



SLOVENSKO KRAJINA S POTENCIÁLOM

—
IDEOVÝ KONCEPT
PREZENTÁCIE
SLOVENSKA



MINISTERSTVO
ZAHRANIČNÝCH VECÍ
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

OBSAH

ZHRNUTIE	3
1 ÚVOD	5
2 STEREOTYPY A DILEMY	7
3 SLOVENSKO - PRÍBEH A ATRIBÚTY	10
3.1 VIZUALIZÁCIA ATRIBÚTOV SLOVENSKA	10
3.2 ATRIBÚTY SLOVENSKA	11
3.2.1 SVOJRÁZNOSŤ	11
3.2.2 ROZMANITOSŤ	16
3.2.3 VITALITA	22
3.2.4 VYNACHÁDZAVOSŤ	25
4 POTENCIÁL SLOVENSKA	28

ZHRNUTIE

„Slovensko, krajina s potenciálom“ je komplexným materiálom, iniciovaným Ministerstvom zahraničných vecí SR, ktorý sa zaoberá definíciou ideového konceptu pre budúci branding Slovenska ako modernej európskej krajiny 21. storočia. Po takmer 20 rokoch existencie samostatnej Slovenskej republiky uprostred rapídne meniacej sa Európy sa ukazuje, že koordinovaný postup pri prezentácii a komunikácii krajiny je nevyhnutný pre jej ucelený vonkajší obraz a identitu. Inšpiruje sa modernými stratégiami v brandingu krajín a miest, ktoré v posledných rokoch podnietili aj mnohé etablované štáty hľadať nové príbehy a značky. Komunikujú nimi svoje krajiny navonok a priťahujú tak záujem návštevníkov, investorov i nových obyvateľov.

Predkladaný materiál je prvým krokom k tomu, aby bolo možné takúto stratégiu na Slovensku vytvoriť. Materiál vznikol ako výsledok práce pracovnej skupiny, zloženej z expertov na rôzne oblasti¹. Jeho jadrom je príbeh krajiny a toho, čím sa stáva. Širokým skríningom potenciálnych atribútov na základe rôzno-rodej dokumentácie a podkladov boli vytipované základné tematické okruhy a atribúty Slovenska a príbehy, ktoré sa k nim viažu. Cieľom bolo nájsť základ modernej identity Slovenska a upozorniť na jeho potenciál vo všetkých oblastiach.

Slovensko je krajinou v strede Európy. To znamená, že celé stáročia bolo križovatkou kultúr, záujmov, geopolitických celkov, ale aj miestom stretávania sa. Dejiny Slovenska sú zároveň dejinami iných geopolitických

štruktúr, napriek tomu si zachovalo špecifické charakteristiky, reč a kultúru. Pri hľadaní atribútov chápeme Slovensko predovšetkým ako **priestor vzťahov** – reálny aj virtuálny (t.j. rozmer, ktorý presahuje aspekt národa, či geografické hranice daného územia). Reálny priestor je definovaný najmä stredoeurópskymi dejinami, v ktorých Slovensko hralo úlohu križovatky, či laboratória strednej Európy a týmto je výnimočne dodnes. Virtuálny priestor je doménou mentálnych križovatiek, nápadov a vynaliezavosti (technológie, softvér) – v súčasnosti je možné presadiť sa na globálnom trhu bez ohľadu na geografickú dispozíciu.

Preto hovoríme o Slovensku aj ako o mentálnom priestore, ktorý umožňuje vytvoriť inováciu (*INVENTED IN SLOVAKIA, USED EVERYWHERE*) a zdôrazňujeme tie veci, ktoré boli vymyslené na Slovensku, ale sa o nich dostatočne nevie.

Dôsledkom historických pohybov je naša špecifická pripútanosť k územiu, aj akási nedôvera voči vonkajším faktorom („*cudzie nechceme, svoje si nedáme*“).

Zakorenenosť, tradícia, dedičstvo reprezentuje konzervatívnejšiu súčasť, zložku, dimenziu „slovenského imprintu“. Turbulentné dejiny spolu s krátkou históriou samostatnosti charakterizujú Slovensko ako **SVOJRÁZNU** krajinu, plnú paradoxov, ktoré však tvoria základ špecifickej dynamiky.

VITALITA Slovenska sa odvíja od jeho historickej schopnosti prežiť – húževnatosti a adaptability. V jej pozadí je pôvodná sila, zdravie, prirodzenosť, originalita. Vitálna krajina je plná

energie, príležitostí a zaujímavých ľudí. Zároveň tu pociťujeme istú nervozitu, napätie. V ideálnom prípade je táto tensia spojená s kreativitou – podnikavosť a talent spolu s novými možnosťami spôsobuje istú neusporiadanosť – tá je však dôkazom napredovania a poskytuje príležitosť pre inovácie – nové spojenia mimo klasických hierarchií a usporiadaní. Vitalita evokuje neustálu zmenu, pozitívnu nestabilitu, ktorá umožňuje rastúcu dynamiku.

Slovensko je krajina plná kontrastov – prírodných, kultúrnych i sociálnych. Táto **ROZMANITOSŤ**, mnohorakosť, diverzita koncentrovaná na malom území je akýmsi zmenšeným modelom, ale aj laboratóriom strednej Európy. Zároveň je základom pre potenciál k inovácii – inovácia vzniká z nečakaného spojenia vecí, ktoré zvyčajne spolu neexistujú – nečakané kombinácie, nové stretnutia, konfrontácie. Prírodná rozmanitosť je potenciálom pre cestovný ruch – poskytuje zážitkové kombinácie, ktoré inde nie sú k dispozícii.

Uvedené charakteristiky a informácie, príbehové a pociťové oblaky, ktoré sa k nim viažu sú len základným vymedzením potenciálu Slovenska. Ponúkajú dynamickú myšlienkovú mapu, ktorá môže navigovať pri spôsoboch, ktorými bude krajina o ňom komunikovať. Materiál je východiskom pre rozpracovanie vo forme komunikačných a marketingových kampaní, ale aj jeho premietnutie do všetkých typov stratégií (verejné, súkromné, občianske), ktoré sa na tvorbe „značky Slovensko“ podieľajú.

¹ Andrej Bán, Jozef Bátora, Martin Bútora, Oľga Gyárfášová, Péter Hunčík,

Peter Hajdin, Zora Jaurová, Míriam Madrová, Vladimír Talian, Marián

Timoracký – CV v prílohe



ILLAH VAN OIJEN

1 ÚVOD

Vnímanie imidžu krajiny, podobne ako imidžu konkrétneho človeka, alebo obrazu komerčnej značky, je zdanlivo záležitosťou niekoľkých sekúnd. Imidž krajiny je prvá asociácia, ktorá sa s ňou spája, často krát jediná, ale o to významnejšia veta. Imidž krajiny je ladovec, z ktorého nad hladinu vyčnieva len jednoduchá emócia.

Vytvárať imidž krajiny, štátu, územia, mesta je však dlhodobá, komplexná a koncepcná záležitosť. Krajiny na ňom pracujú celé desaťročia a mnohokrát ich starostlivo budovaný imidž môžu zvrátiť okolnosti, ktoré nevedia ovplyvniť. Značka krajiny je tvorená viacerými faktormi – skúsenosťami jednotlivcov z prvej ruky v rámci rôznych typov **turizmu**; exportom tovarov, služieb, **značiek**; kvalitou **verejných politík** či už vo vzťahu k zahraničiu alebo efektívitou a originalitou domácich stratégií; spôsobmi, akými je krajina schopná priťahovať **investície a talent**; **kultúrou** krajiny, predovšetkým v oblasti kultúrnej výmeny a spolupráce; a najmä zaujímavými **ľuďmi**, lídrami, hviezdami.²

Koncept branding krajiny (nation branding) je koncept, ktorý sa teoreticky aj praktickými nástrojmi pokúša merať, tvoriť a manažovať reputáciu krajín. Kým kedysi hlavnú zložku procesu branding (či už produktového, alebo aj branding krajiny) tvorila najmä primárna hodnota a vlastnosti poskytovaných tovarov a služieb, v posledných rokoch badáme vzrastajúcu dôležitosť symbolickej hodnoty produktov (pocity, emócie a príbehy, ktoré sa k nemu viažu). Práve

preto národný branding často zdôrazňuje osobitosť a špecifiká krajín.

Branding krajiny - príbeh, ktorý krajina o sebe navonok rozpráva, je rovnako dôležitý ako to, čo krajina skutočne predstavuje, presadzuje, produkuje a predáva.³

Imidž krajiny je možné zmeniť len systematickou stratégiou, zameranou na vytváranie súborov inovatívnych a špecifických produktov, služieb, politík a iniciatív vo všetkých sektoroch a ich komunikáciou navonok vo forme príbehu o tom, čo krajina robí a čím sa stáva. Je preto pochopiteľné, že najmä v prípade menších krajín je pre tento proces určujúce, čo robia ich vlády a politickí reprezentanti. Koordinované stratégie branding krajiny v posledných rokoch zrealizovali napríklad vlády Fínska, Švédska, alebo Slovinska a výsledkom bol výrazný pozitívny posun v imidži týchto krajín, čo ukazuje napríklad ich postup nahor v tzv. Anholtovom indexe, medzinárodne rešpektovanom rebríčku reputácie krajín.

Slovensko je z hľadiska štátnosti veľmi mladá krajina a o svoju reputáciu musí ešte len bojovať. Z hľadiska koncepcie branding krajiny to však možno chápať ako relatívnu výhodu – je tak jednoduchšie vytvoriť želaný obraz bez toho, aby bolo nutné zápasíť so silnými stereotypmi. Obraz Slovenska sa dosiaľ vytváral prevažne náhodne – z útržkov skreslených informácií v bulvárnych médiách, z povrchných zážitkov turistov, čo sa na ceste z Viedne do Budapešti na hodinu zastavia v Bratislave, prípadne z ojedinelých zmienok v globálnej popkultúre v štýle filmov typu Hostel.

Na úrovni štátnych politík boli realizované len ojedinelé pokusy, bez hlbšej koncepcie a najmä komplexnej koordinácie na úrovni jednotlivých rezortov a odborných inštitúcií.

METODOLÓGIA

Inšpirovaní úspešnými príbehmi iných krajín sme sa pokúsili pozrieť na slovenskú realitu novým pohľadom. Nevnímať Slovensko prostredníctvom naivne optimistického vytrhávania útržkov z vlastnej histórie a radšej sa pozrieť na príbeh, ktorý si naša krajina za posledných dvadsať rokov napísala a najmä na jeho pokračovanie v najbližšej budúcnosti. Tento príbeh sme sa snažili vyrozprávať cez identifikovanie kľúčových atribútov, zrozumiteľne a unikátne reprezentujúcich Slovensko.

V prípravnej fáze sme pracovali so širokým spektrom materiálov, štatistických prieskumov, odborných štúdií a ďalších podkladov. Identifikovali sme kľúčové východiská, podstatné pre úspešné zvládnutie branding Slovenska ako modernej, rozvíjajúcej sa a lákavej krajiny.

Predkladaná štúdia nie je pokusom o vytvorenie nového stereotypu vnímania Slovenska. Je to skôr pomôcka, ako uvažovať o Slovensku z perspektívy univerzálneho rozvoja krajiny. Snažili sme sa o natoľko jedinečné obsahové vymedzenie Slovenska, ktoré by vystihovalo „slovenskosť“ ako imanentnú vlastnosť tohto konkrétneho priestoru a spoločenstva. Zároveň nám bolo jasné, že takéto obsahové vymedzenie musí byť dostatočne voľné, aby umožnilo zastrešiť

2 Vychádzame tu z prístupu Simona Anholt (Anholt, S. (2007): *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*).

Alternatívny pohľad na metodológiu analýz imidžu poskytuje napríklad Eytan Gilboa (2008): „Searching for a Theory of Public Diplomacy“ in *The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, 616 (1): 55-77. Zdôrazňuje prínosnosť analýzy imidžu krajiny na základe kombinácie viacerých svetovo uznávaných indexov.

3 Pozri k tomu Bátora, J. (2011): „Úvod: Hľadanie obsahu a foriem globálnej prezentácie SR“ in Bátora, J. a Jambor, E. (eds.): *Globálna Prezentácia: Možnosti a Výzvy*. Bratislava: Ústav európskych štúdií a medzinárodných vzťahov FSEV UK

rôzne komunikačné aktivity štátnych či iných organizácií – či už v oblasti hospodárstva, cestovného ruchu, kultúry, športu alebo prezentovania Slovenska na rozmanitých zahraničných fórach. Inak povedané: stanovili sme si cieľ vytvoriť takú definíciu značky Slovensko, ktorá by slúžila ako **základná rámcová koncepcia**, ktorá bude v budúcnosti tvoriť stratégie a komunikačné aktivity spomínaných subjektov.

Ďalším pravidlom, ktorého sme sa držali, bolo, že nevytvárame statický, navždy daný koncept. Vymedzili sme východiská **dynamického konceptu**, ktorý možno dlhodobo rozvíjať, a to na základe meniacich sa vzťahov a väzieb i súvislostí, v ktorých sa krajina ocitá.

Ambíciou tohto materiálu nebolo vytvoriť univerzálny pohľad na históriu či etnografiu Slovenska. Viedla nás snaha o sformulovanie obrazu o Slovensku ako o značke, ktorá bude využiteľná aj v strategickej komunikácii o Slovensku. Pri výbere a syntéze atribútov Slovenska nás inšpirovali aj postupy, ktoré sú bežne používané pri tvorbe obchodných značiek či produktového marketingu, zamerané na vytváranie atraktívnosti a emocionálnych väzieb zákazníkov k produktom. Zároveň sme zdôrazňovali aj osobitosti komunikácie krajiny (brandingu), ktorými sú najmä organickosť prostredia a neustála dynamika.

Podstatnými princípmi našej práce boli príťažlivosť a kredibilita. Slovensko ako značka musí byť predovšetkým **príťažlivé**. To znamená, že musí reprezentovať čosi, čo je pre obecenstvo

atraktívne, zaujímavé, t.j. čosi, čo človek neprehliadne a neprejde ľahostajným mlčaním. Jedným dychom však dodávame, že to „čosi“ musí byť príťažlivé tak pre potenciálnych návštevníkov, investorov či zainteresovanú verejnosť zvonka ako aj pre domáce publikum. Jednoducho, Slovensko sa musí prezentovať takým spôsobom, s ktorým sa dokázu obyvatelia Slovenska stotožniť, aby na „svoje Slovensko“ boli hrdí.

Atraktívne vlastnosti Slovenska, ktoré pomenujeme, musia byť preň zároveň **dôležité, určujúce**. To, čo chceme o našej krajine hovoriť, musí byť relevantné z hľadiska investícií, cestovného ruchu, kultúry či zahraničnej politiky. Ak chceme zaujať, nemôžeme o Slovensku tvrdiť to, čo o sebe hovoria všetci ostatní – t.j. len frázy o pohostinnosti a krásnej prírode. Naopak, potrebujeme sa **odlíšiť**, nájsť unikátnu DNA našej krajiny. To všetko, samozrejme, iba za predpokladu, že atribúty, na ktorých budeme stavať značku Slovenska, budú **uveriteľné, vychádzajúce z rozoznateľnej reality krajiny a jej obyvateľov**. Pokiaľ by sme o Slovensku tvrdili niečo, čo je v rozpore s realitou, málokto by nám uveril.

Iba taký súbor atribútov Slovenska, ktorý je príťažlivý, pre obecenstvo relevantný, jedinečný a zároveň vierohodný, vytvára predpoklady na efektívne komunikačné aktivity. Sme presvedčení, že sa nám podarilo identifikovať základné vymedzenie pojmov, ktoré môžu odštartovať tvorbu **príťažlivého, kredibilného a dynamického obrazu o Slovensku**.

2 STEREOTYPY A DILEMY

Naše vnímanie seba a iných často stojí na stereotypoch. Neuvedomujeme si to, nemáme od nich odstup, netušíme, že používame nejaký dopredu nastavený „objektív“, zjednodušenia, skratky, preberáme zaužívanú predstavu bez toho, aby sme sa nad ňou zamysleli. Stereotyp vo všeobecnosti je pevný, ustálený, nemenný stav, tvar, návyk, spôsob konania, reagovania a pod. V kultúrnej a sociálnej oblasti ide o súhrn predstáv, ktoré môžu pochádzať z rôznych zdrojov, avšak „hotový stereotyp“ sa už nepodrobuje kritickej reflexii, iba sa aplikuje, upevňuje, recykluje a replikuje. Stereotypy sú veľmi mocné, určujú štruktúry vnímania, sú určitým sitom, prednastavením ďalších vnemov a informácií. Stereotyp je aj skratkou, a preto je základnou komunikačnou „jednotkou“ reklamy a marketingovej komunikácie.

Vo vzťahu k brandingovej krajiny môžeme o stereotypoch hovoriť minimálne v dvoch rovinách – v rovine autostereotypu, čiže **sebaobrazu spoločnosti/spoločenstva/krajiny** a heterostereotypu, **obraze, aký majú o nás iní**. Tieto dva obrazy môžu byť často krát v ostrom protiklade. Je zrejmé, že dôveryhodný príbeh, obraz o krajine musí byť postavený na dôveryhodnom obraze nás samých. Naša cesta k príprave komunikácie o Slovensku ako „krajine s potenciálom“ nebola cestou oprašovania a posilňovania známych auto- a heterostereotypov. Bola viac kritickou kreatívnou rozpravou, z ktorej sa postupne vynárali atribúty krajiny. Tie boli znovu a znovu spochybňované, „dilematizované“.

Naša podkladová štúdia teda nestavia na zaužívaných stereotypoch. Aby bolo jasné, čo odmietame, pomenujeme najčastejšie slovenské stereotypy a mýty. V obraze Slovákov o sebe samých notoricky prevládajú pracovitosť, pohostinnosť, priateľskosť a úprimnosť, ktoré údajne najviac vystihujú typickú slovenskú národu. Medzi negatívnymi vlastnosťami – mimochodom, ktoré si Slováci priznávajú iba v minimálnej miere – sa často spomína slabá národná hrdosť, závisť a nadmerná konzumácia alkoholu. Za istý typ výskumu sebaobrazu môžeme považovať anketu, súťaž o Perfektného Európana, zorganizovanú podľa vzoru iných členských krajín pred vstupom do EÚ, na tému „akí sme“? Prišlo asi 800 návrhov a víťazná charakteristika – „nepohostinný ako Slovák“ – reagovala na známy autostereotyp. Autenticky však vypovedala najmä o tom, že nám chýba sebavedomie a schopnosť sebaironie.

A ako nás vidia naši najbližší, aký je heterostereotyp Slovenska v českej spoločnosti? Začiatkom 90. rokov 20. storočia českí respondenti Slovákov rozhodne nevnímali ako pracovitých, srdečných, úprimných, pohostinných a čestných ľudí; ale skôr naopak – ako ľudí výbojných, nacionálne orientovaných, nafúkaných a zároveň – i keď v menšej miere – trochu zakomplexovaných. Neskôr, začiatkom prvej dekady 21. storočia, boli Slovensku účastníkmi ankety na českom portáli najčastejšie pripisované prívlastky: poľnohospodárska, korupčná, romantická, folklórna, síce priateľská,

ale nepoctivá krajina. Aktuálne české predstavy o typických Slovákoch stoja najmä na tom, že dbajú na tradície, sú sympatickí, príjemní, pohostinní a dobrosrdeční. Mimochodom, Česi si zase o sebe myslia, že sú inteligentní, bystrí, sympatickí a majú svoj typický „švejkovský“ zmysel pre humor.

Formou stereotypu sú aj (národné) mýty, mohli by sme ich nazvať „stereotypným naratívom“. Na Slovensku sa pestuje niekoľko nelichotivých mýtov. Mýtus o holubičom národe, o plebejskom národe či mýtus o tom, že karty osudu Slovákov miešajú nejakí tajomní mocní mimo Slovenska. Tieto mýty s chuťou používajú bežní Slováci v každodennej rozprave, ale aj politické elity, autority, vysvetľujúc deje minulé i tie súčasné. Slováci veria aj mnohým ďalším mýtom. O tom, že na Slovensku máme najkrajšie dievčatá na svete. Jánošíkovskému mýtu o zbojníkovi, ktorý bohatým bral a chudobným dával. Mýtu o tisícročnom útlaku Slovákov Maďarmi, resp. o tom, že nám hrou osudu nebolo dopriať mať vlastný štát.

Stereotypy majú – okrem naratívnej – aj vizuálnu reprezentáciu. Slovensko sa najčastejšie prezentuje ako krajina prírodných krás a folklóru. V sebaaprezentácii Slovenska sú typické rozľahlé doliny na pozadí končiarov hôr, zurčiace potôčky, drevenice, folklórne slávnosti a bryndzové halušky. Tento jarmočný kolorit sebaaprezentácie našej krajiny neraz dotvára predaj drevených črpákov, vyrezávaných valašiek a syrových korbáčikov.

Po dôkladnom zvážení stereotypov a mýtov, vizuálnych obrazov a atribútov o Slovensku a Slovákoch sme dospeli k poznaniu, že pri tvorbe efektívnej komunikácie a sebareprezentácie smerom von nie je možné opierať sa iba o minulosť a jej romantickú interpretáciu. Predkladaná štúdia sa pokúša riešiť dilemu, ktoré atribúty, vlastné tomuto priestoru a ľuďom, ktorí tu žijú, je možné rozvíjať, aby sme navrhli skutočne príťažlivý, relevantný a vierohodný obraz Slovenska.

MOJE SLOVENSKO

Text: Abram Muller, Holanďan, podnikateľ v oblasti cestovného ruchu, žijúci v Bratislave

Prvý krát som navštívil Československo začiatkom leta 1986. Praha bola v tých rokoch prázdny mestom bez duše, kde (podľa známeho českého spisovateľa) slobodu ľudia nachádzali iba v sexe a fantázii - v jediných oblastiach, do ktorých komunistický režim nevedel preniknúť.

Bratislava vyžarovala niečo úplne iné ako Praha. Zachytil som tu južanský temperament, istú bezstarostnosť, život sa žil aj na otvorených priestoroch v uliciach a nielen vo vnútri, ako v Prahe. V porovnaní s trocha monotónnou češtinou znela slovenčina priateľsky a muzikálne. V Starom meste sedeli ľudia na terasách a popíjali pivo. Kým Praha bola paralyzovaná potlačením intelektu, Slovákov v Bratislave to akoby netrápilo a ďalej si žili svoje životy. Cítil som sa tu takmer ako doma.

Do Bratislavy som sa vrátil začiatkom roka 1990 po páde Železnej

opony. A našiel som tu tú istú atmosféru, ľudí sediacich na terasách popíjajúcich svoje pivo. Z tohto pohľadu si trúfam povedať, že ani dnes, po viac ako 20 rokoch sa veľa nezmenilo. Zmenila sa scéna, budovy, ulice, obchody, ale ľudia ostali tí istí. Môže sa zdať, že byť Slovákom nie je ľahké - chýba mu história kráľov, slávnych bojov, heroizmu a prelievania krvi. Ale Slovák môže byť hrdý na to, že jeho predkovia prežili stáročia nadvlády iných. Tam, kde by iné národy zanikli, Slováci prežili vďaka tomu, že žili svoje obyčajné každodenné životy.

Po dvadsiatich rokoch strávených na Slovensku vidím, že Slováci sú zároveň veľmi rozmanití i rovnakí. Každá generácia si nesie svoje poznanie života, ale jedno ich po stáročia spája a zároveň odlišuje od ostatných národov - vytrvalo žiť svoj každodenný život za akýchkoľvek okolností.

Občas sa zamýšľam nad tým, že ak jedného dňa padne atómová bomba, jediný národ, ktorý prežije, pokračujúci vo svojich každodenných životoch, ako keby sa nič nestalo, budú Slováci.



3 SLOVENSKO – PRÍBEH A ATRIBUTY

3.1 VIZUALIZÁCIA ATRIBÚTOV SLOVENSKA

Zo sémantického krúženia okolo pojmu korene vyrastá koncept stromu, ktorý je užitočný aj preto, lebo demonštruje spojitosť s tým, čo sa nachádza pod povrchom. Strom je jedným z možných zobrazení „značky Slovensko“. Pod povrchom sa rozvetvujú rôznorodé korene,

zo zeme vyrastá húževnatý kmeň a jeho výhonky, konáre - vitalita, vynachádzavosť, rozmanitosť. Nad zemou sa derieme nahor, stúpame, vzlietame – no ten rozlet, otvorenosť, dravosť, výbušnosť, onen súhrnný potenciál je možný aj vďaka koreňom pod zemou, vďaka našej svojráznosti.

Príbehy Slovákov môžu byť aj príbehmi semienok, z ktorých vykličilo

vždy niečo iné, svojské, podľa toho, kde dopadli. Vyrástli tu rôzne stromy, zapustili korene, húževnato prežili, vydržali búrky, víchrice, ohne, povodne, rozrástli sa do šírky, poskytovali prístrešok v ťažkých časoch, prinášali plody, z ich konárov odlietali vtáky do sveta. Občas zo semena vyrástla aj burina, a bolo treba ju kynožiť...



3.2 ATRIBUTY SLOVENSKA

3.2.1 SVOJRÁZNOSŤ (ZAKORENENOSŤ, ZEMITOSŤ, DEDIČSTVO)

„Najčudnejší boli Slováci, ktorí pôsobia barskejšie než ostatní: nosia veľké pastierske klobúky, širokánske voľné špinavé nohavice, biele ľanové košeľe a obrovské kožené opasky, takmer na piad široké a vybiľované mosadznými klincami. Na nohách majú vysoké čičmy, s nohavicami zasunutými do nich, na hlave dlhé čierne vlasy a pod nosom husté čierne fúzy. Hoci sú malební, nepôsobia príťažlivo. Keby sa takto zjavili na javisku, človek by ich zaraz pokladal za akúsi čelíadku orientálnych banditov. Počul som však, že sú neškodní a že im chýba priebojnosť.“

Bram Stoker: Drakula

SLOVENSKO AKO „WORK IN PROGRESS“ (RODIACE SA DIELO)

Slovensku a jeho obyvateľom už učené hlavy doma i v zahraničí, ale aj ľudová múdrosť, pripísali najrozmanitejšie vlastnosti – priaznivé a ušľachtilé, ale aj znevažujúce či hanlivé; hrejivé a sympatické, ale aj nelichotivé či odpudivé; perspektívne a pokrokové, ale aj zápečnícke či krpčiarske. Najväčším umením je zostaviť z týchto charakteristík celkový obraz, ktorý by bol neskreslený, dynamický, otvorený a atraktívny. Obraz, ktorý by odzrkadľoval Slovensko vo vývoji, ako joyceovské „work in progress“ – rodiace sa dielo, rešpektujúce skutočnosť, že Slovensko sa stále iba utvára a dotvára, ešte stále sa rozhoduje o jeho podobe.

Ak sme pri skladaní takéhoto obrazu vedení úsilím predstaviť Slovensko ako **krajinu s potenciálom**, ktorá môže ponúknuť niečo viac ako len populárne, no stereotypné ikony pôvabných dievčat, uchvacujúcej tatranskej prírody a lahodného piva, ocitneme sa vo viacrozmerom časopriestore, kde sa prelínajú stopy minulosti, črty prítomnosti i kontúry budúcnosti. Do takejto „mentálnej mapy“ Slovenska možno zakresliť jednotlivé prvky, charakteristiky, určenia, vlastnosti, kvality.

Ak chceme pomenovať to, čo tvorí korene slovenskej identity, vynorí sa nám ako prvé slovo autenticita, rýdzosť, originalita, írečitosť. Dá sa vyjadriť aj pojmom zakorenenosť, pretože vnímať jej určitú zemitosť; spájajú sa nám s ňou rôzne dedičstvá či batohy, ktoré si so sebou nesíme (našu minulosť, našich predkov, naše gény, naše hriechy, náš vklad). Najvýstižnejším a súhrnným označením tohto mnohovýznamového pojmu je však **svojráznosť**.

Svojráznosť je na jednej strane pojem „neutrálny“, tak trochu akoby pozbavený obsahu, bližšieho určenia. Na druhej strane je to naopak slovo, ktoré je preplnené obsahmi, meniacimi sa podľa uhlu pohľadu. Za dôležitú súčasť tohto pojmu možno pokladať rôzne vydania „predmoderného“ slovenského bytia, vrátane **solidarity**, najmä v rámci užších spoločenstiev, ako napríklad rodina, resp. **svojpomoci** či **vzájomnej pomoci** (uplatňovanej dávno v roľníckych spoločenstvách, neskôr v malých komunitách v nedostatkov

ekonomike socializmu, a pretrvávajúcej v niektorých formách dodnes). Z hľadiska psychologických charakteristík a väzieb sa tu dá pripomenúť **emocionálnosť**, o ktorej v starších analýzach „slovenského pospolitého ľudu“ hovorili etnológovia a sociálni psychológovia. Svojráznosť Slovenska a Slovákov sa prejavuje aj v pripútanosti k **intímnemu priestoru menšieho spoločenstva** (domov, rodina), túžba neopustiť celkom dôverne známe vône, chute a pohľady. Svojrázna je aj samotná kresťanská história Slovenska a náboženská diverzita odlišná od okolitých krajín.

Svojráznosť Slovenska sa však prejavuje aj v dedičstve, ktoré si nesie z osudových historických skúseností z rôznych zápasov:

- zápasov o prežitie (národné, štátne, existenčné),
- zápasov s „nájazdníkmi“ (Tatári, Turci),
- zápasov o pôdu, s prírodou, o chlieb („hrdlačenie“),
- zápasov o dôstojnosť, o riešenie sociálnych otázok,
- zápasov o slobodu individuálnu i národnú (desaťročia trvajúci zápas s maďarizáciou, delenie Československa),
- zápasov o politickú a občiansku rovnosť (SNP, 1968/1969, 1989, 1998),
- zápasov o jazyk, o vzdelanie,
- zápasov o uchovanie viery (viery ako takej, ale napríklad aj ochrana menšinových vierovyznaní),
- zápasov o uchovanie prírodnej rozmanitosti, krajiny, tváre domova (ochranári a iní),

- zápasov o uznanie od iných, od zahraničia, od „sveta“, zápasov o „viditeľnosť“,
- zápasov o rešpekt za podané výkony (športové úspechy),
- zápasov o členstvo v prestížnych kluboch (EÚ, OECD, NATO, Schengen, euro).

K týmto zápasom môžeme takisto priradiť rôzne **osobnosti**. Výpočet by mohol byť dlhý, ale uveďme aspoň tri postavy, ktoré rezonovali vonku i doma:

Milan Rastislav Štefánik a mýtus, ktorý ho obklopuje (chlapec, čo dobýval svet, bojoval za spravodlivosť a hľadel na hviezdy),

Alexander Dubček - ľudový hrdina vzdoru (napriek problematickému podpisu „obuškového zákona“ v roku 1969 a určitej opatrnosti v 70. rokoch, či nerozhodnosti v rokoch 1991-92),

Dušan Jurkovič - geniálny architekt i kultúrny dejateľ, s veľkým spoločenským presahom doma a sčasti i mimo Slovenska.

Okrem spomínaného intímneho a verejného priestoru je nezanedbateľnou zložkou slovenskej svojráznosti istá **zotrvačnosť** - trvá istý čas, kým sa u nás ujmú nové veci. Napríklad, pomery, ktoré zavládli za Slovenskej republiky počas 2. svetovej vojny, ľudia hneď neodmietali – nejaký čas trvalo, kým si to „zráťali“, a kým významná časť populácie dospela k odmietnutiu tohto režimu a rozhodla

sa niečo pre to aj urobiť v SNP. Podobne dlhšie trvalo, kým ľudia na Slovensku odmietli autoritárske praktiky vlády z rokov 1994 – 1998. Zotrvačnosť a opatrnosť v rozhodovaní však predstavuje aj určitý **potenciál kinetickej energie** - keď už sa ľudia rozhodnú konať, nadobudnú udalosti prekvapivú silu. Príkladom môže byť revolúcia z roku 1989, či radikálne ekonomické reformy z rokov 1998-2006.

Úvodný citát tejto kapitoly zo známeho románu Drakula sa na prvý pohľad javí ako negatívne vymedzenie slovenskej svojráznosti. Je však možné ukázať, kam sa títo „orientálni banditi“ dostali za sto rokov, ktoré od napísania knihy uplynulo – vďaka svojej vynachádzavosti, vitálnosti či rozmanitosti.... Slovensko sa dá predstaviť ako **krajina paradoxov**. Krajina, ktorá existuje napriek všetkému a jej svojráznosť je daná práve jej paradoxnou podstatou. Paradoxné vymedzenie atribútov Slovenska umožňuje využívať **protiklady, nečakané spojenia a humor**.

Napr.: pred pätnástimi rokmi sme boli „čiernou dierou Európy“, dnes sme najdynamickejšou krajinou v Strednej Európe; nemali sme vlastné kráľovstvo, ale mnohých uhorských kráľov korunovali u nás; sme zamračení, ale máme zmysel pre humor; atď.).

CESTA K ÚSPEŠNEJ ZNAČKE

O tvorbu atraktívnej slovenskej „značky“ sa za uplynulé roky pokúšali mnohé tímy. Aby tento ďalší pokus bol úspešný, je vhodné pripomenúť niektoré iné „rozprávania“ o Slovensku, iné možné narácie, ktoré nepochádzajú z marketingových dielní.

Koncom 60. rokov minulého storočia, i neskôr sa stala populárnou náracia „mináčovská“: jej autor Vladimír Mináč vylebil našu „anonymnú prácu“, ktorú síce zužitkovali iní, ale vďaka ktorej, teda vďaka našej pracovitosti, sme vraj prežili. Dejiny Slovenska v tejto značnej plebejskej narácii sú „dejinami práce“, nikdy sa nekončiaciej nepretržitej neprerušovanej stavby, zatiaľ čo dejiny tých druhých, tých mocných a úspešných, sú vlastne dejiny zlodejov: „Ak sú dejiny dejinami kráľov a cisárov, vojvodcov a kniežat, víťazstiev a dobytých území, ak sú dejiny dejinami násilia, lúpeží a vykořisťovania, potom nemáme dejiny... Ale ak sú dejiny civilizácie dejinami práce... potom sú to aj naše dejiny. Sme národ staviteľov nielen v metaforickom, ale aj v skutočnom zmysle slova: vystavali sme ako murári Viedeň aj Pešť, pomáhali sme stavať mnohé európske mestá, nerozumili sme ani jedno... Ak sa raz budú merať dejiny civilizácie spravodlivo, čo značí podľa práce, ktorú kto do nich vložil, potom sa nemusíme báť: narobili sme sa až vyše práva. Nemáme čo smútiť za takzvanou „veľkou“ históriou: je to história veľkých lúpežníkov.“

K svojráznosti však patria aj smutné či temné kapitoly našej minulosti – domáci fašizmus, radikálny stalinský komunizmus, obete tyranských režimov. Okrem kontinuity zápasov, ktoré vzbudzujú úctu, máme za sebou porážky v prehratých zápasoch o dôstojnosť, a tiež obdobia ťaživej diskontinuity. Celé 20. storočie odtiaľto odchádzali desaťtisíce ľudí: za prácou a lepším životom do Ameriky, po vzniku Československa späť do Maďarska, po Mnichove „Česi do Prahy“, potom Cigáni a Židia do táborov a do záhuby, Nemci a Maďari boli vyhánaní alebo vyhnaní, tisíce ľudí sa stratili v gulagoch, povojnová i pofebruárová generácia zamierila do politického nebytia, „buržoázne živly“ v akcii B boli

vyhnané z miest a „kulaci“ zo svojich fariem, poaugustová vlna v roku 1968 odišla za novou lepšou vlasťou, ponovembrová po roku 1989 za prácou i novým svetom. Boli sme opakovane vystavení pomerom, ktoré likvidovali naše domáce elity. Stopý či odtlačky minulých čias sú tu dodnes: ruptúry, zlomy, exody a exily, tektonické posuny, osobné, rodinné či inštitucionálne kataklizmy. To všetko síce nie sú témy pre príťažlivý branding Slovenska, ich uvedomenie a pochopenie je však pre príbeh krajiny životne dôležité.

Mínáč, ktorý tak z neprítomnosti štátneho útvaru, kde by sa mohli výsledky takejto práce uchovávať, urobil mytologickú cnosť, má svojich predchodcov i pokračovateľov. Jedni i druhí zväčša ponúkali narácie obete, narácie ukrivdenosti, narácie bolestínske, narácie ublížených.

Mohli tak robiť aj preto, že na Slovensku, v porovnaní s niektorými inými malými národmi, dosť absentujú narácie bojovníkov a hrdinov. Československí legionári bojujúci na sklonku prvej svetovej vojny na Sibíri za národné oslobodenie a v jednej fáze i proti bolševikom boli síce nielen českého, ale aj slovenského pôvodu (a spomínaný legendárny generál Štefánik, spoluzakladateľ Československa, stál na ich čele), neostali však dostatočne v slovenskom národnom povedomí (česká spoločnosť si ich osvojila v podstatne väčšej miere).

Podobne nemáme až tak veľa narácií o slávnych Slovákoch a Slovenkách. Buď preto, že ich veľa nebolo, že sú v dejinách absolútne i relatívne málopočetne zastúpení. Alebo preto, že svoje úspechy, svoje chvíle slávy dosiahli „v iných dresoch“, ako výtvarník Andy Warhol či kozmonaut Eugen Cernan. A šťastie azda aj preto, lebo sme v porovnaní s inými mali menej príležitostí zažiť.

A predsa, pri všetkom skepticizme, by sme mohli prinajmenšom za posledných 150 rokov pripomenúť tri druhy skúseností, ktoré neboli márne a ktoré pri všetkej skromnosti vypovedajú o dôstojnom mieste pod slnkom.

Prvou takouto skúsenosťou je úspech našich krajanov v Amerike: prichádzali tam v tisíckach, chudobní, neskúsení, nerozhľadení – a uchytili sa, zakorenili sa a stali sa celkom obľúbení svojou pracovitosťou, solídnosťou, rodinným životom.

Druhou kľúčovou skúsenosťou je Slovenské národné povstanie, ozbrojený odboj, povstanie v čase druhej svetovej vojny. Chvíľu to trvalo, no keď mu vedúce kruhy nového štátu založeného z vôle Hitlera vpečatili protidemokratický charakter, časť politického spektra v spojení s armádou sa zmobilizovala, nevyčkávala na koniec vojny a pustila sa do vojenskej akcie. A to napriek tomu, že vtedajší režimistickí propagandisti hlásali, že najlepšie je ostať doma a do ničoho sa neplietť. Bol to primárne etický spoločenský zdvih.

Napokon treťou skúsenosťou, dôležitou aj preto, lebo predstavuje na Slovensku nie veľmi častú naráciu víťazstva, étos úspechu – je slovenský príbeh zápasu o charakter štátu, demokraciu, dôstojné miesto v Európe, politickú príslušnosť k Západu v 90-tych rokoch minulého storočia. Tento zápas slovenskí demokrati vyhrali - obyvatelia Slovenska v ňom preukázali, že majú schopnosť sebaurčenia a vďaka sile občianskej spoločnosti počas tohto súboja aj trochu dozreli.

Keď v tých rokoch navštívil Slovensko pápež Ján Pavol II, na jednom veľkom zhromaždení uprostred skoro milióna ľudí povedal krásnu a jednoduchú vetu: „Niebojcie sa!“ Vetu, ktorú

si každý vyložil po svojom a ktorá by, symbolicky povedané, mohla byť základ novej narácie, nového slovenského príbehu krajiny, kde sa ľudia prestávajú báť a kde si tak trochu viac ako kedykoľvek inokedy, v ktoromkoľvek inom období slovenských dejín trúfna na to, že dokážu viac.

KTO SÚ SLOVÁCI? PREŽITIE VERSUS DOBIEHANIE.

Ako vidno, odpoveď na otázku o tom, kto sú Slováci, je mnohohrstevnatá a rozporuplná. S pokojnou samozrejmosťou či dokonca s tichou hrdosťou by sa dalo povedať, že Slováci vo svojich špičkových výkonoch boli za posledné desaťročia trvalými účastníkmi progresívneho vývoja európskeho ducha, účastníkmi zápasu o rozširovanie priestoru slobody, zápasu o demokratickú modernizáciu, zápasu o pluralizmus v umení i v politike, zápasu o toleranciu voči menšinám, zápasu o uchovanie vertikály, duchovného rozmeru našich životov. A boli a sú taktiež účastníkmi kritickej reflexie tohto zápasu – reflexie umeleckej, intelektuálnej i občianskej. V prínajmenšom rovnakej miere však boli spolutvorcami a spoluúčastníkmi režimov, ktoré všetky tieto úsilia systematicky potláčali.

Ak by sme sa obmedzili len na posledné dvadsaťročie, Slováci boli povšimnutiahodnými účastníkmi iného zápasu – totiž zápasu o ďalekosiahle spoločenské reformy. Krajina si v tých časoch vyslúžila imidž reformátora, o ktorom s obdivom hovorili predstavitelia medzinárodných finančných a ekonomických inštitúcií i európski politici. Po páde komunizmu Slovensko tiež zaznamenalo explóziu občianskeho aktivizmu, vďaka ktorému vznikla pestrá paleta občianskych organizácií, kde sa k tradičnému konceptu charity a pomoci ľuďom

v núdzi pridali nové témy, od životného prostredia až po ochranu ľudských a občianskych práv a kde sa vyvinuli nové spôsoby organizácie, od tréningových centier až po spoločné grémiá, spoločné platformy. Mimovládne organizácie sa výrazne podieľali na súboji s autoritárskymi praktikami v polovici 90-tych rokov. Viaceré z nich predkladali kritické zrkadlo štátnej moci, ale aj prichádzali s novými alternatívami, ponúkali nové riešenia, napríklad pri zlepšení životnej situácie Rómov, pri odhaľovaní domáceho násillia alebo trebárs pri zabezpečení slobodného prístupu občanov k informáciám.

A znovu, takýto obraz krajiny a jej obyvateľov by bol neúplný. Keby sme sa totiž boli pozreli na to, ako o tom všetkom, teda o súčasnom režime, o reformách, o politike zmysľala širšia verejnosť, získali by sme veľmi odlišný dojem. Pred očami by sa nám vyjavil obraz krajiny, ktorá popri úspechoch opakovane prežívala aj krízu, krajiny, ktorej obyvatelia dopady reforiem ostro kritizujú. Krajiny obrovských regionálnych rozdielov. Krajiny, z ktorej mladí ľudia odchádzajú, pretože doma nemajú šancu dostať prácu alebo získať dobré vzdelanie. Krajiny rozšírenej korupcie. Krajiny zachmúrených tvárí, depresívnych rodín, zašpinených verejných priestranstiev, bezcitných privatizérov, arogantných úradníkov, lahostajných čašníkov. Krajiny s obyvateľmi rómskych osád, ktorí žijú pod základnú

civilizačnú úroveň. Krajiny, pre ktorú nie je ani tak príznačný v tom čase taký populárny obraz tigra, ale skôr nejakého drobného plachého lesného zvieratka, napríklad kuny, alebo možno skôr obraz byvola, teda ťažného, pracovného, poslušného zvieraťa, ktoré to všetko musí odrobiť.

Za uplynulé necelé storočie – presnejšie za uplynulých 93 rokov (od vzniku prvej Československej republiky na jeseň 1918 až po jeseň 2011) – prešlo Slovensko z politického i kultúrneho hľadiska neobyčajne dramatickým vývojom. Na jeho území sa vystriedalo šesť štátoprávných modelov, tri politické systémy a v rámci nich niekoľko režimov.

Zhodou okolností práve v čase dokončovania tohto projektu, na jeseň 2011, sa pomer v zásade nedemokratických a demokratických režimov úplne vyrovnal – polovicu tohto obdobia sme prežili v autoritárskych až totalitných pomeroch, druhú polovicu naopak v slobodnejších časoch. Slovensko akoby sa neustále snažilo balansovať medzi urputnou snahou prežiť v ťažkých pomeroch („prikrčiť sa“, voliť „menšie zlo“, pestovať oportunizmus a morálny relativizmus“) a usilovať sa dobiehať v obdobiach, keď sa objaví príležitosť, raz, v horších prípadoch, neprimeranými skokmi (rebelantským opozičným, radikálnou negáciou), inokedy, v priaznivejších okolnostiach reformátorským líderstvom, budovaním demokratického štátu, demokratickou modernizáciou.



ANDREJ BÁN

3.2.2 ROZMANITOSŤ

Rozmanitosť Slovenska je charakterizovaná predovšetkým koncentráciou rôznorodých javov, predmetov a udalostí na veľmi malom priestore.

Z hľadiska biodiverzity a prírodnej rozmanitosti patrí krajina k najbohatším v Európe. Nájdeme tu veľké výškové, teplotné a krajinné rozdiely, nevidané množstvo prírodných druhov, rôznorodé biotopy a geotopy a plynulé prechody medzi nimi na veľmi malom území. Vďaka svojmu umiestneniu medzi Karpatami a Panónskou nížinou disponuje krajina rôznorodými klimatickými, pôdnymi aj hydrologickými podmienkami. Kondenzovanosť týchto javov vytvára špecifickú zmes, rozmanitosť natlačenú na malom priestore, kde je všetko blízko a takmer súčasne je možné zažiť úplne odlišné vnemy z krajiny.

Táto charakteristika je umocnená aj rozmanitosťou kultúrneho dedičstva, pochádzajúcou z historických reálií – opäť tu nájdeme vedľa seba románske rotundy, gotické kostoly, aj modernú architektúru 20. storočia. Rozmanitosť stredoeurópskeho kultúrneho dedičstva nie je možno výnimočná svojím rozsahom, ale opäť koncentráciou na malom priestore.

Kultúrna rozmanitosť na Slovensku má množstvo vrstiev. Historicky je to najmä etnická, náboženská, sociálna, regionálna, sídelná rôznorodosť. Táto rozmanitosť pramení z priestorovej neukotvenosti, keďže Slovensko až do 20. storočia nikdy nebolo štátnym útvarom, ale časťou väčších celkov. Nemalo príležitosť

sa vymedziť voči svojmu okoliu a všetky vplyvy sa v ňom šírili, miešali a tvorili bez nutnosti sa prispôbiť jednej idey, jednému archetypu. Slovenské územie bolo po stáročia kultúrnym kotlom, v ktorom sa jeho vnútorné aj externé rozmanitosti miešali a tvorili harmonické autentické podoby. Dnešná pestrosť je výsledkom tohto procesu, slovenskosť je rozmanitá. Na staré zdroje rozmanitosti sa dnes nabaľujú nové, ktoré tie tradičné do istej miery prekonávajú, ale v mnohom ich v sebe aj nesú. Nové rozmanitosti sú najmä o pestrosti životných štýlov a životných trajektórií a o „nových menšinách“, cudzincoch, ktorí tu s nami žijú.

Na prahu 21. storočia vnímame na Slovensku pestrosť životných štýlov najmä na pozadí socialistickej, normalizačnej sivosti, unifikačnej, ktorá potláčala či dokonca trestala všetko, čo sa odlišovalo. Od roku 1989 prešlo Slovensko zrýchlenou, dobiehajúcou diferenciáciou, náhle sa otvorilo novým možnostiam. Rozmanitosť životných štýlov má mnoho dimenzií – životné trajektórie, subkultúry, formy spolužitia, trávenie voľného času.

Osobitné v tejto sociálnej rozmanitosti je práve jej neskutočne rýchly nástup a špecifiká s ním spojené (kontrasty medzi starým a novým) a opäť koncentrácia na malom priestore. Nová rozmanitosť nie je polarizovaná – je kontinuálna a – čo je dôležité – je vo väčšine prípadov tolerovaná.

Rozmanitosť je potenciál Slovenska do budúcnosti. Je známe, že rozmanité tímy sú efektívnejšie. Rozmanité sa vzájomne obohacuje, povzbudzuje, vytvára synergický efekt.

PRÍBEHY ROZMANITOSTI

PRÍBEH 1

Rodina – esencia kultúrnej rozmanitosti

Príbeh súčasnej kultúrnej rozmanitosti sa dá vyrozprávať ako príbeh troch generácií jednej rodiny, ktorá sa stretáva na rodinnom obede, svadbe, 80-tke starého otca....

Hostiteľmi sú manželia dnešnej strednej generácie. Jeho mama pochádzala z katolíckej rodiny na Hornom Ponitří, ktorá svätila všetky sviatky a v nedeľu sedela v prvej lavici v miestnom kostole. Otec bol synom židovského lekára v Trebišove, ktorého materinským jazykom bola maďarčina, perfektne však ovládal nemčinu, slovenčina mu išla slabšie. Jej rodičia majú iné zázemie – mama bola dcérou evanjelického farára z mestečka pri Leviciach, ona sama sa neskôr stala učiteľkou a riaditeľkou slovenskej školy v mestečku. Otcovi rodičia pochádzali zo Štajerska, starý otec bol preslávený chovateľ dostihových koní. Doma sa hovorilo po nemecky a z tejto vetvy sa do rodiny hostiteľov dostali viaceré „neslovenské zvyky“ – napr. na Veľkú noc sa dievčatá nenaháňali s kýblom studenej vody a korbáčom, ale deťom „nosil“ Osterhasi čokoládové vajíčka.

Hostitelia sú odchovaní liberálnou kultúrou 60. rokov, „deti kvetov“, počúvali Beatles a Dylana, v auguste 68 ako mladí tínedžeri protestovali proti sovietskej okupácii a v zime 1969 sa

tešili z hokejového víťazstva Česko-slovenska nad Sovietskym zväzom. Vysokoškolské štúdium a ranú dospelosť prežili v rokoch normalizácie, necestovali, nepodnikali, ale nestali sa aktívnymi odporcami režimu, skôr nenápadnými aktivitami prispeli k Novembru 1989. Majú tri deti vo veku 15 – 25 rokov. Najmladšie dieťa je adoptované, rómsky chlapec z detského domova; stredná dcéra študuje za (novými) hranicami v neďalekom Brne, v nose má piercing a vlasy upravené do dredov. Najstarší syn práve skončil štúdium a začína kariéru právnika. Na rodinnú slávnosť príde so svojou priateľkou z Budapešti, spolu však komunikujú po anglicky. Iba generácia starých rodičov v komunikácii s nádejnou nevestou zvláda maďarčinu a so zjavným potešením a pýchou ukazuje svoju „svetovosť“.

Rodinná atmosféra, pocit dôvery, intimity a spolupatričnosti, ktorý v rodine na oslave panuje, ilustruje aj solidaritu, prítomnosť silných sietí, ktoré stoja na príbuzenských alebo priateľských vzťahoch, nemajú však presah do sféry verejnej, ktorá ostáva mimo všeobecný záujem.

PRÍBEH 2

Krajina – laboratórium strednej Európy

V rovine prijatia, osvojenia si historickej rozmanitosti, Slovensko ako keby

stále riešilo problém, či sa má prihlásiť k tomu, čo vzniklo na Slovensku, ale v duchu „cudzie nechceme, svoje si nedáme“ nespĺňa nároky na čistú „slovenskosť“. Aj kunsthistorici riešia nevyriešiteľnú dilemu, či sa venujú umeniu „slovenskému“ alebo „umeniu na Slovensku“. Je načas re-interpretovať tento postoj a prihlásiť sa ku kultúrnej rozmanitosti Slovenska veľkoryso a inkluzívne. Pre vzdanie sa kultúrnej tradície nemôže byť argumentom, že napr. W. Kempelen sa nachádza v nemeckej i maďarskej encyklopédii. Pre nás je dôležité, aby sme ho konečne etablovali aj v slovenskej. V rôznych oblastiach nájdeme významných ľudí, ktorí sú personifikovaným príbehom slovenskej rozmanitosti.

Hovorí sa, že Slovensko je zmenšená kópia Strednej Európy. Dá sa s tým súhlasiť, veď sme boli vždy organickou súčasťou tohto teritória a naša krajina má všetko, čo „poriadna“ stredoeurópska krajina má mať. Samozrejme tie krásy máme tiež v zmenšenej podobe. Napríklad naše Tatry sú najmenšie veľhory v Európe. Dunaj, najväčšia rieka Európy tečie cez Slovensko, avšak máme z neho najkratší úsek. Spolu so Slovinskom patríme k najmenším a najmladším republikám v Európskej únii. A od Slovinska nás delí len jedno písmeno a jedna krajina, Maďarsko. Všetkým pred sto rokmi sme ešte boli spolu s Maďarmi aj Slovincami

súčasťami toho istého štátneho útvaru – Habsburskej monarchie. A to vidieť a cítiť až dodnes. Naša kultúra a mentalita je tiež zmenšená podoba tej spomínanej stredoeurópskej atmosféry. Keď Rakúšan povie Sigmund Freud, my povieme Szondi. Keď na to Maďar vyskočí, že svetoznámy psychiater Szondi bol predsa Maďar, my na to povieme, že sa narodil v Nitre a do 6 rokov života hovoril po slovensky. Keď sa Maďar chváli s Máraim, my sa môžeme pochváliť s Košicami a Prešovom, kde sa tento svetoznámy spisovateľ narodil, respektíve kde chodil do školy. Apropos školy. Počuli ste už názov Academia Istropolitana? Áno, bola to univerzita založená v Bratislave, asi 30 rokov pred objavením Ameriky. Že Bratislava sa vtedy volala inak, hovorili jej Pressburg alebo Posoniensis? Áno. A New York, či Boston sa nevolali inak pred 550 rokmi? Ináč túto univerzitu založil kráľ Matiaš, o ktorom my Slováci tak isto máme piesne a rozprávky, ako majú Maďari či Rumuni. A jeho slávny otec pri Nándorfehérváre (teraz to volajú Belehrad) v roku 1456 zastavil armádu sultána Mehmeda ohrozujúcu kresťanskú Európu. Vraj pritom reval na svojich vojakov: „Nebojsa, nebojsa...!“. Presne tak, ako my Slováci kričíme, keď sa bojíme.

Uznajte, nebolo ľahké žiť v takej krajine, kde človek musel vedieť minimálne tri jazyky, aby rozumel svojim susedom. Chlapec z Kremnice možno ani nevedel, ktorá je jeho materčina. Ale aj v Bratislave, aj v Košiciach bežný občan plynule hovoril po slovensky, maďarsky aj nemecky.

A po roku 1918 sme začali hovoriť aj po česky. Medzi rokmi 1918 a 1938 sa Slovensko (ako súčasť Československa) dostalo z feudálneho usporiadania do skupiny moderných národov. Patrili sme k európskej špičke: hospodárstvo fungovalo, tlač bola slobodná, politické strany mohli fungovať. Bankovky i úradné dokumenty bývali v piatich jazykoch: česky, slovensky, nemecky, maďarsky a rusínsky! Slovensko v 20. storočí bolo tiež plné paradoxov. Krajina ešte nebola ani na svete, keď prvý Slovák v službách Francúzska dosiahol hodnosť generála. Bohužiaľ, M.R. Štefánik sa dlho nemohol radovať zo vzniku vlastného štátu, lebo pri prilete do svojej novej vlasti tento slávny vojak-letec-astronóm tragicky zahynul. Ktovie, ako by to dopadlo, keby mu jeho francúzski kamaráti nezabudli pribaliť do lietadla vynález ďalšieho Slováka, Štefana Baniča, ktorý v tom čase už mal patentovaný padák. O tom, že cesty Slovákov do Pešti

(19. storočie), či Prahy (20. storočie) neostali bez stopy, svedčia telefónne zoznamy oboch miest. Sú plné mien ako Bruhács - Bruháč, Szlotta - Slota, Gyurcsány - Ďurčan, Szokolys - Sokol, Kopács - Kopáč, alebo všadeprítomný Tóth. „Echte“ slovenská identita a kultúra počas storočí inkorporovala do seba najväčšie poklady stredoeurópskych kultúr.

Je paradoxné, ale aj tragické, že výnimku z tohto veľmi pozitívneho integračného procesu tvorí práve 20. storočie. V ňom akoby sme sa my, ale aj ostatné európske národy začali správať infantilne a vyhadzovať cez okno kultúrne pozostatky Nemcov, Maďarov, Židov, Čechov. Najmä v období nacizmu a komunizmu sme vykastrovali z našej kultúry a mentality to najdôležitejšie, čo sme mali, čo nás obohacovalo: rôznorodosť. Našťastie, tak ako sa Európa postavila na nohy, aj Slovensko chytilo „druhý dych“. Dnešný Slovák môže chodiť po uliciach Viedne, Prahy, Budapešti aj Krakova a povedať si: Aj tu som doma. Poznám tieto domy, kostoly, námestia, rozumiem týmto ľuďom, chápem ich myšlienky, mám podobnú mentalitu ako oni. My sme Stredná Európa.



ILLAH VAN OIJEN

ROZMANITÉ OSOBNOSTI, SPOJENÉ SO SLOVENSKOM

Béla Bartók, svetoznámy hudobný skladateľ, jeho najslávnejšie diela obsahujú prvky slovenskej ľudovej piesne

Léopold Szondi, psychiater, narodil sa na Slovensku, vyrastal v slovensko - nemeckej rodine, vyvinul formu hlbínnej psychológie, od roku 1944 žil vo Švajčiarsku

Ladislav Kubala, jeden z najpopulárnejších futbalistov FC Barcelona – hrával futbal za Slovensko, Maďarsko aj Španielsko

Sándor Márai, spisovateľ, narodil sa v Košiciach, čo sa významne odráža v jeho tvorbe

Alojz Stróbl, sochár, narodil sa na Liptove, vedúca osobnosť uhorského sochárstva prelomu 19. a 20. storočia, vytvoril významné diela v Budapešti

Viktor Oskar Tilgner, sochár, tvoril vo Viedni aj v Bratislave (Ganymedova fontána), „Österreichischer Bildhauer aus Pressburg“

Ladislav/László Mednyánszky, maliar, rodák z Beckova, pôsobil v rámci celého Rakúsko-Uhorska, dnes obľúbený medzi zberateľmi prakticky na celom svete

Ivan Reitman, filmový režisér, narodil sa v Komárne, prežil holokaust, preslávil sa v USA

Ján Kádár, režisér, narodil sa v Budapešti, ale hovoril po slovensky – natočil Oscarový film Obchod na korze

Tomáš G. Masaryk – otec prvého československého prezidenta bol Slovák, TGM sa k tomu hrdo hlásil

Andy Warhol – zakladateľ pop-artu, rodičia boli Rusíni z východného Slovenska

Gyula Košice – svetovo uznávaný sochár, plastik, teoretik a básnik, predchodca kinetického a svetelného umenia, narodil sa v Košiciach, žije v Argentíne, ako umelecké meno si zvolil názov svojho rodiska

Lajos Grendel – slovenský spisovateľ maďarskej národnosti, držiteľ Kossuthovej ceny za literatúru



ILLAH VAN OIJEN



ANDREJ BÁN



3.2.3 VITALITA

(PRÍBUZNÉ POJMY: FLEXIBILITA, DYNAMICKOSŤ, HÚŽEVNATOSŤ)

Slovensko je **mladá krajina** a práve preto v sebe skrýva obrovský potenciál vecí budúcnosti. Mení sa tvár krajiny (architektúra), formujú sa nové inštitúcie (legislatíva), prijímajú sa odvážne riešenia (reformy), ľudia sú otvorení zmenám (prahnú po nových výrobkoch, učia sa novým veciam, vyznávajú rozmanité životné štýly). Krajina sa neustále formuje: inštitucionálne, občiansky aj ľudsky.

K mladosti patrí aj zbieranie skúseností a dospievanie - Slovensko v mnohých veciach ešte stále musí vynakladať množstvo energie na rozvoj a rast, na dorastanie životne dôležitých orgánov, ktoré má väčšina starších krajín už dávno vyvinuté. Vďaka dejinným okolnostiam, možno i ostychu mladosti tu drieme veľké množstvo tichej, naakumulovanej, nevybúrenej energie, ktorá v sebe skrýva obrovský potenciál, životaschopnosť, **vitalitu**.

Na povrchu mnohokrát ešte nič nevidno, ale pod ním cítiť neustále pnutie, tlmené vibrácie, dynamický potenciál. Stačí, aby sa čo i len trochu zmenili podmienky a energia znenazdajky vytryskne na povrch. Vďaka tejto naakumulovanej, nevybúrenej energii dokážeme spraviť veľké veci.

VITALITA AKO POJEM

Vitalita je označením pre **životaschopnosť, fyzickú aj duševnú zdatnosť a pozitívne nastavenie**, ale zároveň

ich prekračuje tým, ako odoláva pôsobeniu času a aktuálnych nálad. Vitalita ostáva v čase krízy aj konjunktúry. Treba ju vnímať ako trvalú vec, niekedy dravú a inokedy pokojne tichú vodu, ktorá ale melie brehy za každých okolností.

Symptómom vitality je tvorivosť, **kreativita**. Je nutnou podmienkou schopnosti nachádzať si svoju cestu a spôsob prežitia za každých podmienok. V tomto zmysle je vitalita/kreativita zárukou zrealizovania potenciálu, ktorý Slovensko v sebe má. Stojí v pozadí optimistického videnia sveta stelesneného ľudovou frázou „nejako si už poradíme“. Už mnohokrát sme boli a ešte budeme prekvapení, akými všetkými cestami si práve kreativita imanentne prítomná v génoch Slovákov a Sloveniek dokáže nájsť cestu na povrch. Vďaka nej sa dokážeme prispôbovať meniacim sa podmienkam, sme húževnatí a odolní.

U jednotlivcov je vitalita samozrejme úzko spojená s fyzickým zdravím a telesnou stránkou kvalitného života a prežitia. Vizualne vyjadrené, je to ktokoľvek od mladého pekného dievčaťa, cez športovcov a športovkyne, vitálnych dôchodcov, neposedné deti, až po uhladených štyridsiatnikov pevne držiacych opraty života vo vlastných rukách, distingovaných, ale stále so zmyslom pre humor, s vášňou a detskou zvedavosťou, bez ktorej by sa nikdy nedostali tam, kde sú. Práve humor, zvedavosť, pozitívne myslenie a predovšetkým zdravé sebavedomie prezentujú duševnú stránku vitálneho jednotlivca.

Vitálne Slovensko je **krajina potenciálu, dnešných aj budúcich zmien** a množstva **životnej energie**. Ako také

je pochopiteľne množinou vitalít svojich občanov a reprezentované je práve ľuďmi, ich schopnosťami a individuálnymi príbehmi. Tento dynamický koncept vitality odlišuje predkladaný pokus o uchopenie obrazu Slovenska od predchádzajúcich pokusov, postavených výlučne na veciach ako príroda, tradície a ďalšie strnulé, nemeniace sa atribúty.

VITALITA JE SPOJENÁ S MOMENTOM PREKVAPENIA

Vitalita a kreativita jednotlivcov i celej krajiny robí zo Slovenska **krajinu pozitívnych prekvapení**, krajinu ktorá svojimi schopnosťami dokáže svojich hostí v dobrom zmysle slova zaskočiť.

Prekvapenie spojené so Slovenskom je aj synonymom **očakávania**. Mladá krajina plná paradoxov, prekvapení a dynamiky vzbudzuje očakávania, ako naplní svoj potenciál. Z tohto pohľadu je rozbehnutý príbeh Slovenska jedným z najzaujímavejších a možno aj najnapínavejších príbehov, aké sa v súčasnej Európe odohrávajú.

Spôsob, akým sa Slovensko rýchlo dokázalo z neznámej, prehliadanej a v mnohých oblastiach zaostalej rurálnej krajiny zmeniť na to, čím je dnes, je fascinujúci. Od horských pastierskych počiatkov až po dnešné obrazy moderných miest a priemyselných oblastí sa ním vinie **húževnatosť, schopnosť prispôbiť sa, nájsť si svoje miesto, pochopiť očakávania a naplniť ich**. Je príbehom neustáleho zhromažďovania energie, ktorá nielen všetky tieto zmeny potichu poháňala, ale v ojedinelých prípadoch (napr. M.R. Štefánik) aj vytryskla na povrch.

SYMBOLY VITALITY

Najlepším zobrazením vitality je **príbeh**. Príbehy jednotlivcov, príbehy generácií, príbeh celej krajiny. Vitalita je vlastnosťou charakterov.

Príroda

- pramene minerálnych vôd – zdroj sily a vitality
- potoky, rieky, jazerá
- jaskyne (znak toho, že pod povrchom je „život“)

Spoločnosť

- rozvoj cestovného ruchu – výstavba lyžiarskych stredísk, vodných parkov, wellness centier, kryokomory
- výstavba diaľnic a rýchlostných ciest
- výroba osobných automobilov (z tankov sme presedlali na osobné automobily)
- meniaci sa charakter miest a obcí – urbanizácia, moderná architektúra miest
- reformy – dôchodkový systém, štátna správa, dane

- flexibilita malých a stredných slovenských firiem (v porovnaní s byrokratickými štandardami globálnych korporácií) – inovácie, netradičné postupy
- revitalizácia „starého“ – opätovné vdychnutie života, rekonštrukcia hradov a zámkov, a ďalších kultúrnych pamiatok
- meniace sa inštitúcie, systémy, politiky – demokratizácia a modernizácia spoločnosti po novembri 89
- letné hudobné festivaly

Ľudia

- schopnosť adaptovať sa na nové podmienky – túžba ľudí naučiť sa zvládať nové veci a zručnosti (IT zručnosti, mobilné telefóny, bankové produkty...)
- sekundárna gramotnosť (SR ako internetovo najviac zdatná populácia v rámci V4)
- relatívne mladí ľudia vo vysokých postoch, v čele úspešných firiem, ministri, vrcholoví manažéri

- rozvinuté technické a technologické zručnosti (strojárstvo, IT, atď.) – investori tu nájdu technicky zručnú, vyspelú pracovnú silu
- silné zázemie v IT technológiách (vývojové centrá, outsourcing IT administrátorov)
- športujúcich ľudí v mestách a dedinách (inline, bežci, fitness centrá, futbal, atď.)
- úspechy profesionálnych športovcov (hokejoví majstri sveta, olympionici)
- známi architekti, dizajnéri, ktorí sa presadili v zahraničí, majitelia drobných firiem
- mladí ľudia, ktorí cestujú po svete - keď sa vracajú, prinášajú životodarnú energiu, impulzy pre krajinu. Aj vďaka konfrontácii mladých ľudí so svetom sme vitálni, životaschopní, máme obrovský potenciál



ANDREJ BÄN

3.2.4 VYNACHÁDZAVOSŤ

Územie Slovenska je prírodne rôznorodé, geograficky asymetrické a oddávna vystavené turbulentným historickým a politickým zmenám. Takže ľudia, ktorí tu žijú, museli hľadať **inovatívne spôsoby**, ako s komplikovanou realitou žiť a využiť ju vo svoj prospech.

História a vývoj Slovenska je teda do veľkej miery príbehom **vynachádzavosti**. Prírodné podmienky spojené s menším dostatkom zdrojov, neexistencia samostatnej štátnosti a vlastných štruktúr vládnutia nás opakovane viedla k hľadaniu rôznych alternatívnych riešení.

Naša vzdelanostná štruktúra nebola tradične ukotvená len v kamenných univerzitných ustanovizniach, ale aj (a predovšetkým) v rozvoji „zdravého sedliackeho rozumu“, založeného na pozorovaní prostredia a skúsenostiach predkov. Slováci nikdy neboli teoretici, ale skôr ľudia riadiaci sa zdravým rozumom a hľadajúci praktických inovácií, vychádzajúcich z empirie, niekedy podporenej aj miernou dávkou náhody. Slovenská vynachádzavosť je založená na schopnosti kombinovať niekedy aj zdanlivo nekombinovateľné. Slovenskí objavitelia dokázali prísť s takými prevratnými vecami ako boli v nedávnej minulosti telegraf (Jozef Murgaš), padák (Štefan Banič), fotoobjektív (Jozef Maximilián Petzval), vrtuľník (Ján Bahýľ), čerpadlá podzemnej vody (Jozef Karol Hell), turbíny (Aurel Stodola) či bláznivý vynález šachového automatu (Wolfgang Kempelen).

Schopnosť tvoriť, vynachádzať, vynájsť sa teda nie je len spomienkou alebo historickým reliktom. Takmer pätina počítačov na celom svete je dnes chránená slovenským antivírusovým programom ESET, pokusy v jedinečnom urýchľovači častíc vo Švajčiarsku zabezpečuje a realizuje aj početná bunka slovenských vedcov a technikov a spôsoby ako efektívne posilňovať demokratické tendencie v transformujúcich sa krajinách dnes čoraz úspešnejšie ponúkajú mnohí slovenskí diplomati a mimovládne organizácie. Áno, stále o nás platí, že mnohí z nás sú nedvižní, uzavretí a prešpekulovaní, ale platí i to, že mnohí sú kreatívni, inovatívni a otvorení netradičným riešeniam. A tak na mnohé veci vo svete už dnes môžeme ukázať prstom a povedať že sú „**Vynájdené na Slovensku / Invented in Slovakia**“. Slovenská republika sa ešte stále prezentuje ako krajina, ktorá poskytuje lacnú industriálnu pracovnú silu a je zameraná skôr na masovú výrobu bez vysokej pridanej hodnoty. Už dnes však existujú mnohé príklady toho, že **malé a stredné podniky, ktoré produkujú tovary a služby s vysokou pridanou hodnotou** a kvalitou, môžu prispieť k diverzifikácii slovenského hospodárstva a ponúknuť udržateľnejší model rozvoja našej ekonomiky ako masová výroba. Tento typ sofistikovaných podnikov je jedným zo systémových kľúčov k udržateľnému a úspešnému rozvoju ekonomiky krajín ako Rakúsko, Dánsko alebo Švédsko. Úspešný branding krajiny pod hlavičkou všetkého, čo bolo vymyslené na Slovensku môže priniesť nový typ investorov, hľadajúcich **špecifické inovatívne produkty**

(niche market). Späťne môže úspech menších podnikov motivovať ďalších vynachádzavých ľudí na Slovensku, aby začali rozvíjať a realizovať svoje idey vo forme podnikateľských aktivít.

Slovenská vynachádzavosť sa prejavuje aj v **politickej oblasti**. Príkladom môže byť predovšetkým unikátna „nezná revolúcia“ z roku 1989, v podstate pokojné a hladké rozdelenie Československa v roku 1993 alebo viaceré politické a ekonomické reformy posledných dvoch desaťročí. Skúsenosti z demokratizačných procesov môžu byť významnou zložkou vonkajšieho brandingu krajiny z hľadiska zahraničnej politiky. Tento moment je kľúčový pri vzťahoch so spoločenskými aktérmi v krajinách, ktoré majú byť demokratizované (napr. Ukrajina, Bielorusko), ale aj s vládami a aktérmi z krajín, ktoré demokratizačné procesy finančne a politicky podporujú (napr. USA, Nemecko, Švédsko). Dnešná zahraničná politika už nie je len o tradičných medzishátých diplomatických rokovaniach, ale o efektívnom angažovaní rôznych spoločenských aktérov a segmentov spoločnosti. V tradičnej diplomacii sa cenila „zabehanost“ a fungovanie etablovaných procedúr, v dnešnom diplomatickom prostredí sa čoraz viac dostáva do popredia schopnosť kreatívneho (vynachádzavého!) zapojenia a aktivizácie rôznych hráčov doma i v zahraničí. Používaním vynachádzavosti vo svojej zahraničnej politike sa Slovensko môže stať nositeľom nového typu zahraničnopolitickej praxe, a tým i atraktívnym partnerom pre rôzne typy iniciatív.

IZRAELSKÉ BOJOVÉ UMENIE KRAV MAGA

Tento systém sebaobrany vymyslel a zosystematizoval Imrich Lichtenfeld (Imi Sde-Or), rodák z Budapešti, ktorý detstvo a dospievanie prežil v Bratislave na Laurinskej ulici. Bol juniorským šampiónom v zápasení, v 30-tych rokoch sa dostával na bratislavských uliciach čoraz častejšie do fyzických potýčok s antisemitskými a fašizoidnými chuligánmi. Po emigrácii do Palestíny sa stal v r. 1944 hlavným inštruktorom pre boj zblízka v bezpečnostných zložkách, po vzniku Izraela v r. 1948 sa stal hlavným inštruktorom pre boj zblízka pre

Izraelské ozbrojené sily (IDF). Systém Krav Maga neskôr zdokonalil a upravil i pre civilné použitie a dnes sa oficiálne vyučuje na izraelských školách. Pre jeho logickosť, jednoduchosť a efektívnosť ho využívajú bezpečnostné zložky po celom svete a je takisto celosvetovo populárnym bojovým umením. Všetky organizácie Krav Maga po svete vedia o tom, že zakladateľ tohto bojového umenia pochádzal z Bratislavy a poznajú spoločenský kontext, v ktorom bojové umenie v praxi vznikalo.

PRÍBEH PRAKTICKEJ INVENCIE

Ako príklad môžu slúžiť štiavnické bane. Niekdajšia pýcha a zdroj bohatstva Uhorského kráľovstva boli v 18. storočí kvôli plieneniu stavovských vojen a morovým epidémiám zdevastované a zatopené. V ťažkých prírodných podmienkach a vzhľadom na stav dobovej technológie bola ich obnova skoro neriešiteľným problémom. Nepomohlo ani pozvanie anglického konštruktéra Isaaca Pottera, ktorý sa v roku 1721 snažil vodu odčerpávať pomocou atmosférických čerpadí. Podarilo sa to až za pomoci originálnych vodostĺpcových čerpadí, ktoré v rokoch 1749-1753 navrhol a skonštruoval štiavnický rodák a vynálezca Jozef Karol Hell. So svojím učiteľom, profesorom Samuelom Mikovínom, zároveň vytvorili v okolí Banskej Štiavnice i originálny a vysoko inovatívny systém vodných nádrží (tajchov), ktoré sa využívali ako zdroj energie pre banskú techniku.

Hellova technológia čerpadí postavila slovenské baníctvo na špičku v celosvetovom meradle. Jeho vynález

sa používal v celej Európe a neskôr v 19. storočí i na odčerpávanie vody v Arizone či na čerpanie ropy z veľkej hĺbky v Pennsylvánii. Dodnes sa tento technologický postup využíva pri ťažbe na ropných poliach po celom svete.

PRÍBEH TVORIVEJ ADAPTÁCIE

Ako príklad môže slúžiť aj príbeh zbrojárstva na Slovensku. V 90-tych rokoch 20. storočia nastal strmý pád vývozu československej zbrojárskej výroby, spôsobený skončením studenej vojny a ďalšími globálnymi zmenami. Významný podiel pôvodného exportu tvorila ťažká obrnená technika zo zbrojoviek na Slovensku. V roku 1992 vyviezla ČSFR približne iba jednu osmiťinu vývozu zbraní v porovnaní s rokom 1987, pretože väčšina tankov, obrnených transportérov či húfníc z Považia, Martina alebo Detvy boli predtým dodávané do krajín, ktoré sa buď rozpadávali alebo boli finančne vyčerpané dlhotrvajúcimi vojnovými konfliktmi (ZSSR, Irán, Irak a pod.). V postihnutých regiónoch Slovenska to viedlo k masívnemu

prepúšťaniu, a vznikli tým neslávne známe „hladové doliny“.

Na rozvalinách slovenských zbrojoviek však ostalo množstvo talentu vo forme skúsených inžinierov, technikov a iných pracovníkov, ktorí začali nachádzať uplatnenie v rozbiehajúcim sa automobilovom priemysle. Automobilky ako Volkswagen, Peugeot a Kia sa usadili v regiónoch, kde boli v minulosti tankové fabriky a začali vyrábať moderné automobily. Slovensko dnes patrí k najväčším výrobcam áut na obyvateľa na svete a profituje z toho celý rad subdodávateľských odvetví. Navyše - mnohé popredné vývojárske štúdiá automobiliek ako Volkswagen, Audi, Mercedes, Bugatti, či Škoda majú vo svojich radoch mladých slovenských dizajnérov, absolventov VŠVÚ v Bratislave (ateliér transport designu doc. Štefana Kleina). Autá teda už nielen vyrábame, ale aj navrhujeme. Boris Grell, žiak doc. Kleina, navrhol napríklad dizajn malého rodinného auta VW Up!, ktoré sa bude vyrábať vo VW v Bratislave od roku 2012.

Dnes už notoricky známy je príbeh slovenskej garážovej firmy Eset. Pôvodne malý softvér NOD 32 naprogramovaný dvoma mladými informatikmi používa dnes vyše 100 miliónov osobných počítačov na svete.

K100 Grand Power je automatická pištoľ slovenskej výroby, ktorá má unikátny a inovatívny dizajn mechanizmu záveru (autor je držiteľom celosvetového patentu). Konštruktér a vynálezca Jaroslav Kuracina sa o zbrane začal zaujímať vďaka svojmu dedovi, ktorý bol partizán – postupne sa mu podarilo nakresliť, zostrojiť a začať vyrábať túto originálnu ručnú zbraň. V počiatkoch svojej činnosti neúspešne zháňal investora, nakoniec sa mu podarilo rozbehnúť rodinnú firmu, ktorá má dnes 40 zamestnancov a produkuje okolo 20 tisíc kusov zbraní ročne, dodávaných do celého sveta. Produkty sú vysoko oceňované odborníkmi v zahraničí.

V Bielorusku a na Ukrajine sa slovenskí aktivisti zapojili do procesov formovania občianskej spoločnosti. Niektoré dôležité spoločenské hnutia vďaka svojej novej kolektívnej identite a populárne slogany kreatívcom zo SR. Tým SR dokázala poskytnúť kľúčový aktivizačný potenciál demokratizačným hnutiam v daných krajinách.



ANDREJ BÁN

4 POTENCIÁL SLOVENSKA

POTENCIÁL Slovenska je predovšetkým súhrnom množstva „malých“ charakteristik, ich vzájomných prepojení a možných kombinácií (v protiklade k jednej dominantnej asociácii). Vo veľkej miere vychádza z možností, ktoré ponúka **neznámosť** (neobjavené, prekvapivé) a to, čo ešte krajinu len čaká (mladosť, čerstvosť). Jeho tajomstvo tkvie v **kreativite**, ktorá je chápaná ako **aplikovaná imaginácia, inteligencia, vynaliezavosť a schopnosť učiť sa za pochodu**.

Na základe predošlých kapitol je možné povedať, že okruh charakteristik, v ktorých vidíme potenciál Slovenska je pomerne široký. Je na individuálnych aktéroch ďalších procesov tvorby komunikačnej identity Slovenska, ktoré z nich si vyberú a budú ďalej rozvíjať a používať:

- Slovensko ako **krajina vo vývoji** – „work in progress“ – ponúka osobitú možnosť podieľať sa na jej budúcej podobe
- Slovensko ako **svojrázna krajina** – pôvodná, kultúrne rýdza, so špecifickou históriou zápasov, ktoré vytvárajú originálny príbeh prežitia
- Slovensko ako **krajina paradoxov** – protiklady existujúce vedľa seba, ale aj schopnosť obrátiť negatívne stereotypy na pozitívne prísluby
- Slovensko ako **koncentrovaná stredná Európa** – história, príroda, kultúra, životné štýly
- Slovensko ako **krajina inovácií** – schopnosť hľadať alternatívne riešenia, priestor vynaliezavosti a zrodu vynálezov a reforiem

- Slovensko ako **krajina schopná adaptácie** v ťažkých podmienkach
- Slovensko ako **krajina naakumulovanej energie** – mladosť, životaschopnosť, krajina dnešných i budúcich zmien
- Slovensko ako **krajina zaujímavých ľudí** – tvoriví jednotlivci, ľudský potenciál
- Slovensko ako **krajina pozitívnych prekvapení** – potenciál k objavovaniu

Slovensko je krajinou, ktorá nemá tradične vybudovanú tvrdú infraštruktúru. Zdanlivá nevýhoda však môže byť novou výhodou - v súčasnosti stále viac vzrastá dôležitosť **mäkkej infraštruktúry, a „softvér“ miesta je rovnako dôležitý ako jeho „hardvér“**.

Softvérom je tu predovšetkým ľudský potenciál, vynaliezavosť a energia - úspešná je tá krajina, ktorá disponuje kreatívnym potenciálom. Slovensko sa môže stať známym ako priestor a prostredie, ktoré podporuje výmenu ideí a umožňuje premeniť idey na produkty, služby a inovatívne riešenia problémov. Slovensko môže vsadiť na svoju **mentálnu infraštruktúru** – spôsob, akým sa stavia k príležitostiam a problémom, schopnosť generovať životné podmienky a prostredie, ktoré vytvára atmosféru, a tiež existencia politik a štruktúr, ktoré generujú podporné nástroje, schémy a programy.

Slovensko so svojou históriou (komunizmus, nežná revolúcia, rozdelenie Československa, vstup do EÚ, reformy) sa v čase globálnej krízy ukazuje ako prekvapivo bohaté:

- ekonomicky (vďaka trufalým reformám, ranej fáze rozvoja, istej skromnosti a zakorenenosti)
- kultúrne (špecifická stredoeurópska rozmanitosť, laboratórium strednej Európy)
- prírodne (neprebádaná a nezničená príroda, potenciál rozvoja nových foriem turizmu)
- ľudsky (nevybúrená energia, nápady, schopnosť sa vynájsť v ťažkých podmienkach)

V posledných rokoch Slovensko paradoxne profituje zo skutočnosti, že na rozdiel od svojich susedov ho neviažu tak silné tradície, zabehnuté systémy a zakorenené spôsoby fungovania. Od problematickeho štartu začiatkom 90-tych rokov, kedy bolo zaostávanie Slovenska voči svojim susedom evidentné vo všetkých smeroch, sa Slovensku podarilo v mnohých ukazovateľoch (nie len ekonomických, ale aj spoločenských a demokratických) predbehnúť okolité krajiny.⁴ Navyše – v obdobiach krízy, či zmeny paradigmy je istá nerozvinutosť výhodou – umožňuje ľahšie preskúmať nové možnosti, preskočiť, či vynechať isté fázy, bez väčších škôd sa pustiť novými smermi. Zároveň je tu prítomný moment prekvapenia - **v krajine je oveľa viac kreatívneho potenciálu, ako by sa mohlo javiť na prvý pohľad**, či podľa štandardných ukazovateľov.

4 Pozri napr. World Value Survey, The 2011 Legatum Prosperity Index, hodnotenia Slovenska, ako „silnej“ krajiny v rámci eurozóny a ďalšie

Materiál „Slovensko, krajina s potenciálom“ je prvým východiskom pre ďalšie kroky, vedúce ku komplexnej stratégii na všetkých úrovniach štátnej správy a samosprávy, a ich spolupráce s ďalšími subjektami, realizujúcimi svoju činnosť v oblasti prezentácie Slovenska v zahraničí. Jej ďalšiemu rozpracovaniu vo forme komunikačnej kampane by mala predchádzať široká verejná diskusia, ktorá by viedla k intenzívnejšej internalizácii tejto identity verejnosťou a hlbšiemu pochopeniu takto formulovanej identity Slovenska.

POĎAKOVANIE

Autori tejto štúdie úprimne ďakujú všetkým tým, ktorí svojimi radami, odbornosťou, skúsenosťami a inšpiráciou prispeli k jej vzniku; osobitne Benovi Pascoe, Janette Linvingstone, Abramovi Mullerovi a Illah van Oijen.

Ďakujeme aj tým, ktorí svojou prácou a existenciou vytvárajú pozitívny a zaujímavý obraz Slovenska.

Ministerstvo zahraničných vecí Slovenskej republiky
2. november 2011



ANDREJ BÁN



ILLAH VAN OIJEN



PRÍLOHA

ČLENovia EXPERTNÉHO TÍMU

ANDREJ BÁN

je kmeňový reportér a fotograf slovenského časopisu Týždeň (www.tyzden.com), spolupracuje so zahraničnými médiami (ONE magazine, NRC Handelsblatt, Newsweek, atď...). Kurátor viacerých výstav na Mesiaci fotografie v Bratislave, autor článkov o fotografii, lektor fotografických dielní na Letnej fotoškole v Poprade (1995, 2003) a člen medzinárodnej poroty Czech Press Photo (2000 až 2004). Zameriava sa na krízové oblasti sveta (Kosovo, Pakistan, Afganistan, Irán, Blízky Východ, Srí Lanka, Kaukaz, Haiti a pod.). Je predseda humanitárnej organizácie Človek v ohrození (www.clovekvohrozeni.sk), spoluzakladateľ občianskeho združenia Slovak documentary Photo. V roku 2005 mu bola udelená cena Krištáľové krídlo za mimoriadny prínos pri pomoci krajinám po cunami. V roku 2006 získal Novinársku cenu udelenú nadáciou Open Society Foundation (OSF) za najlepšiu reportáž (Krajina hrobov, Bosna) a v tom istom roku sa stal víťazom I. ročníka ocenenia Osobnosť slovenskej fotografie, ktoré udelila medzinárodná porota Stredoeurópskeho domu fotografie za knihu a výstavu Iné Slovensko. Novinársku cenu získal aj v roku 2007 za reportáže z Kosova a v roku 2008 za reportáže z Balkánu (kategória

najlepšia reportáž v printových médiách) a za fotografie volieb v Kosove (kategória najlepšia fotografia) a v roku 2010 za reportáž z Izraela a fotografie z Gruzínska. Vo vydavateľstve Slovart mu vyšli dve fotografické knihy – Iné Slovensko (2006) a Kosovo (2008).

JOZEF BÁTORA

je docent a riaditeľ na Ústave európskych štúdií a medzinárodných vzťahov FSEV Univerzity Komenského. Habilitoval sa v odbore teória politiky na FSEV UK (2009), PhD. získal v odbore politológia na Univerzite v Oslo (2006), MPhil v odbore verejná správa na Univerzite v Bergene (1999) a Bc. v odbore politológia na FfF Univerzity Komenského (1997). Pôsobil ako vedecký pracovník na Inštitúte pre výskum európskej integrácie, Rakúskej akadémie vied vo Viedni (2006 – 2009), ako vedec- ký pracovník v Centre európskych štúdií ARENA na Univerzite v Oslo (2006) a ako hosťujúci výskumný pracovník v centre Scancor na Stanfordskej Univerzite (2003 – 2004). Vo výskume sa zaoberá dynamikou zmien v diplomacii v procese európskej integrácie, verejnou diplomaciou, zahraničnou politikou EÚ, zmenami v euroatlantickej bezpečnostnej architektúre a úlohou inštitúcií v politickom živote. Je autorom monografie *Foreign Ministries and the Information Revolution: Going Virtual?*

(Leiden: Brill, 2008). Je spolueditorom a autorom editovanej knihy *Culture and External Relations: Europe and Beyond* (Londýn: Ashgate, 2011). Jeho vedecké články boli publikované okrem iného v *Journal of European Public Policy*, *The Hague Journal of Diplomacy*, *Cambridge Review of International Affairs*, *Journal of International Relations and Development* a *West European Politics*. Je členom riadiaceho výboru ECPR Standing Group on International Relations (www.sgir.eu) a členom redakčných rád časopisov *Mezinárodní vztahy* (ÚMV Praha) a *The Hague Journal of Diplomacy* (Clingendael). Od januára 2012 je šéfredaktorom časopisu *Journal of International Relations and Development*.

MARTIN BÚTORA

sociológ, spisovateľ a diplomat. Vyštudoval filozofiu a sociológiu na Filozofickej fakulte UK v Bratislave a habilitoval sa na Karlovej univerzite v Prahe. Koncom 60. rokov bol redaktorom študentských a kultúrnych časopisov *Echo*, *Reflex* a *Kultúrne životy*. V novembri 1989 bol spoluzakladateľom hnutia Verejnosť proti násiliu, v rokoch 1990 – 1992 pracoval ako poradca prezidenta ČSFR Václava Havla pre ľudské práva. V roku 1997 prišiel s ideou založiť Inštitút pre verejné otázky a stal sa jeho prvým prezidentom. V rokoch 1999 – 2003 bol veľvyslancom Slovenskej republiky vo Washingtone.

Je autorom sociologických monografií (o alkoholizme a svojpomoci), prozaických kníh a početných štúdií o budovaní demokracie, o zahraničnej politike a občianskej spoločnosti. V roku 2004 vydal zbierku štúdií a esejí *Odklíňanie*. Je autorom a editorom početných publikácií Inštitútu pre verejné otázky vrátane každoročných Súhrnných správ o stave spoločnosti, do ktorých pravidelne prispieval, naposledy v rokoch 2005 – 2011. V roku 2010 bol editorom a spoluautorom publikácie *Kde sme? Mentálne mapy Slovenska* a vydal zbierku štúdií a esejí *Druhý dych*.

OLGA GYÁRFÁSOVÁ

je absolventkou sociológie na Filozofickej fakulte Univerzity Komenského, dizertačnú prácu obhájila v odbore teória politiky. Od roku 1999 pracuje v Inštitúte pre verejné otázky, kde sa venuje výskumom a analýzam voličského správania, politickej kultúry, migrácie a ľudských práv. V rokoch 2000–2002 sa podieľala na komunikačných aktivitách v súvislosti so vstupom Slovenska do EÚ a NATO. Od roku 2006 prednáša na FSEV UK, vedie niekoľko kurzov, o. i. politickej sociológie a výskumnej metodológie. Pracovala na viacerých domácich i medzinárodných projektoch. Je národnou koordinátorkou výskumu európskych volieb a hlavnou riešiteľkou projektu Po-

rovnávacie štúdiá volebných systémov za Slovensko. Je tiež autorkou, spoluautorkou a spolueditorkou desiatok odborných publikácií, napríklad *Krajina v pohybe* (2001); *Kde sme? Mentálne mapy Slovenska* (2010); *Slovenské voľby, 10. Šanca na zmenu* (2011), ako aj mnohých štúdií a publicistických textov.

PETER HAJDIN

je absolventom Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave, odbor grafický dizajn, kde po skončení štúdiá pôsobil ako pedagóg. Od roku 2000 pracuje v reklamnej agentúre Komplot Advertising, ktorej je spolujaditeľom. Venuje sa dizajnu, tvorbe reklamných a komunikačných konceptov a konzultačnej činnosti v oblasti marketingovej komunikácie pre klientov z komerčného aj neziskového sektora. Venuje sa tiež hudobnej tvorbe. Je ženatý, má 3 dcéry.

PÉTER HUNČÍK

psychiater a spisovateľ maďarského pôvodu, žije na Slovensku. Je autorom niekoľkých odborných publikácií v oblasti psychiatrie. Dlhoročne sa angažuje za zlepšovanie bilaterálnych vzťahov medzi Maďarskom a Slovenskom, k tejto téme publikoval knihu *Maďari na Slovensku 1989-2004* (s Józsefom Fazekasom, 2004) a je aj spoluautorom *Súhrnnej správy o stave*

Slovenska (1997). Bol poradcom prezidenta ČSFR Václava Havla. V roku 2009 získal prestížnu maďarskú Cenu Sándora Bródyho (udeľovanú za najlepšiu literárnu prvotinu) za svoj román *Hraničný prípad*.

ZORA JAUROVÁ

vyštudovala divadelnú dramaturgiu na ČaBF VŠMU v Bratislave. Absolvovala niekoľko dlhodobých študijných stáží v zahraničí (Veľká Británia, Nórsko). Pôsobila ako divadelná dramaturgička, kritička a prekladateľka, pracovala ako konzultant pre zahraničné spoločnosti a NGO pri ich etablovaní na Slovensku. V rokoch 2004 – 2008 bola riaditeľkou národnej kancelárie európskeho grantového programu Kultúra (2007 – 2013) – Kultúrny kontaktný bod. V rokoch 2004 – 2006 zastupovala Slovenskú republiku vo Výbore pre kultúrne záležitosti Rady EÚ. V roku 2005 založila Inštitút pre kultúrnu politiku, venuje sa analytickej a mienkotvornej činnosti v tejto oblasti. Je viceprezidentkou európskej organizácie Culture Action Europe (www.cultureactioneurope.org). Od apríla 2007 pôsobila vo funkcii hlavného konzultanta projektu Košice – Interface 2013, ktorý sa stal víťazným projektom v slovenskej súťaži o titul Európske hlavné mesto kultúry 2013. V októbri 2008 bola vymenovaná do

funkcie riaditeľky a umeleckej riaditeľky projektu, v ktorej pôsobila do mája 2011.

MIRIAM MADROVÁ

absolvovala teoretickú kybernetiku na Matematicko-fyzikálnej fakulte UK v Bratislave. V rokoch 1993 – 2000 pracovala ako vedúca marketingového oddelenia v spoločnosti HT Computers, v r. 1997 absolvovala pracovnú stáž v agentúre Noiseworks Corporate & Media Relations, Maidenhead, UK. V rokoch 2000 – 2006 zastávala pozície senior konzultant a account director v komunikačnej agentúre Omnipublic, v rokoch 2006 – 2009 pracovala ako PR&Citizenship&CPE (Customer&Partner Experience) Lead v spoločnosti Microsoft. Od roku 2009 sa venuje nation branding a prezentácii Slovenska v zahraničí. Momentálne pôsobí ako vedúca oddelenia prezentácie na MZV SR.

VLADO TALIAN

vyštudoval Slovenskú vysokú školu technickú v Bratislave. Bol zakladateľom a programovým riaditeľom Radia Ragtime. V roku 1998 založil občianske združenie Hlava 98, s ktorým zrealizoval niekoľko občianskych a charitatívnych kampaní (Hodina deťom, Volím, teda som, Nie je nám to jedno a pod.), podieľal sa na komunikačných aktivitách

Ministerstva zahraničných vecí v súvislosti so vstupom Slovenska do EÚ a NATO. Od roku 2002 pôsobil v Rade Slovenského rozhlasu (2 roky jej predsedal), neskôr v Rade rozhlasu a televízie Slovenska. Pracoval ako konzultant pre projekty mimovládnych organizácií v Bielorusku a na Ukrajine. V súčasnosti pracuje na Ministerstve zahraničných vecí Slovenskej republiky.

MARIAN TIMORACKÝ

Vyštuoval špecializáciu filozofia - ekonómia na Filozofickej fakulte UK v Bratislave, absolvoval študijný pobyt na London School of Economics (1992). Pracoval ako výskumný pracovník v Ekonomickom ústave SAV a na Fakulte sociálnych vied UK v Prahe, bol poradcom predsedu Snemovne národov FZ ČSFR. Je spoluzakladateľ Centra pre výskum spoločenských problémov v Bratislave. Niekoľko rokov bol riaditeľom oddelenia strategického plánovania a výskumu Mark/BBDO Bratislava, od roku 1998 je výkonným riaditeľom United Consultants. Je spoluautorom viacerých odborných štúdií, pôvodných výskumných projektov, spoluautor 7 kníh, autor vyše 200 odb. článkov z oblasti prieskumu verejnej mienky, marketingovej komunikácie a branding a spoluautor niekoľkých významných publikácií o spoločenskom a politickom dianí v česko-slovenskom teritóriu.