

SLOW MOMENTS

SLOW MOMENTS VIII. jsou věnovány tématu finanční podpory umění. V době, kdy stát kultuře stále více omezuje přísun peněz, firemní sponzoring se ještě nevymanil ze stínu hospodářské krize a přetrhané kořeny mecenášství se zatím dostatečně neozdravily, je toto téma víc než aktuální. Danuše Siering diskutuje na dané téma s podnikatelem Milanem Deutschem, majitelem nadace e-moc-e, kterou založil před sedmi lety na podporu začínajících umělců. Rozhovor doplňují názory Marie Kinsky, ředitelky Centra choreografického rozvoje SE.S.TA, a Ing. Aleny Turkové, ředitelky Mezinárodního hudebního festivalu Kutná Hora.



Milan Deutsch a Danuše Siering

Výstava vítězů soutěže e-moc-e 2011 a 2012 v oboru fotografie, malířství a poezie proběhne v Galerii Černá labuť ve dnech 16. 9.–29. 11. 2013.

Bylo 8. 11. 1979. V düsseldorfské galerii Hans Mayer se konala slavnostní vernisáž. Vzrušení z účasti dvou špičkových umělců **Josepha Beuyse** a **Andyho Warhola** bylo veliké. Sochař a konceptuální umělec Beuys namaloval na svůj fotoportrét v nadživotní velikosti křiklavě červenou barvou nápis:

KUNST = KAPITAL

Americký představitel pop-artu Warhol viděl vztah umění a obchodu ještě těsněji a dodal: „Vydělávat peníze je umění, pracovat je umění a dobrý business je nejlepší umění.“

Na druhé straně – umění per se nepotřebuje žádné mecenáše, sponzory ani kupce. Může vznikat a existovat samo o sobě, i když si jej nikdo neprohlíží, neposlouchá, nečte.

Kde tedy leží propojení mezi těmito dvěma na první pohled protichůdnými názory? Zkusme si pomoci opět slovy umělce, tentokrát malířky **Meret Oppenheim**: „Umění může vzniknout pouze v tichu. Avšak v okamžiku, kdy vstoupí na veřejnost, stává se z něj zboží, proti tomu nemůže nikdo nic udělat. Pro umělce je příjemné, když se jeho umění ještě po dobu jeho života stane zbožím. Umění jako produkt tím proto nebude horší.“

Věnujme se tedy umění jako produktu, pro který platí stejné tržní zákonitosti jako pro každé jiné zboží. A přitom má svá specifika, která jsou pouze jemu vlastní... Trh redukuje lidi na čísla a bilance. Ale umění existuje i nad rámec otázky, zda se jím dají vydělávat peníze.

I. KULTURA A UMĚNÍ

Kultura je souhrn duchovních a uměleckých postojů národa; podle ní můžeme charakterizovat společnost. Latinsky „cultura“ znamená „obdělávání půdy“, později „vzdělávání“ a od 16. století se užívá pojem kultura pro označení lidských činností, které přemění daný materiál či téma do jiné formy; a to ve směru technickém, duchovním, ale hlavně uměleckém. Umění je tak produktem lidské kultury, je výsledkem jejího kreativního procesu.

Podpora umění má dlouhou tradici. Již ve starém Římě podporoval poradce císaře Augusta **Gaius Maecenas** umělce (mj. Horatia a Vergilia) natolik, že se jeho jméno stalo synonymem pro lidi, kteří umění podporují bez toho, že by od umělce očekávali protislužbu. Na kořenech mecenášství se později vyvinul sponzoring, přičemž mezi nimi existuje základní rozdíl.



Vítěz soutěže e-moc-e 2011, Aleš Přikryl, Naděje a Strach

Zatímco mecenáši jednájí hlavně z altruistických důvodů a nezdědka chtějí zůstat v pozadí, za sponzoringem často stojí podnik nebo firma, kteří s jeho pomocí uskutečňují své vlastní cíle.

Do 19. století bylo umění podporováno výhradně soukromými osobami, institucemi a církví. Teprve od 20. století začíná – hlavně v Evropě – tuto roli přebírat stát. V EU činí podíl státní podpory v kultuře asi 80 %, zbytek je financován soukromými osobami a organizacemi. V USA je to přesně naopak – stát financuje kulturu ani ne z 15 %. Toto porovnání ale není jednoznačné, protože historie kultury a tradice dárcovství jsou zde naprosto odlišné. Příkladem mohou být dvě platformy, obě stejného zaměření, ale s naprosto rozdílným přístupem. Na americké stránce kickstarter.com představíte svůj projekt a cizí lidé – pokud uvěří – do vás investují peníze, aniž by vás kdy viděli. Na evropské stránce querdenker.de můžete představit svůj projekt a dlouho diskutovat na téma, jak na něj sehnat peníze.

Ponechme však Evropě její charakter převahy státní podpory umění. Je historicky daný, má své opodstatnění a – i když někteří politici by tuto roli státu rádi zredukovali – je potřebný. Kultura je a musí zůstat záležitostí veřejných prostředků. Kdo z nás by si přál, aby se všechno umění orientovalo pouze na vkus současného publika?

Podívejme se zblízka na strukturu financování kultury v Česku a v Německu. Kultura těchto národů mě zajímá, je mi blízka a můžu ji porovnávat. Když na cestách povím, že bydlím v Berlíně a Praze, slyším vždy nadšení: *Wow, it is amazing! Berlin and Prague are most exciting cities in Europe!*

II. STÁTNÍ PODPORA UMĚNÍ

Na první pohled se zdá, že Česko patří k velkým státním podporovatelům kultury v Evropě – vždyť jí věnuje cca 0,67 % z HDP, což nás v tabulce *Financing the Arts and Culture in EU* řadí na příčku v první třetině. Kdybychom však odečetli dotace určené církvím (které jinde nebývají financovány z rozpočtu kultury), propadli bychom se s 0,49 % do třetí třetiny. Zde se nachází i Německo, které podporuje umění pouze 0,38 % HDP.

Zajímavý náhled však vzniká, když si jednotlivé položky rozebereme. V roce 2009 věnovalo Německo na kulturu částku 9,1 mld. eur, což při asi 81 milionu obyvatel znamená podporu na osobu ve výši 112 eur na rok. V Česku v témže roce odešlo na kulturu 7,8 mld. Kč. Při asi 10 milionech obyvatel tak činí podpora kultury na osobu 780 Kč, tedy 31 eur na rok. A ještě porovnejme, kolik procent z celkového rozpočtu na kulturu šlo v témže roce na podporu živého umění. V Německu 16,2 %, v Česku 6,8 %.

Jak šel v Česku vývoj dál, uvádí tabulka ministerstva kultury. (SR – státní rozpočet, SV – skutečný výdaj. Mrtvé umění – Záchrana kulturních památek a Program péče o národní kulturní poklad).

Rok	SR	SV	SR Živé umění	SV Živé u.	SR Mrtvé umění	SV Mrtvé u.
2009	8,4 mld.	7,8 mld.	491 mil.	531 mil.	1,4 mld.	1,1 mld.
2010	8,2 mld.	7,7 mld.	885 mil.	667 mil.	1,4 mld.	1,2 mld.
2011	7,3 mld.	7,9 mld.	485 mil.	531 mil.	1,0 mld.	1,0 mld.
2012	8,4 mld.	8,5 mld.	372 mil.	536 mil.	1,0 mld.	1,0 mld.

V roce 2013 vyčlenilo ministerstvo kultury na živé umění 280 (!) mil. Kč, které po alarmujících peticích navýšilo o 67 mil. Kč. Je paradoxem, že při stoupajících výdajích na kulturu výše dotací na živé umění začíná výrazně klesat. Pro mnohá umělecká zařízení to znamená jen prodloužení agonie. Je na čase, aby i k politikům dorazila zpráva, že situace je skutečně vážná. Při nedostatečné a neprofesionální podpoře začnou umělci, umělecké sbory a instituce postupně odpadat. A tím se vyhrotí i vztah k odpovědným politikům. Dejme pozor, aby kultura nedopadla podobně jako ekonomika, kterou v dubnu 1988 francouzský prezident **Francois Mitterand** charakterizoval takto: „Světové hospodářství je bitevní pole, na kterém vedou podniky válku bez milosti. Na konci nebudou žádní zajatci. Kdo padne, zemře.“

III. MECENÁŠTVO A SPONZORING

Srovnávat privátní podporu umění v Německu a v Česku je těžké: V Česku bylo v roce 2010 věnováno na podporu kultury ze soukromých zdrojů 375 milionů Kč (15 mil. eur), přičemž od sponzorů přišlo 38 %, zbytek od dárců a mecenášů. (Zdroj: Fórum dárců, MK ČR.)

V Německu činila privátní podpora 600 mil. eur. Sponzoring činil 400 mil. eur (66 %), dary 50 mil. eur, 150 mil. eur přišlo přes nadace. (Zdroj: Maecenata Institut, Mnichov.)

Privátní podpora umění má v Česku svou tradici. **Josef Hlávka**, **Vojtěch Lanna** či **Leopold Katz** jsou v odborných kruzích dodnes známá jména; jejich potomci však už ve stopách svých otců nešli. Mnozí mecenáši „staré školy“ mají jedno společné. Pocházejí z chudých poměrů, někdy ani nemají ukončené studium, svou práci a umem však získají postupem času velký majetek, z něhož pak část

věnují na charitativní či kulturní projekty. Velmi často své aktivity sami řídí, nejčastěji pomocí soukromé nadace. K největším mecenášům v Německu patří např. zakladatelé firem **Michael Otto** (Otto Versand), **Frieder Burda** (Burda Verlag), **Reinhard Mohn** (Bertelsmann Verlag) nebo **Otto Beisheim** (Metro Konzern).



Vítěz soutěže e-moc-e 2012, Zdeněk Janošec Benda, Amorci

Sponzoring podniků a firem těsně souvisí s marketingem. Ne vždy však mají dnešní manažeři k umění emocionální vztah; často se omezují spíše na vztah

monetární. Dejme pozor, aby se ve snaze o další růst a dobývání trhu nestalo umění pouze nástrojem reklamy s aspekty zábavy, povrchnosti a plytké krásy. Peníze sponzorů jsou však nezbytné – bez jejich osvětlené pomoci mnohé z uměleckých projektů nemají šanci na vznik nebo na přežití. Z vyvážené spolupráce mohou přitom profitovat jak umělci, tak sponzoři i umělecký svět. Nejistoty a hospodářské šoky od roku 2008 však snižují rentabilitu investic. A tak dochází i v této oblasti podpory kultury ke stagnaci, kterou umění výrazně pociťuje.

IV. ROZHOVOR S ING. MILANEM DEUTSCHEM, ZAKLADATELEM NADACE E-MOC-E

Danuše: Jak jste se k projektu e-moc-e dostal? Kde byl ten první impuls?

Milan: Sám jsem se uměním zabýval už od puberty – maloval jsem, fotil, psal. A když jsem studoval na VŠE v Čechách a v Anglii, měl jsem vedle toho i vlastní kapelu. Ale pochopil jsem, že na uživení to není – tak se z toho stalo hobby. Když jsem se vrátil z Malajsie, měl jsem zajímavé fotky zvířat. Náhoda chtěla, že jsem se v té době spojil s Jindřišskou věží. Takže jsem začal vystavovat umění přes cestování a výtěžek z prodeje šel na pražskou ZOO. Poté byla obdobná výstava fotek z Venezuely. Tehdy jsem zjistil, že se dají na takovéto akce sehnat finance. A vznikla idea, proč nepomoci jiným autorům. Měl jsem kolem sebe hodně tvořivých lidí, ale viděl jsem, že na vystavování často nemají nejen finančně, ale ani mentálně. Jejich věci končí v šuplatech a nikdo je nevidí nebo neslyší. Tak vznikly e-moc-e.

Danuše: Co tedy jsou e-moc-e?

Milan: Projekt si klade za cíl pomáhat podporovat a rozvíjet uměleckou tvorbu v ČR, a to v oblasti malby, grafiky, hudby, poezie a fotografie. Každý, kdo chce, se může přihlásit – aniž by musel cokoli platit – a my ho jdeme propagovat. K tomu jsme vymysleli celoroční internetovou galerii, kde se můžou umělci prezentovat a veřejnost tam může hodnotit své favority. A z toho hodnocení se pak vyberou vítězové, kterým jednou do roka uděláme výstavu nebo koncert. A tím jim dáme šanci

posunout se ještě dál. V začátcích jsme také našli sponzory, ale to skončilo krizí – nula a žbluňk. A já jsem musel řešit, co dál. **Mě by zajímalo, co nás dva spojuje? Kde vy se vidíte v tom, co dělám já?**

Danuše: Mě už coby dítě maminka učila, že každý máme odevzdat svůj povinný desátek. Ale na rozdíl od vás sama neumím malovat, zpívat, ani nejsem herec – a přesto nebo možná právě proto, co sama neumím, ještě více obdivuji. Když jsem začala podnikat a později zůstaly nějaké peníze, vzpomněla jsem si na její slova. Tak začala moje cesta k umění v Černé labuti.

Nikdy jsem neměla žádné finanční sponzory – kromě města – takže nějaká krize v tomto smyslu na mě neměla dopad. Ale hraje úlohu v tom směru, že dramaticky klesá příspěvek města a i u mě se podíl příjmů a výdajů stává stěžejním tématem. Vzniká otázka, co dalšího nebo jiného ještě můžu udělat pro to, abych na své dlouhé cestě – vždyť Labuť existuje už 14 let – mohla pokračovat i v této nejisté době. A přiznám se, já to přesně nevím, nemám na to noty. Ministr řekne „nemám – nedám“, ale návrh, jak dál, už od nikoho nedostanete. A tak nezbyvá, než tu správnou cestu hledat sám; to je pro mě výzva. Myslím, že právě toto hledání máme společné, to nás spojilo. Vy máte projekt, já mám prostory a tato zkušenost nás oba posune někam dál. Avšak věřte mi, někdy pochybuji, jestli to všechno zvládnou...

Pocity Porotce

Básníci!

Duše rozervané!

Drásači citů! Souložníci můz!

Hádám a ptám se co se stane

když porota nesdílí váš vkus....

Zhýralý málo, zchátralá moc?

Nesedí rým a nemládne noc?

Láhev je dopita, proč načít další?

Z kola ven s přetvářkou,

do kola s falší.

Kdo soudí básníky a jejich

emoce,

ať prádlo vypere

ve vlastním potoce!

Ať si práh zametá a chlebem

hází!

U stolu s ruletou

na lásku sází!

Monika Pavlíčková, porotce

Milan: Ale já myslím, že vy nejste typ, co chce vše zabalit a jít sbírat na Bahamy kamínky!

Danuše: Ne, to nemyslím, ale přiznám se, existují letmé okamžiky, kdy po tom zatoužím...

Milan: Ale určitý rozdíl mezi námi je. Na začátku jsem neměl ambice platit vše ze svého. Tak jsem dal maximum do toho, abych sehnal privátní financování. A k tomu takové lidi, kteří by udělali něco zadarmo. Snížit náklady na minimum a zároveň získat pomoc lidí, kteří mému projektu uvěří, to bylo nejtěžší. A to se mi podařilo. Avšak potom přišel krizový rok a s ním dilema – sponzorství nula, jak dál? Abych byl upřímný, ne všichni umělci byli úplně vděční, to byl pro mě také těžký psychologický moment.

Danuše: No, podnikatelé si vždy váží, když mají něco zadarmo, protože na to nejsou zvyklí, ale to se opravdu nedá říci o všech lidech. Někteří to berou jako samozřejmost.

Milan: Přesně. Já nečekal, že mi budou nějak extra vděční, ale musel jsem se toto naučit, to byla pro mě velká škola. Po každém ročníku jsem říkal, tento je poslední... A na jaře se jelo dál. Tady je náš rozdíl. Vy to děláte celoročně, pro mě je to jednorázová akce, proto můžu finance držet na uzdě. A dostávám se do mezníku, jako je letošek, díky Černé labuti. Protože takhle můžeme dostat umělce do prestižního místa, to je pro ně úplně nový start.

Danuše: Proč si myslíte, že stát nemá zájem umění podporovat?

Milan: On zájem má, ale jen určité věci. Peníze se dávají na kulturu, ale hlavně na mrtvé umění. Nedávají se peníze na lidi, ale na budovy. Památky se opravují, oprašují, stavějí nové, to je priorita. Ale co se v nich bude dít? Kdo zaplatí rozvoj nových umělců, kdo je podpoří? Na ten obsah už peníze nejsou. A to je velká chyba. Protože i kultura je ekonomickou součástí hospodářství, jsou na to studie i důkazy, co všechno přináší živé umění městům, regionům i státu. Peníze na kulturu nejsou v DNA této společnosti. Tady žijí lidé, co se o to snaží, co to chtějí dělat a hlavně to umí. Ale kultura zde není priorita.

Danuše: Já jsem se ptala různých lidí, na co bych měla šanci sehnat dotace. A řekli mi – na turistiku, na školství, na vzdělávání... Ale na kulturu ať to ani nezkouším.

Milan: Tak, tady máme začarovaný kruh. A cesta ven? Zda stát dá víc peněz? Nevěřím... Přestanou-li se firmy vymlouvat na krizi, potom ano, ale musí se změnit mentalita společnosti. Ne jenom toho, kdo dává peníze, ale i těch, co je berou... A potom existuje ještě jedna cesta. Udělaly se různé analýzy a zjistilo se, že ti, co kulturu dělají a nabízejí ji, ji neumí dobře prodat. A když chtějí po někom peníze, neumějí říci, co to přinese, ale jen řeknou, že potřebují. Tzn. neumějí se prezentovat a nevědí, jak si o ty peníze říci.

Danuše: Myslíte, že je možné propojit kvalitní umění s businesssem? Je to cesta? Ale tak, aby umění neutrpělo. Vždyť nejdražší lístky jsou u nás na muzikály...

Milan: To je úskalí. Ale kde je přesně vymezena hranice mezi uměním a komercí? To je velmi individuální. I tak je ten pojem zavádějící. Něco může být kvalitní a přitom komerčně úspěšné. A stejně tak se můžeme zeptat, kde je hranice mezi brakem a kvalitním uměním? Každý bude vidět ty hranice někde jinde. Je to o vašem požitku.

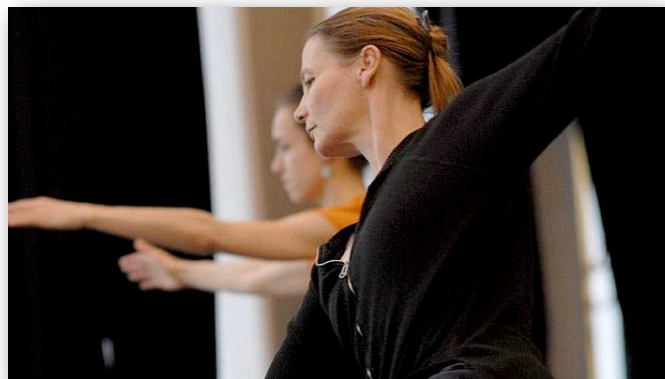
Danuše: No právě, přesně nad tím uvažuji. Náš slogan – Nechte svoje problémy dole a vyjed'te k nám nahoru. **RODÁME VÁM ROŽITKY!** Divadlo nebo koncert s večeří – propojení vizuálního, kulinářského a akustického požitku.

Milan: Vy máte vizi. Svou vizi. Je vaše a běžte za ní!

V. ROZHOVOR S PANÍ MARIÍ KINSKY, ŘEDITELKOU CENTRA CHOREO- GRAFICKÉHO ROZVOJE SE.S.TA

Co Vás vedlo k tomu, podporovat umění s vlastním „nasazením“?

Rozhodnutí sponzorovat kulturu nepřišlo ze dne na den. Moje první myšlenka se odvíjela od toho, co je nezbytné udělat pro rozvoj živého umění v České republice, a především pro současný tanec, kterému se profesionálně věnuji už přes třicet let. Teprve potom jsem si začala uvědomovat zdejší ekonomickou realitu v oblasti kultury. Jakožto předkladatelka projektů



Marie Kinsky

jsem se musela přizpůsobit symbolickým dotacím od veřejnoprávních subjektů (stát, kraj, město), najít další partnery, dát k dispozici soukromé prostory, a nakonec si najít i práci mimo svou hlavní činnost ředitelky, abych mohla naše projekty financovat.

Kolik procent finančních prostředků poskytuje vaší umělecké činnosti stát, kolik pochází od soukromých osob resp. firemních sponzorů a kolik procent „vyprodukuje“ umění, které podporujete, samotné?

Aniž bych počítala práci našich partnerů, která se dá těžko vyčíslit, aniž bych počítala bezplatné poskytnutí prostor a ubytování pro umělce atd., po všech těchto odpočtech činí účast státu, dalších veřejných zdrojů a velvyslanectví jiných zemí zhruba třetinu celkového rozpočtu. Zbytek pochází ze soukromého sektoru, příjmů z naší činnosti a mé vedlejší práce.

Váš osobní návrh: Jak může podle Vás umění v dnešní době, kdy se šetří na všem možném, i nadále plnit roli duchovního bohatství národa?

Jedině silný tlak veřejnosti a soukromého sektoru může změnit současný stav. V první fázi jde o pečlivou a neúnavnou mravenčí práci, jejímž cílem je zvyšovat povědomí o důležitosti kultury jak pro celou naši společnost, tak pro život každého z nás. V další fázi jde o to, zapojit veřejnost do kulturního dění a mezi samotné umělce, aby za současný stav kultury převzali zodpovědnost. Blízká budoucnost tedy závisí na mecenášství jednotlivců a firem.

V kulturní oblasti závisí budoucnost na restrukturalizaci stávajícího modelu, který byl nastolen minulým režimem. Státní zařízení jako divadla, muzea, galerie a knihovny jsou příliš zkostnatělé a potřebovaly by více pružnosti a dynamičnosti, aby mohly být efektivnější a mohly se věnovat hlavnímu předmětu své činnosti: kultuře. Budoucnost závisí na nové rovnováze mezi státními strukturami a soukromými iniciativami. Znamená to umožnit přístup k prostředkům, spolupracovat, koprodukovat a otevřít navzájem státní a soukromý sektor.

VI. ROZHOVOR S ING. ALENOU TURKOVOU, ŘEDITELKOU MEZINÁRODNÍHO HUDEBNÍHO FESTIVALU KUTNÁ HORA

Co Vás vedlo k tomu, podporovat umění s vlastním „nasazením“?

Jsem velmi ráda, že jsem mohla zúročit své zkušenosti, protože moje společnost Lotos se již 21 let věnuje vydavatelské činnosti (klasické, jazzové a etnické hudby) a organizování koncertů a festivalů. Festival je založen na tvůrčí dílně výjimečných českých i zahraničních sólových hráčů. S violoncellistou Jiřím Bártou, který je uměleckým ředitelem festivalu, jsme zrealizovali již 6 ročníků tohoto cyklu koncertů převážně komorní hudby.

Kolik procent finančních prostředků poskytuje vaší umělecké činnosti stát, kolik pochází od soukromých osob resp. firemních sponzorů a kolik procent „vyprodukuje“ umění, které podporujete, samotné?

Každý rok začínáme od nuly. Partneři festivalu se mění, protože firmy to mají také složité. Je známo, že finanční



Alena Turková

prostředky nejen na kulturu vydávají jen ti, kteří na to mají a také ti, kteří jsou trochu osvícení. Mecenášství v Čechách není ještě rozšířené. O to více si vážím těch, kteří podporují kulturu. Z rozpočtu na festival přispívá stát asi 20 %, ostatní musíme sehnat od sponzorů a dárců. Festival vyprodukuje asi 12 % z prodeje vstupenek.

Váš osobní návrh: Jak může podle Vás umění v dnešní době, kdy se šetří na všem možném, i nadále plnit roli duchovního bohatství národa?

Určitě platí, že pokud vzkvétá kultura, vzkvétá celý národ. Osobně si myslím, že i v této těžké době je možné, aby se dařilo umění. Je ale nutné realizovat velmi kvalitní a něčím výjimečné projekty. Vždy je nutné připravovat je poctivě a srdcem. Mám za 21 let zkušenost, že cokoliv jsem se rozhodla dělat s nadšením a hlavně s profesionály, má úspěch.

VII. A JAK DÁL?

Umenie je čosi ako sám život, ktorý nechce byť ani tak analyzovaný, ako skôr pekne, múdro a vdáčne žitý. Ak budete pozorne vnímať, zistíte, že umenie nás zušlachtuje, robí ľudskú osobnosť harmonickou. Prispieva k jej rovnováhe vo svete, ktorý sa jediným smerom uberá tak rýchlo, až máte pocit, že vám spod noh uteká zem. Umenie tú zem pomáha pridržať pod vami. Preto sa ho držte.

Milan Rúfus, 1991

Kultura je a zůstane záležitostí veřejných prostředků: s tím je spojena i zodpovědnost za vyrovnaný vývoj kulturních aktivit. Je však zapotřebí ukončit systém kolektivní nezodpovědnosti. Potřebujeme mít na špičce kompetentní politiky, kteří umějí nejen dobře počítat, ale jsou i vizionáři. Kontinuita rozhodnutí a špičková odbornost v daném oboru je podmínkou. (Žádat v této souvislosti od vůdčích osobností ještě vlastnosti jako intelekt spojený se šarmem, morálkou, stylem a nekonvenčností by bylo už zřejmě příliš troufalé.)

1. Podporovat bohatou studnici zašlých časů je pohodlné. Mrtvé umění nemluví, nevyžaduje nelehkou konfrontaci se současnými umělci, *pocket money system* je při milionových částkách efektivnější než při desetitisícových. Věřme, že odpověď opět nového a zároveň již odstupujícího ministra kultury na otázku, co říká na rozpočet na kulturu ve výši 7 – 8 mld. Kč, bude příště fundovanější než jeho nedávné „To беру“, stejně jako jeho odpověď na otázku, do čeho chce hlavně investovat – „Chtěl bych víc peněz na kulturní památky.“ (MF DNES, 17. 7. 2013)
2. Další deficity jsou znatelné, když porovnáme nástroje vlády k nepřímé podpoře kultury v dalších zemích EU. Je třeba vyhodnotit, která opatření by přinesla oboustranný prospěch:
 - zvýšení daňově odečitatelných položek na zdroje mířící do kultury
 - zavedení daňových prázdnin na výdaje na sponzoring kultury
 - definování konceptu mecenášství a stanovení jeho právníkové podoby

V době, kdy se nůžky mezi jednotlivými vrstvami ve společnosti otevírají stále více, měly by se vzdělávací instituce a školy věnovat tématu kultury mnohem důsledněji. Vždyť kultura ovlivňuje a formuje sociální prostředí a spojuje lidi nezávisle na věku, financích či národnosti.

3. Sotva si dnes někdo povšimne, že umělecké vzdělání obyvatelstva klesá. Hudební nauka, kreslení i estetika jsou předměty, které mizí z učebních osnov. Když jsem se ptala studentů

vysokých ekonomických škol, jak se učí coby budoucí manažeři podporovat umění, neuvedli ani jeden příklad. A učí se budoucí režiséři, kurátoři, herci či malíři zásady podnikání a dozívají se o možnostech získávání peněz?

Sponzoring a mecenášství budou mít v Česku stále významnější úlohu, vždyť můžou dát podnikům i jednotlivcům vlastní nezaměnitelnou identitu. Jejich vliv tak stoupne jak ve společenském, tak uměleckém kontextu. Výsledek však bude bezprostředně souviset nejen s úrovní výchovy, kvalitou vzdělání a s osobním přístupem, ale také s náladou v našem státě.

4. Věřím, že i v Česku se časem vytvoří půda pro nezávislá spojení sofistikovaných lidí, kteří budou mít dobré nápady a vytvářet podmínky k jejich realizaci. Příkladem budiž nadace **Dr. Corinne Flick – Convoco!**, festival myšlení – **Weimarer Visionen** nebo future think tank – **Frankfurter Zukunftsrat**.
5. Jeden ne zcela běžný příklad: **Gustav Kuhn** je výjimečná osobnost – režisér, intendant, skladatel, doktor, profesor, účastník olympiády v plachtění – a dříve i světový dirigent. Bývalý oblíbený žák **Herberta von Karajana** dirigoval v mnoha slavných operních domech od La Scaly přes Covent Garden až po Metropolitní operu v New Yorku. Jeho kariéra skončila velmi náhle v okamžiku, když veřejně nafackoval intendantovi, který mu chtěl snížit rozpočet na operu. Zřejmě by dodnes působil v provinčních domech, kdyby ho v roce 2004 náhodou neslyšel podnikatel a wagnerian Hans Haselsteiner dirigovat Valkýru. Tento muž je nejen obdařen vytríbeným uměleckým vkusem, ale je také jedním z nejbohatších Rakušanů. Prý se domluvili už při první schůzce, která trvala až do rána... Výsledkem jejich spolupráce je moderní operní dům s 862 místy a jevištěm o rozloze 450 m² postavený v tyrolské dědině Erl, kde Kuhn žije. (Vesnice jinak čítá 1415 obyvatel, 1400 krav a 70 ovcí.) Vše za 36 milionů eur. S Bayreuthským festivalem má ten Erlský něco společného – všechna představení jsou beznadějně vyprodána. Přičemž roční rozpočet v Bayreuthu je 17 milionů, v Erlu 2,8 milionů eur; z této částky zaplatí „veřejná ruka“ 1 milion a v Bayreuthu 6 milionů eur. Výsledkem jsou v Erlu minimální gáže, za to průměrný věk 25 let a účinkující z 22 zemí světa. Z této události profituje i celá vesnice. Hotely v blízkosti nejsou, spí a jí se u tamních rodin. Integrate na všech úrovních.



Operní dům v Erlu

Města Berlín a Praha mají hodně společného. Obě jsou hlavní města, mají nejvyšší počet obyvatel, přitom nemají významný průmysl, nejsou sídly velkých firem, žije tam nejvíce single. Je zapotřebí vzít všechny tyto aspekty do úvahy a vytvořit – v odborném tandemu politiků a podnikatelů – pro mladou generaci podmínky, které jí umožní existenci na nelehkém pracovním trhu. Dejme mládí větší šanci a nechme se jím provokovat.

6. Poradenský a finanční koncept města na podporu mladých idejí přináší v Berlíně výrazné výsledky, díky nimž se Berlín může pyšnit přívlastkem „Hlavní město pro začátečníky“. Funguje tu na 5400 start-up podniků jako internetové a reklamní agentury, architektonická a

designérská studia a obzvlášť se tu podporují mladí módní návrháři. Berlín se stává kreativním centrem Evropy. Heslo *get-together* tu získává nové dimenze a je magnetem i pro publikum: pořádají se módní přehlídky v galeriích, moderní tanec v muzeích, balet/divadlo v kostýmech módních návrhářů... To vše s bohatou podporou médií. Výsledkem tohoto trendu je 220 000 lidí činných v kreativní branži, 60 000 qm ploch galerií, které zastupují 6000 umělců a 16procentní podíl kreativců na obratu berlínského hospodaření (Zdroj: Senatsverwaltung Berlin 2012). Vše shrnuje velmi trefně pět slov starosty města: „Berlin ist arm, aber sexy.“ (Berlín je chudý, ale sexy.) Jsem přesvědčená, že i Praha má velmi hluboký potenciál. Ale ještě stále z něj neumí dostatečně čerpat, nasadit ho a profitovat z něj.

V poslední době často uvažuji nad tím, zda si umění může samo na sebe vydělat. Jak se připravit na to, kdyby se přece jen měly ještě více omezit současné podpůrné mechanismy? Stojí vůbec za to, vydat se na tak tenký led?

7. Některé známé firmy a instituce rozšířily svou činnost o „podružnou“ výrobu:

- umělecká sklárna **Lalique** rozšířila výrobu o parfémy,
- umělecká manufaktura **Meissner Porzellan** začala vyrábět ojedinělé šperky,
- automobilka **Porsche** vytvořila vlastní řadu oblečení a doplňků Porsche Design,
- **Volkswagen** je hrdým majitelem michelinské restaurace Aqua.

Součástí galerií bývají brandshopy, v prodejnách knih najdeme papírenské zboží, hudební skupiny a zpěváci nevydělávají pouze zpěvem, ale i intenzivním prodejem oblečení a doplňků nebo hostováním v programech jiných umělců. Například za *backstage dinner* s **Annou Netrebko** jsou zájemci ochotni zaplatit až 1200 eur.



Konrad Eberhard, 1807-1811,
Amor a Múza, ochrankyně umění

Nabízí se tedy myšlenka, zda nezvýšit atraktivitu galerie a divadla třeba restaurací. Určitě ne proto, že majitel touží stát se gastronomem. Je to správná cesta, jak si zajistit pokračování i v nejistých dobách? Prý přes pochybnosti najde člověk svůj cíl...

Snažíme se řešit problémy na našem políčku; uvědomujeme si ale přitom, že jiná bomba tiká blízko nás? Jednání o vytvoření transatlantické zóny volného obchodu jsou v zásadě dobrá věc. Po rozhodnutí, že do volného obchodu spadá i kultura (vždyť je to zboží, které také vytváří finanční hodnotu), můžou být však dopady na evropskou kulturu drastické. Buď se oboustranně zruší všechny dotace, nebo se stejnou měrou otevřou šance pro podporu kultury na obou kontinentech. Co si vezme Evropa na téměř neexistujících dotacích v USA? Zato Hollywood už se třese... Na jednání o zóně volného obchodu 14. 6. se sice Německu a Francii podařilo stáhnout kulturu z programu, ale na jak dlouho? Pohádky **Boženy Němcové** jsou pro mě důležitější než příběhy amerických Indiánů. A pevně věřím, že

budou jednou i pro moje vnoučata... Obchodní komisi EU a jejímu komisaři **Karlu de Guchtovi** se však moc věřit nedá. Nedávno prodali Kanadě evropské kulturní zájmy za kvóty na chov drůbeže.

Naše společnost zažívá neustálé změny, které přicházejí v čím dál kratších intervalech. Mění se i statusové symboly. Na místo luxusních aut a vil nastupuje volný čas, děti, vzdělání a ekologie. Tyto symboly nemají být pouze znakem *já k nim také patřím*, ale kladou velký důraz na individualitu. Touha po substanci je veliká. Je umění schopné se tomuto novému trendu rychle přizpůsobit a zatraktivnit svoji nabídku? Možná je to jedna z cest, jak ještě více přiblížit umění jeho publiku. Největším podporovatelem umění je přece občan!

Tento článek neřeší aktuální kulturně-politické problémy u nás, ani to nebylo jeho cílem. Dokud ale tento stát nebude řízen partou nadšenců, kterým jde skutečně o společnou věc a kterým lidé budou věřit a stát za nimi, jsou některé z daných příkladů u nás nerealizovatelné.

Dialog umění, komerce a politiky je nekonečný. Vždyť je to dialog citů, peněz a rozumu. Přesto si dejme pozor, ať necitlivým zacházením jednou neskončíme jako ten *poslední člověk*:

Pravím vám: musí mít ještě chaos ve svém nitru, kdo chce zrodit tančící hvězdu.

Pravím vám: vy ještě máte chaos ve svém nitru.

Běda! Přijde čas, kdy člověk již nebude rodit žádnou hvězdu. Běda!

Přijde čas člověka, jenž zasluhuje největšího pohrdání, který sám sebou již pohrdat neumí.

Hleďte! Ukazují vám posledního člověka. A ten se ptá:

Co je láska? Co je stvoření? Co je touha? Co je hvězda?

(Friedrich Nietzsche, Tak pravil Zarathustra.)

Potom už bude pozdě ptát se **PROČ?**

V článku byly použity bilance a výňatky:

1. z Výročních zpráv ministerstva kultury v České republice a v Německu
2. ze studie Nové zdroje financování živého umění v ČR, Roland Berger, květen 2012
3. z knihy Art marketing, Danuše Siering, nakladatelství Start 1998

KONTAKTY

Autor:

Dr. Danuše Siering, dsiering@gmx.net

Nadace e-moc-e:

Ing. Milan Deutsch, www.e-moc-e.cz

Centrum choreografického rozvoje:

Marie Kinský, www.se-s-ta.cz

Mezinárodní festival Kutná Hora:

Ing. Alena Turková, www.mfkh.cz

Tento článek najdete na webu: www.cernalabut.cz/kultura

Další články z rubriky SLOW MOMENTS najdete na www.dumcernalabut.cz