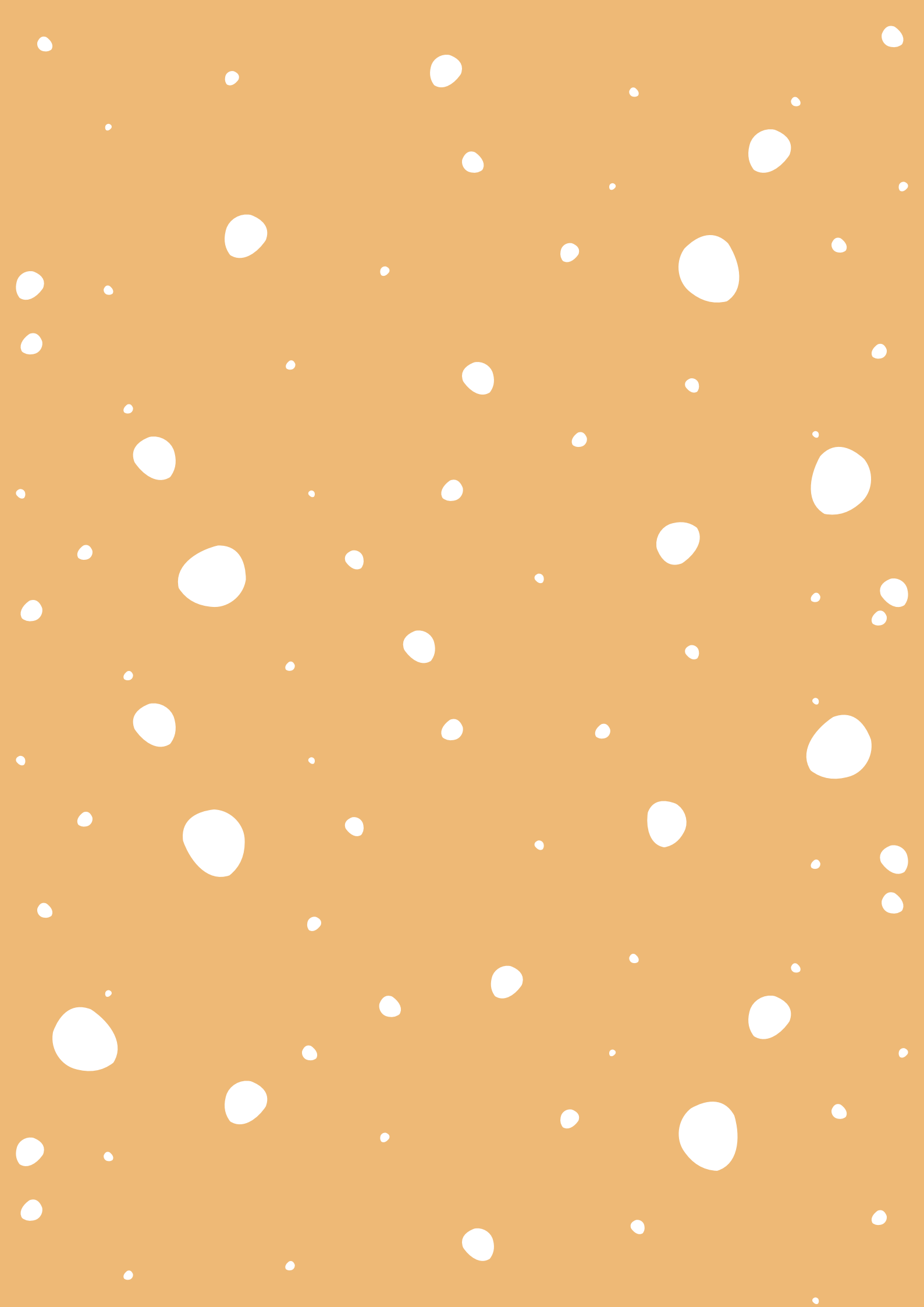




**KULTÚRNY
KYSLÍK : 02**

ZNOVUZRODENIE KRITIKY

2018



OBSAH

Kultúrna turistika

- 5 EDITORIÁL**
Magda Vášáryová
- 6 BREAKING NEWS**
- 8 HALUZ**
IKP
- 10 GEMER
A KULTÚRNY TURIZMUS?**
Kristína Markušová
- 15 FESTIVALY, FESTIVALY,
KDE STE SA NÁM VZALI,
ČI STE Z NEBA...
ROZHOVOR**
Magda Vášáryová
a Michal Kaščák
- 19 KULTÚRNY CESTOVNÝ
RUCH NA SLOVENSKU**
Ján Bošnovič
- 22 AKO SA SLOVENSKO
SNAŽÍ STAŤ SA
OBLÚBENOU DESTINÁCIOU
KULTÚRNEHO TURIZMU**
Erik Heidema
- 28 KULTÚRNA TURISTIKA
ALEBO ČIE JE NAŠE
KULTÚRNE DEDIČSTVO?**
Magda Vášáryová
- 31 ANKETA *BEZ ODPOVEDÍ***
- 32 SLOVENSKO NA MAPE
LONELY PLANET**
Jana Javorská
- 35 DIVADELNÝ FESTIVAL
AKO SÚČASŤ
KULTÚRNEHO TURIZMU**
Denis Farkaš
- 38 MONITORING IKP**
- 42 SLOVNÍČEK IKP**
- 45 KNIŽNICA IKP**

TIRÁŽ

**VIA CULTURA
INŠTITÚT PRE
KULTÚRNU
POLITIKU**

ISSN 1339-6919

Kultivovaná
slovenská
kultúrna politika
je kľúčom
k modernej
národnej identite
a európskej
úrovni
myslenia

Kultúrny kyslík Cultural Oxygen

5. ročník, 2018
2. číslo
Bratislava

Publikuje

VIA CULTURA;
Inštitút pre
kultúrnu
politiku

**Projekt
vydávania
časopisu
Kultúrny kyslík
z verejných
zdrojov
podporil Fond
na podporu
umenia:**

Redakčná rada

Erhardt Busek
Jacek Purchla
Jiří Stránský
Michal Prokop
Péter Inkei
Tomáš Janovic
Marián Amsler
Michal Ditte
Pavína Fichta
Čierna

Redakcia

Magdaléna
Vášáryová
Martin Katuščák
Jana Javorská

Grafický návrh

Matúš Slovák,
Truben studio

Grafická úprava

Andrej Mišina -
grafickydizajner.sk

www.ikp.sk

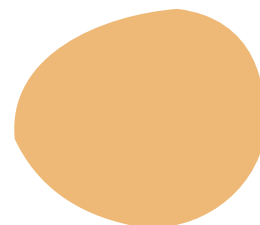
ikp@ikp.sk

Facebook

Via Cultura
Inštitút pre
kultúrnu
politiku



**u. fond
na podporu
umenia**



Magda Vášáryová

Kultúrna turistika má na Slovensku takú povest' ako dedinský futbal. Každý vie, že by sme mali vyhrať. Sme predsa najlepší. Ved' sme sa dohodli! A pravidlá, tie pre futbal z cudziny, nepotrebujeme. Mnohé európske štáty si pravidlá pre kultúrnu politiku stanovili už tak dávno, že už na to aj zabudli. My predpokladáme, že nás z bezradnosti vytrhnú Tatry, tá impozantná hora skál, alebo Levoča so Štiavnicou, lúky a ruiny, však dáko sa to, samo... ozýva sa zo všetkých kútov. Propagujeme stredoveké mestá — ak dočítate Kultúrny kyslík, tak nedostatočne — a pritom za našskú kultúru považujeme len kultúru dediny, učupené domčeky, spevy a tance. Problém je, že tie má každý náš sused, ale kamenné námestia s gotickými kostolmi, renesančnými námestiami či románskymi hradbami už nie. My v IKP sme presvedčení už hodnú chvíľu, ba roky spolu s pánom historikom Liptákom, že musíme konečne niečo zmeniť v tých našich národných rozprávkach, ktorými sa dennodenne krmíme. A potom snád' budeme vedieť, čo a ako chceme prezentovať, čím sa naozaj a nielen akomak líšime od susedov. Ak chceme mať vyspelú a pritom jasne bariérami definovanú kultúrnu turistiku, najprv musíme popracovať sami na sebe. Prestať sa zaoberať len povrchovo našou históriou, lebo tá je výsostne zaujímavá a o tú je vo svete záujem. My musíme vedieť kde, čo a prečo. Prečo sme Európania, prečo sme mali bohaté mestá, prečo má každá tretia dedina krásny kostol, aspoň jeden, a čo ešte môžeme našim hosťom ukázať a tým ich potešiť a zaujať. Prečo sme mali vyspelé školstvo, chémiu, metalurgiu, keď iné krajiny nemali o tom ani páru. To je to nové, nevídané. A okolo nejakej hutnej murovanej veže spreď dvoch-troch storočí si môžu mládenci aj zakrepčiť, ak ich to baví. A keď toto zvládneme, tak môžeme začať uvažovať, čo nové, moderného by sme mohli ukázať okrem Danubiany, ktorú nám daroval, nota bene, Holanďan. Debatujme o tom, sporme sa, odkazuje Michal Kaščák v našom rozhovore. Nebuďme ľahostajní a leniví, odporúča Tina Markušová z Košíc. A mnoho iných, tvorivých ľudí sa stretlo v tomto novom čísle KK. Čítanie, aj keď nie vždy príjemné, ale vždy inšpiratívne, na leto.



BREAKING NEWS

Kto bol najlepší minister kultúry za posledných 30 rokov? Okrem Michala Kaščáka a nás si všetci myslia, že to bol Marek Maďarič. Nakoniec, bol tam 10 rokov a zvykli sme si na neho. Ved' „nezasahoval“ do dramaturgických plánov štátnych kultúrnych inštitúcií. Okrem toho, že sem tam niekoho poslal preč bez vysvetlenia, nedovolil vycestovať bez povolenia ani do Albertiny vo Viedni, bol úžasný a všeobecne obľúbený. A tak sme pripravili naše, trochu obšírnejšie, hodnotenie a sami sme sa čudovali, na čo všetko sme počas tých desiatich rokov zabudli. Nielen na „holé detské zadky v EÚ“ a birmovku ako výsmech komunistov zo slovenského náboženského zánietenia, ale aj na rozkrádanie cez centralizované nákupy, nudné hurbanovské oslavy, na ignorovanie Timravy, na nepodporenie Os-i ale podporenie fašizujúcej Kultúry, na nacionalistické tliachanie a príšerné veršičky a sedenie v centrále SMER-u namiesto na medzinárodných kultúrnych konferenciách. Áno, vedel hovoriť z hlavy vety, ktoré mali hlavy aj päty, mal hipsterský *luk* a nikto ho nevyfotografoval s milenkou. V poriadku. Ale tento záchvev hodnotenia by sme mali využiť na skutočnú debatu o tom, aké by malo byť Ministerstvo kultúry SR, čo všetko by pod neho malo patriť, ako odbúrať neuveriteľný rezortizmus, tento hit slovenskej štátnej správy, čo so vzdelávaním v kultúre a čo s vytváraním priestoru pre možnosť kultúrnej elity ovplyvňovať nielen vzdelanostnú, ale aj civilizačno-kultúrnu úroveň Slovenska. Teda, **akú kultúrnu politiku potrebujeme v najbližších rokoch a aké systémové zmeny by sme mali vykonať v krátkom čase.** Lebo je síce fajn, že máme niekoľko druhov fondov, od FVU až po FPU, ale ako majú fungovať v štruktúre podpory kultúry a čo má na čo nadväzovať, na túto otázku nevie odpovedať ani MM. Nikdy nám nepredstavil jasnú a štruktúrovanú cestovnú mapu svojej politiky, ktorú mu prichodilo vysedieť v Tatrabanke. A keď budeme mať toto rozdebatované a dospejeme k určitému kompromisu (fuj! - pozri náš Slovníček), môžeme začať hovoriť o tom, aká by mala byť



ministerka, či minister. Či potrebujeme v tejto fáze nášho kultúrneho vývinu skôr spisovateľa alebo manažéra, skôr kultúrnu osobnosť, ovládajúcu jazyky a známu v zahraničí, alebo pracanta, ktorý nebude sedieť v stránickej centrále, ale bude obchádzať celé Slovensko, od Medzilaboriec až po Skalicu.

Zhrnuté a podčiarknuté: debatujme, sporme sa a argumentujme v prospech zmysluplnej a do budúcnosti orientovanej kultúrnej politiky pre Slovensko, a nielen o zabezpečení 40 % financií na „len môj“ najbližší film.

KULTÚRNY
KYSLÍK

7

BREAKING
NEWS

X

IKP

*Snažíme, sa, aj letáky tlačíme,
aj rolapy na veľtrhoch
máme, no stále sem
chodí za rok
menej turistov
než do Benátok
za dva týždne.
Aspoň nám to
tu nehumpľujú.
Čísla rastú, no
napriek všetkým
snahám o
zviditeľňovanie
a propagáciu,
Slovensko sa
napríklad do
knihy „Čarovné
miesta sveta“
nedostalo.
Prečo ho tam
autorka, Mary-Ann
Gallagher, nezaradila?
Málo na mape sveta
kričíme, že si nás
nevšimla? Alebo jej sem
možno aj napadlo prísť,
plánovala cestu, ale nejako
sa to poplietlo a skončila
v slovinskej Lubl'ani, alebo
dokonca v československej
Prahe?*



A možno tu aj bola, a možno aj priamo v našom najčarovnejšom Slovenskom raji, no zrejme zostala visieť na povestnom šmykľavom rebríku. Alebo možno narazila na našu zbojnícku náтуру, ktorú naša jánošíkovská vláda podporuje viac než šírenie pozitívneho obrazu Slovenska. Nehovoriac o šírení osvety medzi zbýjaniachtivým obyvateľstvom. Zahraniční turisti sú totiž v slovenskej mentalite často vnímaní ako vypasení páni v kočoch s truhličkou šperkov, ktoré im treba uchmatnúť a chudobným... (doplňte podľa osobnej skúsenosti). Pozrime sa do ďalšej publikácie, „Svetové dedičstvo UNESCO“, v nemeckom jazyku. Kým niektoré krajiny si vybavili dvojstranové plnofarebné fotografie a vábivé opisy, nám sa ušla ledva jedna stránka, o ktorú sa navyše zase musíme deliť s Čechmi. Celé naše dedičstvo je zhrnuté do pár suchých riadkov o ruinách Spišského hradu, o rozvoji Banskej Štiavnice, aj to vďaka Nemcovi, bankárovi Fuggerovi, a o typických slovenských domoch, ktoré ilustruje jediný obrázok s dvoma všednými murovanými vlkolínskymi chatrčami, aké nájdete kdekoľvek... skrátka, nič moc, potenciálny turista a ľahká korisť slovenského taxikára obracia stránku a prechádza na Slovinsko. Zase.

V pamäti nám zostali nezabudnuteľné zážitky z Vlkolínca. Osada namosúrených chatárov, detský mlynček na potôčiku a zhovorčivý predajca medu, ktorý nás ochotne informoval, že Vlkolíneček bol vždy súčasťou mesta Ružomberok a že vlkolínske deti v škole príliš nevynikali. Problémom vraj bola nechúť hľadať si partiu prinajmenšom v inej mestskej časti.

Stále sme nepochopili, prečo sa tento ružomerský suburb stal reprezentantom typickej slovenskej dediny pre UNESCO. Také Herľany, to je iný príbeh. Technická pamiatka, ojedinelý vrt, doslova zázračná diera. Aj keď tryská stále menej a menej, ešte pár storočí by mohol byť v UNESCO. V parku sedia mamičky, prehánajú sa detičky a pod informačnou tabuľou spí opilček. Inžiniering, vedecký pokrok, výskum, inovácie, to ide bokom. Môžete namietnuť, že cestovný ruch je v gescii Ministerstva dopravy. Tak čo sa onďme s Ministerstvom kultúry, keď je to kultúrna turistika. Tak len pre informáciu, Slovenská agentúra pre cestovný ruch zanikla a od roku 2017. Akurát rušia posledných agentov v zahraničí, takže ak chcete vidieť náš marketing, treba ísť na svojpomocný portál Good Idea Slovakia.travel, pokochať sa nad obrázkami i popiskami, stiahnuť si apku, poklepať, poťukať - a tá kultúra k vám nejako príde, sama. S haluškami i zákvasom.

GEMER A KULTÚRNY TURIZMUS?

Kristína Markušová

Košice, 29.05.2018



Kultúrny cestovný ruch či kultúrny turizmus by mohol byť významným spoločenským i hospodárskym aspektom – aj na Slovensku. Zatiaľ to tak síce u nás nevyzerá, ale tento druh turizmu sa vo vyspelých krajinách radí medzi veľmi významné hospodárske odvetvia s trvale rastúcim trendom. Slovensko má pre takýto druh cestovného ruchu vynikajúce základy: koncentráciu kultúrneho dedičstva i prírodných krás na pomerne malom území, avšak tento potenciál sa využíva minimálne. Len vo väčších mestách sa objavujú náznaky záujmu v ponuke i dopyte, vidiek ostáva zatiaľ temer nedotknutý ...

Pozrime sa na konkrétny príklad: región Gemer. Z prírodných lákadiel je vhodné spomenúť časť Slovenského raja s Dobšinskou ľadovou jaskyňou, vodnú nádrž Dobšinská Maša, Slovenský kras s jaskyňou Domica, Gombaseckou, Ochtinskou, Krásnohorskou, ako aj niekoľko zimných lyžiarskych stredísk. Známe kultúrne pamiatky sú kaštiele Betliar s rozsiahlym anglickým parkom, hrad Krásna Hôrka (aj keď zatiaľ nie je jeho obnova po požiari ukončená), viaceré kaštiele a kúrie, gotické, renesančné i barokové kostoly, rôzne technické pamiatky

– doklady tunajšieho rozvoja baníctva od stredoveku, v niektorých dedinkách aj malebná ľudová architektúra. V celom regióne nenájdete žiadnu veľkú továreň, a ani kilometer diaľnice (toto za nevýhodu tentokrát nepovažujem). Je tu hustá sieť kľukatých ciest z jedného údolia do druhého, a železničné koľaje, z ktorých väčšina už neslúži osobnej doprave, len sporadickej nákladnej. Sú tu menšie a väčšie dediny – mnohé z nich mali kedysi štatút mestečka (napríklad Štítnik, Plešivec), a správnym i hospodárskym centrom je okresné mesto Rožňava s nevelkou pamiatkovou zónou okolo námestia.

Podobné lákadlá má väčšina slovenských regiónov. Na Gemeri však nájdete celý súbor stredovekých kostolíkov, ktoré v 14. – 15. storočí vyzdobili nástennými maľbami. Zrod fenoménu „gemerských maľovaných“ kostolov siaha do 13. storočia, kedy tu v dôsledku rozmachu baníctva a spracovania medenej a železnej rudy, ale aj zlata a striebra začal nebyvalý rast. Tunajší zemepáni, v tom čase významné osoby uhorského kráľovského dvora, si pre svoje rodové kostoly v Štítniku a Plešivci zabezpečili výborných talianskych majstrov pravej fresky. Maľby v štítnickom a plešiveckom kostole potom slúžili ako vzor pre výzdobu dedinských kostolov v okolí, v ktorých maľovali už pravdepodobne tunajší maliari, vyučení popri Talianoch – zdá sa, že nedostatok skúseností si vynahrádzovali pri niektorých detailoch vlastnou invenciou. V pomerne krátkom období tu vznikol unikátny súbor nástenných malieb.

Dnes ich skúmajú historici umenia a reštaurátori. Maľby sa nám zachovali vo svojom autentickom stave najmä preto, lebo v 16. storočí – v období zabratia časti Uhorska Osmanmi - tu stavebný rozmach poľavil a následne vlna reformácie, striktne odmietajúcej zobrazovanie postáv svätých, celé plochy nástenných malieb zakryla vápennou omietkou. Tým sa maľby vynikajúco zakonzervovali pre ďalšie generácie. Až pri drobných opravách koncom 19. storočia sa začali kúsky malieb objavovať pod vrstvami neskorších omietok a náterov – a až začiatkom 20. storočia ich začali vedome odhaľovať, skúmať, a postupne aj reštaurovať.

Gemerské maľované kostoly sú svedkami krátkeho, ale výrazného hospodárskeho a kultúrneho rozmachu tohto územia, ktorý náhle skončil a už sa nikdy neopakoval v podobnom rozsahu. V storočiach rekatolizácie totiž vrchnosť nebola láskavá k protestantským rebelom – k prevažne evanjelickému či kalvínskemu obyvateľstvu Gemera,

a krátka nádej svitla regiónu až v 19. storočí, keď rozvoj priemyslu znovu oživil tunajšie baníctvo a spracovanie kovov. Vznikali železorné spoločnosti, stavali železnicu, a vtedajší zemepáni – Andrassyovci – mali dobrý zmysel pre investičný rozvoj (vedeli ste napríklad, že dielce parádneho reťazového mostu v Budapešti odlievali v andrassyovskej zlievárni v Drnave?). Rozpadom Uhorska a vznikom Československa sa niekdajšia Gemersko-Malohontská stolica rozdelila: menšia časť ostala Maďarsku. Slovenská časť sa snažila svoju hospodársku činnosť presmerovať do nových centier. V závere 20. storočia sa však tunajší železorný priemysel javil už ako ekonomicky nevýhodný, závisiaci len od štátnych dotácií, a bane, ako i na ne nadväzujúce fabriky sa postupne zatvárali. Rozvoj sa zastavil, nie je ľahké tu dnes nájsť zdroj obživy. Mnohí robotníci odtiaľto odchádzajú na „týždňovky“, ale kvalifikovaní odborníci sa radšej odsťahujú za lepšie platenou prácou do väčšieho mesta. V menších obciach sú zrušené základné školy, deti cestujú na vyučovanie autobusom aj cez niekoľko dedín. Sú aj obce, kam sa v nedeľu dostanete len vlastným autom, verejná doprava jazdí len cez týždeň. Vysokú nezamestnanosť naznačuje aj skutočnosť, že z mnohých domácností odchádzajú ženy na dvoj- a trojtýždňové turnusy do zahraničia ako opatrovatelky. Mnohí sa popri sociálnych dávkach spoliehajú na príležitostné brigády a sezónne práce, avšak Gemer nie je výnosná poľnohospodárska oblasť, a aj za brigádou je často potrebné cestovať. Nie je jednoduché zostať tu žiť, ak niet vyhliadky, že sa niečo stane a okolnosti sa zlepšia ... Ako tu pozývať ľudí na kultúrnu turistiku, keď sa tu ani mnoho domácich necíti dobre? Pre turistu je lákavé navštíviť také (pre neho neznáme) miesta, kde ho čakajú príjemné zážitky, kde uvidí niečo pekné, jedinečné, zaujímavé, nevšedné či poučné, a kde sa aj domáci zjavne cítia dobre.

Pred rokmi sa aj v Gemeri podarilo využiť grantové podpory na informačný systém o kultúrnom dedičstve: to sú také hnedé tabule s bielymi písmenami popri cestách, ukazujúce smer k najbližšej či najvýznamnejšej pamiatke na okolí. Pozrime sa však, ako to funguje. Nuž áno, turista, sediaci vo svojom aute, sa síce dozvie, že v obci je kostol, ale keď by pri ňom zaparkoval, zistí, že kostol je zamknutý. A na dverách kostola nenájde žiaden odkaz, koho môže požiadať o otvorenie. Kedysi boli popri kostoloch aj fary, kde býval farár – dnes však má jeden farár v opatere viacero kostolov, a nemôže teda bývať pri každom z nich ... niekde majú kľúče od kostola aj na obecnom úrade, ale čo, ak turista prišiel po pracovnej dobe alebo nebodaj vo sviatok?

Čo sa týka stavu gemerských kostolov, aj ten odzrkadľuje aktuálne okolnosti: pokiaľ má cirkevné spoločenstvo viac členov, nielen babičky - dôchodkyne, potom má kostolík zabezpečenú aspoň základnú údržbu. Grantový systém Ministerstva kultúry Slovenskej republiky „Obnovme si svoj dom“ už dlhé roky poskytuje vlastníkom národných kultúrnych pamiatok na území Slovenska finančné príspevky k obnove a reštaurovaniu. Samozrejme, o takýto príspevok treba požiadať a predložiť predpísanú žiadosť s podkladmi, a okrem toho treba rátať s tým, že vlastník aj sám uhradí časť plánovaných prác na obnove. Volá sa to „povinná spoluúčasť vlastníka“ na financovaní obnovy a spravidla predstavuje najmenej päť percent požadovanej sumy príspevku. A tu je ďalší kameň úrazu: keď väčšina veriacich živorí zo starobných dôchodkov alebo z podpory v nezamestnanosti, nie je ľahké dať dokopy hoci len stovky eur – a teda musia sami zvážiť, či a o aký príspevok štátu môžu vôbec požiadať. Tým, ktorí nie sú v stave poskladať sa na temer žiadnu spoluúčasť, sa snaží pri zháňaní pomoci od iných darcov pomôcť napríklad občianske združenie Gotická cesta. Jeho členovia propagujú kultúrne dedičstvo Gemera aj svojou webovou stránkou, a aj odbornými konferenciami o výsledkoch najnovších výskumov pamiatok v regióne, organizovanými v Rožňave v dvojročných intervaloch – vstup na konferenciu je voľný, víťanú sú všetci miestni záujemcovia, a očakávaní sú najmä učítelia, kultúrni a osvetoví pracovníci, experti v oblasti cestovného ruchu, či iní podnikatelia. Bez práce aktivistov Gotickej cesty by niekoľko kostolíkov prišlo o šancu pretrvať. Pre kultúrny turizmus je však potrebné oveľa viac.

V prvom rade, aby sa potenciálny návštevník vôbec dozvedel, prečo sem má chcieť zavítať – mali by spolupracovať vlastníci pamiatok a miestna i regionálna samospráva s odborníkmi a podnikateľmi v oblasti cestovného ruchu. V dnešnej digitálnej dobe už úspech predsa nie je podmienený tlačenou reklamou ... Ďalej je žiaduce, aby tu návštevník strávil viac dní, lebo tým zabezpečí prácu domácim: niekde musí bývať a niekde v priebehu dňa raňajkovať, dať si kávu, obed, zmrzlinu, večeru či pivo ... Ak prišiel autom, musí tankovať a prípadne riešiť menšie opravy, a ak je to cykloturista, potrebuje aj vyznačené cyklistické trasy a na nich technické zázemie, prípadne servis pre bicykle (gemerské cesty sú priam stvorené pre cyklistiku). A ak sa zaujíma o historické pamiatky, tie ho majú vítať otvorenými dverami a vhodným spôsobom poskytnutia informácií (vytlačené viacjazyčné texty, popis pomocou QR kódu či osobitná aplikácia?).

Vopred určené ceny za vstupenky s prípadnou hromadnou zľavou by mohli byť v balíku. Informačné centrá v susedných regiónoch a väčších sídlach by mali tiež poskytovať tieto informácie a letáky, využívajúc všetky internetové možnosti. Bolo by vhodné na začiatok vytypovať aspoň jednu súvislú trasu s maľovanými kostolmi, na ktorej by sa našli ochotní podnikatelia a vlastníci, aby sa spojili a vyšli v ústrety prvým návštevníkom. Áno, je to veľa vstupných investícií - a nie je isté, že prvá sezóna bude hneď zisková. Ľudia z Gemera nemôžu čakať, kedy to za nich urobí niekto iný, spropaguje ich, prinesie peniaze a turistov, a keď to bude fungovať, odovzdá im dobre rozbehnutý biznis. Ale raz treba začať – je to ako ten vtip o Ignácovi, ktorý pol roka denne chodí do synagógy a lamentuje, aby mu dal Najvyšší vyhrať v lotérii, a po polroku udrie vedľa neho blesk a zhora sa ozve hromový hlas: „Ignác, kúp si konečne ten žreb!“

Aj keď pri tom radi pomôžeme, Gemer si ten žreb musí kúpiť sám.

FESTIVALY, FESTIVALY, KDE STE SA NÁM VZALI, ČI STE Z NEBA...

Magda Vášáryová



Michal Kaščák je dnes možno medzi mládežou populárnejší ako ministerský predseda. Založil a stále zvyšuje kvalitu svojho, dnes už vo svete známeho diela, festivalu Pohoda, čo je na Slovensku taká vzácnosť ako Berniniho poprsie pod stolom v Bratislave. Nikto to na začiatku nepredpokladal a mnohí to nechápu aj dodnes. Aj o tom rozhovor.



MV Hovorme si pravdu je dnes veľmi populárne heslo. Tak začnime. Nemáme určené základné pravidlá kultúrnej turistiky, ktorej by sa mohli pridržať mestá, turisticky atraktívne oblasti, či samotné Ministerstvo kultúry SR. Ľuďom sa už máli dať si len halušky s bryndzou a kúpiť si fujaru. Pritom kultúrna turistika je jednou z najrýchlejšie sa rozvíjajúcich odvetví turizmu. Vy organizujete jedno z najväčších kultúrnych podujatí na Slovensku s presahom do celého sveta. Pociťujete aj vy ako závažný nedostatok, že nemáme žiadnu koncepciu kultúrnej politiky v rámci turizmu?

MK Nemáme žiadnu koncepciu a musíme presviedčať mnohých, že takéto festivaly sú trendom, a vôbec, že sú kultúrnymi podujatiami. Našťastie mesto a jeho vedenie tomu rozumie, ale čo sa týka podnikateľov a hoteliérov v Trenčíne a okolí, tam to nechápu. A v úrovni štátu sa niečím takým, ako kultúrne festivaly tohto typu, nikto nezaobera.

MV Pokúšali ste sa hovoriť s Ministerstvom kultúry SR?

MK Asi nie som ten správny človek, ktorý by mal s ministerstvom hovoriť. Osobne som predseda politicky vyhranený a už od začiatku Pohody sa neusilujeme o podporu z vládnych kruhov. Naučili sme sa postarať sa sami o seba. Obraciam sa o podporu skôr na komerčnú sféru. Máme symbolickú podporu od mesta Trenčín a hlavným argumentom, ktorý presvedčil poslancov, je, že propagujeme Trenčín vo svete. Nespolieham sa na nejakú asistenciu úradníkov.

MV Nikdy neprejavili aspoň záujem?

MK Nespomínam si. Nám by stačilo, keby nás podporovalo Ministerstvo obrany SR, lebo festival sa koná na letisku, ktoré mu patrí, a my máme vždy len ročnú zmluvu. Bolo by pre nás výhodnejšie, keby sme sa nemuseli každý rok obávať, či ju dostaneme, ale mali by sme zmluvu, dajme tomu, na 5 až 10 rokov. My by sme sa na oplátku zaviazali, že budeme letisko zveľaďovať,

čo vlastne aj robíme. Opravili sme budovy, kanalizáciu, elektrinu. Raz sme mali 5-ročnú zmluvu, ale to bolo za Radičovej vlády.

MV Možno by sme mali voliť v parlamentných voľbách politické subjekty aj podľa programu kultúrnej politiky.

MK Neočakávame nič od politických strán a politikov, ktorí nás zaraďujú medzi dožinky. Asi nevedia, ako zaradiť taký festival, ako náš.

MV Čím to je, že aj v 21. storočí má veľa ľudí pocit, že naša kultúra je len fujara, ujúkanie a pekné nožičky tanečníčok zo SLUK-u?

MK To je mentálny svet týchto ľudí a, nakoniec, je to jednoduchšie. Ťažšie by vysvetľovali súčasné slovenské vizuálne umenie a dokazovali, že to tiež definuje našu kultúru. Fujara je na prvú. Nevie, či to je o generačných rozdieloch, je to skôr nevedomosť. A okrem toho, nikdy sa týmito témami nevenoval špičkový slovenský politik.

MV Čo by sme mohli všetci urobiť, aby sme konečne podporili vznik ucelenej kultúrnej politiky, vrátane priorít a bariér pre kultúrnu turistiku? Ako podporiť vedomie, že váš festival je jedna z najdôležitejších častí kultúrnej reprezentácie Slovenska?

MK Našou úlohou je robiť to, čo robíme, čo najlepšie. Nespoliehame sa na nejakú rýchlu zmenu myslenia ľudí. Ale začnime otvárať debatu o spôsobe robenia kultúrnej politiky a jej kvalitách. Mali by sme mať vyššie nároky na to, kto bude pracovať v kultúre, kto bude ministrom kultúry, na ľudí, ktorí ovplyvňujú verejnú mienku. My o tom hovoríme, ale vlastne len na debatách v zahraničí, na konferenciách vonku. Tam je to hlavná téma. Napríklad, aká je úloha umeleckých festivalov v imidži krajín. Niektoré štáty majú veľmi jasné predstavy a veľmi dobre rozumejú všetkým dôsledkom takýchto megaprojektov, ale tu doma nevidím takých ľudí. Chce to aj poriadnu dávku odvahy, lebo naše kultúrne povedomie je stále spojené s nesprávnou a zastaralou historickou politikou. A to je katastrofa našich čias moderného európskeho Slovenska. Ako to zmeniť? Ťažká úloha. Spojme sa a debatujme o tom.



Prikladáme ako dôkazový materiál zvírených
sukní z centra národnej kultúry.
Autorom prvého *murálu* v Martine je
výtvarník Juraj Ďuriš.

KULTÚRNY CESTOVNÝ RUCH NA SLOVENSKU

Ján Bošnovič

Cestovný ruch patrí momentálne k najdynamickejši sa rozvíjajúcim odvetviam národného hospodárstva Slovenskej republiky a vďaka svojmu prírodnému a kultúrno-historickému potenciálu má ideálne predpoklady pre rozvoj kultúrno-poznávacieho cestovného ruchu.

Na základe prieskumov realizovaných Európskou komisiou je kultúra ako hlavný motív dovolenky na štvrtom mieste. Prvé miesto patrí dovolenkám v prímorských destináciách (slnko, voda, pláž), potom je to návšteva priateľov a známych a následne pobyt v horách (príroda, aktívna turistika).

Kultúrne objekty môžu výrazne zvýšiť atraktivnosť a konkurencieschopnosť danej turistickej lokality. Rozvoj kultúrneho cestovného ruchu na regionálnej úrovni prináša so sebou väčší počet turistov so záujmom o históriu a zachovanie kultúrneho dedičstva, čo môže pozitívne ovplyvniť: tvorbu nových pracovných miest, zvýšenie príjmu pre miestne obyvateľstvo, posilnenie lokálnej ekonomiky, zachovanie regionálnych zvykov, tradícií a posilnenie hrdosti komunity na kultúrne dedičstvo a zvýšenie povedomia o destinácii.

Turisti, ktorých cieľom je návšteva múzeí, galérií a historických pamiatok uprednostňujú kratšie, lokálnejšie, častejšie sa opakujúce dovolenky najmä v mestách. Častokrát si svoj pobyt spestrujú aj o návštevu prírodných atrakcií v blízkom okolí.



Keďže už viac ako 23 rokov pôsobím v Poľsku a aktívne sa venujem propagácii kultúrneho a prírodného bohatstva Slovenska z hľadiska cestovného ruchu, tak by som veľmi rád práve na príklade poľských turistov poukázal na kultúrno-historický potenciál Slovenskej republiky.

Poľským turistom patrí dlhodobé druhé miesto čo sa týka návštevnosti zahraničných turistov na Slovensku. Prvé miesto prináleží turistom z Čiech. V roku 2017 našu krajinu navštívilo okolo 210 tisíc poľských turistov. Spolu s jednoduchými návštevníkmi sa tento počet pohyboval okolo 500 tisíc osôb ročne.

Poľská republika, s počtom obyvateľov okolo 38 mil., je z hľadiska rozvoja cestovného ruchu na Slovensku veľmi dôležitým trhom. Blízkosť hraníc, podobná mentalita, skoro žiadna jazyková bariéra a čoraz lepšia cestná a dopravná infraštruktúra dávajú veľký predpoklad na zvyšovanie počtu poľských turistov na Slovensku. Veľká časť kultúrnych a historických skvostov na Slovensku sa nachádza v blízkosti poľsko-slovenských hraníc resp. v mestách kde je z Poľska veľmi dobré letecké, vlakové a autobusové spojenie (Bratislava a Košice). Poľskí turisti počas svojich krátkodobých resp. dlhodobých pobytov na Slovensku navštevujú predovšetkým: hrady, zámky a kaštiele, drevené kostolíky, skanzeny, pamiatky UNESCO, mestské pamiatkové rezervácie a múzeá.

Z hradov a zámkov ich najviac lákajú Oravský, Spišský a Ľubovniansky hrad. Práve k Ľubovnianskemu hradu majú Poliaci z historického hľadiska najbližšie, pretože 360 rokov (1412-1772) bol hrad spoločne s 13. spišskými mestami v poľskom zálohu, teda platili dane poľskému kráľovstvu. Dôležitými historickými faktami je aj to, že v rokoch 1655-1661 boli na Ľubovnianskom hrade uložené poľské korunovačné klenoty a v rokoch 1883-1945 bol majiteľom hradu Ľubovňa poľský gróf Andrzej Zamoyski, ktorému v tom čase patrili aj kúpele Vyšné Ružbachy. Práve uvedené historické spojitosti Ľubovnianskeho hradu s Poľskom sú častým dôvodom návštevnosti tejto atrakcie a celého regiónu poľskými turistami. Nedávno nový poľský turistický portál www.WaszaSlowacja.pl, ktorý sa venuje slovenským turistickým atrakciám napísal, že teoreticky Ľubovniansky hrad a 13. spišských miest naďalej patria Poľsku, lebo Uhorsko, ktorého historickou súčasťou bolo aj dnešné Slovensko, doteraz nesplatilo dlh - 37 tisíc kôp grošov (cca 7,5 tony striebra). Článok

sa končí úsmevným komentárom, že keďže sme teraz spoločne v Európskej únii, tak by Poliaci mali na Slovensko vyslať svojho exekútora, aby získal stratené územia späť. Našťastie spolupráca Ľubovnianskeho hradu a spišských miest s poľskými inštitúciami je veľmi dobrá a žiadna exekúcia zo strany Poľska im nehrozí.

Z kultúrnych pamiatok zapísaných v zozname UNESCO Poliaci najčastejšie navštevujú Bardejov, Levoču, Vlkolínec, drevené kostolíky na poľsko-slovenskom pohraničí a rastie aj záujem o Banskú Štiavnicu. Čo sa týka návštevnosti skanzenov, tak najväčší záujem je o skanzeny v Zuberci-Brestovej, Pribyline a Vychylovke na Kysuciach. Z mestských pamiatkových rezervácií je záujem hlavne o návštevu historických centier Bratislavy, Košíc, Trnavy, Nitry, Banskej Bystrice, Kremnice a Spišskej Soboty. Asi najznámejšou slovenskou obcou v Poľsku sú rozprávkové Čičmany v Rajeckej doline, ktoré sú charakteristické originálnymi drevenicami s bielou ornamentálnou výzdobou. W Rajeckej doline Poliaci navštevujú aj obec Rajeckú Lesnú so známym Slovenským betlehémom.

Slovensko momentálne nemá pre Poliakov prestížne galérie a múzeá, ktoré by ich húfne lákali na návštevu našej krajiny. Určite takými lákadlami by mohlo byť múzeum moderného umenia Andy Warhola v Medzilaborciach, ale muselo by byť modernizované a lepšie propagované a Danubiana, ktoré sa nachádza v Čunove na polostrove rieky Dunaj. Taktiež koncerty známych svetových hudobných interpretov, návšteva divadiel a hudobných festivalov na Slovensku môžu byť v budúcnosti veľmi dôležitou súčasťou kultúrnej turistiky zo strany poľských klientov.

K zvýšeniu návštevnosti poľskými turistami v hore uvedených mestách, hradoch, pamiatkach UNESCO, múzeách a na kultúrnych podujatiach je však potrebná cieľavedomejšia propagácia a reklama zo strany miestnej samosprávy, lokálnych turistických organizácií a štátu.

Kultúrny cestovný ruch je tvorcom hodnôt, vrátane ekonomických a to si musíme čo najskôr uvedomiť, aby nebolo neskoro. Aj keď mieru, akou sa podieľa kultúrny turizmus na rozvoji cestovného ruchu v danom regióne je veľmi ťažko vyčíslieť, je evidentné, že nárast a trvalý prísun príjmov z cestovného ruchu priamo závisí od záujmu turistov región navštevovať a opakovane sa doň vracieť, čo zase závisí od toho, aké atraktívne, aj kultúrne, produkty im región ponúka.

AKO SA SLOVENSKO SNAŽÍ STAŤ SA OBLÚBENOU DESTINÁCIOU KULTÚRNEHO TURIZMU

Erik Heidema¹

¹ Autor je občan Holandského kráľovstva a od roku 1994 pôsobí v oblasti cestovného ruchu na Slovensku a v iných krajinách strednej a východnej Európy a v strednej Ázii. Vyštudoval odbor geografie a cestovného ruchu. V súčasnosti je na doktorandskom štúdiu na Ekonomickej univerzite v Bratislave a venuje sa téme kreatívneho cestovného ruchu. Obchodná fakulta, Katedra služieb a cestovného ruchu, Dolnozemska cesta 1, 852 35 Bratislava

Článok preložil IKP z angličtiny.



Slovensko má široké spektrum osobitých a jedinečných kultúrnych vymožeností, ktoré by chceli mať aj iné krajiny, aby mohli prilákať návštevníkov. Vďaka bohatej histórii vzniklo nádherné kultúrne dedičstvo. Skutočne hodnotnou podstatou kultúrneho cestovného ruchu sú početné pôsobivé hrady, impozantné pevnosti, tajuplné zrúcaniny, ale aj jedinečné lokality priemyselného dedičstva. Tieto zaujímavosti sú navyše situované v pôvabnom prírodnom prostredí pohorí, vrchov a riek, čo zvyšuje príťažlivosť produktu cestovného ruchu, nezabúdajúc na živú kultúru, ktoré je dobre zachovaná a medzi obyvateľmi stále populárna, napríklad folklórne tance, miestne hudobné štýly, či tradičné remeslá. Všetko v jednom. Kultúrny produkt Slovenska je osobitý. Niečo, čo by iné krajiny mohli len závidieť.

Oblúbeným príslovím, ktoré používajú najmä politickí činitelia, zaoberajúci sa rozvojom cestovného ruchu na Slovensku, je, že Slovensko dokáže ponúknuť návštevníkom všetky druhy lákadiel, okrem mora. To by znamenalo, že Slovensko je oblúbenou turistickou destináciou, ktorá konkuruje podobným vnútrozemským krajinám ako Rakúsko, Švajčiarsko, Česká republika. Pri analýze štatistík návštevnosti a cestovného ruchu za posledné desaťročia však Slovensko dosahuje v porovnaní so susednými krajinami dosť slabé výsledky. Údaje o rast za uplynulé roky možno považovať za pozitívny trend, aj keď stále sú pomerne skromné, berúc do úvahy potenciál krajiny.

AKO TEDA ZARADIŤ TIETO SKUTOČNOSTI V RÁMCI AMBÍCIE, KTORÚ KRAJINA VYJADRUJE VO SVOJICH POLITICKÝCH DOKUMENTOCH V SÚVISLOSTI S PODPOROU KULTÚRNEHO CESTOVNÉHO RUCHU?

Ministerstvo kultúry definovalo svoju ambíciu v Stratégii rozvoja kultúry Slovenskej republiky na roky 2014 – 2020), ktorá uvádza sedem priorít a sprievodných opatrení na dosiahnutie svojej vízie. Ide o ambiciózny strategický dokument, hoci s ohľadom na dĺžku programového obdobia, dostupné programy financovania a kultúrne aktíva krajiny možno túto stratégiu považovať za realistický a realizovateľný plán. Zaujímavé z hľadiska kultúrneho cestovného ruchu, je prioritou číslo sedem so zameraním na propagáciu kultúry ako zaujímavosti (SO7: Kultúra ako spolutvorca obrazu štátu v zahraničí) prostredníctvom nových foriem prezentácie kultúry ako takej. Základným rozhodujúcim faktorom pre lepší predaj kultúrneho produktu je tvorivosť. Od uplatňovania nových prístupov a foriem spolupráce, nových technológií sa očakáva,

že zvýšia atraktivitu kultúrneho cestovného ruchu. V tejto súvislosti sa spomína pojem kreatívny priemysel, ktorý má podporiť prezentáciu a propagáciu, a to najmä tým, že sa spája s cestovným ruchom, ako sa uvádza v samotnej stratégii: „Kreatívny priemysel, jeho produkty a služby vytvárajú súbor faktorov stimulujúcich cestovný ruch v konkrétnej lokalite. Nárast cestovného ruchu spôsobuje následne rozšírenie trhu a odbytu pre kreatívne odvetvia. Prepájanie cestovného ruchu a kreatívneho priemyslu je celosvetovým trendom, pretože kreatívne produkty a služby prispievajú vďaka svojej špecifickej hodnote k atmosfére a výnimočnosti jednotlivých lokalít.”

Stratégia rozvoja cestovného ruchu SR do roku 2020, schválená v roku 2013, uvádza, že v dlhodobom výhľade určuje hlavné formy cestovného ruchu kultúrny, dejinný a prírodný potenciál krajiny. Podľa stratégie je jedným z hlavných pilierov slovenského turistického produktu kultúrny a mestský cestovný ruch, ktorý bol rozdelený do štyroch produktových tém: kultúrne dedičstvo, mesto a kultúra, podujatia a zážitková gastronómia.

CELKOVO SA TO DÁ ZHRNÚŤ TAK, ŽE SLOVENSKO MÁ JEDINEČNÉ A OSOBITÉ KULTÚRNE BOHATSTVO, VLÁDA JASNE VYJADRUJE SVOJE AMBÍCIU PODPOROVAŤ A ROZVÍJAŤ KULTÚRU A CESTOVNÝ RUCH, ALE AKO VYSVETLIŤ, ŽE SA NENAPLŇA POTENCIÁL A POLITICKÝ PLÁN VYBUDOVAŤ OBLÚBENÚ DESTINÁCIU KULTÚRNEHO CESTOVNÉHO RUCHU?

V tomto príspevku do Kultúrneho kyslíka by som chcel prezentovať svoje postrehy a poznatky o tom, ako vnímam snahy Slovenska využiť svoj potenciál v oblasti kultúrneho cestovného ruchu, odkedy som túto krajinu začal navštevovať, žiť a pracovať v nej. Počas môjho prvého reálneho výskumu ešte v roku 1993 som sa v mojej diplomovej práci na tému rozvoja cestovného ruchu v regióne Turiec zamýšľal nad tým, prečo sa mesto Martin, považované za kultúrne centrum Slovenska, neprofilovalo a nepresadzovalo sa na trhu so svojimi atraktívnymi kultúrnymi produktmi pre návštevníkov. Široké spektrum kultúrnych inštitúcií a zaujímavostí by mohlo byť prístupnejšie a atraktívnejšie pre (zahraničných) návštevníkov prostredníctvom vzájomnej spolupráce medzi zainteresovanými subjektmi a s využitím iných foriem komunikácie a prezentácie, ktoré nevyžadujú nevyhnutne veľké investície, čo sa týka peňazí.

Pri pohľade späť vidím mnoho podobností medzi mojím úvodným textom o potenciáli kultúrneho cestovného ruchu na Slovensku a prvým reálnym výskumom na lokálnej úrovni pred 25 rokmi.

ČO VŠAK MÁME NA MYSLI POD POJMOM KULTÚRNY CESTOVNÝ RUCH?

Niektorí odborníci na túto oblasť uvádzajú, že existuje toľko definícií, koľko je kultúrnych turistov. Uprednostňujem praktický model kruhov, kde vnútorný kruh predstavuje základné prvky kultúrneho cestovného ruchu, ktoré môžeme rozdeliť na dve časti, t. j. cestovný ruch za dedičstvom (kultúrne dedičstvo súvisiace s artefaktmi z minulosti) a cestovný ruch za umením (súvisí so súčasnou kultúrnou produkciou, ako je divadelné a výtvarné umenie, súčasná architektúra, literatúra). Vonkajší kruh predstavuje sekundárne prvky kultúrneho cestovného ruchu, ktoré môžeme rozdeliť na dva prvky, a to životný štýl (prvky ako presvedčenie, gastronómia, tradície, folklór atď.) a kreatívny priemysel (móda, dizajn, architektúra, web a grafický dizajn, film, médiá a zábava atď.). Čo vidíme, je, že vnútorný a vonkajší kruh sa čoraz viac k sebe približujú, ovplyvňujú sa navzájom od seba závisia. Kultúrny turizmus vo svojej podstate pokrýva kultúru aj cestovný ruch. Jednoducho povedané, cestovný ruch je celkovo o vytváraní nezabudnuteľných chvíľ, ktoré si ľudia vezmú z výletu so sebou domov. Inými slovami, v jadre zážitkov návštevníkov je rozprávanie príbehov. V podstate však to isté platí aj pre kultúru, aj keď najmä kultúrny sektor akoby váhal alebo odmietal byť spájaný s určitým faktorom zábavy, ktorým sa vyznačuje odvetvie cestovného ruchu. Jeden kultúrny turista však nie je rovnaký ako iný kultúrny turista. Takzvaný „prehliadkový“ kultúrny turista bude potrebovať iný produkt a prístup než skalný kultúrny turista, ktorý cestuje na konkrétne miesto za konkrétnym kultúrnym zážitkom. Rozhodujúce je vzájomné porozumenie a spolupráca medzi týmito dvomi sektormi. V praxi to však nie je vždy také jednoduché, keďže tieto sektory majú svoj vlastný jazyk, špecifiká a pracovné štýly.

Pri uplatnení prvkov rozprávania príbehov (napríklad na vzdelávanie, informovanie, angažovanosť, zohrávanie aktívnej úlohy, zábavu) v oblasti zážitkov návštevníkov možno pozorovať podobný trend stierania hraníc medzi cestovným ruchom a kultúrnymi zaujímavosťami. Typické turistické atrakcie, napríklad zábavné parky, preberajú niektoré aspekty z oblasti kultúry (napríklad z múzeí), ako

napríklad vzdelávacie a obsahovo orientované programy, zatiaľ čo kultúrny sektor uplatňuje metódy a techniky používané v zábavných parkoch, napríklad zábavné spôsoby prezentácie a upútania pozornosti návštevníkov a sprostredkovania zážitkov namiesto čisto obsahovo riadenej komunikácie, ďalej obchodné modely zamerané na vytváranie zisku, ako aj pohostinnosť.

Skúsenosti na Slovensku

Zo svojich osobných skúseností pri pôsobení v úlohe konzultanta v rôznych projektoch kultúrneho cestovného ruchu na Slovensku vo všeobecnosti vnímam ako hlavný nedostatok pri využívaní kultúrneho cestovného ruchu nedostatočnú komunikáciu a teda aj spoluprácu naprieč odvetviami. Každý sektor je veľmi zameraný na svoju vlastnú oblasť a hlavne zdôrazňuje svoje problémy, prečo nedokáže rozvíjať svoj potenciál, a pri zdôvodňovaní sa zameriava predovšetkým na finančné prostriedky. Keďže kreatívny priemysel posilňuje kultúrny cestovný ruch, je potrebná komunikácia a spolupráca medzi ešte viacerými odvetviami, aby sa mohol produkt inovovať a zatriktívniť pre svojich príjemcov (návštevníkov). Z vlastnej skúsenosti môžem skonštatovať, že zainteresované strany z príslušných sektorov sa príliš zameriavajú na modely formálnej spolupráce namiesto toho, aby pracovali v neformálnom prostredí, ktorý by mohol priniesť inovatívne produkty a služby. Je náročné najmä vytvárať partnerstvá medzi verejným a súkromným sektorom, no takisto viaznu aj partnerstvá medzi subjektmi verejného sektora (štátne – regionálne – mestské). Kultúrny turizmus je o zážitkoch návštevníkov, a to vyžaduje zmenu pohľadu a postoja zo strany zapojených aktérov kultúrneho cestovného ruchu.

Ďalším faktorom, prečo kultúrny cestovný ruch podľa mojej skúsenosti nevyužíva svoj potenciál, je, že toto odvetvie sa výrazne zameriava na investície, spojené s výstavbou či rekonštrukciou stavieb, resp. infraštruktúry, než na zážitky hostí, ktoré nie sú nevyhnutne závislé od rozsiahlych investícií to hardvéru.

Pred pár rokmi som dostal za úlohu vypracovať strategický plán rozvoja kultúrneho cestovného ruchu pre mikroregión s tromi atraktívnymi zrúcaninami hradov na pomerne malom území. Na úspešnú implementáciu v podstate každej stratégie je potrebné zapojiť hlavné zainteresované strany, aby sa podieľali na plnení plánu.

Aj keď zistiť, kto stojí za „vlastníkmi“ týchto hradov bolo naozaj výzvou. Za štruktúrou neziskových subjektov, ktoré prevádzkujú hrady, stáli určité subjekty alebo osoby, ktoré držali kormidlo, aj keď sa keď v skutočnosti nezúčastňovali na definovaní stratégie kultúrneho cestovného ruchu. Hrady boli za tie roky úspešné pri získavaní rôznych nenávratných grantov z vonkajších zdrojov, čo bolo zrejme skutočným cieľom príslušných subjektov a/alebo osôb za scénou. Jedným z odporúčaní stratégie bolo vymenovať koordinátora (na čiastočný úväzok), ktorý by zatriktívnil programy hradov pre ich návštevníkov a vytvoril synergiu medzi tromi hradmi, aj keď prevádzkovatelia hradov uvádzali ako hlavnú prekážku nájdenie malého rozpočtu. Ako vysvetliť to, že „vlastníci“ hradu úspešne zohnali milióny eur na financovanie stavebných a rekonštrukčných projektov a pritom nedokázali nájsť pár tisíc EUR na zaistenie vyššej kvality zážitkov hostí?

Podobné skúsenosti možno zhrnúť do konštatovania, že investície do tehál prevažujú nad investíciami do hardvéru alebo softvéru, ktoré zvyšujú atraktivitu kultúrneho zážitku z pohľadu návštevníka. Ak má Slovensko kompletne zrekonštruované múzeum, ktoré stálo desiatky miliónov EUR (zaplatených európskymi a slovenskými daňovníkmi), ktoré ale nemá finančné prostriedky na preklad informácií k vystaveným artefaktom alebo na nákup zopár audiosprievodcov, krajina sa napokon nestane svetovo obľúbenou destináciou kultúrneho cestovného ruchu.

Úspech a príťažlivosť produktu kultúrneho cestovného ruchu začína od perspektívy návštevníka. Aby sa zo Slovenska stala obľúbená destinácia kultúrneho turizmu, je nevyhnutná zmena v myslení zainteresovaných strán. Najhodnotnejšie zmeny sa totiž odvíjajú od tvorivosti, a nie nevyhnutne peňazí.

KULTÚRNA TURISTIKA ALEBO ČIE JE NAŠE KULTÚRNE DEDIČSTVO?

Magda Vášáryová

Od roku 1993 prežívame turistický boom. Cieľom sú najmä historické mestá, ktoré sa dostali do pozornosti hlavných turistických operátorov sveta. Otvorenie Slovenska prinieslo aj kapitálové investície po rokoch stagnácie a izolácie. Okrem pozitív sa však veľmi skoro ukázali aj negatíva komercializácie historických centier, sťahovanie sa domácich preč od hord turistov, voluntaristické nakladanie s národnými „svätyňami“, pokusy developerov mimo zásad nakladania s dedičstvom, čo spôsobilo prvé konflikty. A nešlo len o kúpanie sa opitých mladíkov v historických fontánach.

Je teda kultúrna turistika motorom rozvoja historických mestských centier a pamiatok, alebo sme zameškali nastaviť už pred rokmi jasné pravidlá a predvídať aspoň časť problémov, ktoré už sú alebo na nás ešte len čakajú? Až sa mi nechce položiť otázku, dopredu zbytočnú, prečo sa Ministerstvo kultúry SR nezapojilo a neiniciovalo nadrezortné stretnutia, ak nevyšiel podnet z Ministerstva hospodárstva? A má byť vôbec záujem o kultúrnu turistiku aj časťou kultúrnej politiky MK SR?

Kultúrny cestovný ruch na Slovensku sa v prevažnej miere viaže na návštevy bohatého kultúrneho dedičstva, ktoré sme zdedili (ak sme ho predtým barbarsky nezničili) po generáciách ľudí a národov, ktoré žili na našom dnešnom území. To však od nás vyžaduje zmeniť naše národné rozprávkové kánony a prihlásiť naše územie k európskemu kultúrnemu dedičstvu. Vytvoriť právne aj ekonomické rámce, ktoré si vyžadujú veľký kompromis medzi ochranárskymi inštinktnými a odstraňovaním zbytočných prekážok. Na jednej strane ochrana autenticity, ktorá sa ešte zachovala, a na druhej hranice „macdonaldizácii“, uniformizácii okolia našich pamiatok. Tak či onak, chytáme psa za chvost, pretože nedokážeme byť natoľko dynamickí ako je turistická branža. Musíme si byť vedomí, že nezachováme všetko, čo sme zdedili, ale len to, čo sme si vybrali ako „naše dedičstvo“. Preto sa neustále potkávame o rozdiely v interpretácii kultúrneho dedičstva a jeho využívania. Zákonite dochádza ku konfliktom, lebo turisti môžu vyžadovať inú interpretáciu dedičstva ako domáci. Kultúrne dedičstvo z pohľadu turistov je rôzne, ale čo potrebujú najviac, je, aby sme reagovali selektívne a rýchlo.

Na udržanie pozornosti potrebujú návštevníci sériu produktov rôznej kvality, nakoniec, aj tak najviac času v múzeách strávia turisti podľa posledných výskumov v príľahlých obchodoch s kópiami. A to všetko podlieha ešte pani móde. Kultúrna turistika je totiž veľmi konkurenčné prostredie a mení sa rýchlo, najčastejšie smerom k eklektizmu. Ako to vlastne je? Pamiatky predsa turistov nepotrebujú, ale kultúrny cestovný ruch pamiatky potrebuje. Dokážu sa naše lokálne komunity dohodnúť, čo a čiu históriu turistom ponúknem, čo a čiu históriu chcú turisti vidieť a ktorú časť pamiatok skryjú pred konzumáciou? V tom kultúrna komunita veľmi zaostáva za ochranármi prírodných krás, ktorí sa už viac-menej dohodli, čo chrániť a kam pustiť turistov. Treba počítať aj s tým, že v porovnaní so storočiami dedičstva, má turista vyhradený čas niekoľko hodín, alebo nanajvýš dva dni na návštevu. Bohužiaľ, všetko musí byť pre nich ešte aj zábavné.

Voľný čas a s ním spojená turistika sa stali po 1. svetovej vojne po presadení osemhodinového pracovného času závažným sociálnym výdobytkom. Stanovením hraníc času, stráveného prácou, sa demokratizoval aj priestor, kde ľudia mohli tráviť svoj voľný čas. A keď k tomu pribudli voľné soboty, víkendy sa stali takou samozrejmosťou ako splachovacie záchody. Turizmus sa stal zdrojom peňazí i pliagaou zároveň. 20. storočie umožnilo cestovnému ruchu



stat' sa masovou záležitosťou, na ktorú má právo každý. Musíme si ale odpovedať na zásadnú otázku: je kultúrna turistika naozaj zviazaná s kultúrou, alebo je len atrakciou, zabalenou v peknom kultúrnom obale minulosti? Urýchl'uje degradáciu priestoru, alebo ho pomáha udržiavať a chrániť? Smerujeme k „Mac-svetu“, kde je všetko viac-menej rovnaké, rovnaké obchody, rovnaké atrakcie? Dá sa tomu zabrániť? Dokážeme vytvoriť podmienky na duchovné a fyzické poznávanie našej kultúry? Aké výlučné právo máme my na kultúrny kapitál nášho územia? Vnímame vôbec napríklad *territorial pissings* maďarskými vencami po celom Slovensku?

V hodnotení IKP 10 rokov ministra kultúry M. Maďariča sme kriticky poukázali na fatálne oneskorený nástup kultúrneho a kreatívneho priemyslu na Slovensku, a to nás ešte čaká púťový a masový muzeálny kultúrny priemysel. Čo s tým?



ANKETA

BEZ ODPOVEDÍ

Gemer, Novohrad, Hont, Trenčín, Svidník,
Horehronie - tam sme sa opýtali turistických
a informačných kancelárií:

Chýba vám štátna kultúrna politika v oblasti
kultúrneho turizmu pre váš región?

Neodpovedali nám ani z jednej, takže
asi nechýba.

SLOVENSKO NA MAPE LONELY PLANET

Jana Javorská

V cestovnom ruchu máme veľmi jasné, často kvantitatívne ukazovatele, ktoré hovoria o tom, ako sme v tejto oblasti úspešní/ neúspešní. Môžeme hovoriť o počte prenocovaní (osobonocí turistov) , o počte navštívených atrakcií a podujatí, teda množstve predaných vstupeniek, o výške odvodov vo forme daní za ubytovanie do miestnych rozpočtov,

Cestovný ruch mapuje okrem iného aj špecifický štatistický nástroj - Satelitný účet pre túto oblasť, aj keď musíme konštatovať, že s hľadaním aktuálnych informácií za posledné 4 roky máme problém. Tento dokument mapuje vplyv cestovného ruchu na ekonomiku štátu na strane ponuky - hrubá pridaná hodnota odvetví cestovného ruchu (CR), podiel na HDP, vplyv CR na zamestnanosť v ekonomike.

Skúsme menej konvenčný prístup a pozrime sa na ukazovatele úspešnosti cestovného ruchu opačnou optikou, očami samotných návštevníkov - cieľových skupín.

Vlastná skúsenosť s cestovaním ma priviedla k tvorbe vlastnej zbierky publikácií svetoznámeho vydavateľstva Lonely Planet. Na svete stretnete množstvo cestovateľov, ktorí nevyužívajú all inclusive cestovných kancelárií. Cestovanie na vlastnú päsť je ekonomicky často výhodnejšie, pre niekoho možno dobrodružnejšie, každopádne vďaka ľahkej dostupnosti informácií veľmi obľúbené. Cestovatelia zdieľajú svoje zážitky a skúsenosti na spoločných weboch, čo im umožňuje lepšie sa orientovať v širokej ponuke služieb. A okrem toho ich spája to, že na vrchu batoha im zvykne tróniť práve Lonely Planet sprievodca príslušnej krajiny. A5 publikácia naviguje vlastníka na zaujímavé miesta, ponúka základný prehľad históriou, špecifikami kultúry, ale poskytuje samozrejme i praktické rady a návody, ako sa v krajine správať, kde bývať, stravovať sa, koľko platiť za dopravu, kde sa dá zabaviť a kultúrne vyžiť.

A teraz niekoľko informácií - svoju publikáciu má Poľsko (Krakov má dokonca samostanú brožúrku), tiež Maďarsko, s dôrazom na Budapešť, Česko s dôrazom na Prahu, Austria travel nevynímajúc. Slovensko, ani Bratislava svoju nemá. Slovensko je súčasťou publikácie s titulom „Europe”. Akokoľvek veríme, že patríme do „Central Europe”, publikácia nás sebavedomo uvádza medzi štáty „Eastern Europe”. Sekciu strednej Európy neobsahuje. A tak ďalej hľadáme tipy pre cestovateľov, ktorí sa rozhodnú pre Eastern Europe trasu. A opäť nemáme dobrú správu. V rámci ich 4 týždňovej navrhovanej cesty navštívia: Berlín, Varšavu, Krakov, Prahu, Budapešť, Transylvániu, Bran, Kijev, Minsk, Petrohrad. Slovenskom prechádzajú vo vlaku Praha - Budapešť. O Bratislave sa nedozvedia. Je logickou dedukciou, že na Slovensko zavíta skôr návštevník, ktorý cestovaním trávi viac ako 4 týždne? Alebo by malo byť Slovensko na inej cestovateľskej trase, ktorá by logicky vyplývala z prirodzených dopravných spojení? Slovensko na mape Lonely Planet nechýba, je mu venovaných 14 strán publikácie, podobný rozsah autori dodržiavajú pri všetkých uvedených krajinách. Tam však ak chcete vedieť viac, kúpите si na to určenú publikáciu príslušnej krajiny a to je naša achilova päta. Takto sa môže čitateľ domnievať, že na Slovensko mu stačí zopár dní, keďže je tu len zopár miest, ktoré stoja za pozornosť. Ani webová stránka rovnomeného vydavateľstva neponúka o Slovensku viac informácií, takže ani tu si nemôžeme gratulovať.





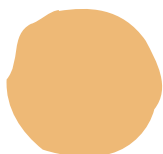
Autormi Lonely Planet sú cestovatelia s vášňou pre písanie, fotografovanie, blogovanie, vlogovanie, ...z celého sveta. Čiže ich pohľad na nás môžeme považovať za spätnú väzbu pre náš kultúrny turizmus.

Monitorovanie spätnej väzby a ohlasov v zahraničí je zásadným ukazovateľom kvality cestovného ruchu a od kvality sa samozrejme odvíja kvantita.

POSTAVME OTÁZKU INAK. ČO BY SME CHCELI, ABY SA O NÁS V TAKTOMTO SPRIEVODCOVI PÍSALO?

Z meraní Barometra sa dozvedáme, „že kultúrna atraktivita je (hneď po cene) druhým najpodstatnejším aspektom rozhodovania sa o výbere prázdninovej destinácie, alebo pri výbere ubytovania.“ Publikácia ďalej uvádza, že „ak musia európski turisti redukovať svoje výdavky na dovolenke, robia to na úkor stravovania a nákupov, ale nie na úkor kultúrneho a zábavného vyžitia.“

Ako by sme sa kultúrne radi prezentovali? Otázky, ktoré na národnej úrovni zodpovie len Ministerstvo kultúry SR. Takže za dostatočnú/nedostatočnú kvalitu a atraktivitu slovenských destinácií zodpovedá najmenší rezort. Darma budeme vinit' diaľnice, letiská, nastavovať ceny služieb vyššie, nižšie. Bez kvalitnej kultúrnej politiky v oblasti kultúrneho turizmu to tu môžeme zabaliť.





DIVADELNÝ FESTIVAL AKO SÚČASŤ KULTÚRNEHO TURIZMU

Denis Farkaš



Hudobné a filmové festivaly sa stávajú vo svete v rámci kultúrneho turizmu čoraz väčším lákadlom. Okrem medzinárodných športových podujatí, alebo vládnych protestov je to v podstate jediný priestor, kde sa dokážu zhromaždiť tisíce ľudí, ktorí majú niečo spoločné. Medzi tie najznámejšie na Slovensku patrí hudobný festival Pohoda v Trenčíne a medzi filmové by sa dal zaradiť Art Film Fest v Košiciach. Patria medzi najznámejšie kultúrne udalosti roka a niektorí z nás si kupujú lístky aj s niekoľkokomesačným predstihom, plánujú si dovolenky na ich termíny a chcú si naplno vychutnať atmosféru a výber z toho najlepšieho, čo sa k nám dostalo. Odkladáme si peniaze, pretože vieme, že okrem lístkov nás čakajú aj mnohé iné výdaje. Ubytovanie, strava, doprava, suveníry. Ak sa počas festivalu naskytne nejaký voľný čas, tak sa rozhliadneme po okolí a naraz sa dozvieme, že tam je aj vynikajúca galéria, kúsok odtiaľ je krásny zámok, za rohom sa nachádza zaujímavé múzeum a po ceste naspäť sa možno zastavíme v nejakom aquaparku.

Ale okrem hudobných a filmových festivalov treba spomenúť aj tie divadelné, ktoré nie sú popoluškou. Festival d'Avignon vo Francúzsku je najstarším a najväčším divadelným festivalom na svete. Koná sa pravidelne od roku 1947, kedy ho založil režisér Jean Vilar. Vďaka tomu majú nadšenci divadla možnosť každoročne počas celého júla navštíviť desiatky až stovky predstavení, pouličných vystúpení, či rôznych sprievodných podujatí všakovakého žánru. Podujatie patrí medzi najprestížnejšie udalosti roka a Francúzi sú si toho vedomí, a aj sa s tým patrične chvália. V priebehu jedného mesiaca sa Avignonom premie viac ako 100 000 divákov z celého sveta. Zúčastňujú sa ho súbory zo všetkých možných krajín, čím vzniká jedinečný priestor pre konfrontáciu národov, jazyka a najmä kultúry. Avignon sa na mesiac stáva Mekkou divadelníkov a každý ho musí v živote navštíviť aspoň raz.

Podobnú ochutnávku živej zahraničnej divadelnej kultúry, len v oveľa menšej miere, máme aj my na Slovensku. Divadelná Nitra sa dá pokladať za najväčší divadelný festival v našej krajine. Podľa štatistik sa na ňom **za rok 2017 zúčastnilo niečo cez 6 000 divákov**. V rámci svojho hlavného programu však ponúka počas jedného týždňa iba zopár zahraničných súborov a navyše Nitra po 19. ročníkoch festivalu **prišla o výsadu udeľovania divadelných ocenení sezóny - DOSKY**. Odovzdávanie sa tak od roku 2015 presunulo do priestorov Slovenského národného divadla v Bratislave, čím Divadelná Nitra stratila to, čo bolo dovtedy považované za vyvrcholenie festivalu.

V snahe pozdvihnúť umeleckú úroveň a ukázať nám, Slovákom čosi viac z toho veľkého zahraničného divadelného sveta, sa vedenie Slovenského národného divadla v roku 2014 rozhodlo založiť festival Eurokontext.sk. Festival európskeho divadla SND má charakter bienále, čiže sa striedavo koná prehliadka činoherného divadla a hudobno-dramatického a tanečného divadla. Do veľkej miery sú však v rámci programu zastúpené domáce inscenácie SND a zahraničné súbory tvoria len menšiu polovicu. Bolo by až príliš naivné myslieť si, že za našimi divadelnými festivalmi cielenie cestujú návštevníci zo zahraničia, možno až na zopár jedincov.

Existuje teda na Slovensku divadelný festival, ktorý by mal potenciál rozvíjať kultúrny turizmus? Iste, potenciál majú všetky, ale do akej miery je to ich zámerom? Pravdepodobne prevláda ambícia prilákať zahraničných účastníkov, ale nie zahraničných návštevníkov. Do istej miery to súvisí aj so samotným programom. Sami vieme, že keď sa chystáme na festival, tak nás prilákajú buď veľké mená, zaujímavé tituly či nejaká tá „exotika“. V rámci stredoeurópskeho priestoru však existuje jedinečný festival, ktorý spĺňa tieto parametre. Koná v Bratislave každé dva roky už od roku 1997 a organizuje ho Divadelná fakulta VŠMU. Reč je o festivale Istropolitana Projekt. Ide o platformu pre stretávanie sa budúcich profesionálnych divadelníkov a vzájomnú konfrontáciu mladých umelcov z domácich a zahraničných umeleckých škôl. Za svoju históriu sa na festivale predstavilo vyše 100 škôl z celého sveta, ako napríklad Izrael, USA, Hong Kong, Nemecko, Poľsko, Taliansko, India, Rusko, Indonézia, Irán, Česká republika a mnohých iných. Odohralo sa cez 200 rôznych predstavení a zúčastnili sa ho také osobnosti, ako napríklad Baz Luhrmann. V porovnaní s vyššie uvedenými slovenskými divadelnými festivalmi hovoríme o kumulácii najväčšieho množstva zahraničných divadelných súborov počas priebehu festivalu. V priemere je to asi 15 súborov, čo v kombinácii s veľkými menami, starostlivo vybranými titulmi a exotikou v podobe zúčastnených krajín, vytvára dokonalý predpoklad na prilákanie množstva návštevníkov, medzi nimi aj cudzincov. Napriek tomu zostáva festival Istropolitana Projekt, mierne povedané, uzavretým festivalom, ktorý je určený najmä pre účastníkov. Svedčí o tom aj fakt, že meno festivalu rezonuje najmä v profesionálnom divadelnom prostredí, alebo jednotlivých školách, ktoré sa ho pravidelne zúčastňujú. Bolo by zaujímavé sledovať, aký účinok by malo väčšie otvorenie a sprístupnenie tohto festivalu verejnosti. Keď ho už máme.

MONITORING IKP

KULTÚRNY
KYSLÍK

38



Prvá ministerka kultúry, pani L. Laššáková

Nikdy sme ju nestretli, ani sme doteraz o nej nepočuli, ale to je naša chyba. Máme prvú ženu na čele našej štátnej kultúry. Len sme v rozpakoch, či máme kričať Hurrá, alebo Urá. Jej stalinské poňatie kultúry ako folklorizácie nášho moderného európskeho bytia – chce predsa podporiť fujary a píšťalky - nás vrátilo do pokojných a stabilných vôd 50. rokov minulého storočia. Celkom ako v Kaliningrade. Tam tiež, keď prekročíte poľské hranice, ocitnete sa 50 rokov späť ako v cestopise pana Broučka. Skvelé. Nepotrebuje ani inštalovať ruské rakety, ktoré sú z kalinigradskej oblasti namierené na nás. Naše rakety, ktoré inštaluje pani ministerka, sú, samozrejme, kultúrne s detvianskymi výšivkami.

Kundy Crew - aktualizácia

Po detvianske výšivky treba siahnuť do studnice poznania našej obľúbenej Kundy Crew. Ženy zase zasadli k vyšívaniu a využívajú remeselnú zručnosť našich starých materí. „Ženy majú gule“, hlása jeden ich nápis, namiesto tradičného „Kde sa dobre varí, tam sa dobre darí“, ktoré sme vyšívali v štvrtej triede základnej školy. Holt, zmena je pokrok. Dúfam, že podobné nápisy vyšijú aj pre pani ministerku. Hodilo by sa „Chod' do ****“. Už sa tešíme.

Ach Bernini, Bernini, ale si nám narobil

Úradníci Ministerstva kultúry dostali tresty za to, že nevedeli, že by niečo také vzácne, ako dielo Giana Lorenza Berniniho v podobe stratenej busty pápeža Pavla V. mohlo byť na Slovensku. Alebo vedeli a preto dostali tresty? Busta má hodnotu na trhu antikvít 7 miliónov eur a pokuty jednému úradníkovi a jednej úradníčke sú po 5 tisíc eur. Najhoršie na tom je, že sa všetci potuteľne usmievame, lebo predsa vieme svoje... nie? Oplatilo sa, napísali novinári, nie my.

Stratili sme Stalina

Nebojte sa, už dávno, ale to je titul, ktorý nás zaujal. Pokiaľ sa pamätáme, tak na fiktívnych pohreboch Stalina všetci bedákali a utierali si nosy, ale toto je satira, či dokonca groteska. A že je dobrá, o tom svedčí jej zákaz v Rusku. Verchuška si ten film pozrela a usúdila, že na absurdnej smrti a ešte **absurdnejšom** strachu Stalinových blízkych zo Sibíra alebo guľky do hlavy sa nikto nebude baviť. Ľudia,

ktorí prežili tie roky v Jáchymove, sa asi nebudú baviť, ale my sme zavýjali od smiechu nad scénou, ako Stalin leží už niekoľko hodín v kaluži „nedôstojnosti“, teda vlastného moču a nad ním sa odohráva skvelé panoptikum postáv, ktoré tak dobre poznáme z histórie. Možno aj Dubčeka, teda ten film, by bolo lepšie natočiť ako hororovú frašku. Zdá sa nám, že tento žáner lepšie vystihuje smiešnosť a zároveň neuveriteľnú tragédiu historických postáv. Počkáme si!

Vrátili sme sa k Ištvánovi Bibó – alebo Bibóovi

V jeho slovníku sa nachádza pojem Podstata kultúry, ktorá má dvoch úhlavných nepriateľov: mocenský ošial a ideovo pomätený dogmatizmus. Bibó upozorňuje, že najstrašnejšie monštrum v dejinách sa zrodilo z pervezného spojenia týchto dvoch fenoménov. Predstava, že kultúra, diela ducha, vzdelávací proces, tvoriví ľudia nie sú na nič iné vhodné, len na využitie ako „ostrej ideologickej zbrane“ proti politickým alebo kultúrnym protivníkom, rúca základnú štruktúru ľudskej kultúry. Tiež si to myslíme a v duchu sme si na nešťastného a dnes znovu zatracovaného Maďara spomenuli.

Kniha Obrazy z kulturních dějin Střední Evropy

Vždy si radi prečítame eseje Martina C. Putnu, ale stráviť veľkonočné sviatky s nimi po večeroch bol kultúrny zážitok, aj keď nás vždy pichlo pri srdci, keď nás menoval Horné Uhorsko. Jeho dokazovanie, že kontrakultúrne gesto, ktorého sme aj dnes svedkami, sprevádza slasť z vyvolávania zúrivosti, nám privodilo naozajstnú kultúrnu rozkoš. Tie naše návraty k starým veciam a znovu obnažovanie kameňov, ktoré sú tak bezpečne vzdialené od života tých, čo sa nimi kochajú, to sme si dokonca zapísali. Biedermeier, katolícke osvietenectvo, genderový pesimizmus, skvelé pojmy pre nás slovník. A nakoniec heslo - „Prdy plaší smrť!“ Latka je príliš vysoko. Proti tomu je Blokova hláška - „Voš zvíťazila nad svetom“, nudná.

Konečne škandál a nie u nás

Tohto roku slovenská spisovateľská obec prekvapivo opäť zostane bez Nobelovej ceny za literatúru. Je to aj preto, lebo sa vôbec nebude vyhlasovať. Vydýchli sme si, nebude sa na čo vyhovárať. Dôvod je tak príjemný a normálny - baby a peniaze na súkromné tretky.





Dokonca sa ani dlho nechcel nikto priznať, že chytal baby za zadok a že spreneverili financie nadácie na svoje luxusné vecičky. Celkom ako u nás, v provincii. Potešilo nás to námlich tak, ako keby zdochla susedovi koza. No pozrime, aj oni sú takí, ako my. Katka Trostenson, ďakujeme ti za pocit, že sme tiež svetoví.

Rap

Mladý, brutálni fešáci. Tak by sa dal preložiť názov albumu nemeckých rapperov Kollegah&Farid Bang. 30 miliónov strímov, jeden verš sa končil, aby sa to rýmovalo: „mám telo vyrysovanjšie ako väzni v Auschwitzi”. Bolo to na cenu, kým niektorí nezačali svoje vracat'. Kedy si aj my všimneme, že odvrátenou stranou rapu je otvorený antisemitizmus, svetové spiknutia a osočovanie elít a médií? Ako ustrážime rozdiel medzi nevkusom, nadsádzkou a nenávisťou neznášanlivosťou? Tisícky mladých si do uší púšťajú jed negácie. A to ako súčasť modernej kultúry.

● IKP

L'arte del lamento

Tento druh kultúry máme hlboko zažitý a je súčasťou našej svojstojnej národnej kultúry tak, ako máločo iné. Umenie nariekania je kultúrnym kódom a hodnotou, v ktorej vyrastáme všetci, bez ohľadu, či sme z mesta alebo z dediny, z Prešova či ze Skalice, či sme blondýni alebo čierne. Preto by sme mali protestovať na medzinárodnej úrovni a prihlásiť sa k pravosti a hlbokej tradícii tohto umenia u nás. Ako si to Taliani môžu dovoliť prezentovať ako svoje umenie?! Je naše - a my si naše nedáme!

Kompromis

Cudzie slovo, ktoré sa nedá preložiť do slovenčiny a to je dobre! Lebo my žiadne ústupky nerobíme, my máme vždy pravdu. Dobre, že sme na to prišli, lebo konečne poznávame zdroj, priam žriedlo slovenskej nechuti voči bruselskej politike. Aké ustupovanie, aká bezzásadovosť, ako hlása jeden slovník cudzích slov. Ved' sa oni stratia!



Culture Distress

Nerozumieme, nechceme si nechať vysvetliť, nezaujímame sa. Výsledkom je kultúrna úzkosť, tieseň, ktorou trpíme, lebo nevieme, o čo ide a hanbíme sa to priznať.

KULTÚRNY
KYSLÍK

43

SLOVNÍČEK
IKP

Kultúrny lokus

Ľudská kultúra je univerzálna, vychádza z rovnakého základu homo sapiens. Nakoniec, naše DNA sa líši len nepatrne, dokonca aj od šimpanzov, ale o nich v lokuse nejde. Locus je vraj, podľa L. Kováča, abstraktne predurčený mentálny stav, ktorý sa stáva konkrétny, teda „alelou“, vybranou z mémového poolu danej kultúry. Rozumiete? Máme predsa všetci, celé ľudské pokolenie, tie isté kultúrne lokusy a len signály z kultúrneho prostredia určujú rozsah ľudskej „inkulturácie“. Nabudúce viac.

Mlčanie Slovákov

Najdôležitejšie slová nášho života vyslovujeme vraj mlčky. Dobrá výhovorka, keď nemáme, čo by sme povedali. To vraj neznamená, že nemáme názor, veď vieme, ale nepovieme, ako hovorieval klasik, zakladateľ Slovenskej republiky. Starí Slováci mali na to pekný výraz – *nevídali!* Ľud je veľký mlčanlivec.

Growth Promise Indicator

Ďalší medzinárodný *renkink*, ktorý nás odsunul zo zaslúženého prvého na nezaslúžené 58. miesto vo svete. Vraj nevieme dostatočne pestovať ľudský kapitál. Hoci vieme pestovať kukuricu aj ajťákov. Nuž, o ľudske zdroje - nebudeme predsa používať hnusný

X

marxistický výraz „kapitál“, kapitalistický - by sa mali starať najmä dve ministerstvá: vzdelávania a kultúry. Pripravili sme konferencie, kde by sa boli mohli aspoň stretnúť, aby sa spoznali... A viete, ako to dopadlo? Prišli všetci zainteresovaní z akademického prostredia a mimovládok, ale z verejných zdrojov platení úradníci nevedia ani odpovedať na pozvanie. Z toho vyplýva jediné: najprv musíme vypestovať úradníkov.

Evidence-based culture policy II

Pre kultúru, akou je slovenská, ktorá nemá dostatočne kvalitnú štatistiku, jasné pokyny, čo sa zaratáva do kultúry a čo je len trávenie voľného času jedením klobás a halušiek, je takáto kultúrna politika len snom. My sa stále držíme osvedčenej plebejskej metódy robenia kultúrnej politiky a síce - cucáme si ju z palca. A citlivosť palca ministra alebo ministerky nám určuje priority, založené na emóciách (to my milujeme) a dojmy z detstva rozhodujú o finančných podporách festivalov, divadelných predstavení a účastiach na knižných veľtrhoch. Prečo by sme to mali zmeniť, však? Všetci sú spokojní a Lucia Piusy konečne zmizla do Prahy.



KNIŽNICA

IKP

KULTÚRNY
KYSLÍK

45

Rukoväť kultúrnej politiky I-III.

Výskum Inštitútu pre kultúrnu politiku, ktorý prináša nový pojem do oblasti kultúry - živá moderná kultúra, zisťuje kto je cieľovou skupinou slovenskej kultúry a umenia a rieši otázku potenciálu kultúrnej infraštruktúry.*

Kultúrna politika Slovenska v 21. storočí

Antológia textov od najzásadnejších domácich a zahraničných autorov v oblasti kultúry, so zameraním na kultúrnu politiku Slovenska, ktorí publikovali svoje tézy v časopise Kultúrny kyslík.*

Živá kultúra; Pochovaní pod pamiatkami

Príspevky speakerov rovnomennej konferencie. Združuje aktuálne pohľady na tému pamiatkovej obnovy odborníkov z rôznych oblastí kultúrneho a umeleckého života.*



Vyhodnotenie ochrannej známky UNESCO na Slovensku

KULTÚRNY
KYSLÍK

46

KNÍŽNICA
IKP

Inštitút pre kultúrnu politiku prináša analýzu a vlastný pohľad na prínos ochrannej známky UNESCO pre vybrané lokality na Slovensku s vlastnou sériou odporúčaní pre zlepšenie aktuálneho stavu. Projekt bol uskutočnený za podpory Ministerstva zahraničných vecí a európskych záležitostí SR.

Vzdelávanie v kultúre: liek proti hlúpnutiu?

Zborník z minuloročnej rovnomennej konferencie a diskusie, ktorá upozornila na zhubný vplyv rezortizmu ministerstiev kultúry a školstva. Nečudo, že sa ich predstavitelia neunúvali prísť. A pritom akýkoľvek projekt podpory vyučovania kultúry na školách vyžaduje spoluprácu týchto dvoch byrokratických telies. Na tom sa zhodli všetci prednášajúci i diskutujúci.*

Viac informácií o uvedených publikáciách:

<http://ikp.sk/category/kniznica/>,
alebo nás kontaktujte na ikp@ikp.sk

** Vydané publikácie z verejných zdrojov podporil
Fond na podporu umenia*



Projekt
vydávania
časopisu
Kultúrny kyslík
z verejných
zdrojov
podporil Fond
na podporu
umenia:

u. fond
na podporu
umenia

Partner Via
Cultura;
Inštitútu pre
kultúrnu
politikú

NADÁCIA 
Slovenskej sporiteľne

ISSN 1339-6919
www.ikp.sk