembrového čísla Gurmetu, venovanej kapuste a zemiakom, sú objekty na fotografiách k predmetnému článku aranžované v rustikálnom štýle. Na titulnej fotografii sekcie sú na ošumelej kuchynskej doske starého príborníka rozložené kapusta a zemiaky (časť zemiakov v jutovom vreci, jeden z voľne položených zemiakov, na ktorých je odložená škrabka na zemiaky so zájdenou drevenou rukoväťou, je čiastočne oškrabaný), zásuvka príborníka s ozdobnou úchytkou je pootvorená a trčia z nej napr. dve staršie vydania kníh (navrchu *Verše* Arthura Rimbauda), klbo hnedého špagátu, krajčírsky meter. Rustikálnosť (príklady na obr. 2) je prejavom nostalgie za vidiekom (presnejšie jeho podobou v minulosti), **atmosféra vidieckosti vzbudzuje dojem tradičnosti.** Situáciu dopĺňa text, ktorý však, akosi paradoxne, odkazuje na modernitu: *Vypadá to, že s bramborami a zelím žijeme od nepaměti. Přitom jejich příchod do kuchyňského světa si lidstvo celkem dobře pamatuje [...]. Použijte tedy výhod moderního světa [...].* (Gurmet, november 2011, s. 32)

Kulinársky tradicionalizmus so svojím nostalgizujúcim tónom **zároveň v súčasnosti funguje ako kontradiskurz globalizácie** (k rovnakému záveru dospela napr. Bugge, 2003, s. 21n.). „Tradičné“ národné jedlo je materializáciou odpovede na obavy z ohrozenia národnej identity globálnym. „Naše“ jedlo (chápané ako jasne definovateľné) sa stáva podstatným momentom pri vymedzovaní sa voči globálnemu, ktoré je silné, no proti jeho sile možno bojovať práve „autenticnosťou“. Svoju úlohu tu zrejme zohráva aj koncept domácnosti, ktorá sa proti vonkajším vplyvom môže „brániť“ napr. zatvorením dverí.

... a pridajte za hrst' významu.

Z analyzovaného materiálu – a z jeho interpretácií, ktoré som predložil v tejto štúdií – je zrejmé, že jedlo ani zďaleka nemôžeme chápať ako neutrálnu, kultúrne vypreparovanú skutočnosť, rovnako ani rôzne praktiky prípravy a konzumácie jedla nie sú len prostým „varením a jedením“, ale že jedlo v kultúre zapojením do širokých (a niekedy doslova nečakaných) diskurzívnych kontextov nadobúda status komplexného kultúrneho fenoménu. Slovom, s **jedlom vždy konzumujeme aj významy, ktorých médiom sa stáva (ktorých médiom ho robíme).** Vypovedá o genderi i veku (babičky), národe a jeho histórii, konštruovanú národnú identitu vymedzuje historicky (proti socializmu), i kultúrne (proti konzumerizmu, globalizácii). **Kulinárske magazíny sú tak vysoko komplexnou výpoveďou o kultúre, v ktorej sú produkované, o jej pôžitkoch i úzkostiach.**

Poznámky

1 Tézy príspevku boli prezentované na vedeckej konferencii *Jazyk – médiá – text – preklad III*, ktorá sa konala 9. 11. 2012 na Filozofickej fakulte Prešovskej univerzity v Prešove.

2 V tejto štúdií sa myslí jedlo v najširšom význame, no podrobnejšie možno pracovať s rozlišovaním viacerých úrovní, napr. kuchýň (*cuisines*), jedál (*dishes*) a surovín (*foodstuffs*),

ako to robí Katarzyna Cwiertka (1998, s. 119 – 120). Podľa autorky „[j]edlá obsahujú kultúrne posolstvá, avšak nie do takej miery ako kuchyne“ (tamže): s týmto tvrdením, ako sa ukázalo v mojej analýze, nemožno úplne súhlasiť, pretože národné kuchyne môžu doslova mytologizovať konkrétne suroviny i jedlá (porov. napr. bryndza a halušky s bryndzou na Slovensku).

3 Dispozitív je multimodálnou performanciou vedenia: to je artikulované diskurzívnymi (označujúcimi) praktikami, vykonávané nediskurzívnymi praktikami a súčasne zhmotňované, manifestované materializáciami. (Jäger, 2001; Caborn, 2007) Napr. príprava konkrétneho jedla je systémom „správnych“ postupov (nediskurzívne praktiky), „vyžaduje si“ ako materializácie konkrétne kuchárske pomôcky či priestory konzumácie (napr. reštaurácia) a je skrz-naskrz presiaknutá rozprávaním (myslením) o ňom (kuchárska kniha, kulinárska TV šou); uvedené prvky sa môžu vyznačovať vysokým stupňom inštitucionalizácie (špecializovaný obchod so surovinou).

4 Pojmy *kulinársky* (z lat. *culinārius* – patriaci do kuchyne, kuchynský) a *gastronomický* (z gr. *gastēr* – žalúdok) majú k sebe veľmi blízko a hojne sa zamieňajú; podľa využívania v odborných textoch i v slovníkových definíciách oba nielen denotujú varenie samotné, ale aj konotujú jeho vysokú kvalitu (varenie ako umenie). Na mytologizáciu varenia teda narážame už pri snahe o terminologizáciu.

5 Nie v materiálnom, ale v pragmatickom zmysle jeho kognitívnej uchopiteľnosti, kultúrnej (konceptuálnej) použiteľnosti. Ak sa napr. nejaká surovina v danej kultúre nemá konzumovať, neznamená to, že nejestvuje; jej použitie pri varení je však nemysliteľné.

6 Na ilustráciu flusserovského diskurzívneho typu komunikácie možno uviesť reprezentáciu špaldy, ktorá je napr. na obaloch výrobkov, v materiáloch či na webstránkach propagujúcich zdravú výživu bežne označovaná za *prastarú* obilninu. Pomerne príznakové adjektívum *prastarý* je od svojho zavedenia do diskurzu neustále nevedome kopírované, mechanicky sa prenáša z textu do textu.

7 Na porovnanie, napr. Annechen Bugge identifikovala *gurmánsky diskurz*, *diskurz zdravia* a *národný diskurz*, ktoré koncom 90. rokov 20. storočia reprezentovali konceptualizáciu jedla v Nórsku (Bugge, 2003).

8 Napríklad slovo *domáci* sa často používa nielen v časopisoch, no napr. aj ako kvalifikátor na obaloch priemyselne (masovo) vyrábaných výrobkoch, kde má *domáckosť* oslabovať dojem umelosti, neosobnosti priemyselnej výroby. Používanie názvov jedál a postupov v pôvodnom pravopise zas evokuje staršie a/alebo národné kuchyne a konštruuje tak historický a/alebo „originálny“, „exotický“ charakter jedla (porov. *risotto* miesto *rizoto*, *quiche* miesto *kiš*).

9 Kulinárska tradícia znamená „jedlo považované populáciou alebo sociálnou skupinou za súčasť jej vlastných špecifických kombinácií konzumovaných jedál a ideí a hodnôt vzťahovaných na toto jedlo, odovzdávaná z generácie na generáciu“ (Den Hartog, 1986; cit. in Cwiertka, 1998, s. 117; Cwiertka bezprostredne upozorňuje na časopriestorovú premenlivosť kulinárskej tradície).

10 Zaujímavé, aj keď nie prekvapivé, je vlastníctvo dvoch cenovo diferencovaných titulov (*Apetit* a *Nejlepší recepty*) jedným vydavateľstvom (presnejšie jeho súčasťami), čo umožňuje osloviť rôzne cieľové skupiny (časopisy prezentujú odlišné zacielenie aj na svojich webstránkach). Okrem uvedených patria pod vydavateľstvo aj ďalšie časopisecké tituly o varení, a to nielen periodiká, ale i rôzne špeciálne vydania.

11 Z ideologického hľadiska možno prezentáciu luxusných a exotických jedál prirovnať ku konštrukcii ideálneho ženského tela v ženských časopisoch. Obe uvedené diskurzívne sféry sú totiž založené na konštrukcii určitého pomerne ťažko dosiahnuteľného stavu (podoby jedla či tela), ich cieľom je vyvolávanie úzkosti a túžby po jej odstránení. Táto túžba, samozrejme, z pozícií strednej a nižšej triedy v princípe nikdy nemôže byť naplnená; preto, aby čitatelia/ky nerezignovali, príslušný diskurz vždy musí načrtávať východisko (napr. používanie budúceho

času na potlačenie pochybností v motivácii uskutočniť proces zmeny: *V týchto šatách zaručene budete vyzerať... Takto pripravené jedlo z vás urobí...*

12 Na efektívne obsiahnutie širšieho obdobia by sa dala využiť napr. technika konštruovaného ročníka z viacerých rokov (napr. výber vždy jedného mesiaca, resp. ročného obdobia z jedného roka, ďalšieho/ích mesiaca/období z nasledujúceho roka atď.), no bol som nútený vychádzať aj z toho, ktoré čísla časopisov som mal k dispozícii (pravidelne kupujem všetky tri tituly, avšak niektoré čísla mi, žiaľ, vzhľadom na ich nie samozrejmu distribúciu na Slovensku, vypadli).

13 V prípade *Gurmetu* je vydávané letné dvojčíslo (júl – august) v rozsahu približne 1,5 štandardného čísla.

14 Preto som sa rozhodol zohľadniť nie logiku kalendárneho roka, ale skôr prirodzenú skladbu jednotlivých ročných období: keďže zimné mesiace presahujú zlom kalendárneho roka, do základného súboru som najprv pribral december 2010 a vyradil som december 2011. Treba tiež pripomenúť, že kulinárske časopisy (podobne ako napr. záhradkárске časopisy) vychádzajú v mesačnom predstihu (napr. číslo s označením september vychádza v auguste), pretože majú čitateľov/ky v predstihu pripraviť na nasledujúce obdobie: týka sa to napr. sviatkov s ich špecifickými jedlami, no nutnosť plánovania je podmienená napr. aj krátkou dostupnosťou niektorých sezónnych surovín. Zaujímavosťou je rozdeľovanie Vianoc a Silvestra do dvoch čísel (Vianoce – december, Silvester – január nasledujúceho roka), čo je podmienené kulinárskym významom týchto sviatkov, ale aj na „mimoriadne udalosti“ relatívne prázdny januárom (vo februárovom čísle sa už typicky píše o sviatku sv. Valentína).

15 Reklama je evidentne do kulinárskych časopisov vrastená veľmi pevne. Hojne sa objavuje žáner advertoriál (reklama – angl. *advertisement*, slang. *ad* – formálne sa ponášajúca na redakčný text, angl. *editorial*). Všetky analyzované časopisy ponúkajú na svojich webstránkach advertoriál ako špecifickú formu inzercie. Niekedy je súvislosť redakciou kreovaného textu s príslušnou reklamou viac než zrejmá, no nie priznaná.

16 K teoreticko-metodologickým otázkam pozri štúdiu Bočák, 2012.

17 Bolo by, pravdaže, možné vybrať si napr. určitú reprezentatívnu českú kuchársku knihu a hodnotiť „tradičnosť“ jedál podľa nej – už výber tejto „kódovacej knihy“ by však bol arbitrárny.

18 Opäť som narazil na nejednoznačnosť „klasickosti“, podobne ako pri „tradičnosti“ som teda akceptoval to, ako o objektoch referovali samotné časopisy.

19 Vehikulami tradície sú aj občasne prítomné príslovia a pranostiky i jazykové formulácie pochádzajúce *[z]e starých moudrých knih* (*Gurmet*, august 2011, s. 24), napr. *Ovocné chlebičky byli i ekonomickým užítkováním „všelikých drobtů“, jak se psávalo ve starých kuchařkách*. (F.O.O.D., november 2011, s. 20). Citované ukážky z časopisov sú v záujme čitateľnosti v celom texte vyznačené kurzívou, bez úvodzoviek.

20 F.O.O.D sa na webstránke vydavateľstva prezentuje, okrem iného, slovami: „S časopisem [...] si vyjedete na výlet do [...] kulinární historie [...], okrem informovania „o ‚kosmopolitní‘ kuchyni“ si ale F.O.O.D. klade za cieľ vráť sa k tradičnej českej kuchyni, objavovať zapomenuté osobnosti národnej gastronómie a prinášať krásne domáce, tradičné a ‚veřejným stravováním‘ neponičené recepty, na ktoré můžeme být opravdu hrdí.“ (F.O.O.D.) *Apetit* sa charakterizuje ako „časopis napsaný s opravdovou chutí a určený nové generaci žen a mužů, pro něž je vaření více koníčkem a společenskou zábavou než nutností, jakou bylo pro jejich matky“ a zdôrazňuje spoľahlivosť redakciou overených receptov (*Apetit*). *Gurmet* vychádza z poznania, že „lidé chtějí jíst lépe a jinak než dříve“, preto sľubuje, že čitateľov/ky „naučí zvládnout nové trendy v gastronomii, a [ponúkne] tak možnost jíst i doma stejně dobře jako v restauraci.“ (*Gurmet – Nejlepší škola vaření*)

21 Podrobnejšie porovnanie celkového obsahu časopisov bude súčasťou osobitnej analýzy.

22 (Domáce) jedlo je jedným z dispozitívov konštruujúcich identitu rodiny (pozri napr. aj Moisio – Arnould – Price, 2004).

23 Mýtus je podľa Rolanda Barthesa „budovaný na základe semiologického reťazca, ktorý existuje pred ním“ (Barthes, 2004, s. 112), a ktorý sa stáva označujúcim nového, sekundárneho znaku. Slovo babička, označujúce pôvodne konkrétnu starú mamu, sa tak dopĺňa novým významom (tradícia, šetrnosť, skúsenosť).

Literatúra

Apetit. www.burdamedia.cz/index_apetit.php [14. 12. 2012]

BARTHES, Roland: Mytologie. Praha: Dokořán 2004.

BOČÁK, Michal: Diskurz: neurčitá cesta kulturných, mediálních a komunikačných štúdií do centra svojho záujmu. Kultura – média – komunikace, 2009, 1, č. 1 (Spektákl, mizející realita a /ne/bezpečí informací. Diskurs/y/ o diskursu), s. 117 – 146.

BOČÁK, Michal: Tradícia, skúsenosť, zdravie, gurmánstvo a štipka ekológie: diskurzívne ingrediencie súčasných časopisov o jedle a varení. Príspevok na výročnom kolokviu Centra kulturních, mediálních a komunikačních studií při KŽ FF UP v Olomouci s medzinárodnou účasťou *Kultura-média-komunikace*, Olomouc, 25. 11. 2010.

BOČÁK, Michal: Diskurz – koncept kritický: nerefektované riziká používania výrazu *mediálny diskurz*. Jazyk a kultúra, 2012, 3, č. 10.

http://www.ff.unipo.sk/jak/10_2012/bocak.pdf [12. 12. 2012]

BUGGE, Annechen Bahr: Cooking – As Identity Work. Štúdia prezentovaná na 6. konferencii European Sociological Association *Ageing Societies, New Sociology*, Murcia, 23. – 26. 9. 2003. http://www.um.es/ESA/papers/St3_22.pdf [12. 12. 2012]

CABORN, Joannah: On the Methodology of Dispositive Analysis. *Critical Approaches to Discourse Analysis Across Disciplines*, 2007, 1, č. 1, s. 112 – 123.

<http://www.cadaad.org/ejournal/2007/1/caborn> [2. 9. 2009]

CWIERTKA, Katarzyna: A Note on the Making of Culinary Tradition—an Example of Modern Japan. *Appetite*, 1998, 30, s. 117 – 128.

FLUSSER, Vilém: *Komunikológia*. Bratislava: Mediálny inštitút 2002.

F.O.O.D. <http://www.mf.cz/produkty/f-o-o-d/> [14. 12. 2012]

FOUCAULT, Michel: *The Archaeology of Knowledge and The Discourse on Language*. New York: Pantheon Books 1972.

GUNDERS, John: Professionalism, Place, and Authenticity in *The Cook and the Chef*. *Emotion, Space and Society*, 2008, 1, č. 2, s. 119 – 126.

Gourmet – Nejlepší škola vaření. <http://www.astrosat.cz/gourmet/> [14. 12. 2012]

HANKE, Bob: Mass Media and Lifestyle Differentiation: An Analysis of the Public Discourse About Food. *Communication*, 1989, 11, č. 3, s. 221 – 238.

JÄGER, Siegfried: Discourse and Knowledge: Theoretical and Methodological Aspects of a Critical Discourse and Dispositive Analysis. In: Wodak, Ruth – Meyer, Michael (eds.): *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage 2001, s. 32 – 62.

MANNUR, Anita: Culinary Nostalgia: Authenticity, Nationalism, and Diaspora. *MELUS*, 2007, 32, č. 4 (Food in Multi-Ethnic Literatures), s. 11 – 31.

MOISIO, Risto – ARNOULD, Eric J. – PRICE, Linda L.: Between Mothers and Markets: Constructing Family Identity Through Homemade Food. *Journal of Consumer Culture*, 2004, 4, č. 3, s. 361 – 384.

RANDALL, Michael H. – Spain, Daniel: Culinary Magazines. *Serials Review*, 9, č. 2, Summer 1983, s. 47 – 50.

TIVADAR, Blanka – VEZOVIK, Andreja: Cooking in Socialist Slovenia: Housewives on the Road from a Bright Future to an Idyllic Past. In: Luthar, Breda – Pušnik, Maruša (eds.): *Remembering Utopia: The Culture of Everyday Life in Socialist Yugoslavia*. Washington:

New Academia Publishing 2010, s. 379 – 405.

WARDE, Alan: Changing Vocabularies of Taste, 1967-92: Discourses About Food Preparation. *British Food Journal*, 1994, 96, č. 9, s. 22 – 25.

Abstract

Good Old Times of Conscientious Cooking: Selected Ingredients of the Discourse of Tradition in Contemporary Czech Culinary Magazines

This study presents the analysis of traditionalist discourse in contemporary Czech culinary magazines *Apetit*, *Gourmet* and *F.O.O.D.* The author proceeds from the premise that the tradition itself and its attributes are constructed discursively, and always with particular intentions (e.g. legitimization of national history through mythologisation of national cuisine, glorification of dishes tasting like “being cooked by your granny”, constituting one’s culinary genealogy by referring to one’s ancestors’ culinary skills, critique of artificiality of mass food production, consumerism, manifesting resistance to globalisation, etc.). Culinary magazines often communicate in nostalgic mode, referring to “golden age” of “conscientious” cooking from “honest” foodstuffs.

Táto štúdia bola vytvorená realizáciou projektu *Dovybavenie a rozšírenie lingvokulturologického a prekladateľsko-tlmočnického centra* na základe podpory operačného programu *Výskum a vývoj* financovaného z Európskeho fondu regionálneho rozvoja.