

Na ceste za filantropiou, charitou, mecénstvom a sponzorstvom

Boris Strečanský

Centrum pre filantropiu, September 2000

Tento text predstavuje časť z textu, ktorý bol publikovaný v Čítanke pre neziskové organizácie II – ktorú vydáva Partners for Democratic Change Slovakia na jeseň r.2000.

Každý sa už asi stretol s pojmami dobročinnosť a darcovstvo. Na prvý pohľad sú zrejmé a nepotrebujú zvláštny výklad. V kontexte neziskového sveta sa popri nich stretávame aj s pojmami charita, filantropia, mecénstvo, prípadne sponzorstvo. Hoci vieme, že sa stále nachádzame v tej istej oblasti dobročinnosti, intuitívne cítime, že každý z týchto pojmov nám označuje jednu z jej mnohých podôb. Zastavme sa teraz pri jednotlivých pojmoch a hľadajme, odkiaľ k nám prichádzajú a čo znamenajú.

Predstavme si teraz, že charita a filantropia sú sestry žijúce niekde v oblasti latinsko-gréckej civilizácie a my sa vydávame po ich stopách.

Charita pochádza z latinského *caritas, carus*, čo znamená 1. drahota, drahý, 2. vážnosť, úcta, priazeň, prípadne ako zľudovené vyjadrenie starogréckeho *charis* či starofrancúzskeho *charité*. Vulgata¹ prekladá grécke *agapé*, ktoré predstavuje lásku dávajúcu (na rozdiel od lásky túžiacej - eros) latinským *caritas*. Korene tohto slova siahajú až k samému indoeurópskemu základu **ka* vyjadrujúcemu túžbu a žiadosť.

Pojem charita v súčasnosti v našom kontexte nadobúda viaceré významy:

1. vo všeobecnom význame o charite hovoríme v súvislosti s túžbou a vôľou konať dobro;
2. v kresťansko-teologickom význame predstavuje lásku Boha voči človeku alebo človeka voči ostatným ľuďom²;
3. najčastejšie sa charita používa a asi aj vníma vo význame altruistického správania jednotlivcov alebo inštitúcií - označuje dobrovoľné poskytovanie peňazí alebo inej pomoci ľuďom v núdzi, biede a bolesti;
4. v prenesenom význame charita môže označovať aj inštitúciu, ktorá dobrovoľne poskytnuté prostriedky sústreďuje s cieľom ich ďalšieho prerozdelenia pre tých, ktorí ich potrebujú. V tomto význame je u nás známa Slovenská katolícka charita. Treba zdôrazniť, že obdoba takejto inštitucionalizovanej podoby pomoci ľuďom existuje pod inými názvami aj v iných cirkvách (pozri kapitolu Cirkevné charitatívne organizácie a tretí sektor, rámček 3-8). V anglosaskom svete sa charitou často v tomto význame označujú všeobecne inštitúcie, ktoré sú prijímateľmi podpory, ako aj jej poskytovateľmi (nadácie, fondy a i. – “charities, charitable giving..”).

Bolo by chybou priznávať charite len jej sociálny rozmer zmierňujúci nerovnosť a krivdu a ignorovať aj snahy charitatívnych aktivít o nápravu spoločnosti. V tomto smere sa nám však natíska pojem **filantropia**. Toto zvláštne slovo sa opätovne dostáva do našich slovníkov. Čoraz častejšie sa používa v nadáciách i materiáloch neziskových organizácií, menej však medzi širšou verejnosťou.

Filantropia pochádza z gréckeho *philein (milovať)* a *anthropos (človek)*. O filantropii sa hovorí v súvislosti s bohatšími jednotlivcami, ktorí venujú časť svojho majetku na ušľachtilé ciele (napr. známy finančník George Soros alebo počítačový miliardár Bill Gates). Filantropia je fenoménom konca 19. storočia a USA, kde sa objavili *filantropi* – priemyselníci, ktorí relatívne rýchlo zbohatli, poskytujúci významnú časť svojich majetkov na kultúrne, umelecké, vzdelávacie, ale aj sociálne účely. Odvtedy je pojem filantropia zaužívaný aj v

medzinárodnom meradle. **Filantropický** znamená zameraný na vyjadrenie záujmu o celkový ľudský blahobyt vo forme väčších darov pre dobročinné inštitúcie.

Sústrediť sa na americký pohľad je mimochodom zaujímavé z viacerých dôvodov. Filantropia v 20. storočí predstavovala v USA výrazný spoločenský jav, či dokonca “priemysel”, ktorého vplyv neustále narastá. V období po r. 1989 bol a je vplyv amerických nadácií na Slovensku výrazný v porovnaní s nadáciami z krajín Európy, čo čiastočne súvisí s rozdielnym postavením filantropie v Európe a v USA. Zdá sa, že americká verzia “filantropie” je väčšmi profesionalizovaná, viditeľná, inštitucionalizovaná a spoločnosť ju akceptuje ako zavedenú súčasť spoločenského života. Európska verzia sa nezdá natoľko viditeľná a inštitucionalizovaná.

V súčasnosti sa pojem filantropia objavuje aj v súvislosti so sociálne zodpovedným správaním podnikateľských subjektov (tzv. corporate citizenship, corporate philanthropy). Mnohé spoločnosti realizujú tzv. “strategickú filantropiu“, ktorá naplňa nielen ich “sociálne“ ciele, ale aj podnikovú identitu, public relations a celkovú komunikačnú politiku a stratégiu (pozri tiež kapitolu Tretí sektor a biznis).

Filantropia je historicky viazaná viac na bohatších členov spoločnosti a predpokladá isté rozšírenie individuálneho darcovstva. Ak zasadíme toto tvrdenie do dnešného slovenského kontextu, môžeme povedať, že na Slovensku poskytovanie väčších darov, ktoré by využívalo rôzne nezávislé charitatívne inštitúcie (domáce nadácie) zatiaľ nenarástlo do takej miery, aby sa stalo predmetom širšej spoločenskej reflexie a vytvorilo by dopyt po presnejších pojmoch popisujúcich tieto javy. Možno práve preto je aj u nás zaužívanjší pojem charita, ktorý označuje prevažne bohumilé aktivity, pomoc chudobným, bezdomovcom a iným v núdzi, pričom pojem filantropia je menej používaný a v bežnom jazyku nenachádza zatiaľ priestor.

Aj keď sa bežne nerozlišuje medzi oboma pojmami, existuje medzi nimi aspoň jeden podstatný rozdiel vyjadrený práve zámerom a mierkou, v ktorej sa “dávanie“ realizuje. Filantropické dávanie skôr označuje rozvojový typ dávania, ktorý vychádza z princípu “nedaj rybu, ale nauč chytať ryby“ alebo “pomáhať tým, ktorí sú si sami schopní a ochotní pomôcť“ a orientuje sa viac na vzdelávanie, kultúru, sociálne inovácie. Filantropia sa v ideálnom prípade snaží selektívne riešiť problémy spoločnosti tak, aby bola spravodlivejšia a lepšia. Charitatívne dávanie označuje v bežnom vnímaní pomoc tým, ktorí sú v núdzi a bolesti. Hlavným zameraním charity je v tomto smere zmiernenie nerovnosti. Tento rozdiel je v každom prípade zjednodušením a neznamená, že napríklad Slovenská katolícka charita nemá záujem o vzdelávanie ako tému – skôr naopak. Uvedené však platí na úrovni každodenného vnímania týchto pojmov.

S charitou a filantropiou sú späté aj ďalšie pojmy – bratrancec mecén a sponzor. Ich korene nájdeme tiež v latinskej civilizácii.

Mecén označuje bohatého človeka podporujúceho literatúru a umenie. Samotný pojem je odvodený od historickej postavy s menom Gaius Cilnius Maecenas, ktorý žil v rokoch 80 – 7 pred naším letopočtom a bol známy ako podporovateľ slávnych básnikov Vergília a Horatia. V neskorom stredoveku a s nástupom renesancie dochádzalo k oživeniu a rozvoju umenia, ktoré bolo spojené s mecénstvom. Antika predstavovala ideál v čase renesancie, a preto ten návrat k Mecénovi ako vzoru podpory umenia. Pri podpore umenia a literatúry zohrávala dôležitú úlohu aj cirkev, avšak mecénstvo presahovalo tieto hranice.

Svoje uplatnenie malo najmä v renesanciách, keď rozvoj vied a vysokého umenia bol často záležitosťou výlučne bohatých patricijov a šľachticov, teda mecénov. Medzi najznámejších mecénov tej doby patrili Mediciovci – bohatá rodina, ktorá vládla vo Florencii koncom 15. a začiatkom 16. storočia. Dá sa povedať, že mecénstvo zažilo v tomto období rozkvet. Bohaté

rodiny si objednávali u umelcov tvorbu rôznych umeleckých diel a nepredpisovali im spôsob vyhotovenia. Prechovávali dôveru v génia umelca. Tak sa vytvoril vzťah, ktorý sa nazýva mecénstvom a ktorý výrazne prispel k rozkvetu renesančného umenia a umožnil zrod množstva nesmierne hodnotných umeleckých diel tej doby.

Leonardo da Vinci, Vasari, Michelangelo sú mená len niektorých z umelcov, ktorí dostali podporu počas vlády rodiny Mediciovcov. Neskôr pôsobili na dvoroch významných kráľov a šľachticov umelci, vedci, ale aj filozofi. Medzi nimi napríklad významný renesančný maliar Tizian na dvore Karola III., jeden z hlavných mysliteľov novoveku filozof a matematik René Descartes na dvore Kristíny III., švédskej kráľovnej, alebo hvezdár Tycho de Brahe na dvore Rudolfa IV. Tento model sa uplatňoval aj na nižších úrovniach až po "miestnych" šľachticov nielen v západnej, ale i v strednej či východnej Európe. Išlo však o prísne individuálny vzťah, ktorý nemal inštitucionalizovanú podobu.

Mecénstvo bolo aj súčasťou životného štýlu a spoločenskej prestíže, a teda istou konvenciou, ktorá sa rozpadom tradičných spoločenských štruktúr transformovala do iných podôb. V modernom filantropickom šate však prežíva dodnes. Orientácia významných západných filantropov bola a je nasmerovaná na umenie a čiastočne aj na vedu. Moderná veda sa však svojou utilitárnou podstatou dostala do sféry záujmu priemyslu, ktorý buď samostatne alebo s pomocou štátu zabezpečuje jej financovanie. Umenie a kultúra však ostali viac v oblasti individuálnej podpory novodobých mecénov a sponzorov. Počas 20. storočia túto oblasť zasiahli moderné ideológie, ktoré aj sem vniesli prvok štátnej podpory. V súčasnosti môžeme stretnúť novodobých mecénov inštitucionalizovaných (napr. Guggenheimovo múzeum moderného umenia v New Yorku) alebo jednotlivcov, ktorí si niekedy želajú zostať v anonymite.

Modernizáciou spoločnosti, rozvojom priemyslu sa aj spôsoby financovania umenia viac štruktúrovali. Akumuloval sa kapitál, ktorý bol nevyhnutným predpokladom podpory umenia. Tento vývoj zachytil aj americký oceľarsky podnikateľ škótskeho pôvodu Andrew Carnegie (1835 – 1919)³ koncom 19. storočia vo svojej eseji "Gospel of Wealth", kde dôvodí, že bez rozvoja bohatstva by nebolo ľudstvo dosiahlo v oblasti umenia, literatúry a pokroku to, čo dosiahlo a bolo by ochudobnené o tieto dnes významné hodnoty, z ktorých množstvo je považované za spoločné dedičstvo ľudstva.

Sponzorstvo je v súčasnosti viac spomínaný pojem ako mecénstvo. Je viditeľný najmä v súvislosti s podporou kultúry, ale nie je zviazaný výlučne len s ňou. Sponzorstvo je novodobou podobou mecénstva ochudobnenou o renesančný étos a doplnenou o hodnoty identifikácie a rozlíšenia obchodnej značky na trhu. Sponzor je osoba, ktorá preberá časť povinností za sponzorovaného alebo za nejakú aktivitu. Napríklad kryje náklady spojené s koncertom. V kontexte elektronických médií sponzor hradí náklady spojené s vysielaním, za čo dostáva priestor na reklamu vlastných produktov. V prípade sponzorstva ide o recipročný vzťah, kde na jednej strane je finančná podpora a na druhej strane ako protihodnota je zverejňovanie mena sponzora. Existujú aj takí sponzori, ktorých podpora sa neposkytuje na základe konkrétne definovanej zverejniteľnej protihodnoty, ale môže mať množstvo rôznych nehmatateľných motívov.

Aj keď v našom právnom systéme sponzor nie je priamo definovaný, zákon č. 468/91 Zb. o prevádzkovaní rozhlasového a televízneho vysielania definuje: *"Sponzorovaním sa rozumie akýkoľvek príspevok poskytnutý fyzickou alebo právnickou osobou na priame alebo nepriame financovanie relácií s cieľom propagácie mena, továrenskej alebo obchodnej známky, známky služieb alebo postavenia takej osoby."*

Aj keď rozdiely medzi mecénstvom a sponzorstvom sú malé a plynulo prechádzajú jedno do druhého, dá sa povedať, že sponzorovi ide o protihodnotu vo forme prezentácie svojho mena

(služby, produktu) na verejnosti a realizuje sa v širokom spektre nízkeho a vysokého umenia, kultúry, vedy, športu. Mecén je ten, kto svojimi objednávkami financuje tvorbu prevažne "vysokého" umenia a kultúry, ako protihodnotu dostáva umelecké dielo a mecénstvom si zvyšuje spoločenskú prestíž.

Terminologické okienko

Dobročinnosť je všeobecný pojem označujúci rôzne aktivity motivované láskou k blížnemu a snahou pomôcť človeku, ľuďstvu, svetu – skrátka konanie dobra.

Darcovstvo – predstavuje jednu z možných podôb dobročinnosti. Môže mať formu materiálnu (vecné dary), finančnú (peňažné dary) alebo časovú (darovanie času prostredníctvom dobrovoľníckej práce, rady či pomoci).

Charita – tradičnejšie pomenovanie darcovstva a dobročinnosti zdôrazňujúce pomoc blížnemu a pomoc v núdzi. V bežnom vnímaní sa snaží zmierňovať okamžité utrpenie, biedu a núdzu ľudí.

Filantropia – jedna z modernejších foriem darcovstva, označujúca darcovstvo, ktoré sa snaží riešiť problémy spoločnosti podporou vzdelávania, inovácií a rozvojom schopností ľudí, aby si boli schopní sami pomôcť, a neboli odkázaní na almužny.

Mecénstvo – archaické pomenovanie podpory najmä umenia a literatúry bohatými jednotlivcami bez obmedzovania tvorivej slobody umelcov.

Sponzorstvo – jedna z foriem obchodného vzťahu umožňujúca podporu rôznych neziskových aktivít, obvykle výmenou za propagáciu mena sponzora.

¹ *Vulgata – kanonizovaný preklad Biblie od Sv.Hieronyma z 5. st.*

² *Jednoduché vyjadrenie je napríklad v Mt 25:35-36: "Bol som hladný a dali ste mi jesť, bol som smädný a dali ste mi piť, bol som cudzinec a prichýlili ste ma, bol som nahý a zaodeli ste ma, bol som chorý a starali ste sa o mňa, bol som vo väzení a navštívili ste ma."*

³ *Jeho spoločnosť Carnegie Steel Co. predstavovala hlavnú zo spoločností U.S.Steel Corp čo je ako zaujímavosť v súvislosti so súčasným vstupom spoločnosti U.S. Steel do VSŽ a.s. Košice.*