

**UNIVERZITA KOMENSKÉHO V BRATISLAVE
FILOZOFICKÁ FAKULTA**

PODPORA MLADÝCH UMELCOV NA SLOVENSKU

Bakalárska práca

Študijný program: kulturológia
Študijný odbor: 3.1.2 kulturológia
Školiace pracovisko: Katedra kulturológie
Školiteľ: Mgr. Zuzana Mrvová, PhD.

Bratislava, 2010

Jana Hoosová

PREHLÁSENIE:

„Prehlasujem na svoju česť, že predloženú prácu som robila samostatne s použitím uvedenej literatúry.“

Bratislava, 2010

Podpis:

POĎAKOVANIE

Na tomto mieste by som rada poďakovala školiteľke mojej bakalárskej práce Mgr. Zuzane Mrvovej, PhD. za jej odborné vedenie a množstvo podnetných pripomienok a rád. Moje poďakovanie patrí tiež Mgr. Andrei Šalingovej, PhD. a Ing. Milade Halovej z Nadácie Tatra banky za ich ústretovosť a cenné informácie.

ABSTRAKT

HOOSOVÁ, Jana: *Podpora mladých umelcov na Slovensku*. (Bakalárska práca). Univerzita Komenského v Bratislave. Filozofická fakulta. Katedra kulturológie. Školiteľka: Mgr. Zuzana Mrvová, PhD. Stupeň odbornej kvalifikácie: Bakalár kulturológie. Bratislava: FFUK, 2009. 47 s.

Predkladaná teoreticko-aplikačná práca *Podpora mladých umelcov na Slovensku* si za cieľ kladie zmapovanie programov a projektov podpory mladého umelca so sústredením sa na iniciatívy podnikateľského sektora v danej oblasti. Vo svojom obsahu sleduje súčasnú reflexiu postavenia umelca v medzinárodnom kultúrnom priestore, ako aj identifikuje jeho práva a povinnosti definované slovenskou legislatívou. Analyzuje dostupné zdroje a formy umeleckej podpory, pričom dôraz kladie na možné subvencie zo strany podnikateľského subjektu, kde si všíma i podmienky a osobitosti recipročného vzťahu umelec – darca, ktoré dokumentuje na základe analýzy stratégie a aktivít Tatra banky ako finančnej inštitúcie hlásiacej sa ku konceptu spoločensky zodpovedného podnikania. Zvláštnu pozornosť venuje programu *Cena nadácie Tatra banky za umenie* ako príkladu implementácie princípov spoločensky zodpovedného správania firmy vo sfére podpory umenia.

Kľúčové slová: umelec, mladý umelec, podpora, zdroje, formy podpory, podnikateľský sektor, spoločensky zodpovedné podnikanie, Tatra banka

ABSTRACT

HOOSOVÁ, Jana: *The support of young artists in Slovakia*. (Thesis for a bachelor's degree). Comenius University in Bratislava. Faculty of Philosophy. Department of Cultural Studies. Lecturer: Mgr. Zuzana Mrvová, PhD. Degree of academic qualification: Bachelor. Bratislava: FFUK, 2009. 47 p.

The aim of the presented theoretical and aplicational thesis *The support of young artists in Slovakia* is to map the existing programs and projects for support of young artist with focus on the initiatives of business sector (commercial sector) in the field. In it's content it is monitoring the current status of the artist in international cultural space as well as it identifies his rights and responsibilities defined in Slovak legislation. It analyses the available resources and forms of artistic support, while it emphasizes possible subsidies from bussines subjects, where it also notes the conditions and specificities of reciprocal relationship between artist and donor, based on the analysis of the strategy and activities of Tatra Banka as a financial institution, which claims to support the concept of socially responsible business. Special attention is paid to the program *Tatra banka foundation prize for art*, as an example of implementation of the principles of socially responsible company in the field of support for the arts.

Keywords: artist, young artist, support, resources, forms of support, business, Corporate Social Responsibility, Tatra bank

PREDHOVOR

Postava umelca je v očiach mnohých ľudí generalizovaná do obrazu o excentrickej osobnosti, ktorá svoj status demonštruje svojším imidžom, nekonvenčným správaním či divokým životným štýlom. V skutočnosti táto utkvelá predstava tvorí len útržok zdanlivej reality, ktorá o existencii umelca nevypovedá objektívne. Určujúcimi pre jeho prácu sú totiž kompetencie ako výborná predstavivosť, senzitívne vnímanie okolitého sveta, zmysel pre detail alebo kreatívne myslenie, lebo len tie mu dávajú možnosť vyniknúť a presadiť sa.

Na tomto mieste vznikol v mojom uvažovaní impulz, venovať sa téme podpory umelca. Uvedomila som si, že umelecké povolanie je náročným a v zásade do veľkej miery neistým, keďže umelec musí počas svojho pôsobenia neustále presviedčať svojím výkonom v snahe o získanie angažmánu či záujemcu o jeho dielo. Na druhej strane je však okrem spomenutého zväčša konfrontovaný s nedostatkom vlastných prostriedkov na realizáciu svojich umeleckých vízií, preto pátra po alternatívnych zdrojoch. Nezostáva mu tak často iná možnosť, ako hľadať a zaujať okrem svojich „chlebodárcov“ i potenciálnych partnerov, ktorí by mu podali pomocnú ruku. Zameranie sa na podporu mladého umelca plyní z môjho presvedčenia, že práve on je zdrojom novátorského prístupu a nositeľom plodných inšpiratívnych nápadov, a preto si zaslúži príležitosť, aby sa mohol zviditeľniť a presadiť.

Myšlienku skúmať hlbšie možnú podporu zo strany podnikateľského sektora smerom k umelcovi mi vnukla publikácia *Firemná filantropia na Slovensku* editorov Jozefa Majchráka a Lýdie Marošiovej, ktorá predostiera reálne prípady filantropických aktivít vybraných podnikateľských subjektov na území Slovenskej republiky za posledné roky. Podnetnou bola pre mňa predovšetkým kapitola venovaná budúcim trendom v darcovstve, ktorá naznačila predpokladaný vývoj črtajúci sa ako spôsob efektívneho financovania kultúry a jej samotných aktérov – umelcov. Výzvou mi bol aj fakt, že v našom prostredí sa danej téme venujú kultúrne inštitúcie a organizácie len okrajovo, koncepčný náhľad do problematiky nebol spracovaný.

Jana Hoosová

OBSAH

ÚVOD.....	1
1. UMELEC V SÚČASNEJ SPOLOČNOSTI.....	3
1.1. Kompetencie a význam umelca pre spoločnosť.....	3
1.2. Status umelca v súčasnej spoločnosti.....	6
1.3. Postavenie a práva umelca na Slovensku.....	8
1.3.1. Postavenie a práva autora.....	8
1.3.2. Postavenia a práva výkonného umelca.....	9
1.3.3. Umelec a daňová povinnosť.....	11
2. PODPORA MLADÉHO UMELECA NA SLOVENSKU.....	13
2.1. Formy podpory mladého umelca.....	14
2.2. Zdroje podpory mladého umelca.....	17
2.2.1. Verejný sektor.....	17
2.2.2. Súkromný sektor.....	20
2.3. Vzťah umelec – donor.....	23
2.3.1. Donorstvo na základe konceptu spoločensky zodpovedného podnikania...24	
2.3.2. Umelec ako fundraiser.....	28
3. TATRA BANKA A PODPORA MLADÉHO UMELECA.....	31
2.4. Profil spoločnosti.....	31
2.5. Tatra banka a spoločenská zodpovednosť.....	32
2.6. Nadácia Tatra banky.....	35
2.7. Cena Nadácie Tatra banky za umenie.....	36
ZÁVER.....	42
BIBLIOGRAFIA.....	44
ZOZNAM PRÍLOH.....	48
PRÍLOHY.....	49

ÚVOD

Umenie je prirodzenou a neoddeliteľnou súčasťou spoločenského života a pre ľudí ako jeho vnímateľov, divákov či nadšencov predstavuje často natoľko žiaduci únik z každodennosti. Na jeho existenciu kardinálne vplyvajú mnohé podnety, my však pozorujeme, že v reálnom prostredí býva delimitované predovšetkým nedostatočnými finančnými prostriedkami.

Na Slovensku je funkčný pomerne široký viac zdrojový model financovania kultúry a umenia, ktorý sa ale v praxi javí stále nedostatočným. Cieľom našej práce je preto mapovanie možných programov a projektov, ktoré sú sondou do situácie a možností existujúcej podpory mladého umelca. Zameranie sa na podnikateľský sektor pramení zo snahy o hľadanie alternatívnych zdrojov financovania umeleckej tvorby, a to s akcentom na postavu mladého umelca, ktorý zo svojej neľahkej začínajúcej pozície, potrebuje o to väčšiu pozornosť, aby mohol naplno rozvinúť svoj talent a progresívne napredovať.

V prvej kapitole sa venujeme súčasnej reflexii postavenia umelca na rovine kultúrneho a spoločenského života. Sumarizujeme jeho vyžadované kompetencie, ktoré ho predurčujú na povolanie umelca a tiež dôležitosť jeho pôsobenia v kultúrnom dianí. Analyzujeme štatút, aký mu vymedzujú kultúrne inštitúcie, organizácie ako aj štátne orgány vo svetovom i európskom meradle. Ďalej špecifikujeme práva a povinnosti umelca-autora i výkonného umelca na Slovensku objasnením aktuálne platných zákonov.

V druhej kapitole skúmame možné formy a zdroje podpory mladého umelca, ktorého si tu charakterizujeme na základe vekového ohraničenia. Sústreďujeme sa na subvencovanie umeleckých aktivít prostredníctvom súkromného, ergo v našom ponímaní predovšetkým podnikateľského sektora, kde podrobnejšie sledujeme špecifiká vzťahu umelec – darca. Tento vzťah nahliadame cez atribúty konceptu spoločensky zodpovedného podnikania na strane podnikateľského subjektu, naopak umelca si všímame v pozícii schopného fundraisera.

Prácu uzatvárame tretou kapitolou, ktorá tvorí jej praktickú časť. Tu analyzujeme prístup Tatra banky ako finančnej inštitúcie, ktorá vo svojej firemnej stratégii aplikuje princípy konceptu spoločensky zodpovedného podnikania. Predkladáme viaceré príklady realizovanej podpory umenia touto finančnou inštitúciou, pričom detailne približujeme program *Cena nadácie Tatra banky za umenie* ako príkladu preukázanej podpory a ocenia mladých umelcov.

Pri spracovaní témy našej bakalárskej práce sme využili metódu kritickej analýzy na identifikovanie kľúčových poznatkov v danej problematike a následne deskripciu na sumarizáciu zásadných javov a skutočností. Praktickú časť sme spracovali na základe prípadovej štúdie Tatra banky, a.s. Bibliografické zdroje, ktoré boli pri písaní práce rozhodujúcimi predstavovali dokumenty Európskeho parlamentu, UNESCO ako aj zákony slovenskej legislatívy a tiež publikácie a internetové stránky obsahujúce údaje na tému spoločenskej zodpovednosti – najmä v oblasti umenia. Informácie pre praktickú časť boli získané na základe osobného rozhovoru s CSR manažérkou Nadácie Tatra banky Mgr. Andreou Šalingovou, PhD. a členkou prípravného výboru Cien Nadácie Tatra banky Ing. Miladou Halovou, ako aj prostredníctvom dostupných interných materiálov spoločnosti.

1. UMELEC V SÚČASNEJ SPOLOČNOSTI

Kultúra ako ľudská prirodzenosť a súčasť bytia sprevádza človeka na každom kroku a výrazne tak vplýva na jeho dotyky so spoločenským životom – na jeho smerovanie, premeny ako aj progres. Tak ako jedinec pôsobí prežívaním kultúry na zmeny v spoločnosti, tak spoločnosť vytvára jednotlivcovi priestor pre vlastnú sebareflexiu. Tento intenzívny vzťah je badateľný i v postave umelca, kreatívneho tvorcu a uskutočňovateľa kultúry. Cez umeleckú tvorbu prispieva k dotváraniu jej náležitého koloritu a svojím pôsobením determinuje formovanie svetonázorov; sociálnej reality.

Súčasná spoločnosť pozoruje a vníma postavenie umelca veľmi citlivo. Umenie má totiž v dnešnej societe množstvo nezastupiteľných funkcií a je jedinečne disponované nato, aby informovalo o aktuálne nastolených témach akými sú napríklad klimatické zmeny alebo ľudské práva a napomáhalo pri pátraní po riešení kľúčových otázok a spoločenskom napredovaní.¹ V nasledujúcom texte preto pozornosť upriamime na objasnenie postavenia a úlohy umelca v rovine kultúry a na status, práva a povinnosti, ktoré mu dnešná spoločnosť prideliuje.

1.1. Kompetencie a význam umelca pre spoločnosť

Priestor kultúry môžeme ponímať ako komplexný systém, ktorý tvoria aktéri zasahujúci do jej jednotlivých foriem. Aktérmi kultúrneho života ovplyvňujúcimi kultúrnu politiku jednotlivých krajín sú predovšetkým umelci a tvorcovia spolu s publikom tvoriaci spolu tzv. umelecký systém a rozhodovatelia a mediátori alebo sprostredkovatelia predstavujúci tzv. kultúrny systém.² Umelec sa tak stáva nevyhnutnou súčasťou tejto štruktúry. Byť umelcom si vyžaduje sústavu príslušných kompetencií: prácu s talentom, kreativitou, inováciou, skúsenosťami, nadobudnutými vedomosťami a oduševnením, na

¹ HARTLEY, J. 2009. *Arts and Ecological Sustainability*. [online] London: Arts Council England, 2009. s. 4. [citované 20.2.2010] Dostupné na internete: <<http://www.ifacca.org/media/files/Arts%20and%20Ecological%20Sustainability%20-%20D%27Art%2034.pdf>>

² KOLLÁR, M.- MRVOVÁ, Z. (ed.). 2002. *Národná správa o kultúrnej politike SR. Správa európskych expertov*. Bratislava: Ministerstvo kultúry SR, 2002. s 26.

základe ktorých tvorí dielo alebo už existujúce artefakty pretvára, obmieňa, predvádza, prednáša či znázorňuje.

Umeleckú tvorivosť, ktorú obvykle vnímame ako schopnosť objavovať nové možnosti alebo ich nanovo kombinovať je podľa Hagoorta spojená s náhodou, chaosom, so zmenou nálad, s nepredvídateľnosťou. Umeľcov považuje za ľudí s veľmi intenzívnym vnímaním, dobrou pamäťou a danosťou myslieť v analógiách a systémoch.³ Môžeme ho nahliadať ako istý medzičlánok sprostredkujúci umenie zákazníkovi, konzumentovi či divákovi.

Súčasným často skloňovaným prínosom umenia a kultúry je kreativita⁴. Ako jedna z očakávaných dispozícií umelca čerpajúca z kultúrneho kontextu, prispieva k tvorbe a objaveniu nových metód zabezpečujúcich nárast produkcie, ako aj ku generovaniu samotnej kultúrnej, ekonomickej a sociálnej inovácie, ktorá sa podľa mnohých autorov prejavuje rozmanitými formami akými rozumieme nové vízie, diferenciáciu tovarov a služieb vedúcu k ekonomickému progresu alebo kreovanie nehmotných a symbolických hodnôt. „Pre umelca sú ich diela vždy výsledkom hľadania, a preto sú neopakovateľné. Inými slovami, tvorivý svet je prirodzene inovatívny.“⁵

Medzinárodná federácia umeleckých rád a kultúrnych agentúr (the International Federation of Arts Councils and Cultures – IFACCA) v spolupráci s ministerstvami a národnými inštitúciami z viacerých krajín v roku 2003 zovšeobecnila prínosy, ktoré spoločnosti plynú z umenia a tvoria argumentáciu pre jeho podporu. Smolíková ich v publikácii *Management umění* zhrnula nasledovne:

- Ekonomický vplyv – umenie povzbudzuje rast a rozvoj:
 - motivuje príliv nových finančných prostriedkov (koprodukcia, partnerstvo, spolupráca),
 - má multiplikačný efekt (stimuluje ďalšie služby a ich skvalitnenie),
 - je cieľom kultúrneho turizmu a posilňuje cestovný ruch;
- Vzdelanie:

³ HAGOORT, G. 2009. *Umelecký management v podnikateľskom styly*. Praha: Akademie muzických umění v Praze a KANT, 2009. s. 43.

⁴ Pozn.: Pod pojmom kreativita budeme rozumieť fenomén, ktorý sa vzťahuje na schopnosť individua myslieť inovatívne a imaginatívne, a tým sa dostať za tradičné spôsoby riešenia problémov.

In GINSBURGH, V.A.- THROSBY, D. 2006. *Handbooks of the economics of art and culture. Creativity and Behaviour of Artists*. [online] Amstredam: North- Holland, 2006. 508. [citované 17.4.2010] Dostupné na internete: <http://www.elsevier.com/wps/find/bookdescription.cws_home/622130/description#description>. ISBN-13: 978-0-444-50780-6.

⁵ HAGOORT, 2009, s. 33

- sprostredkováva kultúrne hodnoty,
- artikuluje a interpretuje akademické poznanie;
 - Zdravie – umenie skvalitňuje psychické aj fyzické zdravie:
- poskytuje zábavu a relax,
- je základom arteterapie,
- aktívne vedenie umenia (napr.: tanec, kreslenie,...),
- prevencia negatívnych sociálnych prejavov;
 - Sociálny vplyv – umenie podporuje členov komunity, posilňuje spoločenské zaradenie:
- odbúrava predsudky a stereotypy,
- dostupnosť rôznym sociálnym vrstvám,
- príležitosť pre spoločenské stretávanie sa,
- miesto sociálnej komunikácie,
- národná (miestna) prestíž a reprezentácia.⁶

Z uvedeného vyplýva, že umenie má široký celospoločenský dosah a jeho pôsobenie môže pozitívne ovplyvňovať takmer všetky oblasti života.

Národná správa o kultúrnej politike SR v časti *Vízia o úlohe kultúry v slovenskej spoločnosti* popisuje situáciu vnímania umenia a kultúry v našom prostredí a upriamuje pozornosť na potrebu zmeny chápania kultúry len ako „doplnku a luxusného artikla“, ktorú zabezpečujú umelci a príslušné inštitúcie, pretože ju to takmer nevyhnutne odsúva do pozície sekundárnych potrieb. Pri vnímaní kultúry ako jedného z formotvorných faktorov je potom zrejmé, že jej vplyv zasahuje široké sféry spoločenského života a šírením kultúrnych hodnôt a aktívnou účasťou občanov na ich tvorbe „... prináša celospoločenský efekt vznikajúci zo šírenia pozitívnych externalít“. Umelec tak svojou prácou nielen naplňa kultúrny obsah, ale rovnako pozitívne vplýva na verejný život a napomáha uspokojovaniu takých základných potrieb akými sú zamestnanosť, zdravie či bývanie.

⁶ SMOLÍKOVÁ, M. (ed.). 2008. *Management umění*. Praha: Vysoká škola umělecko- průmyslová, 2008. s. 68. ISBN 978-80-86863-24-5.

1.2. Status umelca v súčasnej spoločnosti

Úloha a pozícia umelca v spoločnosti sa menila vzhľadom na obdobie a preferencie spoločenského života v danej historickej epoche. V súčasnosti sa postavenie umelca v spoločnosti komunikuje pomerne intenzívne. Načrtli sme, že dosah kultúry a umenia na širokú sféru spoločenských záujmov ho posúva do pozície jedného z formotvorných faktorov pre dnešnú societu. Jeho vykonávateľom je umelec s danosťou a schopnosťou vplývať na spoločenské dianie. Umelci v dnešnej dobe reprezentujú akýsi „duševný doplnok“, ktorý je pre Európu so spoločnou trhovou ekonomikou a jednotnou menou nevyhnutne vyžadovaný.⁷

Postavenie a práva umelca tvoria jednu z tém, ktorými sa v istej periodicite zaoberajú kultúrne inštitúcie, organizácie ako aj štátne orgány v oblasti kultúry na celom svete, na druhej strane ide ale o ťažiskovú a kontinuálnu tému kultúrnych a umeleckých sietí a rozličných zoskupení výkonných i reprodukčných umelcov. Za prelomovú možno považovať konferenciu UNESCO v roku 1980 v Belehrade, na pôde ktorej vznikla akceptovaná a často citovaná definícia charakterizujúca umelca nasledovne: „Umelcom sa rozumie každá osoba, ktorá tvorí alebo sa tvorivo prejavuje, alebo pretvára umelecké diela, ktorá považuje svoju umeleckú tvorbu za základnú časť svojho života a prispieva touto cestou k rozvoju kultúry a umenia a ktorá je alebo požaduje byť uznanou ako umelec, či už je alebo nie je viazaná vzťahmi k zamestnávateľovi alebo nejakému združeniu.“⁸ Vzhľadom na špecifiká konkrétnych štátov a ich kultúrnych politík bolo vyššie spomenuté chápanie umelca implementované do národných, niekde až regionálnych či lokálnych právnych ustanovení. Faktormi ovplyvňujúcimi uvedené sú rozmanité prístupy v zriadení a fungovaní národných kultúrnych politík, ako i sociálnom a daňovom systéme danej krajiny, ale aj zmeny v pracovných vzťahoch a podmienkach pre umelcov spôsobené novými komunikačnými technológiami a vývojom kultúrneho (kreatívneho) priemyslu.⁹

⁷ EURÓPSKY PARLAMENT. 1999. *Report on the situation and role of artists in the European Union*. European Parliament Committee on Culture, Education and the Media. [online] 1999. s. 14 [citované 11.03.2010] Dostupné na internete:

<<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?sessionId=1272E7414192BF3B05FC7E4435AEC309.node1?language=EN&pubRef=/EP//NONGML+REPORT+A4-1999-0103+0+DOC+PDF+V0//EN>>

⁸ UNESCO. 1980. *Recommendation Concerning the Status of the Artist*. [online] 1980 [citované 11.03.2010] Dostupné na internete:

<http://portal.unesco.org/en/ev.phpURL_ID=13138&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html>

⁹ <<http://www.labforculture.org/en/resources-for-research/contents/research-in-focus/status-of-artists-in-europe>> [citované 11.03.2010]

V roku 2007 bola Európskym parlamentom vytvorená *Správa o sociálnom štatúte umelcov*, ktorá ošetruje vo svojom znení postavenie a situáciu umelca prostredím Európskej Únie. Vymenováva jednotlivé ustanovizne dotýkajúce sa práv umelca, navrhuje body na zlepšenie jeho situácie, vyjadruje sa k ochrane umelca a k potrebe celoživotného vzdelávania a rekvalifikácie ako nutnosti pre jeho plnohodnotné fungovanie. *Správa o sociálnom štatúte umelcov* okrem iného obsahuje štyri body priamo vplývajúce na oblasť pôsobenia umelca a jeho potenciálnej podpory:

- umenie treba považovať za prácu a povolanie
- umelci sú jediní pracovníkmi, ktorí nemajú štatút stanovený zákonom
- **umelecké sklony, danosti a talent stačia iba na otvorenie cesty k profesionálnej umeleckej kariére**
- Charta UNESCO predstavuje vynikajúci základ pre uznanie dôležitosti činností profesionálov z oblasti umeleckej tvorby

Súčasťou dokumentu je dôvodová správa uvádzajúca, že väčšina ťažkostí, s ktorými zápasí umelec, nie sú kultúrneho charakteru, ale bývajú spojené skôr s mobilitou, vízovou politikou, zdravím, sociálnymi istotami a dôchodkovým zabezpečením.¹⁰

V rámci miléniových aktivít vo Veľkej Británii, ktorá je v súčasnosti lídrom nových iniciatív v oblasti umenia a kultúry, bolo úsilím zviditeľnenie umelcov a ich prínosu pre širokú verejnosť. „Iniciatíva s názvom Rok umelca“¹¹ definuje umelcov ako vykonávateľov profesie (podmienených vzdelaním alebo doterajšími výsledkami v oblasti umenia), ktorí sú zapojení do tvorivého procesu akejkoľvek formy umenia.“¹² Rovnako ako Spojené kráľovstvo, tak i ostatné európske štáty v rámci svojich koncepčných kultúrno-politických dokumentov upravujú status umelca, jeho práva a povinnosti v súlade s legislatívnymi opatreniami a osobitosťou danej krajiny.

¹⁰ EURÓPSKY PARLAMENT. 2007 *Správa o sociálnom štatúte umelca*. [online] Brusel: 2007. s. 3-4. [citované 11.03.2010] Dostupné na internete:

<http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/pr/649/649349/649349sk.pdf>

¹¹ Rok umelca (Year of the Artist) bola iniciatíva prebiehajúca od júna 2000 do mája 2001 v Spojenom kráľovstve, ktorej cieľom bolo pozdvihnúť umelca a spropagovať jeho hodnotu všetkými umeleckými formami, a to cez umiestnenie počtu vyše 1000 umelcov do rezidencií po celej krajine a vyňatia umelcov z kamenných inštitúcií typu múzeum či koncertné haly medzi ľudí na verejný priestor, akým sú supermarkety, verejná doprava či športové štadióny. Tým im bola predstretá príležitosť vplývať na životy bežných ľudí a upozorniť na ich pozitívnu rolu, ktorú zastávajú v spoločnosti.

<<http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/documents/publications/456.pdf>> [citované 25.03.2010]

¹² KOL. AUTOROV. 2004. *Artists Rights in a European Cultural Space*. [online] Bonn: ERICarts, 2004. s. 3. (In: the UK Year of the Artist, June 2000 to May 2001) [citované 11.3.2010] Dostupné na internete: <<http://www.ericarts.org/web/files/73/en/artists-rights.pdf>>

1.3. Postavenie umelca na Slovensku

V snahe o presné vymedzenie postavenia umelca na území Slovenskej republiky je potrebné skúmať ustanovenia, ktoré sú objektívne platné pre všetky osoby, ktoré sú umelcami, majú ambíciu sa nimi stať alebo sa za nich pokladať. Zameriame sa tak na sprehľadnenie miesta umelca v našej spoločnosti cez právne normy vo forme aktuálne platných zákonov. Vyhneme sa tým často rôznym, ba až protichodným chápaniam figurujúcim v rôznych pohľadoch a koncepciách pojednávajúcich o pojme umelec.

Náš právny systém v *Zákone o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom*¹³ identifikuje v nazeraní na pojem umelec dve možné interpretácie: umelec – autor, ktorý sa vlastnou kreatívnou činnosťou podieľa na tvorbe alebo pretváraní umeleckého diela a výkonný (reprodukčný) umelec, ktorý dielo prezentuje; predvádza. Ich práva a povinnosti je následne po ich diferenciacii nutné odlíšiť, pričom sa budeme v oboch prípadoch pridržovať znenia Autorského zákona.

1.3.1. Postavenie a práva autora

Autor je človek, ktorý modeluje a zhmotňuje svoju umeleckú víziu do tvárnej podoby. Predpokladom pre jeho prácu sú vlohy ako silná imaginácia, kreativita, nekonvenčné a inovatívne myslenie, ktoré búra vžitú, narúša rutiny a vnáša do priestoru isté neočakávané riešenia. Konečný výsledok jeho práce je potom výtvor ako napríklad scenár, pieseň, maľba, fotografia alebo i dielo obsahujúce prvky viacerých druhov umenia.

Autorský zákon vymedzuje vo svojej druhej časti autora ako „fyzickú osobu, ktorá dielo vytvorila“ a následne definuje autora súborného diela: „Autorom súborného diela ako celku je fyzická osoba, ktorá vybrala alebo usporiadala jeho obsah; práva autorov diela takto vybraných alebo usporiadaných v súbornom diele nie sú dotknuté.“^{14, 15}

Zákon o autorskom práve tiež upravuje dielo, ktoré je predmetom autorského práva, a teda výsledkom tvorivej duševnej činnosti autora a klasifikuje ho nasledovne: je ním

¹³ Zákon č. 618/2003 Z. z. o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom (autorský zákon)

¹⁴ §6 ods. 1,2 zákona č. 618/2003 Z. z. o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom (autorský zákon)

¹⁵ Súborným dielom rozumieme najmä zborník, časopis, encyklopédiu, antológiu, pásmo, výstavu alebo inú databázu, ktorá je súborom nezávislých diel, ktorý je spôsobom výberu či usporiadaním obsahu výsledkom vlastnej tvorivej činnosti autora.

§7 ods. 2 zákona č. 618/2003 Z. z. o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom (autorský zákon)

najmä slovesné dielo a počítačový program, ústne podané slovesné dielo, divadelné dielo, hudobné dielo s textom i bez textu, audiovizuálne dielo (predovšetkým filmové dielo), maľba, kresba, náčrt, ilustrácia, socha a iné dielo výtvarného umenia, fotografické dielo, architektonické dielo, dielo úžitkového umenia, kartografické dielo.¹⁶ Zákon bližšie špecifikuje a ohraničuje súborné dielo, dielo spoluautorov, spojené diela a spoločné dielo a ozrejmuje tak osobitosti jeho jednotlivých foriem.

Zákon indikuje vo svojom obsahu súbor majetkových i nemajetkových práv z neho plynúcich. Podľa majetkového práva má autor právo použiť svoje dielo a udeľovať súhlas na každé použitie diela (pričom pri verejnom rozširovaní originálu diela mu vzniká právo na odmenu), toto právo je neprevoditeľné a je predmetom dedičského konania. Podľa osobnostného (nemajetkového) práva je na rozhodnutí autora, či dielo označí alebo neoznačí menom, prípadne pseudonymom, rovnako rozhoduje o zverejnení diela a toto právo je obdobne neprevoditeľné, avšak smrťou zaniká a jeho autorstvo k dielu nesmie byť nikým prisvojené.¹⁷

1.3.2. Postavenie a práva výkonného umelca

Výkonného (reprodukčného) umelca si môžeme predstaviť ako človeka, ktorý už existujúce dielo interpretuje; reprodukuje. Vo svojom znení ho definuje i autorský zákon, konkrétne v prvej časti: „Výkonný umelec je spevák, hudobník, herec, tanečník a iná osoba, ktorá spieva, hrá, predvádza, prednáša alebo inak vykonáva literárne dielo, umelecké dielo alebo folklórne dielo.“¹⁸ Postavu výkonného umelca špecifikuje i *Zákon o Slovenskom národnom divadle* z roku 1997 a tiež *Zákon o divadelnej činnosti* z toho istého roku, avšak v zúženom ponímaní upriamenom výhradne na divadelnú činnosť. *Zákon o Slovenskom národnom divadle* ustanovuje personálne zložky pôsobiace v divadle: samostatní divadelní umelci, divadelní umelci v zbore, v orchestri alebo v inom umeleckom zoskupení, ďalší umeleckí zamestnanci a ostatní zamestnanci.¹⁹ Ďalej upravuje pracovno- právne podmienky, za akých je možné divadelnú činnosť vykonávať a tiež

¹⁶ §7 ods. 1 zákona č. 618/2003 Z. z. o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom (autorský zákon)

¹⁷ §17,18 zákona č. 618/2003 Z. z. o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom (autorský zákon)

¹⁸ §5 ods. 18 zákona č. 618/2003 Z. z. o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom (autorský zákon)

¹⁹ §6 ods. 1 zákona č. 385/1997 Z. z. zákon o Slovenskom národnom divadle

pojednáva o forme a spôsobe odmeňovania umelcov. *Zákon o divadelnej činnosti* bližšie stanovuje, kto je považovaný za samostatného divadelného umelca a divadelného umelca v zbore, orchestri alebo v inom zoskupení, ako aj ďalšieho umeleckého zamestnanca: „Samostatný divadelný umelec je herec, spevák, hudobník, tanečník a fyzická osoba inej umeleckej profesie. Na účely tohto zákona je fyzickou osobou inej umeleckej profesie najmä režisér, dirigent, mím, zbormajster, choreograf, baletný majster, korepetítor, dramaturg, scénický a kostýmový výtvarník a svetelný dizajnér. Divadelný umelec v zbore, v orchestri alebo v inom umeleckom zoskupení je najmä zborový spevák, orchestrálny hudobník a skupinový tanečník, ktorý hrá, spieva, predvádza, prednáša alebo iným spôsobom uvádza umelecké dielo iba v osobitnej umeleckej skupine tvoriacej orchester, inú hudobnú skupinu, spevácky alebo recitačný zbor, baletnú alebo inú tanečnú skupinu. Ďalší umelecký zamestnanec divadla je každá fyzická osoba v umeleckej profesii návrhárskeho alebo spracovateľského charakteru, najmä inšpicient, umelecký stolár, vlásenkár, krajčír, maskér, šepkár a ostatní umeleckoremeselní zamestnanci.“²⁰ Rovnako ako v predchádzajúcom zákone v nasledujúcich paragrafoch zákon analogicky určuje podmienky vykonávania pracovného pomeru a systému odmeňovania.

Majetkové práva výkonného umelca sú taktiež súčasťou autorského zákona, ktorý ich ošetruje obdobne ako práva autora – výkonný umelec má právo použiť svoj umelecký výkon a udeľovať súhlas na jeho ďalšie použitie (z čoho mu vyplýva právo na primeranú odmenu v užšie špecifikovaných prípadoch) a majetkové práva výkonného umelca sú vymožiteľné v trvaní 50 rokov od podania umeleckého výkonu.²¹ Osobnostné práva sú v jednotlivých bodoch zhodné s vyššie opísanými právami autora.

Právne ohraničenie umelca – autora a výkonného umelca diferencuje ich postavenie, ako aj majetkové a osobnostné práva. Odlišnosti medzi nimi pozorujeme i v pracovnoprávnej praxi, keď sa zdá, že autor pôsobí častejšie pod hlavičkou tzv. slobodného umelca, zatiaľ čo výkonný umelec uprednostňuje väčšmi štatút zamestnanca. Uvedené, má bezprostredný vplyv na ich pozíciu v právnom systéme a na daňovú povinnosť.

²⁰ §9 ods. 1-4 zákona č. 384/1997 Z. z. o divadelnej činnosti v znení zákona č. 416/2001 Z. z.

²¹ §63 zákona č. 618/2003 Z. z. o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom (autorský zákon)

1.3.3. Umelec a daňová povinnosť

Okrem definovania štatútu umelca cez legislatívne vymedzenie je nemenej dôležitou časťou sprehládnenie právnych aspektov jeho postavenia na území Slovenskej republiky z pohľadu daňového systému a práv a povinností z neho plynúcich. Umelec môže vykonávať činnosť, ktorej príjem je predmetom dane z príjmov fyzických osôb v zásade dvoma spôsobmi:

- 1) Jedná sa o tzv. závislú činnosť, ktorou podľa zákona o daniach z príjmov rozumieme činnosť v rámci pracovnoprávneho alebo služobného vzťahu. Jadrom závislej činnosti je fakt, že umelec pri výkone svojej práce pre platiteľa príjmu je povinný dodržiavať pokyny a príkazy platiteľa. Pre zdaňovanie tohto typu príjmov platia v plnom rozsahu všeobecné ustanovenia o zdaňovaní príjmov zo závislej činnosti fyzických osôb.²²
- 2) Umelec však svoju činnosť môže vykonávať i ako tzv. slobodné povolanie (Slovenská legislatíva tento pojem používa len pre iné typy povolání ako advokát či autorizovaný architekt, v medzinárodných zmluvách záväzných pre SR je zakotvený aj v zmysle zahŕňajúcom pozíciu umelca).²³ Umelec v slobodnom povolaní figuruje v slovenskom právnom systéme ak samostatne zárobkovo činná osoba²⁴ (ďalej len SZČO), ktorá je za svoju činnosť odmeňovaná predovšetkým na základe zmlúv podľa autorského zákona. Príjmy sú tu zdaňované ako príjmy z inej samostatnej zárobkovej činnosti.²⁵

Samostatnú skupinu umelcov tvoria tzv. dobrovoľne nezamestnaní, pričom sa nejedná o celkom marginálny jav najmä medzi mladými umelcami, ktorým nevyhovuje systém nastavený pre SZČO najmä z hľadiska ich povinností voči poisťovniam, ktoré v

²² §5 zákona č. 595/2003 Z.z. o daniach z príjmov v znení neskorších predpisov

²³ KOLLÁR, M.- MRVOVÁ, Z. (ed.), 2002, s. 95,96

²⁴ Pozn.: Samostatne zárobkovo činná osoba je fyzická osoba, ktorá vykonáva poľnohospodársku výrobu, má oprávnenie prevádzkovať činnosť, má oprávnenie na vykonávanie činnosti podľa osobitného predpisu- všetci tlmočníci a znalci, je spoločníkom verejnej obchodnej spoločnosti alebo komplementárom komanditnej spoločnosti, vykonáva športovú činnosť alebo vykonáva činnosť obchodného zástupcu.

<<http://www.socpoist.sk/szco/1534s>> [citované 13.04.2010]

Pojem iná samostatná zárobková činnosť použil zákonodarcu z dôvodu, že väčšina samostatne zárobkových činností spadá pod právny pojem podnikanie. Umelec ale nepotrebuje na výkon predmetu svojej činnosti verejnoprávne oprávnenie typu živnostenské oprávnenie či členstvo v profesijnej komore, a pod., čiže nemá postavenie podnikateľa v zmysle § 2 ods. 2 Obchodného zákonníka (zákon č 513/1991 Zb. v znení neskorších predpisov).

In KOLLÁR, M.- MRVOVÁ, Z. (ed.), 2002, s. 95,96

²⁵ §6 ods. 2 zákona č. 595/2003 Z.z. o daniach z príjmov v znení neskorších predpisov

tejto pozícii riešia na dobrovoľnej báze, pričom zdaňovanie ich príjmov sa uskutočňuje obvyklým spôsobom analogickým pre SZČO.

Mnohí umelci vnímajú ako istý diskriminačný prvok v slovenskej legislatíve fakt, že sú jedinou skupinou na Slovensku, ktorá má okrem 19% dane povinnosť platiť navyše 2% z príjmov podľa autorského zákona ako príspevok do umeleckých fondov, keď od roku 1993 sa finančným základom ich hospodárenia takmer výlučne stali dvojpercentné príspevky umelcov a príspevky za použitie voľných umeleckých diel: „Finančným základom hospodárenia fondov sú príspevky príjemcov autorských odmien a odmien výkonných (reprodukčných) umelcov, príspevky za použitie voľných diel, príspevky používateľov diel a príspevky z odmien a náhrad výrobcov a dovozcov nenahratých nosičov zvukového a zvukovoobrazového záznamu a snímok a z odmien a náhrad požíčiatateľov snímok, zvukových záznamov, snímok videogramov a snímok kinematografických diel.“²⁶ Takto nastavený mechanizmus získavania príspevkov a ich prerozdelenia za účelom ďalšieho financovania sa javí pre umelcov oproti ostatným daňovníkom znevýhodňujúci.

Spomenutú skutočnosť však nemožno vnímať bez zohľadnenia kontextu možnosti uplatňovania si odpočítateľnej položky zo základu zdaniteľného príjmu na úhradu nákladov spojených s vytvorením diela, ktorá sa poskytuje automaticky určeným percentom. Novotný podčiarkuje, že tvorcovia si môžu odpočítať aj viac, ak doložia, že výdavky priamo spojené s tvorbou prevyšovali automatickú úľavu zo zdaniteľného príjmu (najčastejšie sa to týka výtvarníkov, osobite sochárov).²⁷

Pôsobenie umelca na území Slovenskej republiky je právne ukotvené a špecifikované vo viacerých zákonoch a nariadeniach objasňujúcich definovanie jeho postavenia, podmienky práce, povinnosti a možnosti. Nato, aby ich umelec obsiahol, sa musí orientovať v súbore noriem a tie pozorne vnímať vzhľadom na ich priebežnú aktualizáciu, ktorá môže priamo ovplyvňovať jeho existenciu. Právne aspekty však nie sú jedinou oblasťou, ktorá je pre umelcovo povolanie určujúca - pre vykonávanie umeleckej činnosti musia byť dostupné viaceré podmienky, bez ktorých by jeho snaženie a nadanie nemohli byť zúročené.

²⁶ §3 ods. 1 č. 13/1993 Z. z. zákon Národnej rady Slovenskej republiky o umeleckých fondoch v znení zákona č. 283/1997 Z. z.

²⁷ NOVOTNÝ, O. 2003. *Podpora kultúry z verejných zdrojov*. Bratislava: Národné osvetové centrum, 2003. s. 43.

Pozn.: Zákon č. 595/2003 Z.z. o daniach z príjmov v znení neskorších predpisov určuje v §6 ods. 10 výšku automatickej úľavy na 40%.

2. PODPORA MLADÉHO UMELCA NA SLOVENSKU

Umelec, či už ako tvorca umeleckého diela, alebo osoba, ktorá vytvorené dielo interpretuje, potrebuje pre svoju prácu množstvo splnených podmienok v závislosti od viacerých faktorov ako oblasti umenia, v ktorej pôsobí, plodnosti tvorby, rozsahu angažmánu či náročnosti vytváraného/reprodukováného diela. Vlastný vklad vo forme vrodeneho talentu, intelektu a šikovnosti sa bezpodmienečne musí prepojiť so zabezpečením iných predpokladov. Vhodný priestor, rozmanitý materiál, neustále dynamicky sa meniace technológie, finančná podpora a samozrejme neustále vzdelávanie sa vo svojej oblasti za účelom zdokonaľovania sa, reflektovania nových trendov a zvyšovania vlastnej konkurencieschopnosti voči okoliu, sa zdajú byť nevyhnutnosťou.

Martin Cikánek uvádza príklad z reálnej praxe, keď spomína na začiatky rockovej hviezdy Stinga, ktorý si svoj prvý nástroj zadovážil za peniaze z grantu *Rady pre umenie Veľkej Británie* a neskôr absolvoval svoje prvé verejné vystúpenie na pódiu kultúrneho centra rovnako dotovaného z prostriedkov *Rady*. Poukazuje tak na fakt, že i malý príspevok a ním podporené nekomerčné umenie, môžu medzi podporovanými zachytiť talent a závažne ovplyvniť jeho ďalší úspech a v nejednom prípade prekonajú z dlhodobého hľadiska investičnú návratnosť poskytnutej sumy i mnohonásobne.²⁸

Príklad z anglosaského prostredia v intenciách našich podmienok pôsobí priam rozprávkovovo a pravdepodobnosť podobného príbehu tu nie je súčasťou každodenných očakávaní, preto sa v tejto kapitole budeme podrobne venovať situácii, okolnostiam a možnostiam v oblasti podpory mladého umelca realizovateľnej v našich pomeroch. Osobu mladého umelca tu nazeráme vzhľadom na kategóriu veku, keď za mladého umelca považujeme človeka do 35 rokov, pre ktorého predstavuje umelecká tvorba hlavnú pracovnú náplň. Tu je registrovaný ako fyzická osoba, ergo nespadá do skupiny inštitucionalizovaných foriem umelcov v občianskych združeniach.

²⁸ CIKÁNEK, M. 2009. *Kreativní průmysly příležitost pro novou ekonomiku*. Praha: Institut umění- Divadelní ústav v Praze, 2009. s. 73.

2.1. Formy podpory mladého umelca

Spôsobov, ako pomôcť mladému umelcovi sa núka široké spektrum. My budeme situáciu analyzovať cez rôzne formy možnej finančnej a nefinančnej podpory. Pri analýze najrozličnejších zdrojov informujúcich o nástrojoch podpory umeleckých zoskupení a umelcov sme vo finančnej oblasti identifikovali šesť základných podôb podpory.

Finančná podpora je najčastejšie predkladanou a zároveň využívanou formou podpory, v našom prípade o to viac, že je smerovaná mladému umelcovi ako jednotlivcovi – fyzickej osobe (inštitucionalizované formy umelcov v občianskych združeniach nie sú predmetom tejto bakalárskej práce), čím sa zužujú možnosti ako umelca dotovať.²⁹ Môže byť realizovaná v uvedených podobách:

a) dotácie na:

- tvorbu, vývoj a prípravu realizácie umeleckých diel a výkonov
- prezentáciu umeleckej tvorby (napr. príspevok na realizáciu výstavy, festivalu, prehliadky)
- organizačnú činnosť pri realizácii prezentácie umeleckého diela
- postprodukcii a distribúciu umeleckého diela
- propagáciu umeleckého diela (tlač a distribúcia propagačných materiálov, PR)
- vydanie a rozširovania odborných/ vedeckých publikácií
- rozvoj vzdelávania, odborného výskumu a vedeckých aktivít (spracovanie dokumentácie dejín, kultúry, umenia, a pod.)
- rozvoj technológií v oblasti výroby, rozširovania, uvádzania na verejnosti a uchovávania umeleckých diel

b) pôžičky (väčšinou vo forme poskytnutia bezúročnej pôžičky tvorivému pracovníkovi na základe riadne zdôvodnenej a vyplnenej žiadosti – na obstaranie potrebných materiálov, pomôcok a prostriedkov na tvorivú prácu)

c) štipendiá (často krát účelovo viazané)

- podpora tvorby, vzdelávania a odborného výskumu

²⁹ Poukázanie 2% z dane z príjmu sa týka iba právnických osôb a sponzoring na princípe bartrovej zmlúv, kde protislužbou môže byť napríklad očakávanie bohatej reklamnej kampane sponzora nie veľmi nepravdepodobné.

- podporu tvorivých a študijných pobytov a ciest pre tvorivých pracovníkov alebo ich rodinných príslušníkov
- plne hradené rezidenčné pobyty umelcov³⁰

Pre umelca je veľmi dôležité cestovať, pohybovať sa v rôznych prostrediach, udržiavať styky s umelcami, a tiež medzinárodne spolupracovať. Vstupom do Európskej Únie sa naše hranice značne posunuli, čím sa od človeka, ktorý chce byť súčasným európskym umelcom prirodzene očakáva účasť na európskych projektoch.³¹ Mobilita umelcov sa stala integrálnou súčasťou politiky Európskej únie, preto sú dnes štipendiá a rezidenčné pobyty zamerané na zintenzívnenie medzinárodnej konfrontácie a výmeny preferovanou a frekventovanou formou podpory.

d) ceny, odmeny a prémie

- čestná odmena umelcom, teoretikom, umeleckým kritikom pri ich významných životných jubileách
- cena za významný a prínosný umelecký počin/ výkon (v kategórii mladý umelec napríklad *Ocenenie Zlatá nota* Slovenskej sporiteľne najlepším mladým interpretom klasickej hudby, *Cena Oskára Čepana* udeľovaná Nadáciou – Centrum súčasného umenia – súťaž určená vizuálnym umelcom v ľubovoľnom žánri/ médiu súčasného vizuálneho umenia, *Mal'ba – Cena Nadácie VÚB za maliarske dielo pre mladých umelcov*- udeľovaná dielam profesionálnych výtvarných umelcov, tiež súťaž realizovaná spoločnosťou Coca-Cola do roku 2008 s názvom *Coca-cola PopStar*, ktorá zviditeľnila množstvo mladých speváckych talentov, prípadne súťaž *Poviedka* vyhlasovaná Občianskym združením literarnyklub.sk a vydavateľom Kolomanom Kertészom Bagalom, ktorá síce nemá zameranie iba na mladú generáciu prozaikov, ale každoročne odhalí medzi nimi sľubné talenty)

³⁰ Pozn.: Pod pojmom rezidenčný pobyt rozumieme formu podpory umelca v umožnení mu dlhšieho pobytu v určitej lokalite a občasne i príspevok k propagácii miesta v umeleckých kruhoch. Týmto spôsobom dochádza k vyššej mobilitě umelcov, k poznaniu nového prostredia, ako aj naviazaniu nových sociálnych a iných väzieb.

In DVOŘÁK, J. 2005. *Malý slovník managementu divadla*. Příbram: Nakladatelství Pražská scéna, 2005. s. 251, 252.

³¹ KAISER, M. 2009. *Strategické plánování v umění*. Praha: Institut umění- Divadelní ústav v Praze, 2009. s. 11.

e) príspevky na cesty (zväčša príspevok na cestovné a nočľažné výdavky pri študijných/ tvorivých cestách doma i v zahraničí, ktoré treba spätne dokladovať)

f) podpora vzniku a prevádzkovania tzv. kultúrnych inkubátorov (moderná forma podpory zaužívaná predovšetkým v zahraničí) – priestor podporujúci začiatkové aktivity (“štartovné iniciatívy”) umelcov s orientáciou na aktivity a realizáciu jednotlivca

Okrem finančnej podpory darca môže poskytnúť pomoc **nefinančnou podporou**, t.j. darovaním služby, alebo darovaním materiálnych darov. Príkladmi nefinančných darov s aplikáciou na situáciu a potreby umelca môže byť poskytnutie:

- čiastočne hradených rezidenčných pobytov (poskytnutý priestor za žitie a tvorbu)
- priestoru na realizáciu umeleckého zámeru
- priestoru na výlep propagačných materiálov
- cateringu
- predmetov z internej zbierky (materiály potrebné na tvorbu: staré látky, časopisy, rekvizity,...)
- technického vybavenia
- reklamných služieb
- služieb technického charakteru pri realizácii a príprave predvedenia/vystavenia umeleckého diela

Možnou formou podpory pre umelca by bolo i spísanie závetu, na Slovensku je zatiaľ však zriedkavá. Na stránke Centra pre filantropiu sa dočítame, že napriek spomenutému ide o najčastejšiu a najjednoduchšiu formu plánovaného darovania, ktorá funguje v zahraničí.³² Rozdiel medzi dedením zo závetu a darovaním je v tom, že dedičstvo sa nadobúda okamihom smrti poručiteľa (t.j. bez súhlasu dediča). V závete môže darca uviesť percentuálny alebo peňažný podiel z majetku, ktorý plánuje osobe/organizácii venovať.

Alternatív, ako možno umelcovi ponúknuť priestor na zlepšenie podmienok pre jeho prácu a napredovanie, je požehnanie. Nie vždy je však proces získavania prostriedkov jednoduchý. Vyžaduje si znalosti a informácie, na koho, kedy a akým spôsobom sa so svojou žiadosťou treba obrátiť. Rozhodujúce sú často tzv. otvorené/uzavreté kolá – jedná

³² <<http://www.cpf.sk/sk/ako-a-co-je-mozne-darovat/>> [citované 13.04.2010]

sa o časové hľadisko, kedy je konkrétna forma podpory realizovateľná. Stáva sa, že umelec nestihne svoju žiadosť pripraviť a podať včas, prípadne potrebuje prostriedky v období, keď požadovaná výzva nie je aktuálna. Preto sú ideálnou možnosťou celoročne poskytované príspevky a dary. Orientácia v jednotlivých zdrojoch, ktoré slúžia a sú k dispozícii na podporu kultúry je neľahká. Ďalej sa tak budeme venovať sprehľadneniu tohto systému a jeho nastavení.

2.2. Zdroje podpory mladého umelca

Kultúrna politika Slovenskej republiky má nastavený pomerne široký viaczdrojový model financovania predostierajúci možnosť čerpať financie z nasledujúcich zdrojov: príjmy z vlastnej činnosti, z verejných zdrojov, z kultúrnych fondov, z grantov, nadácií, darov, bartrových zmlúv nahradzujúcich fenomén sponzorstva, európskych programov ako aj formou samofinancovania. Nakoľko však naša práca skúma postavenie a možnosti získania finančných zdrojov mladých umelcov evidovaných ako fyzických osôb, mechanizmy, ktoré sa ich týkajú, sa značne zužujú a zapojenie sa do získavania prostriedkov a profitov nutných pre ich prácu sa javí náročnejšie a menej dostupné. Na základe uvedeného sa ďalej sústredíme na najschodnejšie piliere financovania mladého umelca, ktoré spadajú do verejného a súkromného sektora.

2.2.1. Verejný sektor

Podporu zo strany verejného sektora budeme vnímať v dvoch rovinách – cez vládne zdroje a prostredníctvom mimovládnych organizácií, v našom prípade nadácií.

Vzťah medzi štátom a umelecko-kultúrnou sférou sa vyvíja v závislosti od kultúrnej politiky krajiny. Hagoort za zásadné pravidlo v intenciách demokratickej tradície moderného štátu považuje prinajmenšom čiastočnú zodpovednosť štátu za udržiavanie kultúrnych hodnôt pri ústavnom zabezpečení slobody prejavu ošetrovanom v trestnom práve. Týmto spôsobom potom vláda ochraňuje, podporuje a financuje umenie a kultúru, a zároveň rešpektuje umeleckú kultúru.³³

³³ HAGOORT, 2009, s. 39, 40

Súčasťou podpory zo strany verejného sektora u nás, predstavujúcu jednu z alternatív financovania umelcov evidovaných ako fyzických osôb, sú kultúrne fondy a granty Ministerstva kultúry Slovenskej republiky.

Na Slovensku slúžia na podporu kultúry štyri umelecké fondy – Literárny fond, Hudobný fond a Fond výtvarných umení zriadené roku 1993 a Audiovizuálny fond uzákonený roku 2008. Literárny fond sa zameriava na podporu tvorivej činnosti v slovesnej, divadelnej, filmovej, rozhlasovej, televíznej oblasti a oblasti zábavného umenia, Hudobný fond slúži na podporu tvorivej činnosti v oblasti hudobného umenia, Fond výtvarných umení má primárne zameranie nastavené na oblasť podpory tvorivej činnosti vo výtvarnom umení, a napokon najmladší Audiovizuálny fond je určený na podporu audiovizuálnej tvorby v celom jej rozsahu. Finančná pomoc prostredníctvom fondov je realizovaná zväčša poskytnutím jednorazového príspevku vybraným osobám alebo projektom vo forme grantu. Na činnosť umeleckých fondov dohliada Ministerstvo kultúry SR a ich štatúty schvaľuje minister kultúry.

Možnosť získavania finančných prostriedkov prostredníctvom grantového systému Ministerstva kultúry Slovenskej republiky je na Slovensku od roku 2002 (vychádza z programového vyhlásenia vlády), kedy prišlo k reforme verejnej správy, pričom korešponduje so stratégiou štátnej kultúrnej politiky. Grantový systém sa každoročne operatívne upravuje, čo sa do objemu poskytnutia finančných prostriedkov, ako aj formulácie jednotlivých programov a podprogramov týka. Dotácie sú poskytované prostredníctvom Ministerstva kultúry SR cez príspevky na kultúrne aktivity a projekty na pokrytie časti nákladov, keďže udeľovanie grantov je podmienené finančnou spoluúčasťou žiadateľa. Pre rok 2010 bolo nastavených nasledujúcich desať programov: Program 1 - *Obnovme si svoj dom* (obnova kultúrnych pamiatok), Program 2 – *Kultúrne aktivity v oblasti pamäťových inštitúcií* (knížnice, múzeá, galérie, ochrana kultúrneho dedičstva), Program 3 – *Európske hlavné mesto kultúry 2013 – Košice*, Program 4 – *Umenie*, Program 5 – *Pro Slovakia* (prezentácia slovenskej kultúry v zahraničí), Program 6 – *Kultúra národnostných menšín*, Program 7 - *Kultúra znevýhodnených skupín obyvateľstva*, Program 8 – *Nehmotné kultúrne dedičstvo a kultúrno-osvetová činnosť*, Program 9 – *Kultúrne poukazy* (prístup žiakov a učiteľov základných a stredných škôl ku kultúre), Program 10 – *Národný cintorín v Martine*.³⁴

³⁴ <<http://www.culture.gov.sk/ministerstvo/grantovy-system/grantovy-system-rok-2010/prehľad-grantovych-programov-a-podprogramov-na-rok-2010>> [citované 4. 4.2010]

Napriek existujúcej možnosti čerpania prostriedkov z vládnych zdrojov sa v reálnom prostredí umelec nemôže spoliehať výsadne na túto možnosť, pretože každoročne množstvo žiadostí o granty a finančné dotácie prevyšuje rozpočet na ich jednotlivé programy a formy. Umelec sa tak musí orientovať i v alternatívnych perspektívach na zabezpečenie pre neho potrebnej výšky financií.

Druhou eventualitou, kde sa možno ako osoba umelca uchádzať o finančnú podporu, je mimovládny zdroj financovania a ním sú nadácie. Zákon o nadáciách ich definuje ako účelové združenie majetku, ktoré slúžia na podporu verejnoprospešného účelu, čím rozumieme v našej oblasti najmä rozvoj a ochranu duchovných a kultúrnych hodnôt.³⁵ Ich funkciou je poskytovanie peňažných a nepeňažných finančných prostriedkov z majetku nadácie, avšak bez očakávania protislužby, respektíve návratnosti poskytnutého daru. Nadácie sú pomerne frekventovane využívaným a vyťažným zdrojom, ktorý často predstavuje poslednú pomoc pri hľadaní finančných prostriedkov. Orientácia v spleti množstva fungujúcich nadácií by sa mohla javiť ako problematická, ale vzhľadom na skutočnosť, že každá nadácia vo svojom poslaní prezrádza účel svojho pôsobenia, sa ich selekcia zjednodušuje.

Formulácie konkrétnych cieľov nadácií v oblasti zasahujúcej kultúru sa rôznia, na prvý pohľad sa nie všetky javia ako prístupné pre mladého umelca, z existujúcich uvádzame príklady viacerých nadácií:³⁶ Kysucká kultúrna nadácia: zameranie sa na podporu a propagáciu hudobnej, literárnej, výtvarnej kultúry na Kysuciach, Nadácia Modus Vivendi: rozvoj duchovných a humanitárnych hodnôt (kde jedna z oblastí je kultúra) a priama podpora vybraných projektov súčinných s oblasťou pôsobenia nadácie, Nadácia Intenda: cielene podporujúca aktivity mladých ľudí smerujúcich k naplneniu ich potrieb v spoločenstvách alebo Nadácia Košický erb, ktorá chce podporovať vznik nových umeleckých diel. Na prvý pohľad v spomenutých variantoch nefiguruje pojem umelec, no napriek tomu sú tieto nadácie mnohokrát schodnou cestou, ako podporu mladého umelca zabezpečiť.

Okrem nich nachádzame medzi nadáciami aj také, ktoré sa špecializujú na zaobstaranie potrebných náležitostí pre prácu a fungovanie umelca. Pre ilustráciu spomenieme pár príkladov: Nadácia – Centrum súčasného umenia, ktorá podporuje všetky

³⁵ §2 ods.1,3 zákona č. 34/2002 Z.z. o nadáciách

³⁶ Selekcia bola uskutočnená zo zoznamu nadácií dostupných na internetovom portáli
<<http://www.nadacia.sk/>>

druhy súčasného umenia nekomerčného zamerania a stimuluje proces umeleckej tvorby a jej prezentácie; Nadácia Konzervatória v Bratislave, ktorá sa snaží o podporu umeleckého, profesionálneho rastu a aktivity jednotlivcov, a to formou vyhľadávania talentov, finančnými príspevkami na ich umelecké vzdelávanie, aktivity a na náklady spojené s účasťou na umeleckých a umelecko-vzdelávacích podujatiach; Stredoeurópska nadácia, ktorá podporuje kultúru a tu i talentovanú mládež či Nadácia Miro sústreďujúca sa na podporu vzniku umeleckých diel, ich všestrannej propagácie doma i v zahraničí formou výstav, sympózií, organizovaním plenérov, budovaním výstavných siení a galérií výtvarného umenia, ďalej organizuje literárne a hudobné večery a podporuje domácich a zahraničných umelcov formou štipendií a financovania študijných pobytov doma i v zahraničí.

Zameranie jednotlivých nadácií sa líši, rôzne sú aj formy podpory, ktoré sú nimi dostupné. Umelec tak musí informácie pozorne sledovať a svoj prehľad o dostupnej podpore aktualizovať. Za výhodu však možno pokladať skutočnosť, že v rámci nadácií (ak sa nejedná o programy zo striktno uzavretými kolami) je možné pružnejšie reagovať na žiadosti o podporu, akými sú príspevky na tvorivé či študijné cesty, realizáciu diela či projektov, prípadne vzdelávacie aktivity.

2.2.2. Súkromný sektor

Jedinečným subjektom súkromného sektora sú individuálni darcovia, ktorí v dnešnej dobe stoja v pozícii niekdajších mecénov umenia, ktorí mali predovšetkým v minulosti nesmierny význam. Nakoľko však ich priazeň voči tej ktorej osobe umelca nie je častokrát zdokumentovaná, je problematické merať podiel ich zastúpenia na podpore umenia. Prax však demonštruje, že individuálni darcovia sú naklonení najmä výtvarnému umeniu a v mnohých prípadoch sa sami stávajú jeho zberateľmi. Odhliadnuc od skutočnosti, že projekty ako galéria Danubiana a Essl múzeum si neohraničujú svoju cieľovú skupinu na základe veku umelcov, považujeme ich za pozoruhodné príklady ako novodobí mecéni umenia ozvlášťujú a posilňujú umeleckú tvorbu.

Danubiana je súkromná galéria moderného umenia neďaleko Bratislavy situovaná pri vodnom diele Čunovo, ktorá vznikla na základe sna a vízie milovníka expresívneho umenia Vincenta Polakoviča (pôvodným vzdelaním právnik) s cieľom „vytvárať také

podmienky, aby umelci mohli vystavovať v dôstojných priestoroch.³⁷ Uskutočnilo sa tak výhradne pomocou podpory holandského mecenáša – nadšenca Gerarda H. Meulensteena, ktorý výlučne z vlastných zdrojov financoval nielen budovu, ale do dnešnej doby i desať rokov prevádzky galérie.

Nemenej zaujímavým mecénom umenia je zakladateľ a terajší predseda správnej rady spoločnosti bauMax, prof. KR Karlheinz Essl. Spolu s manželkou, prof. Agnes Essl, sa už viac než 30 rokov aktívne zaujímajú o súčasné umenie. V novembri 1999 v Klosterneuburgu pri Viedni otvorili Essl Museum. V súčasnosti zbierka zahŕňa už viac ako 6 000 diel súčasného umenia a patrí k najvýznamnejším súkromným zbierkam v Európe. Firma bauMax ako celok pokladá aj na základe aktivít svojho zakladateľa umenie za zdroj pre kreativitu a inováciu a apeluje na možnosť chápať umenie ako zdroj sily na zvládnutie každodennej záťaže.³⁸

Tieto dva reálne príklady, ako možno vytvoriť a zveľadiť priestor na prezentáciu umenia, sú jedni z mnohých. Na Slovensku je v porovnaní so zahraničím podiel individuálnych darcov nepatrný. Dostupnejším a zaužívanejším riešením sa zdá byť podpora umelcov z firemných zdrojov.

Podnikateľský sektor

V porovnaní s nadáciami podniky z komerčnej sféry nemajú zákonnú povinnosť prispievať na verejnoprospešné účely ku ktorým radíme okrem iného aj podporu umenia. Ak tak činia, ich konanie je založené na čisto dobrovoľnej báze.

Podnik si predstavíme ako základný subjekt podnikania v trhovej ekonomike. Kupkovič sa prikláňa k ponímaniu podniku cez definíciu podľa Etnera, keď píše: „Podnik je miesto, kde sa uskutočňuje výroba, kde sa rozhoduje o jej úrovni a niekedy aj o predajnej cene. Statky, ktoré treba k tomu zabezpečiť, sa nazývajú faktory, vytvorené statky – produkty.“³⁹ Deje sa tak pochopiteľne prostredníctvom podnikateľského subjektu s cieľom zvyšovania jeho prosperity.

³⁷ BÁN, A. 2010. *Krajina Danubiana*. In *Týždeň*. 2010, roč. 7, č. 13, s. 50

³⁸ BAUMAX. *Angažovanosť v umení*.

<<http://www.baumax.com/sk/o-baumaxe/zasady-firemnej-kultury/angazovanost-v-umeni/>>

[citované 18.04.2010]

³⁹ KUPKOVIČ, M. 2002. *Podnikové hospodárstvo*. Bratislava: Sprint v.fra, 2002. s. 17.

Podnikateľský subjekt z pozície darcu prihliada na svoje priority v súlade so zámermi a cieľmi podniku a následne môže pristúpiť k podpore ním zvolenej oblasti verejnoprospešných aktivít. Podpora umenia alebo umelca – jednotlivca patrí k jednej z pomerne preferovaných oblastí subvencie. Deje sa tak zväčša prostredníctvom podnikov, ktoré sa vo svojej firemnej stratégii riadia princípmi konceptu spoločensky zodpovedného podnikania.

Firmy väčšinou dotujú vybranú organizáciu/projekt/osobu priamo, najčastejšie finančným darom. Tu pozorujeme markantný fenomén vytvárania si vlastných nadácií popri spoločnostiach, prostredníctvom ktorých potom podnikateľské subjekty naplňajú svoje firemné ciele v oblasti spoločensky zodpovedného správania. Po analýze situácie pre ilustráciu uvedieme okrem už spomenutých (Nadácia VÚB, Nadácia Slovenskej sporiteľne) ďalšie príklady nadácií, ktoré pôsobia ako „vysunutá ruka“ konkrétneho subjektu podnikateľského sektora angažujúceho sa vo sfére podpory umenia:

Nadačný fond Slovak Telecom – jeho dlhodobým zámerom v programe *Podpora súčasného umenia* je prispieť k rozvoju kultúry spoločnosti na Slovensku prostredníctvom podpory rôznorodých žánrov, foriem a prejavov súčasného slovenského umenia; Nadácia Kalligram, ktorej cieľom je aj podpora a udržiavanie stykov medzi stredoeurópskymi umelcami, poskytovanie štipendií umelcom, podpora kultúry a umenia menších, ako aj udeľovanie literárnej ceny – *Ceny Dominika Tatarku*; Nadácia Orange – so súčasného prebiehajúcim programom *Kultúra bez bariér*, ktorý má za cieľ odstraňovanie bariér a priblíženie sveta umenia ľuďom s rôznym znevýhodnením (zdravotným či sociálnym)⁴⁰, kde však sekundárnym cieľom programu je podpora divadiel, divadelných spolkov, tanečných či hudobných zoskupení; Nadácia Železiarne Podbrezová podporujúca kultúru – mladých začínajúcich a talentovaných umelcov aj právnické subjekty v oblasti kultúry a iné.

Do zvláštnej kategórie patrí program s názvom *Divé maky – šanca pre rómske talenty z celého Slovenska* iniciovaný Občianskym združením Divé maky, ktorý realizuje podporu talentu a tvorby, i keď v odlišnom nazeraní, ako naša práca. Program totiž podporuje talentované rómske deti (neprofesionálne umenie) zo sociálne slabých rodín v rôznych oblastiach – športu, hudby, spevu, tanca, výtvarného, dramatického umenia, vzdelávania, a zároveň otvára kontroverznú, no o to viac potrebnú tému o spoločenských

⁴⁰ Sústreďenie sa zdravotne a sociálne znevýhodnených občanov plynie v programe z definovania si cieľov Nadácie Orange, kde jednou z troch hlavných oblastí podpory je sociálna intergácia.
<http://www.nadaciaorange.sk/index.php?id_cat=29>[citované 17.04.2010]

predsudkoch voči rómskej komunite. Podpora detí je založená na individuálnom darcovstve a prebieha na diaľku (darca daruje určitú sumu konkrétnemu dieťaťu na podporu jeho štúdia a rozvoj talentu). Program s získal priazeň a zastúpenie viacerých firiem, keď sa jeho partnermi stali spoločnosti ako Siemens, HP, Miracle, Fiat, ESO travel alebo reklamná agentúra Vaculik advertising (tá vo svojej réžii udeľuje od roku 2002 ešte aj grant určený fotografom, ktorí autorsky dokumentujú vývoj v krajine). Podobne, ako v tomto prípade sa ukazuje, že inovatívny a dobre zacielený projekt, s ktorého obsahom sa vie podnikateľský subjekt stotožniť, má predpoklad získania si viacdrojovej podpory zo súkromného sektora reprezentovaného jednotlivými podnikmi.

Pre mladého umelca predstavuje podnikateľská sféra ďalšiu vyhliadku na získanie finančnej či nefinančnej podpory. Kaiser však upozorňuje, že v skutočnosti len malá časť podnikov venuje peniaze z čisto filantropických⁴¹ dôvodov, pretože dary sú väčšinou viazané na možnosť zviditeľnenia sa.⁴² Preto aj umelec, ktorý prezentuje možnému darcovi vlastnú prácu a snaženie, musí byť pre neho dôstojným a lákavým partnerom.

2.3. Vzťah umelec – donor

Podpora umelca je vo všeobecnosti, no predovšetkým v našom zúženom nahliadaní prostredníctvom podpory zo strany podnikateľského sektora, založená na určitom vzťahu medzi umelcom a subjektom, v ktorom by nemal absentovať princíp reciprocity. Vzťah umelec – darca (donor) je však o to špecifickejší, že vykazuje väčšiu mieru osobného prístupu a za ideálnych podmienok nie je jednorazovým, ale dlhodobejším procesom. Snahou je tak vytvorenie istej interakcie, kde obe zúčastnené strany budú motivované a uspokojené priebehom a výsledkom vzájomnej spolupráce. V nasledujúcej časti sa pokúsime o bližšie popísanie obojstranného vzťahu, kde donor napĺňa prostredníctvom podpory umelca svoje ciele a motivácie a umelec dokáže donora zaujať a vhodným spôsobom obhájiť opodstatnenie vyžadovaného príspevku.

⁴¹ Pozn.: Pojem filantropia chápeme ako dobročinnosť, ľudomilnosť k ľuďom, k blížnemu, pomoc slabým, zmierňovanie chudoby, no skôr aj ako individuálnu činnosť, podporu bez očakávania proti hodnoty alebo proti služby (dnes prepájaný pojem s konceptom Spoločenskej zodpovednosti firiem- predovšetkým v rámci nadnárodných spoločností).

In DVOŘÁK, J. 2005. *Malý slovník managementu divadla*. Příbram: Nakladatelství Pražská scéna, 2005. s. 87.

⁴² KAISER, M.: *Strategické plánování v umění*. Praha: Institut umění- Divadelní ústav v Praze, 2009. s. 83.

2.3.1. Donorstvo na základe konceptu spoločensky zodpovedného podnikania

Plnohodnotné rozvíjanie sa kultúrnych prejavov je uskutočniteľné za predpokladu dodržania viacerých podmienok, kde jedným zo základných predpokladov pre plynulý chod fungovania kultúry a umenia je zabezpečenie ich financovania. Napriek skutočnosti, že existujúci model viaczdrojového financovania kultúry predostiera pomerne rozsiahle možnosti dotovania kultúry, tá sa neustále stretáva a bojuje s nedostatkom finančných prostriedkov. Tento fakt sa stáva podnetom na vyhľadávanie alternatívnych zdrojov, ktoré zabezpečenia financovanie kultúry, akým sa javí partnerstvo podnikateľských subjektov a kultúrnych organizácií na báze začlenenia spoločenskej zodpovednosti do firemných stratégií.

Nepopierateľným bolo v minulosti významné postavenie mecenášskych rodín, ktoré umeleckú tvorbu nevyužívali pri rôznych príležitostiach iba ako cestu k poznaniu, prípadne tvorivosti, ale v prvom rade ako spôsob reprezentácie. Smolíková píše, že dôsledkom demokratizácie spoločnosti na seba túto úlohu prevzali hlavne štáty a mestá, no v modernej spoločnosti sa čoraz viac reflektuje aj úloha podnikateľského sektora v pozícii mecéna umenia.⁴³

Už v druhej polovici 20. storočia sa v ekonomickej teórii objavuje koncept spoločensky zodpovedného podnikania (z angl. Corporate Social Responsibility), ktorý naznačuje, že firmy by mali uskutočňovať také opatrenia, ktorými by dosiahli pozitívny efekt javov v spoločnosti; konať akoby v princípe s vyššími cieľmi ako vnútro podnikovými, presahujúcimi iba zámer dosiahnutia ziskovosti. Koncept do súčasnosti prešiel viacerými variáciami, ale základom zostáva vyššie spomenuté. Zachoval si vo svojich definíciách istý neobmedzujúci priestor na interpretáciu, keďže koncept má v praxi veľmi široké uplatnenie. Jeho forma závisí od konkrétnych rozhodnutí firiem, nastavení cieľov, ako aj od geografickej polohy štátu a jeho kultúrneho vnímania.

V súčasnosti je pozorne sledovaný početnými mimovládnymi organizáciami a stal sa i jednou z dôležitých otázok, ktorými sa zaoberá Európska únia, keďže koncept vníma ako jeden z nástrojov na dosiahnutie Lisabonskej stratégie.

⁴³ SMOLÍKOVÁ, 2008, s. 13

Základné princípy konceptu spoločensky zodpovedného podnikania

Koncept Spoločensky zodpovedného podnikania (ďalej len SZP) má značný vplyv na hodnotenie a náhľad na firmy a stáva sa istým kritériom na meranie ich prospešnosti pre spoločnosť. Napriek tomu, že presné pojmové vymedzenie nie je striktne určené, spomenieme si jednu z najreflektovanejších definícií SZP. „Spoločensky zodpovedné podnikanie je kontinuálny záväzok podnikov správať sa eticky, prispievať k trvalo udržateľnému ekonomickému rozvoju, a zároveň prispievať k zlepšovaniu kvality života zamestnancov, ich rodín, rovnako ako lokálnej komunity a spoločnosti ako celku.“⁴⁴ Zjednodušene tak môžeme zhrnúť, že spoločensky zodpovedné firmy plnia nad rámec svojich povinností a legislatívnych požiadaviek aktivity prospešné pre spoločnosť, a to v rovine ekonomickej činnosti firmy, sociálnom rozvoji a ochrane životného prostredia.⁴⁵

Opatrenia a aktivity v kontexte SZP vyžadujú zmenu firemnej stratégie, a to predovšetkým v prepracovaní krátkodobých cieľov na dlhodobé. Trnková pripomína, že spoločnosti uplatňujúce vo svojich stratégiách princíp SZP fungujú s prihliadnutím na tzv. triple-bottom-line, keď cieľom firmy nie je obmedzene iba ekonomický rast, ale i environmentálne a sociálne aspekty svojej činnosti vzhľadom na ich dosah na okolitý svet.⁴⁶ Bunčák ju dopĺňa o ďalšie charakteristiky, ktoré sú spoločné pre definície SZP: univerzálnosť pre všetky typy podnikania, dobrovoľnosť, dialóg so zainteresovanými

⁴⁴ HOLME, R.- WATTS, P. 2000. *Corporate Social Responsibility: making good business sense*. [online] Ženeva: World Business Council for Sustainable Development, 2000. s. 8. [citované 22.2.2010] Dostupné na internete:

<<http://www.wbcsd.ch/plugins/DocSearch/details.asp?txtDocTitle=Making%20good%20business%20sense&txtDocText=Making%20good%20business%20sense&DocTypeId=1&ObjectId=Mjg1&URLBack=result.asp%3FtxtDocTitle%3DMaking+good+business+sense%26txtDocText%3DMaking+good+business+sense%26DocTypeId%3D-1%26SortOrder%3D%26CurPage%3D3>>

⁴⁵ KOL. AUTOROV. 2008. *Společenská odpovědnost firem. Průvodce nejen pro malé a střední podniky*. [online] Praha: Business Leaders Forum, 2008. s. 2. [citované 22.2.2010] Dostupné na internete: <<http://www.csr-online.cz/Page.aspx?pruvodce&pruvodce>>

⁴⁶ TRNKOVÁ, J. 2004. *Společenská odpovědnost firem. Kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu v ČR*. [online] Praha: Business Leaders Forum, 2004. s. 7. [citované 22.2.2010] Dostupné na internete: <<http://www.blf.cz/csr/cz/vyzkum.pdf>>

subjektmi, ktoré firmu ovplyvňujú – tzv. stakeholders⁴⁷, prispievajú k rozvoju kvality života a zameranie sa a zvyrazňovanie rastu, nie rozvoja.⁴⁸

Snahou aktivistov v oblasti presadzovania konceptu SZP je, aby sa firmy postupne podieľali na zapájaní kľúčových partnerov do SZP – konkrétne do všetkých článkov výrobného procesu, do poskytovania kvalitných výrobkov a služieb, starostlivosti o zamestnancov, férového prístupu k zákazníkom, riadenia firmy na základe etického kódexu, ochrany životného prostredia a tiež spolupráce s miestnou komunitou.⁴⁹

Pozitívne opatrenie, praktiky či programy, ktoré sa stanú súčasťou firemnej stratégie sú vnímané okolím a priamo vplývajú na komerčný úspech firmy. Z vyhodnotenia početných prieskumov vyplýva, že touto cestou si firmy budujú vzťah k investorom a dochádza k zvýšeniu lojálnosti u zamestnancov a zákazníkov.

Benefity a koncept spoločensky zodpovedného podnikania

Pri uvažovaní o kladoch, ktoré spoločensky zodpovedné správanie spätne prináša je na miesto sa zamyslieť či sa firmy skutočne správajú zodpovedne z akéhosi morálneho presvedčenia alebo aj za aktivitami na základe konceptu SZP sledujú vlastnú ziskovosť a ekonomickú efektívnosť.

Pre docielenie efektu a zvýšenia angažovanosti sa firmám v rámci ich zapojenia sa do aktivít smerujúcich k spoločenskej zodpovednosti je nutné ich motivovať, informovať, ale predovšetkým objasniť ďalšie benefity plynúce z opatrení na základe princípu SZP. Úskalím býva možné očakávanie rýchlej návratnosti investície, ktorá má však naopak dlhodobejší charakter. Konanie v súlade s princípmi SZP však prináša spoločnostiam množstvo výhod a ziskov i keď primárne nefinančného typu. Väčšina autorov sa zhoduje

⁴⁷Pozn.: Stakeholderov možno rozdeliť na primárnych a sekundárnych. Ku primárnych väčšina autorov zaraďuje vlastníkov, investorov, zamestnancov, zákazníkov, dodávateľov a tzv. verejné stakeholdery, čo je niekedy súhrnné označenie pre miestne úrady a komunity. Niektorí autori sem tiež zaraďujú i obchodné asociácie a environmentálne skupiny. Medzi sekundárnych stakeholderov, ktorých „stake“ na podniku je menej zrejme než u primárnych stakeholderov, sa zaraďuje vláda, lobbyisti, konkurenti, rôzne nátlakové skupiny, občianske a obchodné združenia.

In KAŠPAROVÁ, K.: *Stakeholderská teória a její propojení s CSR*.

<<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=582>> [citované 5.4.2010]

⁴⁸BUNČÁK, M. a kol. 2004. *Spoločensky zodpovedné podnikanie. Prehľad základných princípov a príkladov*. [online] Bratislava: Nadácia Integra, Nadácia Pontis, PANET, 2004. s. 7. [citované. 22.02.2008] Dostupné z internetu: < <http://www.panet.sk/sk/frameset1.htm> >

⁴⁹BUSSARD, A. a kol. 2004. *Spoločensky zodpovedné podnikanie. Predhovor*. [online] Bratislava: Nadácia Integra, Nadácia Pontis, PANET 2004. [citované. 22.02.2008] Dostupné z internetu: < <http://www.panet.sk/sk/frameset1.htm> >

na fakte, že firmy sa nemusia vzdať alebo obmedzovať svoj prvotný cieľ a tou je maximalizácia zisku. Dôraz sa kladie len na rozšírenie vlastných záujmov o záujmy, ktoré majú pozitívny celospoločenský dopad, čo sa v konečnom dôsledku pretaví do ziskovosti firmy. Môže sa to prejavovať v podobe zvýšenia reputácie či zvýšením produktivity práce. A i navzdory skutočnosti, že pri zavádzaní SZP do firemnej stratégie sa vyskytujú prekážky a úskalia ako vysoká vstupná investícia pri implementácii nástrojov pre budovanie konceptu SZP alebo pri hľadaní a zvolení si vhodných partnerov spolupráce, ktorú koncept SZP vyžaduje, pozitívnych dopadov je omnoho viac.

Na základe spoločensky zodpovedného podnikania môže podnik docieľiť mnohých benefitov (uvádzame tie z nich, ktoré sú reflektované väčšinou autorov): Umožňuje manažovať riziká v oblasti ľudských zdrojov, kontroly kvality a environmentálnych štandardov, pomáha zvyšovaniu ziskov firmy cez podporu spotrebiteľov ochotných zaplatiť vyššiu sumu za produkt spoločensky zodpovednej firmy, pomáha znižovať náklady cez úsporu energií a materiálov, ako aj udržať si legitimitu dialógom so zainteresovanými subjektmi, podporuje inováciu (ktorá je priestorom pre uplatnenie kultúrnych aktivít) čím zvyšuje konkurencieschopnosť firmy, pomáha pri budovaní dôvery značky firmy prostredníctvom lojality zákazníka, dovoľuje zlepšovanie manažmentu ľudských zdrojov, ktoré pramení do zvýšenia produktivity práce a zvyšuje príťažlivosť pre investorov na trhu, pretože má značku dlhodobej udržateľnosti.⁵⁰

K ďalším možným výhodám plynúcim zo zavedenia SZP patrí zníženie nákladov na risk manažment a získanie a udržanie si kvalitných zamestnancov.

Podpora kultúry je do značnej miery spätá s hospodárskym rozvojom a ich priame prepojenie a vzájomné podmieňovanie sa bolo zahrnuté Európskou komisiou do schváleného rámcového programu Culture 2000, ktorý okrem iného venoval priestor práve socio- ekonomickej úlohe kultúry. Tu je potrebné zvýrazniť, že „investície do kultúry a jej rozvoja sa stali významnou súčasťou ekonomického rastu.“⁵¹ Ekonomika dnešnej doby sa nachádza v pomerne turbulentnej dobe vyznačujúcej sa dynamikou a neustálou zmenou. Na promptné reagovanie na tieto nové skutočnosti je potrebné obsiahnuť súbor kompetencií a opatrení, nachádzajúcich možnosti v inovatívnych spôsoboch a riešeniach, kde kultúra, umenie a umelec zohrávajú osobitú úlohu.

⁵⁰ BUNČÁK, 2004, s. 11

⁵¹ KOLLÁR, M., MRVOVÁ, Z. (ed.), 2002, s. 71

2.3.2. Umelec ako fundraiser

Umelec vynímajúc jeho vrodené predpoklady ako talent alebo intelekt, podobne i potrebu vyjadrovať sa a tvoriť, musí zabezpečiť praktické predpoklady pre uskutočnenie svojej práce – priestor na tvorbu, peniaze, materiál či technológie. Pre dosiahnutie úspechu, kde balíkom nevyhnutných podmienok sú i tie praktické, musí umelec okrem svojho tvorivého úsilia vyvinúť aktívny prístup taktiež v schopnosti spolupráce, sebaaprezentácie a vyhľadávania príležitostí. „Nedeje sa samé od seba, že diela nadaných, vzdelaných a pre tvorbu zaujatých umelcov a umelkýň nekončia v zabudnutí na smetisku. Byť známym, uznávaným a úspešným umelcom vyžaduje mimo umeleckých predpokladov i isté organizačné a komunikačné schopnosti.“⁵² Tu vidíme, že pre dosiahnutie úspechu a požiadaviek umožňujúcich umelcovi tvoriť, rozvíjať sa a prezentovať umeleckú tvorbu musí byť vyváženou osobnosťou talentovaného umelca a schopného fundraisera.

„Fundraising chápeme ako metódu označujúcu rôzne postupy a spôsoby získavania prostriedkov na činnosť prevažne neziskových organizácií.“⁵³ Pre umelca, ktorý nefiguruje ako súčasť organizácie, ale ako samostatná fyzická osoba je príznačnejšou definícia: „Akémukoľvek úsiliu o hľadanie, získavanie a zvyšovanie finančných prostriedkov alebo o mobilizáciu zdrojov sa vo všeobecnosti hovorí fundraising.“⁵⁴ Zjednodušene si fundraising vieme predstaviť ako vhodné a účinné pôsobenie na druhých ľudí s cieľom presvedčiť ich, že tá ktorá činnosť/projekt sú natoľko potrebné, osožné či výnimočné, že ich podporou pomôžu dobrej veci a sami dosiahnu úžitok. Viacerí autori poznamenávajú, že uvedomelosť podnikateľskej sféry u nás zaostáva za západným svetom, kde jej motiváciou je prirodzená dobročinnosť, ktorá v našom priestore nie je očakávanou premennou. Avšak každý podporovateľ i u nás má svoje dôvody, prečo práve konkrétnu činnosť dotovať a úlohou šikovného fundraisera je motiváciu jednotlivých sponzorov správne identifikovať. K často uvádzaným dôvodom darcovstva sa radia zviditeľnenie sa, vytváranie si vlastného firemného imidžu, podpora konkurencieschopnosti, reklama výrobku či služby darcu, vytváranie vzťahu k miestnej komunite, osobný prospech, zlepšovanie vzťahov voči vlastným zamestnancom (sprostredkovanie im kultúrneho oddychu), distribúcia inak nevyužitelných alebo slabo predajných výrobkov, snaha o zjemnenie/„ospravedlnenie“ negatívnych následkov podnikateľských aktivít a iné.

⁵² SMOLÍKOVÁ, 2008, s. 11

⁵³ VOJÍK, V. 2008. *Podnikání v kulturě a umění- Arts Management*. Praha: ASPI- Wolters Kluwer, 2008. s. 122.

⁵⁴ DVORÁK, 2005, s. 89

Základom úspechu je vzhľadom na množstvo možných motivácií darcu mať o ňom čo najviac relevantných informácií, ktoré nám pomôžu ho lepšie spoznať a priblížiť nám jeho hodnoty, keďže tie sú väčšinou kľúčom k jeho nahliadaniu a posudzovaniu potenciálneho objektu obdarovania.⁵⁵ Popri informáciách o našom možnom darcovi je nevyhnutné pripraviť si prehľadné, vecné a pádne informácie a argumenty, prečo práve nás je správne podporiť, a to najvhodnejšie spôsobom poukázania na prospech, ktorý aj pre darcu samotného z podpory plyní.

O podporu sa dá uchádzať formou písomnej žiadosti, ale prax ukazuje, že ideálnym je zvoliť si osobný prístup cez priamy kontakt. Základom partnerstva, i toho darcovského, je komunikácia medzi konkrétnymi zainteresovanými ľuďmi s účelným využívaním diplomacie a umenia vyjednávať.⁵⁶

Potrebnou výbavou umelca – fundraisera je tak súbor vlastností a zručností potrebných pre zvládnutie úspešného vyjednávania. Predpokladmi pre obstatie v pozícii fundraisera je nasledovné:

- Schopnosť komunikovať s ľuďmi (i telefonicky),
- Hovoriť otvorene o peniazoch a vedieť prijať odmietnutie,
- Sebavedomie, asertivita, samostatné uvažovanie,
- Jemnosť, trpezlivosť, schopnosť nenechať sa odradiť,
- Spoločenský takt a inteligencia pri nadväzovaní kontaktov,
- Potreba tvorivých schopností,
- Exkurz do administratívnych a samoorganizačných schopností.⁵⁷

Kaiser vymenováva a dopĺňa tak súbor pravidiel úspešného fundraisingu, ktoré by mali zvýšiť úspešnosť uchádzača o podporu. Pre umelca sa ukazuje aplikovateľné nasledovné: pamätať si, že darca nám nedlží žiadny príspevok a správať sa vďačne; kľúčovým sa javí umenie pozorne počúvať; darca rád načúva pozitívnym informáciám, treba mu ich sprostredkovať; spôsob oslovenia stratégie veľkého darcu a drobného prispievateľa sa musí líšiť; každého potenciálneho darcu si je nutné vážiť a snažiť sa získať si jeho priazeň; nie je vhodné žiadať darcu o príspevok proporčne výrazne odlišný od ostatných získaných darov; snahou má byť žiadať o príspevok vhodný pre obe strany – čím nedovolíme darcovi nás jednoducho odbiť; treba sa vyjadrovať jasne a zrozumiteľne,

⁵⁵ VOJÍK, 2008, s. 123, 129

⁵⁶ ULÍČANSKA, Z. 2000. *Kultúrny manažment*. Bratislava: Vysoká škola múzických umení, 2000. s. 210.

⁵⁷ ULÍČANSKA, 2000, s. 205

nepoužívať termíny neznáme nášmu darcovi; mať v informáciách o ňom detailný prehľad a samozrejme udržiavať kontakt s darcami celoročne v úsilí o pozitívny rozvoj vzťahov a dlhodobú spoluprácu.⁵⁸ Dodáme ešte posledný krok zdarenej spolupráce, kedy nesmieme zabudnúť nášmu darcovi za jeho priazeň a pomoc poďakovať. Tento akt by sme nemali banalizovať, keďže je v mnohých prípadoch rozhodujúcim pre utuženie partnerstva a ďalšie očakávania budúcej kooperácie.

Vzťah umelec – donor sa nám po zohľadnení dostupných faktov, javí na rozdiel od podpory umelca cez rôzne grantové schémy svojrázny. Charakterizuje ho zväčša výraznejšia miera osobného prístupu, keď podnikateľský subjekt naplňa prostredníctvom práce konkrétneho umelca svoje predstavy o prospešnosti spoločenského správania cez subvencovanie umenia a dovoľuje tak umelcovi, aby bol akousi „značkou“ pre firmu, ktorá mu pomohla a identifikuje sa cez jeho tvorivé počiny. Ak sa v tejto osobitej spolupráci podarí dosiahnuť očakávania a motivácie na oboch stranách, dlhodobejší charakter ich budúceho partnerstva možno predpokladať. Podnikateľský subjekt patrí tak k zdrojom podpory s potenciálom zvyšovania efektívnosti a agility vo sfére umenia a ponúka bohatý priestor na získanie si náklonnosti a pozornosti zo strany podnikateľského subjektu, ktoré na oboch stranách otvárajú cestu k budúcim partnerstvám.

⁵⁸ KAISER, 2008, s. 69-71

3. TATRA BANKA A PODPORA MLADÉHO UMELECA

Podpora mladého umelca prostredníctvom podnikateľského subjektu môže mať mnoho podôb v závislosti od konkrétnych zámerov a vízií spoločnosti. Tatra banka sa už dlhoročne riadi princípmi konceptu spoločensky zodpovedného podnikania a dôkladne ich aplikovala do svojej firemnej stratégie. V nasledujúcej časti uvádzame krátku prípadovú štúdiu finančnej inštitúcie Tatra banky vypracovanú na základe dostupných materiálov a nadviazaním osobných kontaktov s Mgr. Andreou Šalingovou, PhD., CSR manažérkou Nadácie Tatra banky a jej kolegyňou, členkou prípravného výboru Cien Nadácie Tatra banky Ing. Miladou Halovou. Medzi spoločensky zodpovednými aktivitami spoločnosti upriamime pozornosť na spôsob, formy a podmienky podpory umenia, s detailnejším zameraním sa na podporu mladého umelca.

3.1. Profil spoločnosti

Tatra banka vznikla v roku 1990 ako prvá súkromná banka na Slovensku a svojím názvom, dravosťou i ambíciami nadviazala na tradície najstaršieho peňažného ústavu na Slovensku – pôvodnej predvojnovnej Tatra banky.⁵⁹ Svoju činnosť začala v roku 1991 otvorením prvej pobočky Tatra banky, a.s. na Vajanského nábreží v Bratislave. Od samého začiatku bolo jej cieľom vytvorenie univerzálnej banky strednej veľkosti s rozsiahlymi bankovými službami pre klientov zo všetkých cieľových skupín obyvateľstva.



V súčasnosti je banka členom RZB Group a jednou z najúspešnejších dcérskych spoločností Raiffeisen Banking Group v rámci priestoru strednej a východnej Európy. Aktuálne je Tatra banka tretou najväčšou a dlhodobo najefektívnejšou bankou na Slovensku. Je modernou univerzálnou bankou s komplexnou ponukou bankových služieb a riešení v oblasti spravovania financií pre firemných aj individuálnych klientov.

⁵⁹ Pozn.: Tatra banka, a.s. skutočne prevzala len meno, nie záväzky a pohľadávky pôvodnej Tatra banky.

Prostredníctvom svojej siete 135 obchodných miest pôsobí vo všetkých regiónoch Slovenska a zamestnáva cca 3400 zamestnancov.

Má ambíciu patriť medzi lídrov v rámci slovenského bankovníctva a jej úspechy každoročne v mnohých oblastiach potvrdzujú aj prestížne medzinárodné ocenenia. Aj preto Tatra banka sformulovala *Misiu, Víziu a Hodnoty*, ktoré jej umožňujú vytýčiť si ďalšiu stratégiu a napredovať k zásadným métam. Svoje poslanie si banka definovala cez motto *Posúvame hranice bankovníctva*, čím sa snaží prinášať výnimočný osobný a finančný komfort klientom, ktorý prihliadajú na fakt, kto spravuje ich peniaze, usiluje sa o generovanie inšpirujúceho prostredia, v ktorom práca prináša radosť a napomáha dosahovaniu cieľov ako aj dlhodobé zvyšovanie nadpriemerného rastu hodnoty firmy. K zásadným hodnotám formujúcim stratégiu fungovania, podobne i prístup ku zákazníkom a zamestnancom banka radí:

- Náročnosť: Robíme veci najlepšie ako vieme, priemer nám nestačí.
- Čestnosť: Konáme čestne a s úctou voči každému, presadzujeme transparentnosť vo všetkom, čo robíme.
- Nadšenie: Usilujeme sa ľudí nadchýnať a prekonávať ich očakávania.
- Tvorivosť, Prinášame nové riešenia, podporujeme odvážne a inovatívne myslenie.
- Zodpovednosť: Záleží nám na úspechu našich klientov, zamestnancov a spoločnosti v ktorej žijeme. Cítíme zodpovednosť za všetko, čo robíme.
- Tímovosť: Uvedomujeme si silu tímu, sme jeho súčasťou. Ochotne spolupracujeme a rešpektujeme sa navzájom.⁶⁰

3.2. Tatra banka a spoločenská zodpovednosť

Tatra banka si uvedomuje spoločenskú zodpovednosť a nutnosť participácie úspešných obchodných subjektov na projektoch a aktivitách, ktoré by bez podpory komerčných partnerov nebolo možné úspešne realizovať. Túto úlohu Tatra banka naliehavo vníma práve tam, kde je sústredené veľké množstvo talentov, nadania a intelektu. Zmyslom pôsobenia Tatra banky v oblasti firemnej filantropie a spoločensky

⁶⁰ TATRA BANKA: *Misia, Vizia, Hodnoty Tatra banky*. <<http://www.tatrabanka.sk/cms/page/sk/about/O-Tatra-banke/Misia-Vizia-Hodnoty-Tatra-banky.html>> [citované 10.04.2010]

zodpovedného správania je pozorné vnímanie potrieb spoločnosti a zároveň participácia na ich riešení formou podpory, spolupráce a financovania kvalitných a výnimočných projektov. Cieľom pôsobenia Tatra banky je vytvorenie dlhodobých a stabilných partnerstiev s perspektívou rozvoja.

Podľa slov CSR manažérky Nadácie Tatra banky Andrei Šalingovej,⁶¹ banka roku 2007 pristúpila k prehodnoteniu strategického plánu v oblasti spoločenského pôsobenia a do praxe ho následne implikovala roku 2008. Svoj nový strategický zámer Tatra banka postavila na dvoch hlavných pilieroch a rozhodla sa pôsobiť najmä v oblasti vzdelávania a umenia (vid' príloha č.1). Roku 2008 bola už ťažiskovým segmentom práve oblasť umenia, keď jej bolo určených takmer 70% strategického sponzoringu firemnej filantropie Tatra banky. Podľa Andrei Šalingovej mohlo byť jedným zo stimulov bližšieho a rozsiahlejšieho zamerania sa na oblasť umenia nadviazanie spolupráce so Slovenským národným divadlom, keďže sa v tomto roku Tatra banka stala jeho generálnym partnerom. Razom však dodáva, že stratégia je koncipovaná so zreteľom na pozíciou banky na trhu a jej hodnotovú orientáciu, ktorej integrálnou súčasťou je percepcia priorít svojich klientov.

Na základe schválenej stratégie sa Tatra banka orientuje predovšetkým na podporu projektov z oblasti vzdelávania a umenia. Svojich partnerov si volí výhradne zo strany organizácií a inštitúcií, ktorých činnosť je právne registrovaná, a ktorých profesionálna činnosť je dokázateľná na základe piatich kritérií: Projekt musí byť v súlade so stratégiou Tatra banky, teda pochádzať z oblasti vzdelávania a umenia; má byť výnimočným a vo svojej oblasti jedinečným; spĺňať predpoklad širšieho spoločenského dopadu s hlbším spoločenským významom, finančné podmienky sú zlučiteľné s finančným rozpočtom Tatra banky vymedzeným na filantropické aktivity a piatim bodom je požiadavka, že v projekte bude Tatra banke zaručená exkluzivita za finančný sektor.

Napriek uvedenej podmienke, že partnerov si Tatra banky hľadá a vyberá výhradne zo strany právnych subjektov, v nasledujúcej časti ozrejníme priamy dosah na ich podporu cez subvenciu inštitúcií a organizácií pre nich určených, ako aj strategickú podporu vo forme morálneho i finančného odmenenia pod záštitou Nadácie Tatra banky.

⁶¹ ANDREA ŠALINGOVÁ, CSR manažérka Nadácie TB, z osobného rozhovoru konaného dňa 9.4.2010, v Bratislave

Podpora umenia tvorí integrálnu súčasť firemnej filantropie Tatra banky. **Projekty**



z oblasti výtvarného umenia, či divadla sú tie, ktoré sú stratégií banky najbližšie.

Tatra banka sa snaží spomedzi mnohých žiadostí vybrať a podporiť tie projekty, ktoré sú príslubom vysokej kvality, umeleckej hodnoty a zároveň majú hlbší spoločenský rozmer. Divadelné predstavenia popredných umeleckých súborov, významné slovenské galérie, výstavné siene, či originálne umelecké podujatia patria k neodmysliteľnej súčasť zoznamu podporovaných podujatí. Tatra banke záleží na tom, aby sa **potenciál slovenských tvorcov** a umeleckých inštitúcií mohol **rozvinúť** a vytváral neustále nové umelecké hodnoty

K podporovaných subjektom Tatra banky tak najčastejšie patria najmä galérie a divadlá. Ako sme vyššie spomenuli, banka je dokonca generálnym partnerom Slovenského národného divadla, ale tiež participovala na premiérových predstaveniach divadla Astorka, GUnaGU, L+S či Slovenského divadla tanca. Významnú pozornosť venuje i regionálnym divadlám, menovite Mestskému divadlu v Žiline, Komornému divadlu v Martine, Divadlu J. G. Tajovského vo Zvolene, Divadlu J. Palárika v Trnave, Divadlu J. Záborského v Prešove a Štátnemu divadlu v Košiciach. Vo výstavných sieňach sa Tatra banka podieľala na prípravách výstav v Galérii mesta Bratislavy, v Slovenskej národnej galérii, v galériách v Banskej Bystrici, Humennom, ale napríklad i na podpore prezentácie slovenských výtvarníkov v Pekingu. Mimo iného však banka subvencuje i projekty z filmového a hudobného umenia: festival Artfilm v Trenčianskych Tepliciach alebo GEN.sk (Galéria elity národa), cyklus krátkometrážnych televíznych dokumentárnych filmov, ktoré portrétnujú významné žijúce osobnosti Slovenska a už tradične festival Pohoda v Trenčíne, ako aj festival Oživené tance. Z menších, ale kvalitných podujatí získali podporu napríklad festival Revivals v Kremnici pod záštitou Petra Michalicu alebo festival amatérskych filmov v Žiline Amatfest.

Od roku 2008, kedy bola stanovená užšia špecifikácia zamerania sa Tatra banky primárne na podporu umenia a vzdelania, bol z umeleckej sféry okrem etablovaných umeleckých telies, vyčlenený priestor i na **priamu podporu mladých umelcov**. Banka podporila výstavnú sieň špeciálne pre mladých umelcov Galéria mladých M++ známu aj ako „Galériu na Lodi“ s možnosťou následného vystavovania úspešným diel v priestore Tatra banky, konkrétne privátneho bankingu. Z divadelných počínov mladých absolventov

herectva si Tatra banka všimla a s radosťou podporila divadlo Art Teatro a mladé výtvarné umenie podporila zasa partnerstvom na aukcii Nadácie – Centrum súčasného umenia. Minulý rok sa Tatra banka opäť nezabudla ani na mladých umelcov a opätovne podporila Galériu mladých M++, vrátane medzinárodnej výstavy *Socha a objekt* v Zichyho paláci v Bratislave. Mladé výtvarné umenie Tatra banka opakovane podporila partnerstvom na aukcii Nadácie – Centrum súčasného umenia v spolupráci s výstavnou sieňou SOTHEBY'S.

3.3. Nadácia Tatra banky

Nadácia Tatra banky (ďalej len Nadácia^{TB}) bola založená Tatra bankou, a.s., ku koncu roku 2004 ako jeden zo strešných nástrojov spoločenskej zodpovednosti. Aktivity Nadácie Tatra banky sa zameriavajú na oblasť vzdelávania, umenia a obnovy kultúrnych pamiatok, dominantne sa však naša nadácia špecializuje na vzdelávanie. Táto filantropická inštitúcia prináša atraktívne príležitosti na zvyšovanie kvality vzdelania. Potenciálnych uchádzačov o podporu oslovuje nasledovne: „Každý človek by mal dostať príležitosť rozvíjať svoje schopnosti a nadanie. Nadácia Tatra banky chce dať šancu a pomáhať všetkým, ktorí majú záujem neustále sa zdokonaľovať a v živote niečo dosiahnuť. Ak chcete na sebe pracovať a rozvíjať to, v čom ste dobrí, my vás veľmi radi podporíme!“⁶² Slogan Tatra banky **najlepší idú za nami** sa na tomto mieste preklonuje princípom reciprocity medzi Spoločensky zodpovednou firmou a žiadateľmi o podporu a ocenenými na slogan Nadácie^{TB} **ideme za najlepšími**.



Nadácia popri svojej snahe vytvoriť aktívny priestor pre realizáciu dobrých nápadov, inovatívnych prístupov a aktivít ponúka jednotlivé programy a grantové programy, kde špecifikuje spôsob, akým je možné získať finančnú pomoc. Nadácia^{TB} v jednom zo svojich programov vytvára taktiež pôdu na docenenie umeleckých kvalít a prínosu, adresne v programe Ceny Nadácie Tatra banky, ktorý je udeľovaný v troch zvláštnych kategóriách:

⁶² NADÁCIA TATRA BANKY: *O Nadácii*. <<http://www.nadaciatatrabanky.sk/o-nadacii>> [citované 10.04.2010]

- *Cena Nadácie Tatra banka za umenie* za umelecký prínos v konkrétnych oblastiach umenie
- *Cena Nadácie Tatra banky za Najlepší študentský business plán* vyhlásením súťaže pre tímy študentov vo vypracovaní vlastných podnikateľských nápadov formou business plánu.
- *Cena Nadácie Tatra banky za Najlepšiu diplomovú prácu* každoročným ocenením prínosných a inšpiratívnych diplomových práce študentov.

Vzhľadom na zameranie sa našej práce na podporu mladého umelca sa v ďalšej časti sústredíme na Cenu Nadácie^{TB} za umenie s dôrazom na kategóriu ocenenia mladého umelca.

3.4. Cena Nadácie Tatra banky za umenie

Udeľovanie Ceny Nadácie Tatra banky za umenie (ďalej len CNTBU) patrí medzi prestížne programy Nadácie Tatra banky. Keďže si Tatra banka uvedomuje, že nadanie a talent vždy nestačia, chce prostredníctvom Nadácie^{TB} pomáhať všetkým, ktorí sa chcú neustále rozvíjať. Nadácii Tatra banky záleží tak na vytvorení podmienok pre umeleckú tvorbu, ako aj na príležitosti oceniť ju a podporiť objavovanie a rozvíjanie mladých talentov. „Usilujeme sa oceniť talent, nadšenie i prácu slovenských umelcov a podporiť rozvoj nášho umenia v jeho najrôznejších podobách, a to nielen morálne, ale aj finančne. Naším cieľom je motivovať umelcov i mladých tvorcov pri ďalšej tvorbe a dať im impulz na vznik nových projektov vo všetkých umeleckých žánroch. Považujeme za česť, že môžeme každý rok oceniť to najlepšie, čo slovenské umenie prinieslo.“⁶³

Nadácia^{TB} udeľuje ceny od roku 1996, rok 2010 bude tak v poradí už 15. ročníkom. Novinkou 13. ročníka bolo popri udeľovaní hlavnej ceny vytvorenie špeciálnej ceny **Mladý tvorca**, umelcovi do veku 35 rokov (pokiaľ do termínu na prijímanie tipov na nominácie nedosiahol vek 35 rokov) v každej z piatich kategórii. „Nápad vznikol celkom spontánne, popri hlavnej cene, kde sa oceňujú vysoké umelecké zásluhy tvorcov nám

⁶³ NADÁCIA TATRA BANKY: *Cena nadácie Tatra banky za umenie*. <<http://www.nadaciatatrabanky.sk/cena-nadacie-tatra-banky-za-umenie>> [citované 10.04.2010]

prišlo v súlade so spoločenským nasmerovaním Nadácie^{TB} vyzdvihnúť i mladé talenty a podporiť ich nadanie, potenciál a ďalší rozvoj“, hovorí Halová.⁶⁴ V každej kategórii je udelená jedna hlavná cena a jedna špeciálna cena Mladý tvorca. Ocenenia CNTBU sa udeľujú každoročne v kategóriách (viď príloha č.2):

1. Audiovizuálna tvorba, film, TV a rozhlas
2. Divadlo
3. Hudba
4. Literatúra
5. Výtvarné umenie

Zmena nahliadania stratégie bankového domu Tatra banka, a.s., ktorá prebehla v roku 2008 bola prirodzene aplikovaná i na činnosti a ciele Nadácie^{TB}. Tento rok bol prelomovým aj pre udeľovanie cien. Podľa slov Milady Halovej z Nadácie^{TB} CNTBU od tohto roku prešla výraznou zmenou dramaturgie, štatútu, spôsobu výberu nominovaných i oceňovaných tvorcov, ako aj rozšírením počtu oceňovaných kategórii, a to v prvom rade v snahe o zvýšenie transparentnosti, objektivity, ako aj váženosti ocenenia. „Je pre nás nesmierne dôležité, aby celý priebeh nominácií a výberu oceňovaných osobností bol v rukách najpovolanejších odborníkov, ktorí svojím ľudským, no najmä kvalitným profesionálnym zázemím dodávajú tejto cene zaslúženú dôstojnosť.“⁶⁵

Prostriedkom, ako dosiahnuť nasledovné bolo angažovanie a zapojenie samotnej umeleckej obce vytvorením tzv. Akadémie, ktorá rozhoduje o výbere kandidátov na laureátov v každej kategórii. Každý doteraz ocenený laureát Ceny Nadácie Tatra banky má právo byť členom Akadémie (členstvo vzniká automaticky získaním hlavnej a špeciálnej ceny CNTBU), ktorá má jedinečné a výsostné postavenie a právo nominovať umelcov v jednotlivých kategóriách. Priebeh nominovania prebieha podľa presne určených pravidiel.⁶⁶

Organizátor (agentúra Monarch, a.s.) písomne vyzve členov Akadémie na zaslanie svojich návrhov na udelenie hlavnej ceny aj špeciálnej ceny Mladý tvorca CNTBU v jednotlivých kategóriách. Každý člen Akadémie môže uviesť maximálne 5 tipov na

⁶⁴ MILADA HALOVÁ, členka prípravného výboru Cien Nadácie TB, z osobného rozhovoru konaného dňa 9.4.2010, v Bratislave

⁶⁵ NADÁCIA TATRA BANKY: *Cena Nadácie tatra banky za umenie.* <<http://www.nadaciatatrabanky.sk/cena-nadacie-tatra-banky-za-umenie>> [citované 10.04.2010]

⁶⁶ CENA NADÁCIE TATRA BANKY ZA UMENIE: *Štatút.* <http://www.nadaciatatrabanky.sk/files/upload/tbn_statut_0110.pdf> [citované 10.04.2010]

nomináciu na udelenie hlavnej ceny a ľubovoľný počet tipov na nomináciu špeciálneho ocenenia Mladý tvorca v každej kategórii. Organizátor zozbiera všetky návrhy na nominácie a vytvorí z nich zoznam umelcov navrhovaných na nominácie na hlavnú i špeciálnu cenu samostatne pre každú jednotlivú kategóriu – ďalej len tzv. long list. Potom organizátor doručí členom Akadémie tzv. long list vo forme nominačného formulára. Každý člen Akadémie má právo hlasovať, teda vybrať z tzv. long listu v každej kategórii maximálne 3 umelcov (jednotlivcov či tímy) na udelenie hlavnej ceny, a zároveň označiť poradie svojho hlasovania podľa preferencií a 1 umelca na udelenie špeciálnej ceny. Organizátor zabezpečí vyhodnotenie hlasovania akademikov o nomináciách a vytvorí zoznam nominácií – tzv. shortlist nominovaných na hlavnú cenu pre každú kategóriu, ktorý bude pozostávať z prvých 3 umelcov, ktorí získali najvyššie umiestnenie po celkovom vyhodnotení poradia. Organizátor zároveň zabezpečí zverejnenie tzv. shortlistu každej kategórie v abecednom poradí, ktoré umelcom pridelili členovia Akadémie. Organizátor zároveň vytvorí zoznam mladých tvorcov nominovaných na špeciálnu cenu v každej kategórii. Na prvý pohľad zložitý mechanizmus má za úlohu zabezpečiť prehľadnosť dôkladného postupu získavania jednotlivých adeptov na nominácie a samozrejme čo najvyššiu mieru objektívnosti a precíznosti práve cez selekciu najfrekventovanejších opakujúcich sa mien nominovaných z radu umelcov s presnou priradenou preferenciou.

Jednotlivé návrhy a nominácie na ocenenia posudzuje odborná porota zložená z desiatich významných predstaviteľov slovenskej kultúry, ktorá na základe odporúčaní a návrhov vyberie víťazov v jednotlivých kategóriách. Zmyslom zostavenia poroty z radov významných slovenských umelcov bola profesionalizácia CNTBU v súlade so stratégiou Tatra banky, ako aj jedného z filantropických zámerov so sústredením sa na rozvoj odbornosti; kvalifikácie. Výber prebieha zaslaním zostavených shortlistov s uvedením počtu bodov udelených akademikmi, každému členovi poroty, ktorý sa neskôr v stanovenom termíne zúčastní zasadnutia poroty, kde vyberie víťaza hlavnej ceny v jednotlivých kategóriách a víťaza špeciálnej ceny v každej kategórii za podmienky zhody nadpolovičnej väčšiny hlasov prítomných porotcov. Organizátor zabezpečí pre každého člena poroty prehľad diel a prác nominovaných, aby mal každý člen poroty ucelený prehľad o každom nominovanom. Milada Halová upozornila na zaujímavosť, že miesto jedného porotcu nie je fixné a jeden člen tak môže z roka na rok rotovať. Aktuálne zastúpenie poroty je v zložení:

- Miroslav Uličný – člen Správnej rady Nadácie Tatra banky (zástupca vyhlasovateľa)
- Peter Princ – tajomník poroty Ceny Nadácie Tatra banky za umenie (zástupca organizátora)
- Jozef Bednárík – divadelný režisér (člen Akadémie)
- Emil Horváth – herec, pedagóg
- Mário Radačovský – riaditeľ Baletného súboru SND, tanečník a choreograf (rotujúci porotca)
- Eva Borušovičová – scenáristka a režisérka
- Dušan Dušek – prozaik, básnik, autor rozhlasových hier a filmových scenárov, pedagóg VŠMU
- Peter Michalica – hudobník (člen Akadémie)
- Laco Lučenič – hudobník a producent
- Ján Hoffstädter – akademický sochár, docent v odbore sochárstvo, vedúci katedry sochárstva a rektor VŠVU

Organizátor zabezpečí, že mená víťazov budú vložené do obálok a zapečatené za prítomnosti notára. Otvorenie obálok, a teda aj oboznámenie Akadémie a verejnosti



s výsledkom hlasovania sa uskutoční až na galavečere pri slávnostnom udeľovaní CNTBU. **Nepeňažnú cenu** ako symbolické udelenie pocty reprezentuje jedinečná **bronzová soška múzy**, ktorú špeciálne pre udeľovanie cien vytvoril známy slovenský sochár a výtvarník Daniel Brunovský, a taktiež **finančná odmena** vo výške 6638, 78 EUR (200 000 SKK) v kategórii hlavná cena, **3319,39 EUR** (100 000 SKK) za ocenenie *Mladý tvorca*. Ocenenie *Mladý tvorca* už druhým ročníkom sprostredkovalo jeho držiteľom finančnú cenu, ktorá ako Milada Halová spresnila býva **účelovo – viazaná**. Zámerom Nadácie^{TB} je totiž podnietiť mladých umelcov k ďalšej tvorivej práci, k napredovaniu, zvyšovaniu odbornosti a praktických zručností, a preto býva cena pretavená do formy grantu určeného na študijný pobyt, stáž, prax, konkrétny projekt, umeleckú tvorbu, technické vybavenie, hudobný nástroj a pod. Hlavná, ako aj špeciálna cena môžu byť udelené víťazovi kategórie len raz za život.

V roku 2008, a teda zároveň prvom ročníku udeľovania CNTBU – špeciálnej ceny *Mladý tvorca* bolo vo vyhlásených kategóriách ocenených týchto päť mladých umelcov (vid' príloha č.3):

- Audiovizuálna tvorba, film a TV – **Juraj Lehotský**
- Divadlo – **Tatiana Pauhofová**
- Hudba – **Adriana Kučerová**
- Literatúra – **Monika Kompaníková**
- Výtvarné umenie – **Dorota Sadovská**

Posledný 14. ročník sa udeľovanie Ceny Nadácie Tatra banky za umenie konalo 21. novembra 2009 v Slovenskom národnom divadle.⁶⁷ „Tento ročník znovu priniesol zvučné mená, čo svedčí o tom, že slovenské umenie sa stále dynamicky vyvíja a má jeho prijímateľovi čo ponúknuť. Je pre nás ct'ou podporiť špičkových slovenských umelcov v ich ďalšej tvorbe a realizácii,“ poznamenal pri tejto príležitosti Miroslav Uličný, jeden z členov poroty a zároveň podpredseda predstavenstva Tatra banky.⁶⁸

Držiteľmi ocenenia Mladý tvorca Ceny Nadácie^{TB} za umenie pre rok 2009 za umelecký prínos sa stali (vid' príloha č. 4):

- Audiovizuálna tvorba, film, TV: **Marko Škop** za scenár a réžiu dokumentárneho filmu *Osadné*
- Divadlo: **Ondrej Koval'** za titulnú úlohu v hre *Amadeus* a postavu Stiva v hre *Anna Kareninová*
- Hudba: **Stanislav Palúch** za bohatú, vysoko kreatívnu koncertnú činnosť v uplynulej sezóne a za spoluprácu na dvoj-CD "*Šeban – Godár – Breiner – Kolkovič*"
- Literatúra: **Peter Pavlac**, za napísanie divadelnej hry *Červená princezná*
- Výtvarné umenie: **Lucia Nimcová**, za výnimočnú fotografickú tvorbu v uplynulom období

Očakávanie pre budúce ročníky sú vysoké, ako zhodne Andrea Šalingová a Milada Halová podotkli, cieľom zostáva úsilie o zvyšovanie prestíže a kvalifikovanosti CNTBU, impulzom a motiváciou je skutočnosť, že si CNTBU počas svojej genézy a jednotlivých

⁶⁷ Pri príležitosti udeľovania CNTBU sa 22. novembra 2009 konal Deň otvorených dverí Slovenského národného divadla. Zdroj: Interné materiály Tatra banky. Tlačová správa 2009.

⁶⁸ Interné materiály Tatra banky. Tlačová správa 2009.

ročníkov zabezpečila pozorné a citlivé vnímanie a uznanie umeleckej obce, ako aj širšej verejnosti. Ocenením tak prináša nielen vecnú formu podpory, ale i zviditeľnenie sa prostredníctvom získanej ceny. Z organizačných opatrení má v budúcnosti otvorené dvere zvyšovanie počtu členov poroty, avšak uvedené zatiaľ zostáva len mysliteľnou obmenou pre ďalšie ročníky.

Finančná inštitúcia Tatra banka, a.s. a Nadácia^{TB}, ktorá je účelovým prostriedkom na dosiahnutie jej spoločenského zámeru na základe konceptu spoločensky zodpovedného správania, sa po zbilancovaní prípadovej štúdie javia ako vnímavý podnikateľský subjekt s presne definovanou víziou, cieľom a prostriedkami na dosiahnutie želaného efektu cez svoje spoločenské pôsobenie. Stanovením si dvoch základných pilierov podpory – umenia a vzdelávania sa Tatra banka snaží nefragmentovať svoju činnosť, ale skôr detailne a dlhodobo venovať pozornosť, priazeň a podporu perspektívnym subjektom, projektom a ľuďom. Identifikuje sa cez nadaných, šikovných ľudí s potenciálom a chuťou rozvíjať svoje schopnosti, danosti, dobré nápady v súlade s hodnotami spoločnosti a s imagom banky, ktorá sa pokúša o neustále zdokonaľovanie sa.

Pri podpore umenia, v našom uvažovaní mladého tvorca Tatra banka i prostredníctvom svojej Nadácie sústreďuje pozornosť na inštitúcie a organizácie s predpokladom napredovania, inovatívnym myslením a širšieho spoločenského prínosu, u jednotlivcov subvencuje osobnosti, ktoré svojím nadaním a tvorbou dosiahli osobitý prínos v umeleckom obore alebo ako mladí začínajúci umelci prejavili veľkú mieru talentu, ktorá neunikla ani očiam verejnosti. Pridržiava sa tak svojich hodnôt, keď sa sama usiluje prekonať priemerné a patriť medzi lídrov v rámci slovenského bankovníctva.

Skutočnosť, že Tatra banka podporuje výrazné umelecké počiny, dokonca so špeciálnou pozornosťou mladému umelcovi, môžeme hodnotiť pozitívne. Snahou do budúcnosti by mohla byť väčšia pozornosť kladená na začínajúce nádejné talenty z radov detí a mládeže, kde by bola možnosť podchytiť talent v začiatkoch – rozvíjať ho a zveľaďovať a pripraviť tak mladú generáciu umelcov na presadenie sa nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí. Transformácia ich vnímania z „našich“ umelcov na umelcov európskych a náležitá podpora vo forme zameranej na ďalšie vzdelávanie a zvýšenie mobility by prispela k tomu, aby nás mohli v budúcnosti sebavedome reprezentovať i medzinárodnom prostredí.

ZÁVER:

Umelecký potenciál a nadanie nebýva vždy zárukou úspechu, preto je podpora umeleckej tvorby nevyhnutným predpokladom nato, aby umenie mohlo vznikáť a naplno sa rozvíjať. V našej bakalárskej práci analyzujeme predpisy a mnohé skutočnosti, ktoré majú na umeleckú prácu bezprostredný vplyv a tiež existujúce príležitosti vo sfére podpory umenia, ktoré jej zvyšujú šancu na realizáciu. Programy a projekty, ktoré mapujeme v jej obsahu ozrejmuju podmienky jednotlivých typov podpory a predstavujú tak jeden z návodov, ako sa v systéme možností zorientovať.

V prvej kapitole sme reflektovali kompetencie a prácu umelca, ktorá ako sa ukázalo, má pozitívny celospoločenský dopad na mnohé oblasti verejného života. Umelec ako vykonávateľ a modifikátor umeleckej činnosti tak priamo ovplyvňuje spoločenské dianie. Súčasná spoločnosť mu vymedzuje status, ktorý sa formuje v závislosti od náhľadov jednotlivých kultúrnych inštitúcií, organizácii ako aj štátnych orgánov v oblasti kultúry. Postavenie umelca je potom upravované v súlade s charakterom kultúrnej politiky konkrétneho štátu, ktorá ho ošetruje priamo v zákonoch, odkiaľ plynú pre umelca záväzné práva a povinnosti.

V druhej kapitole sme spresnili pojem „mladý“ umelec a následne sme identifikovali možné formy finančnej a nefinančnej podpory, ako aj zdroje, od ktorých môže mladý umelec podporu žiadať. Tu sme zhodnotili, že alternatív, ako možno umelcovi pri jeho napredovaní pomôcť je nemálo, no zdroje, ktoré sú mu ako jednotlivcovi – fyzickej osobe dostupné, sú v porovnaní s umelcami združenými v mimovládnych organizáciách obmedzené. Bližšie sme tiež skúmali vzťah umelca s jeho darcom. Darcu sme nahliadali cez princípy konceptu spoločensky zodpovedného podnikania, kde sme sa sústredili na popisovanie motivácií a benefitov, ktoré ho k podpore umelca mohli viesť a umelca sme pozorovali v roli fundraisera – človeka, ktorý vhodným prístupom dokáže pre svoju prácu získať prostriedky.

V poslednej tretej kapitole sme uskutočnili kratšiu prípadovú štúdiu Tatra banky, a.s., kde bolo našim cieľom sledovať stratégiu, hodnoty a vízie definované Tatra bankou a z nich plynúce aktivity v oblasti spoločenského správania. Dospeli sme k záveru, že spolu so vzdelaním patrí umenie k prioritným oblastiam, do ktorých podpora zo strany tejto finančnej inštitúcie smeruje. Spoločnosť sa zameriava na podporu umenia – predovšetkým divadla a výtvarného umenia, v snahe o vytvorenie podmienok pre

umeleckú tvorbu, ako aj príležitosti oceniť ju a podporiť rozvíjanie mladých talentov. Banka dlhoročné odovzdávanie *Ceny Nadácie Tatra banky za umenie* rozšírila druhým ročníkom o špeciálnu cenu *Mladý tvorca*, kde osobite vyzdvihuje umelecký prínos mladých umelcov. Môžeme tak konštatovať, že banka podporuje umenie kontinuálne a takmer vo všetkých jeho druhoch, pričom si zvlášť všíma a váži nadanie a prácu mladých umelcov.

Zhodnotením zistených poznatkov sme dospeli k záveru, že stav vo sfére podpory umenia sa líši v závislosti od prístupu a nastavení verejného a súkromného sektora. Zatiaľ čo jednotlivé umelecké fondy a grantový systém Ministerstva kultúry sa riadi podľa vopred stanovených cieľov s presným určením formy a účelu podpory, nadácie dokážu v zhode so svojím poslaním reagovať na jednotlivé žiadosti pružnejšie. Podnikateľský sektor tvorí zvláštnu skupinu poskytovateľa podpory v oblasti umenia, pretože jeho konanie je založené výhradne na dobrovoľnej báze, a to začlenením prvkov konceptu spoločenskej zodpovednosti do firemnej stratégie. Umelec v snahe o úspešné nadviazanie spolupráce a získanie si priazne zo strany podnikateľského subjektu, musí sledovať svoje potreby, ale v súlade so stratégiou a zámermi svojho partnerského subjektu. Obojstranná prospešnosť a spokojnosť je potom predpokladom ich dlhodobej spolupráce.

V praktickej časti sme zistili, že Tatra banka sa podporou a ocenením mladého umelca snaží podčiarknuť predovšetkým výrazný talent mladých tvorcov a upozorniť na ich výnimočný prínos v umení. Vítanou by do budúcnosti bola i podpora mladých umelcov - detí a mládeže, pretože tu je šanca na zachytenie talentu v začiatkoch, a tým aj väčšia pravdepodobnosť jeho rozvoja.

BIBLIOGRAFIA:

Monografie a zborníky:

- 1) CIKÁNEK, M. 2009. *Kreativní průmysly příležitost pro novou ekonomiku*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav v Praze, 2009. ISBN 978-80-7008-231-7.
- 2) DVOŘÁK, J. 2005. *Malý slovník managementu divadla*. Příbram: Nakladatelství Pražská scéna, 2005. ISBN 80-86102-49-1.
- 3) HAGOORT, G. 2009. *Umělecký management v podnikatelském stylu*. Praha: Akademie muzických umění v Praze a KANT, 2009. ISBN 978-80-7437-008-3.
- 4) KAISER, M.: *Strategické plánování v umění*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav v Praze, 2009. ISBN 978-80-7008-236-2.
- 5) KOLLÁR, M. – MRVOVÁ, Z. (ed.). 2002. *Národná správa o kultúrnej politike SR. Správa európskych expertov*. Bratislava: Ministerstvo kultúry SR, 2002.
- 6) KUPKOVIČ, M. 2002. *Podnikové hospodárstvo*. 6. vyd. Bratislava: Sprint vŕa, 2002. ISBN 80-88848-93-8.
- 7) MAJCHÁREK, J. – MAROŠIOVÁ, L. (ed.). 2004. *Firemná filantropia na Slovensku*. Bratislava: IVO- Inštitút pre verejné otázky, 2004. ISBN 80-88935-62-8.
- 8) NOVOTNÝ, O. 2003. *Podpora kultúry z verejných zdrojov*. Bratislava: Národné osvetové centrum, 2003. ISBN 80-7121-235-0.
- 9) SMOLÍKOVÁ, M. (ed.). 2008. *Management umění*. Praha: Vysoká škola umělecko- průmyslová, 2008. ISBN 978-80-86863-24-5.
- 10) ULÍČANSKA, Z. 2000. *Kultúrny manažment*. Bratislava: Vysoká škola muzických umení, 2000. ISBN 80-851182-66-1.
- 11) VOJÍK, V.: *Podnikání v kulturě a umění - Arts Management*. Praha: ASPI- Wolters Kluwer, 2008. ISBN 978-80-7357-356-0.

Elektronické dokumenty- monografie:

- 1) BUSSARD, A. a kol. 2004. *Spoločensky zodpovedné podnikanie. Prehľad základných princípov a príkladov*. [online] Bratislava: Nadácia Integra, Nadácia Pontis, PANET, 2004. [citované. 22.02.2008] Dostupné z internetu < <http://www.panet.sk/sk/frameset1.htm> >

- 2) BAUMAX. *Angažovanost' v umení*. [online] [citované 18.4.2010] Dostupné na internete:
<<http://www.baumax.com/sk/o-baumaxe/zasady-firemnej-kultury/angazovanost-v-umeni/>>
- 3) GINSBURGH, V.A. – THROSBY, D. 2006. *Handbooks of the economics of art and culture. Creativity and Behaviour of Artists*. [online] Amstredam: North-Holland, 2006. [citované 17.4.2010] Dostupné na internete:
<http://www.elsevier.com/wps/find/bookdescription.cws_home/622130/description#description>. ISBN-13: 978-0-444-50780-6.
- 4) HARTLEY, J. 2009. *Arts and Ecological Sustainability*. [online] London: Arts Council England, 2009. [citované 20.2.2010] Dostupné na internete:
<<http://www.ifacca.org/media/files/Arts%20and%20Ecological%20Sustainability%20-%20D%27Art%2034.pdf>>
- 5) HOLME, R. – WATTS, P. 2000. *Corporate Social Responsibility: making good business sense*. [online] Ženeva: World Business Council for Substaintable Developement, 2000. [citované 22.2.2010] Dostupné na internete:
<<http://www.wbcsd.ch/plugins/DocSearch/details.asp?txtDocTitle=Making%20good%20business%20sense&txtDocText=Making%20good%20business%20sense&DocTypeId=1&ObjectId=Mjg1&URLBack=result.asp%3FtxtDocTitle%3DMaking+good+business+sense%26txtDocText%3DMaking+good+business+sense%26DocTypeId%3D-1%26SortOrder%3D%26CurPage%3D3>>
- 6) KAŠPAROVÁ, K.: *Stakeholderská teorie a její propojení s CSR*. [online] [citované 5.4.2010] Dostupné na internete:
<<http://www.csr-online.cz/NewsDetail.aspx?p=3&id=582>>
- 7) KOL. AUTOROV. 2004. *Artists Rights in a European Cultural Space*. [online] Bonn: ERICarts, 2004. (In: the UK Year of the Artist, June 2000 to May 2001) [citované 11.3.2010] Dostupné na internete:
<<http://www.ericarts.org/web/files/73/en/artists-rights.pdf>>
- 8) KOL. AUTOROV. 2008. *Společenská odpovědnost firem. Průvodce nejen pro malé a střední podniky*. [online] Praha: Busniss Leaders Forum, 2008. [citované 22.2.2010] Dostupné na internete:
<<http://www.csr-online.cz/Page.aspx?pruvodce&pruvodce>>

TRNKOVÁ, J. 2004. *Společenská odpovědnost firem. Kompletní průvodce tématem a závěry z průzkumu v ČR*. [online] Praha: Business Leaders Forum, 2004. [citované 22.2.2010] Dostupné na internete:

<<http://www.blf.cz/csr/cz/vyzkum.pdf> >

Zákony:

- 1) *Zákon č. 385/1997 Z. z. zákon o Slovenskom národnom divadle.*
- 2) *Zákon č. 384/1997 Z. z. o divadelnej činnosti v znení zákona č. 416/2001 Z. z.*
- 3) *Zákon č. 618/2003 Z. z. o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom (autorský zákon).*
- 4) *Zákon č. 34/2002 Z.z. o nadáciách.*
- 5) *Zákon č. 595/2003 Z.z. o daniach z príjmov v znení neskorších predpisov.*

Dokumenty:

- 1) EURÓPSKY PARLAMENT. 1999. *Report on the situation and role of artists in the European Union*. European Parliament Committee on Culture, Education and the Media. [online] 1999. [citované 11.03.2010] Dostupné na internete: <<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?sessionId=1272E7414192BF3B05FC7E4435AEC309.node1?language=EN&pubRef=//EP//NONSGML+REPORT+A4-1999-0103+0+DOC+PDF+V0//EN>>
- 2) EURÓPSKY PARLAMENT. 2007 *Správa o sociálnom štatúte umelca*. [online] Brussel: 2007. [citované 11.03.2010] Dostupné na internete: <http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2004_2009/documents/pr/649/649349/649349sk.pdf>
- 3) UNESCO. 1980. *Recommendation Concerning the Status of the Artist*. [online] 1980 [citované 11.03.2010] Dostupné na internete: <http://portal.unesco.org/en/ev.phpURL_ID=13138&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html>

Internetové stránky:

www.artscouncil.org.uk

www.blf.sk

www.cpf.sk

www.culture.gov.sk

www.divemaky.sk

www.donorsforum.sk

www.labforculture.org

www.nadaciaorange.sk

www.panet.sk

www.partnerstva.sk

www.prodonum.sk

www.nadacia.sk

www.nadaciatatrabanky.sk

www.ncsu.sk

www.socpoist.sk

<http://www.nadaciaslp.sk/>

www.tatrabanka.sk

<http://www.nadaciavub.sk/>

Periodiká:

- 1) BÁN, A. 2010. Krajina Danubiana. In *Týždeň*. ISSN 1336-5932, 2010, roč. 7, č. 13, s. 50

ZOZNAM PRÍLOH:

Príloha č. 1: Rozpočet Tatra banky na rok 2007 a 2008

Príloha č.2: Rozsah jednotlivých kategórii Ceny Nadácie^{TB} za umenie

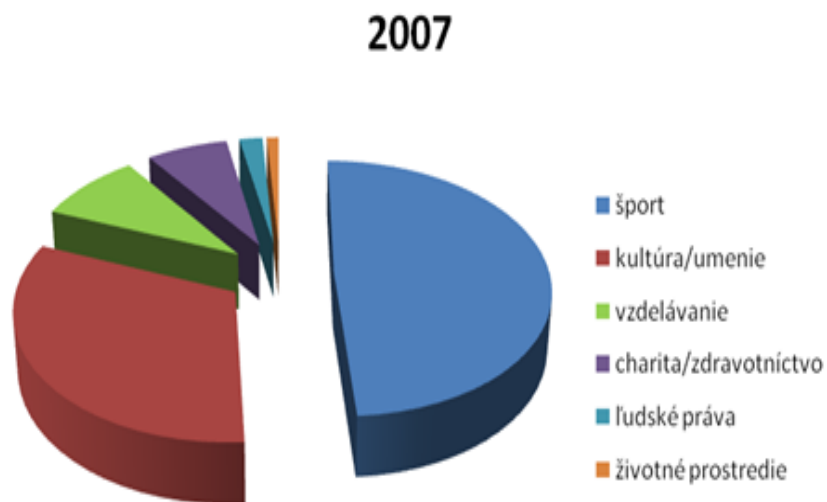
Príloha č.3: Laureáti *Ceny Nadácie Tatra banky za umenie – Mladý tvorca* za rok 2008

Príloha č.4: Laureáti *Ceny Nadácie Tatra banky za umenie – Mladý tvorca* za rok 2009

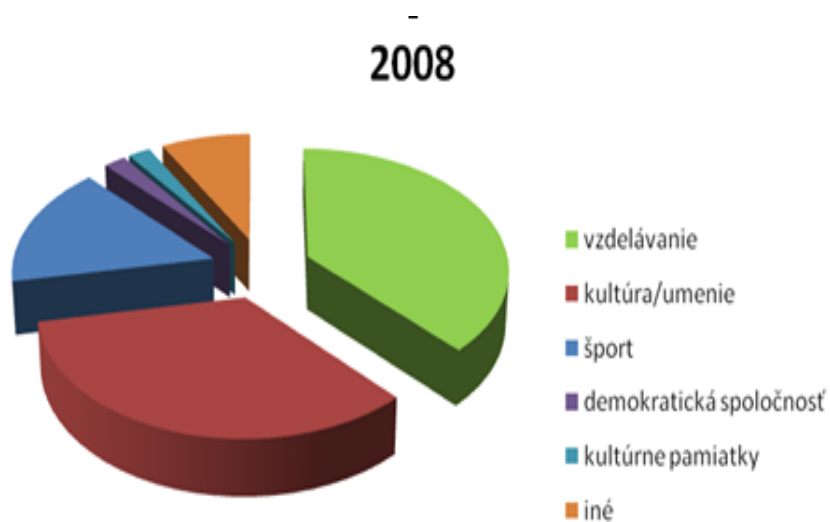
PRÍLOHY:

Príloha č. 1: Rozpočet Tatra banky na rok 2007 a 2008

Rozpočet na rok 2007



Rozpočet na rok 2008



Zdroj: Interné materiály Tatra banky

Príloha č. 2: **Rozsah jednotlivých kategórii Ceny Nadácie^{TB} za umenie**

1. Audiovizuálna tvorba, film, TV, rozhlas: film (hraný, dokumentárny, animovaný), dramatické, zábavné a publicistické formáty, audiovizuálne dielo, videoklipy, fiction alebo non-fiction, rozhlasová tvorba a iné relevantné počiny v tejto oblasti.
2. Divadlo: opera, činohra, balet, tanec, muzikál. Môže zahŕňať interpretačný výkon, réžiu, scénografiu, kostýmy a iné relevantné počiny v oblasti divadla.
3. Hudba: operná, vážna, alternatívna a populárna. Môže zahŕňať interpretačný výkon, kompozíciu hudobného diela, inovatívny prínos do aktuálnej scény slovenskej hudby a iné relevantné počiny v oblasti hudby.
4. Literatúra: poézia, próza, literatúra faktu a iné relevantné počiny v oblasti literatúry. Podmienkou je publikované dielo.
5. Výtvarné umenie: grafika, fotografia, maľba, socha, multimédiá, úžitkové výtvarné umenie (textil, šperk, dizajn, grafický dizajn) a iné relevantné počiny v oblasti výtvarného umenia.

Zdroj: CENA NADÁCIE TATRA BANKY ZA UMENIE: *Štatút*.

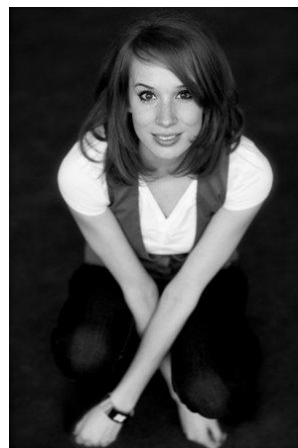
<http://www.nadaciatatrabanky.sk/files/upload/tbn_statut_0110.pdf> [citované 10.4.2010]

Príloha č. 3: Laureáti *Ceny Nadácie Tatra banky za umenie – Mladý tvorca* za rok 2008

Juraj Lehotský
FILM



Tatiana Pauhofová
DIVADLO



Adriana Kučerová
HUDBA



Monika Kompaníková
LITERATÚRA



Dorota Sadovská
VÝTVARNÉ UMENIE



Príloha č.4: Laureáti *Ceny Nadácie Tatra banky za umenie – Mladý tvorca* za rok 2009

Marko Škop
FILM



Ondrej Koval'
DIVADLO



Stanislav Palúch
HUDBA



Peter Pavlac
LITERATÚRA



Lucia Nimcová
VÝTVARNÉ UMENIE

