

Valentin von Ballestrem, staviteľ Kaštieľa v Kunerade a jeho rod

Pavol VLČEK

Abstrakt

Témou nášho príspevku je gróf Valentin von Ballestrem a jeho rod v kontexte genealogických a heraldických súvislostí. V rámci práce sme na základe prevedenia výskumu a získaných dát zostavili rodový vývod, ktorý prezentuje predkov probanta do 4 generácie. Pochopiteľne sme sa obsahovo nevyčlenili len na rod von Ballestrem, ale taktiež na šľachtické rody, ktorých bol staviteľ architektonicky zaujímavého objektu, kaštieľa v Kunerade, priamym potomkom.

Kľúčové slová: Ballestrem, šľachtické rody, Kaštieľ v Kunerade, genealógia, heraldika

Úvod

Staviteľ kaštieľa v Kunerade, celým menom gróf Valentin Gustav Alexander Joseph Christian von Ballestrem (ďalej len Valentin von Ballestrem) sa narodil dňa 21. decembra 1860 vo Wroclawi, do starého šľachtického rodu s bohatou históriou.



Obrázok 1 Gróf Valentin von Ballestrem (Wikimedia Commons 2022)

Jeho rodičmi boli gróf Franz Xaver Carl Wolfgang Ludwig Alexander von Ballestrem (*1834 - †1910) a grófka Hedwig rod. von Saurma, slobodná pani von und zu der Jeltsch (*1838 - †1915). Ako najstarší syn a dedič rodového majetku bol považovaný za jedného z vôbec najbohatších mužov svojej doby. Ballestremovci mali svoje sídla v rôznych častiach Európy a jedno z nich postavili taktiež v Trenčianskej stolici. Kaštieľ nazývaný aj ako Kuneradský zámok vznikol v roku 1916 a jeho prevládajúcim architektonickým slohom bol historizmus.¹ Rodina ho v minulosti navštevovala niekoľkokrát do roka. Neskoršia história bývalého šľachtického sídla je všeobecne známa. Počas druhej svetovej vojny mala v jeho priestoroch

¹ Kaštieľ v Kunerade: Pamiatkový objekt – podrobnosti [online]. Dostupné na: <http://www.pamiatky.sk/po/po/Details?id=9525>

sídlo 2. partizánska brigáda M. R. Štefánika a vzhľadom na to bol v roku 1944 nemeckou armádou vypálený. V druhej polovici 20. storočia slúžil kaštieľ ako liečebňa ochorení dýchacích ciest a neskôr prešiel do súkromného vlastníctva. Neslávne známe sú tiež dva požiare z rokov 2010 a 2018, ktoré mali na objekt devastačný vplyv.² Vzhľadom na súčasnosť však možno konštatovať, že po zmene majiteľov v roku 2019 prešiel objekt do aktívnej fázy rekonštrukcie a čakajú ho lepšie časy. V našom príspevku sa budeme venovať staviteľovi kaštieľa najmä v genealogickom kontexte.



Obrázok 2 Kaštieľ v Kunerade pred 2. svetovou vojnou (zamokkunerad.sk 2022)

Valentin von Ballestrem a jeho predkovia

V rámci realizácie informačného prieskumu a zosumarizovania dostupných genealogických dát, na ktoré odkazujeme v zdrojoch nášho príspevku sme ako jeho súčasť zostavili štvorgeneračný rodový vývod z predkov spomínaného probanta. V súvislosti s vývodom je nutné tiež podotknúť, že jazyk, ktorý v ňom používame je nemčina. Vzhľadom na výsledky výskumu možno konštatovať, že Gróf Valentin von Ballestrem bol potomkom vysokých šľachtických rodov, čo sa odrazilo nielen na ich spoločenskom a majetkovom postavení, ale taktiež na bohatej a zaujímavej rodovej heraldike. Ešte predtým však možno poukázať na vybrané portréty grófov v priamej mužskej línii v postupnosti osôb: Giovanni Battista Angelo Ballestrero di Monalenghe di Castellengo (*1709 - †1757)³, Carl Ludwig von Ballestem (*1755 - †1829)⁴, Carl Franz Wolfgang von Ballestrem (*1801 - †1879)⁵, Franz Xaver Karl Wolfgang Ludwing Alexander von Ballestrem (*1834 - †1910)⁶. Valentin Alexander Joseph Christian von Ballestrem (*1860 - †1920).⁷ Príspevok sme rozdelili do dvoch častí, kde sa budeme

² Zámok Kunerad: História [online]. Dostupné na: <https://www.zamokkunerad.sk/>

³ Giovanni Battista Angelo Ballestrero di Monalenghe di Castellengo [online]. Dostupné na: <https://www.geni.com/people/Giovanni-Battista-Graf-von-Ballestrem/6000000019183153220?through=6000000019183392286>

⁴ Carl Ludwig, Graf von Ballestrem [online]. Dostupné na: <https://www.geni.com/people/Carl-Ludwig-von-Ballestrem/6000000019183392286?through=6000000016203388626>

⁵ Carl Ludwig, Graf von Ballestrem [online]. Dostupné na: <https://www.geni.com/people/Carl-Ludwig-von-Ballestrem/6000000019183392286?through=6000000016203388626>

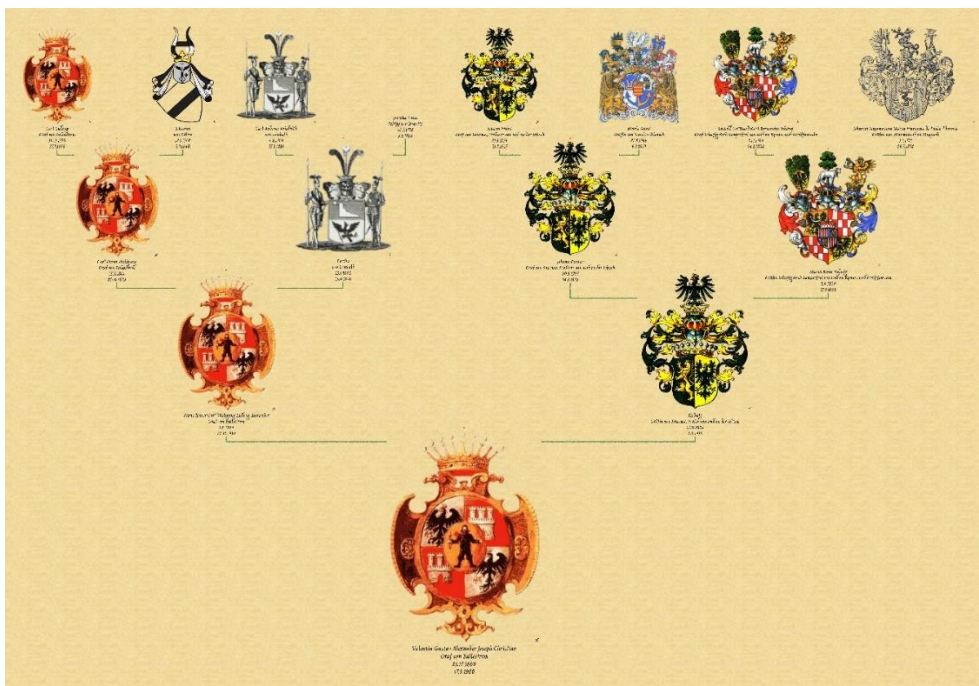
⁶ Franz Xaver Karl Wolfgang Alexander, Graf von Ballestrem [online]. Dostupné na: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Franz-Graf-Ballestrem.jpg>

⁷ Valentin Gustav Alexander Joseph Christian, Graf von Ballestrem [online]. Dostupné na: <https://www.geni.com/people/Valentin-von-Ballestrem-Graf/6000000019551809898>

venovať línií po meči, v ktorej prikkladáme tiež ukážky vybraných matričných záznamov a línií po praslici, v ktorej mimo iné poukazujeme taktiež na vybrané sídla šľachtických rodov v podobe dobových malieb.



Obrázok 3 Vybraní predkovia grófa Valentina von Ballestrema v línií z otca na syna (Vlček 2022)



Obrázok 4 Štvorgeneračný rodový vývod z priamych predkov Valentína von Ballestrema s erbami (Vlček 2022)

Vzhľadom na problémy s textovým fontom, lepšiu orientáciu a možnosť pohybu sme rodový vývod sprístupnili na priloženom webovom prepojení: <https://charts.heritio.com/ballestrem/>

Ako vysokopostavený šľachtic bol Valentin von Ballestrem v oboch líniách potomkom starobylých urodzených rodov, ktorých história siaha v niekoľkých prípadoch ďaleko do stredoveku. Vzhľadom na náš cieľ stavby štvorgeneračného rodového vývodu je však zrejmé, že sa budeme pohybovať v novoveku, a to konkrétne v 18. a 19. storočí. Predložený rodový vývod je výsledkom genealogického výskumu a sumarizácie viacerých genealogických zdrojov, medzi ktoré mimo samotných matrik a odbornej literatúry patria takisto rôzne webové portály zaoberajúce sa genealógiou a históriou šľachtických rodov. Je nutné tiež ozrejmiť, že aj napriek snahe sa nám nepodarilo do vývodu zahrnúť erb rodu Schipp von Branitz. Vo vývode je možné sledovať erby nasledujúcich rodín: erb grófov von Ballestrem⁸, erb rodu von Zülow⁹, erb rodu von Leithold¹⁰, Erb grófov von Saurma, slobodných pánov von und zu der Jeltsch¹¹, erb grófov Nostitz-Rieneck¹², erb grófov Schaffgotsch Sempefrei von und zu Kynast un Greiffenstein¹³, erb grófov von Wurmbrand zu Stuppach.¹⁴

⁸ Erb grófov von Ballestrem [online]. Dostupné na: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Wappen-Ballestrem.jpg>

⁹ Erb rodu von Zülow. Adelslexikon, 2005. [online]. Dostupné na: [https://de.wikipedia.org/wiki/Z%C3%BClow_\(Adelsgeschlecht\)#/media/Datei:Z%C3%BClow-Wappen.png](https://de.wikipedia.org/wiki/Z%C3%BClow_(Adelsgeschlecht)#/media/Datei:Z%C3%BClow-Wappen.png)

¹⁰ Erb rodu von Leithold. Wappenbuch der Preussischen Monarchie, 1836. [online]. Dostupné na: <https://www.abebooks.com/art-prints/Kupferstich-Tyroff-Wappen-Blatt-Adeliche-Laxdehnen/19628319846/bd>

¹¹ Erb grófov von Saurma, slobodných pánov von und zu der Jeltsch [online]. Dostupné na: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Saurma-Jeltsch-Wappen.png>

¹² Erb grófov von Nostitz-Rieneck. Beranová Vaicová, 2007. [online]. Dostupné na: <https://www.databazeknih.cz/knihy/nosticove-216748>

¹³ Erb grófov Schaffgotsch Semperfrei von und zu Kynast und Greiffenstein [online]. Dostupné na: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Wappen_Graf_Schaffgotsch_Semperfrei_von_und_auf_Kynast_Fr_eiherr_zu_Trachenberg.jpg

¹⁴ Erb grófov von Wurmbrand zu Stuppach, Almanach de Saxe Gotha [online]. Dostupné na: <https://sk.pinterest.com/pin/512354895087934214/>

Línia po meči

Rod grófov von Ballestrem

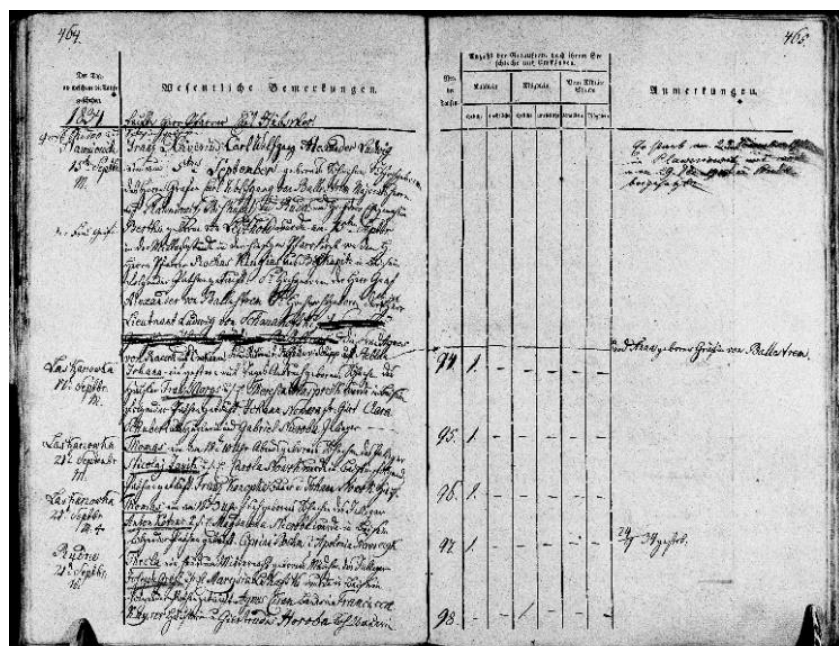
Starý šľachtický rod von Ballestrem pôsobil vo viacerých častiach Európy. Tento grófsky rod má svoje korene v Taliansku, kde žili už od 14. storočia ako obchodníci a ich meno bolo pôvodne písané ako Ballestrero di Castellengo. Na územie časti dnešného Nemecka sa rod dostal prostredníctvom svojho predka, ktorým bol Giovanni Battista Angelo Ballestrero di Monalenghe di Castellengo (*1709 - †1757). V roku 1742 totiž vstúpil do pruskej kráľovskej armády a neskôr bol známy s nemeckou podobou svojho mena ako Johann Baptist Graf von Ballestrem.¹⁵ Spomínaný predok bol praprastarým otcom Valentina von Ballestrema. Jeho syn gróf Carl Ludwig Graf von Ballestrem (*1755 - †1829) (prastarý otec Valentina Ballestrema) je doložený na rodovom vývode. S rodom grófov von Ballestrem bol Valentin pochopiteľne spríbuznený po mužskej línii, teda prostredníctvom svojho otca, ktorým bol Franz Xaver Carl Wolfgang Ludwig Alexander von Ballestrem (*1834 - †1910). Vzhľadom na rozsiahly majetok a tiež grófsky titul možno konštatovať, že Ballestremovci boli bohatým rodom vysokej šľachty, ktorý svoje sídla staval na mnohých miestach vtedajšej monarchie. Možno spomenúť napríklad palác vo Wroclawi či zámok v obci Pławniowice. Svoje majetky získali aj vďaka ekonomickým záujmom v ťažobnom priemysle.



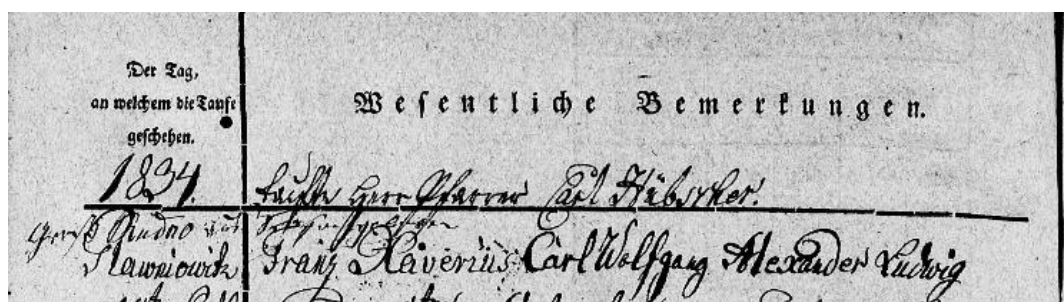
Obrázok 5 Erb grófov von Ballestrem (Wikimedia Commons 2022)

V štvrtenom štíte rodového erbu sa v prvom a štvrtom poli nachádza čierna orlica a v druhom a treťom poli biely hrad. Na štíte je tiež heraldická figúra muža oblečeného v čiernom s na pleciach visiacim tulcom, ktorý drží v rukách luk a šíp. Erb zdobí hodnostná šľachtická koruna. Keďže ide o grófov, má 9 perál.

¹⁵ Ballestremisches Firmen- und Familienarchiv [online]. Dostupné na: <https://www.ballestrem.de/familie-und-orte/historie/>



Obrázok 6 Franz Xaver Carl Wolfgang Ludwig Alexander von Ballestrem: záznam v matrike narodených z roku 1834¹⁶



Obrázok 7 Franz Xaver Carl Wolfgang Ludwig Alexander von Ballestrem : záznam v matrike narodených z roku 1834 (Poland, Gliwice Roman Catholic Church Books : Katowice, Rudno Akta urodzeń 1831 - 1842)

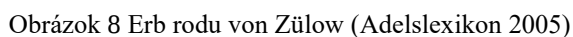
Rod von Zülow

Šľachtický rod von Zülow pochádza z územia nemeckého Maklenburska, kde sa jeho členovia pripomínajú už od 13. storočia. Rod pôsobil aj v Pomoranskom vojvodstve, kde zastávali naprieč dejinami rôzne významné funkcie.¹⁷ Medzi rodových príslušníkov patrili napríklad Baltzer von Zülow, ktorý bol v 17. stor. majorom vo švédskych a maklenburských službách či Jakab von Zülow, ktorý v 18. storočí zastával post pruského generálmajora. So spomínaným šľachtickým rodom bol Valentin von Ballestrem spríbuznený prostredníctvom svojej prastarej matky Johanny von Zülow (*1768 - †1840).

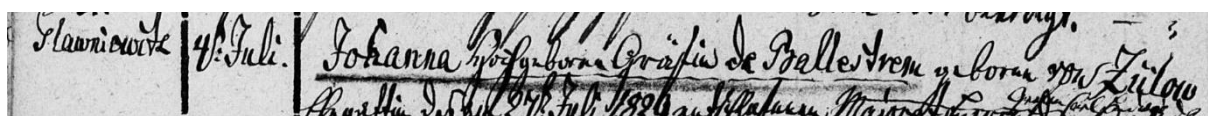
¹⁶ Franz Xaver Carl Wolfgang Ludwig Alexander von Ballestrem : záznam v matrike narodených z roku 1834 (Poland, Gliwice Roman Catholic Church Books: Katowice, Rudno Akta urodzeń 1831 - 1842) [online].

Dostupné na: <https://www.familysearch.org/ark:/61903/3:1:939K-ZN9K-8W?i=68&cc=4110912>

¹⁷ Hafner, O: J. Siebmachers grosses und allgemeines Wappenbuch. Die Wappen des Mecklenburger Adels.

[illegible]

Obrázok 9 Záznam o úmrtí Johanny von Zülow z roku 1840¹⁸



Obrázok 10 Johanna von Zülow : záznam v matrike zomrelých z dňa 3.7.1840 (Poland, Gliwice Roman Catholic Church Books : Akta zgonów 1822 - 1847)

¹⁸ Johanna von Zülów: záznam v matrike zomrelých z dňa 3.7.1840: Poland, Gliwice Roman Catholic Church Books: Akta zgonów 1822 – 1847 [online]. Dostupné na: <https://www.familysearch.org/ark:/61903/3:1:939K-C132-KS?cc=4110912>

Rod von Leithold

Šľachtický rod von Leithold sa spomína v erbovej knihe pruskej monarchie z roku 1828, ktorú vydalo umelecké vydavateľstvo Konráda Tyroffa v Norinbergu. Keďže v knihe sa nachádzajú rody, ktoré boli do šľachtického stavu povýšené pruskými kráľmi možno konštatovať, že rod pochádzal taktiež z nemeckého prostredia.



Obrázok 11 Erb rodu von Leithold (Wappenbuch der Preussischen Monarchie 1836)

Rodový erb tvorí empírový delený štít podopieraný dvoma štítonosmi, v ktorého spodnej časti sa nachádza orlica. Klenot erbu tvoria tri pávie perá. So spomínaným šľachtickým rodom bol Valentin von Ballestrem spríbuznený prostredníctvom svojej starej mami Bertý von Leithold (*1803 - †1874).

Nr. 35		Todesort		Beginn		Vorname und Name des Verstorbenen		Geburtsort		Civilstand		Militär-Rang		Erben		Bemerkungen über die Angehörigen des Verstorbenen	
Nr.	Wohnort	Stadt	Land	Monat	Jahr	Monat	Jahr	Vorname	Nachname	Stadt	Land	Stand	Grad	Erben	Erben	Erben	Erben
1.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1840	1840	1840	1840	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1840	1840	1840	1840	1840	1840
2.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1841	1841	1841	1841	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1841	1841	1841	1841	1841	1841
3.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1842	1842	1842	1842	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1842	1842	1842	1842	1842	1842
4.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1843	1843	1843	1843	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1843	1843	1843	1843	1843	1843
5.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1844	1844	1844	1844	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1844	1844	1844	1844	1844	1844
6.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1845	1845	1845	1845	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1845	1845	1845	1845	1845	1845
7.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1846	1846	1846	1846	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1846	1846	1846	1846	1846	1846
8.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1847	1847	1847	1847	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1847	1847	1847	1847	1847	1847
9.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1848	1848	1848	1848	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1848	1848	1848	1848	1848	1848
10.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1849	1849	1849	1849	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1849	1849	1849	1849	1849	1849
11.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1850	1850	1850	1850	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1850	1850	1850	1850	1850	1850
12.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1851	1851	1851	1851	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1851	1851	1851	1851	1851	1851
13.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1852	1852	1852	1852	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1852	1852	1852	1852	1852	1852
14.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1853	1853	1853	1853	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1853	1853	1853	1853	1853	1853
15.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1854	1854	1854	1854	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1854	1854	1854	1854	1854	1854
16.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1855	1855	1855	1855	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1855	1855	1855	1855	1855	1855
17.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1856	1856	1856	1856	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1856	1856	1856	1856	1856	1856
18.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1857	1857	1857	1857	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1857	1857	1857	1857	1857	1857
19.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1858	1858	1858	1858	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1858	1858	1858	1858	1858	1858
20.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1859	1859	1859	1859	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1859	1859	1859	1859	1859	1859
21.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1860	1860	1860	1860	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1860	1860	1860	1860	1860	1860
22.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1861	1861	1861	1861	Leipzig	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1861	1861	1861	1861	1861	1861
23.	Leipzig	Leipzig	Preuss.	1862	1862												

Obrázok 12 Záznam o úmrtí Berthy von Leithold z roku 1874¹⁹

[illegible]

Obrázok 13 Bertha von Leithold: záznam v matrike zomrelých z dňa 15.4.1874 (Katholische Kirche Sankt Johannes Biskupitz - Kr. Zabrze.)

¹⁹ Bertha von Leithold: záznam v matrike zomrelých z dňa 15.4.1874 (Katholische Kirche Sankt Johannes Biskupitz - Kr. Zabrze) [online]. Dostupné na: <https://www.familysearch.org/ark:/61903/3:1:939K-CB9M-6W?cc=2114433>

Línia po praslici

Rod grófov von Saurma, slobodných pánov von und zu der Jeltsch

Šľachtický rod grófov von Saurma, slobodných pánov von und zu der Jeltsch pochádza pôvodne z Bavorska a jeho korene siahajú do 15. storočia. Rodina pôsobila taktiež v Sliezku, kde jej členovia zastávali mnohé významné posty. Do ich majetku patrila napríklad hrad Jeltsch, či starý a nový zámok v poľskej obci Laskowice. Zámok sa do vlastníctva rodu dostal ako veno na začiatku 17. storočia.²⁰



Obrázok 14 Erb grófov von Saurma, slobodných pánov von und zu der Jeltsch (Wikimedia Commons 2022)

Rodový erb tvorí čierno-zlato štiepený štít, na ktorom sa heraldicky vpravo nachádza lev a vľavo orlica, ktorá je takisto v klenote. Nad štítom je viditeľná grófska koruna s 9 perlami. So spomínaným rodom bol Valentin von Ballestrem spríbuznený prostredníctvom svojej matky, ktorou bola grófka Hedwig von Saurma, slobodná pani von und zu der Jeltsch (*1838 - †1915).



Obrázok 15 Zámok v obci Laskowice na maľbe približne medzi rokmi 1857 - 1883. (Ernst Friedrich von Stofferowsky , Adalbert Wölfl, Alexander Duncker; wikimedia commons)

²⁰ Zamek w Jelczu-Laskowicach [online]. Dostupné na: <https://www.zamki.pl/?idzamku=laskowice>

Rod grófov von Nostitz-Rieneck

Šľachtický rod grófov von Nostitz-Rieneck je mladšou vetvou rodu von Nostitz, ktorý pôvodne pochádzal z Horných Lužíc, kde svoju históriu začal písať už v roku 1280. Za zakladateľa rodu je považovaný Hanuš z Nostic.²¹ Samotné meno rodu je prevzaté od hradu Nostitz u Budyšina, kde mali svoje sídlo. Rodina sa v priebehu 14. a 15. storočia rozvetvila a vstúpila aj do českého prostredia (inou známou vetvou bola Nostitz-Rokitnitz).²² V Českom kráľovstve vlastnil rod rozsiahle majetky, viaceré zámky a taktiež dva paláce v Prahe. V barokovom paláci na Malej Strane dnes sídli Ministerstvo kultúry Českej republiky. Honosný palác vlastnili taktiež v meste Wrocław.



Obrázok 16 Erb grófov von Nostitz-Rieneck (Beranová Vaicová 2007)

Heraldicky bohatý rodový erb tvorí štvrtý štít podopieraný dvoma gryfmi, kde sa v prvom modrom poli nachádzajú dva strieborno-červené šachové voľské rohy. V druhom striebornom poli je čierne krídlo so zlatým brvom. Cez tretie a štvrté pole je vyobrazená modro-zlatá kotva. V strede štítu je viditeľný erb rodu grófov von Rieneck v podobe 4 krát deleného červeno-zlatého erbu, ktorý bol v súvislosti s vznikom tejto rodovej vetvy pridaný až neskôr. Na erbe sa nachádza tiež grófska 9 perlová hodnostná koruna. S rodom grófov von Nostitz-Rieneck bol Valentin von Ballestrem spríbuznený prostredníctvom svojej prastarej matky, ktorou bola grófka Maria Anna von Nostitz-Rieneck (*1768 - †1837).

²¹ JUŘÍK, Pavel. ENCYKLOPEDIE šlechtických rodů. Praha: Euromedia Group: Knižní klub v edici Universum, 2014.

²² Nostitz – základní údaje [online]. Dostupné na: <https://www.historickaslechta.cz/prehled-rodu/nostitz-zakladni-udaje/>



Obrázok 17 Palác Nostitz-Dyrn na nákrese približne z roku 1750 (Friedrich Bernhard Werner, Sliezko; wikimedia commons 2022)

Rod grófov Schaffgotsch Semperfrei von und zu Kynast und Greiffenstein

Šľachtický rod grófov Schaffgotsch Semperfrei von und zu Kynast und Greiffenstein pochádza z Frank no neskôr sa usadil v Sliezku, kde boli významnými vlastníkami pôdy. Rodu patrilo viacero sídiel, medzi ktorými bol napríklad aj hrad a zámok Greiffenstein pri poľskej obci Proszówka či Schaffgotschov palác v meste Wrocław. Mimo sliezkej mal rod aj českú vetvu²³. Architektonicky zaujímavý palác vlastnili tiež v Prahe, kde ho dal vystavať Johann Ernest Anton von Schaffgotsch. Dnes je palác známy ako Kounický a časť jeho priestorov slúži pre potreby múzea Alfonza Muchu.



Obrázok 18 Erb grófov Schaffgotsch Semperfrei von und zu Kynast und Greiffenstein (Wikimedia Commons 2022)

Erb rodu tvorí štvrtý štít, v ktorom sa v prvom a štvrtom poli nachádza orlica. Druhé a tretie pole je vyplnené šachovnicovo. V strede erbu sa nachádza rovnako štvrtý štít, ktorého prvé a štvrté pole tvorí pôvodný znak rodu von Schaffgotsch, ktorým bol 5 krát strieborno-červeno štiepený štít. V druhom a treťom poli je zlatý gryf. V heraldickej terminológii je gryf popisovaný ako starý symbol moci, historicky známi už v Perzii a Asýrii. Jeho levie telo

²³ MAŠEK, Petr. *Šľachtické rody v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*. Praha, 2010.

symbolizuje vládu nad zemou a orlia hlava zas nad vzduchom. S uvedeným šľachtickým rodom bol Valentin von Ballestrem spríbuznený prostredníctvom svojej starej mami, ktorou bola grófka Maria Anna Hedwig Schaffgotsch Semperfrey von und zu Kynast und Greiffenstein (*1800 - †1859)



Obrázok 19 Hrad a zámok Greiffenstein na mal'be približne medzi rokmi 1857 - 1883 (Theodor Albert (Magdeburg 1822-1867), Theodor Blätterbauer, Alexander Duncker (1813-1897); wikimedia commons 2022)

Rod grófov von Wurmbrand zu Stuppach

Rakúsky šľachtický rod grófov von Wurmbrand zu Stuppach má svoje korene až v 13. storočí. V roku 1607 získali baronát a v roku 1682 boli povýšení do grófskeho stavu.²⁴ Jedným zo sídel rodu bol aj zámok Großlobming, ktorý v roku 1755 kúpil gróf Franz Josef von Wurmbrand.²⁵



Obrázok 20 Erb grófov von Wurmbrand zu Stuppach (Almanach de Saxe Gotha)

Erb rodu tvorí štvrtý štít, v ktorého druhom a treťom poli zaujme heraldicky vpravo otočený stojaci lev. V strede erbu sa nachádza trojuhlý štít, na ktorom je vyobrazený na korune stojaci Lindwurm, ktorý v papuli drží zapálené brvno. V starobylej mytológii je Lindwurm popisovaný

²⁴ Haus Wurmbrand-Stuppach [online]. Dostupné na: <https://www.von-wurmbrand-stuppach.com/familie/>

²⁵ Schloss Großlobming [online]. Dostupné na: <https://www.von-wurmbrand-stuppach.com/schl%C3%B6sser/gro%C3%9Flobming/>

ako hadovité stvorenie podobné drakovi. Vo svojom symbole ho má aj rakúske mesto Klagenfurt am Wörthersee. So spomínaným rodom bol Valentim von Ballestrem spríbuznený prostredníctvom svojej prastarej mami, ktorou bola grófka Johanna Nepomuzena Maria Franziska de Paula Theresia von Wurmbrand zu Stuppach (*1774 - †1834).



Obrázok 21 Zámok Großlobming (Vischers Topographia Ducatus Styriae 1681)

Zdroje a použitá literatúra

Ballestremisches Firmen- und Familienarchiv [online]. Dostupné na:
<https://www.ballestrem.de/familie-und-orte/historie/>

Bertha von Leithold: záznam v matrike zomrelých z dňa 15.4.1874 (Katholische Kirche Sankt Johannes Biskupitz - Kr. Zabrze) [online]. Dostupné na:
<https://www.familysearch.org/ark:/61903/3:1:939K-CB9M-6W?cc=2114433>

Bertha von Leithold [online]. Dostupné na:
<https://gw.geneanet.org/cvpolier?lang=en&n=von+leithold&oc=0&p=bertha>

Matriky rímskokatolíckej cirkvi [online]. Dostupné na: <https://www.familysearch.org/en/>

Hafner, O: J. Siebmachers grosses und allgemeines Wappenbuch. *Die Wappen des Mecklenburger Adels*.

Haus Wurmbrand-Stuppach [online]. Dostupné na: <https://www.von-wurmbrand-stuppach.com/familie/>

JUŘÍK, Pavel. *ENCYKLOPEDIE šlechtických rodů*. Praha: Euromedia Grup: Knižní klub v edici Universum, 2014. 463 s. ISBN 978-80-242-4573-7.

Kuneradský zámok: Pamiatkový objekt – podrobnosti [online]. Dostupné na:
<http://www.pamiatky.sk/po/po/Details?id=9525>

MAŠEK, Petr. *Šlechtické rody v Čechách, na Moravě a ve Slezsku*. Praha, 2010. ISBN 978-80-257-0294-9.

Nostitz – základní údaje [online]. Dostupné na: <https://www.historickaslechta.cz/prehled-rodu/nostitz-zakladni-udaje/>

Schloss Großlobming [online]. Dostupné na: <https://www.von-wurmbrand-stuppach.com/schl%C3%B6sser/gro%C3%9Flobming/>

The Heirs of Europe [online]. Dostupné na: <http://heirsofeurope.blogspot.com/2010/02/salm-reifferscheidt-raitz.html>

Valentin von Ballestrem [online]. Dostupné na: https://gw.geneanet.org/efrogier?lang=en&n=von%20ballestrem&oc=0&p=valentin&fbclid=IwAR1it_NW3-sR6ZSn7Zicyu9-AXqK1EcjdpGace0LxD85NHtDH9ryAL7H6Q

VRTEL, Ladislav. *Osem storočí slovenskej heraldiky*. Martin: Vydavateľstvo Maticе slovenskej, 2017. 303 s. ISBN 978-80-8115-247-4.

Zamek w Jelczu-Laskowicach [online]. Dostupné na: <https://www.zamki.pl/?idzamku=laskowice>

Zámok Kunerad: História [online]. Dostupné na: <https://www.zamokkunerad.sk/>

Zdroje obrazovej prílohy

Franz Xaver Carl Wolfgang Ludwig Alexander von Ballestrem: záznam v matrike narodených z roku 1834 (Poland, Gliwice Roman Catholic Church Books : Katowice, Rudno Akta urodzeń 1831 - 1842) [online]. Dostupné na: <https://www.familysearch.org/ark:/61903/3:1:939K-ZN9K-8W?i=68&cc=4110912>

Giovanni Battista Angelo Ballestrero di Monalenghe di Castellengo [online]. Dostupné na: <https://www.geni.com/people/Giovanni-Battista-Graf-von-Ballestrem/6000000019183153220?through=6000000019183392286>

Carl Ludwig, Graf von Ballestrem [online]. Dostupné na: <https://www.geni.com/people/Carl-Ludwig-von-Ballestrem/6000000019183392286?through=6000000016203388626>

Carl Wolfgang, Graf von Ballestrem [online]. Dostupné na: <https://www.geni.com/people/Carl-Wolfgang-von-Ballestrem/6000000016203388626>

Erb grófov von Ballestrem [online]. Dostupné na: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Wappen-Ballestrem.jpg>

Erb grófov von Nostitz-Rieneck. Beranová Vaicová, 2007. [online]. Dostupné na: <https://www.databazeknih.cz/knihy/nosticove-216748>

Erb grófov von Saurma, slobodných pánov von und zu der Jeltsch [online]. Dostupné na: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Saurma-Jeltsch-Wappen.png>

Erb grófov Schaffgotsch Semperfrei von und zu Kynast und Greiffenstein [online]. Dostupné na: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Wappen_Graf_Schaffgotsch_Semperfrei_von_und_auf_Kynast_Freiherr_zu_Trachenberg.jpg

Erb grófov von Wurmbrand zu Stuppach, Almanach de Saxe Gotha [online]. Dostupné na: <https://sk.pinterest.com/pin/512354895087934214/>

Erb rodu von Leithold. Wappenbuch der Preussischen Monarchie, 1836. [online]. Dostupné na: <https://www.abebooks.com/art-prints/Kupferstich-Tyroff-Wappen-Blatt-Adeliche-Laxdehnen/19628319846/bd>

Erb rodu von Zülow. Adelslexikon, 2005. [online]. Dostupné na: [https://de.wikipedia.org/wiki/Z%C3%BClow_\(Adelsgeschlecht\)#/media/Datei:Z%C3%BClow-Wappen.png](https://de.wikipedia.org/wiki/Z%C3%BClow_(Adelsgeschlecht)#/media/Datei:Z%C3%BClow-Wappen.png)

Franz Xaver Karl Wolfgang Ludwig Alexander, Graf von Ballestrem [online]. Dostupné na: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Franz-Graf-Ballestrem.jpg>

Hrad a zámok Greiffenstein na maľbe približne medzi rokmi 1857 – 1883: Theodor Albert (Magdeburg 1822-1867), Theodor Blätterbauer, Alexander Duncker (1813-1897) [online]. Dostupné na: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Burg_und_Schloss_Greiffenstein_Sammlung_Duncker.jpg

Johanna von Zülow: záznam v matrike zomrelých z dňa 3.7.1840: Poland, Gliwice Roman Catholic Church Books: Akta zgonów 1822 – 1847 [online]. Dostupné na: <https://www.familysearch.org/ark:/61903/3:1:939K-C132-KS?cc=4110912>

Kaštieľ v Kunerade pred 2. svetovou vojnou [online]. Dostupné na: <https://www.zamokkunerad.sk/>

Palác Nostitz-Dyrn na nákrese približne z roku 1750: Friedrich Bernhard Werner [online]. Dostupné na: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Palais_Nostitz-_Dyhrn.jpg

Štvorgeneračný rodový vývod s erbami, Vlček 2022.

Valentin Gustav Alexander Joseph Christian, Graf von Ballestrem [online]. Dostupné na: <https://www.geni.com/people/Valentin-von-Ballestrem-Graf/6000000019551809898>

Valentin von Ballestrem 1909. [online]. Dostupné na: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Valentin_von_Ballestrem_1909_1.jpg

Vybraní predkovia grófa Valentina von Ballestrema v línii z otca na syna, Vlček 2022.

Zámok v obci Laskowice na portréte približne medzi rokmi 1857 – 1883: Ernst Friedrich von Stofferowsky , Adalbert Wölfl, Alexander Duncker [online]. Dostupné na: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Schloss_Laskowitz_Ohlau_Sammlung_Duncker.jpg

Zámok Großlobming : Vischers Topographia Ducatus Styriae 1681. [online]. Dostupné na: https://austria-forum.org/af/Wissenssammlungen/Burgen_und_Schl%C3%B6sser/Steiermark/Gro%C3%9Flobming

Kontakt na autora

Mgr. Pavol Vlček
pavol.vlcek288@gmail.com

Aspekty kreatívneho priemyslu v kontexte kreatívnych miest

(Autoreferát dizertačnej práce)

Matej SOMR

Abstrakt

Dizertačná práca mapuje vývoj problematiky kultúrneho a kreatívneho priemyslu od jeho začiatku až po súčasné vnímanie. Analyzuje diferenciálne interpretácie termínu kultúrny a kreatívny priemysel na rôznych úrovniach. Dokumentácia poskytuje systematický výklad pojmov, oblastí a kategorizáciu odvetví v kultúrnom a kreatívnom sektore. Praktická časť reflektuje teoretické východiská analyzovaním 3 slovenských miest, ktoré kandidovali na titul Európske hlavné mesto kultúry 2026. Predkladaná práca prináša súčasný stav kreatívneho prostredia v Žiline, Trenčíne a Nitre. Prínos dizertačnej práce považujeme v spracovaných analýzach miest na základe vybraných atribútov kreatívnej ekológie (výskumy sa prevažne sústreďujú na rozbor krajov alebo regiónov, nie však konkrétnych miest), nové poznatky z oblasti kultúrneho a kreatívneho priemyslu, databázu podnikateľských subjektov v kreatívnom odvetví, identifikovanie počtu kreatívnej triedy v mestách. Všetky vymenované položky môžu poslúžiť na tvorbu kreatívnych klastrov, respektíve dokážu byť nápomocné pri marketingových stratégiách daných lokalít. Teoretická časť tejto práce prináša podklady pre spracovanie vysokoškolskej učebnice pre predmet kreatívny priemysel na Katedre mediamatiky a kultúrneho dedičstva.

Kľúčové slová: Kultúrny a kreatívny priemysel. Kreatívny priemysel. Kreativita. Kreatívne mesto. Kreatívne klaster. Európske hlavné mesto kultúry. Kreatívna ekológia. Kreatívne prostredie.

Abstract

The dissertation maps the development of the issues of the cultural and creative industries from its beginning to the current perception. It analyzes the differential interpretations of the term cultural and creative industries at different levels. The documentation provides a systematic interpretation of concepts, areas and categorization of industries in the cultural and creative sectors. The practical part reflects the theoretical basis by analyzing 3 Slovak cities that ran for the title of European Capital of Culture 2026. The presented work brings the current state of the creative environment in Žilina, Trenčín and Nitra. We consider the contribution of the dissertation in the processed analyzes of cities based on selected attributes of creative ecology (research is mainly focused on the analysis of regions or regions, but not specific cities), new knowledge from cultural and creative industries, database of business entities in the creative sector, identifying the number of creative classes in cities. All the listed items can be used to create creative clusters, and in the past they can be helpful in the marketing strategies of the sites.

Keywords: Cultural and creative industries. Creative industry. Creativity. Creative city. Creative cluster. European Capital of Culture. Creative ecology. Creative environment.

OBSAH

ÚVOD.....	3
1 KREATÍVNY PRIEMYSEL AKO PODPORNÝ PROSTRIEDOK PRI ZVYŠOVANÍ KONKURENCIESCHOPNOSTI REGIÓNOV A MIEST	4
1.1 Kreativita.....	4
1.2 Koncept kreatívnej triedy	5
1.3 Place marketing a place branding.....	6
1.4 Konkurencieschopnosť územia	7
1.5 Kreatívna ekológia	10
1.6 Produkty kreatívneho priemyslu.....	11
1.6.1 Eurovília.....	12
1.6.2 Európske hlavné mesto kultúry	14
2 KKP NA ÚZEMÍ SLOVENSKEJ REPUBLIKY	16
3 METODOLÓGIA VÝSKUMU	18
3.1 Výskumná téma.....	18
3.2 Výskumný problém	18
3.3 Výskumné otázky	19
3.4 Výskumné ciele	19
3.5 Metodika vedecko-výskumnej práce	20
3.5.1 Predmet výskumu a výskumný súbor.....	20
3.5.2 Výskumné metódy	22
3.5.3 Výskumný plán	25
4 ANALÝZA A INTERPRETÁCIA VÝSLEDKOV	26
4.1 Kreatívne odvetvia	26
4.1.1 Spoločnosti	26
4.1.2 Samostatne zárobkovo činné osoby (SZČO).....	31
4.2 Kategória: Kultúrne dedičstvo.....	36
4.3 Kreatívna trieda	38
4.3.1 Analýza obyvateľstva.....	38
4.3.2 Stav kreatívnej triedy v mestách	39
4.4 Pamiatkové objekty	43
4.5 Návštevnosť.....	46
4.5.1 Počet návštevností.....	46
4.5.2 Počet prenocovaní.....	48
4.6 Kreatívne prostredie miest – výsledná komparácia	51
ZÁVER	52
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	53

ÚVOD

Inovatívne nápady a kreativnosť ľudského kapitálu sú často krát v 21. storočí podhodnocované a neúčinne zakomponované do bežného procesu a ich využiteľnosť tak stráca na efektívnosti. Nielen Slovensko komplexne, ale aj regióny a mestá majú obrovský nevyužitý potenciál na zvýšenie vlastného imidžu, a to aj vďaka progresívnym nápadom. Tie môžu zvýšiť povedomie o danom meste, vyzdvihnúť jeho klady, a tým dopomôcť k jeho atraktivnosti nielen pre obyvateľov mesta, ale aj turistov a v neposlednom rade investorov a podnikateľských subjektov.

Inovácie a znalostná ekonomika sú dôležitými faktormi ekonomického rastu vo svete. Z toho dôvodu narastá význam miest a regiónov a ich podiel na raste kreatívneho priemyslu. Konkurencieschopnosť územia je možné zvýšiť i prostredníctvom procesu inovácií, napr. procesných a produktových inovácií, ktoré sa môžu realizovať prostredníctvom digitalizácie, tvorby kreatívnych klastrov zameraných na aktivity ako sú médiá, kultúra, knižničné služby, vzdelávanie.

Hoci teoretické pozadie kreatívneho priemyslu nie je úplne jednotné, v práci bude narábané ako s domácimi, tak aj zahraničnými zdrojmi. Vyváženým spôsobom budú vyselektované z každého vhodné informácie adekvátne k zvolenej téme a zároveň použiteľné aj v samotnej praxi tvoriace kvalitný teoretický základ, z ktorého sa budú odvíjať ďalšie časti v rámci práce. Cieľom práce bude nielen zosumarizovať teoretické poznatky a doterajšie štúdie a výskumy v oblasti kultúrneho a kreatívneho priemyslu, ale rovnako snaha využiť tieto dva prostriedky vo forme vlastného výskumu, v ktorom implementujeme vhodnú stratégiu mapovania kreatívnej ekológie zvolených lokalít.

Dizertačná práca sa delí na **2 hlavné časti** – teoretická báza a praktický výstup v podobe mapovania oblasti kreatívnej ekológie kreatívnych miest.

Prvá časť v sebe nesie definície kultúrneho a kreatívneho priemyslu a primárnych pojmov týkajúcich sa danej problematiky od viacerých autorov, komparáciu rôznych prístupov k týmto pojmom so zreteľom na logické usporiadanie, zrozumiteľnosť a komplexnosť jednotlivých informácií. Zároveň je potrebné čo najšpecifickejšie vymedziť a presne identifikovať odvetvia kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Rovnako by mal byť súčasťou tejto časti práce aj prehľad využitia kultúrneho a kreatívneho priemyslu vo svete i na našom území.

Druhá časť sa zameriava na predstavenie 5 vetiev výskumu. Analyzujú 3 vybrané slovenské mestá, ktoré kandidovali na titul EHMK 2026. Myšlienka Európskeho hlavného mesta vychádza z koncepcie kreatívneho mesta, čo predstavuje jeden zo základných pilierov kreatívneho priemyslu. Ide o „zhmotnenie“ produktu s využitím príslušných služieb vytvorené na základe kreativity a inovatívnych nápadov s cieľom získať konkurenčnú výhodu voči iným mestám. Pôjde o návrh postupov a metód pri komparácii týchto miest z hľadiska ich mapovania a posudzovania kreatívneho prostredia.

Výsledkom výskumu je kompletná analýza aspektov kreatívnej ekológie v Žiline, Trenčíne a Nitre, vďaka čomu získame prehľad o zložkách kreatívneho priemyslu. Ich identifikovanie a pochopenie prináša výhodu v rámci rozvoja kreatívneho prostredia mesta, poznatky z výskumu môžu byť implementované do marketingovej stratégie a zároveň sme schopní predostrieť, aké aspekty kreatívnej ekológie prevládajú v konkrétnej lokalite.

1 KREATÍVNY PRIEMYSEL AKO PODPORNÝ PROSTRIEDOK PRI ZVYŠOVANÍ KONKURENCIESCHOPNOSTI REGIÓNOV A MIEST

Výklad pojmu, akým je kreatívny priemysel, je vysvetľovaný v publikáciách rôznymi štýlmi, ktoré môžu byť nielen pre samotnú verejnosť, ale i na vedeckej úrovni dosť máťúce.

V súčasnej dobe sa čoraz viac hovorí o tom, že ťahúňom ekonomiky sa stáva práve tento sektor. Má obrovskú schopnosť pri vytváraní pracovných miest, zvyšovaní hospodárskeho rastu a v neposlednom rade nevyžaduje veľké finančné prostriedky. Jeho základnými piliermi sú kreativita, talent a inovácie. Na území Slovenska všetky patričné atribúty máme, avšak ich nevyužívame a ani vzhľadom na legislatívnu stránku nemajú patričné vhodné podmienky pre ich využívanie.

Podľa Martina Reguliho z Nadácie F. A. Hayeka, nejde o priemysel v klasickom slova zmysle. Viacero kreatívnych ľudí nemá primárny záujem podnikať a vytvárať nové pracovné miesta. To by malo byť záujmom každej krajiny zmeniť a využiť to smerom k podnikateľským aktivitám. Moderátorka v diskusnom bloku Biznis televízie TA3, Daniela Piršelová, poukázala na prieskumy odborníkov v danej oblasti (kreatívne mesta vo vnímaní Richarda Floridu). Výsledkom bolo zistenie, že prestíž, moc a peniaze sa viac orientujú do duševného vlastníctva. Určitý prieskum mierený na západ dokazuje schopnosť kreatívnych ľudí meniť prostredníctvom inovatívnych nápadov (projektov) mesto alebo región, v ktorom žijú, na atraktívnu lokalitu. Na základe toho sa mesto, respektíve región stávajú konkurencieschopnými voči iným a prilákať tým potenciálnych nových obyvateľov, alebo dokonca v rámci cestovného ruchu aj turistov (Reguli a Piršelová 2015).

1.1 Kreativita

V slovníku pojem kreativita znamená tvorivé vlastnosti, schopnosti či kreatívnosť (Kačala, Pisárčiková a Považaj 2003). Pochádza z latinského „creatio“, čo je v podstate tvorba. Pomocou kreativity dokáže ľudská bytosť vyprodukovať akékoľvek nové a unikátne myšlienky bez ich predchádzajúcej už jestvujúcej existencie (Boroš 1977). Ide o mentálny kognitívny proces vyjadrujúci schopnosť vytvárať, prinášať nové, nezvyčajné riešenia starých, ale aj novo vzniknutých problémov. Jej hlavným atribútom je originalita (Černoušek 1996). Kreatívne myšlienky sú rodené v momente. Vďaka asociácii s inými ľuďmi je však možné vymieňať si myšlienkové pochody, poznatky, ktoré môžu prispievať a rozvíjať inovatívne nápady využitím individuálnej kreativity. Boroš (1987) uvádza vo svojej publikácii, že sa ňou zaoberá vedný odbor s názvom kreatológia. Jej predmetom skúmania je samotná tvorba, tvorivosť či procesy tvorenia.

Kedysi sa tvorivosť chápala ako výsada určitej elitnej skupiny, predovšetkým umelecký založených ľudí, tých čo sa venovali vede a pod (Dacey a Lennon 2000). Tento stereotyp bol prelomený a kreativitu vykazuje každý jedinec bez rozdielu v akej spoločenskej vrstve sa nachádza. Všetko závisí od individuálnej osoby a jej schopnosti využitia tvorivosti v praxi (Gavora 1999). Kreativita nie je v žiadnom prípade vecou výnimočných ľudí. Proces tvorivosti prebieha počas vykonávania akejkoľvek činnosti človeka počas bežného dňa (Silvia a kol. 2016). Zo psychologického hľadiska sú typické pre kreativitu duševné procesy, ktorých výsledkom bývajú nápady, riešenia, koncepcie, umelecké formy, teórie alebo výrobky (Hartl a Hartlová 2000).

Žák (2004) ďalej dopĺňa, že oblasť psychológie samotnú kreativitu definuje ako správanie, myslenie spĺňajúce atribúty ako originalita, správnosť, aplikovateľnosť a napokon hodnota (prínos). Odborník Todd I. Lubart (2020) uvádza pár kľúčových faktorov kreativity:

- intelektuálne schopnosti,
- expertné vedomosti,

- štýl myslenia,
- osobnostné črty,
- vnútorná motivácia,
- podporné prostredie.

Kreativita ako taká môže vytvárať tzv. kreatívnu identitu. Ide akoby o seba-vnímanie a proces tvorivosti začleňuje do svojej podstaty vytvárajúc vlastnú identitu. Budovanie tejto identity začína prieskumom záujmu („rád píšem básne“), cez záväzok voči sebe samému („keď vyrastiem, stanem sa básnikom“) až po konečný status, naplnenie vlastného sna a zároveň nadobudnutie plnohodnotnej identifikácie v spoločnosti („som básnik“) (Beghetto a Dilley 2016).

Veľkú hodnotu nadobúda v prostredí kreatívneho priemyslu. Z ekonomického poňatia dokáže ľudský kapitál vďaka svojej kreativite tvoriť, prinášať inovatívne nápady. Znalosti ako aj kreatívne myslenie sú súčasťou ľudskej inteligencie, ktorá dokáže byť transformovaná do vedeckej, ekonomickej a umeleckej oblasti (Kloudová 2010). Harriet Griffeyová (2018) uvádza prieskum z roku 2010 spoločnosťou IBM. Do neho boli zapojených vyše 1500 riaditeľov v 33 odvetviach zo 60 krajín. Z tohto prieskumu vyplynulo, že čoraz väčšiu dôležitosť získava kreativita, než disciplína, integrita a vízia. Dokonca dokument OECD (Organizácie pre hospodársku spoluprácu a rozvoj) označil za kľúčové pre 21. storočie práve tvorivosť a inováciu.

Pandémia spôsobená vírusom Covid-19 spustila sociálnu izoláciu ľudí, čo znamená vynechávanie náhodných stretnutí, navštevovania miest či zhromažďovanie sa určitých komúní. Všetky vymenované faktory znižujú možnosť výmeny informácií, vznikanie „aha“ momentov, kde na jednom mieste v jednom čase na základe brainstormingu dochádza k prepájaniu myšlienok a za kreatívneho myslenia vzniká k inovatívnym nápadom. Autor Steven Johnson (2011) tvrdí, že trikom na získanie dobrých nápadov je nesiediť v slávnej izolácii a snažiť sa myslieť na veľké myšlienky. Jeho odporúčaním sú veľké prechádzky, pri ktorých dochádza k náhodám, či relaxovanie v kaviarňach alebo v iných „tekutých“ sieťach. Burkus (2013) tvrdí, že práve na týchto miestach sú ľudia oveľa produktívnejší. Smith, McAlonie a Rotundo (2020) uvádzajú, že výskumy potvrdili to, že nejde o kofeín, ale o ľudí. Prítomnosť pracujúcich ľudí v našom okolí dokáže v nás vzbudiť motiváciu toho, aby sme vykonávali to isté. Naresh Ramchandani (2021) vo svojom najnovšom príspevku poukazuje na kritický stav kreativity. Podľa neho je čoraz väčšia potreba stimulovať myslenie mladých ľudí, ktorí majú možnosť riešiť globálnu sociálnu nerovnosť. Pričom najväčší dôraz kladie na investovanie času, peňazí a vytváranie vhodných pracovných miest. Jednoducho absentujú podmienky pre rozvoj kreatívneho myslenia, ktoré má možnosť nielen vytvárať komerčné výrobky, ale podieľať sa na vybudovaní lepšieho spoločenstva.

1.2 Koncept kreatívnej triedy

Problematiku kreatívnych miest analyzujú mnohí autori (viď podkapitola 2.1). K najväčšej autorite v tejto oblasti patrí aj americký ekonóm Richard Florida. Vo svojej knihe *The Rise of The Creative Class* z roku 2002 predstavil koncept kreatívnej triedy (talentované osoby), kde sa zameriava na meranie príslušných atribútov k tvorbe kreatívnych miest.

Richard Florida (2005) spája koncept kreatívnej triedy s rastom miest, predovšetkým po ekonomickej stránke. Mestá založené na tolerancii, otvorenosti inovatívnym nápadom a bohatom kultúrnom živote majú obrovský potenciál pritiahnuť práve spomínanú kreatívnu triedu ľudí. Takéto lokality sú „zlatou baňou“ pre mnohé spoločnosti. V rozhovore pre online portál The Place Brand Observer – TPBO (2016) Florida uvádza svoj model 3T pre vyjadrenie kreativity: Talent, Technológie a Tolerancia.

Pod talentom sa rozumie ľudský kapitál a kreatívna trieda. Technológie vykazujú dva indikátory ako inovácie a hi-tech. Zaujímavým atribútom je tolerancia vyjadrená až tromi ukazovateľmi:

- Gay index – počet gay osôb v danom regióne na celkovom počte obyvateľov regiónu,
- Bohemian Index (index bohémov) – populácie s umeleckým zameraním,
- Melting pot Index (index migrácie) – percento imigrantov na danom území (Florida 2002).

Definované premenné neslúžia na tvorbu kreativity alebo kreatívnych miest. Ich hlavná úloha spočíva predovšetkým na vyjadrenie predpokladaných faktorov príťažlivosťou s cieľom prilákať práve kreatívnu triedu ľudí (Winkler 2017).

Na základe výskumu Richarda Floridu môžeme tvrdiť, že kreatívny priemysel využíva place marketing (marketing miesta) a place branding (značka miesta) ako svoje nástroje na dosiahnutie vytýčených cieľov zatraktívniť určitú lokalitu (mesto, región, krajina). Príprava plánu a návrhu stratégie pre budovanie kreatívnych miest za pomoci kreatívnej triedy.

Kreatívna trieda je spoločenskou vrstvou určujúca spoločenské normy súčasnosti. Normy kreatívnej triedy sú diferentné od inej skupiny spoločenstva. V kreatívnej triede prevláda individualita, sebaujadrovanie, otvorenosť a rešpekt voči odlišnostiam. Táto trieda dominuje medzi spoločenskými vrstvami, bohatstvom i samotným finančným zárobkom. Ľudia v kreatívnej triede zarábajú dvakrát viac, než ostatní príslušníci v triede pracujúcich vo výrobe či službách (Florida 2002). Rozdiel medzi kreatívnou triedou a vrstvou manuálne pracujúcich spočíva v obsahu náplne práce. Zatiaľ čo manuálne pracujúci vo výrobe a v službách vykonávajú vopred striktné zadefinované úlohy, pracovníci v kreatívnej triede disponujú s oveľa väčšou slobodou s využitím autonómie a flexibility (Cikánek a kol. 2013).

Murgaš (2011) poukazuje na Floridov výskum, kde odhaľuje významné hodnoty, postoje a normy správania v kreatívnej triede:

- ❖ rôznorodosť a otvorenosť,
- ❖ individualizmus,
- ❖ meritokracia (elitárstvo).

Ďalšie znaky kreatívnej triedy sú:

- ❖ **Pracovisko bez goliera (no-collar workplace)** – ľudia z kreatívnej triedy neuznávajú klasické hierarchické usporiadanie vo firmách. Hlavnými faktormi ich práce sú motivácia a uznanie kolegov. Taktiež nie sú zástancami uniforiem a tradičného pracovného času.
- ❖ **Životný štýl založený na zážitkoch (experiential lifestyle)** – príslušníci tejto triedy sa identifikujú prostredníctvom svojich kreatívnych aktivít.
- ❖ **Netradičný pracovný rozvrh (time warp)** – svoj čas sa snažia naplno využiť pre prácu, ako aj zábavu, kde by kreativita mala byť ako hlavný stimul. Zároveň preferujú flexibilnú pracovnú dobu. Kreativitu nie je podľa nich zapnúť v pevnom stanovenom pracovnom čase nariadený od zamestnávateľa. Často ich pracovná náplň pokračuje aj mimo ich pracovnej doby.
- ❖ **Združovanie sa v kreatívnych spoločenstvách, respektíve komunitách** – väčšinou táto skupina ľudí sa zdržuje v spoločnosti s rovnakým stupňom kreativity, kde si môžu navzájom vymieňať skúsenosti, či nápady. Okrem posilnenia vlastnej kreatívnej identity dochádza k stimulovaniu kreativity jedinca (Florida 2002).

1.3 Place marketing a place branding

Diskutabilné a nejasné formulácie k dvom pojmom v marketingovom svete. Dovoľme si povedať, že nie všetci autori sa zhodujú na jednotnej definícii, zároveň každý z nich prichádza s novou teóriou, či prístupom k tvorbe place marketingu a place branding.

Hornák (1997) definuje marketing práve v súvislosti so súkromným sektorom, ktorý súkromným subjektom prináša zisk pomocou uspokojenia potrieb zákazníkov. V tomto smere potom Kotler (2007) z hľadiska place marketingu vidí zisk práve k zvolenému územiu nielen ako finančný kapitál, ale

predovšetkým aj vytvorenie pozitívneho obrazu vo vzťahu k verejnosti a schopnosti konkurovať iným miestam.

Za jednu z najpodstatnejších publikácií z oblasti place marketingu je považované dielo amerického autora Philipa Kotlera. Prisudzuje sa mu veľká zásluha pri tvorbe fenoménu, akým je place marketing. Sám verí, že overené praktiky a postupy v súkromnom sektore je možné preklopiť do marketingu miest (Kotler a spol. 1993).

Prvotné definície place marketingu pochádzajú už z roku 1982. Ako Kotler tvrdí vo svojej publikácii, ide o komplexný súbor činností, ktoré majú za úlohu vytvárať, udržať a sledovať zmenu postojov či správania sa k rôznym územiám (mestá, regióny). Za hlavný cieľ považuje prilákať nielen turistov, či podnikateľov, ale vybudovať vhodné prostredie pre súčasných i budúcich obyvateľov (Kotler 1982). Zároveň autor hovorí o procese riadenia, ktorý so sebou prináša rôzne pokusy o diferenciáciu miest kvôli zvýšeniu konkurenčnej schopnosti oproti iným miest (Kotler et al. 1999).

Za ďalšiu snahu v odbore marketingu je vytvoriť jednotnú definíciu pre place branding. Táto problematika je o dosť komplikovanejšia a zasahuje až do troch oblastí – marketing politika a psychológia (Kavaratzis a Ashworth 2007),

Place marketing a place branding sa dopĺňajú, avšak často bývajú v mnohých prípadoch používané aj ako synonymá. To potvrdili aj slová autorov Niedomysla a Jonassona. Tí zadefinovali place marketing ako „opatrenia prijaté aktérmi, určené k riadeniu miesta, na zlepšenie konkurencieschopného imidžu tohto miesta s explicitným cieľom prilákať kapitál z iných miest“ (Niedomysl 2012).

1.4 Konkurencieschopnosť územia

Termín konkurencieschopnosti nesie v ekonomickej literatúre mnoho pohľadov, prístupov, či hodnotiacich faktorov. Záleží od konkrétneho subjektu, ktorý je braný do úvahy, jeho vlastné procesy a zároveň individuálne indikátory nápomocné pri vyhodnocovaní sily vlastnej schopnosti konkurovať inému subjektu.

Svetové ekonomické fórum (angl. World Economic Forum, WEF) (2019) definuje konkurencieschopnosť ako komplexný systém inštitúcií, politiky a faktorov určujúci úroveň produktivity konkrétnej krajiny. Úroveň prosperity (dosahovaná v ekonomike) a jej udržateľnosti sa odvíja od spomínanej produktivity. To znamená, že silne konkurencieschopná ekonomika prispieva k väčšiemu príjmu pre svojich obyvateľov.

Vo všeobecnosti sa konkurencieschopnosť intuitívne spája so schopnosťou firmy vynikať pred ostatnými podnikmi a teda udržiavať si svoje miesto či už s identickým alebo podobným zameraním na domácom alebo zahraničnom trhu (Bartová 2000). Rozlišujeme niekoľko dimenzií konkurencieschopnosti:

- konkurencieschopnosť regiónu,
- konkurencieschopnosť štátu,
- konkurencieschopnosť odvetvia,
- konkurencieschopnosť podniku,
- konkurencieschopnosť produktu (EuroEkonom.sk 2019).

Prvé pokusy o zadefinovanie konkurencieschopnosti na národnej úrovni vzišli od autorov ako Porter, Freeman a Lundvall, ktorú považujú za výstup národnej schopnosti inovovať a tým pádom získať vo svojom postavení aj konkurenčnú výhodu (Cooke 2004). Porter (2008, 2004) postavil národnú a regionálnu konkurencieschopnosť do ekvivalentnej roviny. Tvrdí, že regionálna môže byť svojou podstatou zároveň na národnej úrovni a vykazovať rovnaké (podobné) indikátory pre identifikovanie schopnosti konkurovať iným územným celkom. Pri národnej konkurencieschopnosti kladie dôraz na

inovatívne vlastnosti národa, ktoré môžu byť výhodou voči iným národom. Je možné ju vyjadriť podielom výroby národa na svetovom trhu, čo v podstate predstavuje produktivity národa. Túto myšlienku nesie v sebe aj definícia Európskej únie (1999), ktorá vníma konkurencieschopnosť ako nadanie regiónu vytvárať výrobky a služby. Tie sú následne predávané na medzinárodných trhoch a tvoria vysoké a udržateľné príjmy za vysokej zamestnanosti. Európska komisia (2003) ďalej uvádza, že ide o ekvivalent schopnosti ekonomiky prispievať k zvyšovaniu životného štandardu občanov prostredníctvom vysokej zamestnanosti.

Porter (2004) vymedzuje presné faktory vplývajúce na konkurencieschopnosť určitého regiónu. Tri elementárne zdroje nesúce konkurenčnú výhodu:

- ekonomiky orientované na náklady alebo na výrobné faktory,
- ekonomiky orientované na investície,
- ekonomiky orientované na inovácie.

Odborná literatúra ponúka množstvo ďalších pohľadov na problematiku konkurencieschopnosti. Niektorí z nich ako Krugman (1994) poukazujú na nevhodnosť používania terminológie konkurencieschopnosť v spojitosti s regiónmi či národmi. Podľa neho neexistuje konkurenčného boja medzi územnými celkami a národmi, iba medzi firmami, respektíve jednotlivcami. Viturka (2004) sa snaží odkazovať na paralelu využívania pojmu konkurencieschopnosti v kontexte s regiónmi či národmi. Platí, že podniky vďaka tomu medzi sebou súťažia o svoje miesto na trhu. Pri nedostatočnej konkurenčnej výhode sú z neho vytlačené. Čo sa však týka regiónov, ich znížená schopnosť konkurovať sa odzrkadlí na zníženej životnej úrovni. K jej zvýšeniu podľa Huovari a ďalších fínskych vedcov (2001) prispieva práve schopnosť regiónu podporiť a pritaiahnuť ekonomické aktivity do daného územia.

Región vo všeobecnosti predstavuje ohraničenú územnú jednotku, ktorá sa na základe určitých znakov alebo organizačným princípom odlišuje od ostatných územných celkov. Evalváciu geografického myslenia prebiehala postupne a na základe danej doby sa menilo chápanie či samotné definovanie tohto fenoménu inými autormi (Chromý 2008, Matlovič 2010, Paulov 2012, Blažek a Uhlíř 2011 a i.). Región je podľa Saganovej možné vnímať na troch úrovniach: región ako reálny objekt poznávania a výskumu, región ako klasifikačná trieda a napokon región ako účelový nástroj ľudskej aktivity (pre štatistické, administratívno-správne, plánovacie a rozvojové účely) (Matlovič 2010).

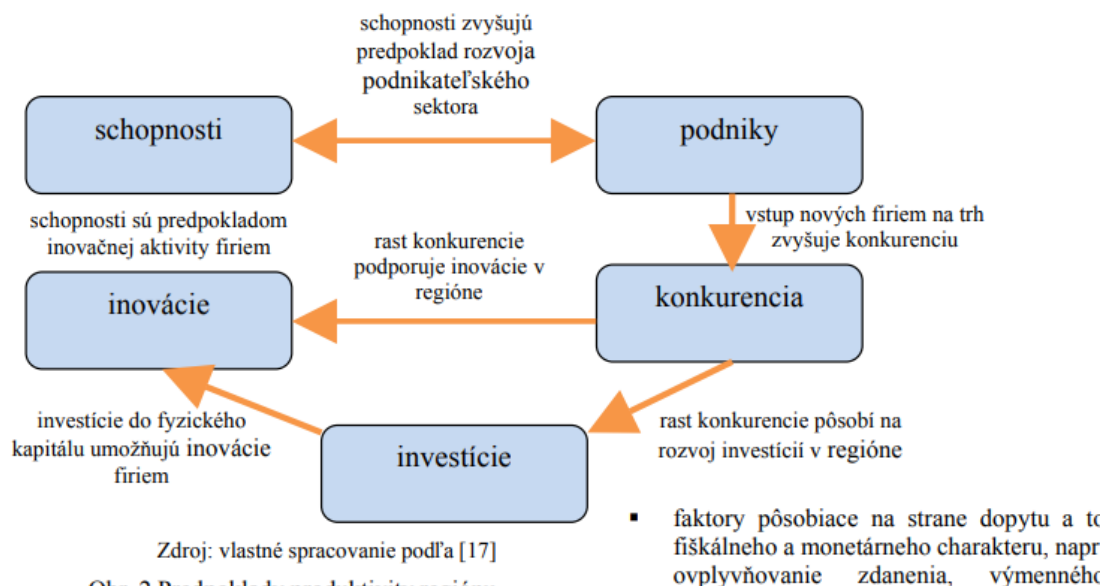
Produktivita regiónu zaručuje konkurenčnú výhodu voči iným územným celkom. Britská vláda popisuje 5 predpokladov jej rozvoju:

- investície,
- schopnosti ľudského kapitálu,
- inovácie,
- konkurencia,
- podnikateľský sektor (Treasury 2004).

Tieto predpoklady sa dajú vyjadriť aj pomocou obrázka (viď Obr. 6). Schopnosti sú zdrojom ľudského kapitálu. Spoločne s fyzickým kapitálom predstavujú vstupy do výrobného procesu. Nástupom nových firiem v danom trhu sa vytvára konkurencia a boj o postavenie na trhu. V tomto prípade je potrebné zamerať sa na inovácie, ktoré prinášajú konkurenčnú výhodu sebe, ako aj regiónu. Pričom do procesu vstupujú investície, potrebné pre vytváranie konkrétneho produktu či služby no zároveň je potrebné finančne ohodnotiť ľudský kapitál so schopnosťou tvoriť inovácie.

Toto chápanie spracovala doktorka Ručinská (2008), pričom pôvodne tento proces konkurencieschopnosti jej nákrešom skončil pri inováciách.

Dovoľme si namietat', pretože tento proces dokáže predstavovať kompletný uzavretý cyklus. Samotné inovácie prinášajú nové nápady na produkty alebo služby, ktoré opäť spadajú do rúk ľudského kapitálu. Kolobeh tohto procesu sa začne opakovať, pretože nástupom nových nápadov prichádza k zvyšovaniu konkurenčnej výhody na trhu a opätovne je potrebné financovanie na projekty.



Obrázok 1 Proces vytvárania konkurenčnej výhody (Ručinská 2008)

V modeli konkurencieschopnosti územia od Croucha a Ritchieho (2003) kladú dôležitosť nielen na existenciu zdrojov so schopnosťou vytvárať konkurenčnú výhodu, ale aj ich samotné využitie či procesy, ku ktorým dochádza pri ich využívaní v praxi. Hovoríme o marketingových činnostiach, manažmente, kooperujúcich verejných a súkromných sektorov a ďalšie. Podľa Mazurekovej (2013) pod slovným spojením manažérske procesy sa chápe marketing, manažment, samotný branding, financovanie, hľadanie potenciálnych partnerstiev a ich vzájomnej spolupráci, tvorba inteligentných centier a klastrov. Ide o nové a inovatívne prístupy v rámci rozvoja územného celku, k zvyšovaniu jeho ekonomického rastu a napokon prispievaniu k blahobytu občanov žijúcich v danej lokalite.



Obrázok 2 Kroky k úspechu a konkurencieschopnosti územia (Mazureková 2013)

Každé mesto, každý región alebo národ má svoje špecifické faktory podieľajúce sa na konkurencieschopnosti. Je potrebné ich správne identifikovať, merať a na akom základe je použiť ich ako potenciálnu konkurenčnú výhodu. Tak, ako dokáže mestská konkurencieschopnosť ovplyvniť regionálnu a národnú, dokáže to aj opačným smerom. Autorka Ručinská (2008) poukazuje na záver svoje práce faktory, ktoré považuje za významné v rámci ekonomického rozvoja regiónu:

- demografický vývoj,
- inovácie,
- klastre,
- politika a jej kvalita,
- lokalizácia, geografické, kultúrne, historické podmienky,
- počet a štruktúra podnikov a ich vzájomné vzťahy,
- priemyselná štruktúra v regióne,
- vzdelanie a univerzity,
- zahraničné investície.

K ním podľa Kraftovej (2008) môžeme doplniť ešte indikátory ako výdavky na výskum a vedu, ktoré sa v znalostnej ekonomike považujú za dynamizujúce prvky a v neposlednom rade je potrebné upriamiť pozornosť aj na využitie internetu. Využívanie online priestoru prostredníctvom sociálnych sietí podľa Thelander a Cassinger (2017) taktiež dopomáha pri konkurencieschopnosti mesta v dotváraní jeho brandu. Najmä ak do účasti sú zapojení aj bežní občania, ktorí autentickí dopomáhajú k jeho budovaniu imidžu zdieľaním fotografií z mesta, alebo jeho okolia na platformách ako Facebook či Instagram. Presne ako poznamenal autor Zarycki (2007), je potrebné si uvedomiť, že ľudský kapitál zohráva kľúčový faktor (zložený z troch častí – ekonomický, sociálny a kultúrny) pri vytváraní konkurenčnej výhody v procese konkurencieschopnosti územia.

Sledovaním určitých hashtagov, napr. na Instagrame, ktoré v tomto prípade slúžia ako kľúčové slová, nám sociálna sieť dokáže ponúknuť fotografie určitých miest, čo vedie o zvýšenie ich povedomia a zároveň má schopnosť vyvolať záujem navštíviť dané miesta. Hovoríme o tom, ako obyčajná digitálna fotografia dokáže nepriamym spôsobom vystupovať ako „neplatená reklama“. Veľkým prínosom je, ak miesto spadá pod určitý územný celok s oficiálnym účtom. Aktívni používatelia vedia s vhodnými hashtagmi a označeniami odkazovať práve na tento účet slúžiaci pre zviditeľnenie daného miesta, mesta, regiónu. Preto je veľmi potrebné najmä pre 21. storočie, nevynechávať potenciál sociálnych sietí pri komunikačnej stratégii mesta či regiónu.

1.5 Kreativná ekológia

Kreatívne mestá sú súčasťou kreatívnej ekológie. V literatúre je možnosť nájsť pojmy ako kreatívne prostredie, alebo kreatívny ekosystém. Autori v rámci riešenia problematiky kreatívneho priemyslu prinášajú nejednotné definície na rôznych úrovniach – od akademickej obce, až po legislatívu jednotlivých krajín.

Kreatívna ekológia zachytáva vzťah medzi nekomerčným umením podporovaným z verejných rozpočtov a komerčným umením v kreatívnej ekonomike (Cikánek a kol. 2013). Nekomerčná zložka podľa Myerscoughovej (1988) štúdie je po ekonomickej stránke veľmi prospešná pre komerčný

sektor. Holden (2007) tvrdí, že úloha nekomerčného umenia podporovaného z verejných rozpočtov je nezastupiteľná. Prostredníctvom neho mestá a regióny prispievajú k svojej unikátnosti, ktorá v tomto kontexte prispieva ku konkurencieschopnosti vo sférach cestovného ruchu, ako aj pri prilákaní kreatívnej triedy či spoločností figurujúcich v kreatívnych odvetviach.

Howkins (2009) nazerá na kreatívnu ekológiu skrz teoretické východiská v biológii, kde použil napríklad aj poznatky Darwinovej teórie. Vnímanie kreatívneho priemyslu kritizuje a pojem označuje za ohraničujúci a nerozumný. Preto ho nahrádza termínom kreatívna ekológia, ktorá predstavuje tvorivý systém.

Nemecký biológ Ernest Haeckel v roku 1869 zaužíval pojem „ekológia“, ktorú definoval ako „vedecké štúdium vzájomných vzťahov medzi organizmami a ich prostredím.“ Definícia sa používa do súčasnosti, pričom ponúka široké spektrum aspektov, ktoré môžu do tejto oblasti spadať (Kováč 2008). V kontexte s kreatívnym priemyslom Javorská (2013) chápe kreatívnu ekológiu *„pohľad na svet cez optiku poznania, zodpovedného a etického správania sa a hľadania nových a nepoznaných myšlienok a nápadov.“* Ďalej dodáva, že nemôžeme izolovane chápať oblasti ako kultúra, umenie, životný štýl, prácu, vzdelanie, životné prostredie a iné zložky. Všetko navzájom medzi sebou kooperuje a vytvára komplexný systém, z ktorého plynú hodnoty, či produkty duševného vlastníctva.

„Ekosystém je štrukturálny a funkčný celok tvorený spoločenstvom organizmov, ktoré sú spolu s neživým prostredím navzájom prepojené ako systém“ (Derka [bez dátumu]). Prístup ekosystému v kreatívnom priemysle tvorí myšlienka, kde kultúrne a kreatívne sektory hľadajú prieniky priamo vo svojom jadre, v medzi sektorovom priestore, alebo úplne v odlišných oblastiach (European Commission [bez dátumu]).

Tak ako ekológia študuje jednotlivé ekosystémy, kreatívna ekológia nahliada na problematiku a potreby svojich kreatívnych ekosystémov. Zatiaľ čo kreatívna ekológia pozostáva z rôznych aspektov kreatívneho priemyslu ako kreatívne odvetvia, kreatívna trieda atď., úlohou kreatívneho ekosystému je podrobnejšie skúmanie zložiek, štruktúry a ich vzťahov k okolitým faktorom vyskytujúcim sa v kreatívnom priemysle, respektíve kreatívnej ekológii.

1.6 Produkty kreatívneho priemyslu

Humanitné vedy ako komplexný balíček rôznych disciplín ponúkajú pochopiť rôzne aspekty tohto sveta. Nachádzajú medzi nimi asociácie, podieľajú sa na formovaní kritického myslenia, poskytujú možné stratégie pri riešení úloh či problémov. Na základe ich flexibility a interdisciplinárnosti sú schopné vytvárať pomyselný most medzi ostatnými odbormi vied a techniky. Predstavujú aj dôležitú zložku spoločnosti v kontexte vzdelávania i kultúry. Môžeme ich chápať ako elementárny základ pre tvorbu produktov kreatívneho priemyslu.

Výskumy disciplín humanitných vied vytvárajú a využívajú zdroje rôzneho typu, respektíve pôvodu. Hovoríme o písomných, obrazových, zvukových, audiovizuálnych, trojrozmerných a napokon elektronických zdrojoch, ktoré predstavujú napríklad knihy, rukopisy, archíválie, obrazy, sochy, mapy, zvukové záznamy a pod. Reprezentujú bohatstvo humanitných vied vyprodukované vedeckými, výskumnými alebo umeleckými činnosťami. Ich cieľom je spolupodieľať sa na hodnotách kultúrneho dedičstva a pamäti každého národa (Majerová 2018).

Český historik a slovakista, doc. PhDr. Michal Stehlík, Ph.D., v otázke, či môžu humanitné vedy vytvárať nejaký produkt, ktorý by bol obchodovateľný a prispieval tak k hospodárskemu rastu, jednoznačne vyjadril svoj nesúhlas. Podľa jeho tvrdení ide o nebezpečné približovanie sa k pojmu, akým je kreatívny priemysel. Ako sám ďalej uvádza, humanitné vedy sú ťažko kvantifikovateľná kvalita, ich hlavná úloha spočíva v určovaní medziľudských vzťahov, pomáha nachádzať identitu, nastavujú spoločnosť ako takú, predovšetkým prinášajú nové poznatky v sociálnej, náboženskej, národnej a národnostnej oblasti (Euractiv 2016). Tvrdé popieranie harmonického vzťahu humanitných vied s kreatívnym priemyslom je neadekvátne. Práve zložky tvoriace komplexný systém humanitných vied, v ktorom prebiehajú rôzne vedecko-výskumné činnosti prinášajú nové poznatky, ktoré slúžia pre tvorbu „produktov“ vo forme projektov. Ich samotné výstupy nemusia byť finálnym výsledkom a sú schopné kontinuity. To znamená, že môžu opätovne poslúžiť pre vývoj ďalších výsledkov a tvorby ďalších „produktov“ (Orlová a Somr 2019).

Ako ďalej uvádzajú Orlova a Somr (2019), tieto kvázi „produkty“ môžu byť zrodené aj inštitúciou akou je napríklad Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva (KMKD). Dokážu byť prospešné pre jej propagáciu, ale aj využiteľné v bežnej praxi. Katedra ponúka priestor na výchovu novej generácie odborníkov schopných analyzovať, vytvárať a spolu participovať na ďalších projektoch. Tie sú založené na základných znalostiach z humanitnými vied v kombinácii s kultúrnym dedičstvom, kreatívnym priemyslom a napokon digitálnymi humanitnými vedami. Vytvára to unikátnu možnosť prispôbovať sa rýchlo rozvíjajúcej sa dobe a pripraviť kvalifikovanú osobu s flexibilnými schopnosťami.

Samotná podstata kreatívneho priemyslu dokáže často byť nepochopená aj vzhľadom na množstvo rozličných názorov i definícií. Pre lepšie pochopenie toho, čo môže byť zrodené vďaka tomuto odvetviu si za príklad uvedieme Eurovíziu. Medzinárodnú súťaž považujem jasným produktom kreatívneho priemyslu na základe toho, že zahŕňa v sebe prvky, vízie a napokon ciele typické atribúty pre danú kategóriu priemyslu.

Ako ďalší vzor produktu z kreatívneho odvetvia uvedieme v tejto kapitole titul Európskeho hlavného mesta kultúry. Jeho základ spočíva v koncepte cultural quarter polities, kreatívneho mesta a využívanie potenciálu kreatívnej triedy.

1.6.1 Eurovízia

Eurovízia (z angl. Eurovision Song Contest) je medzinárodnou speváckou súťažou nepretržite vysielaná od roku 1956. Za vznikom stojí Európska vysielacia únia (EBU). V rôznych publikáciách môžeme nájsť na poznámku, že súťaž pôvodne vznikla s jednoznačným cieľom a to určiť najlepšiu pieseň Európy. Avšak, tento cieľ je len čiastkovým a hlavná myšlienka má oveľa hlbší zmysel (Eurovision.TV 2020).

Vznik veľkolepej hudobnej súťaže na medzinárodnej úrovni súvisí aj so skončením druhej svetovej vojny. Bolo potrebné napraviť poškodené vzťahy medzi krajinami, urovnať konflikty, zjednotiť národy, v neposlednom rade pripraviť Európu na novú éru. *„Najmä národy s problematickou históriou a poškodeným renomé, akou bolo najmä Nemecko, dostali príležitosť prezentovať sa ako mierumilovný*

a priateľský štát. Práve prostredníctvom hudby, konkrétne populárnej hudby, ktorá má moc združovať ľudí, hovorí jedným jazykom a zaujíma masy“ (Schweiger a Brosius 2003).

Popularita Eurovízie v 21. storočí čoraz viac narástla. Zásľuhu na tom má pripojenie ďalších štátov do Európskej únie. Vzhľadom na obrovskú silu tejto hudobno-zábavnej šou, má veľký vplyv na boj proti xenofóbií. Od čias kedy bolo potrebné zjednocovať ľudí nielen na základe ich národnosti a kultúr prešlo niekoľko rokov. Najnovším problémom, na ktorý sa snažia nielen organizátori, samotní súťažiaci, ale aj fanúšikovia poukázať, sú bariéry týkajúce sa rasy, sexuálnej orientácie či napokon rodovej identity. Ide o najnovšiu osvetu šíriacu sa práve skrz Eurovíziu.

Ako sme už spomínali, tak podľa Richarda Floridu, mestá s bohatým kultúrnym životom, tolerantnosťou, otvorenosťou pre inovatívne nápady sú lákadlom pre jedincov nesúcich kreatívny kapitál. Eurovízia ako jediný veľkolepý projekt dáva priestor pre prezentáciu krajín a ich kultúr. Najväčší marketingový priestor získava práve hostujúca krajina. Tá má možnosť vo veľkej miere prezentovať nielen krajinu ako takú, ale i vybrané mesto, v ktorom sa udalosť odohráva.

Zámerom dramaturgov súťaže je pred každým vystúpením odvysielať krátky šot propagujúci nielen interpreta, ale aj jeho krajinu, najmä jej atrakcie a charakteristiky. Nejde teda iba o prezentáciu samotného súťažného hitu, avšak vo veľkej miere prezentovať rozmanitosť národov, najmä jednotlivé kultúrne identity. Prostredníctvom Eurovízie získavajú možnosť ukázať jedinečnosť aj menšie, relatívne neznáme krajiny ako Estónsko, Rumunsko a pod.

Na základe uvedených atribútov môžeme s istotou tvrdiť, že Eurovízia je produktom kreatívneho priemyslu. Zahŕňa v sebe prácu s grafikou a dizajnom, marketingom, hudbou, i audiovizuálnom spracovaním. Prináša pohľad na rozmanité kultúry európskych krajín, vykreslí ich v tom najlepšom svetle a zároveň zvýši povedomie ako aj samotnú imidž krajiny, či mesta.



Obrázok 3 Eurovízia tvorená atribútmi kreatívneho priemyslu

1.6.2 Európske hlavné mesto kultúry

Koncept zameraný na kultúrnu politiku EÚ začal v roku 1985, ktorý iniciovala v tom čase grécka ministerka kultúry Melina Mercouriová. Spočiatku išlo o krátkodobý projekt v podobe kultúrneho festivalu. Neskôr sa tento projekt vyvinul do celoročného podujatia. Jeho stratégia sa zameriava nielen na posilnenie kultúry daného územia, ale ďalším zámerom je regenerácia mestského priestoru. Od roku 2009 EÚ každoročne oslavuje najmenej dve EHMK. Zatiaľ čo jeden je vybraný zo starého členského štátu, druhý je z krajiny, ktorá vstúpila do Európskej únie po roku 2004 (Lähdesmäki, 2012). Myšlienka EHMK sa zakladá na tom, aby dané mestá predstavovali centrum kultúrneho života v EÚ. Kultúra a umenie prispievajú na zlepšovaní kvality života v daných mestách a zároveň pomáhajú k väčšej spolupatričnosti. Občania daných lokalít majú možnosť počas celého roka sa zapájať do aktivít podporujúce ich kultúrne vyjadrovanie (Európska komisia 2020a).

Mesta disponujúce týmto titulom získali príležitosť naštartovať svoju kultúrnu, spoločenskú a ekonomickú zložku. Oživilo svoje centrá vďaka tvorivým prístupom svojich občanov alebo turistom. Titul im zároveň priniesol uznanie, vznešenosť a obrovskú konkurencieschopnosť v rámci európskeho priestoru. Tak uvádza Cikánek (2013), napríklad taký škótsky Glasgow využil svoj kultúrny potenciál pre zvýšenie svojej reputácie. Kedysi išlo o čisto mŕtve priemyselné mesto s veľkými zástupmi nezamestnaných. Ako Jaurová (2013) ďalej dodáva, práve rok 1990 so získaním titulu EHMK prišiel obrovský zvrat, najmä v rámci ekonomického rozvoja tejto lokality.

Medzi ďalšie dlhotrvajúce výhody niest' titul EHMK Podľa Európskej komisie (2020b):

- **Upevňovanie pocitu spolupatričnosti** – vytváranie nových partnerstiev, utužovanie vzťahov, nastoľovanie vzájomného porozumenia a rešpektu.
- **Regenerovanie mesta** – pretváranie šedých zón pomocou kreatívnych aktivít, rozvíjanie kultúrnej infraštruktúry.
- **Prepájanie mesta so zvyškom Európy** – zvýšenie návštevnosti turistami z iných krajín, zapájanie sa medzinárodných umelcov do projektov.
- **Stimulácia ekonomickej aktivity** – dochádza k hospodárskemu rastu vďaka prívalu turistov do daného miesta.

Ako sme už v práci spomínali (viď podkapitola 1.3), tento titul môžeme hodnotiť aj za produkt kreatívneho priemyslu. Jeho vznik stojí práve na jeho pilieroch tvoriaci stavebné kamene samotného titulu EHMK – Cultural quarter policies, kreatívne mestá, kreatívne klastre a kreatívna ekonomika. Ich hlavnými činiteľmi sú ľudský kapitál v podobe kreatívnej triedy (viď podkapitola 3.2) nesúci schopnosti tvoriť na základe talentu a kreativity (viď podkapitola 3.1). Posolstvo EHMK predovšetkým spočíva v zdôraznení bohatstva a rôznorodosti, ako aj kultúrnych aspektov v Európe, jeho kultúrneho dedičstva, s cieľom predstaviť poznatky, výnimočnosti a jedinečnosti ostatným národom a tak dosiahnuť vzájomného porozumenia.

Komisia pri posudzovaní toho, či je mesto hodné niest' titul EHMK, sleduje nasledujúce kategórie pri podávaní prihlášky do projektu:

1. Príspevok k dlhodobej stratégii
2. Kultúrny a umelecký dosah
3. Európsky rozmer

4. Dosah
5. Riadenie (financie, organizačná štruktúra, plánovanie rizík, marketing a komunikácia)
6. Schopnosť dosiahnuť ciele (MK SR 2020)

V roku 2020 obhájili svoje posty mestá ako chorvátska Rijeka so sloganom „*Prístav rozmanitosti*“ a írsky Galway s mottom „*Malé mestá, veľké nápady*“ (Trégerová 2019). Tieto mestá získali svoje tituly v najnevýhodnejšom čase, kvôli nástupu pandémie spôsobenou koronavírusom. Celkové naplánované aktivity boli pozastavené a aj samotná Európska komisia na základe daných skutočností predĺžila termín trvania projektu do 30. apríla 2021 (ZMOS 2021). Skríženie plánov došlo aj pre mestá ako Nový sad (titul na rok 2021 sa presúva na 2022), Temešvár a Elefsína (tituly na rok 2022 budú obdržané až 2023) (Interreg Europe 2020).

V roku 2013 si tento prestížny titul prideliť okrem Francúzska aj jedno Slovenské, presnejšie Košice, vďaka projektu Košice Interface 2013 (Trégerová 2019). Komplexnej transformácii mesta prispeli kreatívne a inovatívne nápady, kreatívny priemysel a v neposlednom rade kultúrny život v meste. Jaurová (2013) opisuje ako protipól hlavného mesta krajiny, ktorého lokalita sa môže zdať ako nevýhodná. Pričom ďalej vyzdvihuje jeho monumentálnosť v tom, že ide o najväčšie mesto Karpatského regiónu rozprestierajúce sa na území piatich štátov. Košice nesú v sebe silnú urbánnu a kultúrnu identitu zloženú z niekoľkých atribútov. Za jeden z nich považuje fakt, že toto mesto po mnohé stáročia bolo multikultúrnym miestom, kde sa prelínali rôzne etniká, náboženstvá a kultúry.

Pre získanie titulu EHMK 2026 sa hlásilo 8 slovenských miest, ktoré predložili svoje projekty – Trnava, Trenčín, Nitra, Hlohovec, Martin, Banská Bystrica a Prešov (Martinčo 2021). Ministerstvo kultúry SR dostalo odporúčanie od predsedníčky poroty Pauliny Florjanowiczovej pozvať do ďalšieho kola tri mestá – Nitra, Trenčín a Žilina (MK SR 2021).

2 KKP NA ÚZEMÍ SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Kreativita a inovácie spadajú do jednej agendy pod názvom kreatívny a kultúrny priemysel, ktorú Ministerstvo kultúry Slovenskej republiky vedie od roku 2011. Obidve zložky zohrávajú veľmi dôležitú úlohu v rámci Slovenska pri rozvoji a inovovaní oblasti ako kultúra či tvorivosť, zasahujúce aj do iných odvetví hospodárstva.

Ministerstvo kultúry SR na svojej webovej stránke rozlišuje kreatívny a kultúrny sektor podľa Európskej komisie vychádzajúcej zo štúdie *Ekonomika kultúry* z roku 2006 (viď bližšie rozdelenie v kapitole 2). Do **kultúrneho sektora** môžeme radiť napríklad tradičné umenie (výtvarné a divadelné umenie, kultúrne dedičstvo a samotný kultúrny priemysel (film, audiovizia, televízne a rozhlasové vysielanie, počítačové hry, hudba, vydavateľská činnosť). **Kreatívny sektor** v sebe zahŕňa kreatívny priemysel (dizajn, architektúra a reklama) a príbuzné oblasti ako je vývoj softvéru (Franková 2016). KKP sa odlišuje od iných sektorov práve jeho závislosťou na nehmotných aktívach. Podnikateľské subjekty pri svojom podnikaní využívajú kombináciu hmotných informačných produktov s nehmotnými (inovácie, autorské právo, kreativita), kultúrne kvality a napokon mediálny obsah. Banky často nedokážu im priradiť im ekonomickú hodnotu (HKU 2010). Treba podotknúť, že od iných hospodárskych sektorov nepotrebuje vysoké vstupné investície pri začatí podnikania. Mnohé z firiem sú schopné pracovať z vlastných domácich priestorov (Sasáková 2015).

Univerzitná knižnica v Bratislave (2019) poskytuje na stránke svojho projektu s názvom *Profil slovenskej kultúry* zaujímavé dáta z roku 2014 zo Štatistického úradu SR. V rámci kreatívneho priemyslu poukazujú na nasledovné fakty:

- Na území Slovenska bolo identifikovaných vyše 4000 malých a stredných podnikov – predmetom podnikania bolo možné ich kategorizovať pod kreatívny priemysel.
- Tvoria vyše 6,2% podnikateľského sektora.
- Tržby v roku 2011 sa pohybovali na hranici 5,5 mld eur = 4% všetkých tržieb hospodárstva SR.
- Zamestnaných vyše 45-tisíc ľudí = 4% celkovej zamestnanosti SR (údaje sa nevzťahujú na SZČO, slobodné povolania a pod.)

V súčasnej dobe sa čoraz viac hovorí o tom, že ťažňom ekonomiky sa stáva práve tento sektor. Má obrovskú schopnosť pri vytváraní pracovných miest, zvyšovaní hospodárskeho rastu a v neposlednom rade nevyžaduje veľké finančné prostriedky. Jeho základnými piliermi sú kreativita, talent a inovácie. Podľa EURACTIV (2016) EÚ tvorí 3,3% - 4,5% ekonomiky a vo veľkej miere napomáha k vytváraniu pracovných miest (približne 6,7 miliónov ľudí). Ide o oblasť, kde dochádza k rýchlejšiemu rastu zamestnanosti než v iných sektoroch (3,5% za rok v porovnaní s 1% ročne celkovo).

Pojem kultúrny a kreatívny priemysel sa na Slovensku označuje pod jednotným termínom a to **kreatívny priemysel**. Ide o označenie celej škály aktivít kategorizované do kultúrny a kreatívnych odvetví. Kreatívny a kultúrny priemysel sú dve separátne oblasti, ktoré zastrešujú ich špecifické priradené zložky. Vzhľadom na množstvo definícií vzťahujúcich sa na kreatívny priemysel, môžeme považovať kultúrny priemysel ako subkategóriu kreatívneho. Ten v sebe zahŕňa obrovskú škálu menších oblastí, kde práve kultúrna zložka tvorí jednu z jeho atribútov. Dominancia kreatívneho priemyslu nad kultúrnym spočíva v jeho kreatívnych činnostiach (kreatívne myslenie, inovácie, kreatívne postupy). Pokladá sa dôležitú zložku i hnaciu silu v sektore kultúry.

Pri formulovaní a implementovaní kultúrneho a kreatívneho priemyslu do politickej roviny na území SR sa vychádzalo z mnohých materiálov a štúdií, ktoré napomáhajú lepšie pochopiť a identifikovať tento priestor a prispieť k jeho rozvíjaniu (viď Tabuľka 3).

Tabuľka 1 Materiály a štúdie KKP na Ministerstve kultúry SR

MATERIÁLY
Zelená kniha – Uvoľnenie potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu (2010)
Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku (2013)
Východiská stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike (2014)
STRATÉGIE ROZVOJA KREATÍVNEHO PRIEMYSLU V SR
Stratégia rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike (máj 2014)
Stratégia rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike (december 2014)
AKČNÝ PLÁN realizácie Stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike (december 2015)
AKČNÝ PLÁN medzinárodného projektu Creadis3 Inttereg Europe (december 2019)

Šimkovič (2016) uvádza aj ďalšie dôležité míľniky:

- ❖ **19. december 1954** – Rada Európy schválila Európsky dohovor o kultúre
- ❖ **21. december 1991** – prijatie prvého programu MEDIA I, označovaný ako MEDIA 95
- ❖ **16. januára 1992** – Európsky dohovor o ochrane archeologického dedičstva
- ❖ **7. februára 1992** – podpis Zmluvy o EÚ, definuje ciele vznikajúcej EÚ aj v oblasti kultúry
- ❖ **2007 – 2013** – programy MEDIA (rozpočet 755 miliónov eur) a Kultúra (400 miliónov eur)
- ❖ **19. novembra 2013** – schválenie programu Kreatívna Európa v Európskom parlamente
- ❖ **december 2014** – predstavenie návrhu Stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v SR

3 METODOLÓGIA VÝSKUMU

Hlavnými objektmi skúmania boli kandidátske mesta na titul Európske hlavné mesto kultúry 2026 (Žilina, Trenčín, Nitra) zamerané na ich kreatívne prostredie. Pomocou konkrétnych postupov sme zmapovali vybrané miesta, vytvorili prehľad ich kreatívneho potenciálu vzhľadom na to, že kreatívne mestá sú jeden z pilierov kreatívneho priemyslu.

Okrem už vyššie spomenutých atribútov, neoddeliteľnou a nápomocnou zložkou pri vytváraní, rozvíjaní kreatívneho priemyslu v danom meste, by mali byť kreatívne klastre. Titul EHMK 2026 stojí na koncepte kreatívneho mesta a riadenie infraštruktúry subjektov kreatívneho sektora majú za úlohu práve klastre. Mapovaním a komparáciou miest prinášame výsledky, ktoré môžu byť nápomocne pri vytváraní potenciálnych kreatívnych klastrov do rozvojových stratégií v jednotlivých mestách. Náš výskum nadväzuje na poznatky Kortišovej (2014) a Čorejovej (2015) zamerané na výskum kreatívnych odvetví na Slovensku a v Žilinskom kraji, pričom ich rozširujeme o ďalšie aspekty kreatívnej ekológie.

Výskumná časť dizertačnej práce sa delí na 5 vetiev:

- Kreatívne odvetvia
- Kategória: Kultúrne dedičstvo
- Kreatívna trieda
- Pamiatkové objekty
- Návštevnosť

Ku každej vetve sme volili špecifický prístup pri analyzovaní jej zložiek so zámerom získať relevantné dáta s cieľom zodpovedať na čiastkové ciele výskumu.

3.1 Výskumná téma

Výskumná téma vychádzala predovšetkým z teoretickej časti, v rámci ktorej sa analyzovali, komparovali a kategorizovali jednotlivé zložky kreatívneho priemyslu. Téma kreatívneho priemyslu v globále má široký záber a jeho podstatu nachádzame i v ďalších odvetviach, čo znamená, že ponúka široké spektrum tém. Každá z nich má svoje špecifiká, problematické prostredie, prvky i asociácie. Asociácie v tomto zmysle chápeme ako objekty kooperujúce v heterogénnom prostredí kreatívneho priemyslu, pričom dokážeme pozorovať homogénne prvky i v iných hospodárskych sektoroch. Preto samotný výskum bol komplikovaný. Zároveň medzi ďalšie nedostatky radíme nejednotnosť definícií tohto prostredia, absenciu relevantných ukazovateľov atď.

Pre našu výskumnú časť sme zvolili za hlavnú výskumnú tému **Súčasný stav kreatívneho prostredia slovenských miest, ktoré kandidovali na titul EHMK 2026**. Išlo, v čase písania práce, o mimoriadne aktuálnu tému, pričom môžeme sledovať ako dokáže kreatívny priemysel zastávať funkciu účinného nástroja pri zvyšovaní konkurencieschopnosti daného mesta.

3.2 Výskumný problém

Na základe výskumnej témy bolo možné formulovať konkrétne výskumné problémy pre jednotlivé vetvy nášho výskumu:

- Prehľad a identifikácia zložiek kreatívnych odvetví v jednotlivých mestách
- Zložky v kategórii „Kultúrne dedičstvo“
- Stav kreatívnej triedy

- Počet pamiatkových objektov
- Návštevnosť miest

Konkretizáciu premenných, postupov a spôsobu interpretácie si predstavíme v ďalších podkapitolách.

Teoretická časť dizertačnej práce pojednáva o termíne kreatívny priemysel od jeho počiatkov. Pri mapovaní tohto fenoménu až po súčasnosť boli využité pohľady autorov z akademickej obce, interpretácie zakomponované v stratégiách pri rozvoji kreatívneho priemyslu vybraných štátov EÚ a reprodukovanie znalostí od nadnárodných organizácií. Napriek neustálej nezhode ohľadom definovania kreatívneho priemyslu, môžeme sledovať opakujúce sa prepojenia na kreativitu, talent, inovácie a duševné vlastníctvo. Aj keď kreatívny priemysel, nie je v pravom slova zmysle „priemyslom“ (nemá totižto presný výrobný proces, kde vieme presne určiť vstupy, akými procesmi budú spracované a aké ich budú výstupy) dokážeme na základe kreatívnych nápadov ľudského kapitálu zostaviť „produkt“ schopný poskytnúť konkurenčnú výhodu. V tomto kontexte sme poukázali na Eurovíziu a titul Európske hlavné mesto kultúry. Aj keď Eurovízia je fascinujúcim prvkom v rámci kreatívneho priemyslu, pre naše zámery vzhľadom na výskum sme pozornosť upriamili na titul EHMK 2026. Ministerstvo kultúry SR (2021) dostalo odporúčanie od predsedníčky poroty Pauliny Florjanowiczovej pozvať do ďalšieho kola tri mestá – Nitru, Trenčín a Žilinu.

Aj keď Slovensko, respektíve jeho legislatíva a predstavitelia vlády nechránia záujmy tohto priemyslu, pretože nerozumejú jeho potenciálu, chceme týmto výskumom prispieť k osvete o jeho existencii prostredníctvom analýzy daných miest.

Pre naše účely sme si zvolili empirický orientovaný výskum s využitím kvantitatívneho metodologického postupu. Postup pri získavaní dát a ich následne vyhodnocovanie sa líši od vetvy výskumu.

3.3 Výskumné otázky

Za **hlavnú výskumnú otázku (VO1)** v našej dizertačnej práci sme považovali: *Aký je stav zložiek kreatívnych miest, ktoré kandidovali na post EHMK 2026?*

V nadväznosti na hlavnú výskumnú otázku si zodpovieme aj na **čiastkové výskumné otázky** ako:

- VO2: *Aké zastúpenie podnikateľských subjektov v kreatívnych odvetviach sa vyskytuje v daných mestách?*
- VO3: *Koľko zložiek sa nachádza v kategórii „Kultúrne dedičstvo“?*
- VO4: *Aká populácia obyvateľstva miest, ktoré sú predmetom skúmania, tvorí kreatívnu triedu?*
- VO5: *Aký počet študujúcich vysokoškolských študentov hlásia univerzity v konkrétnych mestách v rokoch 2015 až 2021?*
- VO6: *Aký počet absolventov ako potenciálnych kreatívnych pracovníkov evidujú slovenské univerzity sídliace v skúmaných mestách v rokoch 2015 až 2021?*
- VO7: *Akým počtom pamiatkových objektov disponujú skúmané lokality?*
- VO8: *Aká bola návštevnosť miest v rokoch 2015 – 2021?*
- VO9: *Aký počet prenocovaní vykazujú ubytovacie zariadenia v Žiline, Trenčíne a Nitre v rokoch 2015 až 2021?*

3.4 Výskumné ciele

Primárny cieľ výskumu v dizertačnej práci sa sústreďoval na analýzu stavu kreatívneho prostredia v Žiline, Trenčíne a Nitre pre potreby vzniku potenciálnych kreatívnych klastrov.

Na primárny cieľ sa v tomto kontexte následne viažu **sekundárne ciele**:

1. Identifikovať kreatívne odvetvia vo vybraných mestách.
2. Identifikovať zložky v kategórii „Kultúrne dedičstvo“.
3. Stav kreatívnej triedy v daných lokalitách v období 2015 – 2021.
4. Počet a pomer pamiatkových objektov.
5. Návštevnosť miest v rokoch 2015 - 2021

Terciárny cieľ empirického výskumu vyplýval z poznatkov zo sekundárnych cieľov. Na základe toho sme komparovali získané výsledky medzi vybranými mestami, ktoré môžu dopomôcť pri vypracovaní návrhov kreatívnych klastrov pre jednotlivé mestá.

Súčasťou terciárneho cieľa je:

- vytvorenie zoznamu podnikateľských subjektov v oblasti kreatívnych odvetví,
- vytvorenie zoznamu subjektov v kategórii „Kultúrne dedičstvo“,
- vytvorenie zoznamu položiek pamiatkových objektov,
- vizualizácia dát dosiahnutých výsledkov v podobe infografiky.

Kvartárny cieľ ma za úlohu poskytnúť teoretickú časť dizertačnej práce pre vypracovanie vysokoškolskej učebnice k predmetu kreatívny priemysel v novej akreditácii študijného programu Mediamatika a kultúrne dedičstvo na Fakulte humanitných vied Žilinskej univerzity.

3.5 Metodika vedecko-výskumnej práce

Dizertačná práca bude skúmať kreatívne prostredie troch slovenských miest, ktoré kandidovali na titul EHMK 2026. Súčasťou toho bude mapovanie jednotlivých odvetví tohto sektora, identifikovanie zložiek kultúrneho dedičstva, veľkosť kreatívnej triedy, počet pamiatkových objektov a napokon analýza návštevnosti miest, ktorá je dôležitá z hľadiska turizmu.

3.5.1 Predmet výskumu a výskumný súbor

V našom výskume zameranom na kreatívny priemysel sa sústredíme na kreatívne mestá, ktoré v tomto kontexte predstavujú 3 slovenské kandidátske mestá, ktoré kandidovali na titul EHMK 2026.

Každá vetva výskumu pre svoje potreby pracovala s diferenciálnym výskumným súborom.

Tabuľka 2 Kategorizovanie a definovanie výskumných súborov

NÁZOV SÚBORU	DEFINÍCIA SÚBORU	SPÔSOB ZISŤOVANIA
Kreatívne odvetvia	spoločnosti Identifikovanie konkrétnych zložiek v danej lokalite a ich pomer	FinStat

Kategória : „Kultúrne dedičstvo“	živnostníci
Činnosť múzeí	Prevádzka historických pamiatok a budov podobných turistických zaujímavostí Zložiek, ktorých predmet činností ja zamerané na dané kategórie. Finstat

	Činnosť knižníc a archívov		
Kreatívna trieda	vysokoškolskí ľudia	Žijúci obyvatelia konkrétneho miesta s vysokoškolským stupňom vzdelania	Štatistický úrad SR (Sčítanie obyvateľov k 1.1.2021)
	vysokoškolskí študujúci študenti	Denní a externí vysokoškolskí študenti na všetkých troch stupňoch štúdia v rokoch 2015 až 2021 na vysokých školách daných miest	Centrum vedecko-technických informácií SR (Štatistická ročenka – vysoké školy)
	vysokoškolskí absolventi	Denní a externí vysokoškolskí absolventi na všetkých troch stupňoch v rokoch 2015 až 2021 na vysokých školách daných miest	
Pamiatkové objekty	nehnuteľné kultúrne pamiatky	Počet a zoznam pamiatkových objektov nehnuteľných kultúrnych pamiatok vo vybraných mestách	Pamiatkový úrad Slovenskej republiky (Register národných kultúrnych pamiatok na Slovensku)
Návštevnosť	návštevníci	Počet domácich a zahraničných návštevníkov v rokoch 2015 až 2021	Štatistický úrad SR (Kapacity a výkony ubytovacích zariadení cestovného ruchu)
	prenocovania	Počet prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v rokoch 2015 až 2021	

3.5.2 Výskumné metódy

Pre jednotlivé vetvy výskumu sme využili sekundárny deskriptívny výskum, v ktorom sme zbierali, analyzovali, komparovali a vyhodnocovali externé sekundárne dáta z databáz FinStatu PREMIUM, Štatistického úradu SR, Pamiatkového úradu SR a Centrá vedecko-technických informácií SR. Proces zberu dát a následne ich vyhodnotenie prebiehal v čase od 01.12.2021 do 04.05.2022.

1. Kreatívne odvetvia

V tejto vetve výskumu sme využili kvantitatívny metodologický postup. V každom jednotlivom meste sa zisťoval počet spoločností (s.r.o.; a.s.) a živnostníkov (SZČO) na základe klasifikácie kreatívnych odvetví v SR podľa NACE Rev.2, kde sú kreatívne odvetvia delené do 7 kategórií a do 25 podkategórií, identifikovaných britským ministerstvom kultúry, médií a športu (DCMS) z roku 2013.

Pri firmách sme sledovali celkový počet zrušených a nezrušených firiem a organizácií v kategóriách, ale aj ich údaje v jednotlivých podkategóriách, pričom pre náš výskum boli prioritné stavy nezrušených spoločností. Pomocou **databázy FinStat** (*Všetky firmy a organizácie – databáza všetkých slovenských firiem a organizácií*) sme si zvolili príslušný kraj a okres, a filter vyhľadávania doplnili o konkrétny kód NACE. Databáza nám sprístupnila kompletný zoznam všetkých spoločností v danom odvetví pre daný kraj a okres, ktoré sme následne exportovali do excel tabuľky. Zo získaného zoznamu bolo potrebné vyexcerpovať iba spoločnosti konkrétneho mesta, ktoré boli predmetom výskumu. Ostatné neboli brané do úvahy. Napokon došlo ku komparovaniu získaných výsledkov medzi vybranými mestami v jednotlivých kategóriách a ich podkategóriách, čo nám umožnilo predostrieť súčasný stav kreatívnych odvetví v skúmaných mestách.

Analýza kreatívnych odvetví v daných lokalitách bola doplnená aj to, akú percentuálnu časť predstavujú zo všetkých odvetví.

Pri analýze živnostníkov (resp. SZČO) bol sledovaný stav celkový ich počet pôsobiacich v odvetviach klasifikované ako kreatívne so zaniknutými a aktívnymi oprávneniami. Pre ďalšie skúmanie bol podstatný údaj živnostníkov s aktívnym oprávnením. Prostredníctvom **databázy FinStat** (*Databáza živnostníkov a fyzických osôb*) sme vyhľadávali všetkých živnostníkov podľa kraja a zvoleného okresu. Filter vyhľadávania bol doplnený o NACE kód konkrétnej oblasti klasifikovanej do kreatívneho odvetvia. Získaný zoznam z konkrétnej databázy bol potrebný exportovať do formátu excel tabuľky, kde sme následne brali do úvahy iba živnostníkov z presne zvolených miest. Výsledky boli komparované medzi mestami v jednotlivých kategóriách a ich podkategóriách.

Ku koncu analýzy tejto vetvy výskumu sme doplnili prehľad o pomere nezrušených spoločností a živnostníkov s aktívnym oprávnením na území vybraných miest.

2. Kategória: Kultúrne dedičstvo

Činnosti knižníc, archívov a prevádzky historických pamiatok a budov a podobných turistických zaujímavostí nie sú klasifikované ako kreatívne odvetvia, ale sú zaradené do samostatnej kategórie „Kultúrne dedičstvo“, ktorá je súčasťou kreatívneho priemyslu. V **databáze FinStatu** (*Všetky firmy a organizácie – databáza všetkých slovenských firiem a organizácií*) boli zložky vyhľadávané podľa NACE kódov a vyjadrené číselnými údajmi.

3. Kreatívna trieda

Pri analyzovaní obyvateľstva miest a identifikovaní kreatívnej triedy bol použitý kvantitatívny metodologický postup. Švédsky výskum Niedomysla a Hansena (2009) považuje za relevantný ukazovateľ zástupcov kreatívnej triedy obyvateľstvo s vysokoškolským vzdelaním.

Prvá fáza spočívala v analýze obyvateľstva jednotlivých miest v troch krokoch:

1. Počet obyvateľstva k 1.1.2021.
2. Štruktúra obyvateľstva podľa najvyššieho dosiahnutého vzdelania k 1.1.2021.
3. Štruktúra obyvateľov s vysokoškolským vzdelaním k 1.1.2021.

Údaje pre našu analýzu pochádzali z webovej stránky scitanie.sk (Sčítanie obyvateľov za rok 2021), ktorá je pod záštitou Štatistického úradu SR (2022a).

Druhá fáza mala za úlohu sledovať stav kreatívnej triedy zloženej prevažne z obyvateľov s vysokoškolským vzdelaním (viď kapitola 3.2) v dvoch krokoch:

1. Počet študujúcich študentov 1., 2. a 3. stupňa štúdia (denná a externá forma) v rokoch 2015 – 2021 na univerzitách v daných mestách (viď Tabuľka 6).
2. Počet absolventov vysokých škôl v konkrétnych lokalitách ako potenciálni kreatívni pracovníci v rokoch 2015 – 2021.

Pre zisťovanie údajov sme využili verejne dostupné štatistiky z CVTI SR (2022). Záznamy o študujúcich študentoch v rokoch 2015 až 2021 sú vedené vždy k 31. októbra. Štatistiky o absolventoch v rokoch 2015 – 2021 sú v každom roku uvádzané k 31. decembra. V oboch prípadoch sme uvádzali celkový počet študentov bez rozdielu ich národnosti.

4. Pamiatkové objekty

Zoznam a presný počet pamiatkových objektov sme získali z **Registra národných kultúrnych pamiatok** z Pamiatkového úradu SR (2020) aktualizované **k 14. februáru 2020**. Tabuľkové zoznamy obsahovali pamiatkové objekty rozdelené do krajov.

Pre náš výskum vzhľadom na predmety skúmania boli primárne nasledujúce územia:

- Žilinský kraj,
- Trenčiansky kraj,
- Nitriansky kraj.

Následne sme excerpovali údaje v dvoch etapách:

- ✓ **Prvá etapa** – vyhľadali sme si obce, ktoré zodpovedali záujmu nášho výskumu (Žilina, Trenčín, Nitra) a k nim pridelené katastrálne územia.
- ✓ **Druhá etapa** – vyselektovali sme záznamy, kde obec a katastrálne boli ekvivalentné (napr. Obec – Žilina; Katastrálne územie – Žilina).

Získané údaje sme uložili do samostatného zoznamu a obsah vyjadrili číselnými údajmi, ktoré nám poslúžili pre komparáciu údajov o stave pamiatkových objektov v daných mestách a medzi nimi.

5. Návštevnosť

Pomocou kvantitatívnej metódy sme mapovali návštevnosť v troch vybraných mestách počas rokov 2015 až 2021, pričom získané výsledky **z verejnej databázy DATAcube** sme navzájom komparovali. Naša analýza pozostáva z dvoch oblastí, ktoré v sebe zahŕňajú parciálne časti: počet návštevnosti a počet prenocovaných návštevníkov.

Počet návštevnosti:

- celkový počet (domácich a zahraničných) návštevníkov,
- celkový pomer domácich a zahraničných návštevníkov za pozorované obdobie,
- stav domácich návštevníkov v jednotlivých rokoch 2015 až 2021,
- stav zahraničných návštevníkov v jednotlivých rokoch 2015 až 2021.

Počet prenocovaní:

- celkový počet prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov,
- celkový pomer prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov za pozorované obdobie,
- stav prenocovaní domácich návštevníkov v jednotlivých rokoch 2015 až 2021,
- stav prenocovaní zahraničných návštevníkov v jednotlivých rokoch 2015 až 2021.

Počet návštevníkov a počet prenocovaní vychádza zo štatistických údajov Štatistického úradu SR (2022b) z ubytovacích zariadení (napr. hotely, botely, motely, penzióny, turistické ubytovne, chatové osady, kempingy, ostatné hromadné zariadenia a ubytovanie na súkromí). Za **návštevníka** považujeme osobu (okrem pracovníkov v zariadení a majiteľa), ktorá použije ubytovacie zariadenie (bez ohľadu na krajinu trvalého pobytu) s cieľom dovolenky, pracovnej cesty, vzdelávacieho zámeru, účasti na športových podujatí a pod. Do tohto počtu zaraďujeme aj deti. **Zahraničného návštevníka** definujeme podobným

spôsobom ako návštevníka, pričom ide o osobu, ktorá nemá trvalé ubytovanie v krajine dočasného pobytu.

Počet prenocovaní sú dáta ubytovacích zariadení vyjadrené počtom skutočných prenocovaných návštevníkov za konkrétny časový horizont (napr. jeden mesiac). Pokiaľ návštevník zotrvá aj ďalší mesiac a bude využívať ubytovacie zariadenie na ďalšie prenocovania, započíta sa jeho prítomnosť iba raz (Štatistický úrad SR 2022b).

3.5.3 Výskumný plán

Plánovanie výskumu vychádza zo stanovených cieľov tejto práce. Prvá časť sa venuje teoretickému základu. Informačným prieskumom sme získali sumár o problematike kreatívneho priemyslu. Od historického vývoja až po súčasnosť sme získali komplexnejší prehľad o jeho vývoji, vnímaní na rôznych úrovniach (akademická, štátna, nadnárodná). Od generalizovaného pojednávania sme prešli priamo ku konkrétnej implementácii v slovenskom prostredí a mapovanie súčasného stavu a využitia tohto sektora pri získaní konkurenčných výhodách. Pre lepšie pochopenie jeho potenciálu sú uvedené príklady ako Eurovízia alebo Európske hlavné mesto.

V teoretickej časti prostredníctvom analýzy sme nadobudli poznatky o pôvode, ako aj dôležitých atribútoch kreatívneho priemyslu z prevažnej zahraničnej a domácej literatúry, doplnené o aktuálne relevantné články. Poznatky a formulované definície od odborníkov boli komparované medzi sebou, pričom tieto chápania boli ďalej vetvené do ďalších úrovní. Nevyhnutnou časťou bola potrebná kategorizácia zložiek kreatívneho priemyslu do štruktúrovaných tabuliek.

Výskumný proces postupoval podľa siedmich krokov odporúčaných Hillary Collinsovej (2017). Postupnosť procesu nebola striktná a v rámci nášho výskumu bolo potrebné vracať sa k predošlým krokom na základe vývoja projektu.

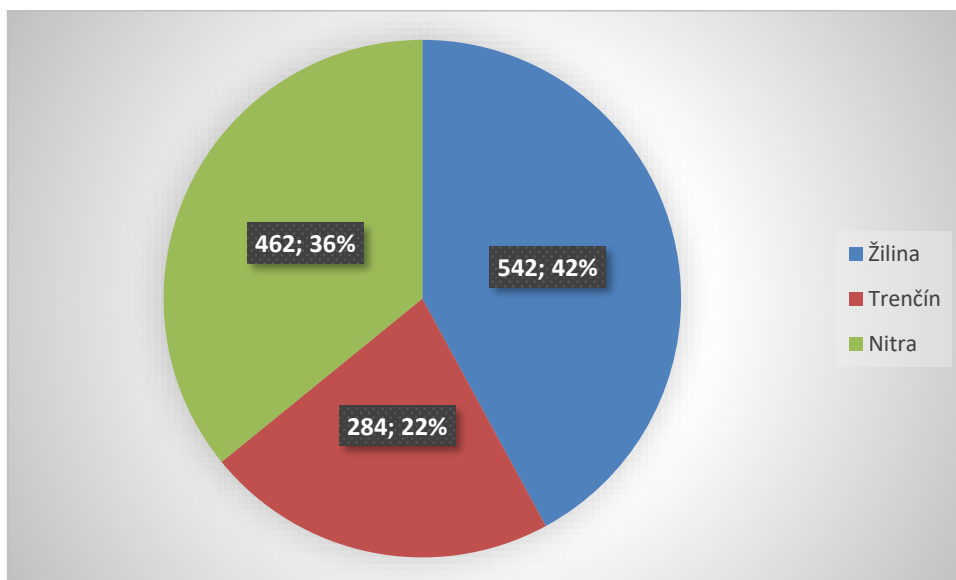
4 ANALÝZA A INTERPRETÁCIA VÝSLEDKOV

V tejto kapitole sa sústreďíme na analýzu a interpretáciu dosiahnutých výsledkov v parciálnych častiach výskumu.

4.1 Kreatívne odvetvia

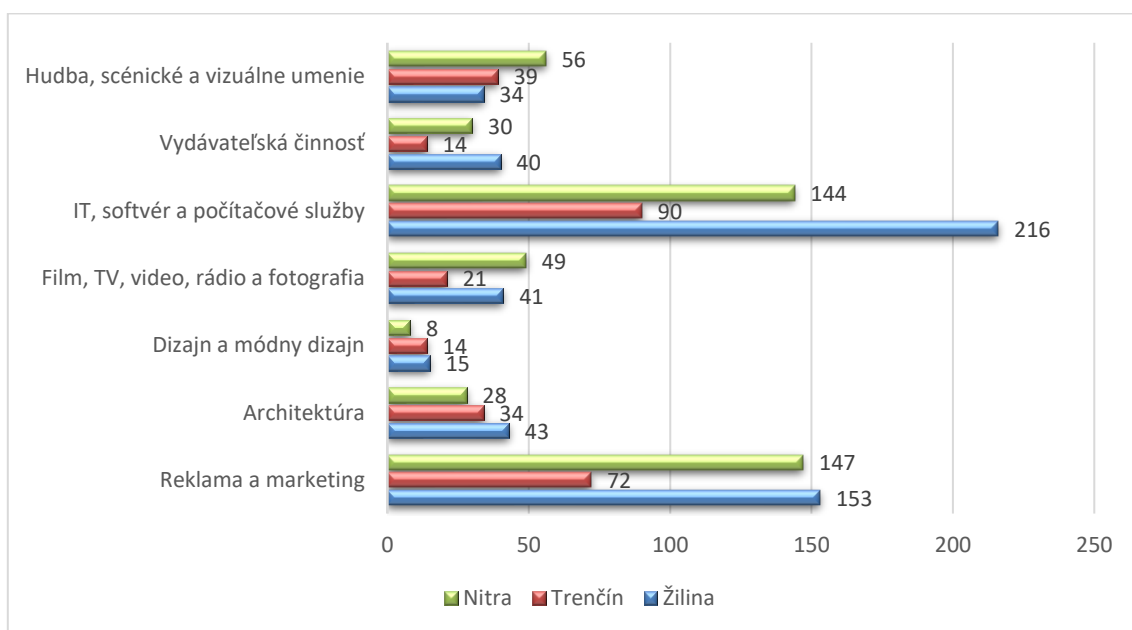
4.1.1 Spoločnosti

Analýza jednotlivých miest v databáze FinStat nám poskytla číselné údaje odvetví v jednotlivých kategóriách. Najväčšie zastúpenie kreatívnych odvetví sa sústreďuje v Žiline, až 42%. Zaujímavosťou je práve mesto Trenčín vzhľadom na jeho titul „mesto módy“ a dosiahnutý titul „EHMK 2026“, kde odvetvia kategorizované ako kreatívne tvoria len 22%.



Graf 1 Kreatívne odvetvia - firmy

V mestách prevažne dominuje sektor „IT, softvér a počítačové služby“ (viď Graf 4). V Žiline evidujeme 216 spoločností, v Nitre je ich o 72 menej. Trenčín v tejto kategórii obsadil 3. miesto s počtom 90 spoločností.



Graf 2 Kreatívne odvetvia (firmy) - jednotlivé kategórie

Za ním nasleduje oblasť zameraná na reklamu marketing. S menším rozdielom môžeme hovoriť, že Žilina a Nitra sú na tom podobne. V prípade Trenčína ide o rapidný rozdiel, kde je pokles až o 80 firiem menej oproti ostatným lokalitám.

Trenčín je na tom rovnako aj v kategórii „Film, TV, video, rádio a fotografia“, kde evidujeme o vyše 50% pokles spoločností v danom sektore než v Žiline alebo Nitre. V rámci nášho výskumu sme očakávali vyššie čísla pri dizajne a módnom dizajne, vzhľadom na iné kategórie ide o nízke čísla a zároveň rozdiel medzi Trenčínom a Žilinou je len o jednu spoločnosť.

Nitra oproti dvom mestám ako Trenčín a Žilina má najväčšie zastúpenie kreatívnych odvetví v hudbe, scénickom a vizuálnom umení. Žilina vykazuje oproti Nitre o 22 nižší počet spoločností v danom sektore, pričom v Trenčíne sa nachádza o 5 firiem viac.

Žilina má najväčšie zastúpenie spoločností v nasledujúcich 5-tich kategóriách zo 7:

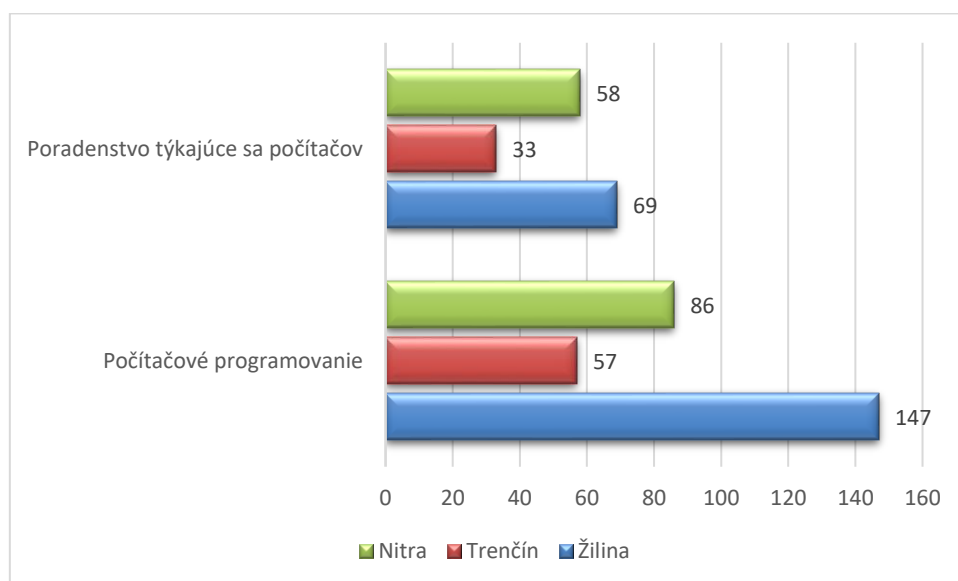
- Reklama a marketing,
- Architektúra,
- Dizajn a módny dizajn,
- IT, softvér a počítačové služby,
- Vydavateľská činnosť.

V Nitre sa sústreďujú spoločností v kreatívnych odvetviach predovšetkým v 2 oblastiach zo 7:

- Film, TV, rádio a fotografia,
- Hudba, scénické a vizuálne umenie.

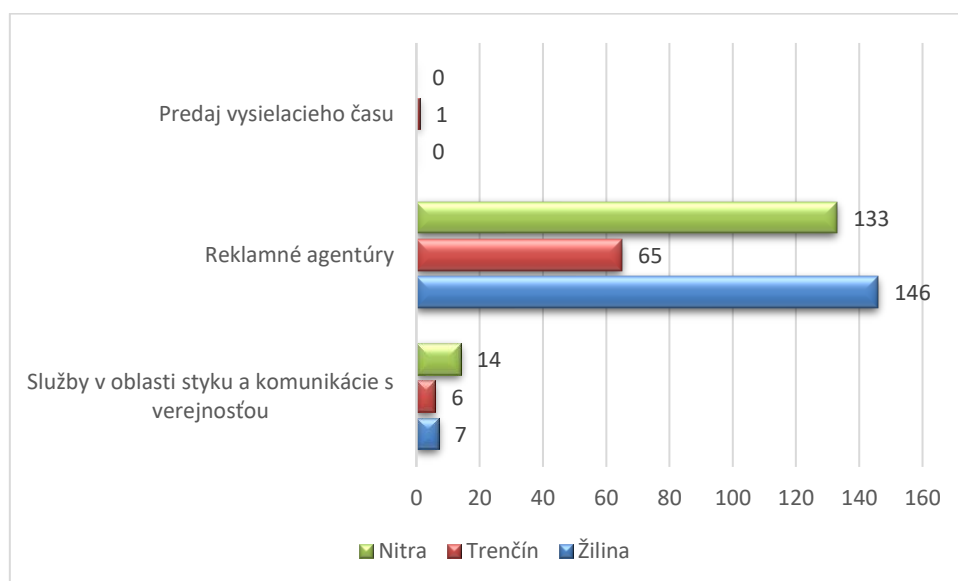
Trenčín nedosahuje prvé priečky v žiadnej zo 7 kategórií kreatívnych odvetví.

Ako sme už vyššie uvádzali, kreatívne odvetvia zastupuje v daných mestách predovšetkým IT sektor, ktorý sa člení na podkategórie ako „Poradenstvo týkajúce sa počítačov“ a „Počítačové programovanie“. V Grafe 5 sledujeme, že vo všetkých troch mestách sa spoločností orientujú na počítačové programovanie.



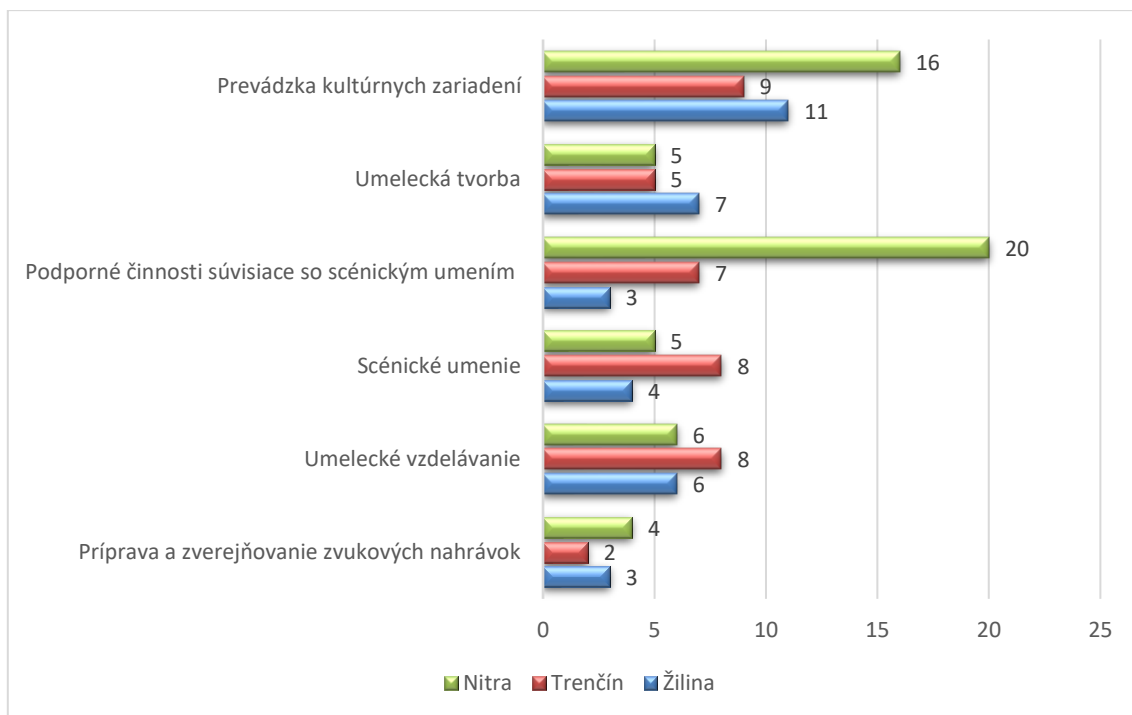
Graf 3 Kategória „IT, softvér a počítačové služby“

V oblasti reklamy a marketingu najväčšie zastúpenie vykazujú reklamné agentúry, predovšetkým v Nitre a Žiline. Služby v oblasti styku a komunikácie s verejnosťou nachádzame najmä v Nitre. Nepredstavujú veľkú časť v kategórii „Reklama a marketing“. Iba v Trenčíne je zaregistrovaná jedna spoločnosť, ktorá sa orientuje na predaj vysielacieho času.



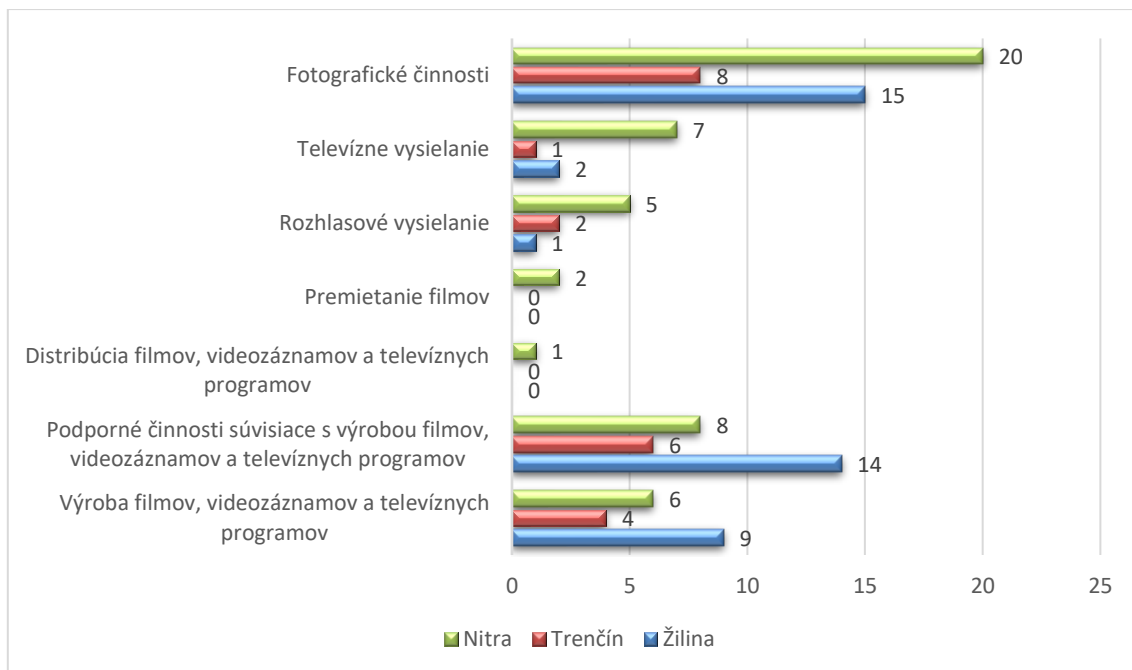
Graf 4 Kategória „Reklama a marketing“

V kategórii „Hudba, scénické a vizuálne umenie“ má Nitra dominantné postavenie oproti ostatným skúmaným mestám. Kreatívne odvetvia sa v tejto oblasti zameriavajú predovšetkým na podporné činnosti súvisiace so scénickým umením a prevádzkou kultúrnych zariadení. V Trenčíne sú organizácie zastúpené činnostiach spojené so scénickým umením a umeleckým vzdelávaním. Firmy orientované na umeleckú tvorbu sú prevažne situované v meste Žilina.



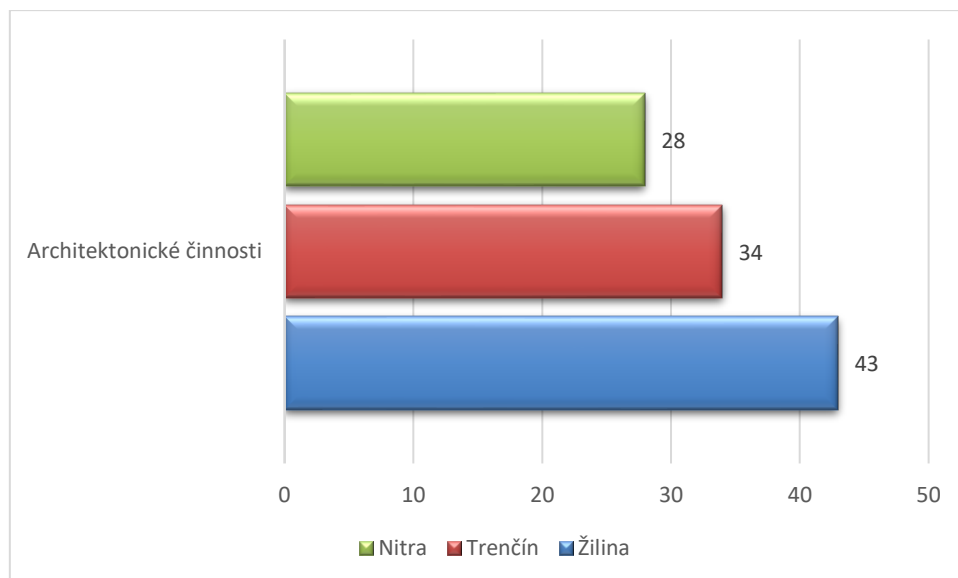
Graf 5 Kategória „Hudba, scénické a vizuálne umenie“

Činnosti spoločností v kategórii „Film, TV, video, rádio a fotografia“ kladú dôraz na fotografické činnosti a podporné činnosti súvisiace s výrobou filmov, videozáznamov a televíznych programov. Nulové hodnoty vykazujú Žilina a Trenčín pri premietaní filmov a distribúcii filmov, videozáznamov a televíznych programov.



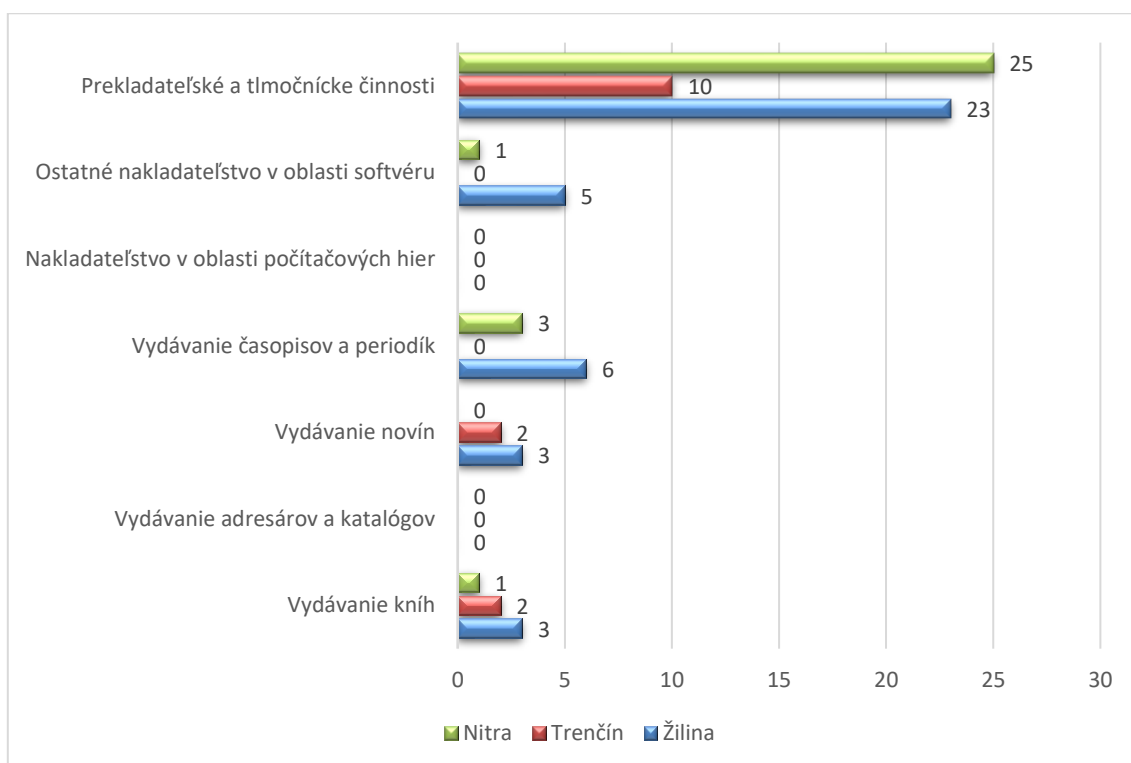
Graf 6 Kategória „Film, TV, video, rádio a fotografia“

V kategórii „Architektúra“ sa nachádza iba jedna podkategória zameraná na architektonické činnosti. Spoločnosti zamerané na tento druh podnikateľskej činnosti prevládajú najviac v Žiline a Trenčíne, Nitra vykazuje v databázy o 15 menej podnikateľských subjektov než v Žiline.



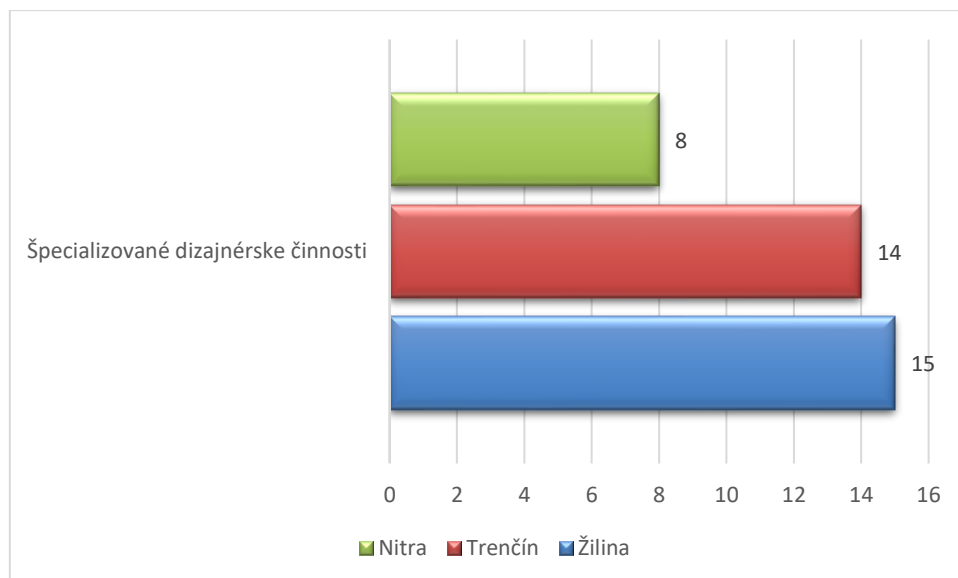
Graf 7 Kategória „Architektúra“

V oblasti vydavateľskej činnosti vykazujú najväčšie hodnoty firmy orientované na prekladateľské a tlmočnicke činnosti. Nachádzame ich predovšetkým v Žiline a Nitre. V Trenčíne je pôsobnosť týchto spoločností o 50% nižšia než v ostatných mestách. Nakladateľstvo v oblasti počítačových hier a vydávanie adresárov a katalógov absentuje vo všetkých 3 lokalitách. Trenčín nedisponuje spoločnosťami zameranými na vydávanie časopisov a periodík, taktiež svoje zastúpenie tu nenachádzajú firmy v podkategórii „Ostatné nakladateľstvo v oblasti softvéru“. V Nitre sa žiadna spoločnosť nezameriava na vydávanie novín.



Graf 8 Kategória „Vydavateľská činnosť“

Firmy špecializované na dizajnérske činnosti pôsobia predovšetkým v Žiline a Trenčíne.



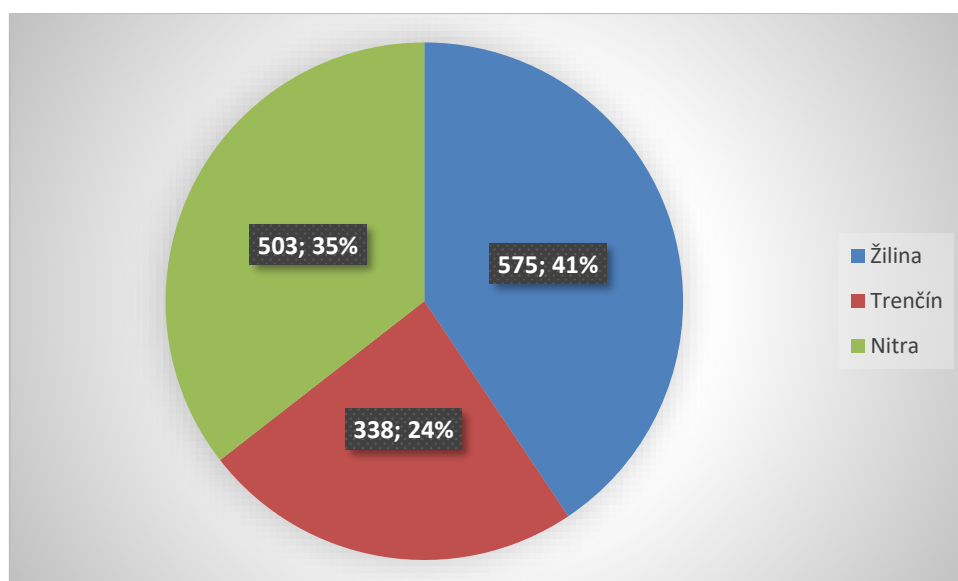
Graf 9 Kategória „Dizajn a módný dizajn“

Kreatívny priemysel v zastúpení spoločností v kreatívnych odvetviach v mestách ako Žilina, Nitra a Trenčín predstavuje 5% vzhľadom na ostatné odvetvia, pričom údaje k 11.02.2022 sú nasledovné:

- ŽILINA: 10 490 podnikov, z čoho 542 v kreatívnom odvetví
- TRENČÍN: 6 067 podnikov, z čoho 284 v kreatívnom odvetví
- NITRA: 8 769 podnikov, z čoho 462 v kreatívnom odvetví

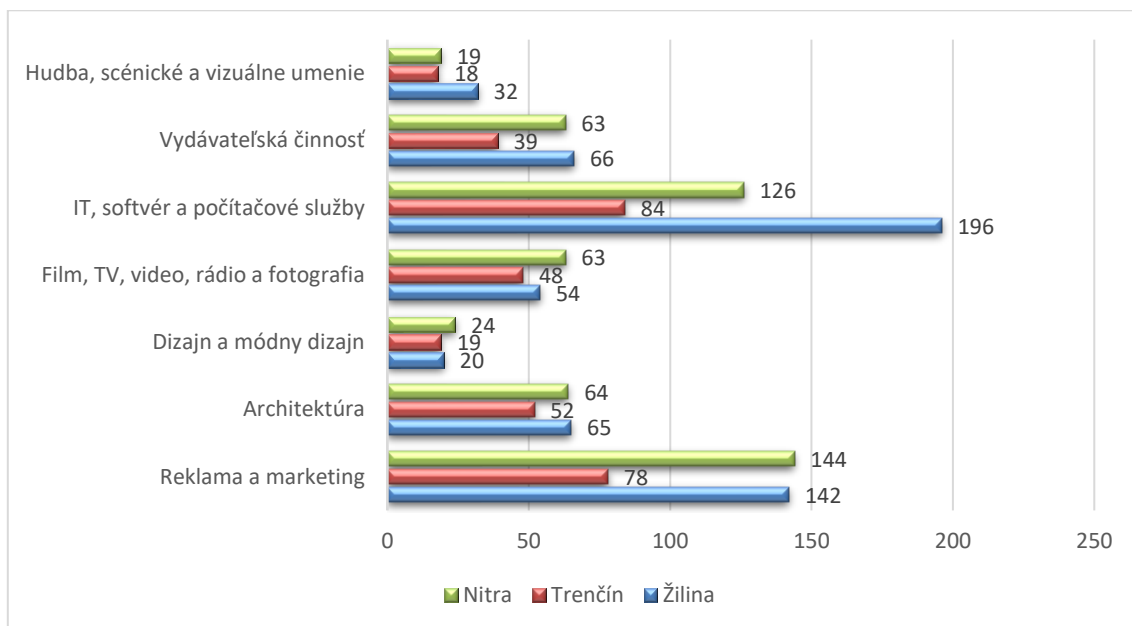
4.1.2 Samostatne zárobkovo činné osoby (SZČO)

Druhá analýza kreatívnych odvetví sa zameriavala na počet živnostníkov v kreatívnom sektore. V databáze FinStat PREMIUM bolo možné získať údaje aj zoznam SZČO. Živnostníci v kreatívnom odvetví nachádzame v Žiline (41%), najmenej v Trenčíne (24%), tak ako v prípade spoločností.



Graf 10 Kreatívne odvetvia - SZČO

Živnostníci v Žiline a Trenčíne svoju podnikateľskú činnosť zameriavajú hlavne na IT sektor. V Nitre prevládajú živnostníci v sektore reklama a marketing.



Graf 11 Kreatívne odvetvia (SZČO) - jednotlivé kategórie

V kategóriách ako „Architektúra“, „Film, TV, video, rádio a fotografia“ evidujeme podobné pôsobenie aktívnych živnostníkov. Pri vydavateľskej činnosti sme zistili v meste Trenčín cca 40% pokles subjektov SZČO. Dizajn a módny dizajn prevláda najmä v Nitre a kategória „Hudba, scénické a vizuálne umenie“ skôr v Žiline.

Aktívne pôsobiace SZČO sa v Žiline sústreďuje v 4 zo 7 kategórií kreatívnych odvetví:

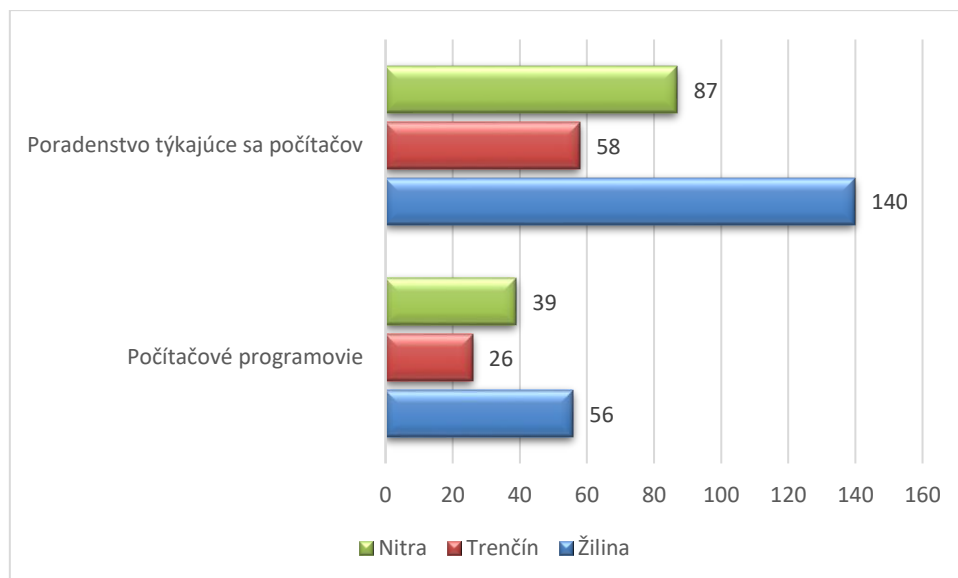
- Architektúra,
- IT, softvér a počítačové služby,
- Vydavateľská činnosť,
- Hudba, scénické a vizuálne umenie.

Výskyt živnostníkov v kreatívnych odvetviach v Nitre nachádzame v 3 zo 7 kategóriách:

- Reklama a marketing,
- Dizajn a módny dizajn,
- Film, TV, rádio a fotografia.

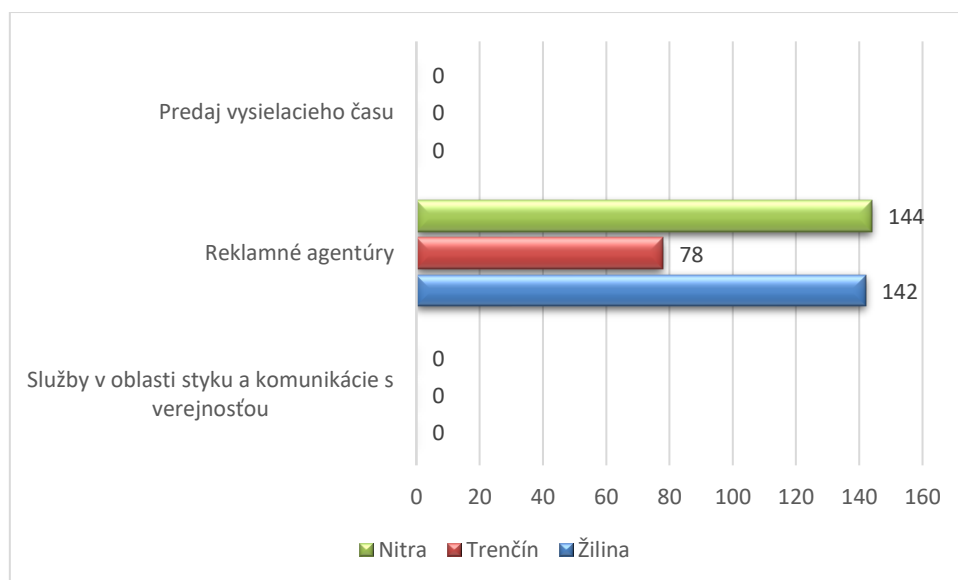
Trenčín nevyniká v žiadnych kategóriách odvetví zamerané na kreatívnu činnosť v kreatívnom priemysle.

Analýza nám ukázala, že IT sektor prevláda najmä v mestách Žilina a Nitra, dokonca aj v Trenčíne, ak berieme do úvahy pomer k ostatným kategóriám kreatívnych odvetví. Väčšie zastúpenie v tomto sektore predstavujú živnostníci v oblasti poradenstva týkajúce sa počítačov až za ním nasleduje činnosť spojená s počítačovým programovaním.



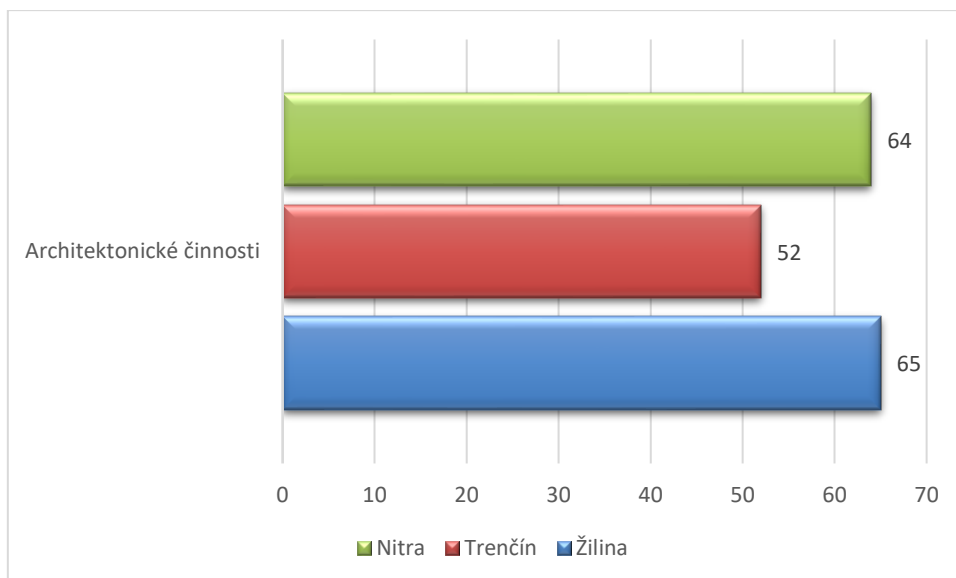
Graf 12 Kategória „IT, softvér a počítačové služby“ (SZČO)

Druhou kategóriou, kde živnostníci vo väčšine sústreďujú svoje pôsobenie v rámci kreatívnych odvetví je „Reklama a marketing“. Zatiaľ čo predaj vysielacieho času a služby v oblasti styku a komunikácie s verejnosťou vykazujú nulové hodnoty, najväčší počet tvoria reklamné agentúry, pričom ich výskyt sledujeme v Nitre. Trenčín oproti ostatným dvom mestám disponuje o vyše 66 živnostníkov menej.



Graf 13 Kategória „Reklama a marketing“ (SZČO)

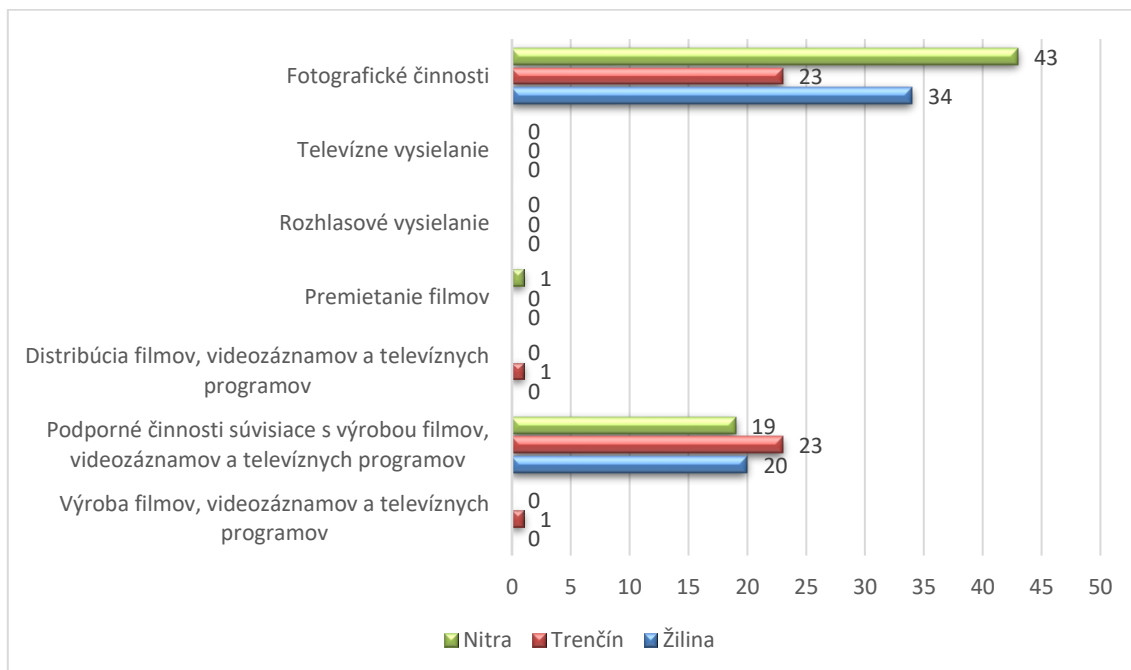
Aktívni živnostníci so zameraním na architektonické činnosti pôsobia rovnomerne tak ako v Žiline, tak aj v Nitre. O vyše 13 živnostníkov menej ich pôsobí v Trenčíne.



Graf 14 Kategória „Architektúra“ (SZČO)

Výsledky našej analýzy poukazujú na to, že v kategórii „Film, TV, video, rádio a fotografia“ najväčšie zastúpenie predstavujú živnostníci zameraní na fotografické činnosti (najmä v Nitre, kde ich je evidovaných až 43) a napokon podporné činnosti súvisiace s výrobou filmov, videozáznamov a televíznych programov.

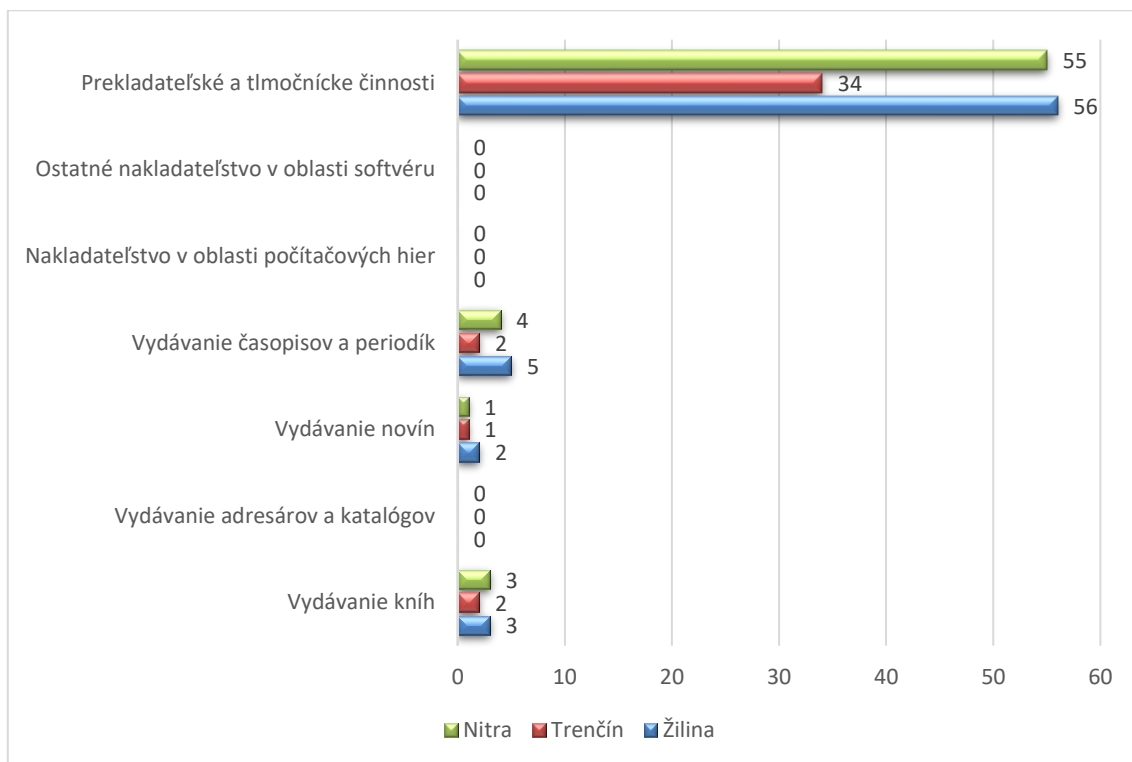
Trenčín dopĺňajú 3 záznamy SZČO s aktívnym oprávnením na premietanie filmov (Nitra), distribúcia filmov, videozáznamov a televíznych programov a výroba filmov, videozáznamov a televíznych programov (obidve činnosti sústredné v Trenčíne). Žiadne údaje neregistrujeme v oblasti televízneho vysielania a rozhlasového vysielania.



Graf 15 Kategória „Film, TV, video, rádio a fotografia“ (SZČO)

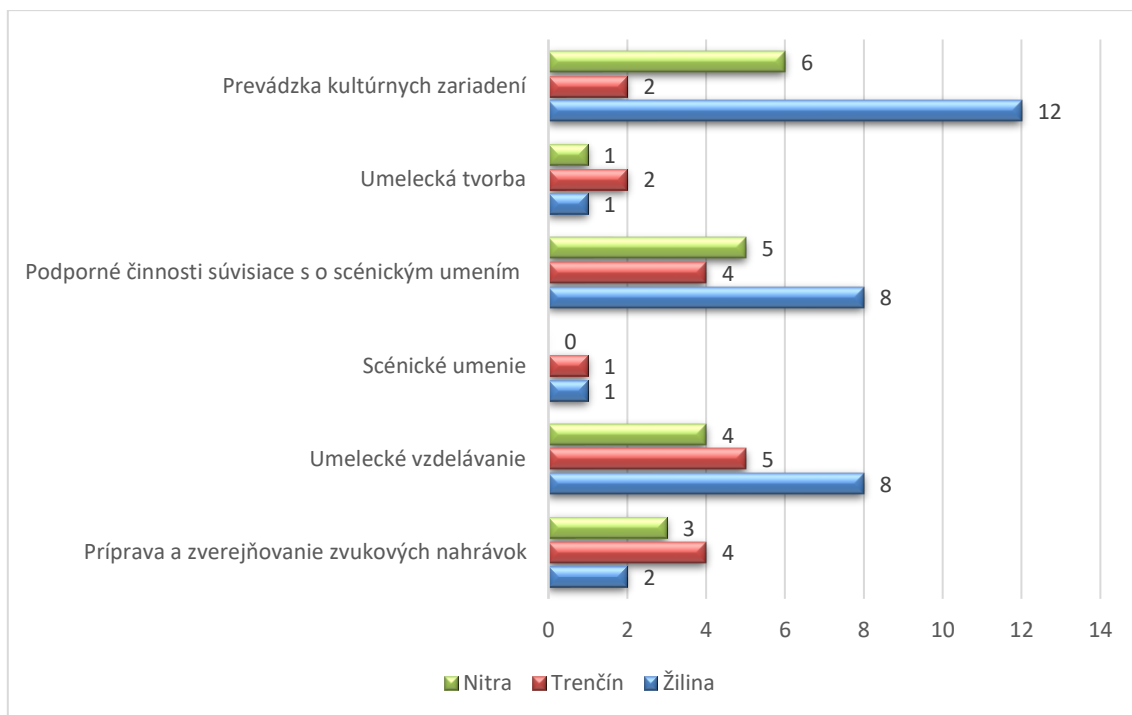
Najväčšiu aktivitu evidujeme v prekladateľských a tlmočnických činnostiach, kde Žilina a Trenčín dosahujú podobný počet živnostníkov zameraných na danú činnosť. Menšie hodnoty nám vykazujú oblasti ako vydávanie časopisov a periodík, vydávanie novén alebo vydávanie kníh. Činnosti zamerané

na ostatné nakladateľstvo v oblasti softvéru, nakladateľstvo v oblasti počítačových hier a vydávanie adresárov a katalógov absentujú vo všetkých troch lokalitách.



Graf 16 Kategória „Vydavateľská činnosť“ (SZČO)

Najväčšie zastúpenie v kategórii „Hudba, scénické a vizuálne umenie“ dosahujú živnostníci zameraní na prevádzku kultúrnych zariadení. Mesto Žilina celkovo vyniká v rôznych podkategóriách (okrem „Príprava a zverejňovanie zvukových nahrávok“). Komplexne keď sa pozrieme na Graf 20, môžeme povedať, že vo väčšine prípadov každé mesto disponuje jednotlivými kategóriami na svojom území.



Graf 17 Kategória „Hudba, scénické a vizuálne umenie“ (SZČO)

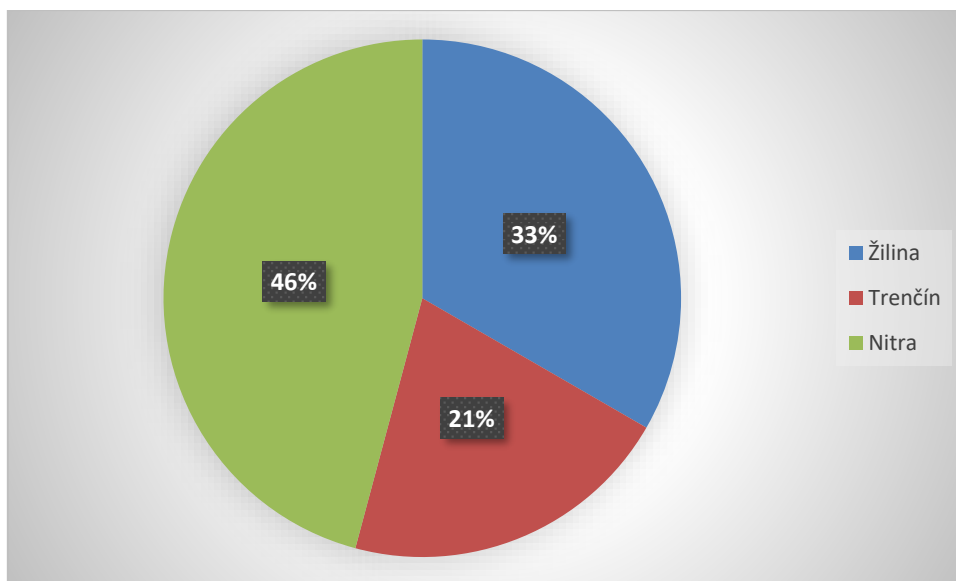
Živnostníci v kreatívnom odvetví zastupujú 7% v mestách ako Žilina, Nitra a Trenčín. Údaje k 11.02.2022 sú nasledovné:

- ŽILINA: 8 050 živnostníkov s aktívnym oprávnením, z čoho 575 v kreatívnom odvetví
- TRENČÍN: 4 638 živnostníkov s aktívnym oprávnením, z čoho 338 v kreatívnom odvetví
- NITRA: 6 672 živnostníkov s aktívnym oprávnením, z čoho 503 v kreatívnom odvetví

Graf 18 Pomer kreatívnych odvetví vzhľadom na ostatné (SZČO)

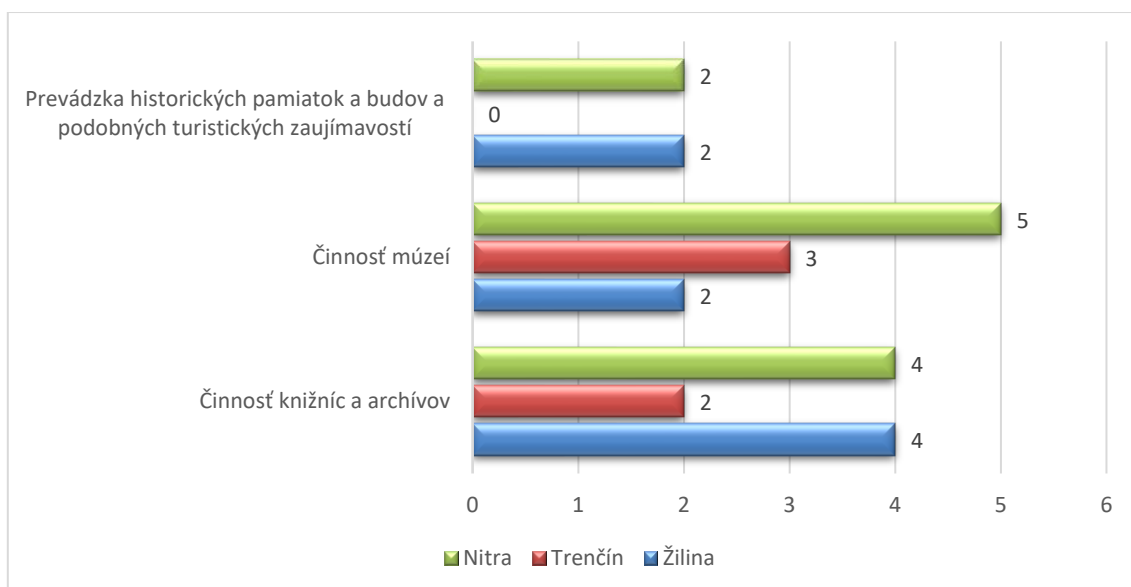
4.2 Kategória: Kultúrne dedičstvo

Zložky v kategórii „Kultúrne dedičstvo“ v našom výskume sú najviac sústredené v meste Nitra s počtom 11 (46%), Žilina v našej analýze vykazuje 8 inštitúcií (33%) a najmenší počet zložiek sa nachádza v Trenčíne s počtom 5 (21%).



Graf 19 Percentuálny stav zložiek v kategórii „Kultúrne dedičstvo“

V Grafe 23 môžeme sledovať, že v Nitre pôsobí najviac múzeí. Ďalej tu nachádzame 4 inštitúcie, ktorých predmetom je činnosť knižníc a archívov, ktoré je rovnaké v prípade mesta Žilina. Rovnaký počet prevádzok historických pamiatok a budov a podobných turistických zaujímavostí hlásia mesta Nitra a Žilina, pričom Trenčín absentuje danými zložkami.



Graf 20 Počet zložiek v jednotlivých podkategóriách kultúrneho dedičstva

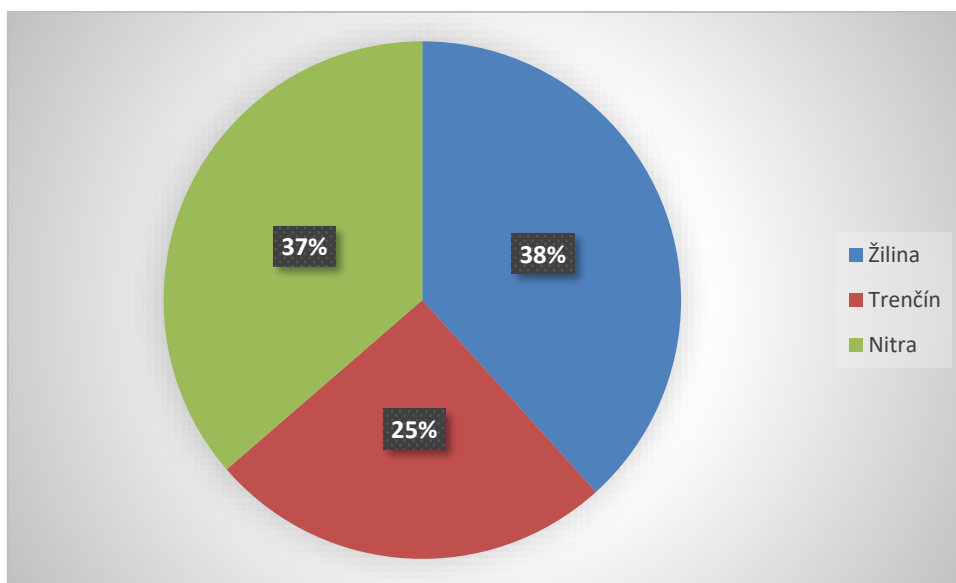
4.3 Kreatívna trieda

4.3.1 Analýza obyvateľstva

Stav obyvateľstva v troch analyzovaných mestách k 1.1.2021 je nasledovný:

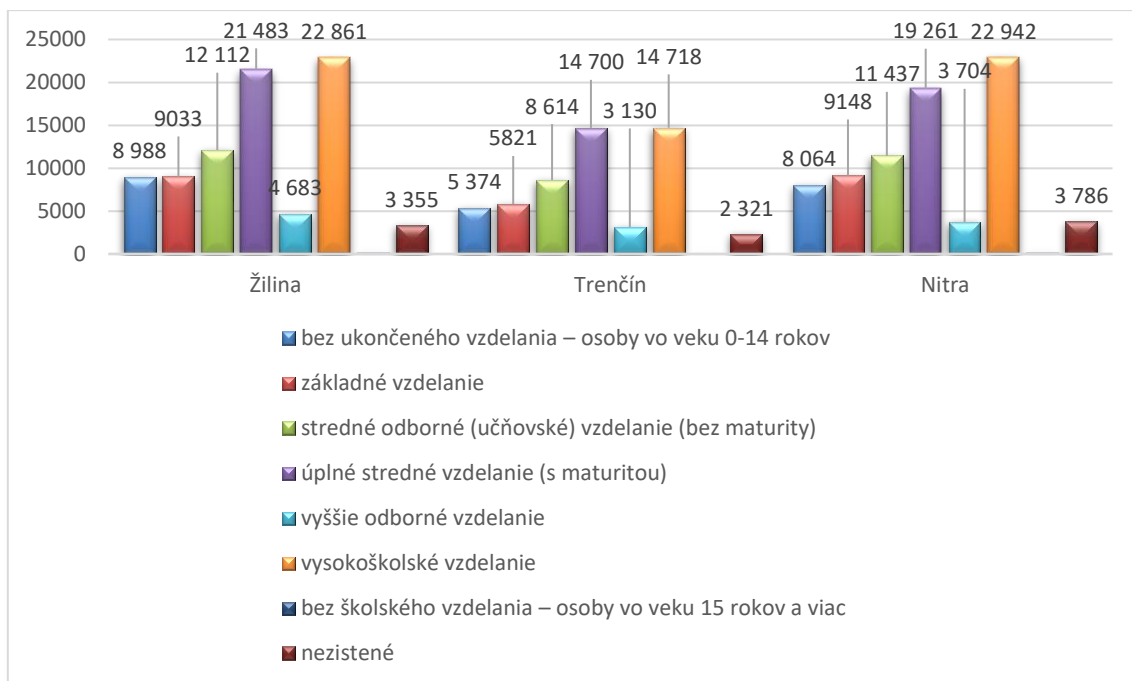
- **Žilina** = 82 656 obyvateľov (48,56% mužov; 51,44% žien),
- **Trenčín** = 54 740 obyvateľov (47,92% mužov; 52,08% žien),
- **Nitra** = 78 489 obyvateľov (47,77% mužov; 52,53% žien).

V každom meste majoritnú skupinu tvoria ženy. Podľa Grafu 24 má Žilina o 1% viac obyvateľstva než Nitra, pričom rozdiel v počte obyvateľstva medzi Žilinou a Trenčínom je 13%.



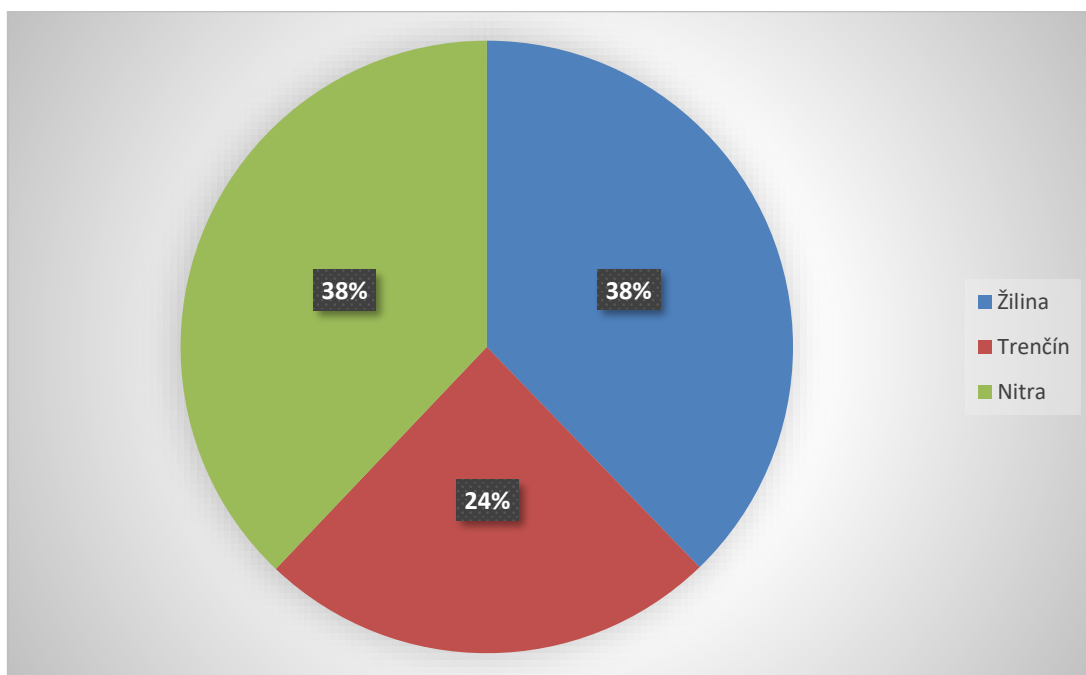
Graf 21 Počet obyvateľov k 1.1.2021

V Žiline, Trenčíne a Nitre tvoria hlavnú časť obyvatelia s vysokoškolským vzdelaním, úplným stredným vzdelaním (s maturitou) a napokon stredným odborným (učňovským) vzdelaním (bez maturity). Žilina a Nitra vykazujú skoro identický pomer obyvateľstva s minimálnou odchýlkou podľa najvyššieho dosiahnutého vzdelania (viď Graf 25).



Graf 22 Štruktúra obyvateľov podľa najvyššieho dosiahnutého vzdelania k 1. 1. 2021

Rovnaký podiel obyvateľstva s vysokoškolským vzdelaním nachádzame v Žiline a Nitre (viď Graf 26). Trenčín pri komparácii vykazuje 24% obyvateľov z danej kategórie, čo je o 14% menej než v ostatných dvoch prípadoch.

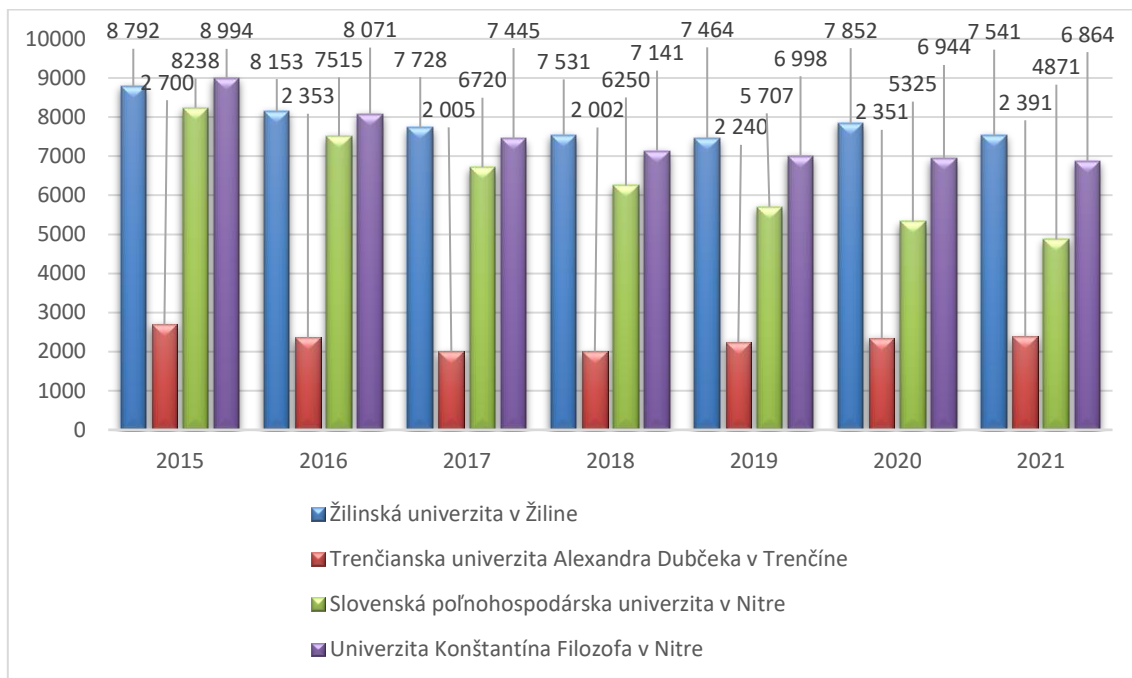


Graf 23 Štruktúra obyvateľov s vysokoškolským vzdelaním k 1. 1. 2021

4.3.2 Stav kreatívnej triedy v mestách

Študujúci študenti v rokoch 2015 - 2021

Dominantné postavenie v počte študujúcich študentov v rokoch 2016 až 2021 si udržiavala Žilinská univerzita v Žiline. V roku 2015 sa umiestnila ako druhá za Univerzitou Konštantína a Filozofa v Nitre, na ktorej v danom čase študovalo 8 994 študentov na všetkých troch stupňoch. V roku 2016 došlo k prepadu v počte študujúcich študentov obidvoch univerzít, pričom Žilinská univerzita si od daného roku udržiavala prvé priečky.



Graf 24 Počet študujúcich 1., 2. a 3. stupňa štúdia (denná a externá forma) v rokoch 2015-2021

Počet študujúcich študentov na **UNIZA** od 2015 do 2019 klesol o 1 328 (každoročný pokles v priemere 332 študentov). Najmenší úbytok študentov došlo medzi 2018 – 2019 (o 67 menej než v roku 2018). V roku 2020 vykazuje zvýšenie počtu študentov o 388 oproti predošlému akademickému roku. K opätovnému poklesu dochádza v roku 2021, kde sme zaznamenali úbytok o 311 študentov.

Slovenská poľnohospodárska univerzita v Nitre a **Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre** vykazuje od roku 2015 postupný pokles študentov študujúcich na všetkých troch stupňoch štúdia v dennej a externej forme.

Pri **SPU v Nitre** sledujeme najväčší pokles študentov v dennej a externej forme v roku 2017, kedy úbytok bol vo výške 795 študentov. V rokoch 2015 až 2021 došlo každoročne k poklesu v priemere o 561 študentov.

UKF v Nitre vykazuje postupný pokles študentov od 2015 do 2021. V priemere dochádza ku každoročné úbytku v priemere o 355 študentov. Najväčší pokles sme zaznamenali v roku 2016 (-923 študentov) a v roku 2017 (-626 študentov). K najmenšiemu poklesu dochádza v roku 2020 (-54 študentov) a 2021 (-80 študentov).

TnUAD v Trenčíne vykazuje v rokoch 2015 až 2018 každoročný pokles o 232 študujúcich študentov. Najmenší pokles sme zaznamenali iba v roku 2018 (úbytok o 3 študentov). Opätovný vzrast o štúdium dochádza v roku 2019 (nárast o 238 študentov). Od roku 2019 do 2021 dochádza každý rok k nárastu v priemere o 129 študentov.

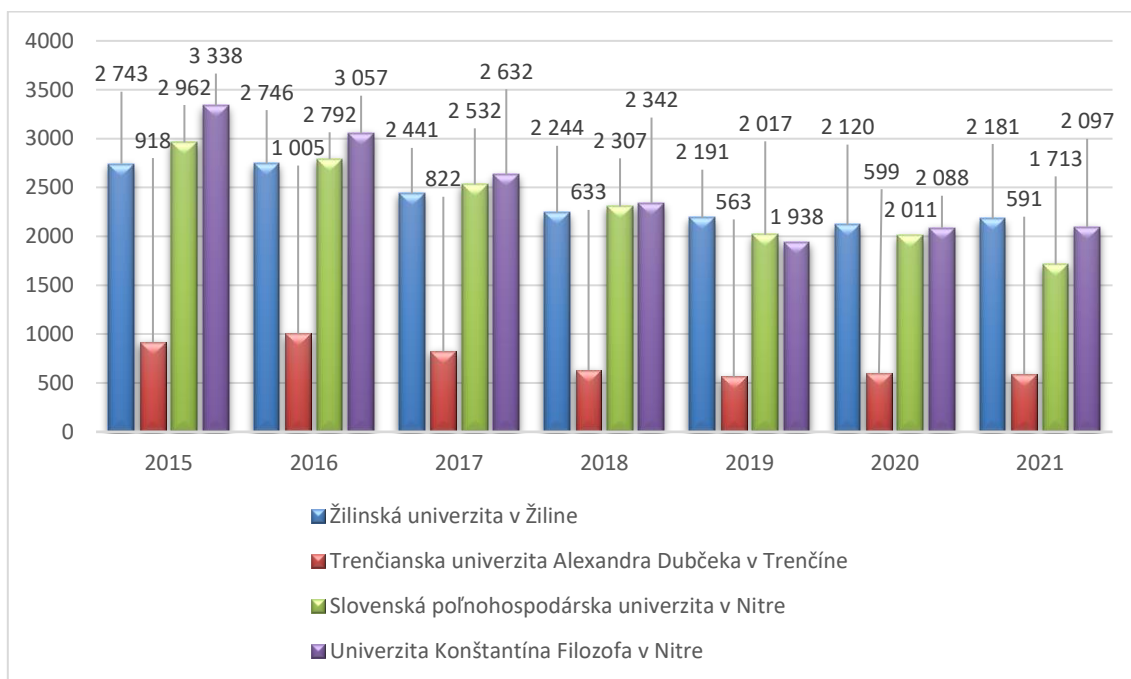
Univerzity počas nami skúmaného obdobia registrujú poklesy či vzrasty v počte študujúcich študentov vo všetkých troch stupňoch štúdia v dennej či externej forme. Pokiaľ sa zameriame iba na počiatočný stav (rok 2015) a konečný stav (rok 2021) na našej časovej osi, najmenší rozdiel v študujúcich študentoch evidujeme pri TnAUD v Trenčíne (-309), najväčší pri SPU v Nitre (-3 367).

Tabuľka 3 Rozdiel v počte študujúcich študentov medzi rokmi 2015 a 2021

	Rok 2015	Rok 2021	Rozdiel
UNIZA	8 792	7 541	1 251
SPU v Nitre	8 238	4 871	3 367
UKF v Nitre	8 994	6 864	2 130
TnAUD v Trenčíne	2 700	2 391	309

Absolventi v rokoch 2015 – 2021

Na Grafe 28 pozorujeme v rokoch 2015 až 2018, že dominantné postavenie majú univerzity ako UKF v Nitre a SPU v Nitre. V rokoch 2020 – 2021 sa do popredia dostáva UNIZA, pričom TnAUD v Trenčíne ostáva bez zmeny v úradí a nedosahuje také hodnoty, ako predošlé skúmané univerzity.



Graf 25 Počet absolventov 1., 2. a 3. stupňa štúdia (denná a externá forma) v rokoch 2015 - 2021

Od roku 2015 dochádza postupne na **SPU v Nitre** k úbytku priemerne 208 absolventov ročne. Najmenší pokles evidujeme v roku 2020 (iba 6 absolventov), pričom v roku 2021 dochádza k poklesu až o 298 absolventov.

UKF v Nitre vykazuje do roku 2019 priemerný ročný pokles 350 absolventov. Rok 2020 prináša nárast o 150 absolventov, v roku 2021 sledujeme zvýšenie iba o 9 absolventov.

UNIZA má klesajúcu tendenciu absolventov v rokoch 2016 až 2020, kde priemerne každý rok dochádza k úbytku o 156 absolventov. Najväčší pokles sme zaznamenali v roku 2017(-305 absolventov), najmenší evidujeme za rok 2020 (-53 absolventov). Komplexne môžeme povedať, že pri UNIZA v porovnaní s ostatnými univerzitami nedochádzalo k extrémnemu poklesu absolventov počas rokov 2015 až 2021.

Pri TnAUD v Trenčíne pozorujeme spočiatku v roku 2016 nárast o 87 absolventov, potom každoročne vykazuje až do roku 2019 úbytok v priemere o 442 absolventov. V roku 2020 došlo k nárastu o 36 absolventov, avšak rok 2021 opäť ukazuje pokles o 8 absolventov.

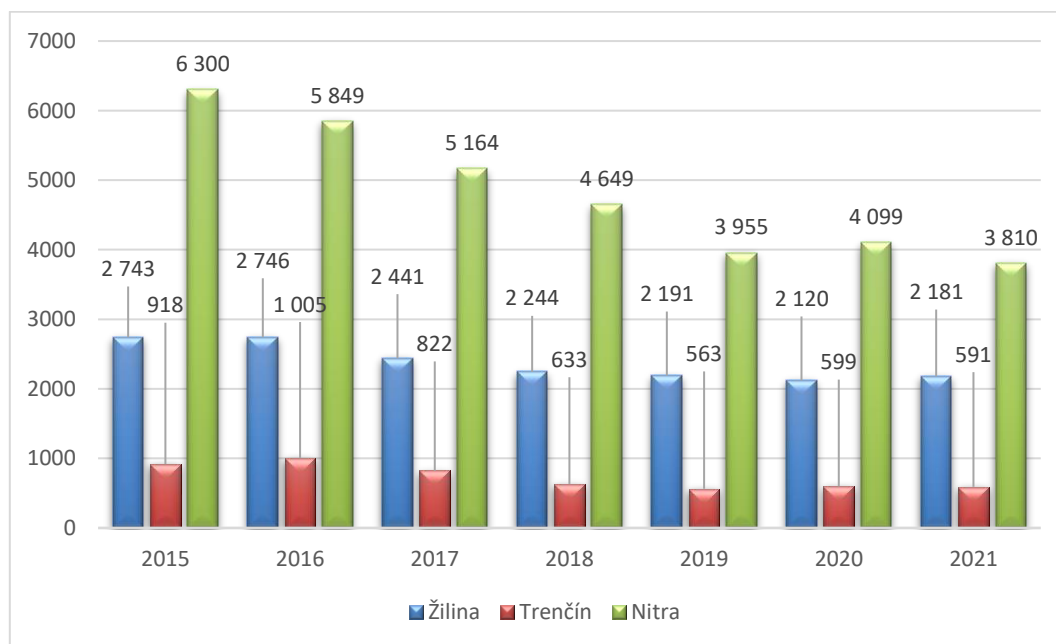
V období 2015 – 2021 sme zaznamenali pokles, v niektorých rokoch aj príliv absolventov. Ak sa však pozrieme na údaje za roky 2015 a 2021 (viď Tabuľka 11), môžeme hodnotiť, že najmenší rozdiel pociťujú TnAUD v Trenčíne a UNIZA, zatiaľ čo najväčšiu diferenciu sledujeme na univerzitách v Nitre.

Tabuľka 4 Rozdiel v počte absolventov medzi rokmi 2015 a 2021

	Rok 2015	Rok 2021	Rozdiel
UNIZA	2 743	2 181	562
SPU v Nitre	2 962	1 713	1 249
UKF v Nitre	3 338	2 097	1 241
TnAUD v Trenčíne	918	591	327

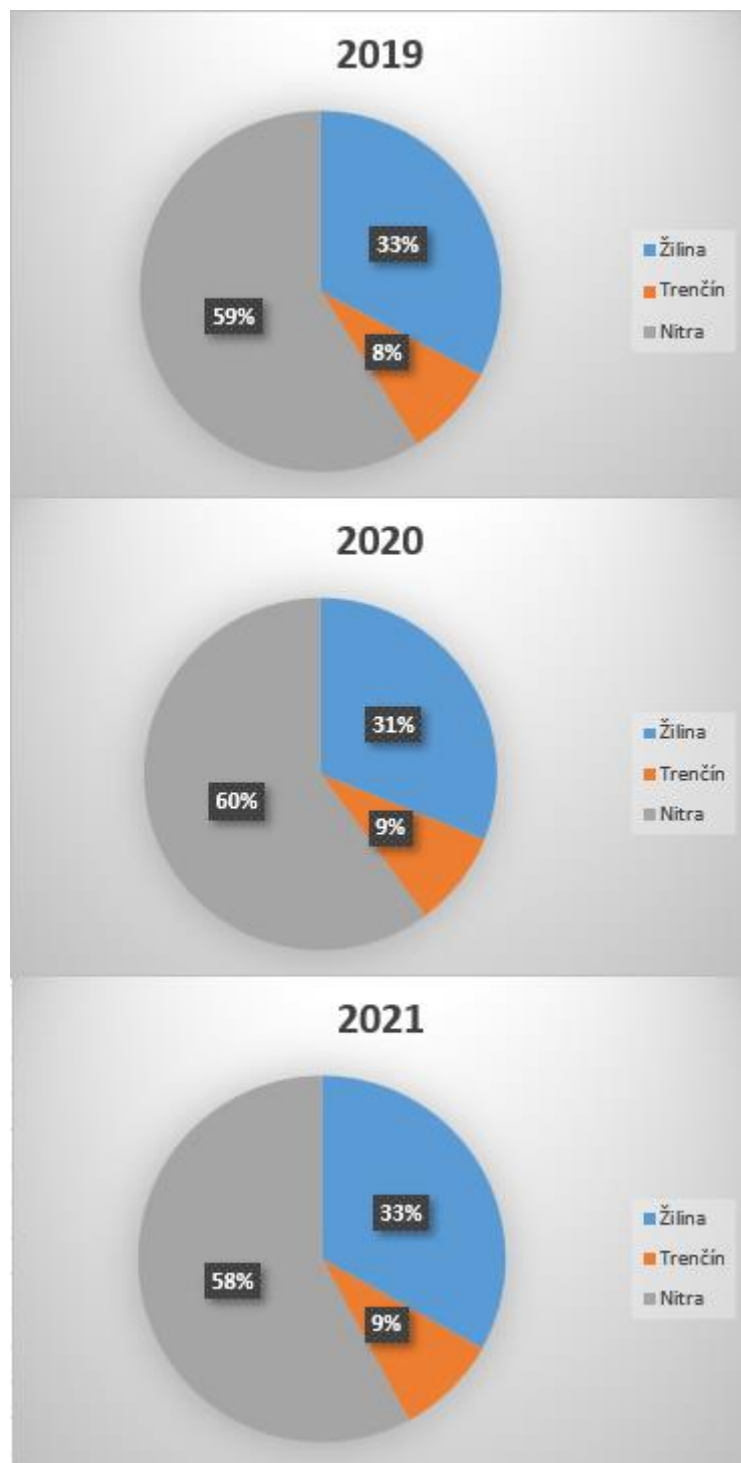
Absolventi vysokých škôl ako potenciálni kreatívni pracovníci

Pokiaľ sa pozeráme na absolventov vysokých škôl ako na potenciálnych kreatívnych pracovníkov, tak mesto Nitra môžeme označiť v tomto kontexte za najbohatšie, čo sa týka kreatívnej triedy.



Graf 26 Počet absolventov v mestách v rokoch 2015 - 2021

Pandémia spôsobená vírusom Covid-19 zasiahla mnohé sektory, vrátane kreatívneho priemyslu. Ako však sledujeme na Grafe 30, pomer absolventov, ktorých považujeme za budúcich obyvateľov tvoriaci kreatívnu triedu, sa horibilným spôsobom nezmenil. Aj napriek tomu, že počas rokov 2015 až 2021 došlo aj k úbytku absolventov, rozloženie ostalo v podobnej rovine.



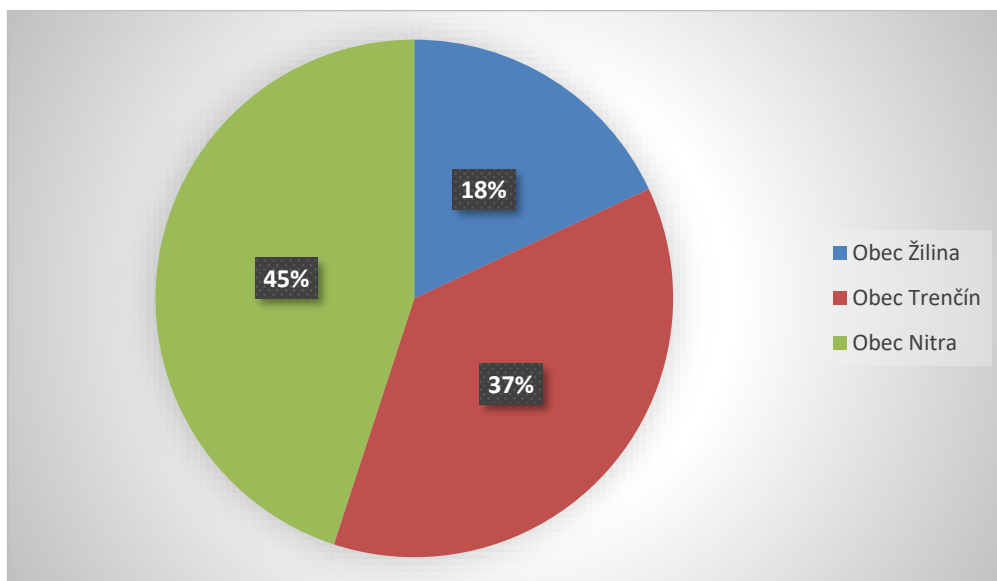
Graf 27 Pomer absolventov VŠ v rokoch 2019 - 2021

4.4 Pamiatkové objekty

Pamiatkový úrad SR (2022) v súčasnosti eviduje **10 037** nehnuteľných národných kultúrnych pamiatok, z ktorých **17 103** tvoria pamiatkové objekty (ďalej „PO“).

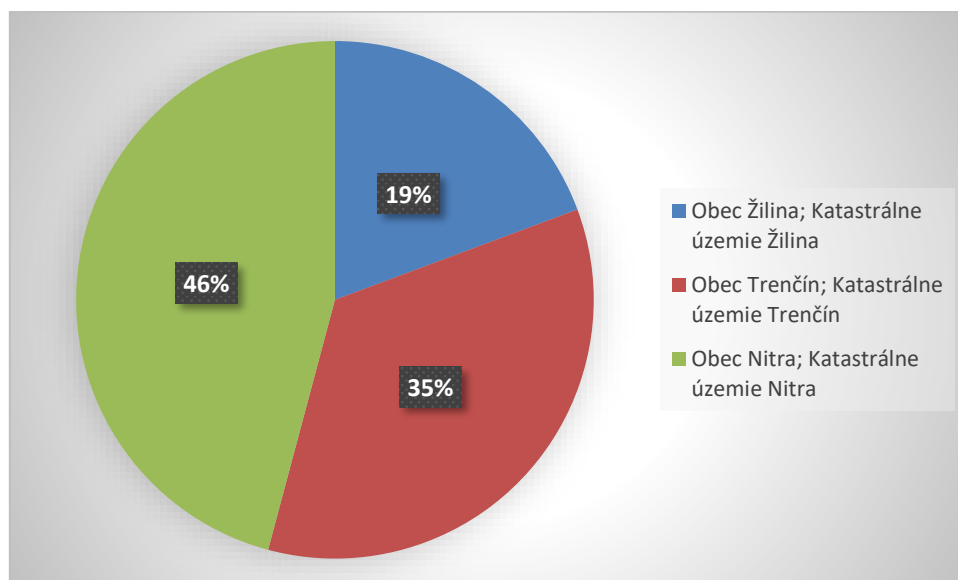
V prvom kroku sme analyzovali obce Žilina, Trenčín a Nitra a k nim pridelené katastrálne územia (viď Graf 31). Najväčším počtom týchto objektov disponuje obec Nitra, ktorá vykazuje až 259 PO. Obec

Trenčín eviduje o 46 menej PO než Nitra (213 PO). V prípade komparácie stavu PO v mestách sme medzi mestami Nitra a Žilina zaznamenali najväčší rozdiel PO (až 155).



Graf 28 Celkový počet pamiatkových objektov v uvedených obciach

V predchádzajúcej analýze sme získali celkový stav počtu PO v daných obciach a vo všetkých ich katastrálnych územiach. V ďalšom kroku sme zisťovali počet PO v tých istých obciach, pričom sme si zvolili iba katastrálne územia ako Žilina, Trenčín a Nitra. Graf 32 vykazuje skoro identické rozloženie PO s menšími odchýlkami. Mapovaním všetkých troch miest získavame informáciu o tom, že na katastrálnom území Nitra nachádzame 204 PO. O 49 PO menej disponuje katastrálne územie Trenčín (155) a napokon Žilina s počtom len 86 PO.



Graf 29 Počet pamiatkových objektov v daných lokalitách

V jednotlivých obciach sme analyzovali pomer PO vybraného katastrálneho územia k počtu ostatných katastrálnych území pridelených k danej obci. Ako môžeme sledovať na Grafe 33, kde porovnávame tento pomer medzi obcami, katastrálne územie Žiliny vykazuje najnižší percentuálny rozdiel. Aj keď toto územie samé o sebe disponuje najnižším počtom PO, tak ešte aj v tomto pomere môžeme sledovať, že väčšina z nich sa nachádza na ostatných katastrálnych územiach. Katastrálne územia ako Trenčín alebo Nitra disponujú vyše štvrtinou PO v pomere k ostatným ich katastrálnym územím.

Konštatujeme, že vo všetkých troch prípadoch sú PO vo vyše 80% situované v katastrálnom území konkrétnej obce a prevažne len 25% sa nachádzajú v ostatných katastrálnych území skúmaných obcí.



Graf 30 Pomer PO v jednotlivých obciach

4.5 Návštevnosť

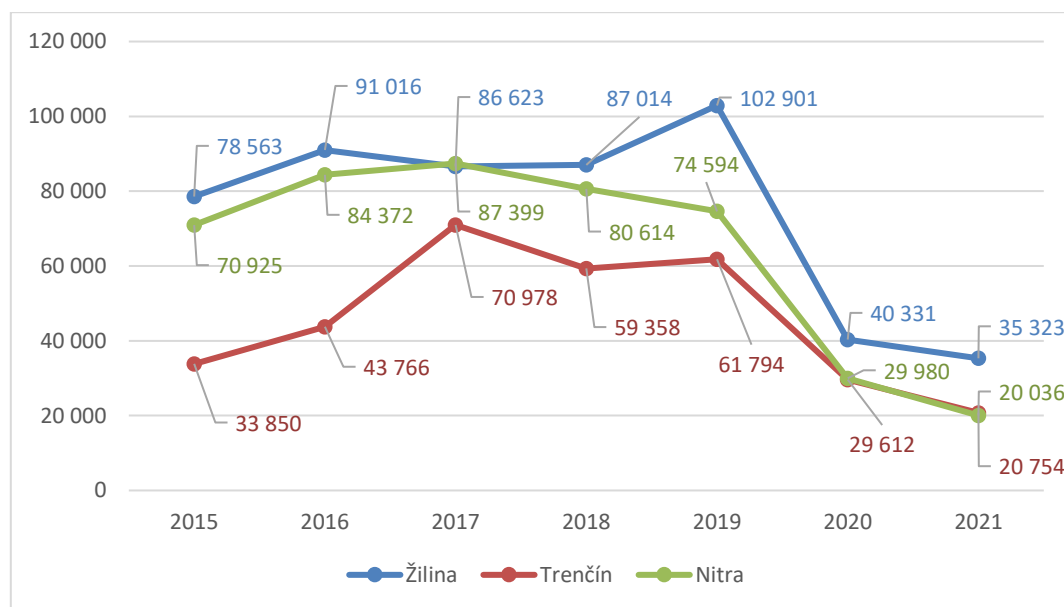
4.5.1 Počet návštevnosti

Komplexne môžeme povedať, že mestu Žilina sa darilo v návštevnosti v rokoch 2015 až 2021 (viď Graf 34). Iba rok 2017 priniesol Nitre prvé miesto (87 399 návštevníkov) a za ním nasledovala Žilina (86 623 návštevníkov), pričom rozdiel bol len v 776 návštevníkoch.

Ako ďalej môžeme pozorovať na Grafe 34, Žilina a Nitra vykazujú malý rozdiel v návštevnosti za roky 2015, 2016 a 2018 (priemerný rozdiel 6 894 návštevníkov). Rápidna zmena nastáva až v roku 2019, kde rozdiel v návštevnosti v porovnaní za iné obdobia bol až 28 307 návštevníkov.

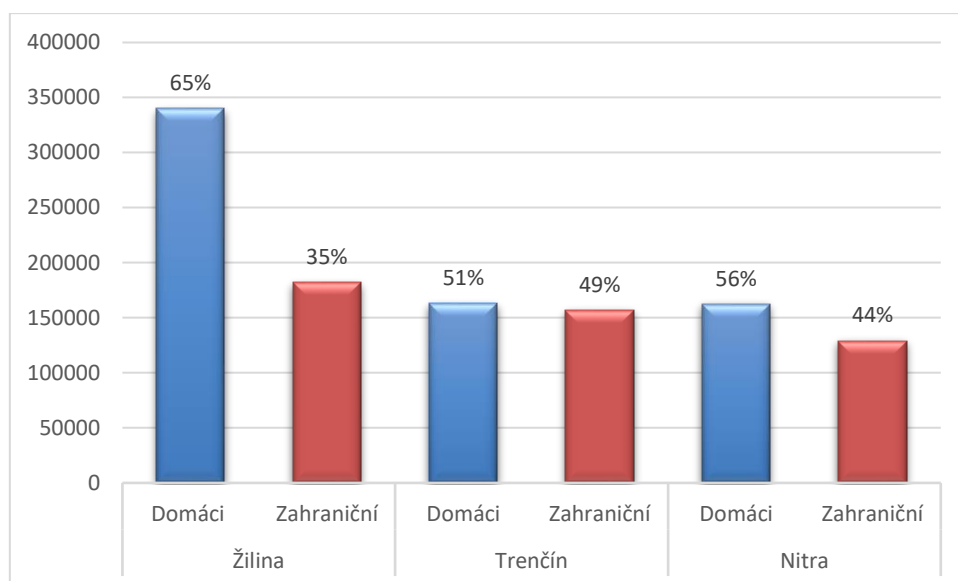
Medzi rokmi 2016 a 2017 dochádza v Trenčíne k nárastu návštevnosti, Žilina vykazuje pokles. Zatiaľ čo v roku 2019 opäť dochádza k vzrastu návštevnosti v Trenčíne a tento rok aj Žilina. Naopak, Nitra od roku 2017 hlási klesajúcu tendenciu a záujem zo strany návštevníkov.

Vo všetkých troch mestách sme identifikovali najväčší prepád v návštevnosti medzi rokmi 2019 a 2020. Zatiaľ čo Žilina si držala prvé priečky s najväčšou návštevnosťou za celé roky, v roku 2020 prišla o 62 570 návštevníkov. V tom istom roku Nitra a Trenčín sa ocitli na rovnakej úrovni (aj za rok 2021), pričom Nitra oproti predošlému obdobiu prišla o 44 614 návštevníkov a Trenčín o 32 182 návštevníkov.



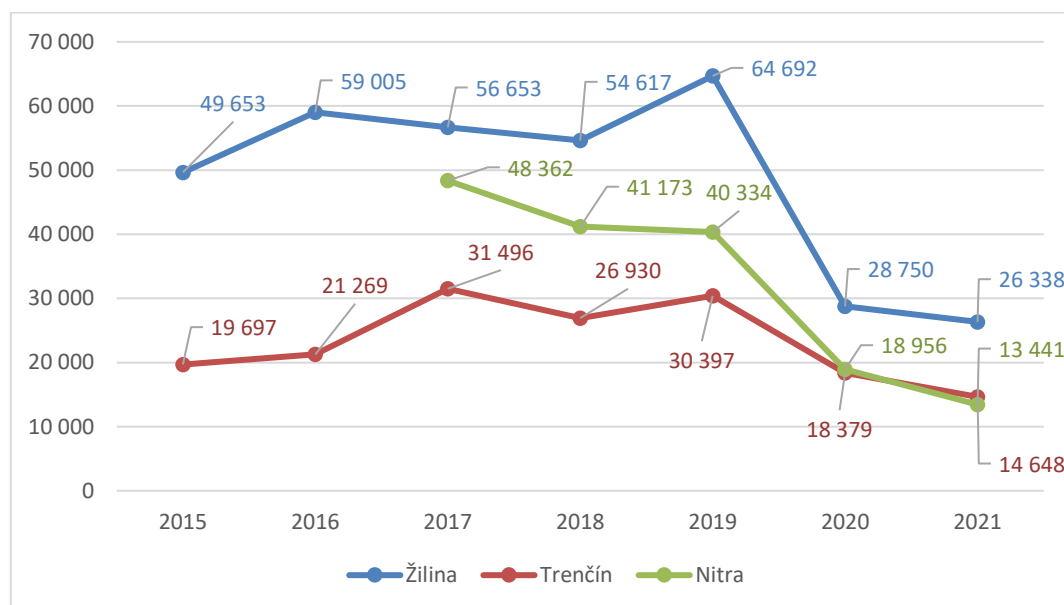
Graf 31 Celková návštevnosť v rokoch 2015 - 2021

Celkový počet návštevníkov v rokoch 2015 až 2021 sme znázornili v Grafe 35, kde poukazujeme na **pomer domácich a zahraničných návštevníkov** v konkrétnych lokalitách. Môžeme konštatovať, že pomer domácich návštevníkov vo všetkých troch mestách prevyšuje nad zahraničnými. Žilina v porovnaní s Trenčínom a Nitrou vykazuje nepomer v tomto rozložení. Rozdiel medzi domácimi a zahraničnými návštevníkmi v Žiline za celkové obdobie je až 30%, zatiaľ čo v Trenčíne len 2% a v Nitre 12%.



Graf 32 Celkový pomer návštevníkov v rokoch 2015 až 2021

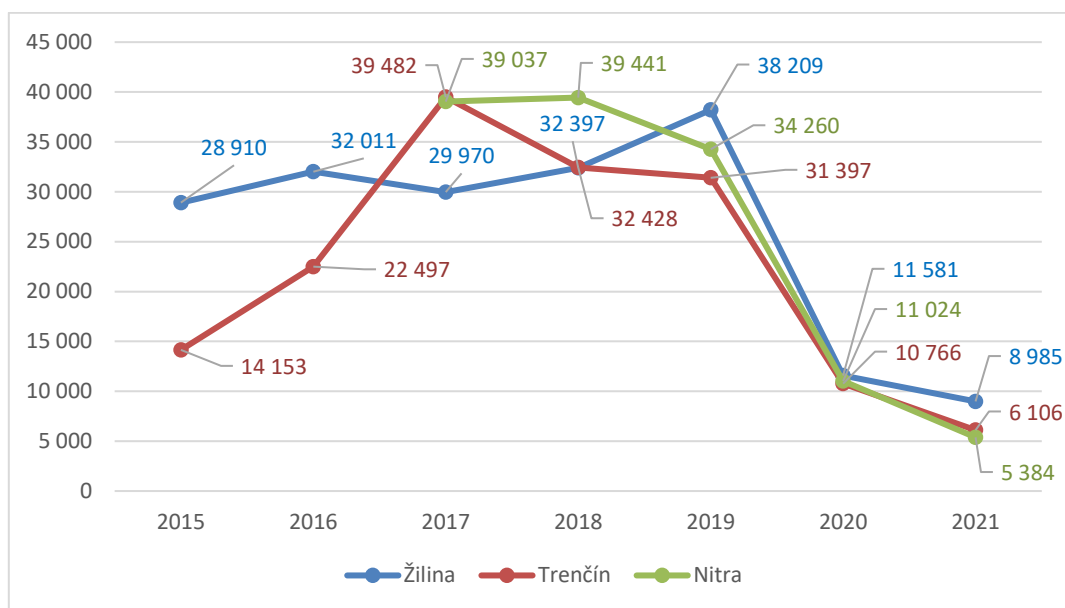
Vývoj krivky v Grafe 36 je približne identický s krivkou v Grafe 34. Od roku 2015 až do 2021 sledujeme, že Žilina si udržiava dominantné postavenie v rámci **návštevnosti domácich turistov**. Náhlu zmenu evidujeme medzi rokmi 2019 a 2020, pričom Nitra vykazuje klesajúcu tendenciu domácich návštevníkov už od roku 2017. Zatiaľ čo priemerný rozdiel v návštevnosti medzi Žilinou a Trenčínom v rokoch 2015 až 2019 sa pohybuje okolo 30 966 domácich návštevníkov, od roku 2020 ide len o 11 030 turistov.



Graf 33 Domáci návštevníci v rokoch 2015 - 2021

Dočasne čo v roku 2015 rozdielnosť v počte **zahraničných návštevníkov** medzi Žilinou a Trenčínom je 14 757 turistov, v roku 2016 je to 9 514. Podobný rozdiel sme zaregistrovali aj v roku 2017, pričom do miest ako Trenčín a Nitra prišlo priemerne o 9 290 viac zahraničných turistov, než do Žiliny. Rok 2018 znamená pre Trenčín prepád o 7 054 zahraničných turistov oproti predošlému roku. V tom istom čase Žilina eviduje vzrast o 2 427 a dostáva sa na rovnakú úroveň ako Trenčín, ktorý má v tomto roku len o 31 zahraničných návštevníkov viac ako Žilina. Nitra v roku 2018 vykazuje približne rovnakú hodnotu ako v minulom roku, avšak o 404 zahraničných návštevníkov viac. Medzi rokmi 2019 a 2020 nastáva pokles u všetkých miest v priemere o 23 498 zahraničných návštevníkov, čo považujeme za

najväčší úbytok za celé sledované obdobie a mestá sa v roku 2020 dostávajú zhruba na rovnakú úroveň. Zaujímavosťou je, že Trenčín vykazoval v roku 2015, 14 153 zahraničných turistov, a v roku 2020 sa v Grafe 37 opäťovne vrátil na podobnú pozíciu. Zatiaľ čo si v roku 2020 Nitra udržala druhé miesto v počte zahraničných návštevníkov, rok 2021 klesla až na tretiu pozíciu s počtom 5 384.



Graf 34 Zahraniční návštěvníci v letech 2015 - 2021

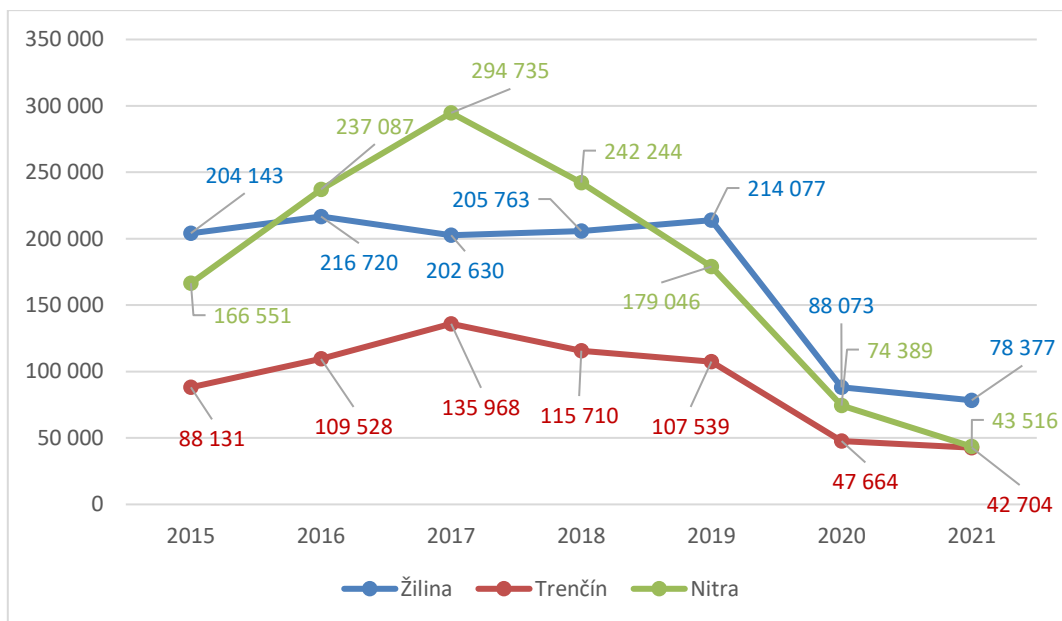
4.5.2 Počet prenocování

Na Grafe 38 v prvom rade pozorujeme, že mesto Trenčín sa v počte prenocovaných návštevníkov za celkové sledované obdobie nepribližuje k hodnotám Žiliny a Nitry.

Nitra od roku 2015 vykazovala v štatistikách vzrast počet prenocování do roku 2019, kde sa zvýšil počet až o 128 184 prenocovaných návštevníkov. V tomto istom období aj Nitra vyказuje vzrast, ale iba o 47 837 prenocování. Žilina ako jediná v roku 2017 pocítila pokles oproti roku 2016 o 14 090 prenocovaných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach.

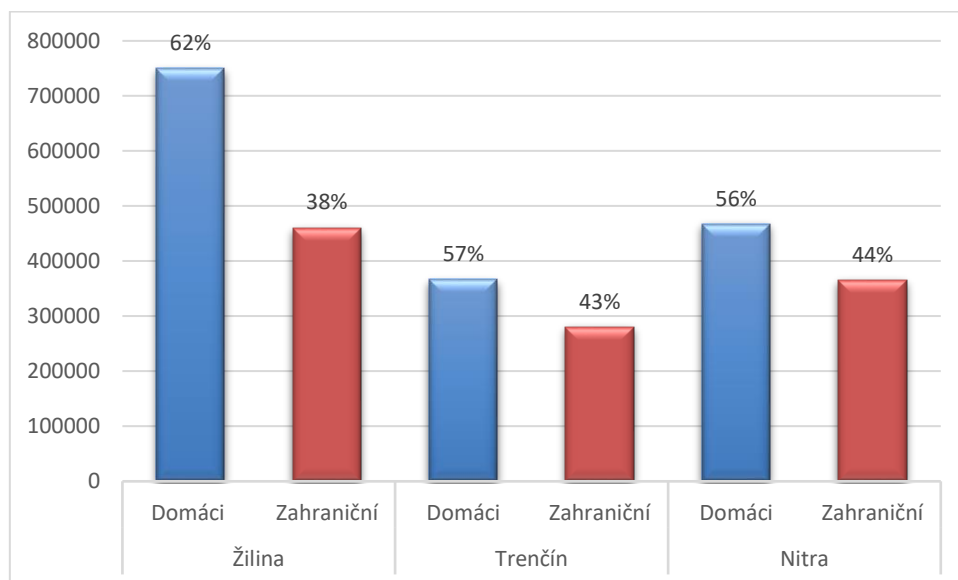
Zatiaľ čo Žilina a Trenčín vykazujú v rokoch 2020 a 2021 náhly úpadok v prenocovaných návštevníkoch (Žilina: -126 004 prenocování; Trenčín: -59 875 prenocování), v Nitre dochádza k tomuto javu postupne od roku 2017, pričom do roku 2021 rozdiel v počte prenocování je až 220 346 prenocovaných návštevníkoch (medzi rokmi 2020 až 2021 ide pokles o 104 657 prenocování).

Žilina si udržuje dominantné postavenie v počte prenocování od roku 2019 (v rokoch 2016 až 2018 prvenstvo v návštevnosti malo mesto Nitra) až do roku 2021, kde priemerný rozdiel medzi mestom Nitra je 24 000 prenocování. V roku 2021 sledujeme len malý rozdiel v počte prenocovaných návštevníkoch medzi Nitrou a Trenčínom (iba 812 prenocování).



Graf 35 Celkový počet prenocovaných návštevníkov v rokoch 2015 - 2021

Celkový počet prenocovaní v rokoch 2015 až 2021 sme znázornili v Grafe 39, kde pozorujeme **pomer prenocovaných domácich a zahraničných návštevníkov** vo vybraných mestách. Zistenia odrážajú aj zistené výsledky v podkapitole 6.3.1. Konštatujeme, že údaje sú skoro identické s výsledkami v Grafe 35. V Žiline sledujeme vyšší výskyt domácich prenocovaných návštevníkov, než zahraničných. Žilina za celé obdobie vykazuje rozdiel medzi prenocovaniami domácich a zahraničných návštevníkov 24%, Trenčín 14% a Nitra 12%.



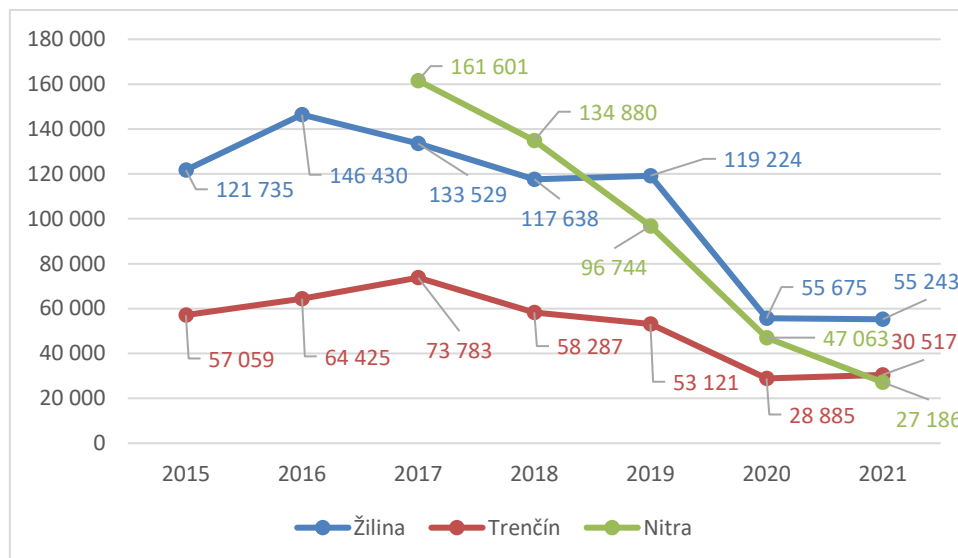
Graf 36 Celkový prenocovaní v rokoch 2015 až 2021

Vývoj **prenocovaní domácich návštevníkov** sme zaznamenali pomocou Grafu 40. Ako v Grafe 36, tak aj tu pozorujeme rovnakú situáciu pri Nitre, kde od roku 2017 do 2021 dochádza k postupnému poklesu prenocovaní domácich návštevníkov (ročný priemerný pokles o vyše 33 604 prenocovaní). Najväčší prepád v počte prenocovaní dochádza medzi rokmi 2019 a 2020 (pokles o 49 681 prenocovaní), najmenší registrujeme medzi rokmi 2020 a 2021 (pokles len o 19 877 prenocovaní).

Zaujímavosťou pre nás môže byť práve nástup pandemickej situácie spôsobenou Covid-19. Rozdiely znázornené v grafe nám jasne hovoria o tom, že mesto Trenčín, vykazuje najmenšiu stratu (-24 236

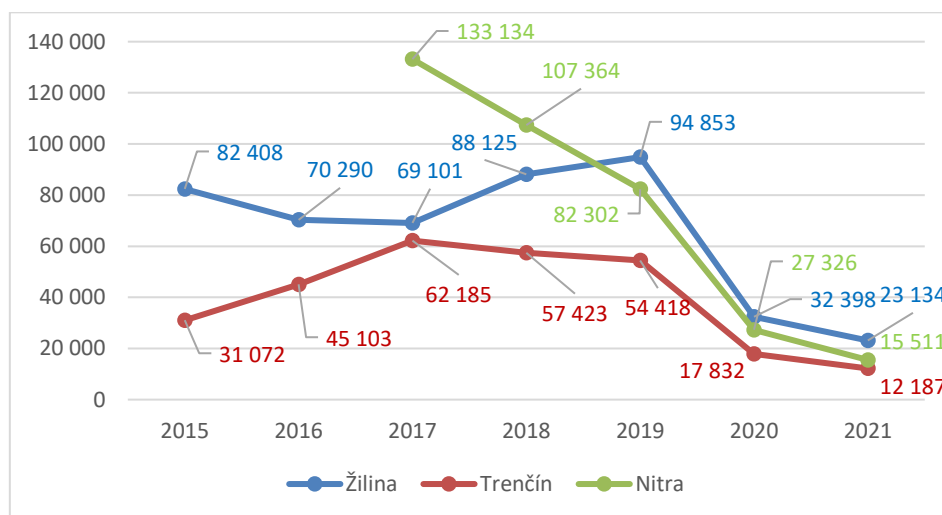
prenocovaní) pri porovnaní so Žilinou a Nitrou v rokoch 2019 a 2020. V Žiline sme zaznamenali pokles počet prenocovaní až o 63 549, v Nitre o 49 681.

Pokiaľ sa zameriame aj na výsledný stav, v tomto prípade ho predstavujú údaje z roku 2021, prvé miesto v počte prenocovaní domácich návštevníkov je Žilina. Avšak oproti Grafu 30 dochádza k zmene pozícií medzi mestami Nitra a Trenčín. Zatiaľ čo v celkovom počte prenocovaní sa Nitra objavila na druhej pozícii, pri skúmaní domácich návštevníkov sa posunula až na tretie miesto.



Graf 37 Domáci prenocovaní návštevníci v rokoch 2015 - 2021

Vývoj **prenocovaní zahraničných návštevníkov** sme znázornili v Grafe 41. V rokoch 2015 až 2017 sledujeme v meste Žilina pokles prenocovaní, naopak Trenčín hlási zvýšenú číselnú hodnotu. V roku 2015 rozdiel medzi mestami v počte prenocovaní je 51 336, rok 2017 vykazuje iba 6 916 prenocovaní. Aj keď v Nitre v danom roku evidujeme o vyše 67 491 prenocovaní zahraničných turistov viac, než v Žiline a Trenčíne, od roku 2017 do 2021 dochádza ku každoročnému priemernému poklesu o 29 406 prenocovaní.



Graf 38 Počet prenocovaní zahraničných turistov v rokoch 2015 – 2021

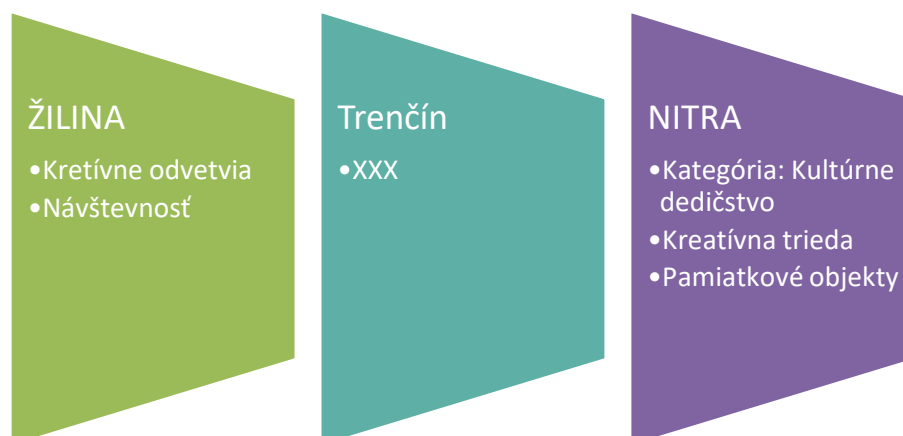
4.6 Kreatívne prostredie miest – výsledná komparácia

V podkapitolách 6.1 až 6.5 sme mapovali nami stanovené jednotlivé vetvy výskumu. Skúmané oblasti sú súčasťou kreatívnej ekológie, resp. kreatívneho prostredia miest a prostredníctvom analýz sme priniesli ich rozbor. Dosiahnuté výsledky boli vzájomne komparované v jednotlivých kategóriách medzi mestami, pričom v nasledujúcej časti si uvedieme komplexný prehľad miest na základe poznatkov vychádzajúce z dosiahnutých výsledkov parciálnych častí nášho výskumu (viď Obrázok 12).

Mesto Nitra v rámci komparácie miest, ktoré boli predmetom skúmania, má dominantné postavenie až v 3 z 5 kategórií ako **Kategória: Kultúrne dedičstvo, Kreatívna trieda a Pamiatkové objekty**. V daných oblastiach proti ostatným lokalitám vykazuje najvyššie číselné údaje. V meste je situovaných 46% zložiek z kategórie „Kultúrne dedičstvo“ oproti ostatným mestám a taktiež v katastrálnom území obce Nitra sa nachádza vyše 45% pamiatkových objektov. Nitra aj napriek tomu, že má nižší počet obyvateľov než Žilina, vďaka 2 univerzitám každoročne hlási najvyšší počet absolventov, ktorí predstavujú potenciálnych kreatívnych pracovníkov.

V Žiline evidujeme silné stránky v oblastiach ako **Kreatívne odvetvia** (najväčšie zastúpenie spoločností a živnostníkov v kreatívnom odvetví - vyše 40% oproti Trenčínu a Nitre) a **Návštevnosť** (iba v prípade, ak berieme do úvahy dáta návštevnosti za roky 2019 až 2021).

Aj napriek tomu, že mesto Trenčín získalo titul EHK 2026, v našej analýze nedosahuje zo žiadnych oblastí také výsledky, vďaka čomu by vynikalo v jednej zo spomínaných skúmaných oblastí.



Obrázok 4 Výsledná komparácia kreatívnych prostredí miest, ktoré kandidovali na titul EHK 2026

ZÁVER

Dizertačná práca na tému *Aspekty kreatívneho priemyslu v kontexte kreatívnych miest* prináša komplexný, relevantný a prehľadný súhrn poznatkov z oblasti kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Práca ponúka dve časti – teoretickú a výskumnú časť.

Teoretická časť KKP pozostáva zo 4 oblastí. V **prvej kapitole** sa venujeme historickému zázemiu pojmu, kde chronologicky popisujeme vývoj tohto fenoménu až do súčasnej podoby. **Druhá kapitola** pojednáva o KKP v intenciách akademickej, legislatíve jednotlivých štátov až organizácií s nadnárodným významom. **Tretia časť** pojednáva o tom, akým štýlom môže kreatívny priemysel zvyšovať konkurencieschopnosť miest, regiónov a území, pričom poukazujeme na dva príklady vo forme produktov KP v podobe Eurovízie alebo Európskeho hlavného mesta kultúry. **Posledná kapitola** v teoretickej časti sa zameriava na KP v rámci územia Slovenska, kde bližšie špecifikujeme, ktoré sektory zaradíme do tejto oblasti a aký je momentálne súčasný stav na Slovensku.

Praktická, resp. výskumná časť začína metodológiou výskumu. Parciálne časti výskumu sú úzko prepojené s teoretickou časťou dizertačnej práce a každá podkapitola prináša podrobnú metodiku tvorby a spracovania výskumnej časti.

Súbor analýz v našom výskume mapuje stav kreatívnej ekológie v 3 slovenských mestách pre potreby vzniku potenciálnych kreatívnych klastrov, ktoré majú za úlohu riadiť infraštruktúru subjektov v kreatívnom sektore. Nadväzujeme na 2 výskumy zo slovenského prostredia: *Zmapovanie kreatívnych odvetví na Slovensku* (Kortišová 2014) a *Dimenzie kreatívnych odvetví v žilinskom regióne* (Čorejová a kol. 2015). Prvý výskum mapoval kreatívne odvetvia na Slovensku a v Žilinskom kraji, druhý výskum sa zameriava na žilinský región a na kreatívne odvetvia, pričom sleduje iba parciálnu časť, a to reklamné agentúry.

Naším výskumom sme rozšírili škálu aspektov tvoriacich kreatívnu ekológiu miest a deskripciou priniesli získané výsledky z jednotlivých zložiek. Každý fragment kreatívnej ekológie má dôležitú úlohu v rámci rozvoja mäkkej infraštruktúry kreatívneho mesta. Mapovaním a komparovaním dát prinášame možnosť nahliadnuť do kreatívnej ekológie mesta a taktiež hľadať prieniky a vzájomné vzťahy medzi zložkami, ktoré sú schopné zvyšovať konkurenčnú výhodu oproti iným mestám. Spôsobí to príliv spoločností pôsobiace v kreatívnych odvetviach, nárast kreatívnej triedy a zvýši atraktivnosť mesta čo znamená väčšiu návštevnosť zo strany domácich a zahraničných turistov.

Všetky vymenované výhody je kreatívne mesto schopné dosiahnuť vďaka pochopeniu kreatívnej ekológie. Následne využiť nástroje kreatívneho priemyslu ako place marketing a place branding, ktoré majú za cieľ zlepšiť kreatívny status a pracovať na značke a imidžu mesta.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

A NEW APPROACH, 2020. *AUSTRALIA'S CULTURAL AND CREATIVE ECONOMY. A 21ST CENTURY GUIDE* [online]. 2020 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: <https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2020-10/apo-nid309153.pdf>

ADORNO, Theodore a Max HORKHEIMER, 2009. *Dialektika osvícenství*. Nové Město: OIKOYMENH, 2009. ISBN 9788072982677.

ALEXY, Martin a kol., 2015. *Kreatívna ekonomika – národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly*. Bratislava: Vydavateľstvo EKONÓM, 2015. ISBN 978-80-225-3954-8.

ASHWORTH, G. a M. KAVARATZIS, 2007. *Beyond the logo: Brand management for cities* In: *Journal of Brand Management*. 2007. ISSN 1350231x.

BAIN, Alison L. a Frederika LANDAU, 2019. *Assessing the local embeddedness dynamics of the Baumwollspinnerei cultural quarter in Leipzig: introducing the POSES Star Framework*. In: *European Planning Studies*, 2019, roč. 27, č. 8. ISSN 0965-4313.

BARTOVÁ, Ľubica, 2000. *Konkurencieschopnosť agropotravinárskych komodít* [online]. 2000 [cit. 2021-01-26]. Dostupné na: <http://www.agris.cz/clanek/100914>

BATHELT, M. a M. TAYLOR, 2002. *Clusters, Power and Place: Inequality and Local Growth in Time-Space*. In: *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*. 2002, roč. 84, č. 2.

BEGHETTO, R. a A. DILLEY, 2016. *Creative aspiration or pipe dreams? Toward understanding creative mortification in children and adolescent*. In: *Perspective on creativity development. New directions for Child and Adolescent Development*. 2016

BFM CROSSMEDIA, 2011. *John Hartley: From Creative Industries to Cultural Science* [vimeo]. 2012 [cit. 2021-01-15]. Dostupné na: <https://vimeo.com/21644053>

BING, Rudolf, 1984. *5000 večerů v opeře*. Praha: Supraphon, 1984. ISBN 02-008-88.

BJORKEGREN, Dag, 1995. *The Culture Business*. Andover: Cengage Learning EMEA, 1995. ISBN 9780415122351.

BLAŽEK, J. a D. UHLÍŘ, 2011. *Teorie regionálního rozvoje (nástin, kritika, klasifikace)*. 2 vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 8024603845.

BLOOMSBURY PUBLISHING, 2020. *John Hartley* [online]. 2020 [cit. 2021-01-15]. Dostupné na: <https://www.bloomsbury.com/author/john-hartley/>

BOROŠ, Július, 1977. *Základy psychológie*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1977

BOROŠ, Július, 1987. *Základy psychológie*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1987

BURKUS, David, 2013. *The Myths of Creativity: The Truth About How Innovative Companies and People Generate Great Ideas*. New Jersey: Jossey-Bass, 2013. ISBN 978-1118611142.

CACCIATORE, Silvia a Fabrizio PANOZZO, 2018. *Strategic mapping of Cultural and Creative Industries. The Case of the Veneto Region* [online]. 2018 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/344319647_Strategic_mapping_of_Cultural_and_Creative_Industries_The_Case_of_the_Veneto_Region

CAMBRIDGE DICTIONARY, 2020. *Culture* [online]. 2020. [cit. 2020-11-10]. Dostupné na: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/culture>

- CARDIFF UNIVERSITY, 2021. *John Hartley* [online]. 2021 [cit. 2021-01-15]. Dostupné na: <https://www.cardiff.ac.uk/people/view/182937-hartley-john>
- CIKÁNEK, Martin a kol., 2013. *Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku II*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav v Praze, 2013. ISBN 978-80-7008-274-4.
- COLOMBO, Fausto, 2018. Reviewing the cultural industry: from creative industries to digital platforms. In: *Communication & Society*. 2018, roč. 31, č. 4. ISSN 0214-0039
- COLLINSOVÁ, Hilary, 2017. *Kreativní výzkum: Teorie a praxe výzkumu v oblasti tvůrčích odvětví*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav v Praze, 2017. ISBN 978-80-7008-386-4.
- COMPELO, 2021. *Doing business in the UK: Why Britain is great for the creative industries* [online]. 2021 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: <https://creative.compelo.com/what-will-you-discover-in-the-british-creative-economy/>
- COOKE, Philip, 2004. Competitiveness as cohesion: Social capital and the knowledge economy. In: *City Matters: Competitiveness, Cohesion and Urban Governance*. Bristol: Policy Press, 2004. ISBN 9781861344458.
- CORNER, J., 2000. Influence: The Contested Core of Media Research. In: *Mass media and society*. Londýn: Arnold, 2000. ISBN 0340732016.
- CREATIVE INDUSTRIES COUNCIL UK, 2014. *Create UK. Creative Industries Strategy* [online]. 2014 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: https://www.thecreativeindustries.co.uk/media/243587/cic_report_final-hi-res-.pdf
- CREATIVE INDUSTRY FORUM, 2015. *O nás* [online]. 2015. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: <http://www.ciforum.sk/o-nas/>
- CREATIVE INDUSTRY KOŠICE, 2021. *Čo je CIKE* [online]. 2021. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: <https://www.cike.sk/co-je-cike/>
- CROUCH, G. I. a J. R. B. RITCHIE, 2003. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Cambridge: CABI Publishing, 2003. ISBN 0851996647.
- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly, 2013. *Creativity: The Psychology of Discovery and Invention*. New York: Harper Perennial, 2013. ISBN 978-0062283252.
- CVTI SR, 2022. *Štatistická ročenka - vysoké školy* [online]. 2022. [cit. 2022-04-11]. Dostupné na: https://www.cvtisr.sk/cvti-sr-vedecka-kniznica/informacie-o-skolstve/statistiky/statisticka-rocenka-publikacia/statisticka-rocenka-vysoke-skoly.html?page_id=9596
- ČERNOUŠEK, L., 1996. Kreativita. In: *Velký sociologický slovník I*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-164-1.
- ČOREJOVÁ, Tatiana a kol., 2015. *Dimenzie kreatívnych odvetví v žilinskom regióne*. Žilina: UNIZA/EDIS – vydavateľské centrum, 2015. ISBN 978-80-554-1085-2.
- DACEY, John S. a Kathleen H. LENNON, 2000. *Kreativita*. Praha: Garda Publishing, 2000. ISBN 80-7169-903-9.
- DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA & SPORT, 1998. *Creative Industries Mapping Documents 1998* [online]. 1998 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA & SPORT, 2001. *Creative Industries Mapping Documents 2001* [online]. 2001 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na:

<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>

DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA & SPORT, 2004. *Culture at the Heart of Regeneration*. Londýn: DCMS, 2004

DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA & SPORT, 2013. *Classifying and Measuring the Creative Industries* [online]. 2013 [cit. 2022-05-25]. Dostupné na:

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/203296/Classifying_and_Measuring_the_Creative_Industries_Consultation_Paper_April_2013-final.pdf

DEPARTMENT FOR CULTURE MEDIA & SPORT, 2016. *Creative Industries Economic Estimates* [online]. 2016 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na:

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf

DERKA, Tomáš, [bez dátumu]. *Ekosystém vodného toku* [online]. [bez dátumu]. [cit. 2022-05-01]. Dostupné na: https://fns.uniba.sk/fileadmin/prif/biol/kek/hydrobio/Ekosystem_toku.pdf

DOREN, Kathleen Van, 2009. *Toponymic Guidelines for Map and Other Editors for International Use, Belgium* [online]. 2009 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na:

<https://unstats.un.org/unsd/geoinfo/UNGEGN/docs/25th-gegn-docs/wp%20papers/wp93-tgl%20belgium-april%202009.pdf>

DOUGLAS, Harper, 2021. *Culture* [online]. 2021 [cit. 2021-01-12]. Dostupné na:

<https://www.etymonline.com/word/culture>

DUNN, Tonny, [bez dátumu]. *Aesthetics and Politics: Raymond Williams' Marxism and Literature, Herbert Marcuse's The Aesthetic Dimension* [online]. [bez dátumu]. [cit. 2022-03-08]. Dostupné na:

<https://dlibrary.ittelkom-pwt.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=365&bid=7385>

EURACTIV, 2016. *Kreatívna ekonomika* [online]. 2016 [cit. 2021-01-13]. Dostupné na:

<https://euractiv.sk/section/veda-a-inovacie/linksdossier/kreativna-ekonomika-000310/>

EURACTIV, 2016. *Význam humanitných vied sa nedá vtesnať do ekonomických parametrov* [online]. 2016 [2021-01-20]. Dostupné na: <https://lnk.sk/pzQ9>

EUROEKONÓM.SK, 2019. *Konkurencieschopnosť a vplyv inovácií na konkurencieschopnosť* [online]. 2000 [cit. 2021-01-26]. Dostupné na: <https://www.euroekonom.sk/konkurencieschopnost-a-vplyv-inovacii-na-konkurencieschopnost/>

EUROPEAN COMMISSION, [bez dátumu]. *Ekosystém na podporu umelcov* [online]. [bez dátumu]. [cit. 2022-05-01]. Dostupné na: <https://culture.ec.europa.eu/sk/policies/selected-themes/ekosystem-na-podporu-umelcov>

EUROPEAN COMMISSION, 1999. *The Sixth Periodic Report on the Regions*. Brusel: European Communities, 1999. ISBN 92-828-6817-6.

EUROPEAN COMMISSION, 2003. *European Competitiveness Report 2003*. Brusel: European Communities, 2003. ISBN 92-894-6305-8.

EUROPEAN COMMISSION, 2012. *ESSnet-CULTURE. European Statistical System Network on Culture (Final report)* [online]. 2012 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na:

https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf

EUROPEAN COMMISSION, 2021. *Cultural and creative sectors* [online]. 2021 [cit. 2021-01-13]. Dostupné na: <https://ec.europa.eu/culture/sectors/cultural-and-creative-sectors>

- EURÓPSKA KOMISIA, 2010. *Zelená kniha. Uvoľňovanie potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu* [online]. 2010 [cit. 2021-01-13]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/sk/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef/language-sk>
- EURÓPSKA KOMISIA, 2020a. *Čo je to Európske hlavné mesto kultúry?* [online]. 2020 [cit. 2021-01-28]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/slovakia/news/europske_hlavne_mesto_kultury_sk
- EURÓPSKA KOMISIA, 2020b. *European Capitals of Culture* [online]. 2020 [cit. 2021-01-28]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/slovakia/sites/default/files/eu_mesto_kultury.pdf
- EUROVISION.TV, 2020. *Facts & Figures* [online]. 2020 [cit. 2021-01-20]. Dostupné na: <https://eurovision.tv/about/facts-and-figures>
- EVANS, Graeme a Phyllida SHAW, 2004. *The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: a Review of Evidence, a Report to the Department for Culture Media and Sport* [online]. 2004 [cit. 2020-11-24]. Dostupné na: <http://scholars-on-bilbao.info/fichas/EvansShaw2004.pdf>
- EY, 2015. *Cultural times. The first global map of cultural and creative industries* [online]. 2015 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf
- EY, 2021. *Obnova Európy. Kultúrna a kreatívna ekonomika pred a po COVID-19. Zhrnutie štúdie* [online]. 2021 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: https://1761b814-bfb6-43fc-9f9a-775d1abca7ab.filesusr.com/ugd/4b2ba2_e039b158f0a1465ba6c86f70bb9bd796.pdf
- FLEW, Terry, 2017. *Cultural and Creative Industries* [online]. 2017 [cit. 2021-01-13]. Dostupné na: <https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0188.xml>
- FLORIDA, Richard a Irene TINAGLI, 2004. *Europe in Creative Age* [online]. 2004 [cit. 2021-01-12]. Dostupné na: <https://www.demos.co.uk/files/EuropeintheCreativeAge2004.pdf>
- FLORIDA, Richard, 2002. *The Rise of the Creativity Class: And How It's Transforming Work. Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002. ISBN 9780465024773.
- FRANKEN, Robert E., 1994. *Human Motivation*. Londýn: Brooks/Cole Publishing Company, 1994. ISBN 9780534156121.
- FRANKOVÁ, Marta, 2016. *Kultúrny a kreatívny priemysel* [online]. 2016 [cit. 2021-02-04]. Dostupné na: <http://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/kreativny-priemysel-165.html>
- FREITAS, Marcello de Souza, 2018. The Creative Cultural Industry: The Production of Concepts in the Process of Commodification of Culture and its Impact. In: *Journal of Creative Industries and Cultural Studies*. 2018, roč. 2. ISSN 5-607727-158028 00002.
- GAVORA, Peter, 1999. *Akí sú moji žiaci? Pedagogická diagnostika žiaka*. Bratislava: Práca, 1999. ISBN 80-7094-335-1.
- GAVORA, Peter, 2010. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2010. ISBN 978-80-7315-185-0.
- GORDON, I.R. a P. MCCANN, 2000. Industrial Clusters: Complexes, Agglomeration and/or Social Networks? In: *Urban Studies*. 2000, roč. 37, č. 3.
- ROSENFELD, S.A., 1997. Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development. In: *European Planning Studies*. 1997, roč. 5, č. 1.

- GOVERNMENT AUSTRALIA, 2020. *COVID-19 update* [online]. 2020 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: <https://www.arts.gov.au/covid-19-update>
- GRIFFEY, Harriet, 2018. *Chcem naštartovať kreativitu*. Bratislava: Ikar, 2018. ISBN 9788055161471.
- HANSEN, Høgni Kalsø a Thomas NIEDOMYSL, 2009. Migration of the creative class: evidence from Sweden. In: *Journal of Economic Geography*. 2009, roč. 9, č. 2
- HARTL, P. a H. HARTLOVÁ, 2000. *Psychologický slovník*. Praha: Portál, 2000. ISBN 9788026208730.
- HARTLEY, John, 1996. *Popular reality: Journalism, modernity, popular culture*. Londýn: Arnold, 1996. ISBN 9780340662946.
- HARTLEY, John, 2005. *Creative Industries*. New Jersey: Wiley-Blackwell, 2005. ISBN 978-1405101479.
- HARTLEY, John, 2007. The evolution of the creative industries – Creative clusters, creative citizens and social network markets. In: *Proceedings Creative Industries Conference*. 2007.
- HARTLEY, John, 2008. *Television truths: Forms of knowledge in popular culture*. New Jersey: Wiley-Blackwell, 2008. ISBN 978-1405169790.
- HAVLÍKOVÁ, Helena, 2007. *Do kina na Metropolitní operu* [online]. 2007. [cit. 2020-11-16]. Dostupné na: https://www.lidovky.cz/noviny/do-kina-na-metropolitni-operu.A071114_000099_in_noviny_sko
- HENG, T. M. a kol., 2003. *Economic Contributions of Singapore's Creative Industries* [online]. 2003. [cit. 2022-05-25]. Dostupné na: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.577.5794&rep=rep1&type=pdf>
- HERBERT, Daniel; Amanda LOTZ a Aswin PUNATHAMBEKAR, 2020. *Media Industry Studies*. Cambridge: Polity, 2020. ISBN 978-1509537778.
- HESMONDHALGH, David, 2013. *The Cultural Industries*. 3. vyd. Londýn: Sage Publications, 2013. ISBN 9781446209257.
- HESMONDHALGH, David, 2018. *The Cultural Industries*. 4. vyd. Londýn: Sage Publications, 2018. ISBN 9781526424105.
- HIGGS, Peter L. a Sasha LENNON, 2011. *Australian Creative Employment in 2011 - applying the NESTA Dynamic Mapping definition methodology to Australian Classifications* [online]. 2011 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: <https://eprints.qut.edu.au/92726/1/Applying%2BNESTA%27s%2Bdefinition%2Bto%2BAustralian%2BCensus%2BData.pdf>
- HKU, 2010. *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries*. Utrecht: Hogeschool vor de Kunsten Utrecht, 2010. ISBN 978-90-817243-1-9.
- HM TREASURY, 2004. *Devolving Decision Making: Meeting the Regional Economic Challenge – Increasing Regional and Local Flexibility*. Londýn: HM Treasury, 2004
- HOLDEN, J., 2007. *Publicly-funded Culture And the Creative Industries*. London: Demos, 2007. ISBN 978-0-7287-1352-9.
- HORŇÁK, P., 1997. *Abeceda reklamy*. Bratislava: Grafosit, 1997. ISBN 8096770179.
- HOSPERS, Gert-Jan, 2003. Creative cities in Europe: Urban competitiveness in the knowledge economy. In: *Intereconomics*,. 2003, roč. 38, č. 5. ISSN 0020-5346.

- HOWKINS, John, 2001. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Londýn: Penguin, 2001. ISBN 9780141910239.
- HOWKINS, John, 2009. *Creative Ecologies: Where Thinking Is a Proper Job*. London: Routledge, 2009. ISBN 9781412814287.
- HOWKINS, John, 2013. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin UK, 2013. ISBN 978-0141977034.
- HOWKINS, John, 2021. *About* [online]. 2021 [cit. 2021-01-15]. Dostupné na: <http://johnhowkins.com/#biographylink>
- HUOVARI, J. et al, 2001. *Constructing an index for regional competitiveness*. Helsinki : Pellervo Economic Research Institute, 2001. ISBN 952-5299-38-4.
- CHAPAIN, Caroline a Dominique SAGOT-DUVAUROUX, 2020. Cultural and creative clusters—a systematic literature review and a renewed research agenda In: *Urban Research & Practice*, 2020, roč. 13, č. 3.
- CHIU, Yin-Hao a kol., 2019. Culture-led urban regeneration strategy: an evaluation of the management strategies and performance of urban regeneration stations in Taipei City In: *Habitat International*, 2019, č. 86. ISSN 0197-3975.
- CHROMÝ, Pavel, 2008. Regiony v proměnách času a prostoru. Úvod o metodických přístupech nové regionální geografie. In: *Miscellanea Geographica*. 2008, roč. 14
- INTERREG EUROPE, 2020. *Timisoara 2021 potentially postponed to 2023* [online]. 2021 [cit. 2021-01-28]. Dostupné na: <https://www.interregeurope.eu/ecoc-sme/news/news-article/9271/timisoara-2021-potentially-postponed-to-2023/>
- JAUROVÁ, Zora, 2013. Kreativne mestá. In: *Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku II*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav v Praze, 2013. ISBN 978-80-7008-274-4.
- JAUROVÁ, Zora, 2020. *Ako zasiahla pandémia (nielen) kreatívny priemysel a čo s tým?* [online]. 2020 [cit. 2021-02-04]. Dostupné na: <https://dennikn.sk/1875783/ako-zasiahla-pandemia-nielen-kreativny-priemysel-a-co-s-tym/>
- JAUROVÁ, Zora. 2021. *Obnova Slovenska s kultúrou nepočíta* [online]. 2021 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: <https://dennikn.sk/2223563/obnova-slovenska-s-kulturou-nepocita/>
- JAVORSKÁ, Jana, 2013. *Kreatívna ekológia* [online]. 2013. [cit. 2022-05-01]. Dostupné na: <http://ikp.sk/kreativna-ekologia/>
- JEFFCUTT, Paul, PICK, John a Robert PROTHEROUGH, 2000. Culture and Industry: Exploring the Debate. In: *Studies in Cults., Orgs. And Socs.*, 2000, roč. 6. ISSN 1024-5286.
- JOHNSON, Steven, 2011. *Where Good Ideas Come From*. New York: Riverhead Books, 2011. ISBN 9781594485381.
- KAČALA, J.; M. PISÁRČIKOVÁ a M. POVAŽAJ, 2003. *Krátký slovník slovenského jazyka*. 4. dopl. a upr. vyd. Bratislava: Veda. ISBN 80-224-0750-X.
- KAČÍRKOVÁ, M, 2017. *Kreativita v kontexte znalostnej spoločnosti*. Bratislava: Ekonomický ústav SAV, 2017. ISSN 1337-5598.
- KAPOS, 2019. *Prenosy z Metropolitnej opery 2019-2020* [online]. 2019. [cit. 2020-11-16]. Dostupné na: <http://www.kapos.sk/sk/prenosy-z-metropolitnej-opery-2019-2020/>

- KEA, 2006. *The Economy Of Culture In Europe* [online]. 2006 [cit. 2021-01-13]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
- KENT, Chloe, 2019. *Creative industries and the UK economy: a success story* [online]. 2019 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: <https://www.newstatesman.com/spotlight/skills/2019/05/creative-industries-and-uk-economy-success-story>
- KLASTER LIPTOV, 2011. *KLACR – Moravskoslezský region* [online]. 2011. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: <http://navstivmesusedov.sk/sk/klacr-moravskoslezsky-region.html>
- KLOUDOVÁ, J. a kol., 2010: *Kreativní ekonomika. Trendy, výzvy, příležitosti*. Praha: Grada Publishing, 2010. ISBN 978-80-247-3608-2.
- KLOUDOVÁ, J. a kol., 2010. *Kreativní ekonomika. Vybrané ekonomické, právní, masmediální a informatizační aspekty*. Bratislava: EUROKÓDEX, 2010. ISBN 9788089447206.
- KORTIŠOVÁ, Petra, 2014. *Zmapovanie kreatívnych odvetví na Slovensku: [bakalárska práca]*. Žilina: UNIZA, 2014.
- KOTLER, P., 1982. *Marketing-Management: Analyse, Planung und Kontrolle*. 4. edit. Stuttgart: Poeschel, 1982. ISBN 9783791003375.
- KOTLER, P., 2007. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. ISBN 9788024715452.
- KOTLER, P.; C. ASPLUND, I. REIN, H.D. HAIDER, 1999. *Marketing Places Europe: How to Attract Investments, Industries, Residents and Visitors to Cities, Communities, Regions and Nations in Europe*. Harlow: Financial Times Prentice Hall, 1999. ISBN 9780273644422.
- KOTLER, P.; P. HAIDER a I. REIN, 1993. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States, and Nations*. New York: The Free Press, 1993.
- KOVÁČ, Vladimír, 2008. *Ekológia: Učebné texty* [online]. 2008. [cit. 2022-05-01]. Dostupné na: <https://www.ekologiauk.sk/wp-content/uploads/2017/02/Ekologia-UT-2008.pdf>
- KRAFTOVÁ, I., 2008. Model hodnocení regionu na bázi vícekritériálního váženého rankingu. In: *Národná a regionálna ekonomika VII* [CD]. Košice: Technická univerzita, 2008. ISBN 978-80-553-0084-9.
- KRAUS, Marcel, 2012. *Kreativní průmysl v Rakousku*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav v Praze, 2012. ISBN 978-80-7008-282-9.
- KREATIVNÍ ZLÍN, 2021. *Zlínský kreativní klastr* [online]. 2021. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: <http://kreativnizlin.cz>
- KRUGMAN, Paul, 1994. Competitiveness- A Dangerous Obsession. In: *Foreign Affairs*, 1994, roč. 73, č. 2
- LANCASTER UNIVERSITY, 2021. *The Work Foundation* [online]. 2021 [cit. 2021-01-15]. Dostupné na: <https://www.lancaster.ac.uk/work-foundation/about-us/>
- LANDRY, Charles a Franco BIANCHINI, 1995. *The Creative City*. London: Demos, 2007. ISBN 9781898309161.
- LANDRY, Charles, 2000. *The creative city: a toolkit for urban innovators*. London: Earthscan Publications Ltd., 2000. ISBN 9781853836138.
- LANDRY, Charles, 2019. *Advanced Introduction to the Creative City*. Glos: Edward Elgar Publishing Limited, 2019. ISBN 9871788973489.

- LAZZARO, Elisabetta a Jean-Gilles LOWIES, 2014. *Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles* [online]. 2014 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na: http://start-invest.be/IMG/pdf/iweps_ulb_rapport_final_icc.pdf
- LAZZERETTI, R. Boix a F. CAPONE, 2009. Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of clustering of creative industries. In: *DRUID Summer Conference*. 2009.
- LÄHDESMÄKI, Tuuli, 2013. Impacts of the European Capital of Culture Designation and the Regeneration of City Spaces. In: *Interculturalism, Meaning and Identity*. Leiden: Brill Publishers, 2013. ISBN 978-1-84888-159-4.
- LEHEČKOVÁ, Eva, 2013. Lingvistické poznámky k terminologii kulturních a kreativních průmyslů. In: *Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku II*. Praha. Institut umění – Divadelní ústav v Praze, 2013. ISBN 978-80-7008-274-4.
- LOBELL, Kylie Ora, 2018. *What Is Creativity? Defining the Skill of the Future* [online]. 2018 [cit. 2021-01-12]. Dostupné na: <https://www.livescience.com/21478-what-is-culture-definition-of-culture.html>
- LUBART, Todd, 2019. Creativity: An Overview of the 7C's of Creative Thought. In: *The Psychology of Human Thought: An Introduction*. Heidelberg: Heidelberg University Publishing, 2019. ISBN: 978-3947732340.
- MACQUARIE UNIVERSITY, 2021. *David Throsby* [online]. 2021 [cit. 2021-01-14]. Dostupné na: <https://researchers.mq.edu.au/en/persons/david-throsby>
- MADUDOVÁ, Emília, 2015. Teoretické východiská vymedzenia kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike. In: *Pošta, Telekomunikácie a Elektronický obchod*, roč. 10, č. 1 [online]. 2015 [2022-05-31]. ISSN 1336-8281. Dostupné na: <https://drepo.uniza.sk/bitstream/handle/hdluniza/81/pte.C.2015.1.4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- MAJEROVÁ, Jarmila, 2018. Digitálne humanitné vedy. In: *MKD revue o nových médiách a kultúrnom dedičstve*, roč. 5, č. 2 [online]. 2018 [2021-01-20]. ISSN 1339-777X. Dostupné na: https://fhv.uniza.sk/mkd_revue/02_2018/02_2018_majerova.pdf
- MARCUSE, Herbert, 1964. *One-Dimensional Man*. Boston: Beacon, 1964, 2. vyd. ISBN 0-415-07429-0.
- MARCHAND, Nathalie, 2016. *FROM POLICY LEARNING TO POLICY BY DOING - A TOOLBOX FOR EU REGIONS* [online]. 2016 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na: <https://ebn.eu/index.php?lnk=K2tiZmlkaWp5MVZzVWF6SzFUWkpHOEl2ZXUrQWV3WFR0UGRyYUNBZW51QT0=>
- MARKUSEN, A., G. H. WASSALL, D. DENATALE A R. COHEN, 2008. Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches. In: *Economic Developmnet Quarterly*, 2008, roč. 22, č. 1.
- MARKUSEN, Ann, 2014. Creative Cities: A 10-year research agenda In: *Journal of Urban Affairs*, 2014, č. 36.
- MARTINČO, Matej, 2021. *Žilina postúpila do finále projektu Európske hlavné mesto kultúry 2026* [online]. 2021 [cit. 2021-02-17]. Dostupné na: <https://myzilina.sme.sk/c/22590250/zilina-postupila-do-finale-projektu-europske-hlavne-mesto-kultury-2026.html>
- MATLOVIČ, R., 2010. Teória regiónov a regionalizácie. In: *Regionálny rozvoj pre geografov*. Prešov: Prešovská univerzita, 2010. ISBN 978-80-555-0065-2.

MAURIZIO, Carta, 2007. *Creative City: Dynamic, Innovations, Actions*. Barcelona: LISt Laboratorio editoriale, 2007. ISBN 978-88-95623-03-0.

MAZUREKOVÁ, Marica, 2013. Zvyšovanie konkurencieschopnosti regiónu na základe uplatňovania inovatívnych prístupov k marketingu – Branding Niagara Region. In: *XVI. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách* [online]. 2013. Dostupné na https://www.econ.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/4884317/41725568/49_2013.pdf

MCCARTHY, John, 2006. Regeneration of cultural quarters: public art for place image or place identity? In: *Journal of Urban Design*, 2006, roč. 11, č. 2. ISSN 669-674.

MCI, 2002. *Creative Industries Development Strategy* [online]. 2002 [cit. 2022-05-25]. Dostupné na: <https://www.mci.gov.sg/-/media/mcicorp/doc/ercsubcommitteeoncreativeindustriesdevelopmentstrategy.ashx>

MENGI, Onur a Koray VELIBEYOGLU, 2013. Wedding wear cluster in Izmir: How does the Creative Knowledge Ecosystem self-operate? In: *Proceedings of the 6th Knowledge Cities World Summit (KCWS)*. 2013.

MF SR, 2020. *Plán obnovy a odolnosti SR* [online]. 2020 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: https://www.mfsr.sk/files/archiv/89/Plan_obnovy_Slovenska.pdf

MH SR, 2020. *Dotácia pre oblasť kultúry a kreatívneho priemyslu* [online]. 2020 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: <https://www.mhsr.sk/koronavirus/dotacia-kultura>

MIEGE, Bernard, 1989. *The Capitalization of Cultural Production*. Amsterdam: International General, 1989. ISBN 978-0884770251.

MILES, Steve a Ronan PADDISON, 2005. Introduction: the rise and rise of culture-led urban regeneration In: *Urban Studies*, 2005, roč. 42, č. 5. ISSN 0042-0980.

MK SR a MH SR, 2014. *Stratégia rozvoja kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike* [online]. 2019 [cit. 2021-02-04]. Dostupné na: <https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2019/12/strategia.pdf>

MK SR, 2020. *Výzva na podávanie prihlášok do akcie únie „Európske hlavné mesto kultúry“ v Slovenskej republike na rok 2026* [online]. 2020 [cit. 2021-01-28]. Dostupné na: https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2020/02/SK_FINAL_Vyzva_17122019-1.pdf

MK SR, 2021. *Vyhlasenie postupujúcich miest do konečnej fázy výberu EHMK – Slovensko 2026* [YouTube]. 2021 [cit. 2021-02-17]. Dostupné na: <https://www.youtube.com/watch?v=9cNWpUuqzew>

MOČKOVÁ, Jana, 2021. *Plán obnovy ráta v kultúre len s opravou pamiatok, na reformy si má rezort kultúry najst' peniaze inde* [online]. 2021 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: <https://dennikn.sk/2225898/plan-obnovy-rata-v-kulture-len-s-opravou-pamiatok-na-reformy-si-ma-rezort-kultury-najst-peniaze-inde/>

MOMMAAS, Hans, 2009. Spaces of culture and economy: mapping the cultural-creative cluster landscape In: *Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives*, 2009. ISBN 978-90-481-8226-8.

MONTGOMERY, John, 2013. Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration. Part 1: Conceptualising cultural quarters In: *Planning, Practice & Research*, 2013, roč. 18, č. 4. ISSN 0269-7459.

MOORE, Ieva, 2014. Cultural and Creative Industries concept – a historical perspective. In: *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014, roč. 110. ISSN 1877-0428.

- MYERSCOUGH, J., 1988. *The Economic Importance of the Arts in Britain*. Londýn: Police Study Institute, 1988.
- NAMÝSLAK, Beata, 2016. Creative clusters in Poland. In: *Barometr Regionalny*. 2016, roč. 32 , č. 2.
- NEWBIGIN, John, 2014. *What is the creative economy?* [online]. 2014 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/what-creative-economy/>
- NIEDOMYSL, T. a M. JONASSON, 2012. Towards a theory of place marketing. In: *Journal of Place Management and Development* vol. 5. Bingley: Emerald Group Publishing Limited, 2012. ISSN 17538335.
- NOIE, 2003. *Creative Industries Cluster Study*. Austrália: Department of Communications of Australia, 2003.
- O'CONNOR, Justin, 2010. *The cultural and creative industries*. 2. vyd. Londýn: Arts Council England, 2010. ISBN 978-1-907264-05-4.
- ORLOVÁ, Dominika a Matej SOMR, 2020. Digitálne humanitné vedy, kultúrne dedičstvo a kreatívny priemysel: Prienik oblastí v činnostiach Katedry mediamatiky a kultúrneho dedičstva slúžiacich na jej propagáciu. In: *QUO VADIS MASSMEDIA* [online]. 2020 [2021-01-20]. ISBN 978-80-572-0053-6. Dostupné na: https://fmk.sk/download/Quo_Vadis_Massmedia_2020.pdf
- ORLOVÁ, Dominika a Matej SOMR, 2022. Znalostný manažment a kultúrny a kreatívny priemysel. In: *Knížnica*, roč. 23, č. 1 [online]. 2022 [2022-05-28]. ISSN 1336-0965. Dostupné na: https://www.snk.sk/images/Edicna_cinnost/Casopis_Kniznica/2022/casopis_Kniznica_01_2022_komp let.pdf
- PAMIATKOVÝ ÚRAD SR, 2020. *Register NKP – tabuľkové zoznamy* [online]. 2020 [cit. 2022-03-18]. Dostupné na: <http://www.pamiatky.sk/sk/page/register-nkp-tabulkove-zoznamy>
- PAMIATKOVÝ ÚRAD SR, 2022. *Evidencia národných kultúrnych pamiatok na Slovensku* [online]. 2022 [cit. 2022-4-24]. Dostupné na: <http://www.pamiatky.sk/sk/page/evidencia-narodnych-kulturnych-pamiatok-na-slovensku>
- PARTNERS FOR LIVABLE COMMUNITIES, 2020. *History of Partners* [online]. 2020. [cit. 2020-12-08]. Dostupné na: <http://www.livable.org/about-us/mission-a-history/history-of-partners>
- PATRICK, Holly a Chris ELSDEN, 2020. *How coronavirus has hit the UK's creative industries* [online]. 2014 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: <https://theconversation.com/how-coronavirus-has-hit-the-uks-creative-industries-147396>
- PAULOV, J., 2012. Základné paradigmy v rozvoji geografie ako vedy: pokus o stručnú identifikáciu. In: *Geografický časopis*. 2012, roč. 64, č. 2
- PORTER, M. E., 2008. *On competition*. Boston: Harvard Business School , 2008. ISBN 9781422126967.
- PORTER, M.E., 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, 1990. ISBN 978-0333518045.
- PORTER, Michael E., 2004. Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Business Competitiveness Index. In: *The Global Competitiveness Report 2003-2004*. Oxford: Oxford University Press, 2004. ISBN 978-0195173604.
- PORTER, Michael E., 2008. *On Competition*. Brighton: Harvard Business Press, 2008. ISBN 9781422126967.

- POWER, Dominic a Allen SCOTT, 2011. *Cultural Industries and the Production of Culture (Routledge Studies in International Business and the World Economy)*. London: Routledge, 2011. ISBN 978-0415511315.
- PRATT, Andy C., 2008. Creative cities: the cultural industries and the creative class. In: *Geografiska annaler: Series B - Human geography*. 2008, roč. 90, č. 2.
- PROTHEROUGH, Robert, 1999. Is Culture and Industry? In: *The Kenyon Review*, 1999, roč. 21, č. 3. ISSN 0261-3077.
- RAMCHANDANI, Naresh, 2021. *Creativity is in crisis – we need the power of young minds to tackle social inequality* [online]. 2021 [cit. 2021-01-22]. Dostupné na: <https://www.independent.co.uk/voices/covid-climate-change-inequality-b1787869.html>
- REGULI, Martin a Daniela PIRŠELOVÁ, 2015. *Kreatívny priemysel (diskusia)* [Televízia TA3]. 2015 [cit. 2021-01-13]. Dostupné na: <https://www.ta3.com/clanok/1072653/kreativny-priemysel.html>
- RUČINSKÁ, Silvia, 2008. Konkurencieschopnosť regiónov s dôrazom na inovácie. In: *Transfer inovácií*, 2008, č. 12
- RUSIŇÁKOVÁ, Barbora, 2018. *Čo sú klastre a prečo sú dôležité pre slovenskú inovatívnu ekonomiku?* [online]. 2018. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: <https://dennikn.sk/blog/1237620/co-su-klastre-a-preco-su-dolezite-pre-slovensku-inovativnu-ekonomiku/>
- SABRY, Nader a Growth, HACKING, 2018. *Top innovation clusters of the world* [online]. 2018. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: <https://nadersabry.medium.com/top-innovation-clusters-of-the-world-3c9f9de27561>
- SASÁKOVÁ, Melinda, 2015. *Prioritná os 3: kreatívny priemysel* [online]. 2015 [cit. 2021-02-04]. Dostupné na: https://web.vucke.sk/files/dokumenty/pub/regionalny_rozvoj/rius/konferencia-2015jan/prioritna_os_3_kreativny_priemysel.pdf
- SELWOOD, S., 2006. A Part to Play? The Academic Contribution to the Development of Cultural Policy in England. In: *International Journal of Cultural Policy*, 2006, roč. 12, č. 1.
- SGS ECONOMICS & PLANNING, 2013. *Valuing Australia's Creative Industries* [online]. 2013 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: https://www.sgsep.com.au/assets/main/Valuing-Australias-Creative-Industries-Final-Report-December-2013_Email.pdf
- SCHWEIGER, Wolfgang a Hans-Bernd BROSIUS, 2003. *Eurovision Song Contest – beeinflussen Nachrichtenfaktoren die Punktvergabe durch das Publikum?* [online]. 2003 [cit. 2021-01-20]. Dostupné na: https://pdfs.semanticscholar.org/df76/25bd98b4406fbdfbca816f65e2352ecb5cd9.pdf?_ga=2.59520749.1395475976.1611137504-1382526522.1611137504
- SILVIA, P.; A. CHRISTENSEN a K. COTTER, 2016. Commentary: The development of creativity - ability, motivation, and potential. In: *Perspective on creativity development. New directions for Child and Adolescent Development*. 2016
- SITA, 2020. *Platforma pre kultúrny a kreatívny priemysel bude diskutovať* [online]. 2020 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: <https://kultura.pravda.sk/festivaly/clanok/571455-na-platforme-pre-kulturny-a-kreativny-priemysel-sa-bude-diskutovat/>
- SKUTIL, Martin a kol., 2011. *Základy pedagogicko-psychologického výzkumu pro studenty učitelství*. Praha: Portál, 2011. ISBN 9788073677787.
- SLOVÁCI VO SVETE, 2009. *Metropolitná opera aj na Slovensku* [online]. 2009. [cit. 2020-11-16]. Dostupné na: <http://www.slovacivosvete.sk/1065/metropolitna-opera-aj-na-slovensku.php>

SLOVENSKÁ INOVAČNÁ A AENERGETICKÁ AGENTÚRA, 2020. *Klastrové iniciatívy pôsobiace na Slovensku* [online]. 2020. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: <http://uksk.sk/stranka-2/stranka22/>

SMITH, Korydon; Kelly Hayes MCALONIE a Rebecca ROTUNDO, 2020. *Why being stuck at home – and unable to hang out in cafes and bars – drains our creativity* [online]. 2020 [cit. 2021-01-22]. Dostupné na: <https://theconversation.com/why-being-stuck-at-home-and-unable-to-hang-out-in-cafes-and-bars-drains-our-creativity-150929>

SÖNDERMANN, M., 2007. Kulturwirtschaft und Creative Industries in Deutschland. In: *Kultur- und Kreativwirtschaft in Europa 2007 - Jahrbuch Kulturwirtschaft*. Berlín: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit, 2007

SOZA, 2021. *Nevyužitý potenciál kultúrneho a kreatívneho priemyslu* [online]. 2021 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: <https://moja.soza.sk/magazin/348/nevyuzity-potencial-kulturneho-a-kreativneho-priemyslu>

STACHOWIAK, Krzysztof, 2015. Problemy metodologiczne badania sektora kreatywnego. In: *Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna*, 2015, roč. 30. ISSN 2353-1428.

STOJÍMEPRIKULTÚRE.SK, 2020. *Celoslovenský prieskum dopadu koronavírusu na kultúru* [online]. 2020 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: <https://stojimeprikulture.sk/prieskum/>

ŠIMKOVIČ, Jakub, 2016. *Kreatívny priemysel v Európe a na Slovensku* [online]. 2016 [cit. 2021-02-04]. Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/veda-a-inovacie/linksdossier/kreativny-priemysel-v-europe-na-slovensku/>

ŠSTATISTICKÝ ÚRAD SR, 2007. *Štatistická klasifikácia ekonomických činností SK NACE Rev. 2* [online]. 2007 [cit. 2022-05-25]. Dostupné na: https://www.financnasprava.sk/_img/pfsedit/Dokumenty_PFS/Podnikatelia/Clo_obchodny_tovar/EOR/I/StatistickaKlasifikaciaEkonomickychCinnosti.pdf

ŠSTATISTICKÝ ÚRAD SR, 2022a. *Sčítanie obyvateľov, domov a bytov 2021* [online]. 2012 [cit. 2022-04-10]. Dostupné na: https://www.scitanie.sk/?fbclid=IwAR23DyVXnQvhJ3KFYKmUOL0zRqA9lIevV6k4GIWJmwoAkwV5xquz_db6SD8

ŠSTATISTICKÝ ÚRAD SR, 2022b. *Cestovný ruch: Metodické vysvetlivky – vybrané ukazovatele* [online]. 2022 [cit. 2022-04-24]. Dostupné na: https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/themes/sectoral/tourism/metadata/!ut/p/z1/jZHNTsMwEIQfy_ePESZyjkzaOqUlj56fFF9QTigSFA-L5MSFIlAqne7P2m_XOLHHkSNz59DE9nd6n1_Pp2b8fXPo46pYXBRXYV0UKo20DS3cxSkYOM2Ay9Q3wxm6hetFKe8coWEKcbwtjTKfHEXKMKqiYSjTDAFTZog8A7vd43O9K31a1KYSIUD_l1LULNMA1zKBEvVgcxPHEPGsX90f_5TAbfrAgl_6qmsjkTNZbuze2-vLiHc6jQC66ANASC_TFb0HLvLjSQAopvPRjh064Op-V8BN_gOAC8d7IG5GQhdcm-HWQnaXKch64N5kASlzTVmR_gX4rvRXbJJ-k4xN3G4ZeXsZljpUpP4BDOs10w!/dz/d5/L2dJQSEvUUt3QS80TmxFL1o2X1ZMUDhCQjFBMEc3VDEwSU5OU1VWOFZT0gz/

TASR, 2021. *Laššáková: Absentujúca kultúra v pláne obnovy je zlyhaním Milanovej* [online]. 2021 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: <https://www.teraz.sk/kultura/l-lassakova-absentujuca-kultura/521976-clanok.html>

THE CENTER FOR ADVANCE RESEARCH ON LANGUAGE ACQUISITION, 2019. *What is Culture? CARLA's Definition* [online]. 2019. [cit. 2020-11-10]. Dostupné na: <https://carla.umn.edu/culture/definitions.html>

THELANDER, Asa a Cecilia CASSINGER, 2017. Brand New Images? Implications of Instagram Photography for Place Branding. In: *Media and Communications*. 2017, roč. 5, č. 4. ISSN 2183–2439.

THROSBY, David, 2001. *Economic and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 9780521586399.

TÓTHOVÁ, Roberta, 2020. *Zora Jaurová: Čo ostane, keď vypneme kultúru?* [online]. 2020 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: <https://kultura.pravda.sk/galeria/clanok/564982-zora-jaurova-co-ostane-keď-vypneme-kulturu/>

TPBO, 2016. *Richard Florida on Creative Cities and Economic Development (interview)* [online]. 2016 [cit. 2021-01-20]. Dostupné na: <https://placebrandobserver.com/richard-florida-interview/>

UK TRADE & INVESTMENT, 2014. *Creative nation. A guide to the UK's world-leading creative industries* [online]. 2014 [cit. 2021-01-18]. Dostupné na: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/859840/Creative-nation-guide-to-the-UKs-world-leading-creative-industries.pdf

UNCTAD, 2008. *Creative Economy: Report 2008*. Ženeva: UNCTAD, 2008. ISBN 978-0-9816619-0-2.

UNCTAD, 2010. *The Creative Economy Report. The Creative Economy: A Feasible Development Option* [online]. 2010 [cit. 2021-01-12]. Dostupné na: https://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf

UNCTAD, 2018. *Creative economy outlook* [online]. 2018. [cit. 2021-01-12]. Dostupné na: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf

UNESCO, 1972. *CONVENTION CONCERNING THE PROTECTION OF THE WORLD CULTURAL AND NATURAL HERITAGE* [online]. 1972 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na: <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf>

UNESCO, 2001. *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity*. Paríž: UNESCO.

UNESCO, 2007. *STATISTICS ON CULTURAL INDUSTRIES. Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects*. Bangkok: UNESCO Asia and Pacific Regional Bureau for Education, 2007. ISBN 92-9223-131-6.

UNESCO, 2018. *Investing in creativity* [online]. 2018 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na: https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/info-kit_brochure-final-en-web.pdf

UNESCO, 2020. *Creative economy and its role in building back better inclusive and peaceful societies* [online]. 2020 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na: <https://en.unesco.org/news/creative-economy-and-its-role-building-back-better-inclusive-and-peaceful-societies>

UNESCO, 2021. *What do we Mean by the Cultural and Creative industries* [online]. 2021 [cit. 2021-01-13]. Dostupné na: <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/What%20Do%20We%20Mean%20by%20CCI.PDF>

ÚNIA KLASTROV SLOVENSKA, 2021. *Členovia* [online]. 2021. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: <http://uksk.sk/stranka-2/stranka22/>

UNIVERSITY OF LEEDS, 2021. *David Hesmondhalgh* [online]. 2021 [cit. 2021-01-14]. Dostupné na: <https://ahc.leeds.ac.uk/media/staff/297/professor-david-hesmondhalgh>

UNIVERZITNÁ KNIŽNICA V BRATISLAVE, 2019. *Kreatívny priemysel na Slovensku* [online]. 2019 [cit. 2021-02-04]. Dostupné na: <https://profil.kultury.sk/sk/kreativny-priemysel-na-slovensku/>

- VADAS, Marek, 2021. *Kultúra vynechaná a pochovaná* [online]. 2021 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: <https://dennikn.sk/2254364/kultura-vynechana-a-pochovana/>
- VAN DIJK, M.P. a A. SVERISSON, 2003. Enterprise Clusters in Developing Countries: Mechanisms of Transition and Stagnation. In: *Entrepreneurship & Regional Development*. 2003, roč. 15, č. 3.
- VITURKA, M., 2004. *Hodnocení regionální kvality podnikatelského prostředí z pohledu inovačního potenciálu* [online]. 2004 [cit. 2021-01-26]. Dostupné na <http://147.232.5.246/ekf/nmnc/doc/Viturka.pdf>
- WALLONIE, 2015. *Wallonia European Creative District Project* [online]. 2015 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na: <https://archive.awt.be/web/wor/index.aspx?page=wor,fr,wec,eve,001>
- WECD, 2016. *From policy learning to policy learning by doing. A toolbox for EU regions* [online]. 2016. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/WECD001-Guide-FINAL.pdf
- WEF, 2019. *The global Competitiveness Report 2019*. Geneva: World Economic Forum, 2019. ISBN 978-2-940631-02-5.
- WILLIAMS, Richard, 1985. *Keywords. A Vocabulary of Culture and Society*. Oxford: Oxford University Press, 1985. ISBN 978-0195204698.
- WINKLER, Tomáš, 2017. Úvod do konceptu kreatívnych miest s dôrazom na teóriu Richarda Floridu. In: *Slovenský národopis*, roč. 65, č. 3 [online]. 2017 [2021-01-20]. Dostupné na: https://www.sav.sk/journals/uploads/1025191105%20sn3_2017%20-%20winkler.pdf
- WIPO, 2013. *MONETIZATION OF COPYRIGHT ASSETS BY CREATIVE ENTERPRISES* [online]. 2013 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/955/wipo_pub_955.pdf
- WIPO, 2017. *How to Make a Living in the Creative Industries* [online]. 2017 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_cr_2017_1.pdf
- WIPO, 2021. *About WIPO* [online]. 2021 [cit. 2021-01-19]. Dostupné na: <https://www.wipo.int/about-wipo/en/>
- WOOD, Phil a Charles LANDRY, 2007. *The Intercultural City: Planning for Diversity Advantage*. London: Earthscan Publications Ltd., 2007. ISBN 978-1844074365.
- WORK FOUNDATION, 2007. *Staying Ahead. The Economic Performance of the UK's Creative Industries*. 2007.
- ZARYCKI, T., 2007. History and regional development. A controversy over the 'right' interpretation of the role of history in the development of the Polish regions. In: *Geoforum*. 2007, roč. 38, č. 3
- ZELINSKÝ, Miroslav a kol., 2012. *Teorie a praxe kulturních průmyslů*. Bratislava: EUROKÓDEX, s. r. o. a Paneurópska vysoká škola, 2012. ISBN 978-80-89447-83-1.
- ZHAI, Binqing a MeeKam NG, 2013. Urban regeneration and social capital in China: A case study of the Drum Tower Muslim District in Xi'an In: *Cities*, 2013, č. 35. ISSN 0264-2751.
- ZIMMERMANN, Kim Ann, 2017. *What Is Culture?* [online]. 2017 [cit. 2021-01-12]. Dostupné na: <https://www.livescience.com/21478-what-is-culture-definition-of-culture.html>
- ZMOS, 2020. *Platforma pre kultúrny a kreatívny priemysel* [online]. 2020 [cit. 2021-02-08]. Dostupné na: <https://www.zmos.sk/platforma-pre-kulturny-a-kreativny-priemysel-oznam/mid/405616/.html>

ZMOS, 2021. *Rok 2021 bude bez Európskeho hlavného mesta kultúry* [online]. 2021 [cit. 2021-01-28]. Dostupné na: <https://www.zmos.sk/rok-2021-bude-bez-europskeho-hlavneho-mesta-kultury--oznam/mid/405616/.html>

ŽÁK, P., 2004. *Kreativita a její rozvoj*. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 8025104575.

Predkladateľ: Mgr. Matej Somr
Žilinská univerzita v Žiline
Fakulta humanitných vied
Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva

Školiteľ: prof. PhDr. Mária Bátorová, DrSc.
Žilinská univerzita v Žiline
Fakulta humanitných vied
Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva

Oponenti:

1. prof. Ing. Anna Zaušková, PhD.
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta masmediálnej komunikácie
Katedra marketingovej komunikácie
2. doc. PhDr. Ľudmila Čábyová, PhD.
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave
Fakulta masmediálnej komunikácie
Katedra marketingovej komunikácie

Place marketing a place branding ako faktory úspechu územia na Slovensku a v zahraničí

(Autoreferát dizertačnej práce)

Dominika DROZDÍKOVÁ

Abstrakt

Dizertačná práca podáva komplexný teoretický prehľad o problematike place marketingu a place branding. Snaží sa oba pojmy vymedziť a diferencovať, ponúka škálu rôznych place marketingových nástrojov a postupy, ktoré je možné pri procese tvorby značky územia využiť. Primárnym cieľom práce je identifikácia faktorov úspechu pri brandingu úspešných miest, regiónov a krajín podľa príkladov z praxe na základe komparácie prípadových štúdií pred-pandemického obdobia za roky 2018-2019. Sekundárnym cieľom práce je charakterizovať súčasný vnútorný imidžu regiónu Horná Nitra 2022 z pohľadu obyvateľov dotazníkovou metódou. A terciárne zostaviť odporúčania pre budovanie značky regiónu Horná Nitra na základe empirických poznatkov, teoretických východísk dizertačnej práce a výsledkov výskumu.

Kľúčové slová: Marketing miesta. Marketingový plán miesta. Región Horná Nitra. Regionálny marketing. Rozvoj územia. Tvorba značky miesta.

Abstract

The dissertation provides a comprehensive theoretical overview of the issues of place marketing and place branding. It tries to define and differentiate both terms, it promotes different places of marketing tools and creation procedures, which can be used in the process of branding the territory. The primary goal of this work is to identify success factors in the branding of successful cities, regions, and countries according to practical examples based on comparisons of case studies of the pre-pandemic period for the years 2018-2019. The secondary goal of the work is to characterize the current internal image of the Horná Nitra region 2022 from the point of view of the inhabitants using the questionnaire method. And tertiary compile recommendations for building brands in the Horná Nitra region based on empirical knowledge, theoretical basis of the dissertation and research results.

Keywords: Horná Nitra Region. Marketing plan of the place. Place Branding. Place Marketing. Regional marketing. Territorial Development.

Obsah

1	Teoretické východiská a súčasný stav poznania	4
1.1	Place marketing	4
1.2	Place branding	5
2	Horná Nitra ako objekt aplikácie výskumu.....	7
3	Metodológia výskumu.....	8
3.1	Výskumné ciele.....	8
3.2	Výskumné otázky	8
3.3	Metodika výskumu.....	9
4	Identifikácia faktorov úspechu.....	10
4.1	Komparácia prípadových štúdií.....	11
4.1.1	Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov komparácie	11
4.1.2	Sumarizácia výsledkov	16
5	Mapovanie vnútorného imidžu regiónu Horná Nitra	18
5.1	Dotazníková metóda	18
5.1.1	Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov dotazníka	19
5.1.2	Sumarizácia výsledkov	36
6	Odporúčania pre budovanie značky Hornej Nitry	37
	Záver	40
	Zoznam použitej literatúry	41

Úvod

V dnešnom globalizovanom svete medzi sebou súťaží stále intenzívnejšie čoraz viac miest (mestá, regióny, krajiny, národy atď.). Čiastočne preto, že so zvýšeným cestovným ruchom, migráciou, globálnym dosahom médií a technológií, trhy prichádzajú do styku s miestami častejšie a na rôznych úrovniach. Existuje množstvo kanálov, ktoré dokážu ovplyvniť našu víziu o danom mieste: TV komediálne seriály, mainstreamové médiá, sociálne médiá, vedecká diplomacia, reklama na turizmus, verejná diplomacia, či odporúčania alebo priame skúsenosti známych (Govers 2011). Pokiaľ chceme cielene vybudovať dobrú značku miesta (place branding) a dobrý marketing miesta (place marketing) je veľmi dôležité uvažovať o danej lokalite mnohoúrovňovo a univerzálne. Je žiaduce uvedomiť si skutočnosť, že akúkoľvek stratégiu vyvineme, nemala by byť aplikovaná len na sektor cestovného ruchu ale musíme myslieť aj na spokojnosť aktuálneho obyvateľstva, ktoré na danom území žije alebo na potenciál územia z pohľadu investičného trhu.

Prvá časť dizertačnej práce tvorí komplexný teoretický prehľad súčasnej problematiky marketingu miesta a tvorby značky miest. V prvej kapitole podávame ucelený teoretický prieskum k oboj oblasťam na základe ktorého sa snažíme identifikovať vzťah medzi place marketingom a place brandingom. Obe oblasti sú postavené na premise, že je možné pre akékoľvek miesto vytvoriť značku. Avšak place branding a place marketing sa v poslednej dobe začali používať medzi výskumníkmi ako synonymá. Termíny sa v mnohých atribútoch prelínajú ale predsa je medzi nimi niekoľko zásadných rozdielov, ktoré ak odignorujeme, naďalej sa bude kreovať množstvo dezinformačných chápaní. V našej práci sa však snažíme hranice nájsť a identifikovať východzí bod.

Výskumná časť je rozdelená na dve hlavné etapy. Prvá etapa je zameraná na identifikáciu faktorov úspechu značky územia a druhá etapa mapuje vnútorný imidž regiónu Horná Nitra. Na základe analyzovaných výsledkov a teoretických východísk nakoniec predkladáme odporúčania a návrhy pre budovanie značky regiónu Horná Nitra.

1 Teoretické východiská a súčasný stav poznania

1.1 Place marketing

Place marketing býva často spájaný so strategickým marketingom miesta. Týka sa zlepšenia pozície krajiny na globálnom trhu. Tým sa dostávame k definícii place marketingu. Keď sa pozrieme na všetky poznatky zoskupené ohľadom marketingu a pretransformujeme ich na úroveň marketingu určitého miesta, väčšina z nich bude po istej transformácii využiteľná aj v tejto oblasti. Je potrebné rozmýšľať o krajine, regióne alebo o konkrétnom mieste ako o produktoch, ktoré môžeme určitými spôsobmi sprostredkovať zákazníkovi, v tomto prípade napr. potenciálnym turistom, či investorom prostredníctvom rôznych služieb a vytváraných produktov. Podľa Vaňovej, Vitálišovej a Borsekovej (2017) sa **place marketing** chápe ako aplikácia filozofického konceptu marketingu, založeného na trhu a orientovaného na trh. S využitím marketingových metód a nástrojov špecifických pre podmienky miesta.

Marketingový mix však v prípade **place marketingu** bude mierne odlišný od tradičného prístupu k firemnému marketingu z dôvodu odlišnej špecifikácie miest (Vaňová, Vitálišová a Borseková 2017):

- produkt (miesto samo o sebe môže byť produktom ale zároveň môže produkty aj vytvárať)
- cena
- dostupnosť
- propagácia
- ľudský faktor
- partnerstvá a participácia

Hlavným problémom, ktorý sa sleduje v rámci trvalo udržateľného rozvoja značiek miest, je návrh a implementácia úspešných stratégií značiek pre akékoľvek miesto bez toho, aby boli ekologicky zraniteľné. Sociálny a kultúrny rozvoj, ochrana ekológie značky, ekonomický rozvoj a zmierňovanie zmeny podnebia sa neustále objavujú v literatúre zaoberajúcej sa danou problematikou (Ryan a Mizerski 2010; Maheshwari a kol. 2011; García a kol. 2013).

Jednou z ciest, ktorými sa môžeme vydať pri tvorení place marketingu je strategické marketingové plánovanie miesta. Jeho hlavnou úlohou je uspokojiť komerčné a nekomerčné potreby existujúcich ale aj potenciálnych zákazníkov. K dokonaniu cieľa je najprv potrebná podrobná analýza miesta, analýza silných, slabých stránok, príležitostí a hrozieb (SWOT), analýza konkurencie a svetových trendov, analýza trhu, identifikácia cieľových segmentov a ich potrieb a harmonizácia ponuky daného miesta v súlade s potrebami trhu. Existuje niekoľko prístupov k strategickému marketingovému plánovaniu a najčastejšie používaný je plán 5 fáz: 1. koncepcná fáza, 2. analyzáčná fáza, 3. strategická fáza, 4. implementačná fáza a napokon kontrolná fáza a fáza hodnotenia (Vaňová, Vitálišová a Borseková 2017). Manažéri značiek v krajine musia pochopiť aj fakt, že rôzne miesta priťahujú rôzni turisti. Trh cestovného ruchu môže byť segmentovaný podľa atrakcií, ktoré turisti vyhľadávajú. Napr. prírodná krása, slnko, dobrodružstvo, hry, podujatia (šport alebo kultúra). Trh môže byť rozdelený podľa oblastí, regiónov alebo lokalít, podľa sezón, podľa charakteristík zákazníka alebo podľa výhod (Kotler a kol. 1993). Aby bolo dané miesto v cestovnom ruchu úspešné musí konkrétne špecifikovať čo chce na trhu ponúknuť a komu (Morgan and Pritchard 2002). Je potrebné mať na pamäti, že osobitosť mesta je relevantná iba podľa trhov, na ktorých súťaží, a nie nevyhnutne v národnom alebo globálnom kontexte (Baker 2019).

Podľa Matlovičovej (2008) a iných autorov (napr. Rumpel 2002; Janečková, Vaštíková 1999; Bernátová, Vaňová 2000; Pauličková 2005) by sa marketing miesta dal rozdeliť do 4 fáz:

0. fáza: Motivácia (vstupná motivácia, plán procesu)
1. fáza: Analýza (situačná analýza)
2. fáza: Koncepcia (koncipovanie cieľov a stanovenie marketingovej stratégie)
3. fáza: Implementácia (realizácia, riadenie a kontrola stratégie)

Ako môžeme vidieť, fázy sú v podstate veľmi podobné ako od Vaňovej, Vitálišovej a Borsekovej (2017), až na to že autorky podľa novšej koncepcie zaradili do krokov na posledné miesto aj fázu hodnotenia.

1.2 Place branding

Place branding znamená podľa autorov Alonsa a Bei (2012) vytváranie, udržiavanie a vylepšovanie značky miesta. Tvorba značky miesta pomáha priťahovať na dané územie turistov, investorov, obyvateľov alebo iné zdroje (Alonso a Bea 2012). Ide taktiež o súhrn

myšlienok, pocitov a očakávaní, ktoré ľudia v súvislosti s daným miestom majú. Je to charakter, povest' a trvalá podstata miesta a predstavuje jeho osobitý prísľub hodnoty a zmyslu daného územia. Najdôležitejšie je, že ide o cenný prísľub, ktorý musí byť založený na pravde a realite (Baker 2019). Tvorba značky miest je na základe poznatkov viacerých autorov považovaná za nástroj samotného place marketingu (napr. Eshuisa a kol. 2014; Braun 2008). Avšak na vzťahu place marketingu a place brandingu sa mnohí odborníci nezhodujú. Tento fenomén rozoberáme v 1.3.

Keď sa povie place branding alebo aj tvorba značky miest, či značka miesta, nehovoríme poväčšine o tom, že je potrebné konkrétnemu miestu aplikovať názov a vytvoriť symbol. Nakoľko tieto atribúty už vlastní. V súvislosti s brandingom miesta hovoríme o tom, čo robiť pre zlepšenie imidžu/obrazu konkrétnej lokality. Je to séria rôznych strategických aktivít vedúcich k cieľu ako spraviť miesto známym a prilákať potrebnú pozornosť (Anholt 2010a). Je potrebné vybudovať silnú značku miesta, ktorá bude založená na jasnom súbore atribútov, ktoré mesto vlastní a ktoré môžu tvoriť základ pre pozitívne pôsobenie vnímania miesta naprieč rôznymi skupinami ľudí (Dinnie 2011). Základnou myšlienkou značky miesta je rozvíjať pozitívne umiestňovanie imidžu v mysliach spotrebiteľov, ktorí prirodzene rozlišujú konkurenčné miesta a tvoria si v hlavách pomyselný rebríček (Cai 2002).

Štúdie o brandingu miest započal Hunt (1975). Jeho prvotná štúdia place brandingu sa objavila v roku 1975 a vysvetlila dôležitosť obrazu miesta v rozvoji cestovného ruchu. **Imidž miesta** bol odvtedy rozsiahlo preskúmaný v kontexte cestovného ruchu a je považovaný za dôležitý faktor značky miest (Kumar a Panda 2019). Pojem cestovný ruch alebo aj turizmus podlieha rôznym významom a interpretáciám, pretože sa diverzifikuje podľa oblastí. Turizmus sa študuje ako súčasť širokého spektra disciplín: geografia, ekonómia, obchod a marketing, sociológia, antropológia, história a psychológia, a preto rozdielne koncepcné štruktúry v týchto disciplínach nevyhnutne vedú k kontrastom v perspektíve a dôraze (Williams 1998). Place branding však nezahŕňa iba oblasť cestovného ruchu akoby si mnohí mohli prvotne myslieť. Zameriava sa tiež na hospodársky a sociálno-politický sektor, ako aj na historickú perspektívu miesta. Predstavuje skupinu iniciatív, pomocou ktorých sa prostredníctvom **reputácie** a vnímania miesta vytvára sociálna a ekonomická hodnota a je nástrojom integrácie a projekcie (Alonso a Bea 2012). Branding je o reputácii alebo konkrétnejšie o spracovaní vlastného kapitálu (Govers 2013).

2 Horná Nitra ako objekt aplikácie výskumu

Na Slovensku máme oblasti rozdelené do 21 regiónov cestovného ruchu (Bratislava, Záhorie, Podunajsko, Dolné Považie, Stredné Považie, Horné Považie, Dolná Nitra, Horná Nitra, Tekov, Hont, Kysuce, Orava, Turiec, Liptov, Horehronie, Podpoľanie, Novohrad, Tatry, Zámagurie, Spiš, Gemer, Šariš, Abov, Horný Zemplín a Dolný Zemplín) (Slovak Region ©2006 - 2016a). My sme ako objekt aplikácie nášho výskumu vybrali región Horná Nitra. Ide o veľmi bohatú, pestrú a výnimočnú oblasť pre bližšie skúmanie a následnú propagáciu. Má mnoho špecifik na ktorých sa dá postaviť place marketing / place branding regiónu ako celku.

Tvoria ho okresy Prievidza, Partizánske, Bánovce nad Bebravou a Topoľčany. Osu regiónu obopína rieka Nitra. Ide o región plný prírodných, kultúrnych a historických pamiatok. Územie je súčasťou Západných Karpát (Trenčín región ©2017). Okres Topoľčany ako jediný zo štvorice patrí k územiu Nitrianskeho kraja. Ostatné sú súčasťou Trenčianskeho kraja.

Motivácia k výberu regiónu:

1. autorka pochádza priamo z okresu Partizánske, takže má k regiónu blízky vzťah; pozná jeho špecifiká a charakteristiku
2. región Hornej Nitry zatiaľ nemá cielene vybudovanú značku

„Najznámejšou národnou prírodnou pamiatkou je Prepoštská jaskyňa. Toto územie má množstvo chránených stromov, najznámejšia je bojnická Lipa kráľa Mateja. Významnými pamiatkami z obdobia gotiky sú časti kráľovských hradov Sivý kameň a Bojnice. Zvyšky gotickej pevnosti nájdeme aj na múroch kaštieľa v Diviackej Novej Vsi. Národnou kultúrnou pamiatkou je kostol sv. Mikuláša v Porube, ktorý má zachovaný interiér s gotickými nástennými maľbami a renesančný maľovaný drevený strop. Z obdobia renesancie sa zachovali časti mestských hradieb Bojníc, viaceré kúrie a kaštiele (Zemianske Kostolany, Nováky, Laskár, Pravenec, Chalmová atď.). Obdobie baroka na hornej Nitre je spojené s pôsobením rodu Pálffyovcov, ktorí sa okrem prestavby Bojnického zámku zaslúžili o výstavbu komplexu barokového kostola piaristov v Prievidzi“ (Slovak Region ©2006 - 2016b).

3 Metodológia výskumu

Výskumná téma:

Využitie nástrojov branding a marketingu v rámci budovania značky miest.

Výskumné problémy:

Faktory úspechu place marketingu a place branding.

Vnútrotný imidž regiónu Horná Nitra.

3.1 Výskumné ciele

Primárny cieľ: Identifikácia faktorov úspechu pri branding úspešných miest, regiónov a krajín podľa príkladov z praxe na základe komparácie prípadových štúdií pred-pandemického obdobia za roky 2018-2019.

Sekundárny cieľ: Charakterizácia súčasného vnútorného imidžu regiónu Horná Nitra 2022 z pohľadu obyvateľov dotazníkovou metódou.

Terciárny cieľ: Zostavenie odporúčaní pre budovanie značky regiónu Horná Nitra na základe empirických poznatkov, teoretických východísk dizertačnej práce a výsledkov výskumu.

3.2 Výskumné otázky

V01: Aké sú faktory úspešnosti zavedenia problematiky place branding a place marketingu?

V02: Ako veľmi sú obyvatelia regiónu Horná Nitra spokojní so životnou úrovňou v regióne?

V03: Aký postoj majú obyvatelia k činnostiam samospráv v regióne Horná Nitra?

V04: Aký postoj majú obyvatelia v otázke hrdosti na svoje mesto, či obec?

V05: Ktoré črty regiónu Horná Nitra sú podľa jeho obyvateľov pre región dominantné?

V06: Aký postoj majú obyvatelia regiónu Horná Nitra k potenciálnej participácii na rozvoji a budovaní povedomia regiónu?

V07: Ako veľmi si obyvatelia regiónu Horná Nitra uvedomujú, že sú jeho súčasťou?

V08: Ako by mali samosprávy regiónu Hornej Nitry postupovať pri tvorbe jeho komplexnej značky?

Hypotézy sme v rámci nášho výskumu netvorili, nakoľko náš výskum je deskriptívneho charakteru.

3.3 Metodika výskumu

Náš výskum je rozdelený do dvoch na seba nadväzujúcich fáz. Prvá etapa sa zameriava na identifikáciu faktorov úspechu značky územia a druhá etapa na mapovanie vnútorného imidžu regiónu Horná Nitra. Po skončení oboch fáz bude vytvorený set odporúčaní pre región Hornej Nitry na základe analyzovaných výsledkov primárneho výskumu a teoretických a empirických východísk.

Prvá časť je založená na primárnom zmiešanom deskriptívnom výskume komparácie prípadových štúdií úspešnej praxe tvorby značiek regiónov zo zahraničia. Na základe komparatívnej analýzy prípadových štúdií (Dewhirst 2018 a Dewhirst 2019) by sme mali dospieť k výsledkom identifikácie faktorov úspechu brandingu regiónov.

Druhá časť je založená na dotazníkovej metóde, ktorá má za cieľ získať poznatky o aktuálnom vnútornom imidži regiónu Horná Nitra. Jedná sa taktiež o primárny zmiešaný výskum deskriptívneho charakteru.

Všetky nadobudnuté poznatky sú zhrnuté v syntéze odporúčaní pre budovanie značky regiónu Horná Nitra.

4 Identifikácia faktorov úspechu

Aby sme splnili primárny cieľ, ktorým je identifikácia faktorov úspechu pri brandingu úspešných regiónov v zahraničí, rozhodli sme sa vykonať výskum postavený na analýze vybranej vzorky prípadových štúdií s využitím komparačnej metódy. Výskumná myšlienka vychádza z odbornej práce Univerzity aplikovaných vied Haaga-Helia (Dahlstrom a kol. 2014), ktorá sa týkala porovnávania 11 prípadových štúdií v súvislosti s problematikou ako vybudovať úspešný city brand.

Vďaka Grantovému systému UNIZA 2021 sa nám podarilo získať voľne nedostupné prípadové štúdie úspešných značiek území, ktoré sa stali finalistami prestížnych ocenení City Nation Place Awards.

Prípadové štúdie finalistov ocenení City Nation Place Awards sú dokonalými vzorkami k podobnému výskumu nakoľko už samotné brandingy prešli vylučovacím konaním. Ocenenia majú svetový charakter a každoročne sa do nich môže zapojiť hociktoré mesto, región alebo krajina na svete a podať tak na posúdenie svoju brandingovú kampaň, či stratégiu odbornej komisii. Rozhodovací proces ocenení City/Nation/Place prebieha v dvoch fázach. Prvá fáza spočíva v tom, že sú porotcovia prizvaní k online posúdeniu vstupných uchádzačov, pričom každý príspevok majú ohodnotiť podľa kľúčových kritérií daných v popise príslušnej kategórie. Porota má taktiež zvážiť, či uchádzači prinášajú nové nápady alebo inšpiráciu iným miestam. Výsledný finalisti sú tí uchádzači, ktorí získali najvyššie skóre. Víťazi sú napokon vybraní v záverečnom hodnotení porotcov deň pred globálnou konferenciou City Nation Place v Londýne (Dewhirst 2018).

City Nation Place Awards sú rozdelené do niekoľkých posudzovacích kategórií: Najlepšie zaangažovanie občanov, Najlepšia komunikačná stratégia, Najlepšie využitie dizajnu, Najlepšie využitie sociálnych médií a Najlepšie značky. Po roku 2020 prichádza aj kategória Najlepšie využitie dát, avšak jednotlivé prípadové štúdie už mali špecifika posudzovania využitia dát naznačené aj bez osobitnej kategórie už pred rokom 2020 (City Nation Place 2020).

4.1 Komparácia prípadových štúdií

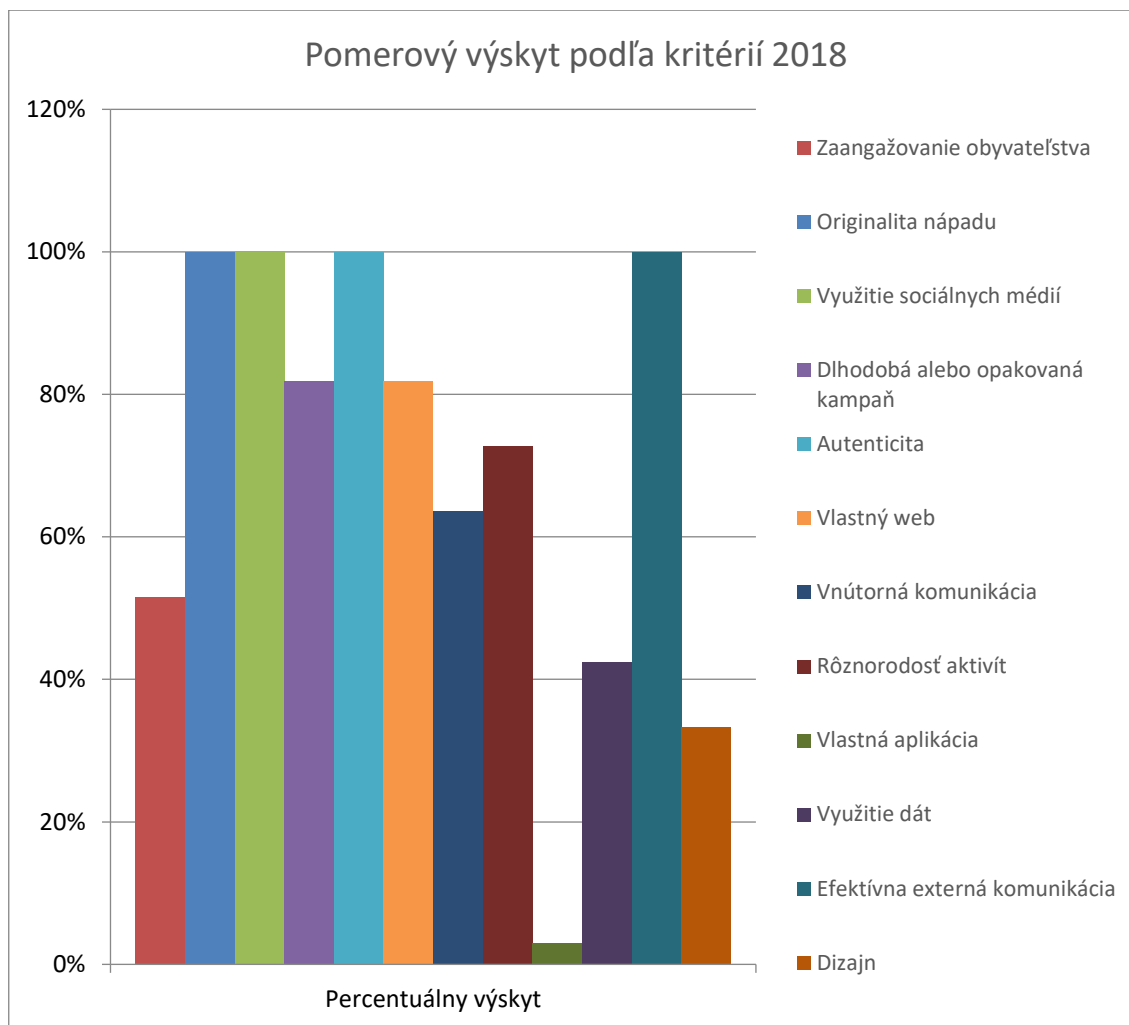
Aby sme dosiahli potrebné výsledky vytvorili sme primárny zmiešaný deskriptívny výskum. Výsledky z prípadových štúdií majú vo svojej prirodzenej podobe kvalitatívny charakter, avšak pre naše potreby sme vykonali konverziu kvalitatívnych dát na kvantitatívne aby sme dokázali presne identifikovať faktory úspechu značiek území na základe dotyčných prípadových štúdií, ktoré sme mali k dispozícii.

Vytvorili sme set kritérií, pri ktorých sme sledovali výskyt v jednotlivých analyzovaných prípadových štúdiách. Čím bol výskyt kritérií vyšší, tým mal pre nás väčšiu váhu a mohol sa začať považovať paralelne aj za faktor úspechu. Všetky brandingy, ktoré sme analyzovali boli samo o sebe úspešné ale my sme potrebovali zhmotniť a vyčíslieť, čo je na nich úspešné. Set vopred vytvorených kritérií vychádzal z empirických poznatkov o place brandingu a place marketingu, z teoretických východísk a taktiež bol odvodený z kategórií ocenení City Nation Place.

4.1.1 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov komparácie

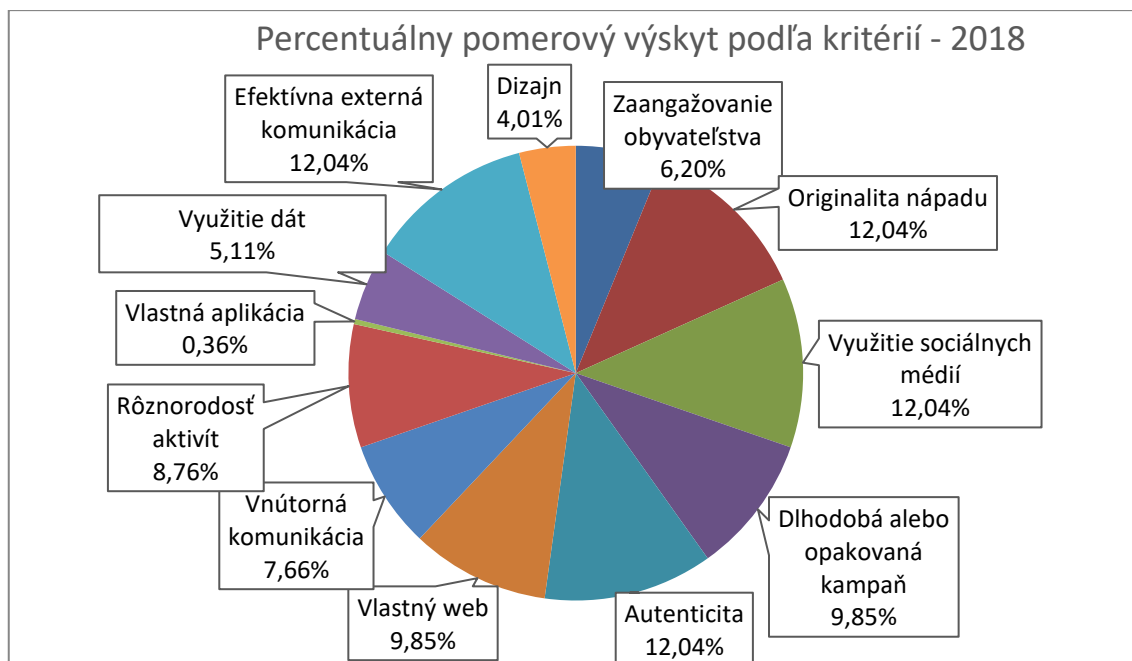
Do našej komparácie sme začlenili všetky prípadové štúdie za roky 2018 a 2019, ktoré boli označené za finalistov daných ocenení. Vďaka tomu sme získali vzorku 67 brandingov z rôznych častí sveta v zastúpení 31 miest, 11 regiónov a 25 krajín.

V roku 2018 bolo vybraných 33 finalistov z celkového počtu cca 100 žiadostí naprieč všetkými kategóriami. V daných prípadových štúdiách sme analyzovali výskyt vybraných kritérií. Surové dáta sú dostupné v tabuľkách v elektronickej prílohe dizertačnej práce. Kvôli rozsiahlosti ich nebolo možné vložiť priamo do príloh. Ako sme spomínali vyššie, vytvorili sme vďaka týmto kritériám konverziu kvalitatívnych dát na kvantitatívne aby sme dokázali vyčíslieť percentuálny výskyt. Ak bude percentuálny výskyt kritéria väčší ako 30 %, bude ho možné považovať za faktor úspechu nakoľko ide takmer o tretinu početnosti.



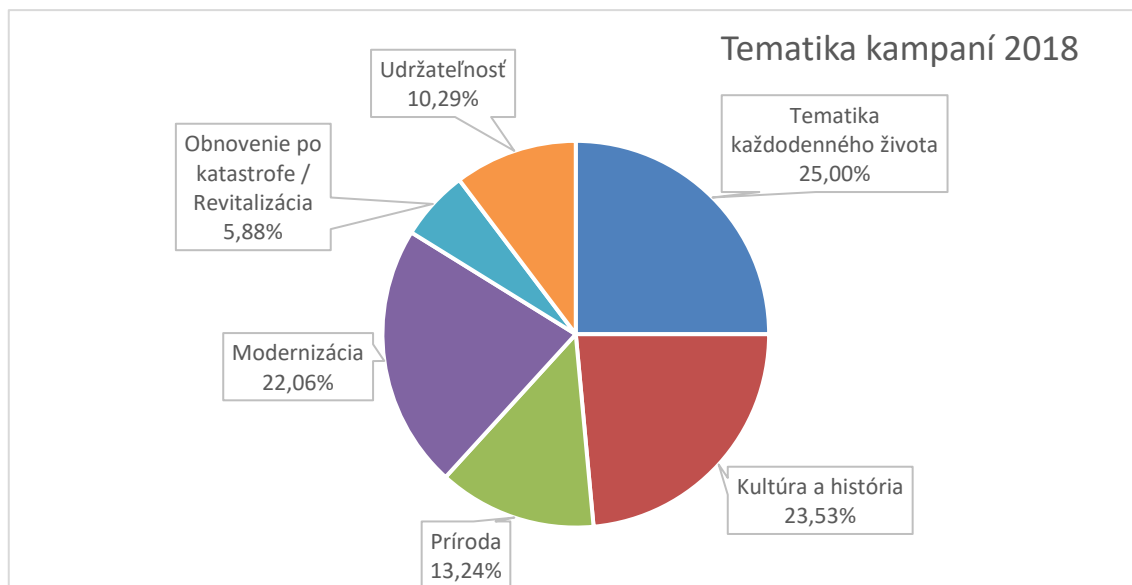
Graf 1 Pomerový výskyt podľa kritérií 2018

Ako môžeme vidieť na prvom grafe, až 4 kritériá boli splnené u všetkých skúmaných prípadových štúdií. „Originalita nápadu“, „Využitie sociálnych médií“, „Autenticita“ a „Efektívna externá komunikácia“ sa vyskytovali naprieč všetkými kampaňami. Z toho môžeme dedukovať, že sa jedná o bezpodmienečne najsilnejšie faktory úspechu, ktoré sme dokázali identifikovať. Ďalej kritérium „Dlhodobej alebo opakovanej kampane“ bolo odhalené až pri 80 % percentách kampaní a rovnako na tom aj je aj kritérium „Vlastný web“. 73 % prípadových štúdií sa môže pochváliť „Rôznorodosťou aktivít“. 64 % kampaní využilo efektívne „Vnútoranú komunikáciu“, 52 % do svojej stratégie „Zaangažovalo obyvateľstvo“, 42 % prípadových štúdií malo zaznamenané efektívne „Využitie dát“ a 33 % sa rozhodlo zakomponovať do svojej primárnej zložky „Dizajn“. Avšak len 3 percentá zo skúmaných kampaní vybudovalo „Vlastnú aplikáciu“, čo sa dostáva do bodu kde už toto kritérium nemôžeme považovať za splnené a tým pádom nie je premeniteľné na faktor úspechu. Aspoň nie za rok 2018.



Graf 2 Percentuálny pomerový výskyt kritérií - 2018

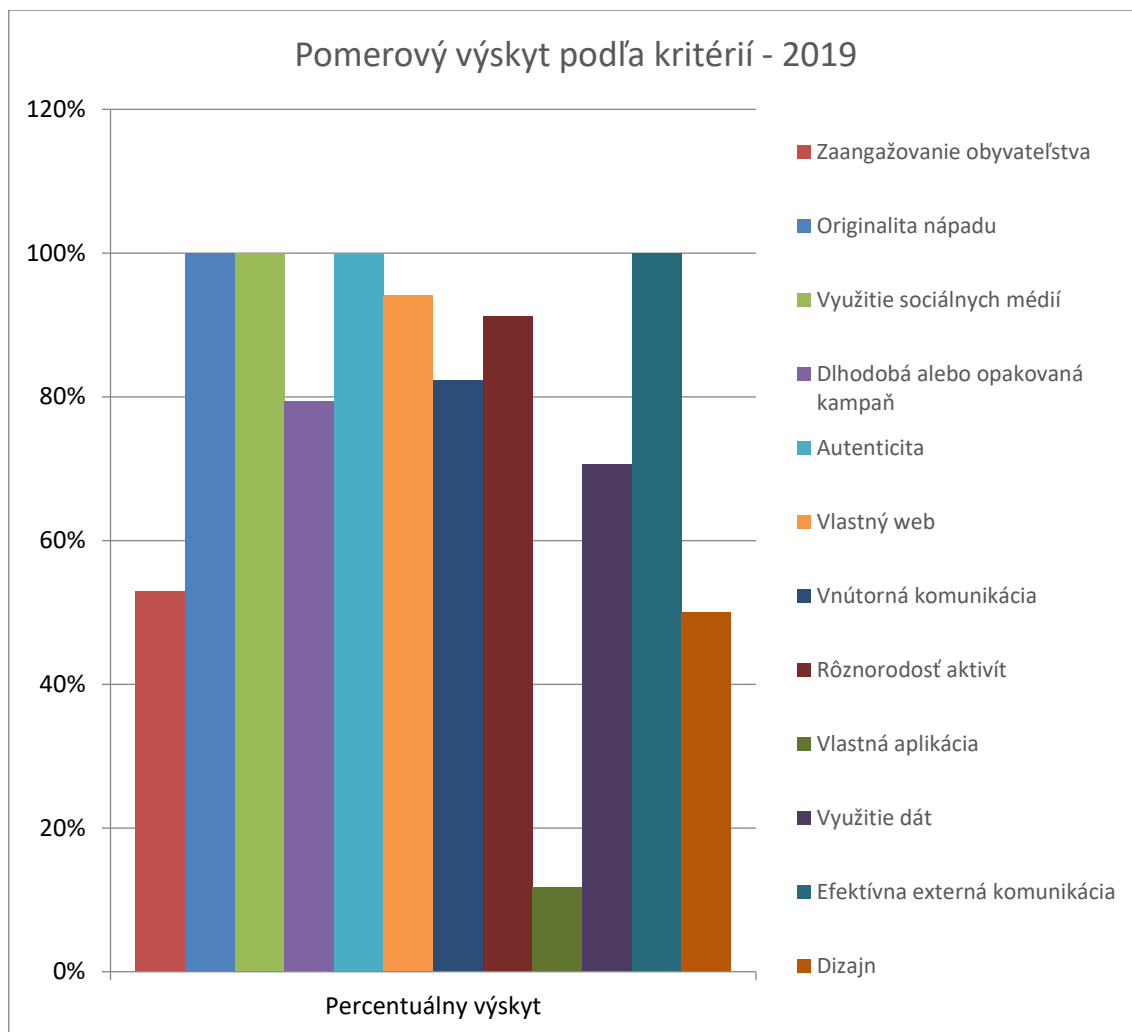
Na grafe číslo 2 môžeme vidieť pomerové percentuálne rozloženie, ktoré mali medzi sebou jednotlivé kritériá.



Graf 3 Tematika kampaní 2018

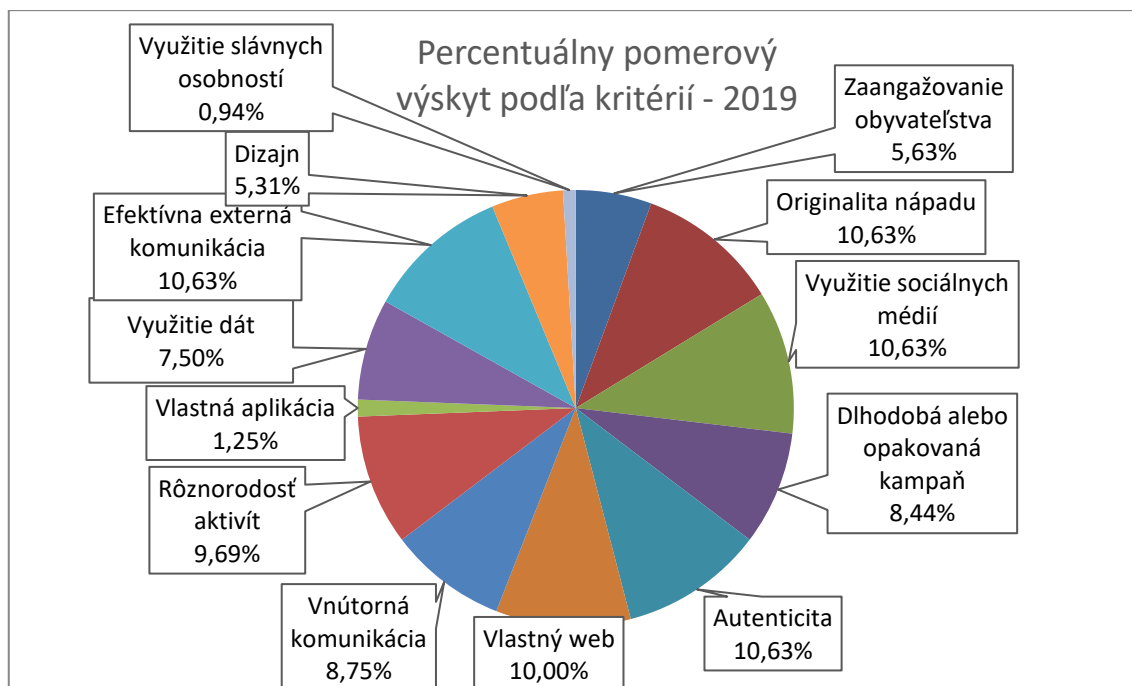
Na grafe č. 3 môžeme vidieť témy skúmaných kampaní za rok 2018 a ich percentuálny výskyt.

V roku 2019 bolo finálne 34 finalistov ocenení. Opäť sme vykonali komparačnú analýzu podľa stanoveného setu kritérií.



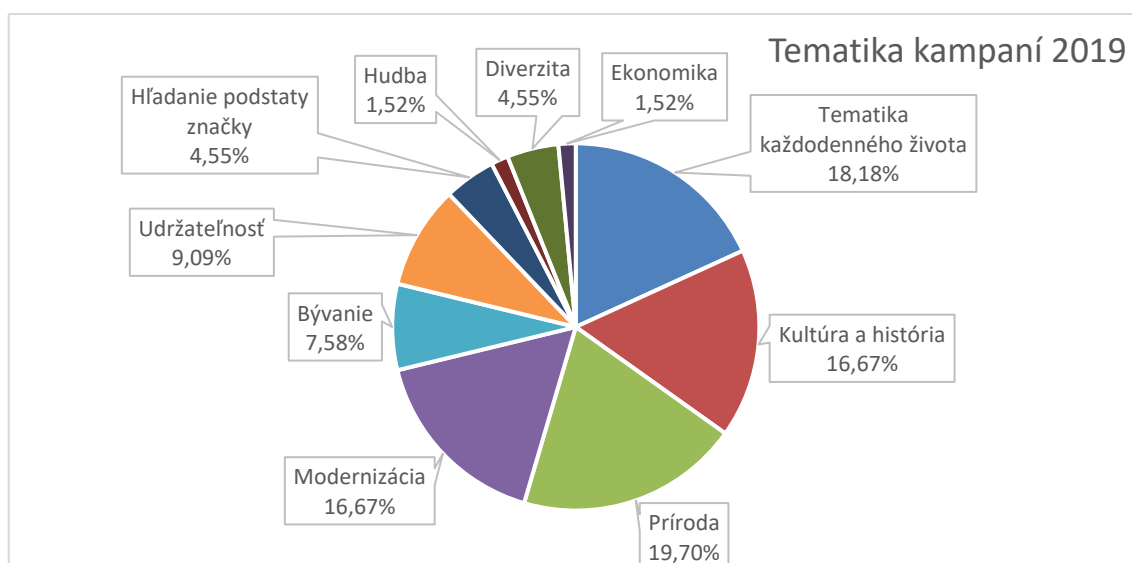
Graf 4 Pomerový výskyt podľa kritérií - 2019

Na grafe č. 4 môžeme vidieť vyhodnotenie výskytu kritérií naprieč prípadovými štúdiami za rok 2019. Opäť „Originalita nápadu“, „Využitie sociálnych médií“, „Autenticita“ a „Efektívna externá komunikácia“ majú 100 % výskyt vo všetkých skúmaných kampaniach. 94 % prípadových štúdií vytvorilo pre kampaň „Vlastný web“, 91 % preukázalo „Rôznorodosť aktivít“, 82 % naplnilo „Vnútornú komunikáciu“ a 79 % potvrdilo teóriu o „Dlhodobej alebo opakovanej kampani“. 71 % prípadových štúdií nieslo znaky efektívneho „Využitia dát“, 53 % stratégií sa rozhodlo „Zaangažovať obyvateľstvo“ a tentoraz až 50 % kampaní využilo „Dizajn“ ako primárnu zložku. Opäť „Vlastná aplikácia“ skončila s 12 % na poslednom mieste a tým pádom ju nemôžeme považovať za dostatočne relevantnú ako faktor, aj keď sme zaznamenali mierny nárast oproti predošlému roku.



Graf 5 Percentuálny pomerový výskyt podľa kritérií – 2019

Na grafe č. 5 môžeme vidieť pomerové percentuálne rozloženie, ktoré mali medzi sebou jednotlivé kritériá za rok 2019.

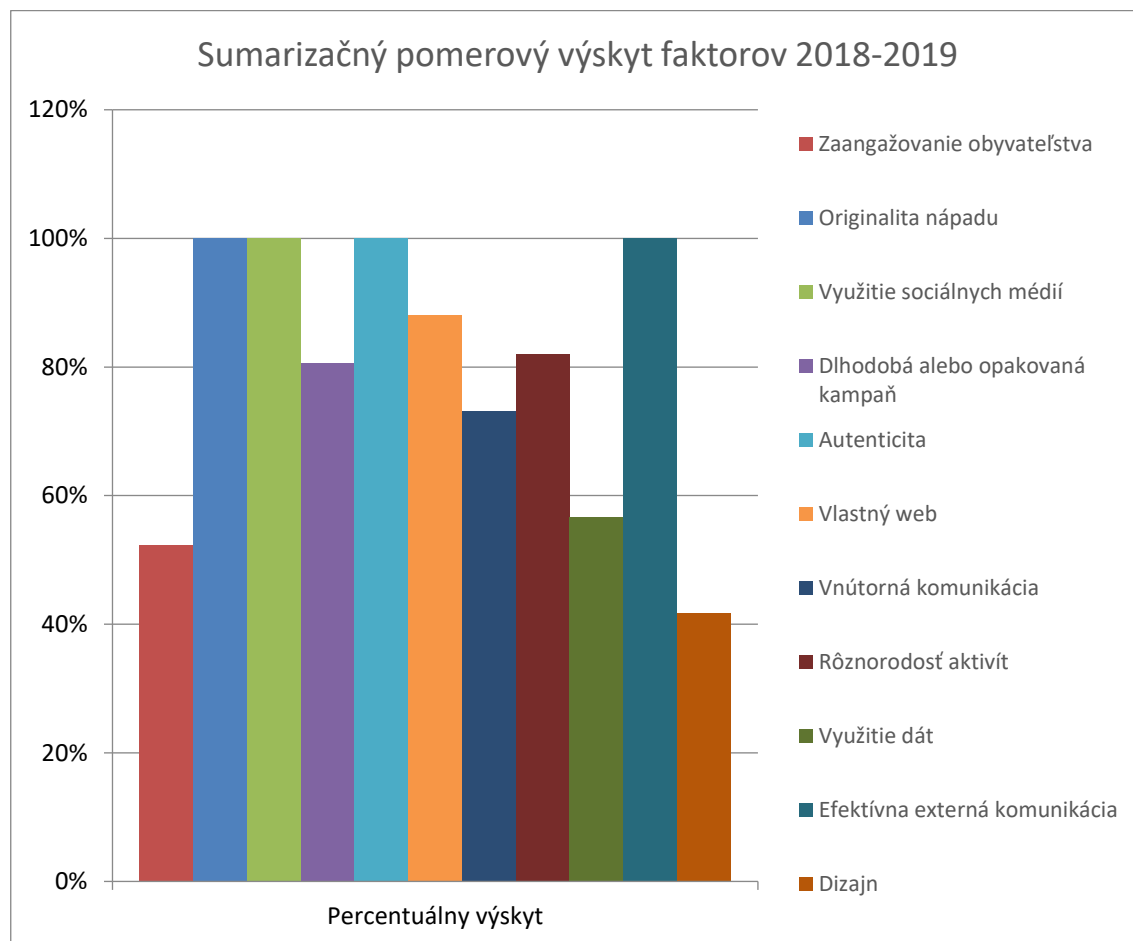


Graf 6 Tematika kampaní 2019

Podobne ako pri prípadových štúdiách za rok 2018, tak aj za rok 2019 sme sa snažili kategorizovať témy kampaní. Na grafe 6 môžeme vidieť, že niektoré témy pribudli. Ako napr. hudba, diverzita, či bývanie. Téma stratégie kampane, ktorú si jednotlivé územia zvolia musí byť odrazom ich potenciálu a autenticity.

4.1.2 Sumarizácia výsledkov

Aby sme zosumarizovali výsledky komparácií je dôležité pozrieť sa na oba výskumné roky ako na celok. Všetky kritériá, ktoré nespĺňali podmienku výskytu u min. 30 % prípadových štúdií sme eliminovali a tým pádom dostali výsledky pohľadu na elementy, ktoré môžeme vďaka analýze považovať za faktory úspechu.

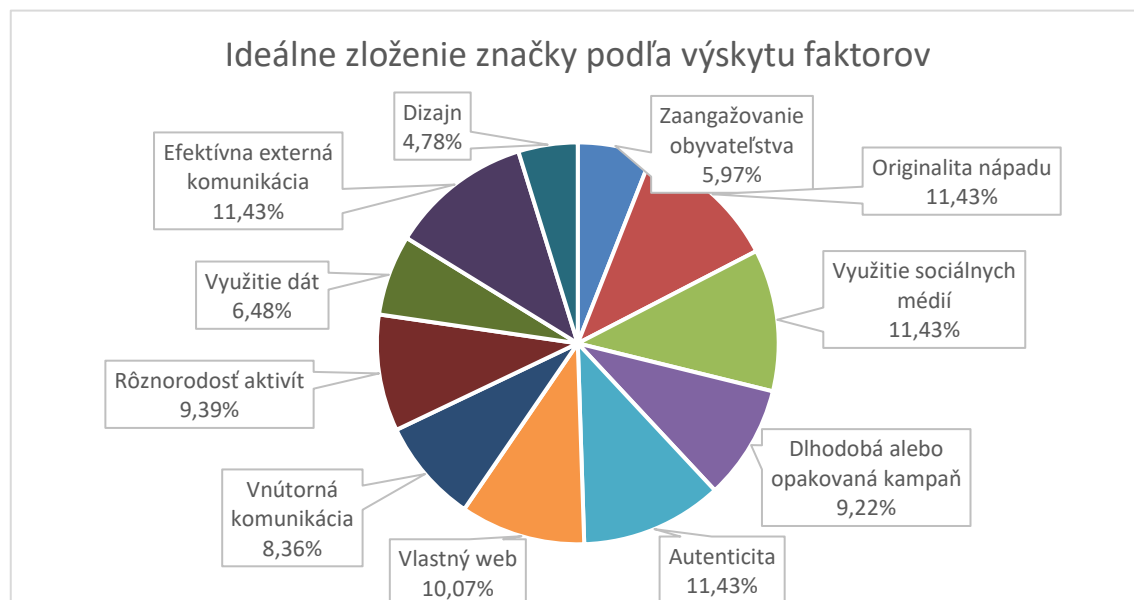


Graf 7 Sumarizačný pomerový výskyt faktorov za roky 2018-2019

Rovnako ako v predošlých grafoch, tak aj v sumarizačnom môžeme vidieť, že „Originalita nápadu“, „Využitie sociálnych médií“, „Autenticita“ a „Efektívna externá komunikácia“ sú najdôležitejšími faktormi, ktoré boli identifikované vo všetkých prípadových štúdiách. Až 88 % kampaní zo všetkých skúmaných malo vytvorený „Vlastný web“, 82 % naplnilo „Rôznorodosť aktivít“, 81 % kampaní vychádzalo z „Dlhodobých alebo opakovaných“ stratégií, 73 % spĺňalo efektívnu vnútornú komunikáciu, 57 % kampaní bolo postavených na „Využitá dát“, dokopy 52 % kampaní „Zaangažovalo obyvateľstvo“ a 42 % využilo stratégiu cez „Dizajn“. Z analyzovaných výsledkov vyplýva, že sme dokázali identifikovať 11 faktorov úspechu brandingu územia: Originalita nápadu, Využitie sociálnych médií, Autenticita, Efektívna

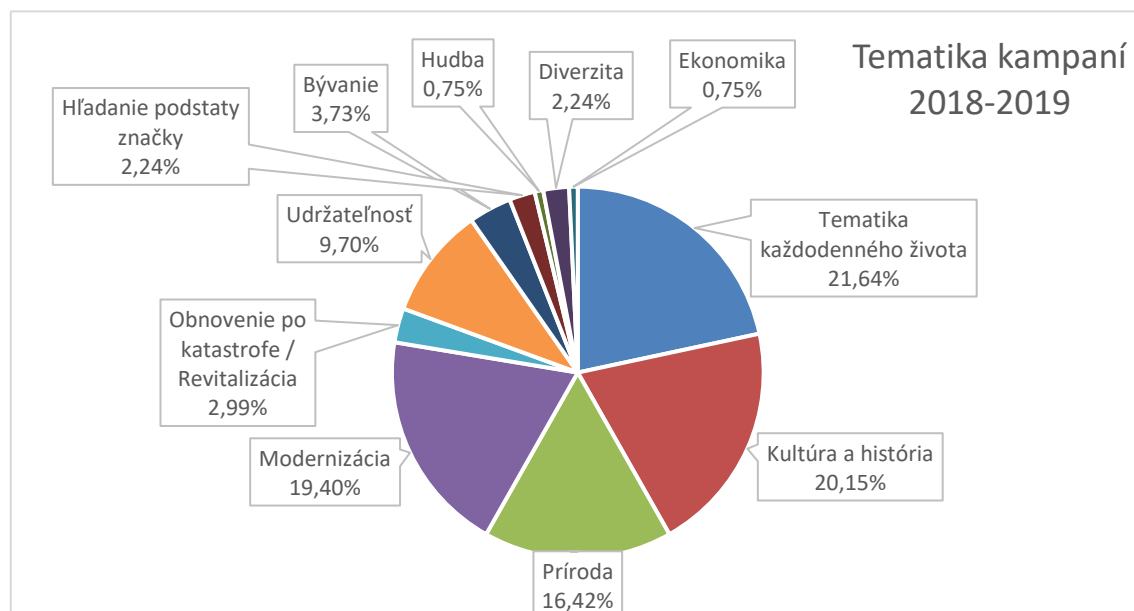
externá komunikácia, Vlastný web, Rôznorodosť aktivít, Dlhodobá alebo opakovaná kampaň, Vnútoraná komunikácia, Využitie dát, Zaangažovanie obyvateľstva a Dizajn.

Na grafe č. 8 môžeme vidieť ideálne percentuálne zloženie značky územia podľa výskytu faktorov.



Graf 8 Ideálne zloženie značky podľa výskytu faktorov

Na grafe č. 9 môžeme pozorovať aké hlavné témy rezonovali vo vybraných skúmaných kampaniach za roky 2018 a 2019.



Graf 9 Sumarizačný graf tematiky kampaní za roky 2018-2019

5 Mapovanie vnútorného imidžu regiónu Horná Nitra

Pre analýzu a mapovanie súčasného vnútorného imidžu regiónu Horná Nitra sme zvolili dotazníkovú metódu. V rámci našich potrieb sme sa rozhodli pre deskriptívny spôsob hodnotenia zozbieraných dát. Realizovaný výskum má charakter primárneho zmiešaného deskriptívneho výskumu, nakoľko sa v dotazníku vyskytovali taktiež polouzavreté otázky a jedna otázka bola úplne otvorená, čo nám umožnilo nahliadnuť aj do kvalitatívnych dát, ktoré sme napokon do potrieb grafu prekonvertovali do kvantitatívnej zovšeobecnenej podoby a ich kvalitatívnu zložku vyjadrili deskripciou. Výskum je odvodený z Analýzy interného imidžu Mesta Prešov (Matlovičová 2011) avšak bol vo veľkej miere modifikovaný pre potreby našej dizertačnej práce.

5.1 Dotazníková metóda

Realizovaný dotazník bol aktívny od 29. apríla 2022 do 28. mája 2022, čo sa rovná presne 30 dňom čistého času. Využili sme vzorku s dostupným výberom. Dotazník bol nazvaný „Prieskum imidžu regiónu Horná Nitra“. Použili sme slovo prieskum aby cieľ výskumu pochopilo široké spektrum ľudí. V rámci daného obdobia sme dokázali zozbierať 395 odpovedí. Prieskum bol primárne určený obyvateľom regiónu Horná Nitra, ktorý je členený na štyri okresy. Okres Prievidza, Bánovce nad Bebravou, Topoľčany a Partizánske. Distribúcia elektronického formulára bola zabezpečená prostredníctvom priameho oslovenia samospráv jednotlivých miest a obcí. Cieľom bolo aby bol formulár uverejnený na facebookových stránkach miest a obcí alebo na ich oficiálnych webových sídlach. Primárne sme sa snažili osloviť okresné mestá a väčšie obce aby sme dokázali zasiahnuť širšie spektrum obyvateľov regiónu Horná Nitra. Prvým krokom bolo kontaktovanie oficiálnych facebookových stránok jednotlivých miest a obcí prostredníctvom chatu dotyčnej sociálnej siete. Stratégia bola zvolená kvôli vyššej šancie návratnosti a možnej rýchlejšej reakcie zo strany adminov jednotlivých stránok. Naším predpokladom bolo, že pokiaľ oslovíme samosprávy priamo cez ich aktívne facebookové stránky, budú reagovať rýchlejšie a častejšie než keby samosprávy oslovíme cez zahlietné e-mailové schránky. Teória sa nám potvrdila, takže sa tento spôsob spočiatku javil ako efektívny, avšak pri viacerých stránkach sme narazili na problém zabránenia odoslania správy. Je možné, že jednotlivé samosprávy majú buď zakázané kontaktovanie cez facebookový chat alebo nás Facebook vyhodnotil ako hrozbu (spam), keďže sme posielali opakovane podobne ladený text, ktorý obsahoval link na formulár. Po viacerých

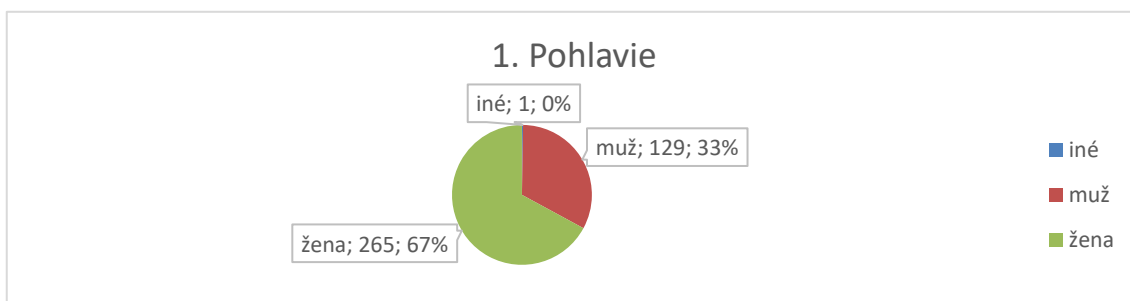
pokusoch už stránkam nebolo možné poslať ani len pozdrav „Dobrý deň“, takže sme sa tejto stratégie vzdali a ďalej rozposlali žiadosti o uverejnenie dotazníka prostredníctvom e-mailových kontaktov samospráv. Pôvodne sme mali v pláne osloviť cez facebookových adminov aktívnych FB stránok všetky obce, nielen väčšie avšak toto sme pri komunikácii e-mailom nezopakovali, nakoľko sme tento krok opätovne zvážili a prišli k záveru, že je pre nás dôležitejšie uverejniť formulár najmä na stránkach, ktoré majú väčšiu pravdepodobnosť návratnosti a väčšiu početnosť obyvateľstva ako spomíname už na začiatku kapitoly. K uverejňovaniu dotazníka prostredníctvom facebookových skupín založených obyvateľmi sme nechceli pristúpiť, nakoľko sme mienili využiť oficiálnu cestu a zachovať samosprávy informované. Je vysoko pravdepodobné, že pokiaľ by sme nečelili problému s odosielaním chatových správ, tak by sme FB využili ku kontaktovaniu všetkých miest a obcí regiónu a k tomu paralelne kontaktovali e-mailom väčšie mestá regiónu aby sme zabezpečili čo najvyššiu efektivitu návratnosti. Okrem oslovovania samospráv sme vykonali distribúciu aj skrz známych ľudí o ktorých sme vedeli, že z daných okresov pochádzajú, so žiadosťou opätovného preposlania ďalej. Toto bolo možné vďaka tomu, že autorka práce pochádza z mesta Partizánske a jej momentálne trvalé bydlisko je v Bánovciach nad Bebravou.

Danou kombinovanou metódou oslovovania samospráv a obyvateľov sa nám podarilo získať podporu najmä z okresov Partizánske a Prievidza, čo sa nakoniec odráža aj v pomere odpovedí. Okres Partizánske tvorí až 44% odpovedí, čo vo veľkej miere nie je spôsobené tým, že autorka pochádza z daného mesta, avšak je to vďaka tomu, že sa nám podarilo získať podporu priamo od primátora mesta Partizánske Jozefa Božíka (Božík 2022), ktorý sám zverejnil dotazník na oficiálnej facebookovej stránke „Chceme zmenu v Partizánskom“. A taktiež táto vysoká hodnota môže byť spôsobená aj tým, že pokiaľ bolo možné odosielať správy cez chat, dokázali sme týmto spôsobom osloviť väčšinu obcí v okrese Partizánske s kladnými odpoveďami. Okres Prievidza tvorí pomerovo ešte väčší podiel odpovedí s percentuálnou hodnotou 45%. Je to vďaka tomu, že sa nám podarilo spojiť s hovorcom mesta Prievidza (Dureje 2022), ktorý inicioval zverejnenie dotazníka na oficiálnej FB stránke mesta Prievidza. Samosprávy Bánovce nad Bebravou a Topoľčany neprejavili záujem o pomoc s distribúciou dotazníka.

5.1.1 Vyhodnotenie a interpretácia výsledkov dotazníka

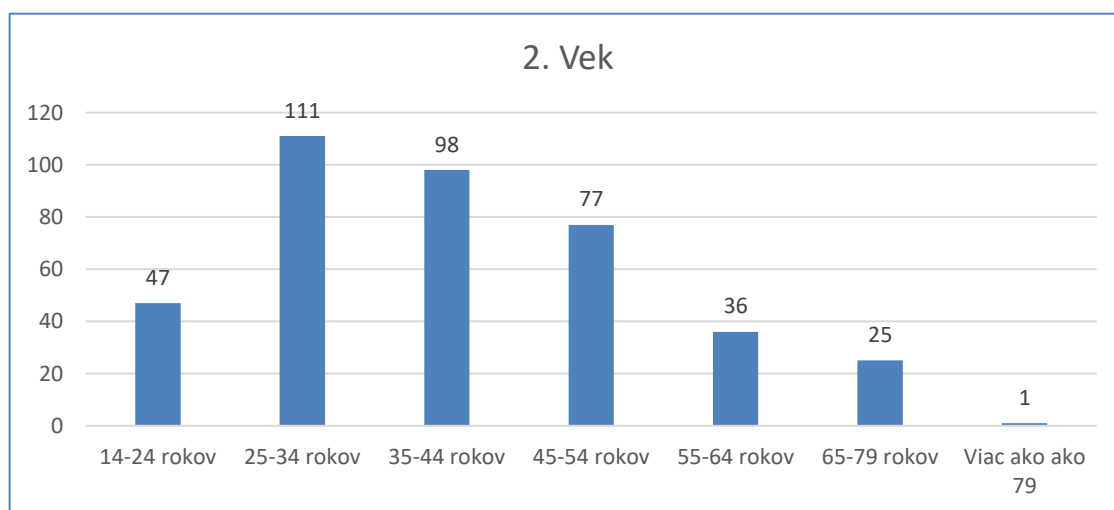
Formulár odpovedí bol vytvorený pomocou aplikácie Microsoft Forms. Obsahoval 16 otázok a bol plne anonymný, bez zberu osobných a kontaktných údajov. Získali sme 395

respondentov, z ktorých 373 odpovedí bolo plne relevantných pre celý dotazník až do úplného konca. Priemerný čas dokončenia formuláru bol 3 minúty a 59 sekúnd. Dotazník obsahoval 3 sekcie. Záverom prvej sekcie bola vylučovacia otázka č. 3 kde sme vyradili respondentov, ktorý nepatria do regiónu Horná Nitra a tým pádom nebolo potrebné aby pokračovali vo vyplňaní. Recipientov, ktorí danú podmienku nespĺňali bolo 8. Druhou a zároveň poslednou vylučovacou otázkou bola otázka č. 10. V nej sme potrebovali vedieť, či majú respondenti znalosť o tom, že ich obec/mesto patrí pod región Horná Nitra, keďže ďalšie otázky by pre dotýčnych neboli zodpovedateľné, pokiaľ by túto skutočnosť nepoznali. 14 ľudí uviedlo odpoveď nie, čo značí, že dokopy 22 respondentov z 395 nebolo kľúčových k úplným výsledkom výskumu. Vyhodnotenie dát z dotazníka sme vykonali v softvéri Microsoft Excel.



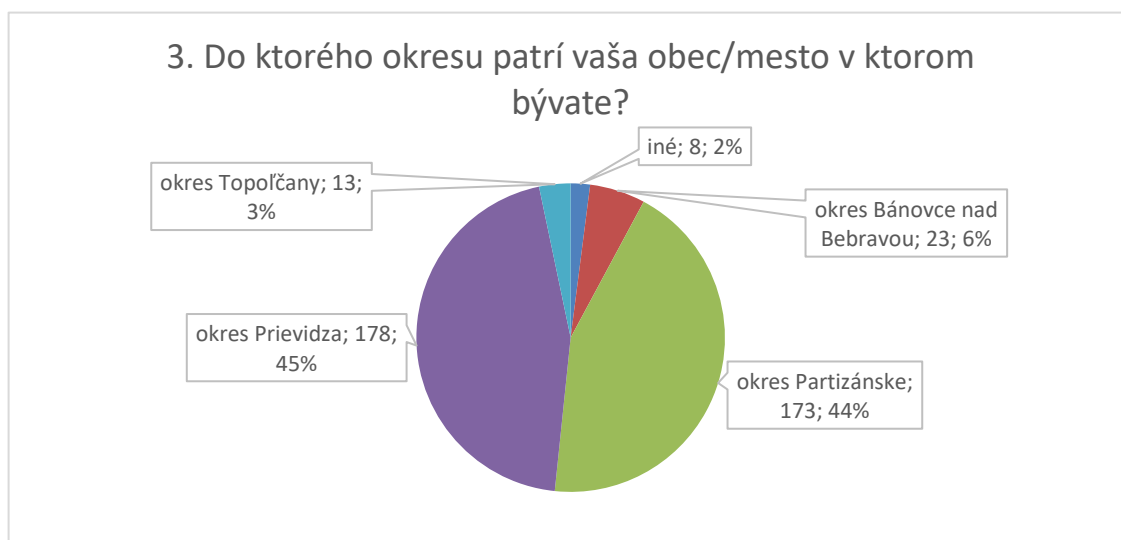
Graf 10 Spracovanie otázky č. 1

Otázka číslo 1. má socio-demografický charakter zameraný na pohlavie. Mala za cieľ zistiť koľko mužov a koľko žien, poprípade iných pohlaví sa do výskumu zapojilo. Z celkového počtu respondentov, bolo 265 žien (67 %) a takmer o polovicu menej mužov s početnosťou 129 (33%).



Graf 11 Spracovanie otázky č. 2

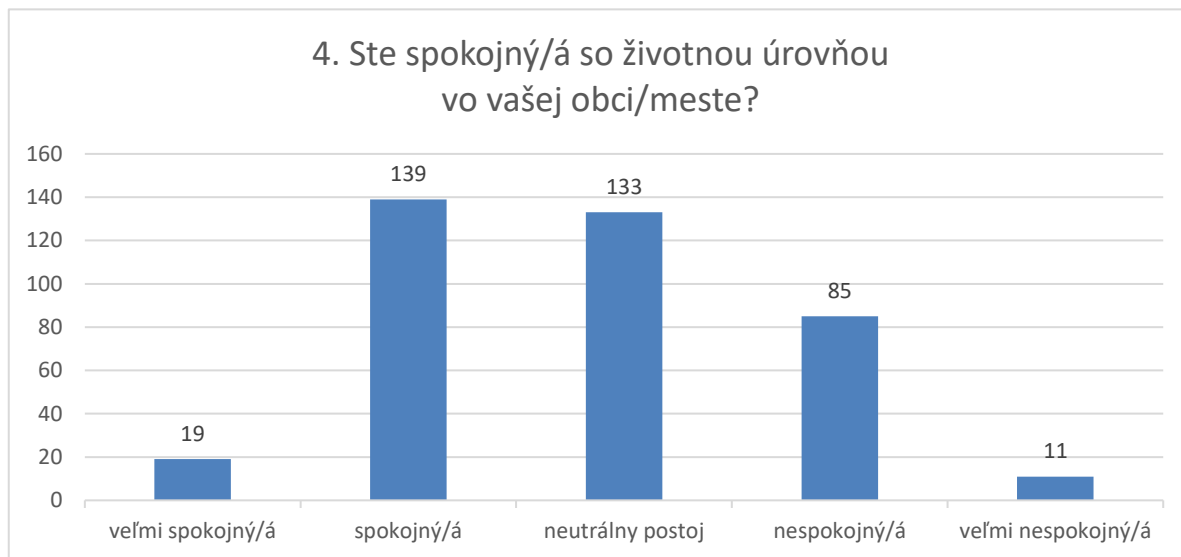
Otázka č. 2 opäť patrí do socio-demografickej kategórie s cieľom zistiť vekový rozsah. Ako môžeme vidieť na grafe, tak najväčšie zastúpenie majú mladí ľudia vo veku 25 až 34 rokov s počtom 111, za nimi sú na popredných priečkach 34 až 44 roční respondenti s počtom 98 a na treťom mieste sú 45 až 54 roční s početnosťou 77. Je pochopiteľné, že najväčšie zastúpenie tvoria respondenti v produktívnom veku a mladí ľudia od 14 do 24 rokov (47), nakoľko na internete pravdepodobne trávajú oveľa viac času ako respondenti starších ročníkov. Taktiež bol náš hlavný distribučný kanál Facebook, čo taktiež mohlo ovplyvniť vekový rozsah. Avšak túto reláciu nemáme podloženú. Ide len o skúsenostný pohľad stavu, ktorý môžeme na grafe pozorovať.



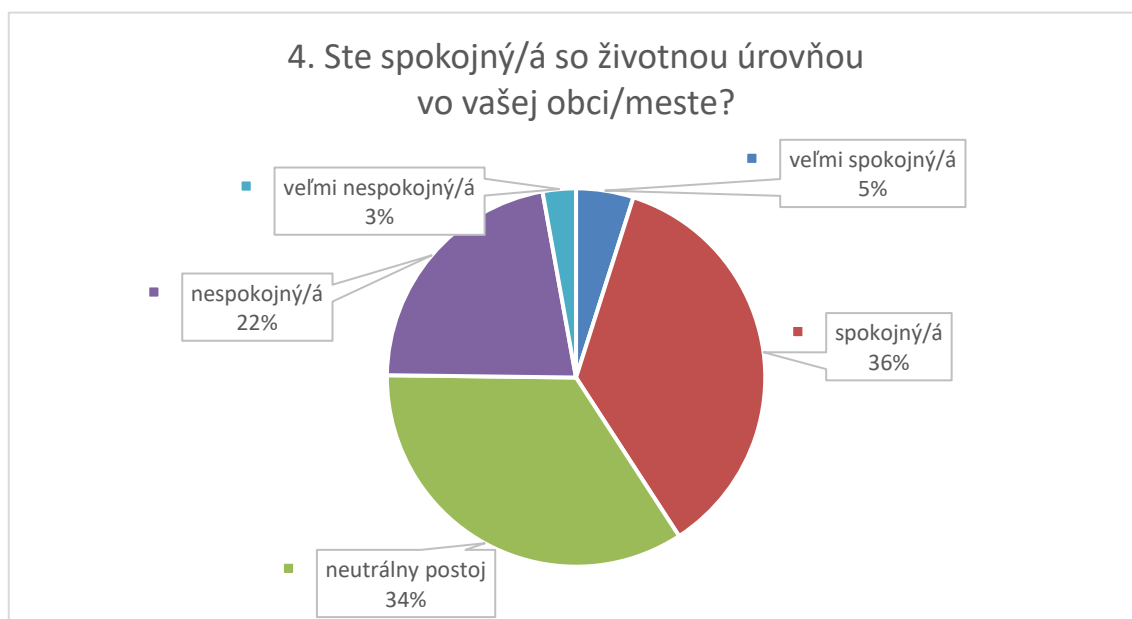
Graf 12 Spracovanie otázky č. 3

Otázka číslo 3. uzatvára prvú sekciu, keďže ide o vylučovací dotaz. Pre potreby nášho výskumu je nutné aby sme mali respondentov len z regiónu Horná Nitra a dotyčná otázka dokázala zabezpečiť aby sa 8 ľudí, ktorí nepatrili do cielených štyroch okresov, vylúčili z formuláru a nepokračovali zbytočne ďalej. Ich odpovede by pre nás z hľadiska vnútorného imidžu regiónu neboli relevantné. Ako môžeme ďalej na grafe vidieť, najväčšie zastúpenie mali okres Prievidza (45 %) a okres Partizánske (44 %), čo bolo zapríčinené tým, že bola medzi autorkou dizertačnej práce a samosprávami nadviazaná obojstranná pozitívna komunikácia, ktorá zabezpečila uverejnenie dotazníka na dôležitých miestach. Podrobnosti spomínáme vyššie v texte. Samosprávy mesta Topoľčian a Bánoviec nad Bebravou neprejavili záujem o pomoc s distribúciou. Okres Bánovce nad Bebravou sa umiestnil ako tretí v poradí so 6 % a Topoľčany mali od neho takmer o polovicu menej respondentov s percentuálnym pomerom 3 %. Otázka bola polouzavretá, keďže sme dali možnosť nevyhovujúcim

respondentom vyjadriť sa odkiaľ pochádzajú. Ich odpovede zahŕňali Bratislavu, Trenčín, Žiar nad Hronom, Ružomberok a jeden udal, že nebýva na území Slovenskej republiky.



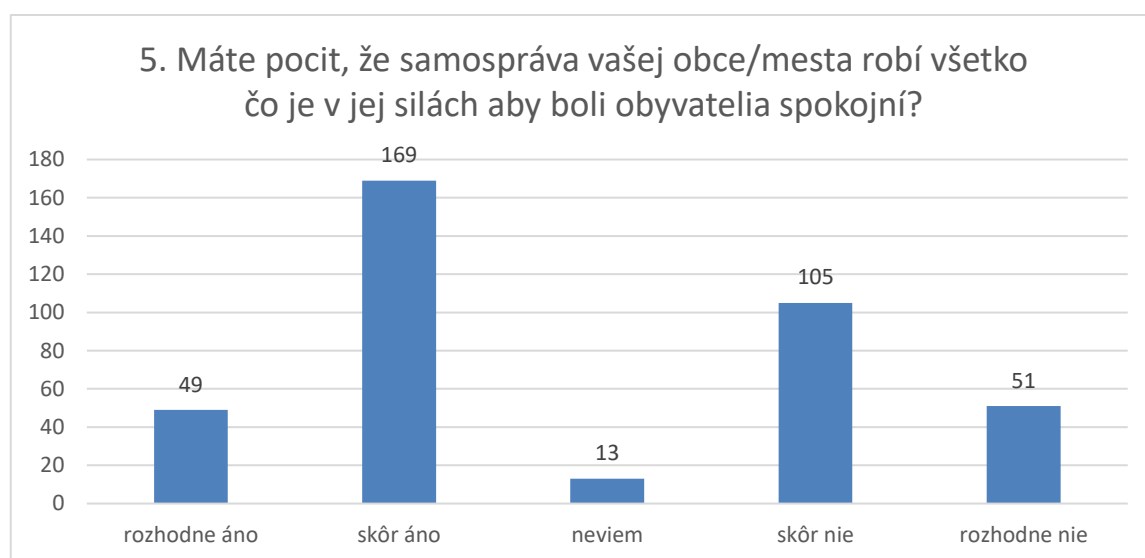
Graf 13 Spracovanie otázky č. 4 (stĺpcový graf)



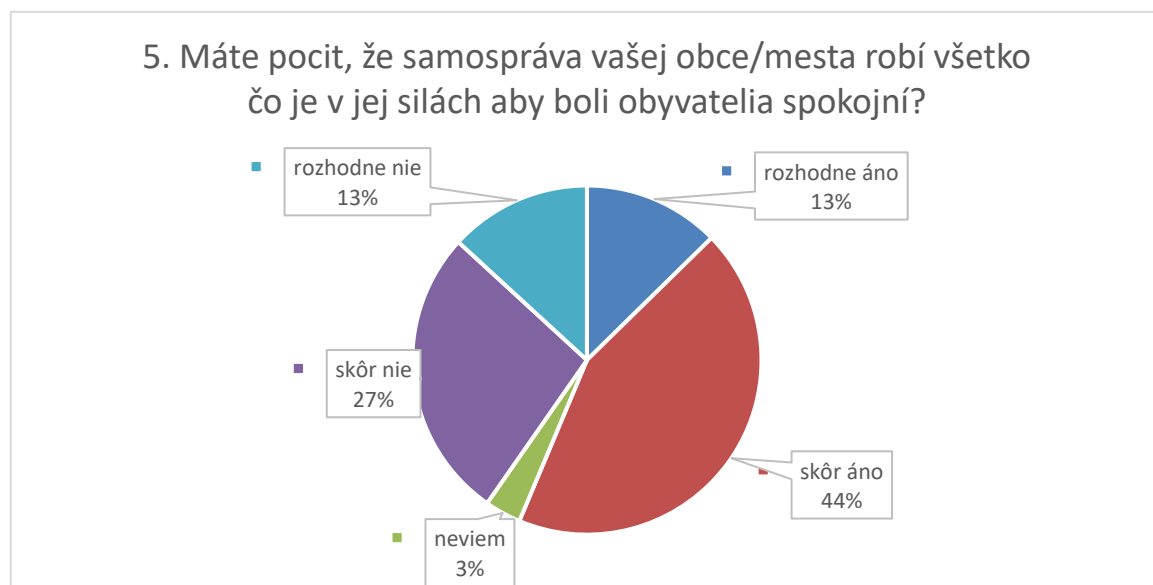
Graf 14 Spracovanie otázky č. 4 (koláčový graf)

V štvrtej otázke nás zaujímalo ako sú obyvatelia Hornej Nitry spokojní so životnou úrovňou v obci alebo v meste kde bývajú. K jej kreovaniu sme využili Likertovu škálu, ktorá dokáže zachytiť názory a postoje ľudí na základe stanoveného výroku a stupnice možností. Ide o metódu, ktorá dáva respondentovi väčší priestor k vyjadreniu rozsahu názoru (Gavora a kol. 2010). Nejde o jednoduchý dichotomický výber, pri ktorom sa môže človek cítiť príliš ohraničene. Na grafe môžeme vidieť, že až 139 respondentov je spokojných, čo tvorí

pomerovo 36 % z celkovej počtu. 133 (34 %) ľudí má k dotazu neutrálny postoj, čiže svoje stanovisko nechceli alebo nedokázali vyjadriť. 22 % (85) respondentov je nespokojných so životnou úrovňou a menšinu vybraných odpovedí tvoria hraničné možnosti, kde má len 19 (5 %) ľudí dojem, že sú veľmi spokojní a 11 (3%) ľudí je na opačnej strane spektra veľmi nespokojných. Až 59 % tvorí negatívny alebo neutrálny postoj k danej problematike. Z toho môžeme dedukovať, že v regióne je priestor na napredovanie a zmeny. Je veľmi dôležité aby boli obyvatelia regiónu vypočutí a uspokojení, pretože dlhodobá frustrácia zo životných podmienok môže spôsobiť odliv ľudí do prosperujúcejších regiónov.

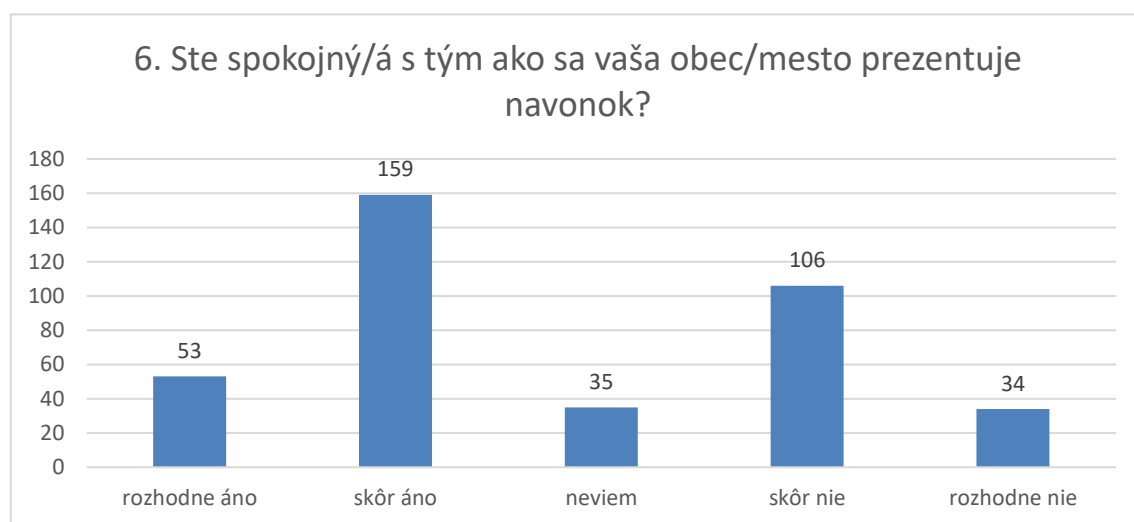


Graf 15 Spracovanie otázky č. 5 (stĺpcový graf)

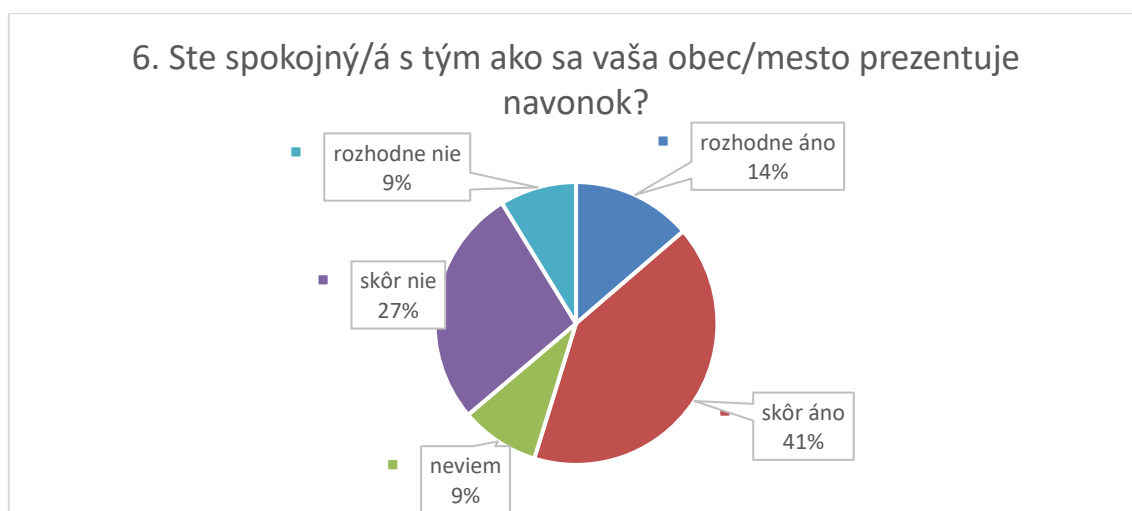


Graf 16 Spracovanie otázky č. 5 (koláčový graf)

V otázke č. 5 sme opäť využili Likertovu škálu možností. Nadväzuje na predošlú otázku spokojnosti so životnou úrovňou. Tentoraz nás však zaujímalo, či majú obyvatelia pocit, že samosprávy robia všetko preto aby boli obyvatelia spokojní. Viac ako polovica ľudí je priklonená k odpovedi skôr áno (44 %) alebo rozhodne áno (13 %). Tieto dve možnosti tvoria dokopy 57 % z celkového počtu respondentov. Je však zaujímavé, že možnosť skôr áno prevažuje, takže respondenti si v danej záležitosti nie sú na 100 % istí. Iba 13 % ľudí je bez váhania presvedčených, že samosprávy robia všetko potrebné a paralelne k tomu 13 % respondentov zvolilo možnosť rozhodne nie. 27 % čiže 105 ľudí je naklonených k možnosti skôr nie a 3 % s početnosťou 13 nevedia danú otázku zodpovedať. Z analýzy odpovedí je zrejmé, že sú obyvatelia rozpoltení v názoroch, aj keď v tomto prípade mierne prevažuje pozitívne hľadisko. 43 % je negatívneho alebo neutrálneho názoru, takže aj tu vidíme priestor na napredovanie a väčšiu snahu zo strany samospráv.

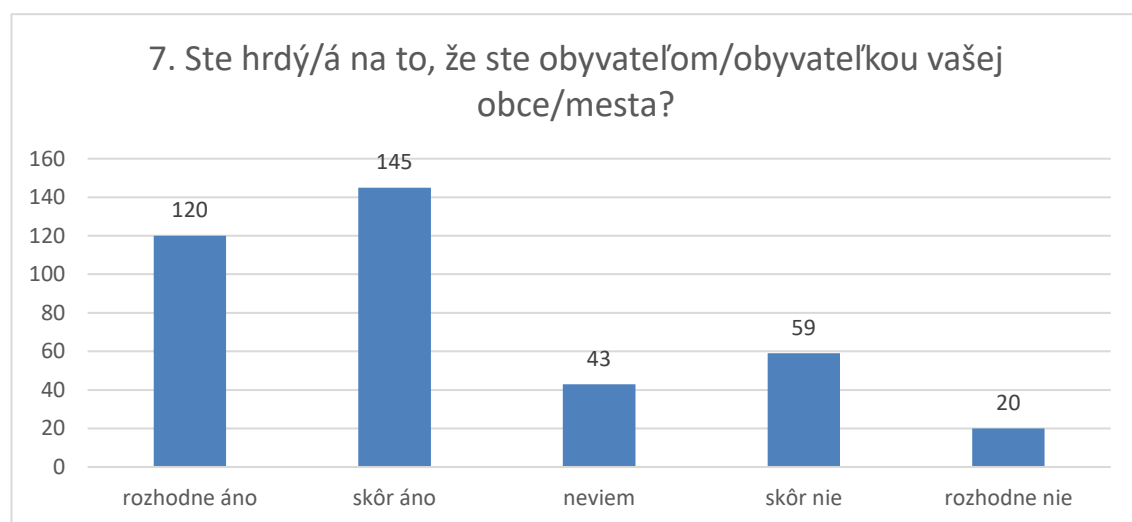


Graf 17 Spracovanie otázky č. 6 (stĺpcový graf)

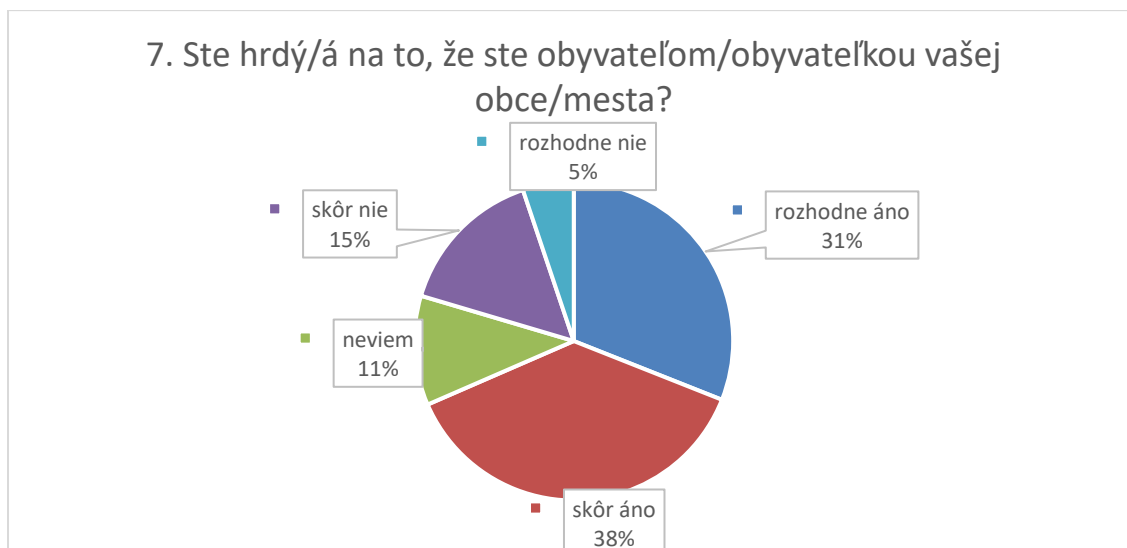


Graf 18 Spracovanie otázky č. 6 (koláčový graf)

Otázka č. 6 je znovu založená na Likertovej škále. Pýtali sme či sú respondenti spokojní s prezentáciou mesta navonok. Na grafoch môžeme pozorovať istú podobnosť s výsledkami s otázkou č. 5 aj keď s miernymi odchýlkami. Opäť čiastočne prevažuje pozitívne hľadisko. Až 41 % ľudí (159) je naklonených k možnosti, že sú spokojní s prezentáciou svojej obce/mesta a 14 % (53) respondentov zvolilo hraničnú možnosť rozhodne áno. 27 % (106) ľudí sa prikláňa k možnosti, že skôr nie sú spokojní a 9 % (34) spokojných nie je vôbec. 35 ľudí, čo tvorí 9 % sa v tejto otázke nevie prikloniť k žiadnemu názoru. 45 % sa tým pádom stavia k negatívnemu alebo neutrálnemu hľadisku. Opäť musíme podotknúť, že je viditeľný priestor na zmenu.

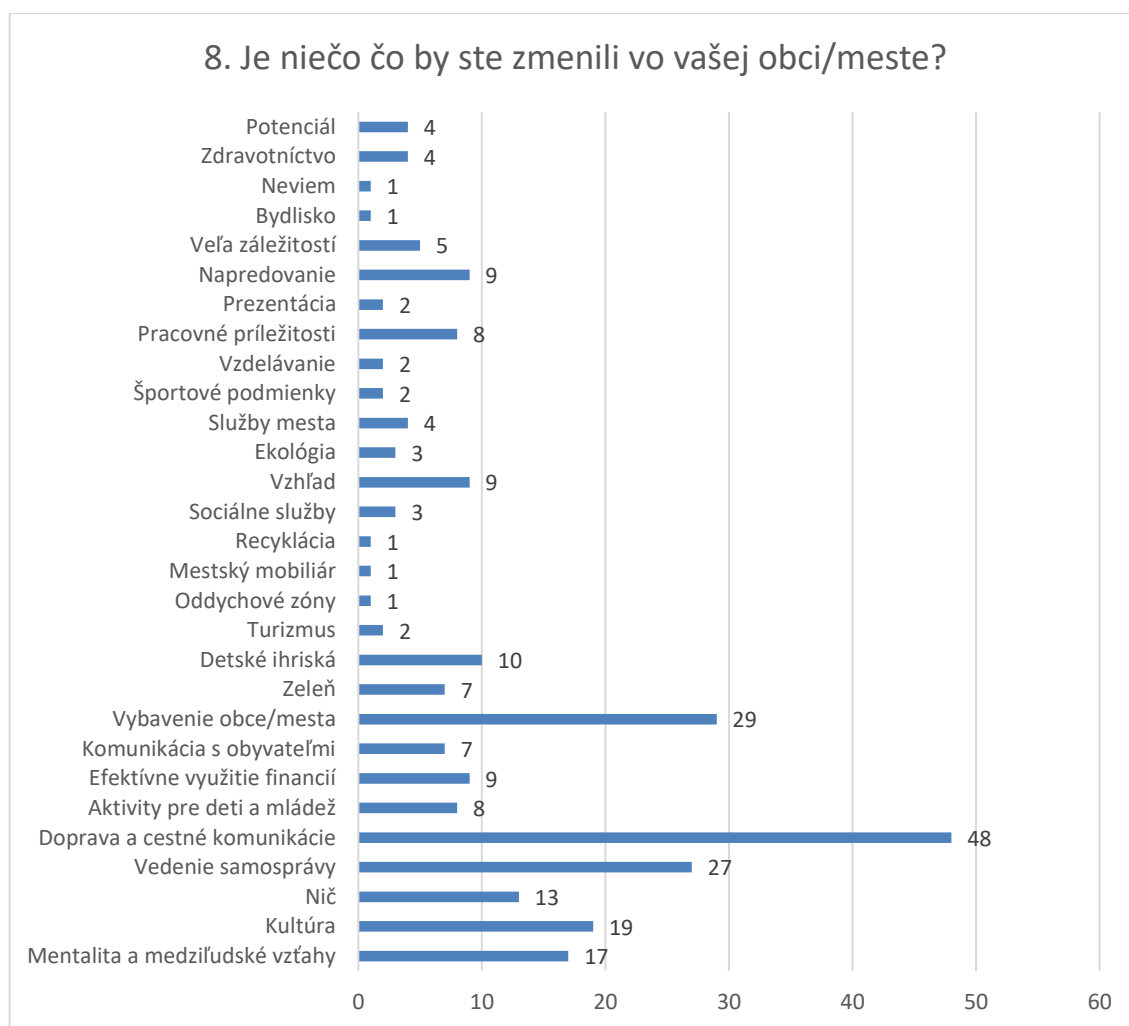


Graf 19 Spracovanie otázky č. 7 (stĺpcový graf)



Graf 20 Spracovanie otázky č. 7 (koláčový graf)

Otázka č. 7 je citlivejšia, nakoľko mieri priamo na vnútro respondenta a jeho intímny vzťah s miestom bývania. Zaujímalo nás, či sú respondenti hrdí na to, že sú obyvateľmi svojej obce/mesta. Pozitívne je, že v tomto prípade víťazí nadpolovičná väčšina s kladným názorom k otázke hrdosti, čo je potešujúci fakt. Takmer tri štvrtinu odpovedí tvoria možnosti rozhodne áno (31 %) a skôr áno (38 %), čiže dokopy až 69 % z celkového počtu respondentov. Môžeme teoretizovať a predpokladať, že síce obyvatelia nie sú vždy spokojní s rozhodnutiami samosprávy a so životnými podmienkami ale nestrácajú nádej a pohľad na svoju obec/mesto z jeho prirodzeného autentického hľadiska. V tejto otázke môžeme pozorovať aj odklon od zvolenia hraničných možností, nakoľko možnosť „rozhodne áno“ zvolilo oveľa vyššie percento ako v predošlých otázkach. Najmenšie zastúpenie v tomto prípade majú postoje, kde 5 % (20) je nastavených na hladinu „rozhodne nie“, 11 % (43) nemá vyhranený názor a len 15 % (59) sa prikláňa k tomu, že „skôr nie“ sú hrdí.



Graf 21 Spracovanie otázky č. 8

Ďalšia otázka č. 8 bola plne otvorená, takže sa líši v zjave aj v spracovaní od zvyšných otázok z celého výskumu. Zaujímalo nás, či je niečo, čo by obyvatelia zmenili vo svojej obci/meste. Ako jediná nebola povinná, takže odpovedalo len 189 ľudí. Otázka nám umožnila zozbierať kvalitatívne dáta, ktoré budú prospešné hlavne pre ďalšie spracovanie samosprávami. Obyčania v nej vyjadrili čo im najviac v ich mieste bydliska chýba, čo by robili inak a častokrát vyjadrili vyhranené názory k vedeniu samospráv a k zmýšľaniu ľudí, ktorých majú okolo seba. Počas analýzy sme si uvedomili, že by bolo pre jednotlivé samosprávy prospešné aby vedeli pod akú obec/mesto dané odpovede patria. Pre potreby nášho výskumu to prvotne nebolo nutné, takže sme od obyvateľov nepožadovali aby uviedli konkrétnu obec/mesto ale odpovede vieme zaradiť len okresne. Niektorí respondenti vo svojich odpovediach sami pripísali miesto o ktoré sa jedná ale išlo o malú vzorku. Pre nás bolo najmä podstatné získať všeobecný pohľad na región Hornej Nitry, keďže sa skladá zo všetkých obcí, miest a každého jedného obyvateľa. Problémy aj tej najmensej obce by mali byť problémom celého regiónu.

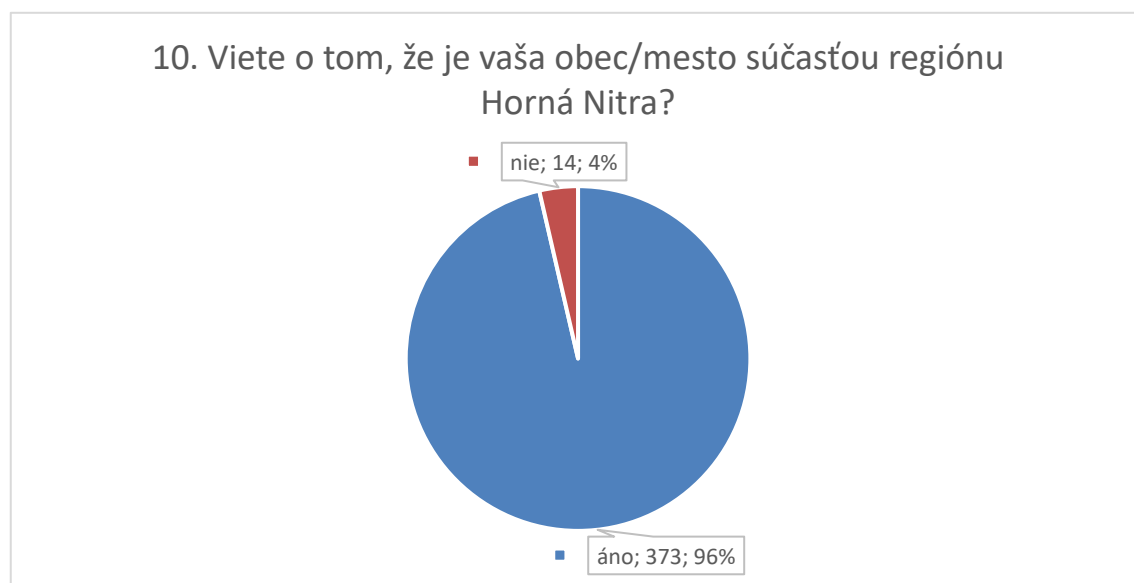
Je potrebné aby si primátori a starostovia navzájom v regióne pomáhali. Jednotlivé odpovede sme pre potreby grafu a nášho výskumu vnútorného imidžu zovšeobecniili do kategórií, ktoré sme popri analýze odpovedí identifikovali. Tým pádom sme vykonali konverziu s viac-menej kvalitatívnych dát na kvantitatívne. Dokázali sme z odpovedí získať 265 položiek, keďže určití respondenti sa vyjadrili k viacerým záležitostiam súčasne. Na grafe môžeme vidieť jednotlivé kategórie a ich početnosti. Najčastejšie obyvatelia upozorňovali na problémy v dopravnej logistike a cestných komunikáciách (48 odpovedí). Spomínali potrebu zníženia hustoty premávky, výstavbu obchvatu, problémy s parkovacími miestami, kvalitou ciest a chodníkov a potrebu budovania cyklotrás. Eliminácia problémov tohto typu by dokázala zvýšiť životnú úroveň okresov. Druhým najčastejším dotazom ľudí boli rôzne chýbajúce zariadenia, ktoré patria do občianskej vybavenosti miest a obcí (pošty, obchody, kúpaliská, športové strediská, plavárne a pod.). Tretie prvenstvo držia odpovede, ktoré upozorňujú na nespokojnosť s vedením samospráv. Častokrát by chceli zmeniť poslancov alebo priamo hlavu samosprávy. Vyjadrujú nespokojnosť s neochotou napredovať, nevypočutie názorov obyvateľov, či nesprávne narábanie s verejnými financiami. Ako môžeme vidieť na grafe, tak samotné problémy boli zaradené aj do zvlášť kategórií. 19 ľudí požadovalo aby sa zvýšila úroveň kultúry v ich obci/meste a organizovalo sa viac podujatí. 17 respondentov naznačilo, žeby sa mala zmeniť celkovo mentalita ľudí a medzil'udské vzťahy. 13 ľudí uviedlo, žeby nezmenilo nič, tým pádom nebolo potrebné aby sa k otázke vyjadrili, avšak túto skutočnosť si neuvedomili aj keď bola otázka vedená ako nepovinná. Ďalej respondenti spomínali napr. deficit detských ihrísk a priestoru pre aktivity detí a mládeže. Taktiež sa našli ľudia, ktorí prízvukovali, že by sa samosprávy mali viac starať o vzhľad mesta, zabezpečiť viac zelene a 8 respondentov upozornilo na nedostatok pracovných príležitostí. Medzi menej opakujúcimi sa položkami bolo napr. navýšenie turizmu, zlepšenie prezentácie, riešenie ekologických otázok, či zmeny v službách mesta alebo nevyužitie potenciálu obcí. Všetky zvyšné menej početné kategórie je možné vidieť na grafe. Surové dáta ku všetkým otázkam sú dostupné v elektronickej prílohe v rámci Excel súboru.



Graf 22 Spracovanie otázky č. 9

Otázka č. 9 je polouzavretá. V nej sme respondentom predostreli škálu možností slovných spojení, z ktorých si mohli vybrať najvhodnejšie možnosti najviac vystihujúce ich okres. Išlo o otázku s viacnásobnou odpoveďou, takže sme zozbierali až 722 odpovedí. Začlenili sme taktiež otvorenú možnosť „iné“, aby respondenti mohli vyjadriť svoj odlišný názor, ktorý sme do škály spojení sami nedokázali zahrnúť. Možnosti vychádzajú z teoretických poznatkov, ktoré o danom regióne máme a taktiež sú inšpirované prípadovými štúdiami. Zahrnuli sme aj položky, ktoré sú menej pravdepodobnými atribútmi pre jednotlivé okresy a to najmä kvôli tomu aby sme respondentom nepodsúvali názory a predpoklady, ktoré sme si my na základe syntézy poznatkov dokázali odvodiť a vytvorili tak väčší priestor na ich vlastné rozhodnutie. Najväčšie zastúpenie s početnosťou 111 odpovedí tvorí slovné spojenie „Tradícia vo výrobe topánok“, čo môže byť zapríčinené najmä vplyvom okresu Partizánske, nakoľko je všeobecne známe historické postavenie bývalého mesta Baťovany práve vo výrobe topánok. Druhou najčastejšie zvolenou možnosťou v počte 108 bola zvolená možnosť „Prírodný raj“. Tesne za ním s počtom 103 odpovedí dominuje „Bohatá história a kultúra“. Ako môžeme vidieť na grafe, bohužiaľ sú okresy spájané aj s početnosťou 79 práve s

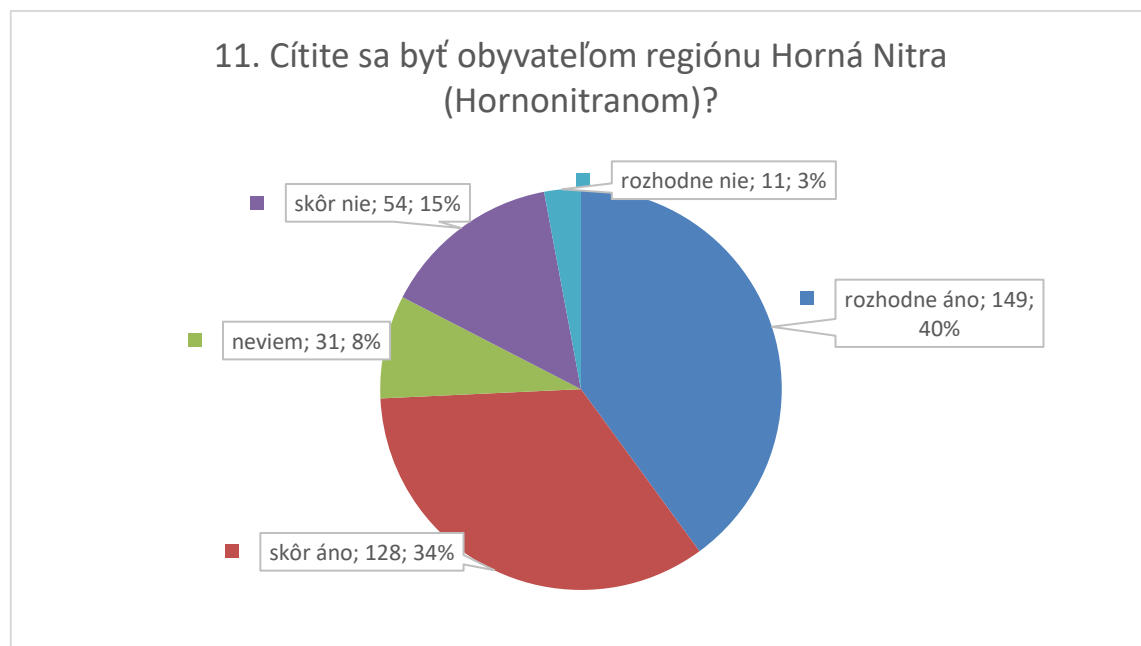
„Tepelnou elektrárnou a baňami“ čo sa však v dohl'adnej budúcnosti bude eliminovať vďaka spomínanému Akčnému plánu transformácie regiónu Horná Nitra. 76 odpovedí zmieňuje kategóriu „Kúpeľná oblasť“. Predpokladáme, že ide o verejne menej známy fakt, ktorý by bolo tiež prospešné využiť v rámci budovania stratégie značky. Tento predpoklad by sa však musel overiť aj v rámci vonkajšieho imidžu pre región Hornej Nitry, ktorý nie je cieľom našej dizertačnej práce z hľadiska rozsiahlej a širokospektrálnej tematiky. Aj pri tomto bode vidíme priestor budúceho rozšíreniu výskumu, ktorý by autorka mohla vykonať po doktorskom štúdiu a výsledky taktiež ponúknuť samosprávam regiónu Horná Nitra alebo minimálne navrhnúť jeho vykonanie priamo zástupcom s možnosťou participácie. 75 odpovedí opäť súvisí s renomé baní a tepelnej elektrárne, nakoľko ide o spojený prvok – atribút „Priemyselnej oblasti“. Potom sa už dostávame k menej častým odpovediam, ktoré nie sú dominantné. „Ľudovo a tradične má zastúpenie 44 odpovedí, 35 „Ekologická zelená oblasť“, 30 „Športové epicentrum“, 20 „Zábava na každom kroku“, 10 odpovedí nesie „Moderná a technologicky vyspelá oblasť“ a najmenej 5 odpovedí súvisí s „Rajom gurmánov“. Práve táto, početnosťou spodná polovica slovných spojení, bola umelo priradená k škále avšak ako môžeme vidieť, niekoľko ľudí sa s nimi dokázalo stotožniť.



Graf 23 Spracovanie otázky č. 10

Otázka č. 10 má dichotomický charakter s jednoduchým výberom medzi áno a nie. Je to kvôli tomu, že uzatvára druhú sekciu a má za cieľ vylúčiť zvyšných respondentov, ktorý nespĺňajú kritérium poznatku o tom, že ich mesto, či obec spadá pod región Hornej Nitry. Vyčlenili sa 14 respondenti, čiže zostalo 373 ľudí, ktorí sú plne kompatibilný pre celkový výskum. Poznatok o tom, ktoré okresy patria pod región Hornej Nitry by mohol byť aj hlavný bod

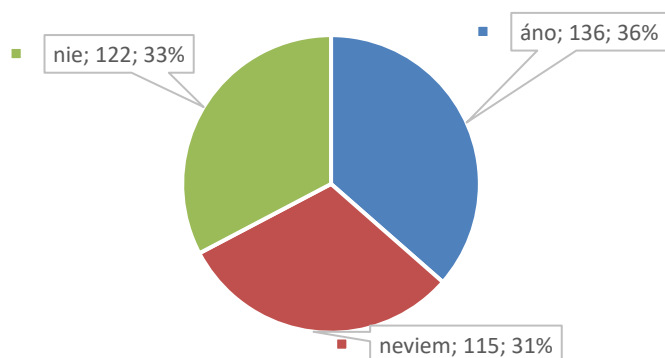
potenciálneho budúceho výskumu, ktorý sme už spomínali vyššie, kde by sme mapovali vonkajší imidž regiónu. Čo si o ňom myslia ľudia, ktorí bývajú mimo región a aké poznatky o regióne majú.



Graf 24 Spracovanie otázky č. 11

Otázka č. 11 je opäť založená na Likertovej škále. Zaujímalo nás, či sa respondenti cítia byť obyvateľmi regiónu Horná Nitra. Je dôležité aby sme vedeli, či obyvatelia pociťujú, že sú súčasťou tohto väčšieho celku. Je tu istý predpoklad, že ľudia žijúci v Hornej Nitre nie sú tak veľkí lokálpatrioti ako napr. ľudia z Oravy alebo Kysúc. Avšak toto by sa muselo overiť skrz ďalšie výskumy, ktoré by mapovali vnútorný imidž ostatných regiónov Slovenska. Muselo by ísť o veľmi rozsiahly výskum. 40 % (149) respondentov si je istých, že sa cítia byť Hornonitranmi, čo je pozitívne zistenie a ide o prvú otázku u ktorej prevažuje hraničná možnosť so slovom „rozhodne“ a to v kladnej podobe. 34 % (128) respondentov sa prikláňa k možnosti skôr áno, čiže dokopy 74 % respondentov má v určitom rozsahu kladný názor na otázku. 11 (3 %) ľudí označilo možnosť rozhodne nie, 54 (15 %) skôr nie a 31 (8 %) nevie zodpovedať.

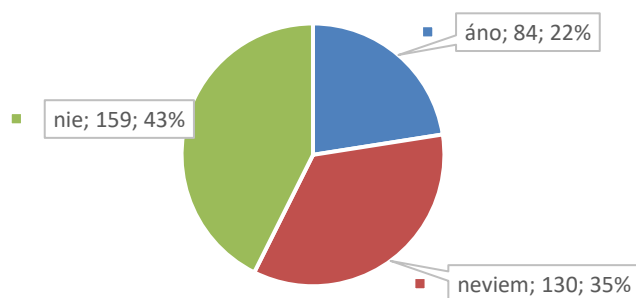
12. Všimli ste si, žeby primátori/starostovia regiónu Horná Nitra spolupracovali na rozvoji regiónu Horná Nitra?



Graf 25 Spracovanie otázky č. 12

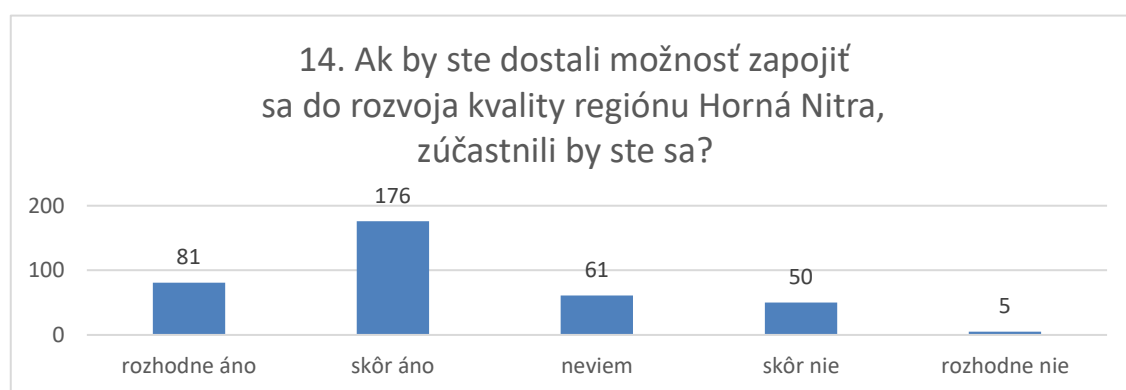
Otázka č. 12 má charakter jednoduchého výberu nakoľko rozsah názoru by v tomto prípade nebol užitočný. Respondenti by mali vedieť jednoznačne odpovedať na daný dotaz, kde nás zaujíma či si povšimli, žeby primátori/starostovia regiónu Horná Nitra spolupracovali na rozvoji regiónu Horná Nitra. Táto otázka smeruje k tomu, že či má región Hornej Nitry za sebou dostatočnú kooperáciu samospráv tak aby spoločne budovali región ako celok, nie sami za seba a zároveň o tom boli obyvatelia nejakým spôsobeným upovedomený. Ako môžeme na grafe vidieť, respondenti sa viac-menej rozchádzajú v názoroch a s malými odchýlkami početnosti sa delia na tretiny. Pomerovo prevažujú respondenti, ktorý udali možnosť, že si kooperáciu všimli. Tých bolo 136 (36 %). Avšak len s miernou odchýlkou zvolilo 122 ľudí (33 %) možnosť, že si spoluprácu nevšimlo a 115 (31 %) nevie na otázku zodpovedať. Ide o veľmi mäťúce nejednoznačné dáta.

13. Všimli ste si, žeby primátori/starostovia regiónu Horná Nitra spolupracovali na marketingu a reklame regiónu Horná Nitra?

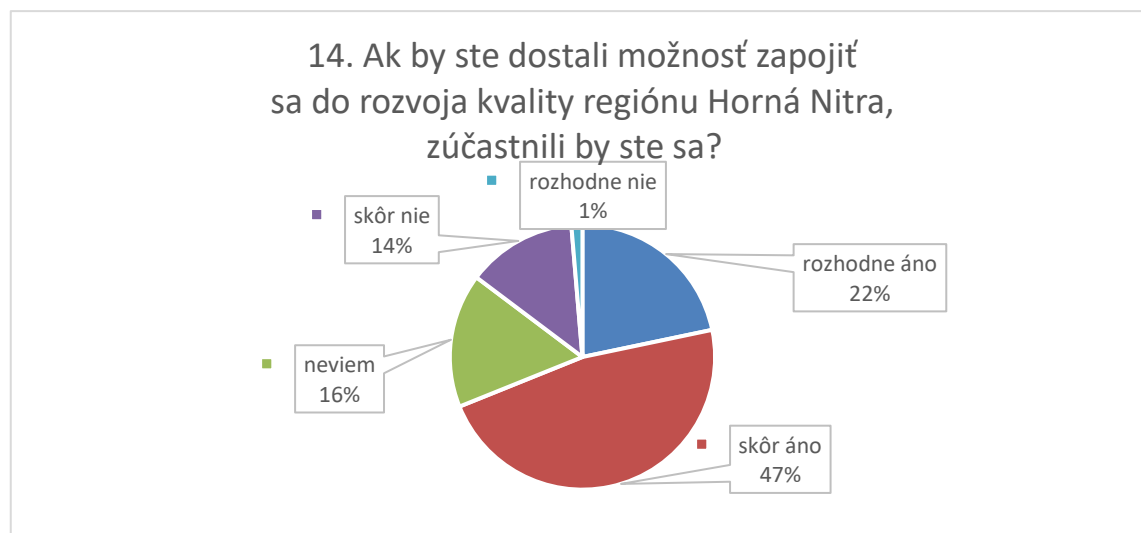


Graf 26 Spracovanie otázky č. 13

Otázka č. 13 nadväzuje na predošlú a má podobný charakter, avšak tento raz sme chceli vedieť, že či si obyvatelia všimli kooperáciu v oblasti marketingu a reklamy. Naskytli sa nám omnoho väčšie číselné odchýlky, než pri predošlom grafe. Iba 22 %, čo tvorí 84 respondentov, si kooperáciu na marketingu a reklame povšimlo. Avšak až 43 % (159) zvolilo možnosť nie a 35 % respondentov (130) nevie zodpovedať. Na to, že marketing a reklama majú charakter vzbudzovania povedomia, tak dáta nám naznačujú, že kooperácia hláv samospráv v týchto oblastiach nie je dostatočná. Vidíme tu obrovský priestor na zmenu, ktorú by práve cielené budovanie značky regiónu zabezpečilo.



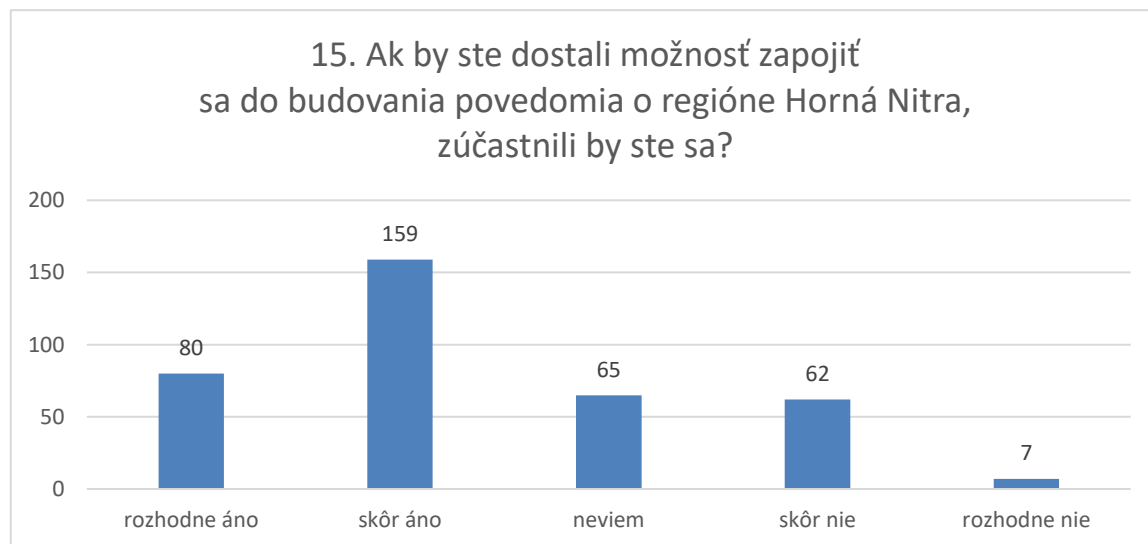
Graf 27 Spracovanie otázky č. 14 (stĺpcový graf)



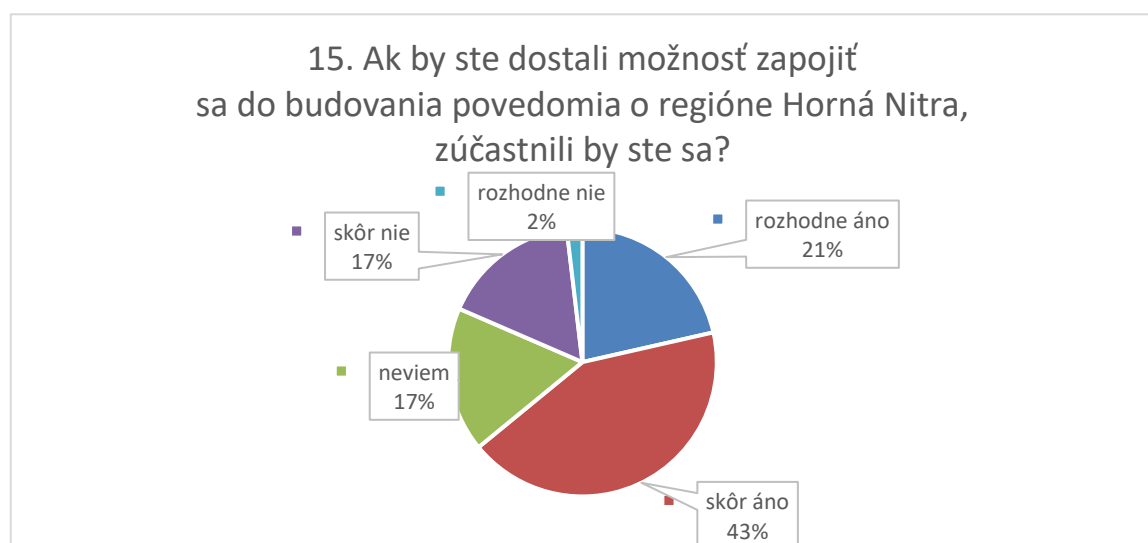
Graf 28 Spracovanie otázky č. 14 (koláčový graf)

Otázka č. 14 vychádza z jedného z identifikovaných faktorov úspechu ale aj teoretických východísk. Ako z našej predošlej analýzy vyplýva, jednou z úspešných stratégií place brandingu môže byť zaangažovanie obyvateľstva do procesov súvisiacich s budovaním značky. Takže nás zaujímalo, či by sa respondenti zapojili do rozvoja kvality regiónu Horná Nitra.

Pozitívne je, že až 69 % respondentov sa prikláňa ku kladným možnostiam. 22 %, čiže 81 ľudí by sa určite zúčastnilo a 47 % (176) zvolilo možnosť skôr áno. Iba 1 % (5) by sa nezúčastnilo za žiadnych okolností, 14 % (50) by sa skôr nezúčastnilo a 16 % (61) nevie odpovedať na zadanú otázku. Výsledky sú veľmi užitočné pre samosprávy, nakoľko väčšina opýtaných je naklonená spolupráci, čo môže byť základný kameň pre budovanie novej značky.



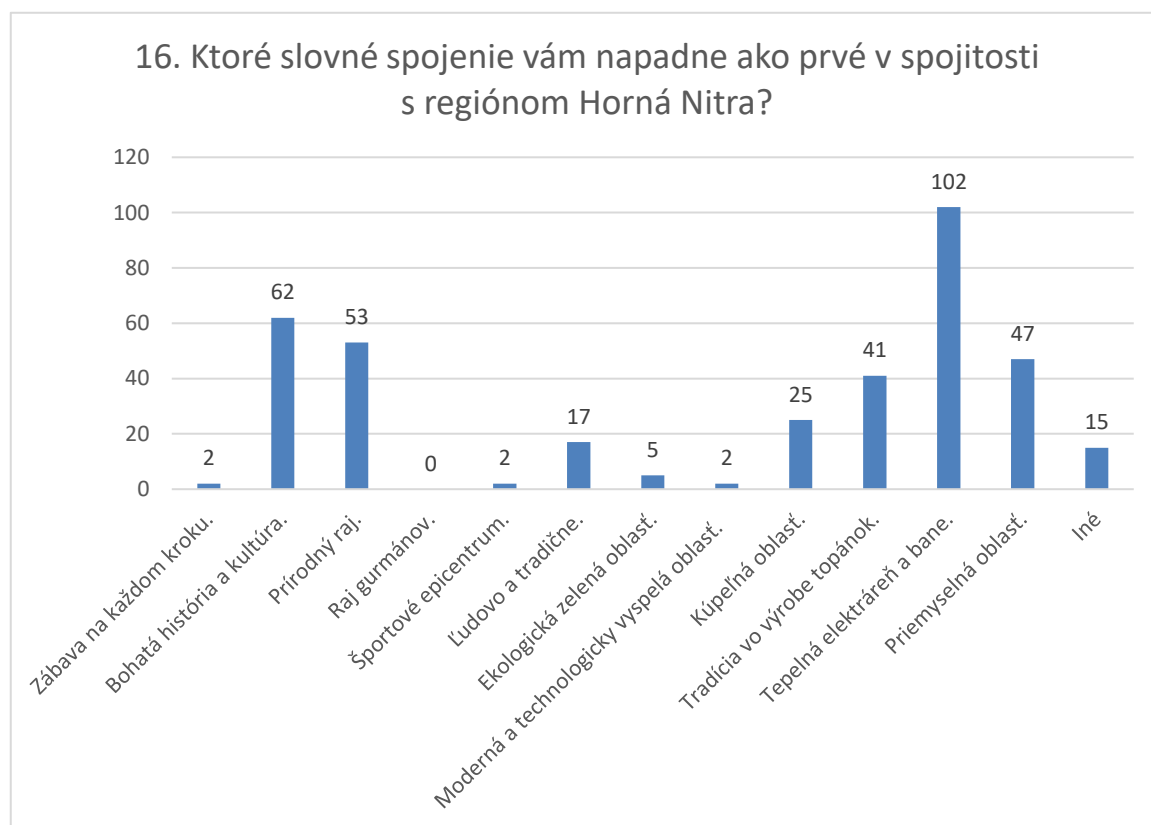
Graf 29 Spracovanie otázky č. 15 (stĺpcový graf)



Graf 30 Spracovanie otázky č. 15 (koláčový graf)

Otázka č. 15 je podobného charakteru ako predošlá, avšak tentoraz nás zaujímalo, či by sa respondenti zapojili do marketingu regiónu Horná Nitra. Keď porovnáme spracované výsledky predošlej otázky s otázkou č. 15., môžeme pozorovať určité podobnosti, ktoré majú medzi sebou malé odchýlky. 21 % (80 ľudí) je úplne stotožnených s tým, žeby sa do budovania povedomia zapojili. 43 % (159) zvolilo možnosť „skôr áno“. Tým pádom 64 %

respondentov je kladného názoru. Je tu zaznamenaný pokles o 4 % od predošlého dotazu týkajúceho sa rozvoja regiónu. 17 % (65) má neutrálny postoj. 2 % (7) zvolili hraničnú možnosť „rozhodne nie“ a 17 % (62) by sa skôr nezúčastnilo než áno. Ako je zrejmé z výsledkov, tak aj keď v tejto otázke evidujeme mierny pokles záujmu, stále môžeme nájsť nadpolovičné množstvo ľudí, ktorí by sa radi zúčastnili budovania povedomia v regióne. Opäť veľmi užitočná informácia pre samosprávy.



Graf 31 Spracovanie otázky č. 16

Posledná otázka nadväzuje na otázku č. 9. Je rovnakého zjavu až na to, že v tomto prípade sa nejednalo o otázku s viacnásobnými odpoveďami. Obe otázky však nesú rovnaké možnosti a majú polouzavretý charakter. Predtým nás zaujímalo, ktoré atribúty vystihujú jednotlivé okresy ale v tomto prípade sme chceli vedieť, čo respondentov ako prvé napadne v spojitosti so samotným regiónom. Či už ide o negatívne alebo pozitívne vnemy. Bohužiaľ najväčšiu spojitosť našli respondenti práve s atribútom „Tepelných elektrární a baní“. Až 102 respondentov zvolilo túto možnosť, čo je takmer tretina z opýtaných. Druhé miesto s početnosťou 62 odpovedí, zaujal atribút „Bohatá história a kultúra“ a tretie miesto s 53 odpoveďami „Prírodný raj“. Na štvrtom mieste sa umiestnila „Priemyselná oblasť“ s početnosťou 47. Keď porovnáme výsledky otázky č. 9 a otázky č. 16, vidíme, že v tomto prípade „Tradícia vo výrobe topánok“, nenesie v rámci regiónu prioritné postavenie, na rozdiel od

okresných preferencií. Medzi menej početnými odpoveďami sa umiestnila „Kúpeľná oblasť“, s 25 odpoveďami a 17 ľudí označilo atribút „Ľudovo a tradične“. 15 ľudí sa nestotožňuje s ponúknutými možnosťami a tak zvolili možnosť „iné“, kde vyjadrili svoj odlišný názor. Daní respondenti neboli konštruktívny vo svojich otvorených odpovediach – väčšinou sa vyjadrili neutrálnym alebo negatívnym spôsobom bez relevantnosti k výskumu. S početnosťou 5 a menej odpovedí sa umiestnili atribúty „Ekologická zelená oblasť“ (5), Moderná a technologicky vyspelá oblasť (2), Športové epicentrum (2), Zábava na každom kroku (2) a nakoniec atribút „Raj gurmánov“ nevybral žiaden z respondentov.

5.1.2 Sumarizácia výsledkov

Na základe analyzovaných výsledkov dedukujeme, že je potrebné urobiť niekoľko základných zmien aby sa pohľad na vnútorný imidž regiónu Horná Nitra usmernil správnym smerom. V obyvateľoch, rovnako ako v regióne badáme nevyužitý potenciál. Je potrebné neustále zvyšovať životnú úroveň v jednotlivých okresoch, nakoľko môže ľahko odísť k odlivu ľudí do iných regiónov. Rovnako je potrebné aby sa samosprávy starali o svojich obyvateľov, aby s nimi komunikovali a naplňali ich očakávania. Cez celý náš výskum sa nesie opakujúce sa heslo „zvnútra von“ a preto je najprv potrebné dať do poriadku vnútorné záležitosti kým si začne región budovať vonkajšie povedomie spolu s novou značkou. Vďaka výsledkom z dotazníka vidíme, že obyvatelia nie sú na 100 % spokojní ale sú dostatočne ochotní spolupodieľať sa na rozvoji a marketingu regiónu, čo je povzbudzujúce zistenie pre samosprávy a budovanie správnej stratégie značky regiónu. Mapovanie bolo realizované v období pomalého prerodu Hornej Nitry, takže by bolo do budúca prospešné keby sa výskum po čase zopakuje a zanalyzujú sa prípadné zmeny. Či sa spokojnosť obyvateľstva a pohľad na región mení alebo speje k horšiemu. Je naozaj veľká výzva reštrukturalizovať región od samotnej podstaty, ktorá pramení najmä v dlhoročnom priemyselnom akcente. V tomto ponímaní môžeme brať náš výskum ako pred-výskum nadchádzajúcich období. Vďaka zmapovaniu vnútorného imidžu sme sa však utvrdili najmä v tom, že región nie je len o baniach a tepelnej elektrárni ale má historický, kultúrny a prírodný potenciál, ktorý nie je naplno využitý. Taktiež má pri sebe hrdých obyvateľov, ktorí sú ochotní pomáhať a zveľad'ovať aj napriek určitej miere nespokojnosti, ktorá pramení najmä z rozhodnutí vedenia samospráv a narábania s verejnými financiami. Je podstatné aby medzi obyvateľmi a samosprávami panoval v pravidelných intervaloch otvorený vzájomný dialóg.

6 Odporúčania pre budovanie značky Hornej Nitry

V čase prerodu podstaty regiónu Hornej Nitry na základe Akčného plánu 2021 -2027 by mali samosprávy pristúpiť k hĺbkovej situačnej analýze regiónu a vytvoriť postupne stratégiu budovania novej značky, ktorá bude odrážať potenciál obnovovaného regiónu a prirodzenú autenticitu, ktorá vychádza z podstaty územia. V prvom rade je dôležité aby sa všetky samosprávy spojili a vytvorili medzi sebou otvorený dialóg a začali aktívne kooperovať. Taktiež je veľmi dôležité aby do svojich plánov zapojili obyvateľov, ako do koncepcnej, tak aj do realizačnej fázy. Región Horná Nitra má všetky predpoklady na to aby bol úspešný, avšak okrem rozvoja regiónu je potrebné vybudovať na novo aj jeho reputáciu a to spôsobom zvnútra von. Ako vyplýva z nášho výskumu, tak obyvatelia regiónu majú záujem spolupodieľať sa na rozvoji a marketingu. V rámci našej práce sme vykonali zmapovanie vnútorného imidžu regiónu Horná Nitra, čo je však len jeden z množstva krokov.

Ako postupovať pri budovaní značky regiónu Horná Nitra (orientačný marketingový plán):

Vytvoriť tím odborníkov.

0. Motivácia

V počiatočnej (pred)fáze je potrebné identifikovať vstupnú motiváciu a plán procesu. Samotná motivácia k značke regiónu Horná Nitra je zakomponovaná už v jadre našej dizertačnej práce.

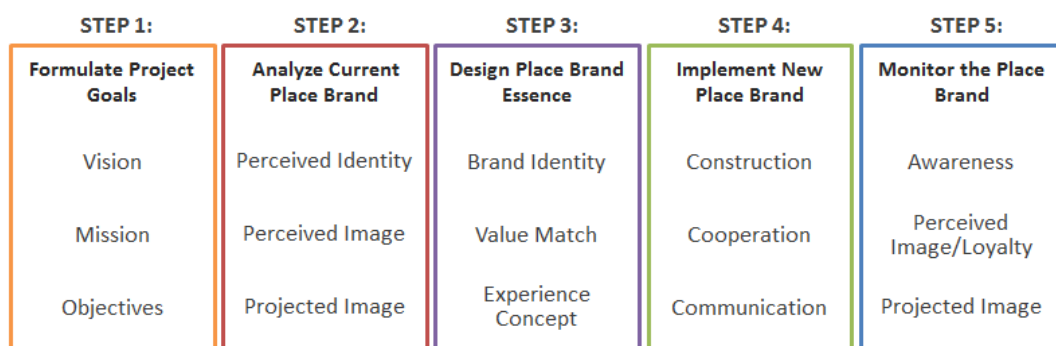
1. Analýza

Hlavnou časťou fázy analýzy je **situačná analýza** regiónu Horná Nitra. V rámci situačnej analýzy Hornej Nitry je potrebné dôkladne **zanalyzovať aktuálnu situáciu place marketingových a place brandingových aktivít regiónu**. Identifikovať celkový **súčasný imidž (vizuálny obraz, zmysel miesta, identita, reputácia)** a eventuálnu **značku** regiónu. Ďalším krokom by mala byť **analýza konkurencieschopnosti** miesta. Pri komparačnej analýze je užitočné využiť okrem iného aj techniku **benchmarkingu**. Vykonať podrobnú analýzu aktuálneho stavu uplatňovania place marketingových a place brandingových aktivít v rámci regiónu Hornej Nitry a jej konkurencie na slovenskom trhu. Následne vypracovať **analýzu SWOT** (vnútorné faktory: silné slabé, stránky miesta a externé faktory: príležitosti a hrozby – tie sú taktiež naznačené v rámci našej práce. Ďalej je potrebné aplikovať

k regiónu metodiku **STP**, ktorá pozostáva zo **segmentácie trhu** (členenie), **targetingu** (zameranie) a **positioningu** (umiestnenie). Je dôležité určiť cieľové skupiny nakoľko, hromadný marketing segmentácie nie je efektívny (Matlovičová 2008).

2. Konceptia

Pri fáze koncepcie je potrebné preklenúť postupy k procesom vytvárania a budovania značky, ktorý odporúčajú Govers a Go (2009). Vieme, že cieľom marketingovej stratégie, ktorú je potrebné vytvoriť je v podstate samotný place branding a koncipovanie prístupu k brandingovej stratégii regiónu. Nakoľko tretí krok je už riešený na začiatku plánu, bude vynechaný.



Obrázok 1 Štruktúra tvorby značky (Govers a Go 2009)

V úvode koncepcie place branding je nutné určiť hlavné ciele, ktoré máme za cieľ tvorbou značky dosiahnuť (**vízia, misia, vedľajšie ciele**). Na základe analýzy potom vytvoriť esenciu značky miesta, akú chceme pomocou place brandingových nástrojov a aktivít vybudovať alebo upevniť (**identita značky, zhoda hodnôt, skúsenostný koncept**).

Ďalej prepojiť koncepciu place branding regiónu Horná Nitra v súvislosti s **marketingovým mixom**, ktorý je v prípade marketingu miesta mierne odlišný od klasického mixu 4P (produkt, cena, dostupnosť, propagácia, ľudský faktor, partnerstvá a participácia) (Vaňová, Vitálišová a Borseková 2017).

Posledné 3 fázy:

3./4./5. Implementácia novej značky (konštrukcia, kooperácia, komunikácia). **Monitoring place brandu** (povedomie, vnímaný obraz / lojalita a projektovaný obraz) môžu byť súčasťou dlhodobého plánu starostlivosti o značku, rovnako ako **Fáza hodnotenia**.

Značka regiónu by mala byť vybudovaná s ohľadom na nami identifikované faktory úspechu. Stratégia by mala byť originálna, autentická, s využitím efektívnej vnútornej komunikácie a sociálnych sietí, s vybudovaním vlastného kreatívneho webu, s rôznorodosťou podporných aktivít, malo by ísť skôr o dlhodobú alebo opakovanú kampaň, so zabezpečením efektívnej externej komunikácie, mala by mať základ na efektívnom využití vstupných dát, mala by zväžovať zaangažovanie obyvateľstva a nakoniec by mala taktiež spĺňať zložku zaujímavého a lákavého dizajnu.

Keď sa vďaka Akčnému plánu 2021 – 2027 napokon eliminujú nepriaznivé vplyvy baní a tepelnej elektrárne, bude dôležité založiť značku na historickom-kultúrno a prírodnom potenciály územia, ktoré vyplýva z našich analyzovaných výsledkov. Je nutné vyzdvihnúť najpodstatnejšie silne stránky regiónu a vybudovať tak silnú stratégiu, ktorá zabezpečí konkurencieschopnosť.

Návrhy a podporné aktivity:

- Vytvorenie jednotného vizuálneho štýlu pre región Hornej Nitry
- Tematický Geocaching (Po stopách slávnych osobností regiónu Horná Nitra, Po stopách kaštieľov): podporné aktivity, ktoré by na základe hľadania ukrytých pokladov sprevádzali ľudí miestami regiónu Horná Nitra
- Turistika s cieľom Street art zastávok: región má veľký potenciál v rámci umeleckých diel pouličného umenia a tento typ podpornej aktivity by dokázal prilákať množstvo mladých ľudí (nutné zmapovanie diel)
- Dokumentárny film z pohľadu obyvateľov regiónu Horná Nitra
- Obyvatelia ako lokálny sprievodcovia
- Vytvorenie a využívanie sociálnej siete Instagram (realizovanie súťaží, ktoré majú za cieľ vyvolať od obyvateľov, poprípade turistov reakciu zdieľania autentických fotografií z regiónu)
- Spolupráca s influencerami (ponúknuť zdarma pobyt a vyskúšanie rôznych druhov aktivít, navštívenie rôznych miest výmenou za propagáciu na sociálnej sieti)
- Vytvorenie festivalu osobností

Odporúčania a návrhy budú neskôr pre potreby samospráv rozšírené a vytvorené v samostatnom dokumente, tak aby obsahovali syntézu všetkých dôležitých poznatkov, ktoré sme v rámci predkladanej dizertačnej práce získali.

Záver

Dizertačná práca podáva komplexný pohľad na stále relatívne nové oblasti, ktorými sú place marketing a place branding. Nielen firmy môžu súťažiť o pozornosť zákazníkov ale aj mestá, regióny a krajiny musia byť konkurencieschopné a vedieť prilákať, turistov, investorov, či zaujať potenciálnych rezidentov. Okrem teoretických východísk, ktoré odrážajú súčasné teórie, postupy a modely sme priblížili taktiež aj dilemy, ktoré vychádzajú z tak mladej vednej disciplíny. Vytvorili sme syntézu poznatkov, ktorá tvorí pevný teoretický základ a ozrejmuje niektoré terminologické nejasnosti. Taktiež sme teoreticky priblížili región Hornej Nitry ako objekt nášho výskumu.

Výskum bol členený na 2 hlavné výskumné etapy. Prvá fáza komparovala predpandemické prípadové štúdie úspešných príkladov z praxe od City Nation Place Awards, na základe ktorých sme dokázali identifikovať 11 faktorov úspechu značky území: Originalita nápadu, Využitie sociálnych médií, Autenticita, Efektívna externá komunikácia, Vlastný web, Rôznorodosť aktivít, Dlhodobá alebo opakovaná kampaň, Vnútoraná komunikácia, Využitie dát, Zangažovanie obyvateľstva a Dizajn.

V druhej fáze sme sa snažili naplniť sekundárny cieľ a tým zmapovať vnútorný imidž regiónu Horná Nitra, tak aby sme vytvorili základ k postupnému vybudovaniu značky regiónu. Z teoretických a empirických východísk vyplýva, že je potrebné budovať značku zvnútra von a preto je dôležité zakomponovať obyvateľov regiónu do koncepčného a možno aj realizačného procesu. Tým pádom sme použili dotazníkovú metódu, ktorá nám ozrejmila niekoľko postojov obyvateľov na tematiku životnej úrovne v regióne, či identifikácii dominantných prvkov v rámci autenticity a potenciálu územia. Zistili sme, že sú obyvatelia vo väčšej miere hrdí, že sú obyvateľmi svojich okresov a, že sú ochotní participovať na vývoji regiónu a budovaní povedomia.

Na základe teoretického prehľadu a výsledkov výskumu sme dokázali vytvoriť odporúčania a metodický návod ako postupovať pri tvorbe značky regiónu Horná Nitra.

Dokázali sme splniť všetky vytýčené ciele a zodpovedať na všetky výskumné otázky.

V blízkej budúcnosti plánujeme kontaktovať samosprávy regiónu, ponúknuť im syntézu zistení a pokúsiť sa nadviazať na dlhodobú spoluprácu. Náš výskum plánujeme rozšíriť o vonkajší imidž regiónu Horná Nitra.

Zoznam použitej literatúry

AAKER, D., 2001. *Developing Business Strategies: 6th edition*. New York: John Wiley & Sons, 2001. ISBN 978-0-471-06411-4.

AAKER, D., E., JOACHIMSTHALER, 2000. *Brand leadership*. New York: The Free Press, 2000. ISBN 0-6848-3924-5.

Agentúra Creative Department, 2016. *Dizajn manuál vizuálnej identity značky slovensko* [online]. 2016 [cit. 2021-15-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/ovlz>

ALONSO, I. a E., BEA, 2012. A Tentative Model to Measure City Brands on the Internet. In: *Place Branding and Diplomacy Journal* [online]. 2012, roč. 8, č. 4, s. 311-328 [cit. 2020-20-01]. ISSN 1751-8059. Dostupné na: <https://lnk.sk/hjpe>

ANDERSSON, I., 2015. *Geographies of Place Branding* [online]. 2015 [cit. 2021-15-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/fxaf>

ANHOLT, S., 2010a. *Definitions of place branding – Working towards a resolution*. In: Springer link [online]. Basingstoke: Palgrave Macmillan UK, 2010, roč. 6, č. 1, s. 1-10 [cit. 2019-06-06]. ISSN 1751-8059. Dostupné na: <https://doi.org/10.1057/pb.2010.3>

ANHOLT, S., 2010b. *Places: identity, image and reputation* [online]. New York: Palgrave Macmillan, 2010 [cit. 2021-10-02]. ISBN 978-0-230-25128-1. Dostupné na: <https://www.palgrave.com/gp/book/9780230239777>

AMA, 2017. Definitions of marketing. In: *American Marketing Association* [online]. 2017 [cit. 2020-21-10]. Dostupné na: <https://lnk.sk/jrC4>

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION, 1995. *Dictionary of Marketing Terms*. Virginia: NTC Bussiness Books, 1995. ISBN 0-844-2359-8.

ASHWORTH J. G., 2009. The Instruments of Place Branding: How is it Done? In: *European spatial research and policy* [online]. 2009, roč. 16, č. 1, s. 9-22 [cit. 2021-01-20]. ISSN 1896-1525. Dostupné na: <https://lnk.sk/qrl5>

ASHWORTH J. G., 2005. A Change of Heart in Groningen. In: MARTINELLI, F. and ALBRECHTS, L. (eds), *Strategic Planning in Europe*, Rome: Italian Planning Institute.

Awards Showcase, [bez dátumu]. *Purchasing a City Nation Place Awards Showcase* [online]. [bez dátumu] [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/uwy5>

BAKER, B., 2019. Strategic Essentials For Place Branding. In: *Branding strategy insider* [online]. 2019 [cit. 2021-20-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/lzq2>

BANET-WEISER, S., 2011. Convergence on the street. In: *Taylor & Francis Online* [online]. 2011 [cit. 2019-12-6]. Dostupné na: <https://lnk.sk/hBV7>

BARBER, A., 2008. *Reno's Big Gamble: Image and Reputation in the Biggest Little City*. Lawrence, KS: University Press of Kansas, 2008. ISBN 978-0700615940.

BARTELS, R., 1988, cit. podľa ELISS, Nick a kol., 2011. *Marketing A critical book: Chapter 1 Introducing the History of Marketing Theory and Practice* [online]. Thousand Oaks: Sage, 2011 [cit. 2020-30-10]. ISBN 9781848608788. Dostupné na: <https://lnk.sk/fo13>

BAYRAKTAR, A. a C. Uslay, 2016. *Defining Place Image* [online]. 2016 [cit. 2021-02-02]. Dostupné na: <https://core.ac.uk/download/pdf/216952314.pdf>

BERNÁTOVÁ, M. a A., VAŇOVÁ, 2000. Marketing pre samosprávy I.. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta, 2000. ISBN 80-8055-337-8.

BHASIN, H., 2019. What is Macromarketing? Definition, Meaning and Examples. In: *Marketing 91* [online]. 2019 [cit. 2020-31-10]. Dostupné na: <https://lnk.sk/oysv>

BHASIN, H., 2020. 15 Types of Marketing Strategies. In: *Marketing 91* [online]. 2020 [cit. 2020-31-10]. Dostupné na: <https://lnk.sk/oysv>

BIRCH, E. L., 2001. From Flames to Flowers: The role of planning in re-imaging the South Bronx. In: *L. J. Vale & S. B. Warner Imaging the City: Continuous struggles and new directions* [online]. New Brunswick, NJ: Center for Urban Policy Research, 2001, s. 33–55 [cit. 2021-11-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/or02>

BILLIG, M., 2005. Sense of place in the neighborhood, in locations of urban revitalization. In: *GeoJournal* [online]. 2005, roč. 64, č. 2, s. 117-130 [cit. 2021-15-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/cmsw>

Brand Finance, 2020. *Nation Brands 2020* [online]. 2020 [cit. 2021-11-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/jjt2>

BRAUN, E., 2008. *City Marketing: Towards an Integrated Approach*. Erasmus Research Institute of Management (ERIM) [online]. Erasmus University Rotterdam, 2008 [cit. 2021-31-01]. ISBN 978-90-5892-180-2. Dostupné na: <http://hdl.handle.net/1765/13694>

BRAUN, E., ESHUIS, J., a E. H., KLIJN, 2014. The effectiveness of place brand communication. In: *Cities* [online]. 2014, roč. 41, s. 64–70 [cit. 2021-31-01]. ISSN 0264-2751. Dostupné na: <https://lnk.sk/ivfq>

BRICIU, V. A., A. M., GULPE, 2018. Characteristics of brands and place branding on the internet. In: *Bulletin of the Transilvania University of Brasov* [online]. 2018, roč. 11, č. 1 [cit. 2021-31-01]. ISSN 2066-7701. Dostupné na: <https://lnk.sk/uxh0>

BRICIU, V. A., BRICIU, A. a D., ROBERT, 2019. A tentative model for an online place branding application solution. In: *Bulletin of the Transilvania University of Brasov* [online]. 2019, roč. 12, č. 1, s. 149-160 [cit. 2021-31-01]. ISSN 2066-7701. Dostupné na: <https://lnk.sk/ano4>

BRUSSIÉRE, D., 2000, cit. podľa ELISS, Nick a kol., 2011. *Marketing A critical book: Chapter 1 Introducing the History of Marketing Theory and Practice* [online]. Thousand Oaks: Sage, 2011 [cit. 2020-31-10]. ISBN 9781848608788. Dostupné na: <https://lnk.sk/fo13>

BIRD, S. a kol., 2004. *Marketing Communications* [online]. Lansdowne: Juta and Co. Ltd, 2004 [cit. 2020-15-10]. ISBN 07021 6509 3. Dostupné na: <https://lnk.sk/fuc0>

BOISEN, M. a kol., 2018. Reframing place promotion, place marketing, and place branding - moving beyond conceptual confusion. In: *Cities* [online]. 2018, roč. 80, s. 4-11. [cit. 2021-01-25]. ISSN 0264-2751. Dostupné na: <https://lnk.sk/dixw>

Bojnice, ©2016-2019. *Koncepcia rozvoja cestovného ruchu OOCR Región Horná Nitra – Bojnice pre roky 2014 -2020* [online]. ©2016-2019 [cit. 2021-15-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/swjy>

BOŽÍK, J. 2022 <Chceme zmenu v Partizánskom – FB stránka>. 2022-04-30. *Pomoc pri tvorbe dizertačnej práce*. [chatová správa adresátovi Dominika Orlová od <Chceme zmenu v Partizánskom – FB stránka v zastúpení primátora Jozefa Božíka>]

CAI, L. A., 2002. Cooperative branding for rural destinations. In: *Annals of Tourism Research* [online]. 2002, roč. 29, č. 3, s. 720–742 [cit. 2021-25-01]. ISSN 0160-7383. Dostupné na: <https://lnk.sk/bifg>

CHI, C., 2020. *The Ultimate List of Types of Marketing [41 and Counting]* [online]. 2020 [cit. 2020-31-10]. Dostupné na: <https://lnk.sk/fxir>

City Nation Place, 2020. *What Melbourne's flexible design identity shows us about the value of a logo* [online]. 2020 [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/hjnd>

City Nation Place, ©2020. *Winners 2020* [online]. ©2020 [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/woq6>

City Nation Place, ©2020a. *Checkout 247* [online]. ©2020 [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/bha6>

City Nation Place, ©2020b. *Love Cape Town* [online]. ©2020 [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/nwdo>

City Nation Place, ©2020c. *Think sustainably* [online]. ©2020 [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/gaio>

CRP BAY AREA, ©2019. Benefits of murals. In: *Crpbayarea* [online]. ©2019 [cit. 2019-12-6]. Dostupné na: <https://lnk.sk/eie0>

CUYPERS, F., 2016. *Why place branding needs to be built from the inside* [online]. 2016 [cit. 2021-12-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/ywl3>

DAHLSTROM a kol., 2014. *How to build successful city brands? – Comparing results from 11 case studies* [online]. University of Applied Sciences HAAGA-HELIA, Restaurant and Tourism Management, 2014 [cit. 2021-22-2]. Dostupné na: <https://lnk.sk/ajhj>

DAUBNER, Igor, 2015. *Analýza územia okresu Partizánske z hľadiska možných mimoriadnych udalostí* [online]. 2015 [cit. 2022-04-02]. Dostupné na: <https://adoc.pub/a-n-a-l-y-z-a-uzemia-okresu-partizanske-z-hadiska-monych-mim.html>

DAVISON, P. J., 2017. Top 99 cities for graffiti art. In: *Bombing Science* [online]. 2017 [cit. 2019-12-6]. Dostupné na: <https://lnk.sk/yejq>

DEWHIRST, C., 2018. *City Nation Place Awards 2018: Benchmarking and celebrating best practice in place branding and marketing*. London: City Nation Place.

DEWHIRST, C., 2019. City Nation Place Awards 2019: Benchmarking and celebrating best practice in place branding and marketing. London: City Nation Place.

DEWHIRST, C., 2020. City Nation Place Awards 2020: Benchmarking and celebrating best practice in place branding and marketing. London: City Nation Place.

DEWHIRST, C., 2021. City Nation Place Awards 2021: Benchmarking and celebrating best practice in place branding and marketing. London: City Nation Place.

Dicitionary.com, © 2020a. *Marketing* [online]. © 2020 [cit. 2020-21-10]. Dostupné na: <https://lnk.sk/jact>

Dicitionary.com, © 2020b. *Marketing vs advertising* [online]. © 2020 [cit. 2020-21-10]. Dostupné na: <https://lnk.sk/dhfn>

DINNIE, K., 2011. *Branding: Theory and Cases* [online]. London: Palgrave Macmillian, 2011 [cit. 2021-01-18]. ISBN 978-0-230-24185-5. Dostupné na: <https://lnk.sk/adfh>

DINNIE, K., 2015. ICON Model of Place Branding. In: *Brand Horizons* [online]. 2015 [cit. 2021-01-10]. Dostupné na: <https://www.brandhorizons.com/icon-model>

DUREJE, M., 2022 <michal.dureje@prievidza.sk>. 2022-05-02. *Pomoc pri tvorbe dizertačnej práce*. [e-mail adresátovi Dominika Orlová od <dominika.orlova@fhv.uniza.sk>]

ELLIS, N. a kol., 2011. *Marketing A critical book: Chapter 1 Introducing the History of Marketing Theory and Practice* [online]. Thousand Oaks: Sage, 2011 [cit. 2020-31-10]. ISBN 9781848608788. Dostupné na: <https://lnk.sk/fo13>

ESHUIS, J. a kol., 2014. Place marketing and citizen participation: branding as strategy to address the emotional dimension of policy making? In: *International Review of Administrative Sciences* [online]. 2014, roč. 80, č. 1, s. 151-171 [cit. 2021-19-01]. ISSN 1461-7226. Dostupné na: <https://lnk.sk/il49>

ETN, 2017. New travel trend: Exploring cities through graffiti and street art. In: *eTurboNews* [online]. 2017 [cit. 2019-12-6]. Dostupné na: <https://lnk.sk/gKS8>

FAN, Y., 2010. Branding the nation: Towards a better understanding. In: *Place Branding and Public Diplomacy* [online]. 2010, roč. 6, č. 2, s. 97-103 [cit. 2021-18-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/wot0>

FHV, 2019. *Témy dizertačných prác pre doktorandský študijný program FHV UNIZA Mediamatika a kultúrne dedičstvo* [interný dokument]. Žiliny, 2019.

FINCH, C., 2016. Brazilian Graffiti Artist Paints World's Largest Street Mural for the Rio Olympics. In: *My Modern Met* [online]. 2016 [cit. 2019-01-12]. Dostupné na: <https://lnk.sk/fco7>

FLOREK, M., M., KAVARATZIS, 2014. From brand equity to place brand equity and from there to the place brand. In: *Place Branding and Public Diplomacy* [online]. 2014, roč. 10, č. 2, s. 103-107 [cit. 2021-18-01]. ISSN 1751-8059 Dostupné na: <https://lnk.sk/nflr>

FORSEY, C., 2020. *What is puprose of Marketing?* [online]. 2020 [cit. 2020-21-10]. Dostupné na: <https://lnk.sk/cnhx>

FutureBrand Country Index, 2019. *FutureBrand Country Index* [online]. 2019 [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/zt78>

GARCÍA, M. a kol., 2013. Place branding and endogenous rural development: Departure points for developing an inner brand of the River Minho estuary. In: *Place Branding and Public Diplomacy* [online]. 2013, roč. 9, č. 2, s. 124-140 [cit. 2021-06-01]. ISSN 1751-8059. Dostupné na: <https://lnk.sk/eot7>

GAVORA, P. a kol., 2010. *Elektronická učebnica pedagogického výskumu: Druhy škál* [online]. Bratislava: Univerzita Komenského, 2010 [cit. 2022-05-03]. ISBN 978-80-223-2951-4. Dostupné na: <http://www.e-metodologia.fedu.uniba.sk/index.php/kapitoly/posudzovacie-skaly/druhy.php?id=i13p2>

GIESEKING, J. a kol., 2014. *Section 3: Place and Identity* [online]. 2014 [2021-013-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/aert>

GOVERS, R., 2011. From place marketing to place branding and back. In: *Place Branding and Public Diplomacy* [online]. 2011, roč. 7, č. 4, s. 227-231 [cit. 2021-03-01]. ISSN 1751-8059. Dostupné na: <https://lnk.sk/kbcw>

GOVERS, R., 2013. *Why place branding is not about logos and slogans*. In: Springer link [online]. Basingstoke: Palgrave Macmillan UK, 2010, roč. 9, č. 2, s. 71-75 [cit. 2019-06-06]. ISSN 1751-8059. Dostupné na: <https://doi.org/10.1057/pb.2013.11>

GOVERS, R. a F. M., GO. 2009. *Place Branding: Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced*. Palgrave, 2009. ISBN 9780230230736.

HARDY, T., [bez dátumu]. *The Best City Branding Examples From Around The World* [online]. [bez dátumu] [2021-013-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/mfst>

HAMNETT, C. a N., SHOVAL 2003. *Museums as Flags hips of Urban Development*. In: HOFFMAN, L. M., FAINSTEIN, S. S. and JUDD, D. J. (eds), *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space* [online]. 2003, Oxford: Blackwell, s. 219–236 [2021-015-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/iqsj>

HANKINSON, G., 2004. Relational network brands: Towards a conceptual model of place brands. In: *Journal of Vacation Marketing* [online]. 2004, roč. 10, č. 2, s. 109–121 [cit. 2021-13-01]. ISSN 1479-1870. Dostupné na: <https://lnk.sk/dpx9>

HANNA, S., J. ROWLEY, 2011. Towards a strategic place brand-management model. In: *Journal of Marketing Management* [online]. 2011, roč. 27, č. 5–6, s. 458–476 [cit. 2021-013-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/byn6>

HUNT, J. D., 1975. Image as a factor in tourism development. In: *Journal of Travel Research* [online]. 1975, roč. 13, č. 3, s. 1–7 [cit. 2021-07-01]. Dostupné na: <https://doi.org/10.1177/004728757501300301>

JANEČKOVÁ, L. a M., VAŠTÍKOVÁ, 1999. *Marketing měst a obcí*. Praha: Grada Publishing s.r.o., 1999. ISBN 80-7169-750-8.

JURKOVÁ, J. a M., FERENCOVÁ, 2010. *Marketingový manažment*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, 2010. ISBN 978-80-555-0237-3.

KAVARATZIS, M., 2004. From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. In: *Place branding* [online]. 2004, roč. 1, č. 1, s. 58–73 [cit. 2021-08-01]. ISSN 1744–070X. Dostupné na: <https://lnk.sk/puku>

KAVARATZIS, M., 2008. *From city marketing to city branding: an interdisciplinary analysis with reference to Amsterdam, Budapest and Athens: [Doctoral Thesis]*. University of Groningen, 2008. Dostupné na: <https://lnk.sk/oeq6>

KAVARATZIS, M., M. J., HATCH, 2013. The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. In: *Marketing Theory* [online]. 2013, roč. 13, č. 1, s. 69-86 [cit. 2021-08-01]. ISSN 1741-301X. Dostupné na: <https://lnk.sk/bebv>

KAVARATZIS, M., a M. FLOREK, 2021. Special Section: The future of place branding. In: *Place Branding and Public Diplomacy* [online]. 2021, roč. 17, č. 1 [cit. 2021-08-02]. ISSN 1751-8059. Dostupné na: <https://lnk.sk/ubcs>

Klaster Orava, [bez dátumu]. visitorava.sk [online]. [bez dátumu] [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <https://www.visitorava.sk/>

Košice Región Turizmus, ©2013-2021. kosciregion.sk [online]. ©2013-2021 [cit. 2021-18-02]. Dostupné na: <https://www.kosciregion.com/sk/>

KOTLER a kol., 1993. *Marketing places: Attracting Investment Industry and Turism to Cities, States and Nations*. New York: The Free Press, 1993. ISBN 0-7432-3636-x.

KOTLER a kol., 1997. *The Marketing of Nations*. New York: The Free Press, 1997. ISBN 0-6848-3488-x.

KOTLER, P. a G., ARMSTRONG, 2014. *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education Limited, 2014. ISBN 978-0-13-325541-6.

KUMAR, N., R. K., PANDA, 2019. Place branding and place marketing: a contemporary analysis of the literature and usage of terminology. In: *International Review on Public and Non-profit Marketing* [online]. 2019, roč. 16, č. 3, s. 255–292 [cit. 2021-20-01]. ISSN 1865-1992. Dostupné na: <https://lnk.sk/asl3>

LANDOR, 2010. Rebranding the city of Melbourne [online]. 2010 [cit. 2021-20-01]. Dostupné na: <https://landor.com/rebranding-the-city-of-melbourne>

Lepšia Horná Nitra, 2022. *Webové sídlo* [online]. 2022 [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <https://www.lepsiahornanitra.sk/domov/>

LUCK, E. a kol., 2018. *Integrated marketing communications* [online]. Singapore: 1010 Printing International Limited, 2018 [cit. 2020-20-10]. ISBN 9780170443005. Dostupné na: <https://lnk.sk/ofm7>

-
- MAHESHWARI a kol., 2011. Place branding's role in sustainable development. In: *Journal of Place Management and Development* [online]. 2011, roč. 4, č. 2, s. 198-213 [cit. 2021-18-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/twmw>
- MATLOVIČOVÁ, K., 2008. Proces marketingu miesta – teoretické aspekty realizácie In: *Acta Facultatis Studiorum et Naturae Universitatis Prešoviensis, Prírodné vedy, Folia Geographica* [online]. PU: Prešov, 2008, č. 12, s. 195-224 [cit. 2021-5-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/ovwg>
- Matlovičová, K., 2011. *Analýza interného imidžu mesta Prešov* [online]. 2011 [cit. 2022-03-06]. Dostupné na: <http://www.foliageographica.sk/public/media/26613/15-ANAL%C3%9DZA%20IN-TERN%C3%89HO%20IMID%C5%BDU%20MESTA%20PRE%C5%A0OV.pdf>
- MATLOVIČOVÁ, K., 2015. *Značka územia* [online]. Prešovská univerzita, Prešov: Grafotlač, 2015. ISBN 978-80-555-1529-8. Dostupné na: <https://lnk.sk/resu>
- MAYNADIER, B., 2009. *Marque de ville, étude des modalités sémiotiques de génération d'une marque par une ville* [online]. 2019 [cit. 2021-15-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/bakp>
- Mesto Prievidza, 2014. *PROGRAM ODPADOVÉHO HOSPODÁRSTVA MESTA PRIEVIDZA NA ROKY 2011 – 2015* [online]. 2014 [cit. 2022-03-05]. Dostupné na: https://www.enviroportal.sk/sk_SK/eia/detail/uzemny-plan-mesta-prievidza-zmeny-doplanky-c-14
- Mesto Topolčany, 2017. *Protipovodňová ochrana mesta Topolčany – lokalita „Pri trati“* [online]. 2017 [cit. 2022-03-05]. Dostupné na: <https://www.enviroportal.sk/sk/eia/detail/protipovodnova-ochrana-mesta-topolcany-lokalita-pri-trati->
- MILLER, A. J., 2016. *Beyond the creative city brand: Exploring creative city-making in Winnipeg Manitoba* [online]. Department of City Planning University of Manitoba Winnipeg. 2016 [cit. 2021-13-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/jnc0>
- MORGAN, N., A. PRITCHARD, 2010. *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. Amsterdam: Elsevier, 2010. ISBN 0-7506-5969-6.
- MZV, ©2009-2018. *Ideový príbeh značky Slovensko a jeho subznačiek* [online]. 2009-2018 [cit. 2021-10-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/hahp>

Nadácia Aevis, ©2020. Destinačná značka [online]. 2020 [cit. 2021-12-02]. Dostupné na: <https://regionpoloniny.sk/znacka/>

NASAR, J. L., 1990. The Evaluative Image of the City. In: *Journal of the American Planning Association* [online]. 1990, roč. 56, č. 1, s. 41–54 [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <https://doi.org/10.1080/01944369008975742>

NEMČÍKOVÁ, M., KROGMANN, A. a A., DUBCOVÁ, 2016. *Značka územia ako impulz regionálneho rozvoja na Slovensku* [online]. 2016 [cit. 2021-10-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/sxnu>

NIEDOMYSL, T., M., JONASSON, 2012. Towards a theory of place marketing. In: *Journal of Place Management and Development* [online]. 2012, roč. 5, č. 3, s. 223–230 [cit. 2021-13-01]. ISSN 1753-8335. Dostupné na: <https://lnk.sk/mgvw>

OLIVEIRA, E. H. S., 2015. Original article - Place branding as a strategic spatial planning instrument. In: *Place Branding and Public Diplomacy* [online]. 2015, roč. 11, č. 1, s. 18-33 [cit. 2021-10-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/ggx7>

PAULIČKOVÁ, R., 2005. Regionálny a mestský marketing. Bratislava: Eurounion s.r.o., 2005. ISBN 80-88984-72-6.

PHILO, C., a G. KEARNS, 1993. *Selling Places: The City as Cultural Capital, Past and Present (Policy Planning and Critical Theory)*. Oxford, England: Pergamon Press, 1993. ISBN 0 08 041385 4.

RICHARDS, G., 2017. From Place Branding to Placemaking: The role of events. In: *International Journal of Event and Festival Management* [online]. 2017, roč. 8, č. 1 [cit. 2021-20-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/cqd5>

RUMPEL, P., 2002. *Teritoriální marketing jako koncept územního rozvoje: Spisy Přírodovědecké fakulty Ostravské univerzity*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2002. ISBN 80-7042-830-9.

RYAN, M. M., a MIZERSKI, K., 2010. Place branding for sustainable futures: A case study. In: *Place Branding and Public Diplomacy* [online]. 2010, roč. 6, č. 1, s. 49-57. [cit. 2021-15-02]. ISSN 1751-8059. Dostupné na: <https://lnk.sk/gbg4>

SHAMAI, S., 1991. Sense of Place: An Empirical Measurement. In: *Geoforum* [online]. 1991, roč. 22, č. 3, s. 347-358 [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/gck8>

SHAW, H. E., 1995, cit. podľa ELISS, Nick a kol., 2011. *Marketing A critical book: Chapter 1 Introducing the History of Marketing Theory and Practice* [online]. Thousand Oaks: Sage, 2011 [cit. 2020-30-10]. ISBN 9781848608788. Dostupné na: <https://lnk.sk/fo13>

SKAF, E., 2015. *27 Lessons from Philip Kotler, the father of Modern Marketing, to apply to your Online Marketing Strategies* [online]. 2015 [cit. 2020-31-10]. Dostupné na: <https://lnk.sk/mxnv>

Slovak Region, ©2006 - 2016a. *Regióny Slovenska* [online]. ©2006 - 2016 [cit. 2021-20-01]. Dostupné na: <https://slovakregion.sk/regiony-slovenska>

Slovak Region, ©2006 - 2016b. *Región Horná Nitra* [online]. ©2006 - 2016 [cit. 2019-06-06]. Dostupné na: <https://slovakregion.sk/region-horna-nitra>

Slovakia travel, ©2005-2015. *Turistická destinácia Región Horná Nitra-Bojnice láka na vodu, atrakcie a pamiatky* [online]. ©2005-2015 [cit. 2021-20-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/kenv>

Slovensko, ©2013 – 2022. *Okres Bánovce nad Bebravou* [online]. ©2013 – 2022 [cit. 2022-04-06]. Dostupné na: https://www.slovensko.sk/sk/lokality/_389cc192-0b47-4e96-b840-54e5d3d5eca7

SMITH, A., 2006. Assessing the Contribution of Flagship Projects to City Image Change: A Quasi-Experimental Technique. In: *International Journal of Tourism Research* [online]. 2006, roč. 8, č. 6, s. 391–404 [cit. 2021-18-02]. Dostupné na: <https://doi.org/10.1002/jtr.586>

SODBTN, 2021a. *Okres Partizánske* [online]. 2021 [cit. 2022-04-02]. Dostupné na: http://www.sodbtn.sk/obce/okres_ob.php?kod_okresu=305

SODBTN, 2021b. *Okres Bánovce nad Bebravou* [online]. 2021 [cit. 2022-04-02]. Dostupné na: http://www.sodbtn.sk/obce/okres_ob.php?kod_okresu=301

SODBTN, 2021c. *Okres Topoľčany* [online]. 2021 [cit. 2022-04-02]. Dostupné na: http://www.sodbtn.sk/obce/okres_ob.php?kod_okresu=406

SODBTN, 2021d. *Okres Prievidza* [online]. 2021 [cit. 2022-04-02]. Dostupné na: http://www.sodbtn.sk/obce/okres_ob.php?kod_okresu=307

SOYDANBAY, G., 2019. How to Use Storytelling for Place Branding: Five Ways to Spread Place Stories. In: *The Place Brand Observer* [online]. 2019 [cit. 2021-17-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/jvqw>

SPOTTED BY LOCALS, 2017. Cities Embracing Street Art for City Branding. In: *Huffpost* [online]. 2017 [cit. 2019-12-6]. Dostupné na: <https://lnk.sk/kwH6>

STEWART, J., 2019. Classical Art and Graffiti Come Together in 85-Foot-Tall Sculpture Created for Valencia's Fallas Festival. In: *My Modern Met* [online]. 2019 [cit. 01-12-2019]. Dostupné na: <https://lnk.sk/bpxe>

Streetartcities.com [online]. [bez dátumu] [cit. 2019-12-6]. Dostupné na: <https://streetartcities.com/>

TAMILIA, D. R., 2009, cit. podľa ELISS, Nick a kol., 2011. *Marketing A critical book: Chapter 1 Introducing the History of Marketing Theory and Practice* [online]. Thousand Oaks: Sage, 2011 [cit. 2020-31-10]. ISBN 9781848608788. Dostupné na: <https://lnk.sk/fo13>

TEM, 2018. 31 Innovative Destination Marketing Campaigns... In: *The Place Brand Observer* [online]. 2018 [cit. 2019-06-06]. Dostupné na: <https://lnk.sk/uotz>

THELANDER a kol., 2017. Brand New Images? Implications of Instagram Photography for Place Branding. In: *Media and Communication* [online]. 2017, roč. 5, č. 4 [cit. 2021-21-01]. ISSN 2183-2439. Dostupné na: <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v5i4.1053>

Thesaurus, ©2020. *Marketing* [online]. ©2020 [cit. 2020-21-10]. Dostupné na: <https://www.thesaurus.com/browse/marketing>

Trenčín región, ©2017. *Región Horná Nitra* [online]. ©2017 [cit. 2021-18-01]. Dostupné na: <https://www.trencinregion.sk/63387/region-horna-nitra>

Truly deeply, [bez dátumu]. *Regional brand strategy and identity design* [online]. [bez dátumu] [cit. 2021-19-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/drdt>

TWIGGER-ROSS, C. a D. Uzzell, 1996. Place and Identity Processes. In: *Journal of Environmental Psychology* [online]. 1996, roč. 16, č. 3, s. 205-220 [cit. 2021-17-02]. Dostupné na: <https://lnk.sk/hdp6>

VANOLO, A., 2017. *City branding: The ghostly politics of representation in globalising cities* [online]. London: Routledge, 2017 [cit. 2021-16-01]. ISBN 9781138595156. Dostupné na: <https://lnk.sk/ozw0>

VITÁLIŠOVÁ, K., VAŇOVÁ, A. a K. BORSEKOVÁ, 2017. *Place marketing* [online]. Banská Bystrica: Belanium, 2017 [cit. 2021-15-02]. ISBN 978-80-557-1312-0. Dostupné na: <https://lnk.sk/tywe>

Vláda SR, 2021. *Aktualizácia Akčného plánu transformácie uhoľného regiónu Horná Nitra* [online]. 2021 [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <http://www.prievidza.sk/akcnyplan/>

VUIGNIER, R., 2016. *Place marketing and place branding: A systematic (and tentatively exhaustive) literature review* [online]. 2016 [cit. 2021-15-01]. Dostupné na: <https://lnk.sk/gvaf>

VUIGNIER, R., 2017. Place branding & place marketing 1976–2016: A multidisciplinary literature review. In: *International Review on Public and Nonprofit Marketing* [online]. 2017, roč. 14, č. 4, s. 447-473 [cit. 2021-17-01]. ISSN 1865-1992. Dostupné na: <https://lnk.sk/zgly>

WILKIE, L. W. a E. S., MOORE, 2006. Macromarketing as a Pillar of Marketing Thought. In: *Macromarketing as a Pillar of Marketing Thought* [online]. Thousand Ouk: Sage. 2006, roč. 26, č. 2 [cit. 2020-31-10]. ISSN 1552-6534. Dostupné na: <https://lnk.sk/fvbk>

WILLIAMS, S., 1998. *Tourism Geography* [online]. London: Routledge Publisher, 1998 [cit. 2021-03-01]. ISBN 0-203-19755-0. Dostupné na: <https://lnk.sk/bheu>

ZENKER, S., EGGERS, F., a M., FARSKY, 2013. Putting a price tag on cities: Insights into the competitive environment of places. In: *Cities* [online]. London: England, 2013, roč. 30, s. 133–139 [cit. 2021-15-01]. Dostupné na: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.02.002>

Predkladateľ:	Mgr. Dominika Drozdíková Žilinská univerzita v Žiline Fakulta humanitných vied Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva
Školiteľ:	Mgr. Marián Grupač, PhD. Žilinská univerzita v Žiline Fakulta humanitných vied Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva
Oponenti:	prof. Mgr. Katarína Fichnová, PhD. Filozofická fakulta Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre Katedra masmediálnej komunikácie a reklamy prof. Ing. Mária Rostášová, PhD. Žilinská univerzita v Žiline Fakulta humanitných vied

Kreatívna ekonomika v oblasti kultúrneho priemyslu so zameraním na pamäťové inštitúcie

(Autoreferát dizertačnej práce)

Alena VALJAŠKOVÁ

Abstrakt

Práca syntetizuje teoretické poznatky a aspekty vzťahu pamäťových inštitúcií, kultúry, kultúrneho a kreatívneho priemyslu a kreatívnej ekonomiky. Zmapovali sme pojmový aparát súvisiaci s témou výskumu a definovali sme pojmy ako kultúra, kultúrna politika, kultúrne dedičstvo, kreatívna ekonomika, kultúrny a kreatívny priemysel, pamäťová inštitúcia, legislatívny rámec i najrelevantnejšie teoretické práce a výsledky výskumov vrátane Európskeho indexu kreativity, z ktorých ďalej vychádzame. V empirickej časti predstavujeme exploratívny výskum, v ktorom sa zameriavame na súčasný stav a identifikujeme základné premenné, cez ktoré je možné nahliadať pamäťové inštitúcie a ich prepojenie na kultúrny a kreatívny priemysel – kreatívnu ekonomiku. Implementované sú aj zistenia z mapovania situácie v EÚ, ktorého cieľom bolo nahliadnuť do fungovania pamäťových inštitúcií v rámci štátov Európskej únie a získať tak poznatky o dobrej praxi v týchto inštitúciách. Výskum bol realizovaný v Žilinskom samosprávnom kraji na vzorke mestských a regionálnych knižníc. V závere sumarizuje zistenia a definuje možné smerovanie rozvoja knižníc ako súčasti kultúrneho a kreatívneho priemyslu a kreatívnej ekonomiky.

Kľúčové slová: Kreatívna ekonomika. Kultúrny priemysel. Pamäťové inštitúcie. Knižnice. Žilinský samosprávny kraj.

Abstract

The thesis synthesizes theoretical knowledge and aspects of the relationship between memory institutions, culture, cultural and creative industries, and the creative economy. It applied two research directions. It has mapped the conceptual apparatus related to the research topic and defined concepts such as culture, cultural policy, cultural heritage, creative economy, cultural and creative industries, memory institution, legislative framework and the most relevant theoretical works and research results, including the European Creativity Index, on which it is further based. In the empirical part, it presents the methodology of the exploratory research, the findings of the EU mapping exercise, which aimed to gain insight into the functioning of

memory institutions within the EU countries and thus to gain knowledge about good practice in these institutions. The main objective of the empirical part of the thesis is the implementation and evaluation of research based on the European Creativity Index in the Žilina Self-Governing Region on a sample of municipal and regional libraries of the ŽSK. It also summarizes the obtained knowledge and findings and defines possible directions of development for libraries – memory institutions, as a part of the cultural and creative industry and creative economy.

Key words: Cultural Industry. Creative Economy. Library. Memory institution. Žilina Self-Governing Region.

Obsah

Úvod.....	4
1 Základné pojmy súvisiace so skúmanou problematikou	5
1.1 Kultúra, kultúrne dedičstvo, pamäťové inštitúcie	5
1.2 Kultúrny a kreatívny priemysel, kreatívna ekonomika	9
1.3 Index kreativity	10
2 Dizajn výskumu	14
3 Vlastný výskum.....	18
3.1 Mapovanie dobrej praxe v Európskej únii	18
3.2 Problematika merania výstupov v oblasti verejných služieb	20
3.3 Miera urbanizácie lokality a krajská, regionálne a mestské knižnice ŽSK	21
3.4 Index kreativity knižnice	24
3.5 Interpretácia výsledkov výskumu	47
Záver	54
Zoznam použitej literatúry	55

Úvod

Od roku 1989 došlo v pamäťových inštitúciách na Slovensku k veľkému posunu, od ideologicky ovplyvňovaných inštitúcií, na slobodné organizácie, ktoré môžu pomáhať šíriť a sprostredkovať kultúrne dobrá a kultúrne dedičstvo rôznymi formami a cez rôzne inštitúcie. Čoraz viac sa akcentovala dôležitosť vzdelávania a vedenia ľudí k kultúrnemu dedičstvu a vnímaniu kultúry, tzv. skultúrňovaniu osobnosti. Postupné včlenenie Slovenska do medzinárodných organizácií i celková globalizácia, prinášala a postupne prináša nové a nové podnety i v oblasti prístupu k zriaďovanej či nezriaďovanej kultúre.

Dôvodmi, ktoré nás viedli k spracovaniu témy a zameraniu sa na výskum v tejto oblasti, bola najmä osobná skúsenosť s prácou v knižnici a pozorovaný stagnujúci záujem verejnosti o služby knižnice, častokrát aj isté prehliadanie ich významu a funkcie. Knižnice, ako aj ďalšie pamäťové a kultúrne inštitúcie, by si mali v súčasnosti hľadať nové možnosti, ako sa, po zavedení technických vylepšení či digitalizácii, ďalej inovovať a zaujať svojimi službami verejnosť. V centre ich záujmu by mali figurovať nielen jednotlivci, ale aj organizácie a firmy pôsobiace v kultúrnom a kreatívnom priemysle. Vzájomná spolupráca by mohla byť katalyzátorom pre vznik nových služieb, čím by inštitúcie rozširovali svoje portfólio služieb a takéto spolupráce by mohli mať vplyv na ich finančné zázemie a zároveň by im to mohlo priniesť status aktívnych prispievateľov v kreatívnej ekonomike.

Súčasný poznávanie v oblasti kultúrneho priemyslu a kreatívnej ekonomiky v spojitosti s pamäťovými inštitúciami postupne napreduje, ale pomerne často ide o poznávanie na úrovni štátov a nedotýka sa konkrétnych regiónov či inštitúcií. Cieľom práce bolo spracovať exploratívny výskum, ktorým sme chceli poukázať na súčasný stav a vnímanie, akým sú nahliadané pamäťové inštitúcie ako časti kultúrneho a kreatívneho priemyslu a to špecificky verejné mestské a regionálne knižnice a krajská knižnica pôsobiace v Žilinskom samosprávnom kraji. Zároveň druhou časťou výskumu je zhodnotenie dostupných dát o týchto knižniciach i o okresoch, v ktorých pôsobia, v súvislosti s kultúrnym a kreatívnym priemyslom a kreatívnou ekonomikou. Predpokladaná je aplikácia nášho výskumu v knižniciach ŽSK, prípadne aj v ďalších typoch pamäťových inštitúcií ŽSK.

V teoretickej časti sa zaoberáme pojmovým aparátom súvisiaci s dejinným vývojom i so súčasným stavom riešenej problematiky, zadefinovaním politík zaoberajúcich sa kultúrou a kultúrnym dedičstvom a kultúrnym a kreatívnym priemyslom, a taktiež kreatívnou ekonomikou, ktoré vo veľkej miere ovplyvňujú súčasný stav v tejto oblasti na medzinárodnej úrovni, i na Slovensku.

Empirická časť práce sa venuje už samotnému vlastnému exploratívne výskumu vo verejných knižniciach Žilinského samosprávneho kraja a sú v nej spracované výsledky výskumu a analýza dát, v ktorej sú interpretované a komparované výsledky s ďalšími relevantnými prácami na predikovanú tému a zadefinované prínosy výskumu a sú naznačené aj ďalšie možnosti ako pracovať s výsledkami výskumu i limity, ktoré sa vyskytli pri aplikácii výskumu v praxi.

1 Základné pojmy súvisiace so skúmanou problematikou

Pojmy súvisiace s predkladanou témou je vhodné podrobnejšie predstaviť, nakoľko sú úzko naviazané na problematiku postavenia pamäťových inštitúcií a ich úlohy šíriť kultúru a kultúrne hodnoty v prepojení na kultúrny a kreatívny priemysel a kreatívnu ekonomiku. Vývoj jednotlivých ťažiskových pojmov a tém sa v historickom i politickom diskurze menil a ich predstavenie je relevantné pre uchopenie témy a jej ďalšieho výskumu.

1.1 Kultúra, kultúrne dedičstvo, pamäťové inštitúcie

Pojem „kultúra“ je zložitým a komplexným reťazcom (O’Brien 2015, s. 8). Jednou zo zásadných platných definícií kultúry vypracovalo UNESCO počas Svetovej konferencie o kultúrnej politike v Mexiko City v roku 1982 (známa pod skratkou MONDIALCULT), a ktorá vo voľnom preklade znie: *„Kultúra musí byť považovaná za súbor charakteristických duchovných, materiálnych, intelektuálnych a emocionálnych črt spoločnosti alebo spoločenskej skupiny a zahŕňa okrem umenia a literatúry aj životný štýl, spôsoby spolunažívania, hodnotové systémy, tradície a vierovyznania/presvedčenia“* (Slušná 2015, s. 61; UNESCO 1982, s. 41).

Kultúra: dobro, hodnota, fenomén

Kultúra ako vnútorne integrovaný a štruktúrovaný celok a jej jednotlivé prvky sa prelínajú a dopĺňajú, čím vzniká fungujúci celok (Pavlinová, Zima, 2014, s. 15). Pavlinová a Zima (2014, s. 15) tiež definujú kultúrne dobro ako opak voľného dobra (napr. voda, vzduch), kde „kultúrne dobré tvoria obsah pojmu kultúra, pri-čom platí, že ku každému dobru máme odlišný vzťah“. Kultúrne hodnoty títo autori ďalej rozdelili na znaky, predmety a správanie.

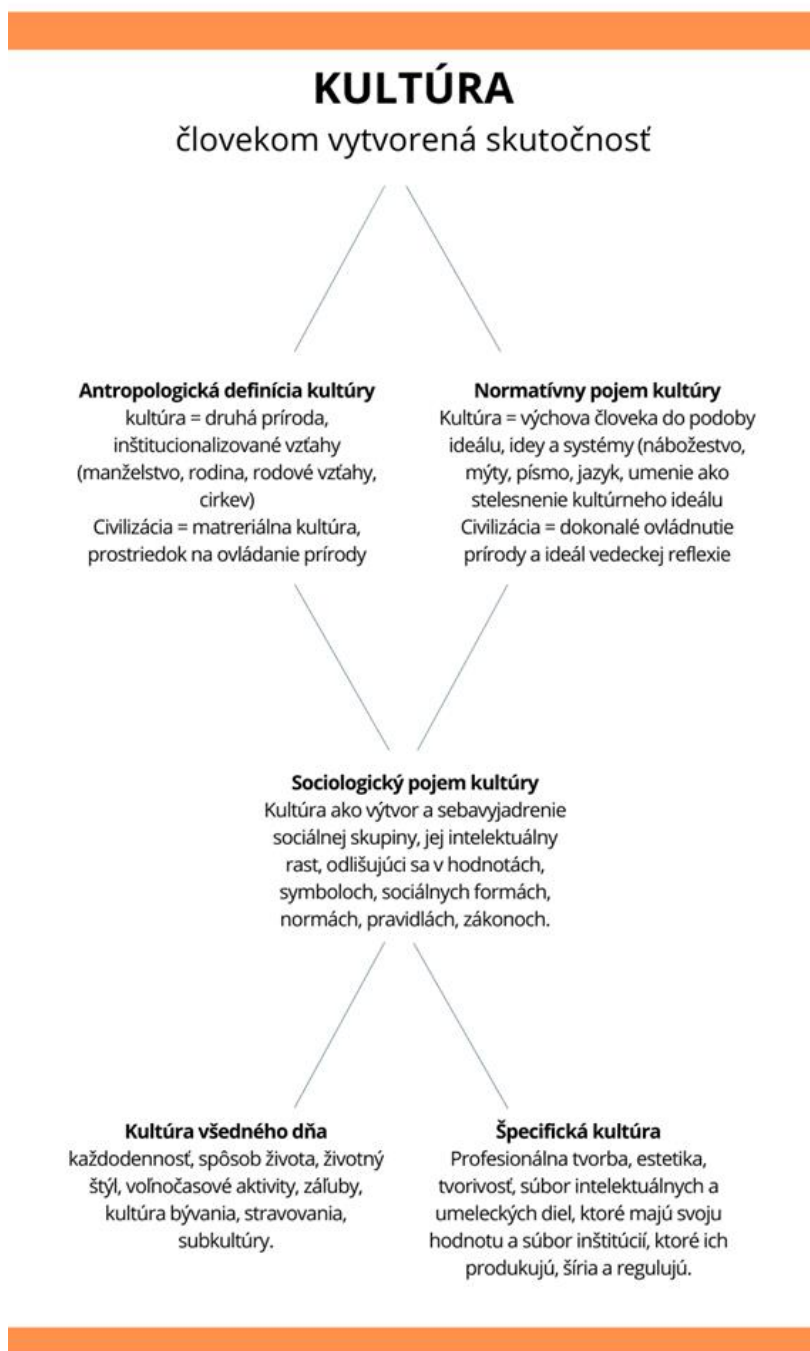
Vyjadrenie „kultúrna hodnota“ v sebe nesie už aj ekonomickú stránku tohto termínu a spája sa s kultúrnymi statkami a službami, ktoré sú hodnotné a majú isté kvality a charakteristiky (O’Brien 2015, s. 10). Politiky, ktoré sa tvoria z poznania a potreby kvantifikovať a merať kultúru, naskočia otázku „čo hodnota znamená, či proces, popis, alebo činnosť“. (O’Brien 2015, s. 11)

Podľa Pavlíkovej a Zimu vzniká kultúra ako produkt určitého spoločenstva, je jeho majetkom, patrí do jeho potrieb a prenáša sa z generácie na generáciu. Neutvára sa náhodne – obsahuje v sebe pozitívne i negatívne prvky, charakteristické pre istú spoločnosť. Každá spoločnosť je niečím odlišná, preto má každá spoločnosť svoje vzory, ktoré posúva ďalej a kultúra sa prenáša socializáciou v rámci generácií. (Pavlíková, Zima 2014, s. 12)

Kultúra je teda komplikovaným pojmom aj v závislosti od pohľadu rôznych vedeckých odborov a hľadísk. Axiologické nahliadanie na kultúru ju definuje ako niečo, čo človeka zušľachtuje a kultivuje, čo znamená vnímať kultúru ako pozitívnu hodnotu, za ktorú sa považuje literatúra, divadlo, filozofia či náboženstvo. (Pavlíková, Zima 2014, s. 13, 14; Soukup 2000, s. 15)

Redukcionistické chápanie kultúru takisto okresáva len na tú časť, ktorá sa zaoberá znakmi, kategóriami a symbolmi (napr. archeológia), kde sú kultúry jedinečným súborom znakov, kategórií, pravidiel, symbolov a iných organizačných princípov správania, ktoré si človek osvojil. (Horáková 2012, s. 66)

Veľmi dobre pojem kultúra vystihli výskumníci v Národnej správe o kultúrnej politike SR vo svojej schéme z roku 2003 (obr. 1)



Obrázok 1 Zdroj MK SR 2003, s. 22, prepracovaná verzia

Antropológia, ako veda o človeku a jeho kultúre, chápe kultúru najširšie a toto jej nahliadanie preberá aj táto práca. Rozdeľuje kultúru na fyzickú, kultúrnu a sociálnu, aplikovanú a teoretickú. Sociálna a kultúrna antropológia sa zaoberá skúmaním cudzích kultúr v čase a priestore. Z jej pohľadu neexistujú lepšie a horšie kultúry, iba kultúry iné. Antropológia považuje za kultúru všetko, čo človek vytvoril ako člen spoločnosti na uspokojenie svojich potrieb, pričom do nej zahŕňa všetky „nadbíologické“ mechanizmy, nielen pozitívne hodnoty. (Soukup 2000, s.

274, 286; Horáková 2012, s. 66) Kultúru tiež môžeme chápať aj v zmysle svetovej kultúry, týkajúcej sa celosvetovej populácie. (Pavlíková, Zima 2014, s. 14) Antropologické vnímanie kultúry (na podklade prác: Arnold 1993; McGuigan 2004; Williams 2010) teda identifikuje kultúru aj ako tvorbu a prenos významu a kultúra sa už viaže aj na historické artefakty, či aktivity spojené s nejakým územím, komunitou, či spôsobom života. (O'Brien 2015, s. 8) Kultúrny materializmus je smerom v kultúrnej antropológii a zameriava sa na demografické, ekologické, technologické a ekonomické faktory, ktoré determinujú vývoja a fungovanie kultúrnych systémov. (Soukup 2000, s. 203) Základným aspektom kultúry je jej rozmanitosť (Horáková 2012, s. 13).

Sociologické chápanie kultúry (Bourdieu 1984) sa už viac priblížilo tzv. „modernému chápaniu kultúry“ ako kreatívneho úsilia a tvorby umeleckých diel“. (O'Brien 2015, s. 8) Kultúra je teda chápaná ako: fenomén, špecifická ľudská činnosť či vytvorená skutočnosť, ktorá skúma a reflektuje osobitný spôsob života skupiny ľudí a je najvýznamnejším znakom, ktorým sa človek odlišuje od iných živočíchov. (MK SR 2003, s. 20).

Kultúrne dedičstvo je „systém hodnôt, kultúrnych prvkov, noriem, vzorov a ideí, ktoré sa ako kolektívne vlastníctvo odovzdávajú nasledujúcim generáciám ako špecifický typ dedičstva“ (Kačírek 2016, s. 6). Pojem kultúrne dedičstvo v sebe nezahŕňa len pamiatky v podobe historických budov, monumentov či zbierkových predmetov. Jeho súčasťou sú aj tradície, spoločenské zvyklosti, rituály, vedomosti a skúsenosti týkajúce sa prírody či vesmíru, zručnosti pre tradičné remeslá či múzické umenie, ktoré môžeme zaradiť pod pojem nehmotné kultúrne dedičstvo (UNESCO 2003). K inštitucionalizácii ochrany kultúrneho dedičstva na území Slovenska dochádzalo postupne od roku 1850. V roku 1919 bol prijatý zákon o verejných knižniciach obecných č. 430/1919 Z. z., ktorý zohral dôležitú úlohu pri rozvoji knižníc a knihovníctva na Slovensku. Dôležitou udalosťou v medzinárodnom meradle bol vznik organizácie IFLA v roku 1927, ktorá je medzinárodnou inštitúciou zastupujúcou záujmy knižníc a ich používateľov (IFLA 2019a). Slovenskú republiku v tejto organizácii zastupuje Spolok slovenský knihovníkov. V rokoch 1918-1938 boli zriadené aj viaceré vedecké knižnice, a rozvoj knižníc korešpondoval aj s podobným úsilím na úrovni celej Európy. (MK SR, 2003, s. 292). Obdobie po r. 1945 patrilo k výraznému medzníku vývoja knižníc na Slovensku. Takzvaná „očista fondov bola ideovou manipuláciou“, ktorej slovenské knihovníctvo v tej dobe čelilo. (MK SR 2003, s. 293) Zároveň sa ale začala budovať sieť knižníc a knihovníctvo sa čoraz viac profesionalizovalo. Základom bola v tom čase Československá štátna knižnica na základe zákona č. 53 z roku 1959. V 80. rokoch 20. storočia sa knižnice postupne rozvíjali ako informačné inštitúcie. Výrazným medzníkom je rok 1989, ktorý odštartoval obdobie ich transformácie, modernizácie a rozvoja knižničných technológií. V roku 2000 bola prijatá zásadná legislatívna zmena, ktorá odrážala európske tendencie v oblasti knihovníctva, ale i v oblasti ochrany knižničného dedičstva. (MK SR 2003, s. 293 – 294). Financovanie pamäťových inštitúcií sa v jednotlivých krajinách líši. Poznáme viaceré modely prístupu štátu ku kultúrnym inštitúciám, ktoré sa opierajú buď o dotácie, alebo štát ovplyvňuje kultúrne inštitúcie formou regulácií (Tajtaková 2010).

Kultúra a kultúrne dedičstvo potrebujú priestor, v ktorom sa môžu šíriť a uchovávať. Zriadenie siete inštitúcií na to určených je len logickým krokom, ktorý štát môže vykonať. *„Pamäťové inštitúcie sú kultúrne, informačné a vzdelávacie inštitúcie, ktoré dopĺňajú, nadobúdajú, odborne evidujú, spracovávajú, uchovávajú, ochraňujú, využívajú a sprístupňujú svoje fondy a predmety kultúrnej hodnoty, vedecky ich skúmajú, poskytujú služby, napomáhajú uspokojovať kultúrne, informačné, vedeckovýskumné a vzdelávacie potreby používateľov a podporujú*

ich celoživotné vzdelávanie, informačnú gramotnosť, tvorivý osobný rozvoj, estetický zážitok a jazykovú rozmanitosť“ (Zákon č. 126/2015 Z. z., Zákon č. 206/2009 Z. z.).

„Knižnica je kultúrna, informačná a vzdelávacia inštitúcia, ktorá dopĺňa, odborne eviduje, spracováva, uchováva, ochraňuje, využíva a sprístupňuje svoj knižničný fond, poskytuje knižnično-informačné služby, napomáha uspokojovať kultúrne, informačné, vedeckovýskumné a vzdelávacie potreby používateľov a podporuje ich celoživotné vzdelávanie, informačnú gramotnosť, tvorivý osobný rozvoj a jazykovú rozmanitosť“ (Zákon č. 126/2015 Z. z., čl. I § 2). Najčastejšie sa vyskytujúcim typom knižníc na území SR sú verejné knižnice. **Verejná knižnica** je definovaná Smernicou IFLA (2010) ako: *„inštitúcia, ktorá je zriadená, podporovaná a financovaná komunitou, a to buď prostredníctvom miestnej a regionálnej samosprávy, prípadne vlády, alebo prostredníctvom iných foriem organizácie spoločnosti. Zabezpečuje prístup k poznatkom, informáciám, celoživotnému vzdelávaniu a dielam predstavivosti pomocou rôznych zdrojov a služieb a je dostupná pre všetkých členov komunity, bez ohľadu na rasu, národnosť, vek, pohlavie, náboženstvo, jazyk, postihnutie, ekonomickú situáciu, postavenie v zamestnaní a dosiahnuté vzdelanie“*.

Zriaďovateľom pamäťových inštitúcií je vo väčšine prípadov štát. Štát deleguje povinnosť starať sa o takéto verejné inštitúcie na vyššie územné celky (VÚC), mestá, či obce. Legislatíva týkajúca sa kultúry sa ale neobmedzuje iba na zákony na úrovni štátu (okrem kultúrnych aj ekonomické a daňové pravidlá, pravidlá o združovaní, vzťahy medzi štátom a samosprávou), ale aj na medzinárodné dohody, či regulačný rámec Európskej komisie vedúci k podpore kultúrneho a kreatívneho priemyslu členských štátov (napr. KEA 2020. Manifest pre modernú kultúrnu politiku).

Kultúru je nevyhnutné zadefinovať aj **z pohľadu ekonomiky**, nakoľko tento jej dôležitý aspekt tiež vplýva na tvorbu kultúrnej politiky. (MK SR 2003, s. 84) Úloha znalostí ako prostriedkov k tvorbe ekonomickej hodnoty, poukazuje na dôležitosť nemateriálnej práce v ekonomike i spoločnosti. (O'Brien 2015, s. 43) Ekonomiku, napríklad v spojitosti s knižnicami, ktoré patria medzi kultúrne inštitúcie, riešil aj Melvin Dewey, ktorý sa veľkou mierou podieľal na založení inštitúcie *School of Library Economy* v roku 1887 (Lor 2019, s. 23-24; Britannica 2021).

Leriche a Daviet v roku 2010 (s. 808) napísali, že *„kultúrnu ekonomiku možno definovať ako súbor činností, ktoré komerčne využívajú umeleckú, estetickú a semiotickú tvorivosť“*. Tiež upozornili na to, že osobitné *„prepojenie medzi kultúrnymi produktmi a územiami je kľúčové a geografický prístup vrhá doplnkové svetlo na povahu kultúrnej ekonomiky a cenným spôsobom prispieva k jej pochopeniu“*. (Leriche, Daviet 2010, s. 809)

Koncept **kultúrnej hodnoty** cez verejnosť, odborníkov a politikov prepája verejnú hodnotu aj s tou kultúrnou. Takáto hodnota je vytváraná práve kultúrnymi organizáciami a predstavuje hodnotu zážitku, ale aj hodnotu pre účely verejnej politiky a v neposlednom rade inštitucionálnu hodnotu, ktorá vzniká medzi organizáciou a jej publikom. (O'Brien 2015, s. 210)

1.2 Kultúrny a kreatívny priemysel, kreatívna ekonomika

Nástup fenoménu **kultúrneho a kreatívneho priemyslu** (ďalej KKP) je doteraz diskutovanou témou. Niektorí autori tvrdia, že jeho nástup je možné pozorovať už niekoľko desaťročí. Cikánek v knihe *Kreativní průmysly* (2009) upozorňuje na vzrastajúci záujem o danú tému na prelome 70. a 80. rokov minulého storočia, keď sa téme kreatívneho priemyslu začalo venovať UNESCO.

Za prvú zmienku o kreatívnom priemysle (kultúrnom priemysle) považujú autori (Cikánek 2009, 2013; Zelinský, 2012; Gažová, 2014; Dronyuk, Moiseienko, Greguš, 2019; Mattelart, Piemme 1982) dielo Theodora Adhorna a Maxa Horkheimera z roku 1944 (2002), ktorí reprezentovali tzv. frankfurtskú filozofickú školu, a ktorí na kultúru nazerali ako na opak všedného života, čiže spôsob ako kreovať víziu lepšieho života, zároveň ale prezentovali svoj *skeptický postoj*, či túto úlohu ešte kultúra plní aj v 20. storočí. Vo svojej práci zmieňujú „*kultúrny priemysel*“, ktorí prezentovali aj ako *neautentickú a lacnú filmovú produkciu v Hollywoode* (Cikánek 2013, s. 14).

V 21. storočí vznikali nové definície a chápania pojmu KKP, ktoré priniesli nové pohľady na kultúrny a kreatívny priemysel, a to najmä práca Richarda Floridu (2002) o kreatívnej triede, ktorý na KKP nazerá cez jednotlivé povolania, práca Hartleyho (2005), podľa ktorého sa kreatívny talent jednotlivcov prelína s masovou tvorbou a zároveň vnáša do KKP aj pojem znalostnej ekonomiky či práca Thorsbyho (2001) a jeho delenie KKP do koncentrických kruhov podľa miery kreativity jednotlivých odvetví. (Cikánek 2009, Römerová 2010, Gažová 2014, Valjašková 2019a).

Problematika KKP na Slovensku bola zdokumentovaná v texte vydanom Ministerstvom kultúry SR, ktorý bol publikovaný v roku 2014 pod názvom *Východiská stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v SR* a následne vydanom Akčnom pláne realizácie tejto stratégie v roku 2015.

Kultúrny priemysel je „*priemysel, ktorý pridáva výsledkom duševnej tvorivej činnosti ekonomickú hodnotu a spadá doň najmä umenie a aktivity pamäťových inštitúcií*“ (MK SR 2011, s. 3).

Kultúrny a kreatívny priemysel (KKP)

- 1944 - prvá zmienka o kreatívnom priemysle (kultúrnom priemysle) - dielo Adhorna a Horkheimera z roku 1944, ktorí v ňom poukazujú na „*kultúrny priemysel*“ najmä ako filmovú produkciu v Hollywoode a následnú priemyselnú produkciu a komercializáciu.

Nejednotnosť vymedzenia pojmu:

- Florida (2002) – **faktor povolania** (teória kreatívnej triedy)
- Hartley (2005) – **faktor informačných a komunikačných technológií a faktor znalostnej ekonomiky**
- Throsby (2001) – **faktor miery/momentu kreativity** (*koncentrické kruhy*: pozostávajúce z jadra, kreatívnych umení, zvyšku jadra kreatívneho priemyslu, širšieho kultúrneho priemyslu a súvisiacich odvetví)
- Hesmodhalgh (2007) – **faktor produktu (textu)** (film, rozhlas, TV, internet, reklama, hudba, vydavateľský priemysel, marketing, hry)
- Howkins (2001) – **faktor duševného vlastníctva** (patenty, autorskoprávny priemysel, dizajnový priemysel, ochranné známky) – **hodnota**
- DCMS 2001, Work Foundation 2007, UNESCO 2005, WIPO – Svetová organizácia duševného vlastníctva 2005, KEA 2006 – **prelínanie**

Obrázok 2 Vymedzenie pojmu KKP u viacerých autorov (vlastné spracovanie)

Kreatívna trieda (MK SR 2011) je definovaná ako „*skupina osôb, ktorá vytvára nové kreatívne obsahy, ktoré sú výsledkom duševnej tvorivej činnosti*“ a tvorí nové idey, či už technické, ekonomické alebo umelecké a je hybnou silou ekonomického rozmachu. S KKP súvisí aj koncept kreatívnych miest. Ide o miesta/mestá, kde ľudia radi žijú, nachádza sa v ňom kreatívne prostredie, kultúrne i športové vyžitie, k čomu prispieva aj miestna samospráva. Vyznačuje sa toleranciou, otvorenosťou, kultúrnym zázemím, nekorupčným prostredím a vyššou koncentráciou kreatívnych ľudí (Kloudová 2010). **Koncept kreatívnych miest** integruje spolu koncepty kreatívnej triedy a KKP s témou rozvoja miest, pričom implementuje ideu kreativity a kreatívneho potenciálu do urbánneho prostredia a plánovania miest, ale nezabúda aj na problematiku ľudský potenciál a jeho dynamiku. (Rehák 2015; Jaurová 2013)

Kreatívna ekonomika bola na Slovensku v roku 2011 (MK SR) definovaná ako ekonomika, ktorá zámerne využíva slobodnú kreativitu človeka a zároveň pracuje s inštitútmi kreatívneho priemyslu, kreatívnych miest či kreatívnej triedy.

1.3 Index kreativity

Priekopníkom meraní kreativity vo vybraných geografických oblastiach a mestách bol Richard Florida. Floridova publikácia *The Rise of the Creative Class* (2002, zrevidovaná 2012) bola významným dielom, ktoré rozprúdilo aktívnu diskusiu o tom, akým spôsobom hodnotiť kreativitu. Diskutovaným prínosom jeho práce bol tzv. 3T model ekonomického rozvoja, ktorý pozostával z technológie, talentu, tolerancie. 3T bol meraný pomocou indexu kreativity (IK) na základe súboru ukazovateľov - pilierov, odrážajúcich koncentráciu kreatívnych jednotlivcov v regióne, koncentráciu a veľkosť high-tech priemyselných odvetví, inovačnú silu regiónu, ako aj otvorenosť spoločnosti a rozmanitosť kultúrneho prostredia. (Vaňová 2016, s. 111; KEA 2006; Cikánek 2009, Kloudová 2009). Na začiatku 21. storočia vznikali mnohé expertné skupiny, ktoré vytvárali indexy vhodné pre jednotlivé

krajiny, či regionálne oblasti: Rumunsko, Taliansko, Flámsky index, index Hong-Kongu, Švédsko, Nórska, ČR a pod. Medzi ďalšie patrí index Fínska, tzv. kompozitný index; či inovačné indexy ako EIS – tzv. Európsky prehľad výsledkov inovácií – zameraný na technologické inovácie, alebo Oslo Manuál pre hodnotenie kultúrneho života a meranie zapojenia kultúrneho sektora do informačnej spoločnosti (Petríková, Vaňová, Borseková 2015). Každý index reflektoval špeciálne znaky území, na ktorých bol realizovaný. (Vaňová 2016, s. 13).

Na index Floridu i ďalšie indexy nadviazal rozšírený model merania kreatívnej ekonomiky – Európsky index kreativity (ďalej EIK), ktorý vznikol z poverenia Európskej komisie. (Vaňová 2016, s. 111; KEA 2006).



Obrázok 3 Šesť pilierov Európskeho indexu kreativity (Zdroj KEA 2009; KERN, RUNGE 2009; Východiská stratégie... MK SR 2014, s. 22) – vlastné spracovanie

Európsky index kreativity (EIK)

KEA pri tvorbe indexu prihliadala aj na národné a medzinárodné indexy, ktoré súviseli s inováciami, kreativitou a kultúrnou spotrebou. Porovnaním dovtedy existujúcich, už vyššie zmienených indexov, vytvorili graf, ktorý poukazuje na vzájomné prepojenie indikátorov, ktoré upozorňuje na kľúčové funkcie tohto fenoménu. Aby zdôraznili úlohu kultúry v kreativite, vzali do úvahy viacero faktorov: vzdelávanie v umeleckých školách, zamestnanosť v kultúre, kultúrna ponuka a participácia, aplikovanie nových technológií, regulačné a podporné schémy pre kreatívnu tvorbu, ekonomický príspevok KKP. Všetky faktory boli združené do tzv. šiestich pilierov EIK:

- ľudský kapitál (LK),
- otvorenosť a diverzita (OD),
- sociálne/kultúrne prostredie (KP),
- technológie (TE),
- inštitucionálne prostredie (IP),
- výstupy kultúrnej produkcie – kreatívne výstupy (KV). (KEA 2009a, s. 3-5)

EIK rozšíril bázu subindexov - pilierov v oblastiach talentu a technológií, čím reagoval na problém zisťovania dát v oblasti tolerancie a zasadzuje pôvodné subindexy do európskeho kontextu a včleňuje doň nové subindexy, ktoré sú založené i na širšom prieskume mienky a postojov v populácii regiónu. (Rostášová, Chrenková 2011, s. 260). EIK bol teda rozčlenený na šesť subindexov, v ktorých figurovalo 32 indikátorov a stal sa uznávaným nástrojom na meranie kreatívnej ekonomiky. Stále však existovali isté nedostatky, medzi ktoré patrili: nízke množstvo údajov, nemožnosť aplikácie v menších regiónoch, alebo dáta vôbec neexistovali. (Kloudová, Chwaszcz 2011, dostupné Vaňová, 2016, s. 112) **Európsky index kreativity** sa stal metodikou merania ukazovateľov kreatívnej ekonomiky aj na Slovensku (MK SR 2011).

Ľudský kapitál

Učenie sa a vzdelávanie sa v oblasti kultúry a kreativity sú dôležitými indikátormi úrovne ľudského kapitálu v spoločnosti, regióne. Na tomto základe sa EIK zamerával na dve oblasti:

- Potenciál vzdelávania založeného na kultúre a umení (základné, stredné a vysoké školy), ktorý pomáha rozvíjať tvorivé talenty.
- Úroveň tvorivých talentov vychádzajúcich z terciárneho vzdelávania a zamestnanosti v oblasti kultúry. (KEA 2009)

Úroveň vzdelávania je dôležitým faktorom, ktorý reflektuje stupeň ľudského kapitálu v spoločnosti (OECD, 2001). Ľudský kapitál sa zvyčajne meria ako podiel populácie s vyšším vzdelaním. Keďže kultúra je zásadnou premennou rozvoja kreatívneho ľudského kapitálu, KEA (2009) sústredila pozornosť na vzdelanie len v oblasti hudby, tanca, výtvarného umenia, dizajnu, divadla, filmu, remesiel, nových médií, módy a architektúry. Ľudský kapitál podľa KEA obsahoval štyri ukazovatele (KEA 2009, s. 193).

Otvorenosť a diverzita

Tolerancia, ktorá vychádza z otvorenosti ľudí voči iným národnostiam, či orientácii bola dôležitým subindexom už v 3T modely. Podľa správy Príležitosti kreatívnej ekonomiky k operačnému projektu Ľudské zdroje, bola dokázaná silná závislosť medzi otvorenosťou verejnosti, jej tolerantnosťou voči imigrantom, voči LGBTI komunite, či populácii s umeleckým zameraním (ich prítomnosť v regióne ako podnet k ekonomickému rastu) a schopnosťou regiónov prinášať inovácie a produkty v oblasti priemyslu a tým generovať ekonomický rast a rozvoj. (Gašparík, Krammer, Václavová, 2017, s. 19) Čorejová a kol. (2015) zhodnotili pilier otvorenosť a rôznorodosť tiež ako „*najťažšie merateľný*“. Pilier otvorenosť a diverzita podľa KEA obsahoval päť ukazovateľov (KEA 2009, s. 193-194). Hudec a Klasová (2016) sa pri analýze tohto piliera na úrovni ŽSK zamerali aj na ukazovateľ počtu manželstiev s cudzincami, ako vhodný a merateľný ukazovateľ tolerancie.

Kultúrne prostredie

Objem ponuky kultúrnych podujatí a zariadení a aktivít, ako aj účasť na týchto aktivitách sú indikátormi kultúrneho prostredia regiónu. (Čorejová a kol. 2015) Pamäťové inštitúcie i ďalšie kultúrne inštitúcie (knížnice, múzeá, galérie, divadlá, atď.) poskytovali a poskytujú základnú bázu pre rozvoj tvorivých činností. Hudec a Klasová (2016) zmieňujú štúdie ktoré ukázali, že múzeá sú miestom pre rozvoj kreativity, nakoľko podnecujú ľudí k inému mysleniu. Takáto zmena v myslení môže priniesť tvorivé a inovatívne nápady. Index kultúrneho prostredia

pozostával v práci Hudeca a Klasovej z dvoch oblastí, z účasti na kultúrnych aktivitách a z kultúrnej ponuky, rovnako ako to bolo pri práci KEA a mohol byť na Slovensku meraný na regionálnej úrovni. (Hudec, Klasová 2016, s. 53) Tu treba poukázať na dôležitosť participácie ľudí na kultúrnej ponuke, bez ktorej by kultúrna infraštruktúra bola zbytočná, ak by nemala svojich konzumentov.

Technológie

KEA 2009 operovala v pilieri technológie len s dvoma ukazovateľmi a to s podielom domácností vlastniacich PC či hernú konzolu a s podielom šírenia širokopásmového pripojenia. Už Hudec a Klasová (2016) priradzujú do tohto piliera a výdavky na výskum a vývoj, čiže oblasť v ktorej pri vhodnom financovaní dochádza k najväčším posunom aj v oblasti technológií.

Inštitucionálne prostredie

Už Florida zmieňoval tzv. sociálnu štruktúru kreativity, ktorou je súbor inštitúcií vytvárajúcich kreatívnu ekonomiku (2002). Pod pilier inštitucionálneho prostredia spadajú aj **regulačné opatrenia** na podporu kreativity, t. j. kultúrna politika. Ako píše Hudec a Klasová, „*správna koordinácia a implementácia kultúrnej politiky je dôležitá na vybudovanie inštitucionálneho prostredia stimulujúceho kreativitu a pokrývajúceho rôzne oblasti kreatívneho priemyslu*“ (2016, s. 54). KEA (2009) uvažovala dva aspekty regulačných opatrení a to tie ktoré vytvoria finančnú podporu a následne tie ktoré vytvoria duševné vlastníctvo. V týchto dvoch aspektoch pracovala so siedmimi ukazovateľmi. Kreatívne prostredie možno podporovať vhodnou infraštruktúrou, daňovými nástrojmi, verejnými investíciami do umenia a kultúry, či nástrojmi zaoberajúcimi sa duševným vlastníctvom. (Hudec, Klasová 2016; KEA 2009)

Kreatívne výstupy

Výstupy kultúrnej produkcie alebo kreatívne výstupy sú poslednou oblasťou a prienikovým pilierom EIK. KEA pri navrhovaní EIK využila ukazovatele výkonnosti kreatívneho priemyslu, ktoré odrážali kreatívny potenciál skúmanej krajiny. Zamerali sa na ekonomický prínos kreativity a na výsledky kreatívnych činností. Na úrovni regiónov sa používali ukazovatele obratu a početnosť výsledkov vo vydavateľskej oblasti (hudobný priemysel, knižný priemysel, kinematografia), ale-bo prostredníctvom prihlášok patentov v oblasti dizajnu. (KEA 2009; Hudec, Klasová 2016)

2 Dizajn výskumu

Výskumným problémom bolo **analyzovať mieru kreatívneho potenciálu v pamäťových inštitúciách na základe urbanizácie lokality a na podklade EIK ako súčasti kultúrneho priemyslu a jej prepojenie na kreatívnu ekonomiku.**

Ciele:

- Sumarizovať základné pojmy a definície súvisiace s témou a zmapovať súčasný stav skúmanej problematiky.
- Použitím deskriptívnej štatistiky popísať, porovnať a kvantifikovať ekonomické dáta a dáta o poskytovaných službách súvisiacich so skúmanými knižnicami ŽSK.
- Analyzovať možnosti kvantifikovania výstupov v oblasti verejných služieb
- Analyzovať a syntetizovať získané dáta z pohľadu Európskeho indexu kreativity.
- Analyzovať realizované šetrenie a komparovať ho s dostupnými stratégiami a nástrojmi implementovanými, alebo navrhovanými na úrovni kraja i SR.

Primárny cieľ dizertačnej práce

Cieľom dizertačnej práce bolo preskúmať prepojenie kreatívnej ekonomiky s časťou kultúrneho priemyslu zameraného na pamäťové inštitúcie. Práca uvažovala, aké sú základné vstupné premenné, ktoré ovplyvňovali a ovplyvňujú túto oblasť. Realizáciou výskumného šetrenia, na podklade úrovne kreatívneho potenciálu knižníc z pohľadu európskeho indexu kreativity pri splnení miery urbanizácie lokality a jeho vyhodnotením v mestských, regionálnych knižniciach a v krajskej knižnici v ŽSK (19 knižníc), bolo zistiť a analyzovať súčasný stav kreatívneho potenciálu v mestských a regionálnych knižniciach ŽSK z pohľadu EIK a s použitím dostupných dát z výročných správ knižníc, FINSTAT-u, Štatistiky kultúry, databázy Štatistického úradu SR.

Prvým krokom, ktorý nadväzoval na sekundárny výskum, bola analýza úrovne urbanizácie lokality a zistenie kultúrneho prostredia ŽSK. Druhý krok sa zameriaval na problematiku merania výstupov vo verejných inštitúciách a zdôvodnenie vybraného nástroja. Následne práca upravila a adaptovala piliere EIK z európskej, národnej a regionálnej úrovne na úroveň organizácií. Pre následný výskum bola zvolená **kvantitatívna** výskumná metóda – operacionalizovaná dotazníkom. Zároveň bol zvolený aj **kvalitatívny výskum** vo forme pološtrukturovaných rozhovorov s riaditeľmi knižníc v skúmanom regióne.

Práca uvažovala nasledujúce body:

- Je prínos, ktorý majú knižnice pre obyvateľov, dostatočne ohodnotený finančnou podporou týchto inštitúcií? Ich adekvátne financovanie by malo byť samozrejmosťou. Absencia podpory pre zvýšenie miezd ponecháva v kultúre všeobecne, ale aj v knižniciach, nízko platené pozície.
- Majú kultúrne inštitúcie financie na bežný chod? Majú financie aj na kultúrnu a kreatívnu činnosť?
- Na legislatívnej úrovni už roky prevláda provizórium, ktoré nerieši akútne potreby v kultúre, vrátane knižníc. Ako by sa mala meniť politika na úrovni SR, ale aj regionálnej politiky VÚC, či zriaďovateľov kultúrnych inštitúcií – príspevkových organizácií?

- Zodpovedá právna forma knižníc, ktoré sú v súčasnosti najväčšou sieťou kultúrnych inštitúcií na Slovensku, tomu, čo sa od nich v tejto dobe očakáva (knižnica = služba verejnosti)? A čo možnosť tvoriť zisk z pridruženej podnikateľskej činnosti? (Valjašková, Jašová 2021a, s. 210-211)

Z nich vyplynuli nasledujúce **výskumné otázky**:

VO1: Aké spoločenské – sociálne faktory je možné pozorovať v súvislosti s knižnicami a KKP?

VO2: Aké ekonomické faktory je možné pozorovať v súvislosti s knižnicami a KKP?

VO3: Je možné analyzovať knižnice - pamäťové inštitúcie z pohľadu kreatívnej ekonomiky a indexu kreativity?

VO3 bola rozpracovaná do ďalších pod otázok na základe EIK:

Ludský kapitál

- VO3a: Na akej úrovni sú v organizáciách - knižniciach ponuky vzdelávania i neformálneho (pre používateľov i pre zamestnancov)?
- VO3b: Aké je vzdelanie zamestnancov?

Otvorenosť a diverzita

- VO3c: Aká je otvorenosť organizácie prinášať témy tolerantnosti voči menšinám, cudzincom, migrantom, ženám, osobám inej sexuálnej orientácie a pod.
- VO3d: Aká je otvorenosť organizácií k novým podnetom, iniciatívam a pod?

Kultúrne prostredie:

- VO3e: Aké je kultúrne prostredie v organizáciách?
- VO3f: Aká je návštevnosť kultúrnych podujatí organizovaných knižnicami?

Technológie

- VO3g: Aká je kvalita technickej infraštruktúry v knižniciach (technologické faktory - pre používateľa i zamestnanca)?

Inštitucionálne prostredie

- VO3h: Aké ekonomické a regulačné opatrenia aplikuje zriaďovateľ voči knižniciam?

Kultúrne výstupy

- VO3i: Aká je úroveň a objem kultúrnych a kreatívnych výstupov v knižniciach?

VO4: Je možné zmapovať priame a nepriame ekonomické prínosy knižnice?

VO5: Ako by sa mala meniť politika na úrovni SR, ale aj regionálnej politiky VÚC, či zriaďovateľov kultúrnych inštitúcií – príspevkových organizácií?

VO6: Je možné zdefinovať potenciál knižníc pre KKP?

Výskumná hypotéza

Vytvorená bola nulová hypotéza:

- **H1₀**: Miera urbanizácie okresov nemá vplyv na počet kultúrnych inštitúcií v okrese.

Výskumná vzorka

Dotazníkový výskum sa zmeral na 19 knižníc ŽSK. Boli oslovení všetci odborní pracovníci knižníc, vrátane riaditeľov. Výskumná vzorka je teda aj výskumným súborom. Odborných pracovníkov knižníc bolo v čase výskumu približne 120 osôb (počet bol prevzatý zo správ knižníc z roku 2020, ktorý poskytol prepočítaný počet osôb vrátane čiastočných úväzkov, čo nám neumožnilo identifikovať presné číslo odborných zamestnancov), čo predstavuje výskumný súbor, pre ktorý budú výsledky výskumu aplikované.

Kvalitatívny výskum sa zameriaval na riaditeľov a vedúcich pracovníkov 19 skúmaných knižníc.

Výskumné nástroje

Kvalitatívny výskum využil ako nástroj pološtrukturovaný rozhovor. Základné otázky mali za úlohu rozprúdiť rozhovor a následné povzbudzovanie a objasňovanie malo umožniť respondentovi, aby voľne odpovedal. Aplikovaný bol po spracovaní teoretickej časti práce a doplnil tak zistenia zo sekundárneho výskumu a dotazníkového kvantitatívneho výskumu. (Príloha B – Rozhovor - rámec otázok)

Kvantitatívny výskum využil na zber dát dotazník, ktorý bol distribuovaný do mestských, regionálnych knižníc a krajskej knižnice ŽSK. Odpovedať naň mali odborní pracovníci knižníc a riaditelia / vedúci pracovníci knižníc.

- Položky dotazníka boli zamerané najmä na vnímanie pilierov kreativity (EK a OD) vyplývajúcich z európskeho indexu kreativity u pracovníkov a manažérov skúmaných knižníc.
- Dotazníkový výskum sa zmeral na 19 knižníc ŽSK. Boli oslovení všetci odborní pracovníci knižníc, vrátane riaditeľov. Výskumná vzorka je teda aj výskumným súborom. Odborných pracovníkov knižníc bolo v čase výskumu približne 120 osôb (počet bol prevzatý zo správ knižníc z roku 2020, ktorý poskytol prepočítaný počet osôb vrátane čiastočných úväzkov, čo nám neumožnilo identifikovať presné číslo odborných zamestnancov), čo predstavuje výskumný súbor, pre ktorý budú výsledky výskumu aplikované.
- Išlo o 2 položky, ktoré obsahovali vyhlásení týkajúce sa premenných indexu kreativity (EK a OD) na Likertovej škále v hodnotách od 1 do 10. Doplnené boli o 25 položiek, ktoré sa týkali socio-demografických premenných a premenných patriacich do ďalších pilierov indexu kreativity, ktoré boli potrebné pre doplnenie sekundárneho výskumu a nebolo možné ich dohľadať v správach knižníc a dátach FinStatu.
- Reliabilitu výskumného nástroja práca testovala v programe SPSS cez Cronbachu alfu, kde Cronbachova alfa pre testovací dotazník OD bola na úrovni 0,926, čo znamená dobrú vnútornú konzistenciu škály a pre EK bola na úrovni 0,764, čo znamená dobrú vnútornú konzistenciu aj s ohľadom na nízky počet položiek škály (Pallant 2011).

Metódy výskumu

Počas výskumu boli využité viaceré vedecké metódy na vyhodnocovanie dát. Išlo o dopytovanie, analýzu a syntézu, ktoré boli využívané priebežne počas celého procesu tvorby a riešenia výskumu. Medzi ďalšie použité logické metódy patrilo porovnávanie (zhodnosť i odlišnosť znakov skúmaných javov), zovšeobecňovanie, abstrakcia, ale aj jej protiklad simplifikácia, ktorá hľadala súvislosti v jednotlivých javoch. Ďalej bola použitá metóda komparácie a interpretácia, verifikácia.

Časť výskumných cieľov bola realizovaná popisnou štatistikou cez charakteristiky polohy - priemer, medián, modus; histogram, koláčové, pruhové, čiarové, bodové a stĺpcové grafy. Metódy matematickej štatistiky (korelačná analýza, regresný model) boli použité pre hypotézu H1.

3 Vlastný výskum

Vo väzbe na otázku VO1, **aké spoločenské – sociálne faktory je možné pozorovať v súvislosti s knižnicami a KKP**, sme hľadali stratégie a projekty, ktoré identifikujú túto oblasť. V gescii Ministerstva práce, sociálnych vecí a rodiny SR vznikol v roku 2021 projekt podporený z Európskeho sociálneho fondu v rámci OP Ľudské zdroje pod názvom Sústava povolání, ktorý identifikuje kľúčové trendy a zmeny aj v sektore KKP. Projekt konštatuje, že na úspešný rozvoj a posilnenie konkurencieschopnosti subjektov v sektore kultúry, popri plnení štandardných úloh, zohráva významnú úlohu *schopnosť zúročiť skúsenosti, rozpoznávať príležitosti a správne a včasné reagovanie na očakávania verejnosti*. Využívanie moderných technológií a IKT umožňuje kvalitnejšie a efektívnejšie plnenie úloh kultúry, ale aj sýti dopyt po nových formách komunikácie a sprostredkovania kultúrneho obsahu. *Tieto nové možnosti a moderné spôsoby poskytovania služieb v celom spektre aktivít sektora kultúry, vydavateľstva a kreatívneho priemyslu predstavujú významné rozvojové a inovačné impulzy a majú značný potenciál generovať nové zdroje a pracovné pozície*. Sektorová rada uvádza aj 96 povolání v zozname zrevidovaných národných štandardov povolání, ktoré súvisia s KKP. (SRI 2022)

Celý projekt akcentuje vplyvy na ľudské zdroje, ľudský kapitál. K tomu, aby dochádzalo k zmene, je potrebná ochota ľudí neustále sa vzdelávať, ochota pracovníkov kultúrnych inštitúcií rozširovať svoje znalosti. V súčasnosti sa veľa diskutuje aj o **priemysle 4.0** a o tom ako ovplyvňuje povahu jednotlivých pracovných miest vplyvom zavádzania nových technológií a východiskom má byť práve vzdelávanie sa a prispôbovanie sa zmenám. V prieskume zameranom na ochotu pracovníkov pamäťových inštitúcií vzdelávať sa, ktorý spracoval Eurostat, bola na Slovensku v rokoch 2011 a 2016 u pracovníkov pamäťových inštitúcií zistená neochota sa vzdelávať u 48,7 % (2011) a 45,9 % (2016). Nevôľa sa vzdelávať sa v rozsahu 5 rokov znížila len o necelé 3 %, čo z pohľadu pamäťových inštitúcií znamená, že by sa mali snažiť o zmenu takéhoto zmýšľania u svojich zamestnancov (Valjašková 2019a).

3.1 Mapovanie dobrej praxe v Európskej únii

Ako jeden z prvotných krokov sme si stanovili získať informácie o tom, ako fungujú pamäťové inštitúcie v EÚ a akým spôsobom sa vypriadavajú so zmenami v spoločnosti i s čoraz väčšou úlohou KKP a kreatívnej ekonomiky pri rozvoji regiónov. Nakoľko ide o nesmierne rozsiahlu oblasť, mapovanie sme zamerali na zisťovanie situácie najmä v inštitúciách, ktoré bolo možné navštíviť počas Erasmus+ projektov, na ktorých sme mali možnosť participovať. **Mapovanie situácie v EÚ** prebehlo formou pozorovania inštitúcií a cez neformálne rozhovory so zamestnancami, kde sa zaujímalo o nasledovné okruhy. Prvý okruh zahŕňal otázky o obsahovej náplni práce, či sú v práci spokojný a čo ich motivuje a zároveň či sú spokojní s finančným ohodnotením. Druhý okruh sa zameriaval na to, akú podporu majú zamestnanci zo strany manažmentu inštitúcie, či ich organizácia má nejaký víziu, aké podmienky sú vytvorené pre návštevníkov (študovne a iné). Tretí sa zameriaval na možnosti vzdelávania v organizácii, či sa vzdelávajú samostatne, alebo cez vzdelávacie programy vytvorené zamestnávateľom. Štvrtý okruh sa zameriaval na podmienky pre zmeny v organizácii: či sú zapájaný do kreatívnej činnosti aj keď pracujú na rôznych oddeleniach, či majú príležitosť priniesť nejaký nápad, či sú vypočutí a či majú v tomto smere istú dávku samostatnosti a či ju aj využívajú.

Mapovanie v EÚ bolo spracované súčasne s informačným prieskumom a to v rokoch september – december 2018 až január – december 2019.

Zoznam navštívených inštitúcií:

- Dublin, Írsko – Trinity College Library – rozhovor s Helen Shenton (hlavná knihovníčka - riaditeľka), pozorovanie, komparácia
- Dublin, Írsko – National Irish Gallery – pozorovanie
- Bochum, Nemecko – Ruhr-Universität Library – rozhovor so Susane Hennig (knihovníčka, odbor služieb) a Clara Harnisch (knihovníčka, odbor služieb)
- Bochum, Nemecko – mestská knižnica – pozorovanie, informačný prieskum, komparácia
- Norimberg, Nemecko – Germanisches Museum and Library – pozorovanie, informačný prieskum, rozhovor so zamestnancami knižnice (bez uvedenia mena)
- Viedeň – Albertina Museum Library – pozorovanie, informačný prieskum, komparácia
- Porto, Portugalsko – Serralves – Múzeum a knižnica – pozorovanie, informačný prieskum, komparácia
- Malaga, Španielsko – Museum of Malaga – pozorovanie, informačný prieskum, komparácia
- Granada, Španielsko – Alhambra – pozorovanie, komparácia
- Atény, Grécko – Byzanthine and Christian Museum - pozorovanie, komparácia

Z mapovania situácie vo vybraných inštitúciách vyplynuli nasledujúce zistenia:

- **Aktívny prístup k zmene:** v zahraničných inštitúciách sú si vedomí posunu vo vnímaní toho, čo od nich návštevníci očakávajú a tomu aktívne pri-spôsobujú svoju činnosť a ponuku služieb. (Jašová, Valjašková 2021, s. 33)
- **Plánovanie, stratégie:** mapované inštitúcie vytvorili programy a dlhodobé stratégie na zlepšenie svojich služieb vyplývajúcich zo zákona (s využitím nových technológií). Vedenia inštitúcií sa snažia o tvorbu doplnkových služieb, zlepšovanie marketingových aktivít, začlenenie kaviarní, predajní darčkových predmetov do svojho portfólia a rozširovanie študovní, či už priestorovo, dizajnovu alebo typologicky (aj napriek tomu, že rozpočtovo na tom nie sú excelentne), zároveň sa snažia o doplnenie príjmov z viacerých zdrojov, keďže inštitúcie pociťujú nedostatočné finančné zázemie od ich zriaďovateľov, čo často znamená neľahké balansovanie na hrane rozpočtu. Trinity College Library vytvorila víziu „Stratégia knižnice na roky 2015-2020“, ktorá sa zaoberala integrovaným priestorovým plánom a jeho využívaním ako komunitného priestoru a priestoru pre učenie sa (zohľadňujúc posun vo vnímaní priestoru knižníc návštevníkmi). Stratégia mala umožniť prístup ku všetkým zdrojom a službám knižnice z akéhokoľvek zariadenia, rovnako nadviazať užšiu spoluprácu s univerzitou a spolupracovať tak na výučbe a výskume. Zároveň jej cieľom bolo vytvoriť súbor vhodných politík knižnice, ktoré zohľadňovali meniacu sa funkciu knižnice a vytvoriť integrované, prioritné financovanie so zámerom identifikovať nové, alternatívne finančné zdroje, alebo možnosti zmeny použitia už získaných prostriedkov na naplnenie týchto plánov. (Jašová, Valjašková, 2021)
- **Inovovanie služieb:** všetky navštívené inštitúcie stále vylepšujú svoje služby pre verejnosť - pre študentov spracovávajú rôzne formy online vzdelávania (napr. MOOC, TEDxDublin Helen Shenton) a tým chcú osloviť najmä mladých ľudí. V Dubline zaviedli službu nazvanú „Predmetový knihovník“. Študenti majú možnosť

osloviť knihovníka a experta z danej skúmanej oblasti, ktorý im odporučí najnovšiu literatúru, či dokonca zorganizuje workshop.

- **Otvorený prístup k informáciám:** významnou snahou je aj zapojenie sa do Open Access priestoru. (Jašová, Valjašková 2021, s. 33)

- **Vzdelávanie, otvorenosť a kreatívne prostredie vhodné na kooperáciu:** mapované inštitúcie pristupovali zodpovedne aj k budovaniu pozitívnej organizačnej kultúry formou teambuildingov, spoločných posedení, po-rád; snažia sa o neformálnu atmosféru, otvorenú ľudom i nápadom. Pridelenie „opatrovníka – tútora“ novým zamestnancom. Prostredie v inštitúciách pôsobilo kreatívne a moderne a bola viditeľná snaha nielen ísť s dobou, ale aj udávať trendy v novom smerovaní. (Valjašková, 2020; Jašová, Valjašková 2021, s. 33) Nedostatkom môže byť chýbajúce nastavenie odmien (motivácií) za absolvované vzdelávanie.

Ide teda o akýsi systém koexistencie rôznych vstupov (vzdelávanie, sociálne zabezpečenie, verejné politiky, verejné zdroje, riadenie a zriaďovateľ, vízia a stratégia, technológie a digitalizácia, inovácie), ktorých vysoká úroveň vedie k výstupom zaujímavým konzumentov služieb kultúry. Zhodnosť tejto analýzy s realitou sa snažilo overiť ďalšie zisťovanie v knižniciach ŽSK.

3.2 Problematika merania výstupov v oblasti verejných služieb

Problematika merania výstupov v oblasti verejných služieb a najmä merania ekonomickým výstupov knižníc je pomerne rôznorodá. V nadväznosti na výskumné otázky **VO2** (Aké ekonomické faktory je možné pozorovať v súvislosti s knižnicami a KKP?) a **VO4** (Je možné zmapovať priame a nepriame ekonomické prínosy knižnice?) sme hľadali používané prístupy a odborné práce a publikácie k tejto problematike.

Posúdiť a porozumieť investíciám do verejného sektora je stále aktuálnou témou a to najmä v obdobiach utvárania politik a rozdeľovania finančných zdrojov (Vaňová 2016, s. 11). V roku 2021 prebehla na Slovensku revízia výkonnosti a úspešnosti kultúrnych politik pod gesciou MK SR, ktorá spracovala aj revíziu výdavkov na kultúru. Deje sa tak so zámerom spracovať Stratégiu kultúry do roku 2030. Tu chceme poznamenať dôležitosť vplyvu verejných inštitúcií a ich služieb aj na nemerateľné prínosy. Inštitúcie nemôžu byť posudzované len cez výdavky, ale dôležitým ostáva aj ich historický a kultúrny prínos, ekonomický prínos, či ich vplyv na vznik nových inovácií, ktorý nie je zadaný či kvantifikovaný. (Vaňová 2016, s. 11).

Existuje široké spektrum metód, ktorými sa výskumníci snažia zodpovedať otázku prínosov a zhodnotiť priame a nepriame benefity knižníc. Pomerne známa je štúdia z roku 2004, kde vedci skúmali prínos verejných knižníc v štáte Florida. Návratnosť investícií verejných knižníc na Floride bola 6,54 USD na každý investovaný dolár a v roku 2013, keď výskum zopakovali, sa hodnota vyšplhala na 10,18 USD na investovaný dolár. Ako sme už zmienili, túto metódu ROI (Return On Investment) použili aj Stejskal a Hájek v Městskéj knihovně v Praze. (Griffiths 2004, z Valjašková, Jašová 2021a, s. 215).

Pri vyhľadávaní v databáze Web of Science bolo zistené, že v rokoch 2015 – 2021 bolo publikovaných osem článkov, ktoré aplikovali ROI metódu, alebo sa k tejto metóde vyjadrovali. CVM metódu aplikovalo 14 článkov,

niektoré z nich v kombinácii s ROI. Metódy CBA, PCA a CEA využili výskumníci v troch článkoch. Metóda ROI spolu s CVM boli najčastejšie používanými v publikovaných štúdiách. Dôležité je tu poznamenať, že prínos knižníc nemá končiť pri výnosoch a návratnosti investície z verejných financií, ale existuje aj široké spektrum oblastí, v ktorých môžu knižnice zohrávať dôležitú úlohu: pri vyplňaní voľného času, ako miesto služieb pre komunity, pri rozvoji gramotnosti, šírení vedomostí či udržiavaní demokracie a nie je ich možné jasne kvantifikovať. (Valjašková, Jašová 2021a, s. 215-216).

AKO KVANTIFIKOVAŤ PRÍNOS KNIŽNICE?	
CMA	metóda minimalizácie nákladov
CBA	spoločenská forma analýzy nákladov a výnosov
CEA	metóda analýzy účinnosti nákladov
CUA	metóda analýzy užitočnosti nákladov
PCA	analýza hlavných komponentov
CVM	metóda podmieneného hodnotenia
ROI	návratnosť investície

Obrázok 4 Zoznam možných metód pre kvantifikáciu prínosov knižníc (Vaňová a kol. 2016; Valjašková, Jašová 2021),
vlastné spracovanie

Nakoľko tieto metódy neakcentujú aspekty diverzity či ľudský kapitál, ktoré sme považovali za podstatné, zamerali sme sa preto na možnosť aplikovať Európsky index kreativity ako základný nástroj výskumu danej problematiky na úrovni ŽSK s cieľom zistiť (s väzbou na výskumnú otázku VO3), či je **možné analyzovať knižnice z pohľadu kreatívnej ekonomiky a indexu kreativity**.

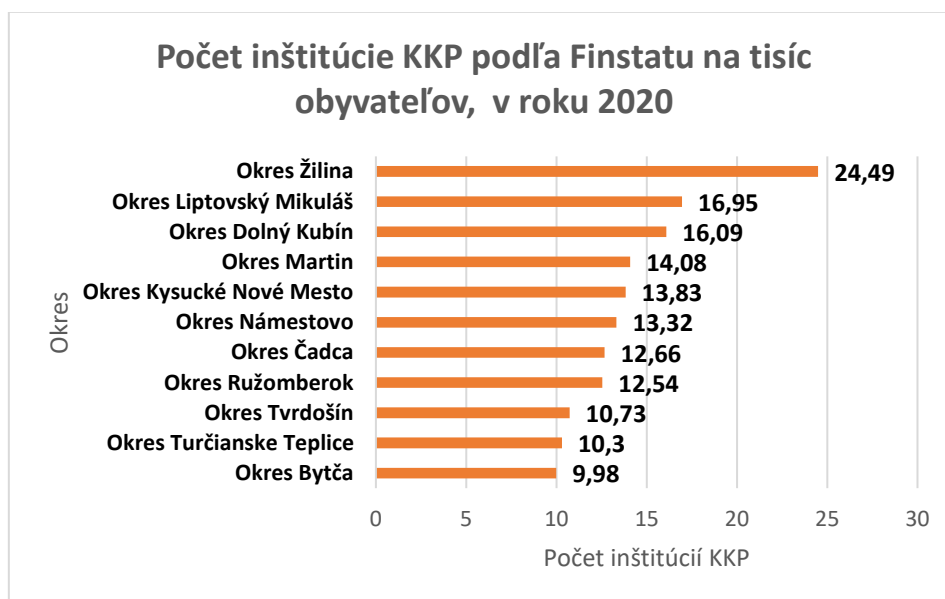
3.3 Miera urbanizácie lokality a krajská, regionálne a mestské knižnice ŽSK

Z analýzy štatistických údajov z portálu statdat.statistics.sk a z portálu datacube-new.statistics.sk z rokov 2017 až 2021 sme dospeli k nasledovným číslam (tab. 1), ktoré sa dotýkajú urbanizácie lokality, v ktorej sídlia najväčšie verejné regionálne a mestské knižnice ŽSK. Zároveň bol overený údaj priemernej hustoty obyvateľstva v ŽSK v roku 2020 podľa statdat.statistics.sk, ktorá bola na úrovni 101,54 (počet obyvateľov na 1 km²), čo znamená, že Žilinský kraj je piatym najhustejšie obývaným krajom. Päť okresov ŽSK dosahovalo vyššiu hodnotu hustoty obyvateľstva ako bola priemerná hustota v ŽSK. Z týchto piatich okresov iba okresy Žilina a Bytča vykazovali rastúcu tendenciu v počte obyvateľov na km². Zo štatistiky kultúry SR z roku 2020 (MK SR 2022, rok 2021 nebol k dispozícii k termínu odovzdania práce) vyplýva, že najvyšší počet kultúrnych inštitúcií mal okres Žilina. V okresoch Čadca, Liptovský Mikuláš, Martin a Ružomberok pôsobilo viac ako päťdesiat inštitúcií. Dôležitým aspektom je aj počet inštitúcií KKP pôsobiach na trhu, ktoré podľa spadajú pod NACE kódovanie inštitúcií

podieľajúcich sa na KKP. Ide o odlišný súhrn, nakoľko sú zarátané aj všetky organizácie a firmy, ktoré nie sú príspevkovými organizáciami. Medián v tomto prípade vyšiel na úrovni 13,32 organizácií pôsobiach v KKP na 1000 obyvateľov.

Hustota obyv. podľa okresov (počet obyvateľov na 1 km ²)	2017	2018	2019	2020	2021
Žilina	192,69	193,29	193,9	194,3	197,79
Kysucké Nové Mesto	190,07	189,72	189,51	189,37	188,14
Martin	131,4	131,26	130,93	130,55	127,91
Čadca	119,14	118,79	118,43	117,96	116,1
Bytča	109,35	109,59	109,82	110,15	110,68
Námestovo	89,71	90,22	90,76	91,35	91,8
Ružomberok	87,92	87,77	87,67	87,5	88,46
Dolný Kubín	80,27	80,28	80,22	80,21	79,16
Tvrdošín	75,33	75,44	75,54	75,51	74,81
Liptovský Mikuláš	53,98	53,93	53,88	53,79	53,55
Turčianske Teplice	40,72	40,55	40,43	40,39	40,48

Tabuľka 1 Hustota obyvateľstva v skúmaných okresoch od najvyššej po najnižšiu za roky 2017-2021 (zdroj: statdat.statistics.sk)



Obrázok 5 Počet inštitúcií pôsobiach v KKP na tisíc obyvateľov (zdroj FINSTAT, vlastné spracovanie)

Bola stanovená hypotéza H1₀: **Hustota obyvateľstva nemá vplyv na početnosť kultúrnych inštitúcií.** Z grafického znázornenia cez bodový graf s vloženou lineárnou regresnou priamkou nám vyplynul **koeficient korelácie, ktorý** v grafe ukázal stredne silnú kladnú závislosť. Následne sa zisťovala korelácia cez korelačný koeficient s použitím Pearsonovho koeficientu. Hodnota korelačného koeficientu bola 0,575 (porovnávame s $\alpha=0,05$), čo je stredne silná kladná závislosť, ale bola štatisticky nevýznamná ($S = 0,064$ je väčšia ako alfa 0,05). Možný je vplyv malej vzorky.

Korelácie

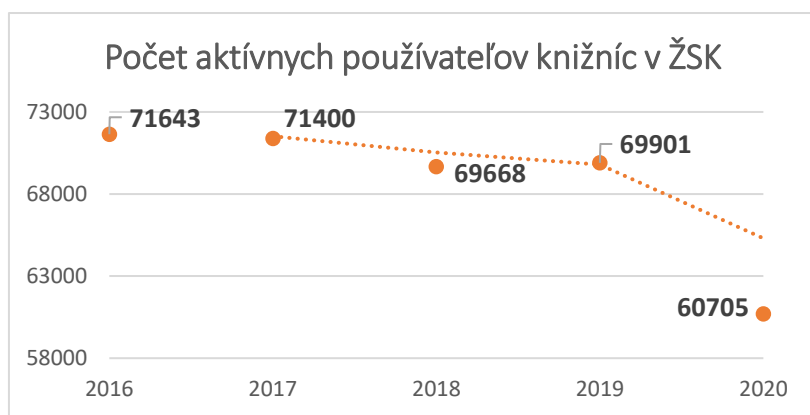
		Hustota	ŠK_Finstat
Hustota	Pearson. korelácia	1	,575
	Sig. (2-tailed)		,064
	N	11	11
ŠK_Finstat	Pearson. korelácia	,575	1
	Sig. (2-tailed)	,064	
	N	11	11

Obrázok 6 Pearsonov koeficient korelácie pre hustotu obyv. a počet kultúrnych inštitúcií – výstup SPSS

Kvalita modelu pozorovaná cez koeficient determinácie (R Square) bola nasledovná. Tridsaťtri percent variability dát vložených do regresného modelu je vysvetlených hustotou obyvateľstva. Premenná je ale v modeli štatisticky nevýznamná a jej regresný koeficient môžeme považovať za nulový na hladine $\alpha=0,05$. Toto zistenie teda odhaľuje lineárnu nezávislosť týchto premenných, čo ale neznamená, že nie je možná iná závislosť a že teoretické vymedzenie (MK SR 2014, s. 22-23) o miere urbanizácie lokality nie je pravdivé, nakoľko tam vstupuje ešte kreatívna trieda (vysokoškolsky vzdelaní obyvatelia), ktorú sa nám ale pre jednotlivé okresy nepodarilo zistiť a tento faktor by mohol tiež ovplyvniť zisťovanie.

Krajská, regionálne a mestské knižnice ŽSK

Početnosť pamäťových a fondových inštitúcií je na Slovensku pomerne vysoká a nebolo by možné bez tímu spolupracovníkov ich dostatočne spracovať. Z toho dôvodu sme sa v empirickej časti zamerali na jednu časť pamäťových inštitúcií a to na **verejné knižnice Žilinského samosprávneho kraja**. V Žilinskom kraji sa v roku 2020 nachádzalo 234 fungujúcich knižníc, z toho verejných knižníc bolo 211 (počet pobočiek, vrátane pojazdných bol 25). Počet aktívnych používateľov v roku 2016 sa v rámci celého kraja pohyboval na úrovni 71 643 osôb, ale v roku 2020 to bolo len 60 705 osôb, čo bolo spôsobené aj pandémiou a zatvorenými knižnicami. Za výpovednejší považujeme rok 2019, keď bol počet aktívnych používateľov na úrovni 69 901 osôb. Trend bol teda klesajúci, čo je vhodné zohľadniť pri ďalšej práci na smerovaní knižníc.

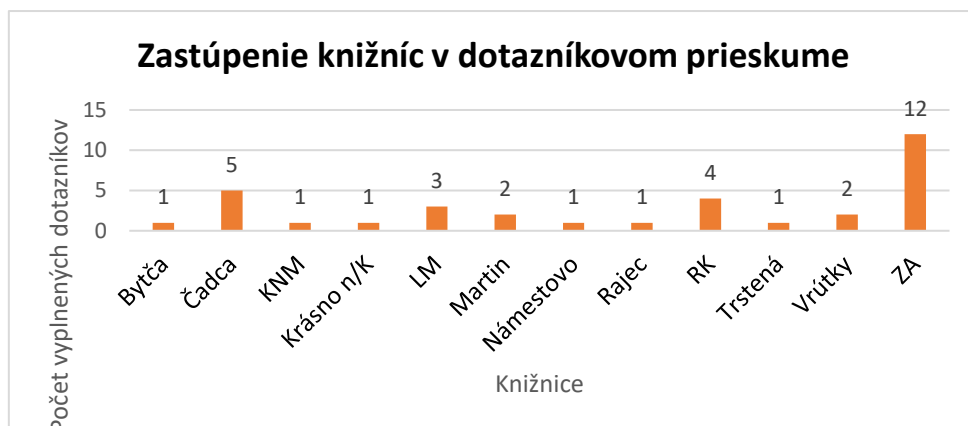


Obrázok 7 Počet aktívnych používateľov knižníc v ŽSK v rokoch 2016-2020 a kľzavý priemer (zdroj Štatistický úrad SR 2021b,c; vlastné spracovanie)

3.4 Index kreativity knižnice

Do dát získaných z databáz a výročných správ vstupujú aj dáta a informácie získané z primárneho výskumu, ktoré doplnia vo výskume aplikovaný index kreativity knižníc. Vybrané merateľné ukazovatele boli spracované do tabuliek a grafov a popísané a zároveň k nim bol priradený zodpovedajúci výstup z kvalitatívneho výskumu, či opatrenie – návrh pre knižnice.

Kvantitatívny výskum - dotazník zodpovedalo 34 knihovníkov (z predpokladaných 120) čo tvorí 28,33 % návratnosť. Ich priemerný vek bol 48,85 rokov. Aspoň jednu odpoveď poslali pracovníci z 12 knižníc. Išlo o knižnice v Bytči, Čadci, Kysuckom Novom Meste, Krásne nad Kysucou, Liptovskom Mikuláši, Martine, Námestove, Rajci, Ružomberku, Trstenej, Vrútkach a v Žiline.

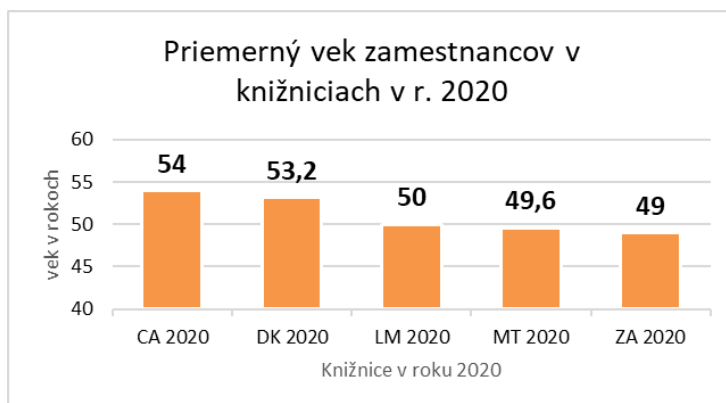


Obrázok 8 Zastúpenie knižníc, ktorých pracovníci participovali v dotazníkovom prieskume

Z 34 respondentov bolo 23 radových zamestnancov, 8 vedúcich zamestnancov a 3 riaditelia knižníc. Najvyššiu návratnosť mal dotazník z Krajskej knižnice v Žiline – 12 respondentov.

Kvalitatívny výskum a jeho výsledky rozhovorov boli prínosné vo viacerých smeroch. V prvom rade doplnili chýbajúce poznanie o stave v knižniciach, ktorých riaditelia, alebo vedúci pracovníci boli ochotný rozhovor absolvovať, resp. im to dovoľovala časová zaneprázdnenosť. Rozhovor absolvovali všetci riaditelia regionálnych

knižníc i krajskej knižnice a tri riaditeľky mestských knižníc. Zároveň rozhovory priniesli na svetlo aj zaujímavé vnímanie poslania knižníc v súčasnosti, ich smerovanie a vízie, ktoré budú umiestnené aj v súhrnných výsledkoch výskumu.



Obrázok 9 Priemerný vek zamestnancov v RK a RKK za rok 2020 (vlastné spracovanie)

Výsledky a popisy v jednotlivých pilieroch kreativity sú súborom dát získaných z rozhovorov, z dát sekundárneho výskumu a z dotazníka. Výsledky dotazníka sme formulovali ako trendy pre nízku návratnosť dotazníka a nemožnosť aplikovať výsledky na celý výskumný súbor.

Ľudský kapitál (EK)

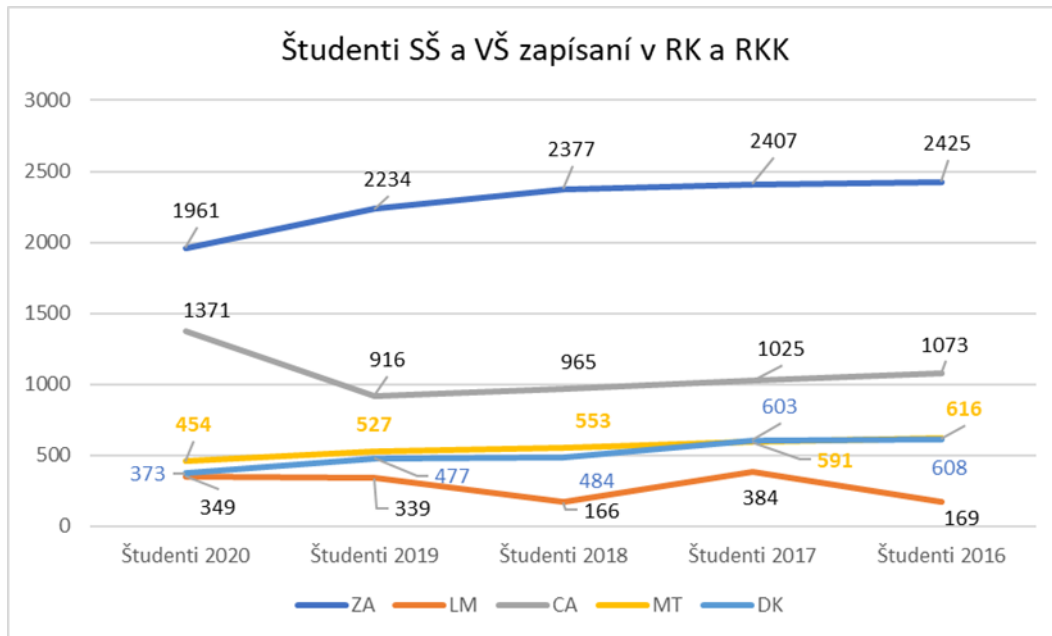
V nadväznosti na výskumné otázky VO3a VO3b, ktoré sa týkali ponuky vzdelávania a vzdelanostnej štruktúry z pohľadu používateľov i zamestnancov sme zdefinovali nasledovné merateľné ukazovatele, ktoré bolo možné kvantifikovať, alebo nemerateľné, ktoré sme popísali.

Index / v riadku subindex	KEA EIK (2009)	SIK (Slovenský Index Kreativity) okruhy: Hudec, Klasová (2016)	Slovenský Index Kreativity (SIK) položky: Hudec, Klasová (2016)	Index kreativity ŽSK - Čorejová a kol. (2015)	Index kreativity knižnice
Ludský 1 kapitál (LK)	Potenciál vzdelávania založeného na kultúre a umení, zameraný na kreatívne talenty.				
	1. Počet hodín venovaných umeniu a kultúre na základných a stredných školách (zdroj dát: Eurydice a Eurostat)	1. Počet hodín venovaných umeniu a kultúre na základných a stredných školách	Počet občianskych združení so špecifickým cieľom: umelecké a kultúrne aktivity, nadácie s cieľom: kultúrne a neziskové organizácie s cieľom: rozvoja a ochrany kultúrnych a duchovných hodnôt na 1000 obyvateľov (Ministerstvo kultúry, 2012)	Počet hodín venovaných kultúre a umeniu pre 1. a 2. stupeň ZŠ a stredných škôl s maturitou (gymnázia, konzervatóriá a 8. ročník tanečného konzervatória) ISCED 1 2 3	LK3: Zdieňanie znaností (4 položky dotazníka)
	2. Počet umeleckých škôl na milión obyvateľov	2. Počet umeleckých škôl na miliónov obyvateľov & Počet štátnych vysokých škôl + štátnych umeleckých škôl (stredných) + centier voľného času + základných umeleckých škôl + konzervatórií na 1000 obyvateľov	Počet súkromných vysokých škôl + súkromných umeleckých škôl (stredných) + centier voľného času + základných umeleckých škôl + konzervatórií na 1000 obyvateľov (AS_PRIV) (zdroj Ministerstvo školstva, 2012)	Počet umeleckých škôl na milión obyv. (ZUŠ, Konzervatória, Súkromné stredné umelecké školy, Stredná odborná škola drevárska - 2012)	
			Počet štátnych vysokých škôl + štátnych umeleckých škôl (stredných) + centier voľného času + základných umeleckých škôl + konzervatórií na 1000 obyvateľov (AS_STATE) (zdroj Ministerstvo školstva, 2012)		LK 1: Počet študentov VŠ z počtu čitateľov
	Úroveň kreatívnych talentov vychádzajúcich z terciálneho vzdelávania a zamestnanosti v oblasti kultúry				
	3. Terciárny študenti podľa oblasti vzdelávania súvisiacej s kultúrou (Cultural statistics Eurostat)	3. Terciárny študenti podľa oblasti vzdelávania súvisiacej s kultúrou	Štátni študenti terciárneho vzdelávania podľa oblasti vzdelávania súvisiacej s kultúrou na 1000 obyvateľov (zdroj Ministerstvo školstva, 2012)	Počet študentov podľa vzdelania vzťahujúceho sa na kultúru (Terciárny študenti podľa oblasti vzdelávania súvisiacej s kultúrou (humanitné vedy, umenie, žurnalistika, architektúra) ISCED 5 - 5A, 5B, 6)	LK2a: Počet knihovníkov s vysokoškolským vzdelaním z celkového počtu knihovníkov LK2b: Počet knihovníkov, ktorý dosiahli vzdelanie súvisiace s kultúrou.
	4. Podiel zamestnanosti v kultúre na celkovej zamestnanosti (Eurostat 2007, Cultural statistics in Europe, p. 54)	4. Podiel zamestnanosti v kultúre na celkovej zamestnanosti	Zamestnanci v kultúre na 1000 obyvateľov (Štatistický úrad SR 2012)	Pomer zamestnancov v kultúrnych odvetviach v pomere k celkovej zamestnanosti	

Obrázok 10 Index kreativity knižnice - matrix piliera LK

ĽK 1: Počet študentov vysokých škôl z počtu čitateľov.

Študenti vysokých škôl patria do kreatívnej triedy a preto sú zaradený do zisťovania. Dáta o počte študentov boli sumarizované iba pre regionálne knižnice a krajskú knižnicu a to za roky 2016 – 2020. Mestské knižnice začali zbierať po-drobnejšie dáta až v roku 2021, čo sa premietne do správ publikovaných v roku 2022.



Obrázok 11 Študenti SŠ a VŠ zapísaní v RK a RKK (vlastné spracovanie)

Výročné správy uvádzajú dáta všeobecne pod hlavičkou – študenti – iba správy Krajskej knižnice v Žiline identifikujú aj presnejšie počty študentov SŠ a VŠ. Percentuálny podiel študentov z celkového počtu používateľov za rok 2020 bol v knižnici v meste Čadca 22,88 %, v Dolnom Kubíne 14,38 %, v Liptovskom Mikuláši 9,88 %, v Martine 10,93 % a v Žiline 21,24 %.

Z rozhovorov s riaditeľmi knižníc je zrejmé, že niektoré knižnice sú pre študentov menej zaujímavé. Bolo poukázané na dva možné dôvody. Jedným z nich je, že sa v meste nachádza univerzitná knižnica, alebo študenti uprednostňujú SNK, ktorá je v pomerne dobrej dostupnosti a má dostupnú širokú paletu zdrojov pre VŠ študentov. Zároveň, ale ako druhý problém, vnímajú absenciu priestoru vhodného pre prilákanie tejto skupiny používateľov do knižnice. Tomuto aspektu sme sa hlbšie venovali v časti Kultúrne prostredie. Zároveň by mohlo byť pre knižnicu vhodné zisťovať, koľko zo študentov – používateľov knižnice – študuje odbor v oblasti kultúry. Tieto dáta by bolo možné využiť aj na priame oslovenie škôl, na ktorých študenti študujú na užšiu spoluprácu, nakoľko neexistuje takéto systémové prepojenie. Príkladom dobrej praxe môže byť aj ČR, ktorá sa témou spolupráce medzi školami a kultúrnymi inštitúciami zaoberá od roku 2017, keď začali systémovo skúmať vplyv pamäťových inštitúcií na vzdelávanie, skúmali edukačný potenciál pamäťových inštitúcií a dospeli k navýšeniu financií pre bežné výdavky pre školy využívajúce tento potenciál. V roku 2018 zaviedli nové povolanie „edukátor v kultúre“ a v roku 2021 bolo podpísané Memorandum o spolupráci medzi českým Ministerstvom kultúry a Ministerstvom školstva, ktoré utvorili medzirezortnú skupinu, ktorá má podporovať úlohu knižníc ako vzdelávacích inštitúcií s cieľom systematizácie spolupráce knižníc a škôl. (Linhartová, Tomešková 2021; Koncepcie CŽV 2016) K tomuto je potrebné dodať, že skúmané knižnice majú rozsiahle spolupráce so školami v meste, či regióne, ktoré sú ale

ovplyvnené aj sympatiami, či antipatiami vedúcich pracovníkov a legislatívna úprava by mohla zamedziť takýmto nevhodným prejavom, ktoré majú následne vplyv na dotknuté inštitúcie i konečných prijímateľov služieb kultúry.

Návrh: Legislatívne a systémovo upraviť spoluprácu škôl a kultúrnych inštitúcií na úrovni kraja, mesta, ideálne na celoštátnej úrovni.

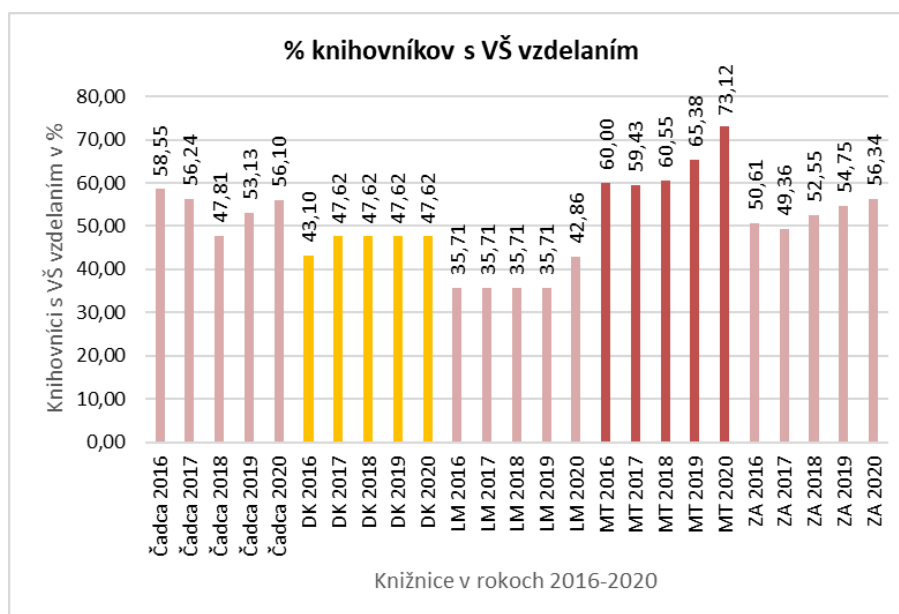
LK 2a: Počet knihovníkov s VŠ z celkového počtu knihovníkov

Na dotazník nám odpovedalo 34 pracovníkov knižníc (zo 120), z ktorých 23 pracovníkov malo ukončené VŠ vzdelanie, čo znamená, že 68% respondentov dosiahlo vysokoškolské vzdelanie 2. alebo 3. stupňa.



Obrázok 12 Najvyššie dosiahnuté vzdelanie respondentov dotazníka

Z výročných správ regionálnych knižníc za roky 2016 – 2020 bolo zistené, že najvyšší pomer knihovníkov s VŠ vzdelaním k celkovému počtu knihovníkov dosahuje Turčianska knižnica v Martine.



Obrázok 13 Percento knihovníkov s VŠ vzdelaním podľa výročných správ RK a RKK (vlastné spracovanie)

Pre mestské knižnice neboli takéto dáta publikované. Z dotazníka vyplýva, že z 12 pracovníkov mestských knižníc, ktorý dotazník vyplnilo, malo osem pracovníkov vysokoškolské vzdelanie.

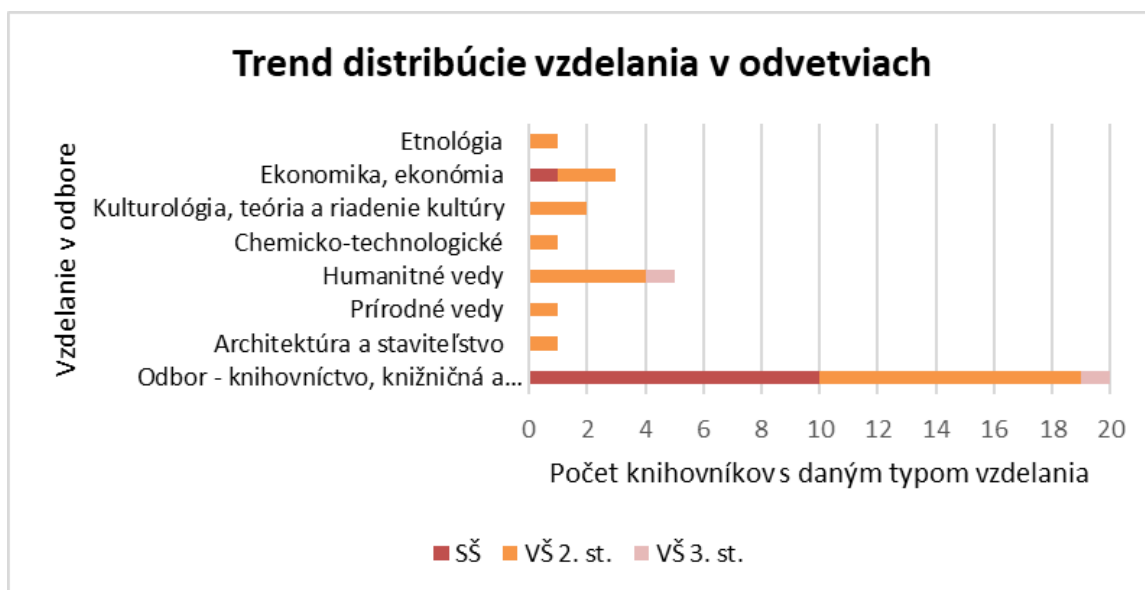
Rozhovor sa zameriaval aj na názor riaditeľov na vplyv vzdelania na výkon práce knihovníka i na to, ako je to s celoživotným vzdelávaním knihovníkov v praxi.

Odpovede:

- Pracovníci bez VŠ vzdelania zvyčajne majú lektorské schopnosti na nižšej úrovni, ale neplatí to všeobecne.
- Celoživotné vzdelávanie knihovníkov je nevyhnutné, knižnice sa snažia hľadať semináre a workshopy (oceňujú online vzdelávanie aj z hľadiska financií aj z hľadiska ušetreného času – z dôvodu nízkeho počtu zamestnancov), ale chýba im stratégia celoživotného vzdelávania knihovníkov (príklad dobrej praxe opäť v ČR – Koncepcie ČŽV 2016).
- Jeden riaditeľ ocenil prácu Knižničného inštitútu, ktorý vznikol ako poradná skupina v SNK so zameraním na riešenie metodiky práce knižníc na Slovensku.
- Riaditelia by privítali edukáciu k projektovej činnosti, či v práci so sociálnymi sieťami, ktoré vidia ako aktuálne potrebné a nevyhnutné pre súčasného knihovníka.

EK 2b: Počet knihovníkov, ktorý dosiahli vzdelanie súvisiace s kultúrou.

Okrem dosiahnutého vzdelania bol dotazníkom zisťovaný aj odbor, v ktorom knihovníci dosiahli najvyššie vzdelanie, nakoľko vzdelanie v oblasti kultúry je ďalším faktorom, ktorý riešil aj EIK. Môžeme konštatovať, že 20 respondentov malo knihovnícke vzdelanie a aj 9 ďalších pracovníkov má vzdelanie súvisiace s kultúrou, čo predstavuje 85 % respondentov. Nejde ale o dostatočne reprezentatívnu vzorku a na presnejší obraz odbornosti vzdelania knihovníkov by bol potrebný vyšší počet respondentov.



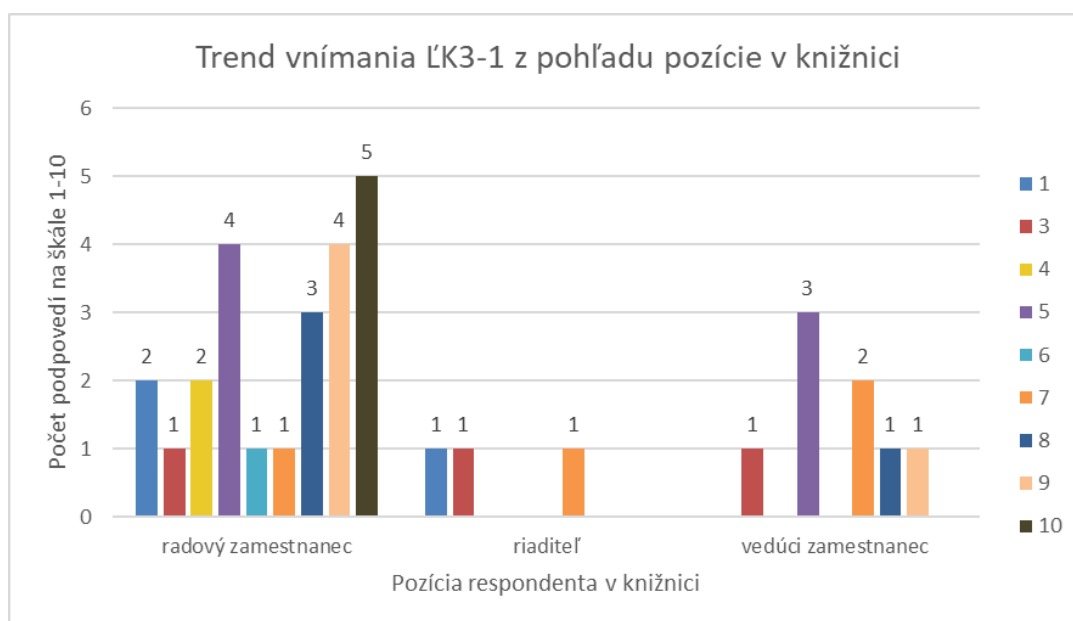
Obrázok 14 Distribúcia vzdelania knihovníkov v indikovaných odvetviach z respondentov (vlastné spracovanie)

Z rozhovorov s riaditeľmi vyplýva, že aj keď zamestnanec nemá vyštudovaný požadovaný odbor, bolo pre takéhoto zamestnanca podmienkou prijatia absolvovať knihovnícke minimum – školenie.

LK 3: Zdieľanie znalostí

Štyri položky dotazníka boli zamerané na hodnotenie prostredia vhodného pre spoluprácu a neformálne vzdelávanie a mali ukázať, či zamestnanci knižnice a vedenie vnímajú knižnicu ako miesto vzájomnej kooperácie a zdieľania znalostí. Súvisí to so známym typom neformálneho prostredia tzv. učiacich sa komúnit. Hodnotených bolo 34 prípadov a žiadny z nich nebol vylúčený. Škála Ľudský kapitál mala veľmi dobrú vnútornú konzistenciu, s koeficientom Cronbachovej alfy **0,818**, čo je nad požadovanou hodnotu 0,7. Priemery pre položky LK3 1 – 4 je možné vidieť na obrázku č. 49. Medián pre LK1 = 7,00; LK2 = 8,00, LK3 = 8,00, LK4 = 7,00.

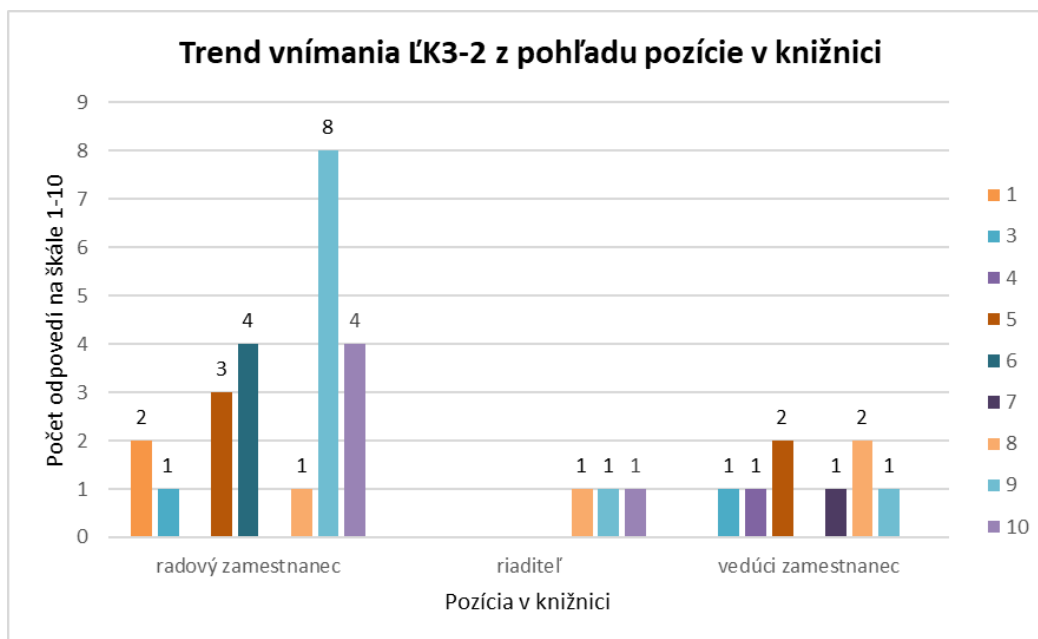
LK 3-1: Knižnica poskytuje dostatočnú podporu pre samovzdelávanie zamestnancov. Medián bol na úrovni 7 (zo škály 1-10), čo reprezentuje strednú až vyššiu intenzitu aktivity knižnice v tejto oblasti. LK 3-1: Knižnica poskytuje dostatočnú podporu pre samovzdelávanie zamestnancov. Medián bol na úrovni 7 (zo škály 1-10), čo reprezentuje strednú až vyššiu intenzitu aktivity knižnice v tejto oblasti.



Obrázok 15 Trend vnímania položky LK3-1 z pohľadu pozície zamestnanca v knižnici

Trend zistený dotazníkom z pohľadu pozície v knižnici je zaujímavý, nakoľko z pohľadu riaditeľov bol medián na úrovni 3, čo reprezentuje nízku aktivitu knižnice v oblasti podpory samovzdelávania zamestnancov. Pritom vnímanie 23 radových zamestnancov bolo mediánom vyjadrené na úrovni 8. Disproporcia medzi týmito skupinami je markantná. Medián z pohľadu vedúcich zamestnancov bol na úrovni 6.

LK 3-2: Knižnica pravidelne poskytuje zamestnancom možnosť vzdelávať sa v odborných témach. Väčšina knihovníkov, 24 z 34 respondentov, zvolila pri tejto položke odpovede škálu v rozmedzí 6-10, čo predstavuje vysokú aktivitu knižníc v tejto oblasti. U radových zamestnancov mal medián hodnotu 9, riaditelia 9 a u vedúcich zamestnancov mal hodnotu 6.

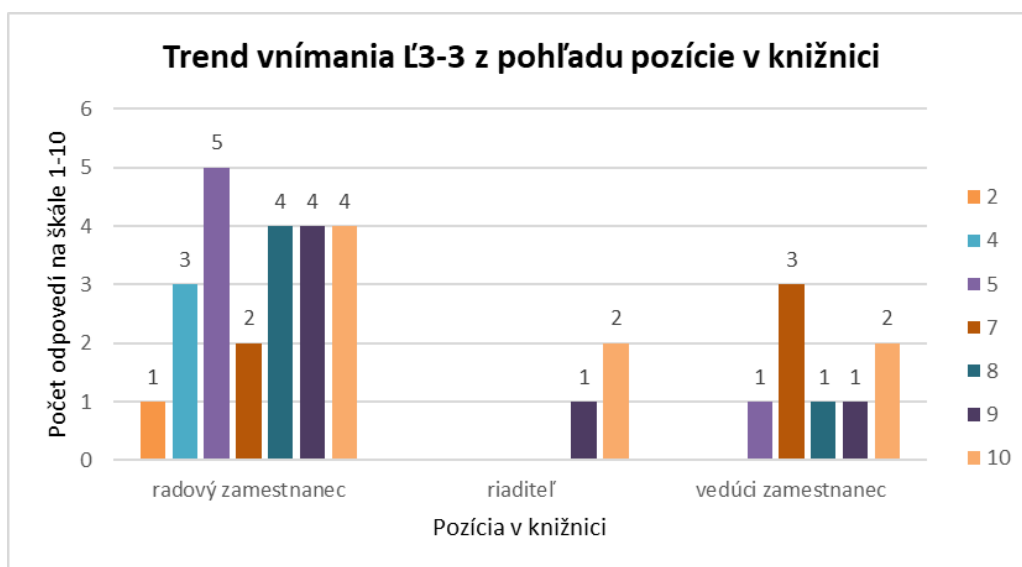


Obrázok 16 Trend vnímania LK3- 2 z pohľadu pozície v knižnici (vlastné spracovanie)

Zároveň sme zisťovali aj trend z pohľadu knižníc, kde respondenti z Krajskej knižnice v Žiline označili odpovede na škále v rozmedzí od 6 do 10, čo predstavuje vysokú aktivitu knižnice v oblasti odborného vzdelávania. Priemer bol na úrovni 7,06.

LK 3-3: Knižnica je otvorená návrhom na zmeny zo strany zamestnancov.

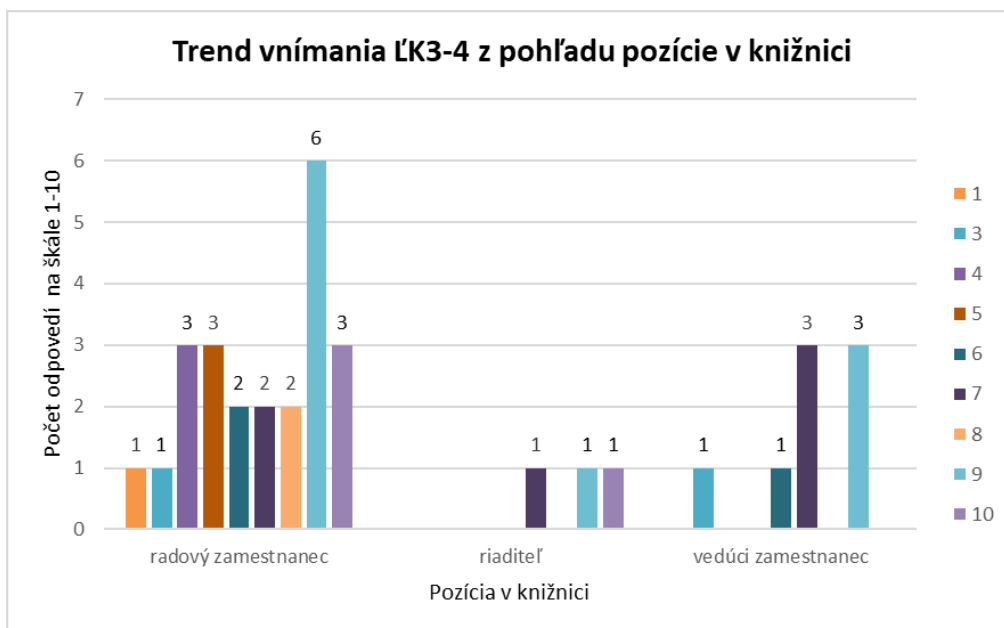
Otvorenosť inštitúcie pre diskusiu a návrhy zo strany zamestnancov bola zaradená k LK, aj keď je tam prienik aj s otvorenosťou inštitúcie. V tomto zmysle bola ale otázka chápaná, ako schopnosť komunikovať navzájom, čo jednoznačne patrí medzi **mäkké zručnosti pracovníkov i manažérov knižnice**.



Obrázok 17 Trend vnímania LK3-3 z pohľadu pozície v knižnici

LK 3-4: Knižnica vytvára dostatočný priestor pre neformálnu interakciu medzi zamestnancami.

Táto otázka sa dotýkala existencie neformálnych profesijných komunit, ktoré majú vysoký potenciál pre zdieľanie znalostí.



Obrázok 18 Trend vnímania ĽK3-4 z pohľadu pozície v knižnici

Trend	radový	vedúci	riaditeľ
ĽK3-1	8	6	3
ĽK3-2	9	6	9
ĽK3-3	8	7,5	10
ĽK3-4	7	7	9

Tabuľka 2 Sumár - trend vnímania položiek ĽK z pohľadu pozície v knižnici – hodnoty vyjadrené v mediáne

Trend v kategórii ľudský kapitál sa z hľadiska pozície v knižnici líšil najviac pri prvej položke a to z pohľadu riaditeľov knižnice, ktorý vnímajú podporu knižnice pri samovzdelávaní zamestnancov ako veľmi nízku.

Vzdelávanie knihovníkov a pracovníkov kultúry a neformálne komunity ako podstatný faktor v pilieri kreativity ĽK.

Zároveň s výskumom (dáta, dotazník, rozhovory) bola realizovaná aj rešeršná analýza európskej dobrej praxe zameranej na vzdelávanie (špecificky na neformálne), ktoré považujeme za kľúčový atribút rozvoja ľudského kapitálu (ĽK) v pamäťových inštitúciách. Aj Štandardy pre verejné knižnice (MK SR 2020b) uvádzajú, že zamestnanec sa má venovať ďalšiemu vzdelávaniu 40 pracovných hodín ročne (väčšie knižnice).

Vzdelávaním a zdieľaním znalostí sa zaoberá zmienená iniciatíva EÚ č. 8 (Tabuľka 1) zameraná na zručnosti súvisiace s kultúrnym dedičstvom. Argumentom je riziko, ktorému je vystavené kultúra a kultúrne dedičstvo z dôvodu krátenia rozpočtov pre kultúru. Rovnako existuje riziko zániku znalostí a zručností z dôvodu ich stagnujúceho prenosu na mladšie generácie. (CEDEFOP 2011, s. 267; in Jašová, Valjašková 2021, s. 31).

V rámci rozvoja ľudských zdrojov je vzdelávanie vnímané ako základný kameň pre budovanie kreatívnych talentov – ľudského kapitálu v rámci KKP – a spolu s ďalšími piliermi (so sociálnym prostredím, otvorenosťou, inklúziou, inštitucionálnym prostredím a technológiami) podporuje budovanie kreatívnych výstupov, ktoré majú potenciál prispieť svojimi výnosmi do kreatívnej ekonomiky. Toto konštatovanie podporujú aj zistenia štúdie z Lancaster University (Heather, Florisson, Giles 2019, s. 22) zameranej na zručnosti, talent a diverzitu v KKP. V rámci jej zistení je pre nás relevantné toto konštatovanie: „Meniace sa kvalifikačné potreby v rámci povolání so zvyšujúcou sa potrebou zručností v oblasti dizajnu, dát, digitálnych technológií a tzv. ‚fúzie‘ budú vplývať aj na evolúciu v rámci povolání.“ (Jašová, Valjašková 2021, s. 31)

V roku 2012 mala autorka práce možnosť navštíviť Varšavu a oboznámiť sa s problematikou nových médií vo vzdelávaní a profesionálnom raste knihovníkov. Musíme skonštatovať, že podobne ako v ČR, malo Poľsko už v roku 2012 zriadenú pozíciu „učiteľ – knihovník“, čo umožnilo zlepšiť komunikáciu medzi učiteľmi, knihovníkmi a študentmi a zároveň tomu prispôbali aj vzdelávanie týchto pracovníkov, ale aj celoživotné vzdelávanie knihovníkov (Prokopová 2012). Na Slovensku na rozdiel od Českej republiky neexistuje koncepcia celoživotného vzdelávania knihovníkov (Bellérová 2019, s. 46 – 47). O vzdelávanie knihovníkov by sa na Slovensku by mali usilovať najmä dve inštitúcie, a to Slovenská národná knižnica (SNK) a Centrum vedecko-technických informácií (CVTI). SNK ponúka krátke kurzy na rôznorodé témy a začína pracovať aj na akreditovaných kurzoch, ktorých ponuku plánuje do budúcnosti rozšíriť o ďalšie témy (informácie z roku 2021). Vzdelávacia ponuka CVTI je o niečo bohatšia.

Samozrejme krajské a regionálne knižnice vyvíjajú vzdelávacie aktivity (školenia) plniace zákon a dozerajú na činnosť a vzdelávanie menších knižníc. Deje sa to ale na sporadickej báze (príklad: Žilinský samosprávny kraj) a nejde o koncepčnú činnosť (ŽSK, Výročné správy). Reagujú tak na aktuálnu potrebu, čo je hodnotné. Chýba ale aspekt reakcie na trendy prichádzajúce zo zahraničia a vedomá pred-príprava na zmeny.

Chýbajúca koncepcia na Slovensku môže byť suplovaná aj neformálnym vzdelávaním knihovníkov a kultúrnych pracovníkov cez rôzne projekty, ako sa to deje aj v iných štátoch Európy a z podporou Európskej únie.

Medzi takéto projekty patria i-Portunus: mobilita pre umelcov a kultúrnych a kreatívnych profesionálov, programy Erasmus+, prostredníctvom ktorých sa môžu knižnice zapájať do rozvoja KKP v ich regióne, resp. vytvárať priestor pre vzdelávanie ďalších profesionálov. Príkladom môžu byť projekty Hector (<https://hector-training.eu>, turizmus a priemyselné dedičstvo), alebo projekt LEARN-IP (2021) zameraný na vzdelávanie v oblasti práv duševného vlastníctva a geografickej identifikácie pre kultúrne dedičstvo a kultúrny cestovný ruch (2020 – 2022). (Jašová, Valjašková 2021, s. 31)

V roku 2021 bol sfinalizovaný projekt HERITAGE-PRO, ktorý je priamym výsledkom štruktúrovaného dialógu Európskej komisie. Ide o iniciatívu šiestich európskych partnerov z piatich krajín, ktorí sa usilujú odpovedať na pokračujúcu výzvu na interdisciplinárne školenie profesionálov z rôznych disciplín s cieľom dosiahnuť trvalo udržateľné riadenie a ochranu kultúrneho dedičstva z pohľadu manažéra kultúrneho dedičstva (Heritage-Pro 2021).

Ďalšou oblasťou na výmenu znalostí sú projekty Interreg, medzi ktoré patria Knižnice v čase a priestore (KK Prešov, 2020), Archeodanube (od 2020), Unikát maďarskej literatúry – Vizsolayská biblia v Košiciach (SVKK, 2020) a iné. (Jašová, Valjašková 2021, s. 32)

V roku 2019 vydala IFLA Akčný plán znalostného manažmentu 2019 – 2021, v ktorom sa zameriava na dve oblasti:

- strategické smerovanie (zamerané na spoluprácu knižničných oddelení),
- kľúčové iniciatívy, ktoré by mali demonštrovať hodnotu znalostného manažmentu v knižnici. (Jašová, Valjašková 2021, s. 32)

IFLA tiež vyvíja diskusiu o priestoroch knižníc a ich využívaní na medzinárodnej úrovni či Stratégiu IFLA 2019 – 2024, ktorá sumarizuje jednotnú víziu knižníc na celom svete, ich silné stránky a vyzýva ich už ku konkrétnej činnosti a implementácii (IFLA 2019c) so zameraním na štyri oblasti: posilniť celosvetový hlas knižníc; inšpirovať a zlepšovať odbornú prax; prepájať a podporovať knihovníkov a knižnice; optimalizovať organizáciu. Sekcia IFLA zameraná na profesionálny rozvoj a vzdelávanie na pracovisku postupne vytvára webináre a materiály aj pre pracovníkov knižníc, ktorí by chceli napr. facilitovať koučing (IFLA 2020), vzdelávať sa cez blog Desťminútový knihovník (IFLA 2021), alebo cez podcasty (IFLA 2022). Na portáli pre knižničnú a informačnú teóriu a prax InfoLib, ktorý spravuje SSKK, sú publikované aktuálne ponuky online vzdelávania pre knihovníkov, na príklad aj v spolupráci s MUNI. Zameriavajú sa na komunitnú knižnicu, lepšie služby knižníc či kurzy kreatívnej práce s informáciami (SSK 2021). (Jašová, Valjašková 2021, s. 32; IFLA 2022)

Formálne i neformálne vzdelávanie je podstatnou súčasťou indexu kreativity v pilieri EK. Prispieva a obohacuje pracovníkov kultúry a umožňuje im stať sa otvorenými voči novým znalostiam, ohľaduplným a tolerantným voči iným kultúram, či znevýhodneným skupinám.

Otvorenosť a diverzita (OD) voči iným národnostiam, menšinám, myšlienkam, podpora kreativity a záujmu o kultúru a kultúrne dedičstvo sa na úrovni knižníc môže definovať cez ponuku služieb.

V nadväznosti na VO3c, d (otvorenosť organizácie prinášať témy tolerantnosti voči menšinám a otvorenosť organizácií k novým podnetom, iniciatívam) sme do dotazníkového skúmania zaradili aj osem položiek, ktoré sa venujú tomuto pilieru kreativity. Zamerali sme sa na podujatia a ich cieľovú skupinu a následne predstavíme dáta z dotazníka.

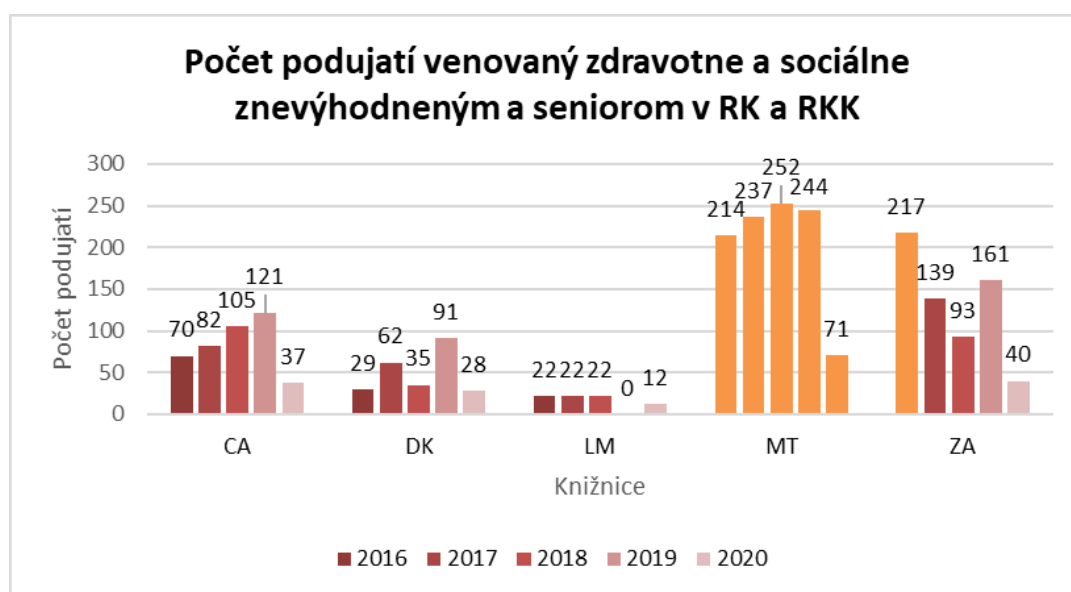
OD 1a: Počet podujatí v knižnici.

Dáta k tomuto faktoru otvorenosti boli hodnotené v dvoch kategóriách: išlo o podujatia Krajskej knižnice a regionálnych knižníc a samostatne boli spracované dáta mestských knižníc, nakoľko bola disproporcia medzi výslednými hodnotami vysoká.

OD 1b: Počet podujatí zameraných na minority (sociálny status, zdravotne znevýhodnené skupiny, a pod.).

Zaujímali sme sa aj o počet podujatí pre znevýhodnené skupiny ľudí (zdravotne, sociálne, seniory). Tento aspekt piliera OD vychádzal z EIK a jeho hodnotenia populácie otvorenej voči minoritám. To akým spôsobom knižnica reflektuje potreby menšín, zdravotne a sociálne znevýhodnených skupín obyvateľov je ukazovateľom jej

otvorenosti. Počet podujatí pre znevýhodnené skupiny ale nebol systematicky zaznamenávaný, čo spôsobilo medzery v dátach na hodnotenie aktivity knižníc v tejto časti piliera OD. Všetky RK a RKK, ktoré spracúvajú dáta o návštevnosti na podujatiach, vo výročných správach deklarovali, že sa na tieto skupiny obyvateľov sústredia, tvoria pre nich vhodné podmienky v knižnici a prinášajú im podujatia na ich ďalší rozvoj (vzdelávania pre seniorov, nezamestnaných a pod., spolupráca s SKN v Levoči). Z textov výročných správ vznikla tabuľka, ktorá načrtla ich aktivity – podujatia pre túto skupinu používateľov a návštevníkov knižnice. Hodnoty na obrázku č. 68 sú pre všetky roky Turčianskej knižnice v Martine a pre rok 2016 v Žiline hodnotami podujatí pre dospelých, v ktorých sú skryté aj hodnoty podujatí pre znevýhodnené skupiny a sú indikované inou farbou, nakoľko ide o nepresné dáta a tiež v nich absentuje kategória zdravotne a sociálne znevýhodnených detí, ktorá v správach knižníc chýbala. Ostatné hodnoty pre jednotlivé knižnice sú reálnejšie, presné dáta ale opätovne chýbajú, nakoľko boli excerptované ako zmienky z textov výročných správ.



Obrázok 19 Počet podujatí pre zdravotne a sociálne znevýhodnené skupiny a seniorov v RK a RKK.

Návrh: Zbierať podrobné dáta o počte podujatí pre zdravotne a sociálne znevýhodnených dospelých a detí. Tieto dáta môžu vytvoriť podklad pre zriaďovateľa o prínose a hodnote knižníc pre tieto skupiny obyvateľov, čím si knižnice dátami podložia svoj prínos ako kultúrnej inštitúcie pracujúcej na inkluzívnej báze v okrese, meste. Doplnenie: Dotazník sa pýtal aj na jazykovú vybavenosť knihovníkov, ktorá bola pomerne široká, i na to, v akých jazykoch disponujú knižnice knihami, či časopismi. Rómsky jazyk nebol zmienený ani raz, hoci je materinským jazykom veľkého počtu detí a dospelých.

Pilier / v riadku subindex	KEA EIK (2009)	SIK (Slovenský Index Kreativity) okruhy: Hudec, Klasová (2016)	Slovenský Index Kreativity (SIK) položky: Hudec, Klasová (2016)	Index kreativity ŽSK - Čorejová a kol. (2015)	Index kreativity knižníc
2 Otvorenosť a diverzita (OD)	Postoj obyvateľstva				Postoj knižovníkov
	5. % populácie tolerantnej voči minoritám (EUMC, SORA)	5.. % populácie tolerantnej voči minoritám	Podiel respondentov, ktorý odpovedali NIE na otázku: Vadiť by vám, keby sa cudzinci stali súčasťou vašej rodiny? (European Social Survey 2004) Podiel respondentov, ktorý odpovedali ÁNO: Homosexuáli a lesbičky by mali mať možnosť žiť svoj vlastný život podľa svojich predstáv. (European Social Survey 2004) Odpoveď ÁNO: Na Slovensku by mali žiť ľudia z rôznych kultúr, obohatilo by nás to. (European Social Survey 2004) Škála k položke: Do akej miery by podľa vás malo Slovensko umožniť ľuďom iných rás a etnických skupín, ako je väčšina Slovákov, aby sem prišli a žili tu? (Eurobarometer 2007) Počet manželstiev s cudzincami na 1000 sobášov v regióne. (Štat.úrad SR 2012)	Percepcia Slovenska vo vzťahu k inakosti, vnímanie diverzity a seba-percepcia majority (výskum IOM 2009) + vývoj národnostnej štruktúry ŽSK (2011) P1: Miera tolerancie a otvorenosti voči cudzincom na Slovensku P2: Miera akceptácie cudzincov na Slovensku, sociálna dištancia vo vzťahu k cudzincom P3: Kultúra národnostných menšín a znevýhodnených skupín obyvateľstva v ŽSK P4: Kultúrne prostredie v žilinskom regióne	OD2-1_8: Osem položiek zameraných na diverzitu ponuky služieb v knižnici a ich intenzitu OD3b: Organizuje knižnica podujatia/akcie pre migrantov?
	6. Podiel obyvateľstva so záujmom o umenie a kultúru v iných európskych krajinách (European cultural values, 2007 Eurobarometer by DG EAC)	6. Podiel obyvateľstva so záujmom o umenie a kultúru v iných európskych krajinách	Počet výstav (galéria, múzeum) + predstavenia (divadlo) zahraničných súborov na 1000 predstavení a výstav (Min.kultúry 2012)	Záujem o umenie a kultúru v Slovenskej republike [%]	
	Údaje o trhu				Dáta o knižniciach
	7. Podiel zahraničných európskych filmov na trhu. (European Audiovisual Observatory)	7. Podiel zahraničných európskych filmov na trhu.	Počet výtlačkov kníh v iných jazykoch ako v slovenčine na 1000 výtlačkov (Min. kultúry 2012) Počet obyvateľov narodených v zahraničí na 1000 osôb obyvateľov (Štatistický úrad SR, 2012)	Okruh: Podieľanie sa na kultúre P1: Podiel výdavkov domácnosti na kultúru (6,11 % na os. v r. 2011) P2: % osôb podieľajúcich sa na kultúrnych aktivitách aspoň raz za 12 mesiacov	OD1a: Počet podujatí knižnice ročne OD1b: Počet podujatí zameraných na sociálne a zdravotne znevýhodnené skupiny a pod.
	8. Úroveň plurality médií v členských štátoch EÚ (Infosoc study)	8. Úroveň plurality médií	Počet rozhlasových staníc a televíznych staníc na regionálnej a miestnej úrovni na 1000 obyvateľov (Štatistický úrad SR, 2012)	Ponuka kultúry: O1: Počet kultúrnych zariadení v ŽSK za obdobie rokov 2010 až 2012, O2: Počet realizovaných kultúrnych podujatí v ŽSK v roku 2011	OD3a: Je medzi zamestnancami knižnice zástupca menšiny, či znevýhodnenej skupiny?
	9. Podiel cudzincov na zamestnanosti v kultúre (Eurobarometer 278)	9. Podiel cudzincov na zamestnanosti v kultúre	Počet zamestnancov z radov cudzincov na 1000 obyvateľov (ÚPSVaR 2012)		

V rozhovoroch všetci respondenti zdôrazňovali úlohu knižníc ako komunitných, kultúrnych a vzdelávacích inštitúcií (tak ako ich definujú Štandardy pre verejné knižnice) pre mesto, región. Nevnímajú svoju činnosť ako náhradu za kultúrne stredisko mesta, nakoľko sa snažia svoju činnosť spájať čo najviac s knihou, čitateľskou gramotnosťou, so službou komunite a jednotlivým vekovým kategóriám. V najväčšej miere sa venujú detskému čitateľovi a seniorom. Regionálne knižnice vidia svoju úlohu aj pri zachytávaní udalostí v danej lokalite, vytváraní bibliografií, či zbieraní biografických dát o významných osobnostiach, či o regionálnej tlači.

OD 2-1_8: Osem položiek zameraných na diverzitu ponuky služieb v knižnici a ich intenzitu.

Dotazník zodpovedalo 34 respondentov aj v časti venovanej OD a opätovne bola zisťovaná reliabilita nástroja cez Cronbachovu alfu. Osem položiek sa zameriavalo na **diverzitu ponuky knižnice z pohľadu knihovníkov**, ktorý mali zhodnotiť ich subjektívne vnímanie položiek na škále od 1 do 10. Hodnotených bolo 34 prípadov a žiadny z nich nebol vylúčený. Otvorenosť a diverzita mala veľmi dobrú vnútornú konzistenciu, s koeficientom Cronbachovej alfy 0,931, čo je nad požadovanou hodnotu 0,7. Zároveň vidíme aj výsledné priemery korelácie na obrázku č. 70 pre jednotlivé položky.

Položky riešili nasledovné faktory otvorenosti a diverzity:

OD2-1: Miera zapojenia knižnice do neformálneho vzdelávania.

OD2-2: Knižnica a jej pracovníci tvoria program pre rôzne vekové skupiny.

OD2-3: Knižnica propaguje kultúru a umenie z iných krajín.

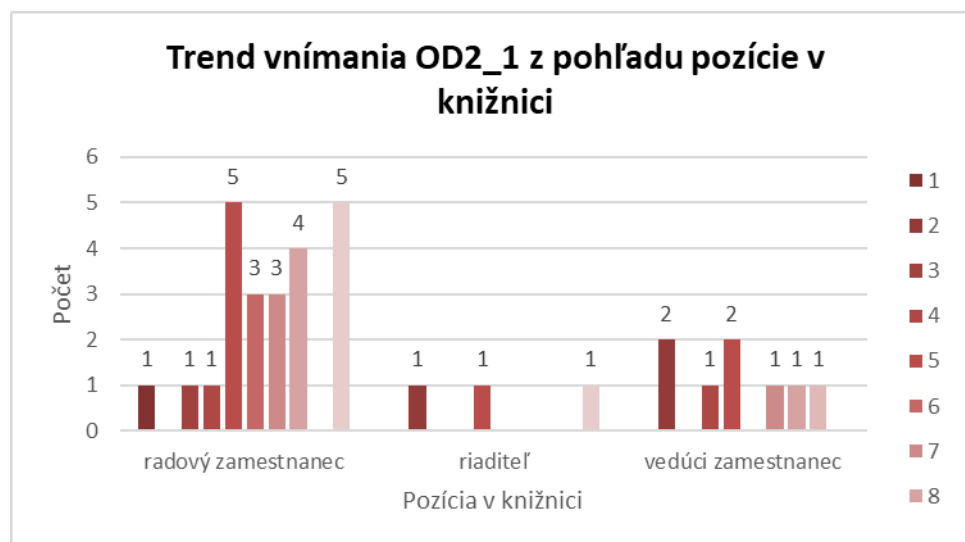
OD2-4: Knižnica organizuje výstavy a podujatia zahraničných autorov.

OD2-5: Knižnica ponúka a využíva svoje priestory pre hudobné a výtvarné podujatia.

OD2-6: Knižnica poskytuje priestor pre kreatívne dielne.

OD2-7: Knižnica poskytuje priestor pre iné rôznorodé vzdelávacie aktivity.

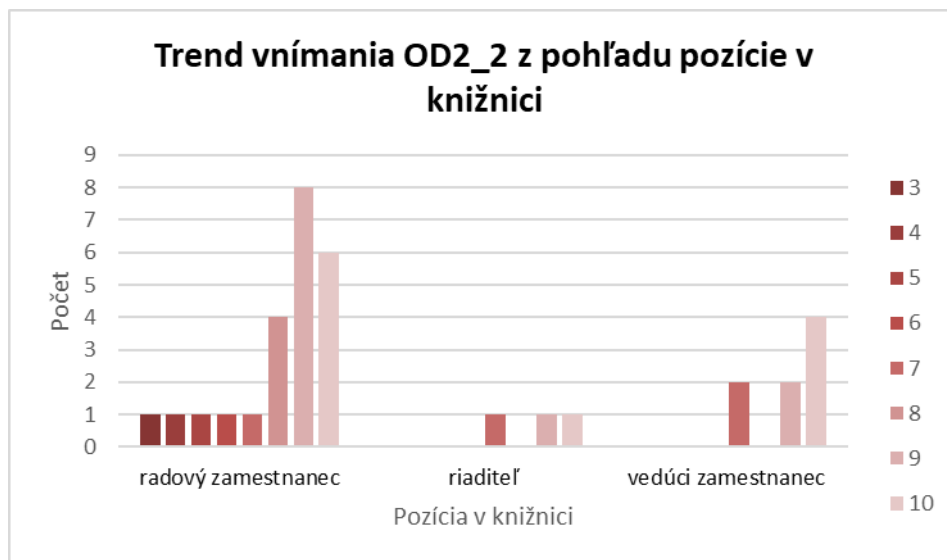
OD2-8: Knižnica podporuje a využíva štatút dobrovoľníctva.



Obrázok 21 Trend vnímania položky OD2_1 z pohľadu pozície v knižnici.

Priemerné hodnotenie OD2_1 z pohľadu radový zamestnanec bolo 6,7, z pohľadu riaditeľov 5,67 a z pohľadu vedúcich zamestnancov 5,25. Celkový priemer bol 6,26 čo naznačuje pozitívny trend v knižniciach v súvislosti s neformálnym vzdelávaním.

Priemerné hodnotenie OD2_2 z pohľadu radový zamestnanec bolo 8,21, z pohľadu riaditeľov 8,66 a z pohľadu vedúcich zamestnancov 9. Celkový priemer bol 8,44. Z dotazníka je zreteľné vnímanie, že knižnice ponúkajú svoje služby širokému spektru používateľov rôznych vekových skupín. Pozorujeme ale aj nižšie hodnotenie u radových zamestnancov z knižnice vo Vrútkach, ale aj dve hodnotenia na škále (4 a 5) u zamestnancov z Krajskej knižnice v Žiline.



Obrázok 22 Trend vnímania položky OD2_2 z pohľadu pozície v knižnici.

Trend	radový	vedúci	riaditeľ
OD2_1	7	5	5
OD2_2	9	9,5	9
OD2_3	5	4	5
OD2_4	5	5	5
OD2_5	9	7	9
OD2_6	10	7	9
OD2_7	10	7	9
OD2_8	8	6	9

Tabuľka 3 Sumár trendov vnímania položiek OD z pohľadu pozície v knižnici – hodnoty vyjadrené v mediáne.

Pozorujeme, že v prvých piatich položkách sú hodnoty vo vnímaní riaditeľov a vedúcich zamestnancov takmer identické, ale posledné 3 položky už vykazujú vyššie odchýlky. Vnímanie položiek z pohľadu radových zamestnancov bolo takmer identické s ostatnými pozíciami v knižnici iba v položke OD2_4 a v položke OD2_5 bolo takmer identické s hodnotením riaditeľov. Je viditeľný trend pozitívneho hodnotenia knižnice v očiach radových zamestnancov a rezervovanejší prístup z pohľadu vedenia knižníc.

Návrh: Doplniť dáta o chýbajúcich respondentov z iniciatívy knižníc a pozrieť sa na to disproporciu vo vnímaní. Diverzita ponuky služieb v knižnici má byť vedomosťou každého zamestnanca a spoľahlivé informácie sú kľúčom k dobrej propagácii knižnice pre rôznorodé vrstvy obyvateľstva.

Rozhovory v tomto smere poukazovali na rôznorodosť zapojenia a ochoty zamestnancov participovať na rozvoji knižníc. Aj keď sú knižnice verejnými inštitúciami, na to aby svoju činnosť posunuli na vyššiu úroveň vnímajú veľké nedostatky v legislatíve. Obmedzený rozpočet a tým aj obmedzenie finančného ohodnotenia za vynaloženú snahu zamestnancov pri tvorbe podujatí a rozširovaní portfólia služieb, môže obmedziť diverzitu ponuky knižníc. Uvítali by aj možnosť vyberať si zamestnancov na základe ich pracovného nasadenia, čo častokrát nie je v realite možné, pre staršie pracovné zmluvy, ktoré už nereflektujú súčasné požiadavky práce v knižnici.

Podobným spôsobom boli spracované aj piliere Kultúrne prostredie, Technológie, Inštitucionálne prostredie, Kultúrne výstupy.

Kultúrne prostredie (KP)

Na kultúrne prostredie sa v EIK nahliadalo ako na kultúrnu ponuku, alebo cez návštevnosť - počet účastníkov na kultúre. V spojitosti s výskumnými otázkami VO3e a VO3f (Aké je kultúrne prostredie v organizáciách? Aká je spolupráca s domácimi i zahraničnými kultúrnymi inštitúciami? Aká je návštevnosť kultúrnych podujatí organizovaných knižnicami? Aký je počet realizovaných podujatí pre školy?) sme dospeli k nasledujúcim dátam.

Pilier / v riadku subindex	KEA EIK (2009)	SIK (Slovenský Index Kreativita) okruhy: Hudec, Klasová (2016)	Slovenský Index Kreativita (SIK) položky: Hudec, Klasová (2016)	Index kreativity ŽSK - Čorejová a kol. (2015)	Index kreativity knižníc
3 Kultúrne prostredie (KP)	Účasť na kultúre				Účasť na kultúre (aj zahraničných partnerov)
	10. Priemerné ročné výdavky na kultúru na domácnosť (Eurostat, Cultural statistics)	10. Výdavky na kultúru na domácnosť	Priemerné ročné výdavky na kultúru a rekreáciu na člena domácnosti (Štatistický úrad SR 2012)	Podiel výdavkov domácnosti na kultúru	KP1b: Počet spoluprác so zahraničnými kultúrnymi inštitúciami.
	11. Percento osôb zúčastňujúcich sa na kultúrnych aktivitách aspoň raz za 12 mesiacov (Eurostat, Cultural statistics)	11. Participácia na kultúrnych aktivitách	Počet ľudí, ktorí sa zúčastňujú na divadelných, tanečných, hudobných a iných predstaveniach na 1000 obyvateľov. (MK SR 2012)	Percento osôb podieľajúcich sa na kultúrnych aktivitách aspoň raz za 12 mesiacov	KP3: Návštevnosť podujatí.
	Kultúrna ponuka				Kultúrna ponuka a priestor
	12. Počet verejných divadiel na obyv. (dáta z ministerstiev krajín EU)	12. Počet verejných divadiel na obyv.	Počet verejných a súkromných divadiel na 1000 obyv. (MK SR 2012)	Počet kultúrnych zariadení v ŽSK za obdobie rokov 2010 až 2012	KP1a: Spokojnosť s priestormi knižnice zo strany knihovníkov.
	13. Počet verejných múzeí na obyv. (dáta z ministerstiev krajín EU)	13. Počet verejných múzeí na obyv.	Počet verejných múzeí na 1000 obyv. (MK SR 2012)	Počet realizovaných kultúrnych podujatí v ŽSK v roku 2011	KP2: Počet podujatí pre školy.
	14. Počet hudobných siení (dáta z ministerstiev krajín EU)	14. Počet verejných hudobných siení	Počet vzdelávacích a kultúrnych organizácií na 1000 obyv. (MK SR 2012) Počet knižníc na 1000 obyv. Počet galérií na 1000 obyv.		KP4: Ponuka kultúrneho využitia.
	15. Počet kinosál podľa krajiny (European Audiovisual)	15. Počet kinosál podľa krajiny	Počet kinosál na 1000 obyv. (MK SR 2012)		

Obrázok 23 Index kreativity knižnice - matrix piliera KP

KP 1a: Spokojnosť s priestormi knižnice zo strany knihovníkov. Z dotazníka je zjavné, že najväčší počet odpovedí bol z Krajskej knižnice v Žiline, kde vidíme trend u radových zamestnancov, ktorí by prijali zmenu priestorov, ktoré sú určené len zamestnancom. Tento trend ale nie je reflektovaný v odpovedi riaditeľky knižnice,

ktorá poukazuje na potrebu riešiť priestory určené pre používateľov. V **rozhovoroch** bol indikovaný posun v rekonštruovaní priestorov knižníc (obnova priestorov v RKK Žilina, RK v Čadci, MK v KNM, MK Trstená), ale aj snahy o získanie podpory na rekonštrukciu od zriaďovateľa, kde takéto pochopenie pre túto požiadavku zo strany zriaďovateľa nenachádzajú.

Návrh: Otvorená diskusia o priestoroch knižnice so všetkými zamestnancami a vedením knižnice. Zadefinovať priority – argumenty, víziu a stratégiu získavania financií a pod.

Poznámka: V prepojení na **EK1** bol v niektorých knižniciach **identifikovaný** nízky počet používateľov zo skupiny študentov SŠ a VŠ. Pozitívom pre niektoré knižnice je uvedenie chýbajúceho priestoru pre túto cieľovú skupinu. Zároveň niektoré knižnice neuvažujú o potrebách mladých ľudí a študentov ako samostatnej skupiny, čo vidno v ich snahe revitalizovať oddelenie pre „deti a mládež“ ako jeden spoločný priestor, čo môže evokovať problém pri práci so skupinou mládež, ktorá častokrát potrebuje samostatný priestor. Vytvorenie takéhoto samostatného priestoru pre študentov je v zámeroch napríklad Krajskej knižnice v Žiline, či Turčianskej knižnice v Martine, ktoré už túto potrebu vnímajú.

Návrh: Rešpektovať potreby mládeže a študentov, rovnako i ďalších skupín používateľov, hlavne pri revitalizovaní priestorov. Ak to priestorová kapacita knižnice dovoľuje, vhodné je vytvoriť samostatný pohodlný priestor pre študentov formou študijnej miestnosti, FabLabu a pod. Za týmto účelom hľadať financovanie – projektová činnosť, sponzoring.

KP 1b: Počet spoluprác so zahraničnými kultúrnymi inštitúciami

Túto položku sme sledovali v dátach RK a RKK (mestské knižnice dáta k tejto položke nevykazujú) z dvoch dôvodov. Prvým bolo umiestnenie veľkého počtu okresov ŽSK v pohraničnej oblasti. Druhým bol EIK v kombinácii s Víziou a stratégiou rozvoja Slovenska do r. 2030, ktorá hovorí o udržateľnom rozvoji kultúrnych zdrojov, či **o vplyve spotreby kultúry na cestovný ruch**, ktorý je súčasťou kultúrneho a kreatívneho priemyslu. Túto víziu rozvoja knižníc ako pilierov kultúry a šíriteľov kultúrnych hodnôt v spolupráci s okolitými krajinami najaktívnejšou zastávala v skúmanom období Krajská knižnica v Žiline.

Ďalšie zisťované ukazovatele boli:

KP 2: Počet podujatí pre školy.

KP 3: Návštevnosť podujatí .

KP 4: Ponuka kultúrneho vyžitia.

Z kvalitatívneho výskumu sme zistili enormnú snahu knižníc o organizovanie podujatí, nakoľko sú kultúrne, vzdelávacie a komunitné podujatia súčasťou Štandardov pre verejné knižnice, ktoré uvádzajú aj odporúčaný počet podujatí na počet obyvateľov – napr. nad 40-tisíc obyvateľov by mala mať knižnica 700 podujatí ročne (MK SR 2020b, s. 11). **Kvalita podujatí, či prispôsobenie typológie podujatí potrebám komunity** nie sú v Štandardoch zmienené. Ako píše Kratochvílová (2018, s. 2), „*knižnice ponúkajú ľuďom kľúče k informáciám, ku službám, k verejnému priestoru i k sebe samým*“ a knižnice na toto nesmú zabúdať aj pri svojich plánoch podujatí pre komunitu, v ktorej pôsobia.

Technológie

Uvažovali sme či je pokrytie v pilieri Technológie v EIK v súčasnej dobe dostatočné a po analýze dostupných stratégií boli pridané kategórie **Smart technológie**, digitálne technológie, online databázy či Open Access databázy, ktoré lepšie reflektujú súčasné požiadavky na vybavenie a služby knižníc. Zároveň bola uvažovaná aj adaptácia knižníc na využívanie nových médií.

Boli zisťované nasledovné ukazovatele:

TE1: Označte programy, systémy, technológie, či databázy, ktoré pravidelne používate pri svojej práci.

TE 2-1-4: Vybavenosť knižníc internetom a PC.

TE 3: Počet používateľov na 1 počítač v knižniciach.

TE 4: Nové médiá a komunikácia s používateľmi

Pokrokom v oblasti využívania Smart technológií v knižniciach je zavedenie **digitálneho čitateľského preukazu** vo všetkých regionálnych knižniciach ŽSK v marci 2022. Implementácia digitálneho čitateľského preukazu bola iniciatívou jednej regionálnej knižnice, ktorej riaditeľ oslovil IT firmu, či by vedeli takýto produkt pre knižnicu vytvoriť. Oni boli ochotný a zadefinovali sumu, ktorá bola nad možnosti knižnice. Riaditeľ preto oslovil ostatné knižnice a spoločne boli schopné nájsť prostriedky na zaplatenie požadovanej sumy. Následne sa táto knižnica stala testovacou knižnicou a po odstránení problémov bol systém implementovaný už aj do ostatných regionálnych knižníc. Tu jasne vidíme prepojenie knižnice s ekonomickým výnosom firmy, ktorá sa podieľala na rozšírení služieb kultúrnej inštitúcie.

Pilier	KEA EIK (2009)	SIK (Slovenský Index Kreativity) okruhy: Hudec, Klasová (2016)	Slovenský Index Kreativity (SIK) položky: Hudec, Klasová (2016)	Index kreativity ŽSK - Čorejová a kol. (2015)	Index kreativity knižníc
4 Technológie (TE)	16. Podiel domácností, ktoré majú osobný počítač a herné konzoly doma (Eurostat, Cultural statistics in Europe, 2007)	16. Domácnosti, ktoré majú osobné počítače a video herné konzoly	Percento domácností vybavených PC (Štatistický úrad SR 2012)	Podiel domácností s prístupom na internet [%] (typ pripojenia)	TE3: Počet používateľov na 1 počítač v knižniciach.
	17. Podiel rozšírenia širokopásmového pripojenia (Eurostat, Science and Technology)	17. Podiel penetrácie širokopásmového pripojenia; podiel zamestnancov výskumu a vývoja na 1000 obyvateľov Počet pracovníkov VaV na 1000 obyv.	Percento domácností s prístupom na internet (Štatistický úrad SR, 2012)	Percento domácností, ktoré majú PC (pozn: analyzovali prístup domácností k internetu v žilinskom regióne, percento domácností s počítačom a využitie jednotlivých typov internetového pripojenia)	TE2-1-4: Vybavenosť knižníc internetom a PC.
			Výdavky na výskum a vývoj na 1000 obyvateľov (Štatistický úrad SR, 2012)		TE1: Označte programy, systémy, technológie, či databázy, ktoré pravidelne používate pri svojej práci.
			Počet pracovníkov VaV na 1000 obyv. (Štatistický úrad SR, 2012)		TE4: Nové médiá a komunikácia s používateľmi

Obrázok 24 Index kreativity knižnice - matrix piliera TE

Inštitucionálne prostredie

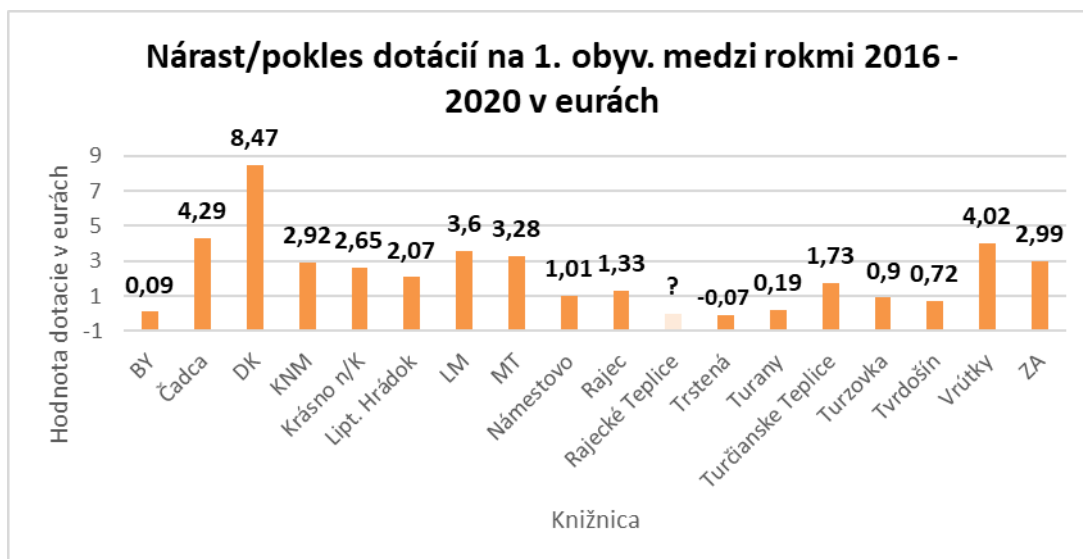
Inštitucionálne prostredie knižníc sa v prvom rade opiera o ekonomické nastavenie zo strany zriaďovateľa. V nadväznosti na výskumnú otázku **VO3h: Aké ekonomické a regulačné opatrenia aplikuje zriaďovateľ voči**

knižniciam sme riešili výšku dotácií pre knižnice, podporu na nákup kníh, podporu darcovstva a sponzoringu. Okrem finančného aspektu je dôležitý aj aspekt stratégie ďalšieho smerovania knižnice.

Pilier / v riadku subindex	KEA EIK (2009)	SIK (Slovenský Index Kreativity) okruhy: Hudec, Klasová (2016)	Slovenský Index Kreativity (SIK) položky: Hudec, Klasová (2016)	Index kreativity ŽSK - Čorejová a kol. (2015)	Index kreativity knižníc
5 Inštitucionálne prostredie (IP)	Regulačné opatrenia s cieľom vytvoriť finančnú podporu				Finančná podpora
	18. Daňové úľavy pre umelcov alebo ľudí pracujúcich v kreatívnej oblasti (KEA 2008)	Daňové úľavy pre umelcov alebo ľudí pracujúcich v kreatívnom sektore: žiadne regionálne rozdiely	Neaplikovali	Daňové úľavy pre umelcov alebo osoby, ktoré pracujú v kreatívnom priemysle	
	19. Sadzby DPH na knihy, tlač, zvukové nahrávky, video, a film príjmy, autori na voľnej nohe, výtvarní umelci (Creative Europe Report, 2002)	Sadzby DPH na knihy, tlač, zvukové nahrávky, video, filmové príjmy, autorov na voľnej nohe, výtvarných umelcov: žiadne regionálne rozdiely	Neaplikovali	Sadzba DPH na knihy, tlač, zvukové záznamy, video, premietania filmov, autorov v slobodnom povolani, vizuálnych umelcov (vizuálne umenie, sochárstvo, maľba,...)	IP2: Hodnota 1 výpožičky na 1 používateľa.
	20. Daňové stimuly týkajúce sa darov a sponzoringu (KEA 2008)	Daňové stimuly týkajúce sa darov a sponzoringu	Príjem 2 % daní z príjmu na 1000 obyvateľov (rozhodni.sk, 2012)	Daňová podpora darcovstva a sponzoringu	IP3: Získavanie mimorozpočtových financií
	21. Priame verejné výdavky na kultúru (KEA, 2008, The Economy of Culture)	Priame verejné výdavky na kultúru	Bežné a kapitálové výdavky regiónu na 1000 obyvateľov (VÚC, 2012)	Verejné výdavky na kultúru (objem prijatých dotácií subjektov ŽSK)	IP1: Podiel výdavkov na 1 obyv. sídla na prevádzku knižnice.
	22. Úroveň štátneho financovania kinematografie (European Audiovisual Observatory, KORDA)	Úroveň štátneho financovania kinematografie	Výdavky audiovizuálneho fondu na 1000 obyvateľov (AVF, 2012)	Úroveň štátnej (verejnej) podpory vo vzťahu k filmu (Výdavky ŽSK na podporu podujatí týkajúcich sa filmovej tvorby [€])	
	23. Úroveň štátneho financovania verejnoprávnej televízie (European Audiovisual Observatory)	Úroveň štátneho financovania verejnoprávnych médií (televízie)	Výdavky Regionálneho operačného programu (ROP) "Integrácia prírodných a kultúrneho potenciálu" a priemerné výdavky za 3 roky projektu Európskeho hlavného mesta kultúry (2011 - 2013) na 1000 obyvateľov (MK SR 2012)	Úroveň štátnej (verejnej) podpory pre verejnoprávne médiá (resp. TV)	
			Výdavky ministerstva kultúry na 1000 obyvateľov (MK SR 2012)	Objem financií na propagáciu ŽSK v regionálnych TV a v rádiách	IP4: Propagácia knižníc v TV a rádiách
Regulačné opatrenia s cieľom vytvoriť duševné vlastníctvo					
	24. Suma vybraná za práva autorov v oblasti hudby na obyvateľa (CISAG)	Suma vybraná za práva autorov hudby na obyvateľa.	Neaplikovali	Suma vybratá za autorov hudby per capita (Príjmy SOZA za používanie hudobných diel v SR)	

Obrázok 25 Index kreativity knižnice - matrix piliera IP

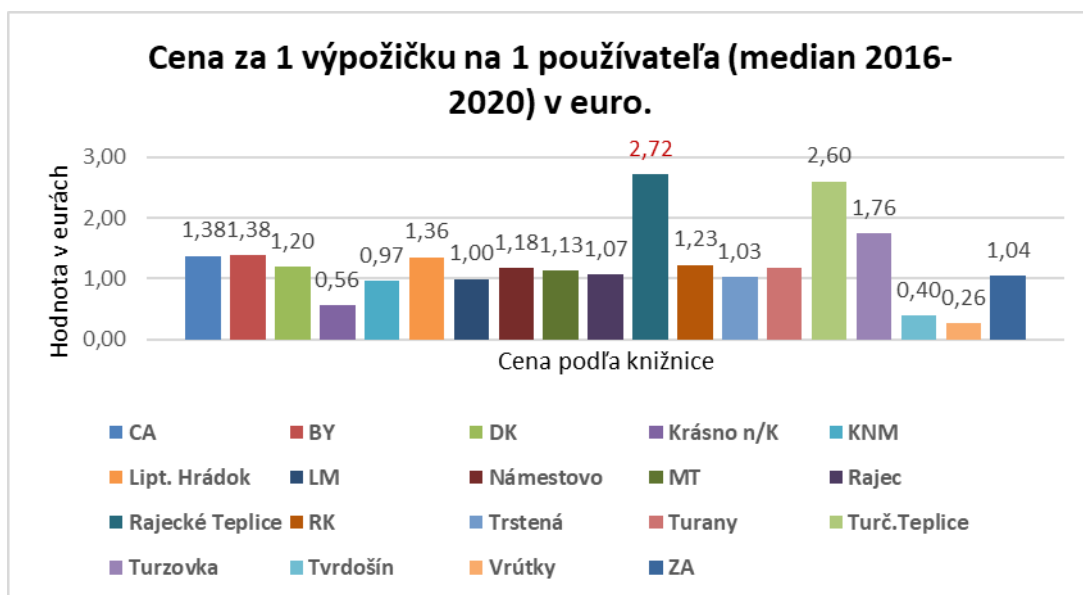
IP 1: Podiel výdavkov na 1 obyv. sídla na prevádzku knižnice.



Obrázok 26 Rozdiel v dotáciách v rokoch 2016 – 2020 na 1 obyvateľa sídla knižnice

Je možné pozorovať zvyšujúcu sa tendenciu dotácií v posledných dvoch sledovaných rokoch, čo môže byť spôsobené aj rastúcimi nákladmi na prevádzku knižníc. V rokoch 2017 až 2020 mala najvyššiu dotáciu na 1 obyvateľa knižnica v Dolnom Kubíne.

IP 2: Hodnota 1 výpožičky na 1 používateľa.



Obrázok 27 Cena za 1 výpožičku na 1 používateľa (vlastné spracovanie)

Medián hodnoty pre Mestskú knižnicu v Rajeckých Tepliciach bol vyrátaný len z rokov 2016-2018, nakoľko v ďalších dvoch rokoch dáta nepoznáme. K tomuto výpočtu sme dospeli z dát výdavkov na 1 používateľa a z dát o počte výpožičiek na 1 používateľa. Vhodným prístupom, ktorý pomôže argumentmi zdôvodniť vynaložené náklady, je zisťovanie návratnosti investície metódou ROI – v kombinácii s WTP – ochotou platiť za službu, u používateľov knižnice, nakoľko táto metóda môže pomôcť pri hodnotení efektívnosti vynaložených nákladov a to najmä u menších mestských knižníc a demonštrovať tak ekonomickým jazykom verejné dobro, ktoré takýmto

spôsobom prinášajú. Metóda priamo u používateľov knižnice zisťuje aj to, koľko im knižnica ušetrila financií tým, že si knihu požičali oproti kúpnej cene knihy. Tu chceme poznamenať, že náklady na 1 výpožičku sú rádovo nižšie ako priemerné ceny kníh (či už tlačенých, e-kníh, alebo audio kníh), čím knižnice generujú verejné blaho a hodnotu pre používateľov najmä z rôznorodého sociálneho prostredia. Ďalšie zisťované ukazovatele:

IP 3: Získavanie mimorozpočtových financií

Povedomie knihovníkov o tom, akým spôsobom knižnica dopĺňa finančné zdroje do svojho rozpočtu je dôležité z hľadiska vyhľadávania ďalších príležitostí na dopĺňanie zdrojov pre rozvoj knižníc. Aj z toho dôvodu dotazník zisťoval ich oboznámenosť s týmto faktorom, vplývajúcim na ďalší rozvoj knižníc. Najčastejšie respondenti uviedli darcovstvo a využívanie zdrojov z Fondu na podporu umenia.

IP4: Propagácia knižníc v TV a rádiách

V rozhovoroch sme zisťovali aj spokojnosť s podporou od zriaďovateľa. Z pohľadu regionálnych knižníc je stav uspokojujúci, aj keď priznávajú isté rezervy. Z hľadiska mestských knižníc je stav u niektorých pomerne alarmujúci, nakoľko ich potreba rekonštruovať priestory, či rozširovať služby je akútna, aby si aspoň udržali návštevnosť v knižniciach, čo niektorý zriaďovatelia nereflektujú.

Kultúrne – kreatívne výstupy (KV)

V súvislosti s výskumnou otázkou **VO3i: Aká je úroveň a objem kreatívnych a kultúrnych výstupov v knižniciach**, sme navrhli zameranie na štyri ukazovatele: výnosy z vlastnej činnosti, podnikateľskú činnosť knižníc, kultúrnu ponuku knižníc a ich edičnú činnosť. **V rozhovoroch** k tomuto pilieru kreativity bol ďalej zisťovaný aj prístup knižníc k podnikateľskej činnosti. Z konštatovaní riaditeľov knižníc môžeme sumarizovať, že chýba detailnejšia špecifikácia toho, čo knižnice môžu v tejto oblasti robiť, čo spôsobuje neistotu (prenájom priestorov áno, predaj darčkových predmetov nie – lebo je potrebná pokladňa a komplikuje sa účtovníctvo). Na jednej strane necítia v tomto konkrétnu podporu zo strany zriaďovateľa, aj keď na strane druhej zriaďovateľ požaduje zvyšovanie vlastných príjmov knižníc.

Pilier / v riadku subindex	KEA EIK (2009)	SIK (Slovenský Index Kreativity) okruhy: Hudec, Klasová (2016)	Slovenský Index Kreativity (SIK) položky: Hudec, Klasová (2016)	Index kreativity ŽSK - Čorejová a kol. (2015)	Index kreativity knižníc
6 Kreatívne výstupy (výstupy kultúrnej produkcie) (KV)	Ekonomický prínos kreativity				Ekonomický prínos
	25. Pridaná hodnota kreatívneho priemyslu ako % HDP (KEA 2006, Economy of culture)	Percento hodnoty kreatívneho priemyslu vyjadreného k % HDP	Pridaná hodnota kreatívneho priemyslu ako % podiel na HDP regiónu (Fin.správa 2012, iba PO, iba niektoré odvetvia)	Hodnota kreatívneho priemyslu vyjadrená v pomere k % HDP	KV1: Podnikateľská činnosť knižníc
	26. Obrat v hudobnom priemysle per capita (IFPI)	Obrat v hudobnom priemysle per capita	Tržby (PO, FO) v hudobnom priemysle: Príprava a zverejňovanie hud.nahrávok na 1000 obyvateľov (Fin.správa 2012)	Obrat v hudobnom priemysle vyjadrený per capita	KV2: Výnosy z vlastnej činnosti
	27. Obrat v knižnom priemysle per capita (Eurostat)	Obrat v knižnom priemysle per capita	Tržby v knižnom priemysle: Vydávanie kní na 1000 obyv. (Fin.správa 2012)	Obrat v knižnom priemysle vyjadrený per capita	
	28. Obrat v kinematografickom priemysle per capita (European Audiovisual Observatory)	Obrat v kinematografickom priemysle per capita	Tržby v kinematografickom priemysle na 1000 obyv. (MK SR 2012)	Obrat v kino priemysle vyjadrený per capita	
	Iné prínosy/výsledky kreatívnych aktivít				Iné prínosy
	29. Počet celovečerných filmov vyrobených ročne a per capita (European Audiovisual Observatory)	Počet hraných filmov produkovaných ročne a per capita	Počet výstav v galériách a múzeách a počet predstavení (divadlo) na 1000 obyvateľov (MK SR 2012)	Počet hraných filmov produkovaných ročne a per capita	KV3: Kultúrna ponuka knižníc
	30. Počet vydaných nahrávok per capita (IFPI)	Počet nahrávok publikovaných ročne a per capita	Neaplikovali	Počet nahrávok publikovaných ročne a per capita (Hudobné telesá a koncerty v SR v roku 2012)	
	31. Počet kníh publikovaných za rok a per capita (UNESCO)	Počet kníh vydaných ročne a per capita	Počet výtlačkov kníh na 1000 obyvateľov	Počet kníh publikovaných ročne a per capita	KV4: Edičná činnosť knižníc
	32. Počet prihlášok dizajnu na mil. obyvateľov. (OHIM/Eurostat)	Počet prihlášok dizajnu na mil. obyvateľov	Počet dizajnových prihlášok na 1000 obyv. (Patent.úrad, priemerná ročná hodnota za roky 2011-2014)	Počet prihlášok dizajnu na milión obyvateľov	

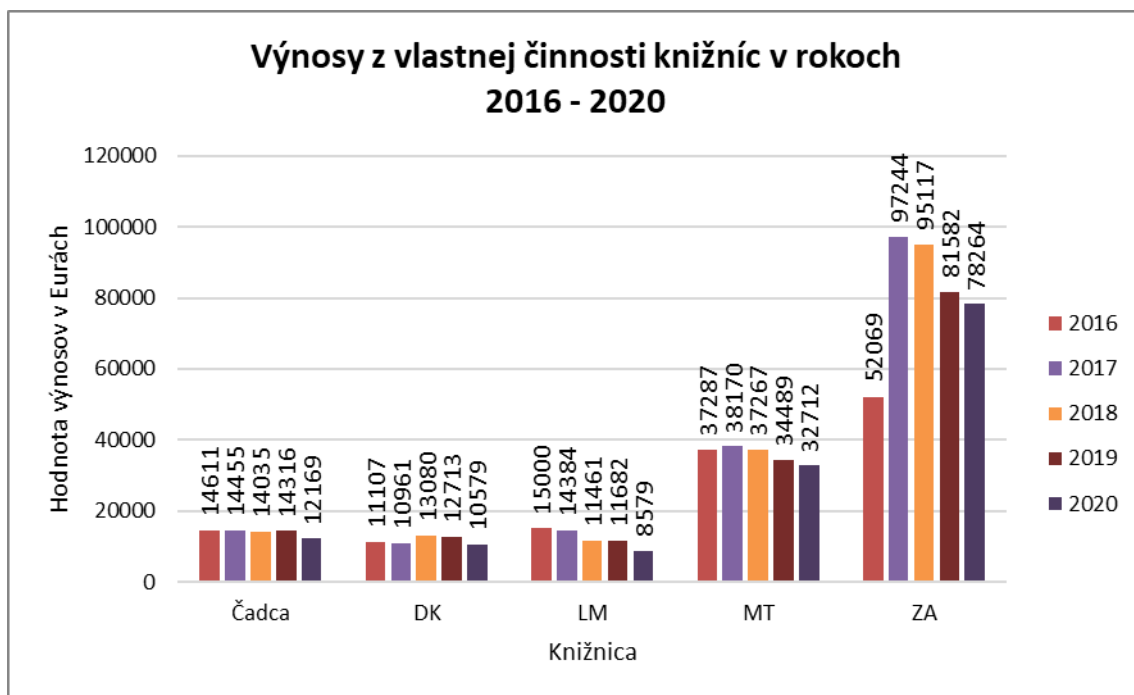
Obrázok 28 Index kreativity knižnice – matrix piliera KV

KV 1: Podnikateľská činnosť knižníc

V rozhovoroch s riaditeľmi knižníc zaznela aj otázka, či si knižnice vedia predstaviť aktívne získavať finančné zdroje cez podnikateľskú činnosť. Ani jedna z knižníc sa intenzívne o takúto činnosť nesnaží. Ak by však mali nejako podnikáť, bolo by to v spojitosti s knihami a jedna knižnica si vie predstaviť spoluprácu s miestnou rozhlasovou stanicou.

KV 2: Výnosy z vlastnej činnosti

Merateľný ukazovateľ pre pilier KV bol dostupný len pre knižnice na regionálnej a krajskej úrovni.



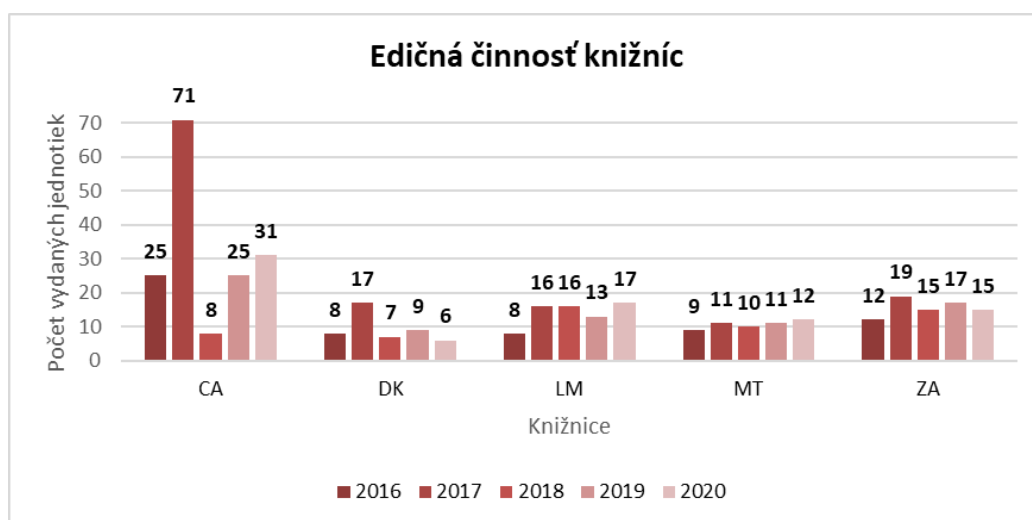
Obrázok 29 Výnosy z vlastnej činnosti knižníc v rokoch 2016 – 2020 (zdroj: Výročné správy regionálnych knižníc)

KV 3: Kultúrna ponuka knižníc

Riaditelia v rozhovoroch deklarovali, že knižnice fungujú pre komunitu a niektoré to naplňujú aj svojimi službami, napríklad poskytujú jazykové konzultácie, kde učiteľ – dobrovoľník pomôže žiakovi, študentovi s problémom, alebo na báze dobrovoľníctva knižnica poskytuje tri krát do týždňa konzultácie so psychológom.

KV 4: Edičná činnosť knižníc

Jedným z merateľných ukazovateľov piliera KV bola edičná činnosť knižníc, ktorú sme zisťovali z výročných správ. V priebehu rokov 2016 – 2020 bola edičná činnosť v knižniciach v LM, MT a ZA pomerne stabilná. Knižnica v Čadci vykázala v roku 2017 vo svojej správe 71 publikácií, brožúr, čo vysoko presahuje priemer ostatných knižníc a aj po poklese v roku 2018 si v nasledujúcich rokoch udržiava prvé miesto v počte edičných výstupov spomedzi týchto regionálnych knižníc.



Obrázok 30 Edičná činnosť RK a RKK v ŽSK

3.5 Interpretácia výsledkov výskumu

V tejto časti chceme zhrnúť zistenia z primárneho i sekundárneho výskumu pertraktovanej témy i z mapovania v EÚ. Jedným z cieľov práce bolo analyzovať realizovaný kvantitatívny i kvalitatívny výskum a komparovať ho s dostupnými stratégiami a nástrojmi implementovanými, alebo navrhovanými na úrovni kraja i SR, čím sme chceli nájsť a vyplniť medzery v poznaní, prípadne nájsť nové súvzťažnosti a prieniky vhodné na ďalšie skúmanie a následne identifikovanie potrebných zmien.

Zároveň sa opätovne dostávame k výskumným otázkam č. 3 a č. 6, ktoré riešili či je možné analyzovať knižnice – pamäťové inštitúcie – z pohľadu kreatívnej ekonomiky a indexu kreativity a či je možné zadefinovať potenciál knižníc pre KKP.

Medzisektorovou spoluprácou a vytvorením klastra regionálnych knižníc bolo možné dosiahnutie vyššieho komfortu používateľov pri zavedení digitálneho čitateľského preukazu, čo považujeme za príklad a potvrdenie postavenia knižníc (pamäťových inštitúcií) ako aktívnych organizácií aj v rámci kreatívnej ekonomiky.

Domnievame sa, že je možné nazerať na knižnice z pohľadu indexu kreativity. Potrebná je k tomu ale kooperácia knižníc, či iných pamäťových inštitúcií a ochota dopracovať štatistické ukazovatele, s ktorými bude následne možné pracovať. Výhodou indexu kreativity je aj implementácia aspektu kreatívnej triedy v pilieri ľudského kapitálu, ale aj otvorenosti a diverzity, akcentujúcej inkluzívny prístup komunity na úrovni regiónu či mesta ku kultúre, čo je v súlade s udržateľným prístupom Agendy 2030.

Kvalitatívny výskum ukázal, že participujúci riaditelia knižníc, neidentifikujú pojem kultúrny a kreatívny priemysel, či kreatívna ekonomika v súvislostiach s knižnicou, ale niektorý z nich svojim konaním aplikujú princípy vedúce ku aktívnej role knižnice v KKP. Zároveň boli odhalené medzery v dátach i v činnostiach knižníc, ktorých poznanie a následné realizovanie nápravy, môže pomôcť knižniciam zveľaďovať svoj potenciál a tým prilákať spolupráce s ďalšími inštitúciami, čo povedie k aktívnejšiemu pôsobeniu knižníc v KKP. Navrhujeme tiež odporúčania, ktorých implementácia môže pomôcť knižniciam poukázať na svoj prínos a hodnotu a tým vyrokovať lepšie podmienky od zriaďovateľa.

Knižnica nie je len miestom, kde sa požičiavajú knihy, ale má byť aj bezpečným miestom a azylom pre všetkých v komunite, bez akýchkoľvek bariér. Služby by mali presahovať tradičné výpožičné služby a v dobe digitálnych technológií si majú knižnice vy dobyť svoje miesto aj v tejto oblasti, napríklad aj svojim pretvorením sa na tzv. Mediatéky, ktoré poskytnú priestor na výuku rôznorodých tém, umožnia nezávislým inštitúciami predstaviť svoje projekty a činnosť a stanú sa miestom prepájania inštitúcií, miestom pre diskusie, nápady a akceptáciu rôznorodosti.

V tejto časti je zámerom poukázať na príbuznosť a prelínanie deviatich stratégií, štandardov a manifestov na celosvetovej, európskej, národnej i regionálnej úrovni s výsledkami z mapovania v EÚ a s výsledkami kvalitatívneho i kvantitatívneho výskumu (trendov) a extrahovať základné prieniky a body do diagramu príbuznosti. Diagram zahrnul nasledovné: Európsky index kreativity (KEA 2009), Manifest knižníc (IFLA 2019), Stratégia knihovníctva 2015-2020, Východiská stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu (MK SR 2014), Reformy pre udržateľný rozvoj kultúry a kreatívneho priemyslu 2021 – 2026, Sústava povolání 2021, Vízia a stratégia

rozvoja Slovenska do roku 2030, Smart stratégia ŽSK (časť knižnice, 2021) a výsledky kvalitatívneho výskumu i trendy z kvantitatívneho výskumu.

Diagram pre svoj rozsah a povahu nebolo možné v plnom rozsahu aplikovať do tlačenej formy práce a preto je dostupný len v elektronickej forme. Prinášame ale základnú interpretáciu tohto diagramu:

- okrem Reformy pre udržateľný rozvoj kultúry a kreatívneho priemyslu 2021 – 2026 sa v každej zaradenej stratégii, manifeste, či publikácii v diagrame opakuje dôležitosť vzdelávania, čo korešponduje s trendami v knižniciach a zhoduje sa aj so zisteniami z mapovania v EÚ.
- Vzdelávanie sa vyskytuje aj v pilieroch OD, KP a TE a IP a dostatočné financovanie je podmienkou pre vzdelávanie v digitálnej, mediálnej, či informačnej gramotnosť (z pohľadu techniky i ľudských zdrojov).
- Domnievame sa, že KV knižníc budú rásť s nárastom starostlivosti o pracovníkov, s vhodnými podmienkami v knižniciach a s vhodným nastavením smerovania, ktoré je rozpracované v odporúčaniach vychádzajúcich zo všetkých primárnych a sekundárnych dát vrátane diagramu a podoprené budú ich merateľné ukazovatele vo forme silného štatistického zisťovania.

Odporúčané smerovanie knižníc:

Všeobecné:

- Konzistentne zbierať dáta ku viacerým kategóriám. Týka sa to aj regionálnych knižníc (rôzne spôsoby vykazovania v rámci rokov), ale odporúčanie začať zbierať tieto dáta je vhodné a žiaduce aj pre mestské knižnice, nakoľko tieto dáta a silné štatistické podklady môžu zohrať úlohu pri argumentácii so zriaďovateľom:
 - sledovať samostatne počet podujatí pre znevýhodnené skupiny (sociálne, zdravotne a seniori – možnosť sledovať aj jednotlivo). V správach RK a RKK sú dáta uvádzané v rámci textu, pričom je oveľa jednoduchšie zaradiť tento počet do súhrnnej tabuľky keď sú jednotlivé kategórie sledované, alebo boli vnorené do kategórie dospelý.
 - počet VŠ študentov z počtu čitateľov (údaj poukazuje na potenciál vplyvu knižnice na kreatívnu triedu);
 - zbieranie dát a ich zverejňovanie prispieva k transparentnosti inštitúcií, čo môže pozitívne vplývať na používateľov a udržiavať ich sympatie a ochotu inštitúciu navštíviť.

1 Ľudský kapitál

- **Počet pracovníkov a ich zahltenosť** – vyriešiť nízky počet knihovníkov – pracovníkov v knižnici;
- **Angažovanosť pracovníkov** – možný súvis so zahltenosťou pracovníkov, finančné ohodnotenie pracovníkov v kultúre je nízke – riešenie je v rukách zriaďovateľov, knižnice môžu získať doplnujúce ohodnotenie napr. cez projekty, čo ale nie je systémové riešenie; diskutabilná je požiadavka zjednodušenia výpovede pracovníkovi pre nespokojnosť s pracovnou angažovanosťou, ktorá vystala z rozhovorov – v prvom rade je potrebná manažérska zručnosť vedenia knižnice na riešenie situácie a vhodná komunikácia so zamestnancom; pružnosť pracovného práva pri výkone práce vo verejnom

záujme je daná legislatívou – riešením môžu byť kvalitné právne služby pre knižnicu – možná zmena pracovnej náplne;

- **Vzdelávanie používateľov:**
 - systematizácia spolupráce medzi knižnicami i ďalšími pamäťovými inštitúciami a školami – vhodným riešením je legislatívna úprava, alebo memorandum o spolupráci na úrovni kraja, ktoré môžu iniciovať i knižnice;
 - pri tvorbe stratégií knižníc myslieť na posun na sociálnej úrovni, ale aj na sociálne znevýhodnených.
 - vytvoriť prostredie vhodné na neformálne vzdelávanie;
- **Vzdelávanie knihovníkov:**
 - vytvoriť koncepciu vzdelávania knihovníkov a manažérov knižníc, špeciálne sa zamerať (okrem vzdelávania v oblasti technológií, sociálnych sietí a projektových zručností) na mäkké zručnosti vrátane komunikačných, či emočnej inteligencie (ako o tom píše Shaffer 2020);
 - prostredie vhodné na neformálne zdieľanie znalostí; zavedenie „opatrovníka – tútora“ pre novoprijatých knihovníkov, čím sa vhodne zabezpečí vzájomný prenos znalostí.
- Pozitívom v RK a RKK je, že sa riaditelia knižníc aktívne zapájajú do diskusie o smerovaní kultúrnej sféry v kraji – napr. participácia na príprave Smart stratégie ŽSK. Vhodné je pokračovať v podobných aktivitách.

2 Otvorenosť a diverzita

- **Otvorenosť knižnice pre znevýhodnené skupiny používateľov** je jedným zo základných faktorov jej fungovania;
- Zistiť aké sú potreby komunity a práca s ňou; práca s rómskou komunitou v spolupráci so školami;
- **Otvorenosť voči komunite** – poskytnutie priestorov pre rôznorodé skupiny – knižnica ako inštitúcia otvorená pre všetkých, poskytovanie kvalitných a overených informácií, znalosť služieb – analyzovať vnímanie tohto ukazovateľa z pohľadu knihovníkov – prínos pre čitateľov.
- **Myslieť na používateľa a jeho perspektívu** – skúsenosť so situáciou, keď pracovníčka knižnice nevie vyhľadať vo vlastnom knihovníckom systéme požadované dáta a sama komentuje, že aké je to náročné pracovať v ňom a že používateľ nemá bez „zaškolenia“ šancu sa v ňom zorientovať.
- **Regionálny aspekt knižníc** – týka sa to regionálnych knižníc i krajskej knižnice ŽSK – uvedomenie si vplyvu na mestské knižnice a ich rozvoj;
- **Transparentnosť** – vykazovanie činnosti RK a RKK – zjednotiť; u MK začať s transparentným vykazovaním pokiaľ sa tak už nedeje.

3 Kultúrne prostredie

- **Rešpektovať potreby cieľových skupín** – študenti nepatria do skupiny „deti a mládež“, ale sú samostatnou skupinou. Doplnenie vhodného priestoru a jeho propagácia môže pomôcť pritiahnuť túto kategóriu čitateľov do knižnice;

- **Optimalizovať knižnice na súčasné požiadavky** – priestory – klimatická zmena, udržateľnosť, anticipácia potrieb používateľov, vybavenie knižníc vrátane technického; otvorená diskusia s knihovníkmi a vedením knižníc;
- **Zavádzať spolupráce na úrovni regionálnych, či mestských knižníc;**
- **Rozvoj medzinárodných spoluprác** – bude mať vplyv aj na vnímanie otvorenosti knižnice voči iným kultúram.

4 Technológie

- **Vzdelávanie zamerané na digitálne kompetencie:** ako upozorňuje Sektorová rada pre kultúru a kreatívny priemysel, „informatizácia, digitalizácia a súvisiaca potreba rozvoja digitálnej a informačnej gramotnosti ako rozvojového faktoru a nástroja zmeny charakteru práce v oblasti výkonu štandardných činností a služieb, napr. stále sa zvyšujúci podiel digitálnych informačných zdrojov, dokumentov a služieb v knižniciach; ovplyvnia nároky kladené na zručnosti terajších i budúcich pracovníkov v kultúre“ (SRI 2022). Potrebná je akceptácia nutnosti celoživotného vzdelávania knihovníkov. Je dôležité upozorňovať na túto problematiku už na úrovni vzdelávania budúcich pracovníkov v kultúre, ale aj na snahu o koncepčné nastavenie.
- Vidíme priestor pre **evaluáciu doteraz nastavení štandardov knižníc**, či prístupov zo strany zriaďovateľov. Komfort používateľa by mal byť meradlom pri využívaní služieb knižníc.
- **Technické vybavenie knižnice:** FabLab, Smart technológie, Bibliomaty, Bibliobusy – tu je potrebné počkať na Reformu štruktúry a kvality knižničnej siete, nakoľko má dôjsť k zmenám.
- **Knižnice ako Mediateky:** ako už bolo zmienené vyššie, knižnice sa v zahraničí menia na multifunkčné centrá, ktoré poskytujú všestranné služby a aktivity, okrem knižničných služieb ponúkajú tvorivé dielne zamerané na hudbu, či fyziku, výstavné sieni a pod. (Prokopová 2012, s. 47).



Obrázok 31 Mediateka Meta Start, Varšava, 2012 (foto autor)

5 Inštitucionálne prostredie

- **Absolútna podpora od zriaďovateľa** – je zrejmé, že knižnice a ich podpora nie je zvyčajne hlavným záujmom zriaďovateľov. Náš výskum chce poukázať na nesmierny prínos, ktorý knižnice majú pre obyvateľov. Zároveň odporúča zistiť hodnotu knižnice cez aplikovanie metódy ROI a merania nemateriálnych prínosov knižníc: ŘEHÁK, Tomáš a kol. 2015. *Neoceniteľné služby knihovny a jak je ocenit.*

- **Zvýšiť objem súkromných a projektových zdrojov pre financovanie knižníc.** Na naplnenie tohto odporúčania zriadiť na úrovni regionálnych knižníc pozíciu projektového manažéra a experta na komunikáciu s verejnosťou (prípadne na úrovni ŽSK, zriaďovateľa). Možná je pomoc takéhoto experta aj snahám mestských knižníc v pôsobnosti RK.

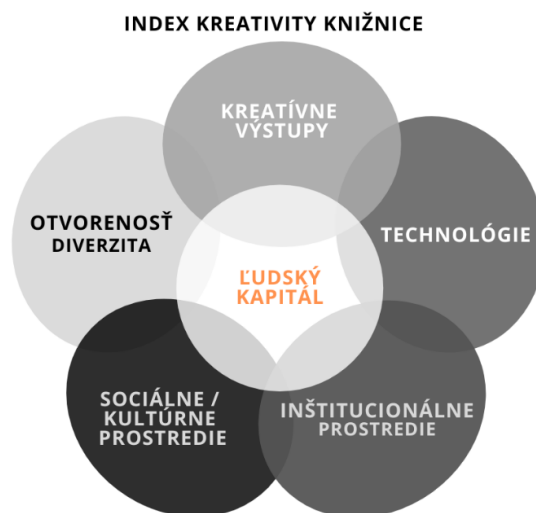
6 Kultúrne výstupy

- **Spoločný postup pri zavádzaní zmien**
 - na úrovni inštitúcie – knižnice: je vhodné pravidelné zisťovanie potrieb zamestnancov, zapájanie zamestnancov do diskusie o dôležitých úlohách a smerovaní knižnice – prínosom by mala byť dobrá informovanosť a zveľadenie pocitu zapojenia do chodu knižnice.
 - na úrovni skupiny inštitúcií – knižníc: kooperácia a spoločný postup pri získavaní financií pre digitálny čitateľský preukaz, či v projekte S knižnicou na každom kroku, jasne poukázal na dôležitosť spolupráce medzi knižnicami – prínosom by mali byť ľahšie dostupné i ďalšie potrebné technické, či iné inovácie v oblasti služieb.
 - Spoločné budovanie značky – aspoň na úrovni regiónu, resp. na úrovni kraja začať budovať spoločnú značku – prínos pre región môže byť v pozdvihnutí mestských knižníc v pôsobnosti regionálnej knižnice.
- Viacdrojové financovanie – iné príjmy – podnikanie – v súčasnom nastavení inštitúcií a nejasnosti, či už z ekonomického hľadiska, alebo z hľadiska pod-financovania inštitúcií, ktoré si nemôžu dovoliť zamestnanca vyťažiť ďalšou činnosťou, je rozbeh podnikateľskej činnosti knižníc pomerne nereálny. Zároveň je ochota knižníc na základe rozhovorov nízka, nakoľko sa hodnotia ako služby verejnosti.
- Reinvenčia - využívanie dostupných zdrojov novým inovatívnym spôsobom; Zmena paradigmy práce knižnice z toho čo používateľ očakáva od služieb pamäťových inštitúcií tak ako to bolo zaužívané, na posun k anticipácii a spolupráci inštitúcií s používateľmi čím vzniknú nové formy služieb.

Dodatočné:

- Informácie o počte KJ v knižniciach sú dostupné, nakoľko to vyplýva zo Štandardov pre verejné knižnice a tieto dáta budú potrebné pre implementáciu ROI.
- Manažment knižnice: mestské knižnice majú možnosť spojiť mesto s knižnicou v rámci rebrandingu identity mesta – miesta. Zmena spôsobu práce – v časoch krízy (napr. online), nezabúdať na ekologickú a digitálnu transformáciu pri rozvoji knižnice, komunikovať svoju hodnotu.

Súhrne môžeme konštatovať, že ľudský kapitál a vzdelávanie sa nachádzal v prepojení s každým pilierom kreativity. Preto sme aj graficky pozmenili pôvodný návrh EIK podľa KEA z roku 2006 a **do centra indexu kreativity inštitúcie – knižnice – sme umiestnili ľudský kapitál**, ktorého vysoká angažovanosť, ochota sa vzdelávať v rôznorodých oblastiach vrátane technológií, otvorenosť a tolerantnosť, sú potenciálom pre rozvoj kreatívnych a kultúrnych služieb pamäťových inštitúcií.



Obrázok 32 Index kreativity knižnice (vlastné spracovanie)

Čiastkovo sme sa už vyjadrili aj k výskumnej otázke č. 5, ktorá sa zameriavala na prípadnú zmenu kultúrnej politiky na národnej i regionálnej úrovni. V súhrne je možné konštatovať:

- **Koncepčné riešenie** je žiaduce na všetkých úrovniach (národná úroveň – regionálna úroveň – prístup zriaďovateľa)
- Je potrebné akcentovať kultúrne profesie a ich vzdelávanie, ale v nadväznosti na technické profesie, ktoré sú schopné implementovať technologické zmeny do prostredia kultúrnych inštitúcií. Nevyhnutnosťou je manažérske zázemie v kultúre, ktoré má holistické videnie. Takáto prepojenosť ponúka priestor na vznik inovácií a zvyšovanie konkurencieschopnosti všetkých participujúcich strán. Nevyhnutné je spracovať koncepciu vzdelávania knihovníkov.
- Viacdrojové financovanie – nastaviť jasné pravidlá pre prípadné podnikateľské aktivity knižníc.

Počas kvalitatívneho výskumu sme zistili, že na úrovni regionálnych knižníc ŽSK už odznela **dohoda o vytvorení pracovnej skupiny**, ktorá by sa mala vytvoriť v polovici roka 2022. Prínosom práce bolo zadefinovanie smerovania knižníc vychádzajúcich z teórie, ale aj spracovania dát z knižníc, ktoré mali poodhaliť reálny súčasný stav v knižniciach. Následná interpretácia a návrhy optimalizácie a koordinácie inštitúcií, knihovníkov i manažérov by mala napomôcť ďalšiemu rozvoju knižníc.

Výskum a jeho závery boli vyžiadané dvoma riaditeľmi regionálnych knižníc práve za účelom tvorby spoločnej stratégie rozvoja knižníc a mal by priniesť nové aspekty a prispieť tak k vhodnému nastaveniu ďalšieho smerovania knižníc. V rámci ďalšieho výskumu uvažujeme nad doplnením dát práve v užšej kooperácii a v súčinnosti s knižnicami. Diskusia v rámci knižníc môže priniesť zúženie niektorých pilierov a lepšie prispôsobenie sa ukazovateľom. Zároveň vidíme potenciál v tom, že prinášame nové pohľady na zaužívané stereotypy, či už zo strany knižníc, ale aj zo strany zriaďovateľov. Knižnica má veľa možností ako prispievať ku kreatívnemu ekosystému mesta i okolitých okresov. Pri tvorbe ďalšej stratégie bude možné z predloženého vychádzať a následne ju doplniť o avizovanú stratégiu KKP 2030, ktorá má byť publikovaná v septembri 2022.

Diskusia

Šírka a hĺbka výskumu bola pomerne veľká a preto bolo vynechaných ešte niekoľko možných ďalších faktorov, ktoré do práce neboli implementované pre jej veľký rozsah. Predpokladáme po doplnení dát dotazníka možnosť tieto dáta vyhodnotiť PCA metódou. Vplyv skúsenosti autora práce s prácou v knižnici, aj keď iného typu, bol určitým hendikepom, v zmysle istého ukotvenia v štandardoch pre prácu knižníc a práca sa preto snažila odhaliť ďalšie faktory, ktoré by pomohli hlbšie pochopiť tému pamäťových inštitúcií – knižníc z pohľadu KKP a kreatívnej ekonomiky. Zároveň bola táto skúsenosť aj výhodou pre orientáciu v problematike z pohľadu znalosti základných zákonov, či práce inštitúcií. Pri spracovaní dotazníka bolo aplikované prelínanie položiek, ktorých zámerom bolo identifikovať pravdivosť odpovedí, či prípadné odchýlenie sa od deklarovaného (napr. edičná činnosť). V budúcnosti zvážime, či ide o vhodný postup, aby nedošlo napríklad k odradeniu respondenta a tento postup prehodnotíme.

Limity

- Spolupráca so zamestnancami knižníc bola realizovaná na báze dobrovoľnosti, ochoty vyplniť dotazník, čo spôsobilo nedostatočnú spätnú väzbu. Z očakávaných 120 (na základe počtu knihovníkov v roku 2020) odpovedí bolo obdržaných len 34 vyplnených dotazníkov.
- Dostupnosť dát z menších knižníc, ktoré sú zriaďované mestom, bola pomerne nízka. Časť dát bola dostupná v súhrnných správach na webstránke Krajskej knižnice v Žiline, niektoré špecifické oblasti potrebné k nášmu výskumu (napr. počet VŠ študentov z počtu čitateľov) nebolo možné pre mestské knižnice získať, čo poukazuje na nekonzistentnosť zberu dát na rôznych úrovniach knižníc.
- Limitom pri realizácii výskumu bola pandemická situácia, nakoľko dopyt po dátach, či žiadosť o vyplnenie dotazníka ostala nenaplnená napr. aj z dôvodu uzatvorenia knižnice, či choroby zamestnanca. Zároveň na dopyt prišli odpovede, ktoré jasne odmietli participovať na výskume pre pracovnú vytáženosť.
- Aj napriek výberu len jedného typu inštitúcií, stále išlo o pomerne širokú bázu inštitúcií, ktorých hĺbkové spracovanie bolo náročnou úlohou a bolo by vhodné pri ďalšom zbere dát pre ostatné pamäťové inštitúcie disponovať tímom spolupracovníkov.
- Pre nízku návratnosť dotazníka a nekonzistentnosť dát sme nemohli štatisticky vyhodnotiť dáta a deskriptívne pomenovala faktory a merateľné ukazovatele, ktoré bolo možné implementovať do indexu kreativity. Pôvodne mal výskum spracovať dáta aj s matematicko-štatistickými metódami, ktoré boli vybrané na základe viacerých odborných publikácií (Hendl 2006; Rabušic, Soukup, Mareš 2019; Collinsová 2017).

Záver

Pamäťové inštitúcie ochraňujú a sprostredkovávajú kultúru a kultúrne dedičstvo, ktoré je zachované pre súčasné a budúce generácie, aby poznali minulosť svojich predkov, vážili si kultúrne hodnoty. Kultúrne dedičstvo nezahŕňa len pamiatky v podobe hradov, zámkov, monumentov, ale aj zbierkových predmetov vo forme knihy, rukopisu, umeleckého diela a podobne. V historickom vývoji zastávali postupne svoje miesto archívy, knižnice a najmä v novodobej histórii aj múzeá a galérie. Všetky typy pamäťových inštitúcií na Slovensku už postupne prešli transformáciou, ktorú priniesla zmena vo vedení štátu v roku 1989. Transformovali sa zákony, ktoré upravovali ich činnosť aj po vzniku Slovenskej republiky. Tie-to inštitúcie v prvom rade slúžili ako bohatý zdroj poznania a informácií, boli miestami na spoznávanie minulosti, vnímanie súčasného i minulého, získavanie vedomostí, či na stretnutia a diskusie. V súčasnosti čelia zmenám, ktoré majú vplyv na ich činnosť v oblasti technológií, udržateľnosti a zmenám v očakávaniach ich návštevníkov a zákazníkov aj vďaka posunu na sociálnej úrovni.

Zamerali sme sa na hlavné body - faktory, ktoré spájajú pamäťové inštitúcie, a to najmä knižnice s rozvíjajúcim sa sektorom kreatívnej ekonomiky. Kultúrno-kreatívny priemysel je zvlášť v súčasnosti trendom, o ktorom sa veľa hovorí a ku ktorému vznikali v posledných desaťročiach mnohé stratégie na úrovni celosvetovej, európskej či na úrovni národných iniciatív a politik.

Zámerom práce bolo vyzdvihnúť teoretické hľadiská prepojenia knižníc s kultúrnym a kreatívnym priemyslom a tým aj ich prepojenia na kreatívnu ekonomiku. Zároveň sme definovali možné faktory na úrovni knižníc, cez aplikáciu ktorých sme zadefinovali nastavenie indexu kreativity knižníc.

Prínosom výskumu bolo zistenie stavu mestských a regionálnych knižníc z pohľadu šiestich pilierov kreativity, zistenia o štatistike týchto inštitúcií, ale aj doplnenie úloh a návrhov optimalizácie a koordinácie týchto inštitúcií. Poukázali sme na základné argumenty pre výber EIK ako premisy pre riešenie témy výskumu a podrobne zanalyzovala tento nástroj na hodnotenie kreativity i jeho adaptáciu na úroveň inštitúcií a jeho prepojenie na kreatívnu ekonomiku cez index kreativity. Tu musíme poznamenať, že nebolo jej cieľom dogmaticky dokázať prepojenie IK inštitúcií s ekonomickým zhodnotením, skôr poukázať na náznaky vplyvu kreativity na efekty v tejto oblasti, neopomenúc ale to, že prínos kultúrnych inštitúcií je smerovaný aj mimo organizácie, na používateľov knižníc, ktorých potenciál a kreatívne myslenie nie je možné jednoducho zanalyzovať, ale je predpokladaným výsledkom kultúrnej a kreatívnej činnosti inštitúcií. Nebolo možné posudzovanie obmedziť len na ekonomické výkony, ale vnímali sme aj ďalšie „spillover“ efekty, ktoré knižnice produkujú, a na ktorých sa majú a môžu aktívne podieľať. Dôležitým poznatkom bola zmena vnímania indexu kreativity, kde na úrovni organizácií – knižníc, dochádza k posunu fokálneho bodu z kultúrnych výstupov na **ľudský kapitál**. Základným argumentom je identifikácia prepojení na vzdelávanie (formálne, neformálne, informálne – celoživotné) v každom z pilierov indexu kreativity. Toto poznanie môže byť rozhodujúcim pri ďalšom riešení problematiky prepojenia pamäťových inštitúcií na kultúrny a kreatívny priemysel a tým aj na kreatívnu ekonomiku.

Zoznam použitej literatúry

- ADORNO, Theodor W. a HORKHEIMER Max, 2002. *Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments* [online]. Ed. Mieke Bal a de Vries, Hent. Transl. Edmund Jephcott. Stanford: Stanford University. 2002 [cit. 2020-01-22]. ISBN 0-8047-3632-4. Dostupné na: https://monoskop.org/images/2/27/Horkheimer_Max_Adorno_Theodor_W_Dialectic_of_Enlightenment_Philosophical_Fragments.pdf
- BAKSHI, Hasan, Ian HARGREAVES and Juan MATEOS-GARCIA, 2013. *A manifesto for the creative economy*. [online] London: NESTA, 2013. [cit. 2019-10-08]. ISBN 978-1-84875-145-3. Dostupné na: <https://media.nesta.org.uk/documents/a-manifesto-for-the-creative-economy-april13.pdf>
- BALKÓCIOVÁ, M., 2008. Štandardy verejných knižníc v Slovenskej republike. [online] In: *ITlib 4/2008*. [cit. 2021-02-09]. Dostupné na: <https://itlib.cvtisr.sk/clanky/clanek1243/>
- BALOG, Miroslav a kol., 2013. *Inovatívne Slovensko* [online]. Bratislava: Slovenská inovačná a energetická agentúra, 2013 [cit. 2018-10-22]. ISBN 978-80-88823-55-1. Dostupné na: http://www.siea.sk/materials/files/inovacie/publikacie/publikacia_Inovativne_Slovensko_vychodiska_a_vyzvy_SIEA.pdf
- BALOG, Miroslav a kol., 2014. *Možnosti rozvoja kreatívneho priemyslu na Slovensku* [online]. Bratislava: Slovenská inovačná a energetická agentúra, 2014 [cit. 2020-02-22]. ISBN 978-80-88823-56-8. Dostupné na: https://www.siea.sk/materials/files/inovacie/publikacie/publikacia_Moznosti_rozvoja_kreativneho_priemyslu_wEb_SIEA.pdf
- BALOG, Miroslav, 2015. *Klastrová politika v podmienkach Slovenska*. [online]. Bratislava: SIEA, 2015. [cit. 2020-02-22]. ISBN 978-80-88823-62-9. Dostupné na: https://www.siea.sk/wp-content/uploads/inovacie/publikacie/studia_SIEA_Klastrova_politika_web.pdf
- BEDNÁŘ, Pavel, 2013. Kreativní klustry. In: Cikánek, M., 2013. *Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku*. II. Praha: Institut umění - Divadelní ústav, 2013, s. 138-147. ISBN 978-80-7008-274-4.
- BEDNÁROVÁ, L., H. JANÁKOVÁ a M. ZAJKO, 2015. *Analýza súčasného stavu v oblasti inovačných aktivít firiem a spolupráce akademického a priemyselného sektora. Návrhy riešení komplexnej podpory firiem*. [online]. Bratislava: CVTI, 2015. Kód ITMS Projektu: 26240220092. [cit. 2021-10-23]. Dostupné na: https://npc.cvtisr.sk/userfiles/Analiza_inovacie_v_podnikoch_dlha_verzia.pdf
- Boston's Creative Economy [online]. 2005 [cit. 2019-07-09]. Dostupné na: <http://www.bostonplans.org/getattachment/01dec82-3ba5-4dea-a8d1-fdeaa39495d6/>
- BMWi, 2019. *2019 Cultural and Creative Industries Monitoring Report. Summary* [online]. Berlin: BMWi, 2019 [cit. 2020-02-14]. Dostupné na: https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/cultural-and-creative-industries-monitoring-report-2019-summary.pdf?__blob=publicationFile&v=4
- BRÁZDILOVÁ, Magdaléna, 2014. *Dejiny pamiatkovej starostlivosti* [online]. © 2012, Pamiatkový úrad SR [cit. 2020-02-05]. Dostupné na: <https://www.pamiatky.sk/sk/page/dejiny-pamiatkovej-starostlivosti>

- BRITANNICA, 2021. Melvil Dewey. T. Editors of Encyclopaedia. [online] In: Encyclopedia Britannica. ©2021 [cit. 2021-12-22] Dostupné na: <https://www.britannica.com/biography/Melvil-Dewey>
- CEDEFOP, 2011. Working and aging. Guidance and counseling for mature learners. [online]. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011. [cit. 2020-02-13]. Dostupné na: https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/cedefop---working-and-ageing---guidance-and-counselling-for-mature-learners-3062_en.pdf
- CEDS, 2020. *O programe Kreativna Európa* [online]. 2020. [cit. 2020-02-21]. Dostupné na: <http://www.cedslovakia.eu/clanky/o-programe-kreativna-europa>
- CIGLAN, Ivan, 2019. Knižnica ako platforma kreatívneho priemyslu v 21. storočí [online]. In: *ITlib, Informačné technológie a knižnice 1/2019*, s. 19 – 23. [cit. 2021-01-12]. ISSN 1336-0779. Dostupné na: <https://digitalnakniznica.cvtisr.sk/zoom/3577/view?page=21&p=separate&search=kreat%C3%ADvna%20ekonomika&tool=search&view=0,170,2481,3338>.
- CIKÁNEK, M., 2009. Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku. Praha: Institut umění - Divadelní ústav, 2009. ISBN 978-80-7008-231-7.
- CIKÁNEK, M., 2013. Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku. II. Praha: Institut umění - Divadelní ústav, 2013. ISBN 978-80-7008-274-4.
- COLLINSOVÁ, Hilary, 2017. *Kreativní výzkum. Teorie a praxe výzkumu v oblasti tvůrčích odvětví*. Praha: Institut umění – Divadelní ústav, Barrister & Principal, 2017. ISBN 978-80-7008-386-4.
- COUNCIL OF THE EU, 2014. Priorities for the Work Plan for Culture 2015-2018. [online]. In: *Official Journal of the European Union* 23.12.2014, C 463/4. [cit. 2018-11-23]. Dostupné na: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2014.463.01.0004.01.ENG
- CREATING GROWTH, 2014. *Measuring cultural and creative markets in the EU. Study* [online]. © 2014 EYGM Limited. [cit. 2020-01-22]. Retrieved from: <http://www.creatingeurope.eu/en/wp-content/uploads/2014/11/study-full-en.pdf>
- CRUZ, Santos Sara a Aurora A. C. TEIXEIRA, 2015. The magnitude of creative industries in Portugal: what do the distinct industry-based approaches tell us? [online]. In: *Creative Industries Journal*, 2015, Vol. 8, No. 1, s. 85-102. [cit. 2021-02-10]. Dostupné na: <http://dx.doi.org/10.1080/17510694.2015.1050298>
- Cultural Heritage, 2017. Special Eurobarometer 466. Report. Europeans and Cultural Heritage. Slovakia [online]. © European Union, 1995-2019 [cit. 2020-02-09]. Dostupné na: https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/special-eurobarometer-europeans-and-cultural-heritage_sk.html
- CVTI, 2021. *Štatistická ročenka – vysoké školy. Študenti I. II. III. Stupňa podľa odborov a ročníkov*. [online] CVTI, 31.10.2021. [cit. 2022-05-02]. Dostupné na: https://www.cvtisr.sk/cvti-sr-vedecka-kniznica/informacie-o-skolstve/statistiky/statisticka-rocenka-publikacia/statisticka-rocenka-vysoke-skoly.html?page_id=9596
- ČOREJOVÁ, Tatiana a kol., 2015. *Dimenzie kreatívnych odvetví v žilinskom regióne*. Žilina: Žilinská univerzita v Žilina, 2015. ISBN 978-80-554-1085-2

DCMS, 2001. *Creative Industries Mapping Document 2001* [online]. London: DCMS, 2001 [cit. 2020-02-17]. Dostupné na: <https://web.archive.org/web/20080727060108/http://www.culture.gov.uk/images/publications/foreword.pdf>

DCMS, 2016. *DCMS Sectors Economic Estimates. Employment Update* [online]. © Crown copyright 2016. [cit. 2019-07-09]. Dostupné na: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/546262/DCMS_Sectors_Economic_Estimates_-_Employment.pdf

DENATALE, D. a G. H. WASSALL, 2007. *The Creative Economy: A New Definition. A Research Framework for New England and Beyond, Including an Economic Analysis of New England's Cultural Industries and Workforce*. Rapport produit pour le New England Foundation of the Arts (NEFA) [online]. Boston: NEFA. [cit. 2019-07-08]. Dostupné na: <https://www.nefa.org/sites/default/files/documents/ResearchCreativeEconReport2007.pdf>

DRONYUK, Ivanna, Iryna MOISEIENKO a Jan GREGUŠ, 2019. Analysis of Creative Industries Activities in European Union Countries. The International Workshop on Digitalization and Servitization within Factory-Free Economy. In: *Procedia Computer Science* 160 (2019), p. 479 – 484 [online]. November 4-7, 2019. Coimbra, Portugal. [cit. 2020-01-25]. Dostupné na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050919317612>

ECIA, 2020. *About ECIA* [online]. 2020. [cit. 2020-02-18]. Dostupné na: <http://eciaplatform.eu/about-ecia/>

European Union, 2021. *Creative Europe 2021-2027 programme brings €2.44 billion to support the cultural and creative sectors*. [online] Published 26. May 2021 [cit. 2022-02-02]. Dostupné na: <https://culture.ec.europa.eu/news/creative-europe-2021-2027-programme-launch>

ESSNET-CULTURE, 2012. *European Statistical System Network on Culture* [online]. FINAL REPORT. Luxembourg, 2012. [cit. 2019-07-08]. Dostupné na: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf

EUROPEAN COMMISSION, 2019. *Supporting cultural and creative sectors, Cultural and Creative Industries (CCIs) and related ecosystems* [online]. © European Union, 1995-2019. [cit. 2018-11-23]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries_en

EURÓPSKA KOMISIA, 2010a. *Zelená kniha – Uvoľnenie potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu* [online] 2010. Spravodajca Cappellini. [cit. 2020-01-22]. Dostupné na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef/language-en>

EURÓPSKA KOMISIA, 2010b. *Stanovisko Európskeho hospodárskeho a sociálneho výboru na tému „Zelená kniha – Uvoľnenie potenciálu kultúrneho a kreatívneho priemyslu“* [online]. 2010. Brusel. [cit. 2019-10-22]. Dostupné na: http://www.culture.gov.sk/extdoc/5041/STANOVISKO_EP

EURÓPSKA KOMISIA, 2016. *Spoločné oznámenie európskemu parlamentu a rade. Stratégia EÚ pre medzinárodné kultúrne vzťahy* [online]. [cit. 2020-01-22]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016JC0029&from=EN>

EURÓPSKA KOMISIA, 2018. *10 European Initiatives* [online]. 2018. [cit. 2020-02-15]. Dostupné na: https://ec.europa.eu/culture/content/heritage-related-skills_en

EURÓPSKA KOMISIA, 2021. Hlavné úspechy regionálnej politiky v rokoch 2014-2020 – Slovensko. [online] [cit. 2022-01-27] Dostupné na: https://ec.europa.eu/regional_policy/index.cfm/sk/policy/what/key-achievements/slovakia/

EÚ, 2008. Európska stratégia pre kultúru v globalizovanom svete. Uznesenie, 10. apríla 2008 In: *Úradný vestník Európskej únie*, 15.10.2009. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:247E:0032:0041:SK:PDF>

EÚ, 2017. Rozhodnutie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2017/864 zo 17. mája 2017 o Európskom roku kultúrneho dedičstva (2018). [online] In: *Úradný vestník Európskej únie* [online]. L 131/1. 20. 5. 2017. [cit. 2020-01-23]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32017D0864&from=EN>

EÚ, 2019. *Činnosti. Rok európskeho kultúrneho dedičstva* [online]. 2019 [cit. 2020-01-23]. Dostupné na: https://europa.eu/cultural-heritage/actions_sk.html

ELIAŠOVÁ, Silvia, 2019. Motívy a metódy výskumu múzejného publika s dôrazom na podmienky slovenského múzejníctva. [online]. In: *Muzeológia a kultúrne dedičstvo* [online]. Roč. 7, č. 1, s. 27-39. [cit. 2019-08-12]. Dostupné na: http://www.muzeologia.sk/index_htm_files/mkd_eliasova.pdf

EÚ, 2017. *Európsky rok kultúrneho dedičstva 2018*. [online]. © European Union, 1995-2019. [cit. 2020-02-09]. Dostupné na: https://europa.eu/cultural-heritage/about_en.html

European Union, 2020. *Creative Europe. Monitoring Report 2019*. [online]. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2020. [cit. 2021-03-19]. ISBN 978-92-76-18984-8. Dostupné na: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/f16e7fc0-ecc3-11ea-b3c6-01aa75ed71a1/language-en>

EUROSTAT, 2022. *General government expenditure by function*. [online] Eurostat.[cit. 2022-02-28] Dostupné na: <https://lnk.sk/llq0>

FLEW, Terry & Stuart CUNNINGHAM, 2010. Creative Industries after the First Decade of Debate. [online]. In: *The Information Society*, 26:2, 2010, s. 113-123. DOI: 10.1080/01972240903562753. [cit. 2020-05-11]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/41057846_Creative_Industries_After_the_First_Decade_of_Debate

FLEW, Terry, 2012. *The Creative Industries: culture and policy*. [online]. Los Angeles, Calif.: SAGE, 2012. [cit. 2020-06-02]. ISBN 978-1-84787-576-1. Dostupné na: <https://books.google.sk/books?id=UNwf-pWVBMgC&printsec=frontcover&hl=sk#v=onepage&q&f=false>

FLORIDA, Richard, 2002a. *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002. ISBN-13: 978-0465024766.

FLORIDA, R., Ch. MELLANDER a K. KING, 2015. *The Global Creativity Index 2015*. [online]. Toronto: Martin Prosperity Institute, July 2015. [cit. 2021-03-03]. ISBN 978-1-928162-02-5 Dostupné na: <https://budstars.com/martinprosperity/Global-Creativity-Index-2015.pdf>

- GAŠPARÍK, Jozef, KRAMMER Jozef a Alena VÁCLAVOVÁ, 2017. *Príležitosti kreatívnej ekonomiky* [online]. Bratislava: IA MPSVR SR, 2017. [cit. 2018-11-26]. ISBN 978-80-89837-28-1. Dostupné na: https://www.ia.gov.sk/data/files/NP_CSD_II/Analyzy/Stat/Prilezitosti_kreativnej_ekonomiky.pdf
- GAŽOVÁ, Viera, 2006. Definovanie kultúry, funkcie kultúry, kultúrna politika. In: *Kultúra v Európe v období súčasných zmien*. Zost. Mária Krištofičová. Bratislava: Slovenský odborový zväz kultúry a spoločenských organizácií, 2006, s. 4-13. ISBN 8-969638-0-5.
- GAŽOVÁ, Viera, 2014. Pojem kultúrneho priemyslu a jeho metamorfózy. [online]. In: *Acta Culturologica* Zv. 23. *Metamorfózy kultúrneho priemyslu*. Ed. Viera Gažová. Bratislava: Univerzita Komenského, 2014, s. 7-36. [cit. 2020-01-22]. ISBN 978-80-223-3729-8. Dostupné na: <http://docplayer.net/44351974-Acta-culturologica-zvazok-23-metamorfozy-priemyslu-kultury-viera-gazova-ed.html>
- GONDOVÁ, Daniela, 2018. Stratégia rozvoja slovenského knihovníctva z pohľadu knižníc [online]. In: *Kultúrne dedičstvo pre všetkých! Knižnice 2018. Celoslovenská odborná konferencia*. Bratislava: Slovenská asociácia knižníc, 2018, s. 20 – 27. [cit. 2021-01-11]. ISBN 978-80-972135-1-0. Dostupné na: http://www.sakba.sk/dokumenty/2018/Zbornik_kniznice_2018.pdf
- GRIFFITHS, J-M. et. al., 2004. *Taxpayer Return on Investment in Florida Public Libraries: Summary Report*. [online] September 2004. State Library and Archives of Florida. [cit. 2021-09-06]. Dostupné na: <https://cefa.fsu.edu/sites/g/files/imported/storage/original/application/19565558cdcebf1df3c8f7530352864a.pdf> a <https://dos.myflorida.com/library-archives/library-development/data/roi/>
- HAUTOVÁ, Júlia, 2008. Historický vývoj štátnych archívov na Slovensku. In: Júlia Ragačová ed. *Dejiny archívov na Slovensku*. Bratislava: MV SR, odbor archívov a registratúr, 2008, s. 14-19. ISBN 978-80-969122-8-5.
- HEATHER Carey, Rebecca FLORISSON and Lesley GILES, 2019. *Skills, talent and diversity in the creative industries*. Evidence synthesis and scoping: summary report. [online]. The Work Foundation, Lancaster University, November 2019. Creative Industries. Policy & Evidence Centre. Led by NESTA. [cit. 2021-01-04]. ISBN 978-1-913095-17-8. Dostupné na: https://www.lancaster.ac.uk/media/lancaster-university/content-assets/documents/lums/work-foundation/PEC-Evidence-synthesis-scoping_Work-Foundation-FINAL.pdf
- HECTOR, 2022. Hector Project - Industrial Heritage as key Competences for Tourist Operator Copyright. [online] ©2022 - Hector Project. [cit. 2021-08-09]. Dostupné na: <http://www.hector-training.eu/>
- HELLMUND, Tobias, Philipp HERTWECK, Désirée HILBRING et al., 2018. Introducing the HERACLES Ontology – Semantics for Cultural Heritage Management. [online]. In: *Heritage*, 1, 2018, p. 377–391. [cit. 2019-07-31]. Dostupné na: <https://www.mdpi.com/2571-9408/1/2/26/htm>
- HERITAGE-PRO, 2021. *Welcome to Heritage-Pro* [online]. © 2021 WordPress [cit. 2021-01-15]. Dostupné na: <https://heritage-pro.eu/>
- HESMONDHALGH, David, 2007. *The Cultural Industries*. Los Angeles: SAGE Publications, 2007. ISBN 978-1-41290-808-5
- HKU, 2010. *The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries* [online]. Utrecht: Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, 2008. [cit. 2020-01-15]. Dostupné na: http://kultur.creative-europe-desk.de/fileadmin/user_upload/The_Entrepreneurial_Dimension_of_the_Cultural_and_Creative_Industries.pdf

HORÁKOVÁ, Hana, 2012. *Kultura jako všelék. Kritika soudobých přístupů*. 1. vydanie. Praha: Sociologické nakladatelství SLON, 2012. ISBN 978-80-7419-103-9.

HORECKÁ, J. a R. NÉMETHOVÁ, 2019. *Zhrnutie výsledkov satelitného účtu kultúry a kreatívneho priemyslu SR (2012-2017)*. [online]. Edícia: Dokumenty. Bratislava: INFOSSTAT - Inštitút informatiky a štatistiky, december 2019. [cit. 2021-03-16]. Dostupné na: https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2020/10/Zhrnutie_vysledkov_SU_KKP_SR_2012-2017_web.pdf

HOSPODÁŘOVÁ, I., 2008. *Kreativní management v praxi*. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-6122-0.

HOWKINS, J., 2001. *The Creative Economy. How People Make Money From Ideas*. London: Penguin Books, 2001. ISBN-13: 978-0140287943.

CHCFE Consortium, 2015. *Cultural Heritage Counts for Europe* [online]. 2015 © Copyright CHCFE Consortium. [cit. 2020-01-22]. ISBN 978-83-63463-27-4. Dostupné na: https://issuu.com/europanostra/docs/chcfe_full-report/2

ICOM, 2017. *Code of Ethics for Museums* [online]. © ICOM, 2017. [cit. 2019-08-13]. ISBN 978-92-9012-420-7. Dostupné na: <https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/ICOM-code-En-web.pdf>

ICOMOS, 2002. Charta o kultúrnom turizme [online]. 2002. [cit. 2020-02-13]. Dostupné na: http://www.culture.gov.sk/extdoc/4271/Mexiko-Charta_o_kultur_turizme

IFLA, 2017. *Preserving Cultural Heritage. An IFLA Guide* [online]. 2017 [cit. 2020-01-31]. Dostupné na: <https://www.ifla.org/files/assets/hq/topics/cultural-heritage/documents/preserving-cultural-heritage.pdf>

IFLA, 2019a. *About IFLA*. [online]. 2019 [cit. 2020-02-13]. Dostupné na: <https://www.ifla.org/about>

IFLA, 2019b. *Manifest knižníc pre Európu* [online]. ©2019 IFLA. [cit. 2020-01-31]. Dostupné na: <http://www.infolib.sk/files/dokumenty/2019-librarymanifestoforeurope-sk.pdf>

IFLA, 2019c. *IFLA Strategy 2019-2024*. [online]. 2019. [cit. 2020-02-06]. Dostupné na: <https://www.ifla.org/strategy>

IFLA, 2020. *IFLA Coach Training*. [online]. [cit. 2021-09-03]. Dostupné na: <https://www.ifla.org/ifla-coach-training/>

IFLA, 2021. *Introducing: the 10-Minute Digital Librarian*. [online]. [cit. 2021-09-03]. Dostupné na: <https://blogs.ifla.org/lpa/2021/02/10/introducing-the-10-minute-digital-librarian/>

IFLA, 2022. *CPDWL Podcast Project*. [online] [cit. 2022-04-22]. Dostupné na: <https://anchor.fm/ifla-cpdwl>

JASOVÁ, Katarína a Alena VALJAŠKOVÁ, 2021. Možnosti budúcich trendov smerovania knižníc z pohľadu kultúrneho a kreatívneho priemyslu. [online]. In: *Knižnica : časopis pre knihovníctvo*. Roč. 22, č. 1 (2021), s. 28-38. Martin: Slovenská národná knižnica. ISSN (online) 1336-0965. Dostupné na: https://www.snk.sk/images/Edicna_cinnost/Casopis_Kniznica/2021/2021_04_23_04_Jasova.pdf

JAUROVÁ, Zora, 2013. Kreativne mestá. In: CIKÁNEK, M., 2013. *Kreativní průmysly - příležitost pro novou ekonomiku. II*. Praha: Institut umění - Divadelní ústav, 2013, s. 126-137. ISBN 978-80-7008-274-4.

JOHNOVÁ, Radka, 2008. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2724-0.

- KAČÍREK, Ľuboš, 2016a. *Kultúrne dedičstvo Slovenska*. Vysokoškolské skriptá [online]. Bratislava: Muzeológia a kultúrne dedičstvo, o. z. 2016. [cit. 2020-01-22]. ISBN 978-80-89881-05-5. Dostupné na: http://www.muzeologia.sk/index_htm_files/Kulturne_dedicstvo_Slovenska.pdf
- KATUŠČÁKOVÁ, M., 2009. Znalostný manažment [online]. In: Informačné technológie a knižnice. Roč. 2009, č. 4. [cit. 2020-02-05]. Dostupné na: https://itlib.cvtisr.sk/archiv/2009/4/znalostny-manazment.html?page_id=1060
- KATUŠČÁKOVÁ, M., 2010. *Manažment znalostí: Sociálne aspekty*. ŽU: Edis, 2010. ISBN 978-80-551-0244-4.
- KEA EUROPEAN AFFAIRS AND PPMI, 2019. *Research for CULT Comitee – Culture and creative sectors in EU – Key future developments, challenges and opportunities* [online]. © European Union, 2019. [cit. 2019-07-22]. Dostupné na: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629203/IPOL_STU\(2019\)629203_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/629203/IPOL_STU(2019)629203_EN.pdf)
- KEA EUROPEAN AFFAIRS, 2006. *The Economy of Culture in Europe* [online]. Kodaň: KEA European Affairs, 2006 [cit. 2020-02-17]. Dostupné na: http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
- KEA, 2009a. *Towards a culture-based creativity index. Measuring Creativity*. Conference proceedings [online]. Brussels 28-29 May 2009 [cit. 2018-11-26]. Dostupné na: https://www.mkcr.cz/assets/evropska-unie/dokumenty-evropske-komise/study_impact_cult_creativity_06_09.pdf or <https://www.yumpu.com/en/document/read/5542159/towards-a-culture-based-creativity-index-kea>
- KEA, 2009b. *The Impact of Culture on Creativity*. A Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture). [online]. June 2009. KEA European Affairs. [cit. 2020-12-29]. Dostupné na: <https://keanet.eu/wp-content/uploads/2019/09/impactculturecreativityfull.pdf>
- KEA, 2020. *Manifesto for a Modern Cultural Policy*. [online] Sep. 15, 2020. © Copyright KEA European Affairs 2021. [cit. 2021-10-09]. Dostupné na: <https://keanet.eu/manifesto-for-a-modern-cultural-policy/>
- KERN, Philip and Jan RUNGE (KEA European Affairs), 2009. KEA briefing: towards a culture-based creativity index. Summary of KEA's report. [online] In: *Measuring creativity: Proceedings for the conference, "Can creativity be measured?"* Brussels, May 28-29, 2009, s. 191-205. Ed. Ernesto Villalba. © European Union, 2009. [cit. 2020-12-29]. ISBN 978-92-79-12862-2. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/280083642_Measuring_creativity_Proceedings_for_the_conferenceCan_creativity_be_measured_Brussels_May_28-29_2009
- KELEMEN, J. a kol., 2008. *Kapitoly o znalostnej spoločnosti*. Prvé vydanie. Bratislava: JURA EDITION, 2008. ISBN 978-80-8078-209-2.
- KESNER, L., 2005. *Marketing a management múzeí a památek*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-1104-4.
- KIA, 2017. *Podporíme umenie, tradície aj záchranu historických pamiatok* [online]. Copyright © 2017 KIA Motors Slovakia [cit. 13-08-2019]. Dostupné na: <https://www.kia.sk/sk/clanok/podporime-umenie-tradicie-aj-zachranu-historickych-pamiatok>

KLASOVÁ, S. a O. HUDEC, 2015. Kreativita založená na kultúre: regionálne rozdiely na Slovensku. In: Kol. autorov, 2015. *KRENAR – Kreatívna ekonomika – národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly*. Milan Buček, Štefan Rehák, Oto Hudec (editori). 1. vydanie. Bratislava: EKONÓM, 2015, s. 46-75. ISBN 978-80-225-3954-8.

KLOUDOVÁ, Jitka, 2009. Kreativní ekonomika a její měření. [online] In: *Ekonomický časopis/Journal of Economics*, vol. 57, 2009, č. 3, s. 247-262. [cit. 2020-02-20]. ISSN 0013-3035. Dostupné na: <https://www.sav.sk/journals/uploads/0920144503%2009%20Kloudova.pdf>

KLOUDOVÁ, Jitka a kol., 2010. *Kreativní ekonomika. Trendy, výzvy, příležitosti*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-7345-2.

Košice, 2020. *Kreatívna Ekonomika. Master plan 2013-2015*. [online]. Copyright © 2020 Creative Industry Košice n.o. [cit. 2020-02-11]. Dostupné na: <https://www.cike.sk/wp-content/uploads/2019/01/masterplansk-web1.pdf>

Krajská knižnica v Žiline, 2021. *Z histórie*. [online] [cit. 2021-01-09]. Dostupné na: <https://www.krajskakniznicazilina.sk/index.php/o-kniznici/z-historie/>

KRATOCHVÍLOVÁ, Monika. Knižovna vec verejná – panelové diskuse v krajích nad súčasnosť a budúcnosť verejných knihojen. [online]. In: *Duha*, 2018, 32(3), s. 31-32. [cit. 2021-02-25]. ISSN 0862-1985. Dostupné na: <https://www.pablikado.cz/dokument/N8l5Tv3l1TBd9I70>

Kreatívna Európa, 2013. [online]. In: *Úradný vestník Európskej únie*, 20.12.2013, L 347/225. [cit. 2020-02-17]. Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1295&from=EN>

Kol. autorov, 2015. *KRENAR – Kreatívna ekonomika – národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly*. Milan Buček, Štefan Rehák, Oto Hudec (editori). 1. vydanie. Bratislava: EKONÓM, 2015. ISBN 978-80-225-3954-8.

Koncepcie CZV, 2016. [online] Schváleno Ústřední knihovnickou radou ČR na 38. zasedání dne 5.12.2016. [cit. 2021-05-25]. Dostupné na: <https://ipk.nkp.cz/docs/celozivotni-vzdelavani/koncepce-czv-pdf>

KUVÍKOVÁ, Helena, Jan STEJSKAL a Mária SVIDROŇOVÁ, 2014. *Neziskové organizácie – teoretické a ekonomické súvislosti*. Prvé vydanie. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, 2014. ISBN 978-80-557-0709-9

KUZMÍK, Jozef, 1968. Historické knižnice na Slovensku spravované Maticou slovenskou. In: *Knižničný zborník 1968*, I, s. 49-74 [online]. 1968 [cit. 2020-02-09]. Dostupné na: http://www.viks.sk/dkk/kz1968I_49_74.doc

KVASNIČKOVÁ, Adela, 2014. Kreatívny priemysel ako obrat v definíciách kultúry? In: *Acta Culturologica*. Zv. 23. *Metamorfózy kultúrneho priemyslu*. Ed. Viera Gažová. Bratislava: Univerzita Komenského, 2014, s. 37-60. ISBN 978-80-223-3729-8. [online] [cit. 2020-01-22]. Dostupné na: <http://docplayer.net/44351974-Acta-culturologica-zvazok-23-metamorfozy-priemyslu-kultury-viera-gazova-ed.html>

LEARN-IP, 2021. *Intellectual Property Rights and Geographical Indication Training for Cultural Heritage and Cultural Tourism*. [online] © 2021 LEARN-IP [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: <https://learn-ip.eu/>

- LENOVSKÝ, L. a kol., 2014. Hodnotiaci model kultúrneho potenciálu [online]. Nitra: Katedra manažmentu kultúry a turizmu FF UKF v Nitre, 2014 [cit. 2020-01-16]. ISBN 978-80-558-0726-3. Dostupné na: https://www.kmkt.sk/files/files/daaaf-UT_KD.pdf
- LERICHE, Frédéric a Sylvie DAVIET, 2010. Cultural Economy: An Opportunity to Boost Employment and Regional Development? [online] In: *Regional Studies*. 2010, roč. 44, č. 7, s. 807 – 811. [cit. 2021-03-20]. ISSN 1360-0591. doi:10.1080/00343401003732639. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/236670160_Cultural_Economy_An_Opportunity_to_Boost_Employment_and_Regional_Development
- LINHARTOVÁ, Jana a Kateřina TOMEŠKOVÁ, 2021. Memorandum o meziresortní spolupráci je na světě. [online]. In: *Duha: Informace o knihách a knihovnách z Moravy* 2021, 35(4) [cit. 2022-12-10]. ISSN 1804-4255. Dostupné na: <http://duha.mzk.cz/clanky/memorandum-o-meziresortni-spolupraci-je-na-svete>
- Liptovská knižnica GFB 2021.História. [online]. Liptovská knižnica GFB. [cit. 2021-03-26]. Dostupné na: <https://kniznicagfb.sk/historia/>
- LISÝ, Ján a kol., 2005. *Ekonomía v novej ekonomike*. Bratislava: Iura Edition, 2005. ISBN 80-8078-063-3
- LOR, P. J., 2019. What were librarians doing while Otlet was inventing documentation? The modernization and professionalization of librarianship during the Belle Époque. [online]. In: *JLIS.it*, 10, 3, September 2019, s. 18-33. ISSN 2038-1026. [cit. 2021-02-23]. Dostupné na: https://archive.org/details/jlis_it-12566
- MAP, 2022. Místní akční plán rozvoje vzdělávání. [online]. Místní akční plány © 2022 [cit. 2022-04-18]. Dostupné na: <https://www.mapvzdelavani.cz/>
- MATTELART, Armand a Jean-Marie PIEMME, 1982. Cultural industries: the origin of an idea. [online]. In: *Cultural industries. A challenge for the future of culture*. Paris: UNESCO, 1982, s. 51 – 61. [cit. 2022-01-17] ISBN 92-3-102003-X. Dostupné na: https://unesdoc.unesco.org/in/documentViewer.xhtml?v=2.1.196&id=p::usmarcdef_0000049972&file=/in/rest/annotationSVC/DownloadWatermarkedAttachment/attach_import_02d71049-61d9-4476-b63b-9c1675d0f9f8%3F_%3D049972engo.pdf&locale=en&multi=true&ark=/ark:/48223/pf0000049972/PDF/049972engo.pdf#%5B%7B%22num%22%3A3425%2C%22gen%22%3A0%7D%2C%7B%22name%22%3A%22XYZ%22%7D%2C-218%2C946%2C0%5D
- MAŤOVČÍK, Augustín, 2014. Gašpar Fejérpataky-Belopotocký. In: *Knižnica*, 2014, roč. 15, č. 1, s. 60-63. ISSN: 1336-0965. [online] [cit. 2020-02-09]. Dostupné na: http://www.snk.sk/images/Edicna_cinnost/Casopis_Kniznica/2014/Kniznica_2014_01.pdf
- MENGER, Pierre-Michel, 2010. *Cultural Policies in Europe. From a State to a City-Centered Perspective on Cultural Generativity* [online]. Tokyo: National Graduate Institute for Policy Studies, Discussion Paper 10-28, p. 1-9. [cit. 2020-01-10]. Dostupné na: <http://www.grips.ac.jp/>
- MF SR, 2020. *Revízia výdavkov na kultúru. Analýza*. [online] 15.7.2020 [cit. 2022-01-11]. Dostupné na: <https://www.mfsr.sk/sk/financie/hodnota-za-peniaze/revizia-vydavkov/kultura/>
- MH SR, 2015. *Koncepcia pre podporu startupov a rozvoj startupového ekosystému v Slovenskej republike* [online]. 2015 [cit. 2020-02-03]. Dostupné na: <https://www.mhsr.sk/uploads/files/pTlqvAqi.pdf>

MŠVVaŠ, 2018. *Národná klasifikácia vzdelania*. [online] 20.01.2018. [cit. 2022-01-13]. Dostupné na: <https://www.minedu.sk/data/files/3772.pdf>

Ministerstvo vnútra SR, 2022. *Dejiny archívu*. [online] © 2022 Ministerstvo vnútra SR. [cit. 2022-01-05]. Dostupné na: <https://www.minv.sk/?dejiny-archivu-1>

MIRRI SR, 2021. *Vízia a stratégia rozvoja Slovenska do roku 2030 – dlhodobá stratégia udržateľného rozvoja*. [online]. [cit. 2022-01-19]. Dostupné na: <https://www.mirri.gov.sk/wp-content/uploads/2021/01/SLOVENSKO-2030.pdf>

MK SR, 2003. *Národná správa o kultúrnej politike SR*. Správa skupiny Európskych expertov. Ministerstvo kultúry SR, 2003. ISBN 80-968317-1-2.

MK SR, 2009. *Zákon č. 206/2009 Z. z. o múzeách a o galériách a o ochrane predmetov kultúrnej hodnoty* [online]. Ministerstvo kultúry SR, 2009 [cit. 31-07-2019]. Dostupné na: <http://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/kulturne-dedicstvo-/muzea-a-galerie-eb.html>

MK SR, 2011. *Východiská koncepcie na podporu kultúrneho a kreatívneho priemyslu v Slovenskej republike* [online]. © 2020 Úrad vlády Slovenskej republiky, s. 3. [cit. 2020-01-19]. Dostupné na: <https://rokovania.gov.sk/RVL/Material/8110/1>

MK SR, 2014. *Východiská stratégie rozvoja kreatívneho priemyslu v SR* [online]. Bratislava: MK SR, 2014. [2018-11-20]. Dostupné na: <https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2019/12/Vychodiska-strategie-rozvoja-kreativneho-priemyslu-v-SR.pdf>

MK SR, 2015. *Medzinárodný program UNESCO „Pamäť sveta“* [online]. 2015 [cit. 2020-02-13]. Dostupné na: <http://www.culture.gov.sk/vdoc/241/medzinarodny-program-unesco-pamat-sveta-280.html>

MK SR, 2017. *Európsky rok kultúrneho dedičstva* [online]. 2017 [cit. 2020-02-13]. Dostupné na: <http://www.culture.gov.sk/posobnost-ministerstva/kulturne-dedicstvo-/ochrana-pamiatok/europsky-rok-kulturneho-dedicstva-31d.html>

MK SR, 2019a. Model centralizovanej podpory. Ilustratívny model fungovania kreatívnych centier v rámci PO3 IROP. Príloha č. 7. [cit. 2020-02-13]. Dostupné na: https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2019/12/Priloha_7_Model_centralizovanej_podpory2.pdf

MK SR, 2019b. *Výzva na zakladanie kreatívnych centier. Výzva – centralizovaná podpora* [online]. 2019 [cit. 2019-07-09]. Dostupné na: <http://www.culture.gov.sk/podpora-projektov-dotacie/irop-po3-mobilizacia-kreativneho-potencialu-v-regionoch-vyzva-centralizovana-podpora-2fe.html>

MK SR, 2019c. *Podrobná definícia odvetví kultúrneho a kreatívneho priemyslu. IROP 2014-2020. Prioritná os 3: Mobilizácia kreatívneho potenciálu v regiónoch*. [online] 2019 [cit. 2019-07-09]. Dostupné na: https://www.culture.gov.sk/wp-content/uploads/2019/12/Priloha_9_Definicia_KKP1.pdf

MK SR, 2020a. *Aktérov kultúrneho a kreatívneho priemyslu spája platforma ministerstva*. [online]. © MK SR, 10. decembra 2020. [cit. 2021-02-09]. Dostupné na: <https://www.culture.gov.sk/ministerstvo/medialny-servis/aktuality-ministerstva-kultury/akterov-kulturneho-a-kreativneho-priemyslu-spaja-platforma-ministerstva/>

- MK SR, 2020b. *Metodické usmernenie Ministerstva kultúry Slovenskej republiky č. MK-4315/2020-110/11107 z 21. júla 2020 na určenie štandardov pre verejné knižnice*. [online]. 2020. [cit. 2021-02-09]. Dostupné na: https://www.snk.sk/images/Informacie_pre/Kniznice_a_knihovnikov/Dokumenty_pre_knihovnikov/Metodicke_usmernenie_MK_SR_Standardy_pre_verejne_kniznice.pdf
- MK SR, 2021. *Reformy pre udržateľný rozvoj kultúry a kreatívneho priemyslu*. [online]. Marec 2021. [cit. 2021-03-12]. Dostupné na: <https://lnk.sk/kvei>
- MK SR, 2022. *Štátne štatistické zisťovanie v oblasti kultúry za Slovenskú republiku – výsledky za rok 2020*. [online]. Aktualizované: 19. augusta 2021. [cit. 2021-10-05]. Dostupné na: <https://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury/vysledky/statne-statisticke-zistovanie-v-oblasti-kultury-za-slovensku-republiku-za-rok-2020/>
- MLEJOVÁ, Helena. 2018. *Strategický plán 2019 – 2022* [online]. Verejné knižnice. Bibliosféry 2018. Prezentácia. [cit. 2019-12-14]. Dostupné na: <http://bibliosfery.schk.sk/wordpress/vystupy-z-podujati/bibliosfery-2018/>
- MRUŠKOVIČ, Štefan, Jolana DARULOVÁ a Štefan KOLLÁR, 2005. *Múzejníctvo, muzeológia a kultúrne dedičstvo*. Banská Bystrica: UMB, 2005. ISBN 80-8083-160-2.
- MRVA, Marián, 2007. Kultúrne dedičstvo a možnosti jeho využitia v kultúrnom turizme s prihliadnutím na Žilinu a projekt Múzejná štvrť – Trojbrežie. In: *Žilinský región v dejinách Slovenska. Sídla a krajina*. Žilina: Považské múzeum, 2007. ISBN 978-80-88877-47-9.
- MŠVVaŠ, 2018. *Národná klasifikácia vzdelania*. [online] 20.01.2018. [cit. 2022-01-13]. Dostupné na: <https://www.minedu.sk/data/files/3772.pdf>
- MURGAŠ, F. a M. ŠEVČÍKOVÁ, 2011. *Geografický prístup k meraniu kreatívneho kapitálu Prípadová štúdia: Index kreatívneho kapitálu Slovenska*. In: *Creative and Knowledge Society*, Issue 2, December 2011. [cit. 2021-12-14]. ISSN 1338-5283. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/293452554_Geograficky_prístup_k_meraniu_kreativneho_kapitalu_Prípadoва_studia_Index_kreativneho_kapitalu_Slovenska
- MURPHY, Robert F., 1999. *Úvod do kulturní a sociální antropologie*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1999. ISBN 80-85850-53-2
- MV SR, 2020a. Archívy, registratúry, heraldika. © 2020 Ministerstvo vnútra SR. Dostupné na: <https://www.minv.sk/?archivnictvo-a-heraldika> ;
- MV SR, 2020b. Archívnictvo v Slovenskej republike. © 2020 Ministerstvo vnútra SR. [online] [cit. 2020-02-09]. Dostupné na: <https://www.minv.sk/?archivnictvo-v-slovenskej-republike>
- MV SR, 2022. *Štátne archívy na Slovensku*. © 2022 Ministerstvo vnútra SR. [cit. 2022-01-10]. Dostupné na: <https://www.minv.sk/?statne-archivy-na-slovensku>
- Mu.SA, 2020. *Mu.SA Project* [online]. Copyright © 2018. [cit. 2020-02-16]. Dostupné na: <http://www.project-musa.eu/about/>
- NEULOGY, 2013. *Správa o stave a potenciáli kreatívneho priemyslu na Slovensku*. [online]. Vypracované spoločnosťou Neulogy, a.s. na základe zmluvy o dielo MK – 51/2013/M pre Ministerstvo kultúry SR. November

2013. [cit. 2021-03-11]. Dostupné na: <https://docplayer.sk/198839585-Spr%C3%A1va-o-stave-a-potenci%C3%A1li-kreat%C3%ADvneho-priemyslu-na-slovensku.html>

NK ČR, 2020. *Koncepcie rozvoje knihoven v České republice na léta 2021–2027 s výhledem do roku 2030*. Knihovny – pilíře občanské společnosti, vzdělanosti a kultury. Praha: NK ČR, 2020. [cit. 2022-03-19]. ISBN 978-80-7050-735-3. Dostupné na: <https://ipk.nkp.cz/docs/koncepcie-rozvoje-knihoven-2021-2027>

O'BRIEN, Dave, 2015. *Kulturní politika. Management, hodnota a modernita v kreativních průmyslech*. 1. vydanie. Z ang. originálu Cultural Policy: Management, Value and Modernity in the Creative Industries. Prekl. Jana Orgocká. Brno: Barrister & Principal, o.p.s.; Institut umění – Divadelní ústav, 2015. ISBN 978-80-7008-356-7.

OECD, 2001. *The Wellbeing of Nations. The Role of Human and Social Capital*. [online] © OECD 2001. ISBN 92-64-18589-5 [cit. 2021-03-28] Dostupné na: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264189515-en.pdf?expires=1648457322&id=id&accname=guest&checksum=D851E621F4E2178FA749ECFB147B58BE>

PALLANT, Julie, 2011. *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using the SPSS Program*. 4th edition. Australia: Allen & Unwin, 2011. ISBN 978-1-74237-392-8.

PAVLÍKOVÁ, Barbara a Roman ZIMA, 2014. *Kulturná politika Európskej únie*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2014. ISBN 978-80-558-0603-7.

PETRÍKOVÁ, Katarína, Anna VAŇOVÁ a Kamila BORSEKOVÁ, 2015. The role of creative economy in Slovak Republic. In: *AI & Society, Journal of Knowledge, Culture and Communication* (2015), Vol. 30, N. 2, p. 271-281. DOI 10.1007/s00146-013-0508-5. [cit. 2021-04-11]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/272031129_The_role_of_creative_economy_in_Slovak_Republic

PETRUSEK, Miloslav, 2007. *Společnosti pozdní doby*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2007. ISBN 978-80-86429-63-2.

PODUŠELOVÁ, Gabriela, 2010. Legislatíva pri odbornej ochrane predmetov kultúrnej hodnoty. [online]. In: *Odborná ochrana zbierkových predmetov*. Zborník príspevkov z konferencie. Bratislava: STM, 2010, s. 7-15. [cit. 2020-10-09]. ISBN 978-80-970250-2-1. Dostupné na: https://www.snm.sk/swift_data/source/odborna_verejnost/odporucana_literatura/zbornik_OOZP_webSTM.pdf

POTTS, A., 2021. *European Cultural Heritage Green Paper*. [online] Europa Nostra: The Hague & Brussels, 2021. [cit. 2021-06-12]. Dostupné na: https://issuu.com/europanostra/docs/20210322-european_cultural_heritage_green_paper_fu

POWTER, Andrew and Susan ROSS, 2005. Integrating Environmental and Cultural Sustainability for Heritage Properties. [online]. In: *APT Bulletin: The Journal of Preservation Technology* [online]. Vol. 36, No. 4, Sustainability and Preservation (2005), pp. 5-11. [cit. 2019-07-29]. Dostupné na: https://www.jstor.org/stable/40003157?read-now=1&seq=1#page_scan_tab_contents

PRAVDOVÁ, Hana, 2015. *Manažment a marketing v kultúrnych inštitúciách*. Bratislava: Univerzita Komenského, 2015. ISBN 978-80-223-4027-4.

PROKOPOVÁ, Alena, 2012. Nové médiá vo vzdelávaní a v profesionálnom raste knihovníkov. In: *Knižnica : časopis pre knihovníctvo*. Roč. 13, č. 11-12 (2012), s. 46-47. Martin: Slovenská národná knižnica. ISSN 1335-7026.

PRUDOVIČ, Marek, 2018. Múzeá a ich návštevnosť. In: *Acta regionalia*, roč. III/IXX, č. 1-2, s. 389-400. ISSN 2453-9252.

RAGAČOVÁ, Júlia, 2008. Z dejín špecializovaných verejných archívov na Slovensku. In: *Dejiny archívov na Slovensku*. Júlia Ragačová ed. Bratislava: MV SR, odbor archívov a registratúr, 2008, s. 119-125. ISBN 978-80-969122-8-5.

REHÁK, Štefan a Miroslav Šipikal, 2011. *Kvalitatívne metódy v regionálnom výskume*. Skriptá. Bratislava: Ekonomická univerzita, 2011. ISBN 978-80-225-3166-5.

REHÁK, Štefan, 2015. Kreatívna ekonomika – Konceptné vymedzenie. In: Kol. autorov. *KRENAR: kreatívna ekonomika - národohospodárske a regionálne podmienky a stimuly*. 1. vydanie. Bratislava: Ekonóm, 2015, s. 9-28. ISBN 978-80-225-3954-8.

ŘEHÁK, Tomáš a kol. 2015. *Neocenitelné služby knihovny a jak je ocenit*. Příručka ROI. [online] © Městská knihovna v Praze. [cit. 2021-08-30] Dostupné na: <https://www.mlp.cz/cz/dokumenty/?act=get&check=f7f156c3df31369dde6845e4954233d7&id=1482&noinc=1>

RISTVEJ, Jozef a Katarína KAMPOVÁ, 2010. *Vedecké Metódy*. [online]. In: Trilobit. Odborný vedecký časopis, č. 1/2010. [cit. 2020-12-02]. Dostupné na: <http://trilobit.fai.utb.cz/vedecke-metody>

RÖMEROVÁ, E., 2010. Fenomén kreatívnych průmyslů - nová příležitost růstu globální ekonomiky. [online]. In: *Ekonomika a management* 2/2010. [cit. 2020-01-22]. ISSN 1802-8934. Dostupné na: <https://www.vse.cz/eam/96>

ROSTÁŠOVÁ, M. a A. CHRENKOVÁ, 2011. Kreatívna ekonomika a regionálny rozvoj – nové výzvy pre výskumnú činnosť univerzít. [online]. In: *Význam ľudského potenciálu v regionálnom rozvoji*. 2. ročník. Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie, 22.-24. septembra 2011, Dudince. Podhájska: Východoeurópska agentúra pre rozvoj n.o., 2011, s. 259-270. [cit. 2021-02-25]. ISBN 978-80-970277-8-0. Dostupné na: <https://www.eeda.sk/dok/publikacie/zborniky/2011-zbornik-ludsky-potencial.pdf>

SAKÁLOVÁ, Elena, 1995. *Knižničný manažment*. Bratislava: CVTI SR, 1995.

SAVA, Diana a Alina BADULESCU, 2017. The Creative Economy: Facts and Figures.

In: *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences* [online]. Tom. XXVI. 2nd issue. December 2017. [cit. 2018-11-20]. Dostupné na: https://www.researchgate.net/publication/322631634_The_creative_economy_facts_and_figures

SHAFFER, Gary L., 2020. *Emotional Intelligence and Critical Thinking for Library Leaders*. Fundamentals of Library Management. [online databáza]. ProQuest Ebook Central, Emerald Publishing Limited, 2020. [cit. 2022-04-05]. ISBN 978-1-78973-969-8. Dostupné na: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uniza-ebooks/detail.action?docID=6143777>

SMITH, Adam, 2007. *Wealth of Nations*. [online]. Copyright © MetaLibri 2007. [cit. 2020-12-12]. Dostupné na: https://www.ibiblio.org/ml/libri/s/SmithA_WealthNations_p.pdf

Smernica IFLA pre služby verejných knižníc, 2010. Preklad Stasselová, S. [online]. In: *Knižnica*. Roč. 12, 2011, č. 11-12, s. 14-28. [cit. 2020-02-20]. Dostupné na: http://www.snk.sk/images/snk/casopis_kniznica/2011/november_december/14.pdf

- SNG, 2020. *História SNG*. [online]. Slovenská národná galéria © 2020 [2020-02-20]. Dostupné na: <https://www.sng.sk/sk/o-galerii/historia>
- SNK, 2014. *Ústredná evidencia HKF a HKD*. [online]. Copyright © 2014 Slovenská národná knižnica. [cit. 2019-07-29]. Dostupné na: <http://snk.sk/sk/zbierky-a-zdroje/historicke-kniznicne-dokumenty-a-fondy/ustredna-evidencia-hkd-a-hkf.html>
- SODB, 2021. *Počet obyvateľov podľa najvyššieho dosiahnutého vzdelania v SR k 1. 1. 2021*. [online] © 2022 www.statistics.sk [cit. 2022-04-21]. Dostupné na: <https://www.scitanie.sk/obyvatelia/zakladne-vysledky/struktura-obyvatelstva-podla-vzdelania/SR/SK0/SR>
- SOUKUP, Václav, 2000. *Přehled antropologických teorií kultury*. [online]. Praha: Portál, 2020. [cit. 2021-04-12]. ISBN 80-7178-929-1. Dostupné na: <http://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2020/04/P%C5%99ehled-antropologick%C3%BDch-te%C3%B3rii-kult%C3%BAry.pdf>
- SRI, 2022. *Sektorová rada pre kultúru a kreatívny priemysel. Identifikácia kľúčových trendov a zmien ovplyvňujúcich sektor*. [online] Sektorovo riadené informácie. Copyright © 2022 [cit. 2022-03-13]. Dostupné na: <https://www.sustavapovolani.sk/sektorove-rady/sektorova-rada-pre-kulturu-a-kreativny-priemysel/o-sektore/identifikacia-klucovych-trendov-a-zmien-ovplyvnujucich-sektor/>
- STASSELOVÁ, Silvia, 2013. Úvod. In: *INFOS 2013*, s. 2-3. Bratislava: Spolok slovenských knihovníkov, 2013. ISBN 978-80-89586-07-3.
- STASSELOVÁ, Silvia, 2014. Míľniky rozvoja slovenského knihovníctva po roku 1989. 25 rokov po zmene spoločenských pomerov na Slovensku. [online]. In: *Knižnica*, roč. 15, č. 3, 2014, s. 3-20. [cit. 2020-02-09]. ISSN 1336-0965. Dostupné na: http://www.infolib.sk/files/aktuality/historia_slovenskeho_knihovnictva_po_1989_casopis_kniznica_3_2014.pdf
- STEINEROVÁ, Jela. 2000. Základy filozofie človeka v knižničnej a informačnej vede. In: KIMLIČKA, Š., J. STEINEROVÁ, G. ŽIBRITOVÁ a D. KATUŠČÁK, 2000. *Knižničná a informačná veda na prahu informačnej spoločnosti. Filozofický, systémový a historický pohľad*. Bratislava: Stimul, 2000, s. 9 - 55. ISBN 80-88982-29-4.
- STEJSKAL, Jan a Jaroslav KOVÁRNÍK, 2009. *Regionální politika a její nástroje*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-588-2.
- STEJSKAL, Jan a Petr HÁJEK, 2015. Evaluating the economic value of a public service – the case of the Municipal Library of Prague. [online] In: *Public Money & Management*, 35, 2, 2015, s. 145-152. [cit. 2021-10-02]. Dostupné na: <http://dx.doi.org/10.1080/09540962.2015.1007711>
- ŠIMKOVIČ, Jakub. 2016. *Kreatívny priemysel v Európe a na Slovensku* [online]. In: *Euractiv. Policy Briefs*, 18.2.2016. [cit. 2021-01-11]. Dostupné na: <https://euractiv.sk/section/veda-a-inovacie/linksdossier/kreativny-priemysel-v-europe-na-slovensku/>
- Štatistický úrad SR, 2016. *Slovenská republika a ciele udržateľného rozvoja Agendy 2030* [online]. 2016 [cit. 2019-12-18]. ISBN 978-80-8121-544-5. Dostupné na: https://phf.euba.sk/www_write/files/slides/2017-11-13-Agenda-2030.pdf

ŠÚ SR, 2020. *Krajské mestá z pohľadu kvality života 2020*. [online] © Štatistický úrad SR, 12.05.2020. [cit. 2020-10-07]. ISBN 978-80-8121-814-9 (online) Dostupné na: Krajské mestá z pohľadu kvality života (statistics.sk)

Štatistický úrad SR, 2021a. *Galérie* [online]. © Štatistický úrad SR, 15.12.2021. [cit. 2022-02-08]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/ku3003rr/v_ku3003rr_00_00_00_sk

Štatistický úrad SR, 2021b. *Knižnice* [online]. © Štatistický úrad SR, 31.8.2021. [cit. 2022-02-17]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/ku5008rr/v_ku5008rr_00_00_00_sk

Štatistický úrad SR, 2021c. *Knižnice* [online]. © Štatistický úrad SR, 15.12.2021. [cit. 2022-02-17]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/ku3005rr/v_ku3005rr_00_00_00_sk

Štatistický úrad SR, 2021d. *Múzeá a galérie* [online]. © Štatistický úrad SR, 31.8.2021. [cit. 2022-02-08]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/ku5005rr/M%C3%BAze%C3%A1%20a%20gal%C3%A9rie%20%5Bku5005rr%5D

Štatistický úrad SR, 2021e. *Múzeá* [online]. © Štatistický úrad SR, 15.12.2021. [cit. 2022-02-08]. Dostupné na: http://datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_SK_WIN/ku3004rr/v_ku3004rr_00_00_00_sk

Štatistický úrad SR, 2022. *Štátne štatistické zisťovanie v oblasti kultúry za Slovenskú republiku – výsledky za rok 2020*. [online]. © Štatistický úrad SR, 19.8.2021. [cit. 2022-02-01]. Dostupné na: <https://www.culture.gov.sk/ministerstvo/statistika-kultury/vysledky/statne-statisticke-zistovanie-v-oblasti-kultury-za-slovensku-republiku-za-rok-2020/>

ŠULLOVÁ, Zuzana, 2018. Vízia a trendy vs. realita v múzeách na Slovensku na príklade Slovenského technického múzea. In: *Kultúrne dedičstvo pre všetkých“ Knižnice 2018* [online]. Celoslovenská odborná konferencia. Bratislava: SAK, 2018, s. 3-9. [cit. 2020-02-08]. ISBN 978-80-972135-1-0. Dostupné na: http://www.sakba.sk/dokumenty/2018/Zbornik_kniznice_2018.pdf

TAJTÁKOVÁ, Mária a kol., 2010. *Marketing kultúry. Ako osloviť a udržať si publikum*. 1. vydanie. Bratislava: EUROKÓDEX, 2010. ISBN 978-80-89447-29-9.

TAJTÁKOVÁ, Mária, NOVÁ Jana a Ladislav BEDŘICH, 2016. *Marketing neziskových organizácií, športu a kultúry*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2016, s. 148-194.

TRUNEČEK, Jan, 2004a. *Management znalostí*. 1. vydanie. Praha: C.H.Beck, 2004. ISBN 80-7179-884-3.

TRUNEČEK, Jan, 2004b. *Znalostní podnik ve znalostní společnosti*. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 80-8641-967-3.

UK Creative Industries: *International Strategy*, 2014 [online]. UK Trade & Investment, 2014. © Crown Copyright [cit. 2018-11-27]. Dostupné na: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/329061/UKTI_Creative_Industries_Action_Plan_AW_Rev_3.0_spreads.pdf

UNCTAD, 2008. *Creative Economy Report 2008. The Challenges of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making* [online]. Copyright © United Nations 2008. [cit. 2018-11-29]. ISBN 978-0-9816619-0-2. Dostupné na: https://unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf

- UNCTAD, 2010. *The Creative Economy Report. The Creative Economy: A Feasible Development Option* [online]. 2010. [cit. 2018-11-20]. Dostupné na: https://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf
- UNESCO, 1972. *Dohovor o ochrane svetového kultúrneho a prírodného dedičstva*. [online] 1972. [cit. 2020-02-03] Dostupné na: http://www.pamiatky.sk/content/data/File/pamiatkovy_urad/evidencia_pamiatok/SKD/dohovor_skd.pdf
- UNESCO, 1982. *World Conference on Cultural Policies*. [online]. Final Report. Mexico City, 26. July – 6. August 1982. Paris: UNESCO, november 1982. [cit. 2021-03-17]. Dostupné na: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000052505>
- UNESCO, 2019. *Culture 2030 indicators. Thematic indicators for Culture in the 2030 Agenda* [online]. © UNESCO, 2019. Paris: UNESCO. [cit. 2020-01-15]. ISBN 978-92-3-100355-4. Dostupné na: <http://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562>
- UNESCO, 2003. *Nehmotné kultúrne dedičstvo SR* [online]. 2003 [cit. 2020-01-27]. Dostupné na: <http://www.unesco.sk/nehmotne-kulturne-dedicstvo-SR>; <http://www.unesco.sk/nehmotne-kulturne-dedicstvo-SR>
- UNESCO, 2005a. *Dohovor o ochrane a podpore rozmanitosti kultúrnych prejavov* [online]. 2005. [cit. 2020-02-09]. Dostupné na: <https://www.ludovakultura.sk/wp-content/uploads/2017/09/2-1-3-Dohovor-o-rozmanitosti.pdf>
- UNESCO, 2005b. *Dohovor o ochrane a podpore rozmanitosti kultúrnych prejavov* [online]. 2005, s. 8. [cit. 2020-02-09]. Dostupné na: <https://www.ludovakultura.sk/wp-content/uploads/2017/09/2-1-3-Dohovor-o-rozmanitosti.pdf>
- UNESCO, 2017a. *Creative Industries* [online]. © UNESCO 2017. [cit. 2018-11-27]. Dostupné na: <http://www.unesco.org/new/en/santiago/culture/creative-industries/>
- UNESCO, 2017b. *Definition of the cultural heritage* [online]. © UNESCO 2017 [cit. 29-07-2019]. Dostupné na: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/definition-of-the-cultural-heritage/>
- VALJAŠKOVÁ, Alena, 2019a. Work 4.0 Project and its interconnection to the capability of Memory institution to be active players in Cultural Industry in Slovakia. In: *The Impact of Industry 4.0 on Job Creation. International Scientific Conference* [online]. 22nd of November 2018. Trenčín: Alexander Dubček University, 2019, s. 217-225. [cit. 2020-01-22]. ISBN 978-80-8075-837-0. Dostupné na: <https://fsev.tnuni.sk/konferencia2018/Zbornik-industry-4-0.pdf>
- VALJAŠKOVÁ, Alena, 2019b. Terminológia a teoretické poznatky rozvoja kultúrneho priemyslu v kontexte EÚ a Slovenska. In: *MKD Revue 1/2019*, s. 1-10. [online] 2019 [cit. 2020-01-22]. ISSN 1339-777X. Dostupné na: https://fhv.uniza.sk/mkd_revue/01_2019/01_2019_valjaskova.pdf
- VALJAŠKOVÁ, Alena, 2020. Reinvenčia ako nevyhnutná súčasť kultúrnych i ekonomických aspektov organizácie a jej vplyv na propagáciu kultúrneho dedičstva v pamäťových inštitúciách v 21. storočí. [online] In: *Kultúrne dedičstvo v 21. storočí*. Zborník z konferencie. 23. – 24. október 2019. Žilina: Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva, Fakulta humanitných vied, Žilinská univerzita, 2020, s. 23-32. ISBN 978-80-89832-20-0. [cit. 2021-01-13]. Dostupné na: <https://kmkd.fhv.uniza.sk/index.php/kulturne-dedicstvo-v-21-storoci>

VALJAŠKOVÁ, Alena a Katarína JAŠOVÁ, 2021. Trendy v smerovaní knižníc z pohľadu kultúrneho a kreatívneho priemyslu. [online] In: *Knihovny súčasnosti 2021 : zborník z 29. ročníku konferencie*, 07.09.2021-09.09.2021, Pedagogická fakulta Univerzity Palackého, Olomouc, Česko. Zost. Chrušćová, Veronika. 1. vyd. Praha: Sdružení knihoven ČR, 2021, s. 209-222. [cit. 2022-02-23]. ISBN 978-80-86249-94-0. Dostupné na: https://sdruk.cz/wp-content/uploads/2022/01/knihovny_soucasnosti_2021-final.pdf

VAŇOVÁ, Anna a kol., 2016. *Kreatívne odvetvia ako zdroj nehmotných aktív v kontexte inteligentného rozvoja a inovácií*. 1. vydanie. Banská Bystrica: Belianum, Vydavateľstvo Univerzity Mateja Bela, 2016. ISBN 978-80-557-1173-7.

VEČEREK, Roman, 2021. S knižnicou na každom kroku. [online]. Oravská knižnica, 17. septembra 2021 [cit. 2022-04-26]. Dostupné na: <https://oravskakniznica.sk/s-kniznicou-na-kazdom-kroku-2/>

Vstupní analýza současných vazeb trhu práce se sektorem Kultura, 2008. [online]. Studie, MPS [cit. 2018-11-26]. Dostupné na: http://www.culturenet.cz/aktuality/vstupni-analyza-soucasnych-vazeb-trhu-prace-se-sektorem-kultura-studie/n:3556/?id=49&news_id=3556

WEF, 2015. *The Human Capital Report 2015*. [online] World Economic Forum® 2015. [cit. 2022-01-23]. ISBN 978-92-95044-49-4. Dostupné na: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Human_Capital_Report_2015.pdf

WARREN, Irene, 1901. Library Economy. [online] In: *The Elementary School Teacher and Course of Study*. Vol. 2, No. 1., p. 86-87. The University of Chicago Press, 1901. [cit. 2021.02-12]. Dostupné na: <https://dx.doi.org/10.1086/452968>.

Zákon č. 49/2002 Z. z. o ochrane pamiatkového fondu.

Zákon č. 395/2002 Z. z. o archívoch a registratúrach a o doplnení niektorých zákonov.

Zákon č. 369/1990 Zb. o obecnom zriadení.

Zákon č. 302/2001 Z. z. o samospráve vyšších územných celkov (zákon o samosprávnych krajocho).

Zákon č. 91/2001 Zb. z. Deklarácia Národnej rady SR o ochrane kultúrneho dedičstva z 28. februára 2001.

Zákon č. 206/2009 Z. z. o múzeách a o galériách a o ochrane predmetov kultúrnej hodnoty a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. z. o priestupkoch v znení neskorších predpisov.

Zákon č. 126/2015 Z. z. o knižniciach a o zmene a doplnení zákona č. 206/2009 Z. z. o múzeách a o galériách a o ochrane predmetov kultúrnej hodnoty a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov v znení zákona č. 38/2014 Z. z.

ZELINSKÝ, M. a kol., 2012. *Teorie a praxe kulturních průmyslů*. Bratislava: EUROKÓDEX, 2012. ISBN 978-80-89447-83-1.

ZVKS, 2018. *Správa o knižnom trhu 2018* [online]. Združenie vydavateľov a kníhkupcov SR.[cit. 2020-02-14]. Dostupné na: https://zvks.sk/wp-content/uploads/2019/10/Knizny-trh_2018.pdf

ŽSK, 2020. *Odbor kultúry* [online]. Copyright © 2012 VÚC Žilina. [cit. 2020-02-13]. Dostupné na: <http://www.zilinskazupa.sk/sk/samosprava/urad-zsk/odbor-kultury-cestovneho-ruchu-zahranicnych-vztahov-informacii/>

ŽSK, 2021. *SMART koncepcia rozvoja kultúry ŽSK. Analytická časť. Navrhovaná časť. Prílohy.* [online]. Apríl 2021. Spracované v rámci projektu Inteligentný a lepší Žilinský samosprávny kraj. [cit. 2022-02-26]. Dostupné na: SMART koncepcia rozvoja kultúry ŽSK - ŽSK (zilinskazupa.sk)

Predkladateľ: Mgr. Alena Valjašková
Žilinská univerzita v Žiline
Fakulta humanitných vied
Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva

Školiteľ: doc. PhDr. Ivan Mrva, PhD.
Žilinská univerzita v Žiline
Fakulta humanitných vied
Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva

Oponenti: doc. Ing. Mária Tajtáková, PhD.
Vysoká škola manažmentu v Bratislave
Katedra manažmentu

prof. PhDr. Jaroslav Šušol, PhD.
Univerzita Komenského v Bratislave
Filozofická fakulta
Katedra knižničnej a informačnej vedy

**Sv. Augustín v kultúrnych dejinách Slovenska (v pamiatkach
architektúry a umenia)
(Autoreferát dizertačnej práce)**

Dana CHALUPEKOVÁ

Abstrakt

V dejinách ľudstva sa nájdu osobnosti, ktoré neovplyvnili len svoju dobu, v ktorej žili, ale do pamäti sa zapísali pre celé nasledujúce generácie a formovali jej myslenie. Medzi takéto osobnosti patrí nepochybne aj Aurelius Augustinus, čiže sv. Augustín, ktorého teológia mala dopad na vývoj celej kresťanskej Európy a bol dôležitou intelektuálnou autoritou aj v iných oblastiach poznania. V súčasnosti je osoba sv. Augustína na Slovensku reflektovaná najmä z pohľadu cirkevných dejín, teologického učenia, prínosu do oblasti filozofie, či z filologického hľadiska. Dizertačná práca si dáva za cieľ začleniť sv. Augustína do kultúrnych dejín Slovenska a vymedziť, aký má v nich postavenie od stredovekého Slovenska (Uhorska) až do súčasnosti. Robí tak na základe vymedzenia troch stanovených oblastí výskumu. Sleduje vznik a šírenie kultu sv. Augustína na našom území, s čím súvisí príchod reholí a zakladanie kláštorov a existencia patrocínií sv. Augustína, teda jemu zasvätených sakrálnych objektov. Ďalej práca dokumentuje umeleckohistorické pamiatky, ktorých autori sa nechali týmto svätcom pri vytváraní svojich výtvarných diel inšpirovať a snaží sa tiež zhodnotiť zobrazovanie sv. Augustína na našom území v rámci európskeho kontextu jeho ikonografického stvárnenia.

Kľúčové slová: Augustiniáni. Ikonografia. Kultúrne dejiny. Patrocíniá. Slovensko. Sv. Augustín. Umeleckohistorické pamiatky

Abstract

In the history of mankind, some personalities have influenced not only the time in which they lived but also shaped the thinking of future generations. Such personalities undoubtedly include Aurelius Augustinus, known as St. Augustine, whose theology had an impact on the development of the whole of Christian Europe and he was an important intellectual authority in other areas of knowledge as well. At present, the person of St. Augustine in Slovakia is reflected mainly from the point of view of church history, theological teaching, contribution to the field of philosophy,

or a philological point of view. The dissertation aims to include St. Augustine in the cultural history of Slovakia and define its position in them from medieval Slovakia (Hungary) to the present. It does so based on the definition of three defined areas of research. It traces the formation and spread of the cult of St. Augustine in our territory, which is related to the arrival of the orders and the founding of monasteries, and the existence of the patronage of St. Augustine, that is, sacral architectural objects dedicated to him. Furthermore, the work documents art-historical monuments, the authors of which were inspired by this saint in the creation of their works of art, and also tries to evaluate the depiction of St. Augustine in our territory within the European context of his iconographic representation.

Keywords: Art historical monuments. Augustinians. Cultural history. Iconography. Patronages. Slovakia. St. Augustine.

Obsah

1	Súčasný stav k problematike bádania	7
1.1	Šírenie kultu sv. Augustína a reholí.....	8
1.2	Problematika patrocínií.....	10
1.3	Sv. Augustín v sakrálnom umení.....	11
1.4	Písomné diela sv. Augustína	12
2	Výskumná koncepcia dizertačnej práce	16
2.1	Výskumné ciele	16
2.2	Hypotézy	17
2.3	Metódy a metodika výskumu.....	17
3	Vznik a šírenie kultu sv. Augustína na našom území	19
3.1	Patrocíniá sv. Augustína.....	24
3.1.1	Kostoly zasvätené sv. Augustínovi.....	24
3.1.2	Kaplnky zasvätené sv. Augustínovi	30
3.2	Základná škola sv. Augustína v Považskej Bystrici	33
4	Sv. Augustín v sakrálnom umení (umeleckohistorických pamiatkach).....	35
4.1	Nástenné maľby	35
4.2	Tabuľové maľby	36
4.3	Plastiky.....	39
4.4	Oltáre	42
4.5	Interaktívna mapa	43
5	Ikonografia sv. Augustína na Slovensku v priebehu storočí.....	45
	Záver.....	48
	Zoznam bibliografických odkazov.....	51

Úvod

Veľké osobnosti dejín ľudstva, menovite histórie Európy, ovplyvňujú nielen samotné dejiny, či už v otázkach filozofie, teológie, práva a kultúrnosti národov všeobecne, ale ich existencia zasahuje aj umenie a dotýka sa aj odvetví akými sú napr. literatúra, poézia, hudba, architektúra, či prejavy písomníctva.¹ Odkaz na tieto osobnosti nachádzame zachovaný pre nasledujúce generácie v kultúrnych dejinách a historickej pamäti národov v rôznych podobách. Medzi takéto osobnosti patrí nepochybne aj Aurelius Augustinus, čiže sv. Augustín, ktorý svojou teológiou a filozofiou významne ovplyvnil vývoj myslenia v Európe. Kresťanská spisba staroveku ako celok, do ktorej Augustín neodmysliteľne patrí, je súčasť základov, na ktorých spočíva moderná európska kultúra a vzdelanosť. Slovensko ako súčasť európskej integrity sa tiež k tejto kultúre hlási.

Po celú históriu západnej Cirkvi bolo uctievanie svätcov súčasťou náboženského života. Ich verejné uctievanie je v kresťanskej cirkvi doložené už od 2. storočia a vyvíjalo sa v miestnych spoločenstvách. Jeho východiskom bol svätcov hrob a zakladalo sa na všeobecne rozšírenej viere, že mučeník, ktorý preliť krv za Krista, sa nachádza v nebi a môže orodovať za ľudí, ktorí ho vzývajú. Najstarší kresťanskí svätci boli totiž mučeníci, pričom slovo mučeník (grécky *martyros*), znamená svedok.² Svätci hrajú dôležitú rolu, prostredníkom medzi Bohom a ľuďmi. Ich uctievanie nachádzalo tiež vonkajší výraz v kultoch, v zbožnej oddanosti svätcom ako služobníkom Božím, nad ktorou bola len vyššia oddanosť Bohu. Svätci v najvyššej možnej miere zasvätili svoj život kresťanskej viere. Postupne sa rozhodnutie o ich kanonizácii, teda oficiálne vyhlásenie za hodného verejného kultu, prenechalo pápežskému úradu.³ Cirkev kanonizuje svätcov na základe prísnych kritérií. Sú pôvodcami zázračných uzdravení, pre osobné zjavenia niektorých z nich, alebo pre zázraky, ktoré vykonali. Mnoho svätcov je uznávaných a uctievaných ako ochrancovia, alebo patróni. Veľa z nich našlo miesto v ľudovej kultúre Západu, stali sa tiež zdrojom inšpirácie umelcom. Znalosť ich kultu a legiend, ktoré sa k nim viažu, nám pomáha pochopiť niektoré z najväčších umeleckých diel, ktoré boli vytvorené. Telesné pozostatky svätcov, relikvie, v niektorých prípadoch odevy, alebo aj nástroje, ktorými boli mučení, nadobudli od počiatku cirkvi význam až akýchsi talizmanov. Ich prenášaním (nové obradné pochovávanie, často na inom mieste) sa častokrát stalo príčinou organizovania dôležitých obradov, ktoré mohli viesť k novým

¹ SPOLOČNÍKOVÁ, Mária. Postava sv. Augustína vo výtvarnom umení. In: *Košické historické zošity : zborník Dejepisného spolku v Košiciach 20/2010*. Košice: Štátny oblastný archív, 2010, s. 35 – 43. ISBN 978-80-970333-9-2.

² FARMER, David Hugh. *Oxfordský lexikón svätcov*. Bratislava: Kaligram, 1996, s. 8 – 14. ISBN 80-7149-094-6.

³ FARMER, ref. 2, s. 16.

zázrakom a tie ešte k väčšej obľube príslušného svätca a jeho uctievania. Štedré dary pútnikov hľadajúcich pomoc a príhovor zase umožňovali výstavbu nových bazilik a ich bohatú výzdobu.

Sám akt kanonizácie neznamená absolútny súhlas s celým svätcovým životom. Skôr je to obdiv toho, že títo ľudia, rovnako ako ostatní, blúdili a hľadali, avšak na rozdiel ostatných aj našli odpovede a dokázali podľa spoznanej pravdy aj žiť. Dokázali uviesť svoje chápanie sveta a človeka v ňom do života.⁴ Sv. Augustínovi nie je pripisované zázračné uzdravenie či iný zázrak, ktorý vykonal, ani žiadne osobné zjavenie. Nebol kanonizovaný na základe týchto kritérií. Augustín skôr patrí k svätcom, na ktorého príklade sa ľudia učili porozumieť dokonalosti kresťanského života a ktorého spisy mali v histórii myslenia väčší vplyv než diela ktoréhokoľvek kresťanského spisovateľa, nehovoriac o jeho obhajobe kresťanskej viery.

Nakoľko je Slovensko po stáročia geograficky aj historicky súčasťou európskej kultúry, odkaz a vplyv sv. Augustína možno predpokladať aj na našom území. Na základe dostupnej literatúry môžeme sledovať, že osoba sv. Augustína je v súčasnosti na Slovensku reflektovaná najmä z pohľadu cirkevných dejín, teologického učenia, prínosu do oblasti filozofie, či z filologického hľadiska. Predkladaná dizertačná práca *Sv. Augustín v kultúrnych dejinách Slovenska (v pamiatkach architektúry a umenia)* si preto kladie za cieľ začleniť osobu sv. Augustína do kultúrnych dejín Slovenska a vymedziť, aký má v nich postavenie od stredovekého Slovenska (Uhorska) až do súčasnosti. Na základe zachovaných pamiatok architektúry a umenia spojených s týmto svätcom je zámerom práce zhodnotiť, do akej miery sa na našom území rozvinul kult sv. Augustína a či môžeme jeho odkaz považovať za naše kultúrne dedičstvo.

Kultúrne dejiny kombinujú prístupy histórie a antropológie na nazeranie na kultúrne tradície a kultúrne interpretácie historických skúseností. Skúmajú zaznamenané alebo naratívne opisy minulosti, zahŕňajúc kontinuum udalostí (ktoré sa vyskytujú postupne a vedú z minulosti do súčasnosti a dokonca aj do budúcnosti), vzťahujúcich sa na kultúru.⁵ Štúdiom viery a myšlienok danej doby pomáhajú oživiť minulé dobu a minulé miesta. Pri tom využívajú či už zachované spisy alebo produkty umeleckej kultúry, ktoré zahŕňajú aj predmety a skúsenosti z každodenného

⁴ KRČ, Henrich a Blažej KOVÁČ. *Svätci – svedomie storočí. Devočné dekorácie v zbierkach Západoslovenského múzea v Trnave*. Trnava: Západoslovenské múzeum, 1999, s. 74. ISBN 80-85556-09-X.

⁵ MOORE, Alison. Historicising historical theory's. History of cultural historiography. In: *Cosmos and History: The Journal of Natural and Social Philosophy* [online]. 2016, roč. 12, č. 1 [cit. 2021-02-19]. Dostupné na: <https://www.cosmosandhistory.org/index.php/journal/article/viewFile/516/889>

života.⁶ V práci sa snažíme využiť aj túto perspektívu pri nazeraní na osobu sv. Augustína v našich kultúrnych dejinách.

Aby sa nám podarilo odpovedať na otázku, aké má v nich postavenie, kult sv. Augustína a jeho šírenie sledujeme prostredníctvom príchodu prvých reholí riadiacich sa regulou sv. Augustína na naše územie, následne si všímame zakladanie ich kláštorov a pôsobenie augustiniánov v daných lokalitách. Pojednáva o tom štvrtá kapitola. Treba povedať, že Regulou sv. Augustína sa už od 8. storočia riadili mnísi a pustovníci a neskôr si ju aj viaceré komunity, spoločenstvá a rehole vzali za svoju, no v práci sa bližšie venujeme len priamo Rehole sv. Augustína a jej kláštorom na našom území. Respektíve, ostatné spomíname len okrajovo. Pápeži novovznikajúcim rehoľiam ponúkali na výber v podstate z dvoch vtedy existujúcich regulí – sv. Augustína a sv. Benedikta. Preto sa regulou sv. Augustína riadi viacero z nich. Rehoľa sv. Augustína sa oficiálne ustanovuje až v 13. storočí, keďže títo mnísi si vybrali biskupa z Hippo za svojho učiteľa. Podľa slov pátra Juraja Piguly, predstaveného slovenskej komunity, v súčasnosti žije podľa reguly sv. Augustína až 95 mužských a ženských rehoľných kongregácií.⁷ My sa sústreďujeme preto len na tú, ktorá vo svojom názve nesie priamo meno sv. Augustína. Kult svätca je úzko spojený aj s patrocíniom, preto si v tejto kapitole všímame tiež sakrálné objekty, ktoré sú zasvätené sv. Augustínovi a tiež inštitúcie, ktoré šíria jeho odkaz.

V nasledujúcej, piatej kapitole upriamujeme pozornosť na umeleckohistorické pamiatky. V sakrálnom umení si všímame nástenné a tabuľové maľby, plastiky a oltáre šíriace úctu k tomuto svätcovi. S mapovaním zachovaných umeleckých diel na našom území, ktorých autorov táto osobnosť inšpirovala, súvisí aj pokus o vytvorenie interaktívnej mapy, ktorá tieto pamätihodnosti, s pridaním ich krátkej charakteristiky, lokalizuje. Posledná, šiesta kapitola hovorí o ikonografii sv. Augustína a snaží sa v priebehu jednotlivých storočí zhodnotiť ako je Augustín v rámci ikonografického stvárnenia vyobrazovaný u nás. Súčasnému stavu bádania v danej problematike a k nami zvolenej výskumnej koncepcii sú venované prvé dve úvodné kapitoly, tretia je krátkym exkurzom do života a písomného diela sv. Augustína.

Veríme, že prostredníctvom zvolených okruhov bádania sa nám podarí utvoriť si obraz o osobe sv. Augustína v našich kultúrnych dejinách a prispieť tak k stavu poznania v tejto oblasti u nás.

⁶ Cultural History. *Yale University* [online]. ©2021 [cit. 2021-01-25]. Dostupné na: <https://history.yale.edu/undergraduate/regions-and-pathways/cultural-history>

⁷ RÁBARA, Pavol a Adam TAKÁČ. Veľká reportáž o najmensej reholi. In: *Konzervatívny denník Postoj* [online]. 2018 [cit. 2022-02-16]. Dostupné na: <https://svetkrestanstva.postoj.sk/38465/velka-reportaz-o-najmensej-reholi>

1 Súčasný stav k problematike bádania

Sv. Augustínovi sa v Európskom priestore venuje pozornosť od staroveku až po súčasnosť. O jeho živote, osobnosti, diele a učení bolo publikovaných množstvo prác.⁸ Na ako prvé môžeme poukázať na dielo už z 5. storočia od sv. Possidia z Calamy *Vita sancti Augustini*. Possidius, Augustínov priateľ, zaznamenal detailné informácie o živote sv. Augustína z rokov, kedy zastával biskupský úrad v Hippo. Podieľal sa tak na sformovaní Augustínovho posmrtného obrazu ako svätca vyznačujúceho sa vysokým intelektom, ktorý neváhal využiť pri každej príležitosti k obrane pravej kresťanskej viery.⁹ Z 13. storočia uvedieme známu *Legendu aureu*, čo je súbor životopisov svätcov, legiend a traktátov vzťahujúcim sa k cirkevným sviatkom. Zostavil ju dominikánsky mních Jakub de Voragine ako pomôcku ku kázňam a zaradil sem aj sv. Augustína. Z novovekých autorov môžeme spomenúť edíciu humanistického vzdelanca Erasma Rotterdamského *Aurelii Augustini opera omnia*¹⁰. Ako prehľadové práce môžeme dať do pozornosti monografie z polovice 20. storočia od francúzskych historikov starovekých dejín a kultúry *Saint Augustin et la fin de la culture antique*¹¹ a prácu *S. Augustin et la culture classique*¹². Z novšej literatúry monumentálnu encyklopédiu *Augustine through the Ages*¹³. Z pohľadu kultúrnych dejín sú významné diela ako napríklad monografia *Augustine in iconography. History and legend*¹⁴, ktoré sa venuje ikonografii sv. Augustína, alebo *Iconografia Agostiniana. Dalle origini al XIV secolo*¹⁵.

⁸ Veľmi dobre a prehľadne spracovanú bibliografiu a chronológiu Augustínových diel majú napríklad francúzski bádatelia, dostupná je na stránke OpenEdition Books: <https://books.openedition.org/septentrion/73554?lang=en> [cit. 2021-02-06], alebo aj Stanfordská univerzita: <https://plato.stanford.edu/entries/augustine/> [cit. 2021-02-06]. Nájde tu všetky vydané edície Augustínových prác, preklady jeho spisov, až po registre, adresáre a bibliografie venované Augustínovi. Nachádzajú sa tu diela aj súčasných autorov, ktoré hodnotia Augustína a jeho dobu, či interpretujú jeho teologické a filozofické učenie.

⁹ SLEPIČKA, Martin. *Ikonografie sv. Augustina z Hippo v českém středověkém umění do roku 1420* [online]. Academia, 2017 [cit. 2021-02-01]. Dostupné na: https://www.academia.edu/35828459/Ikonografie_sv_Augustina_z_Hippo_v_%C4%8Desk%C3%A9m_st%C5%99edov%C4%9Bk%C3%A9m_um%C4%9Bn%C3%AD_do_roku_1420

¹⁰ Erasmoovo vydanie *Aurelii Augustini opera omnia* bolo vytlačené vo Frobenovej tlačiarňi v Bazileji v rokoch 1541 – 1543 a v reedícii vyšlo v roku 1556 a 1569 (*Bibliographie et chronologie des œuvres d'Augustin. Open Edition Books* [online]. 2003 [cit. 2021-01-29]. Dostupné na: <https://books.openedition.org/septentrion/73554?lang=en>).

¹¹ MARROU, Henri Irénée, 1958. *Saint Augustin et la fin de la culture antique*. 5. vydanie. Paríž, 1958.

¹² COMBÈS, Gustave. *St. Augustin et la culture classique*. Paríž: Plon, 1927.

¹³ FITZGERALD, Allan D., ed. *Augustine Through the Ages: An Encyclopedia*. Cambridge: Eerdmans, 1999. ISBN 9780802864796.

¹⁴ SCHNAUBELT, Joseph C. a Frederick VAN FLETEREN, eds. *Augustine in iconography. History and legend*. New York: P. Lang, cop., 1999. ISBN 0820422916.

¹⁵ COSMA, Alessandro, Valerio DA GAI a Gianni PITTIGLIO. *Iconografia Agostiniana. Dalle origini al XIV secolo*. Rím: Città Nuova, 2011. ISBN 8831194798.

So sv. Augustínom je spojená aj Rehoľ'a sv. Augustína¹⁶, ktorá ho považuje za svojho duchovného otca. V súčasnosti sú vo svete aktívne tri inštitúcie, ktoré sa starajú o rozvoj historickej a kultúrnej vedy spojenej s rehoľ'ou, čím sa starajú aj o šírenie odkazu sv. Augustína. Prvou z nich je Augustiniánsky historický inštitút (*Institutum Historicum Augustinianum*¹⁷), ktorý vznikol v roku 1969 a sídli v rehoľ'nom centre v Ríme. Okrem iných činností vydáva aj časopis (ročenka, vychádza nepravidelne) *Analecta Augustiniana*, ktorého prvé číslo vyšlo už v roku 1905 a významnou mierou prispieva k poznaniu danej problematiky. Druhá dôležitá inštitúcia je *Augustinian Historical Institute*¹⁸ so sídlom v Hervelee v Belgicku. Tento inštitút vydáva recenzovaný vedecký časopis *Augustiniana*¹⁹, ktorého cieľom je aj výskum problematiky sv. Augustína. Časopis vychádza od roku 1951. Treťou je *Univerzita Villanova* v Pensylvánii (USA)²⁰, ktorá prispieva k rozvoju historickej vedy v oblasti výskumu problematiky augustiniánov. Veľké množstvo informácií ponúka aj prostredníctvom on-line prístupov.²¹

1.1 Šírenie kultu sv. Augustína a reholí

V poslednom období registrujeme štúdie českého historika Martina Slepíčku²², ktorý sa venuje kultu a vyobrazeniam štyroch veľkých západných cirkevných otcov v českom stredoveku, medzi nimi aj sv. Augustínovi. Autor v štúdiách upriamuje pozornosť na začiatok šírenia kultu týchto *doctores ecclesiae*, sleduje ich vyobrazenia na zachovaných pamiatkach českej proveniencie a dáva ich do súvisu s európskym priestorom.

¹⁶ Augustínovu regulu prevzalo viacero rehoľ'ných a kanonických spoločenstiev, nie iba augustiniáni. Ide o celú rodinu, sú medzi nimi napríklad premonštráti, božohrobci, paulíni, viliamiti, rehoľ'ní kanonici a ďalší.

¹⁷ Bližšie pozri na adrese inštitútu: www.agostiniani.it/institutum-historicum-augustinianum [cit. 2021-02-06].

¹⁸ Webová stránka inštitútu je na adrese: www.augustiniana.be [cit. 2021-02-06].

¹⁹ Časopis sa v elektronickej podobe nachádza na stránke: www.augustiniana.net [cit. 2021-02-06].

²⁰ Adresa on-line knižnice univerzity je: <https://digital.library.villanova.edu/Item/vudl:70206> [cit. 2021-02-06].

²¹ HUŤKA, Miroslav. *Augustiniáni na území stredovekého Slovenska (Uhorska)*. Ružomberok: Verbum – vydavateľstvo KU, 2015. ISBN 978-80-561-0297-8.

²² SLEPIČKA, Martin. *Ikonografie církevních otců v českém středověkém umění 13. – 15. století*:

[bakalárska práca] [online]. Academia, 2016 [cit. 2021-02-01]. Dostupné na:

https://www.academia.edu/37142739/Ikonografie_c%C3%ADrkevn%C3%ADch_otc%C5%AF_v_%C4%8Desk%C3%A9m_st%C5%99edov%C4%9Bk%C3%A9m_um%C4%9Bn%C3%AD_13_15_stolet%C3%AD; SLEPIČKA, Martin. *Ikonografie sv. Augustina z Hippo v českém středověkém umění do roku 1420* [online]. Academia, 2017 [cit. 2021-02-01]. Dostupné na:

https://www.academia.edu/35828459/Ikonografie_sv_Augustina_z_Hippo_v_%C4%8Desk%C3%A9m_st%C5%99edov%C4%9Bk%C3%A9m_um%C4%9Bn%C3%AD_do_roku_1420; SLEPIČKA, Martin. *Ke společné ikonografii čtyř velkých západních církevních otců v českém středověku* [online]. Academia, 2020 [cit. 2021-02-01]. Dostupné na:

https://www.academia.edu/44817722/Ke_spole%C4%8Dn%C3%A9_ikonografii_%C4%8Dty%C5%99_velk%C3%BDch_z%C3%A1padn%C3%ADch_c%C3%ADrkevn%C3%ADch_otc%C5%AF_v_%C4%8Desk%C3%A9m_st%C5%99edov%C4%9Bku

Ako sme už načrtli v úvode, slovenské prostredie sa zaoberá sv. Augustínom najmä z pohľadu cirkevných dejín, teologického učenia, prínosu do oblasti filozofie, či z filologického hľadiska. Vydávané sú predovšetkým štúdie, ktoré prispievajú k stavu poznania v spomenutých oblastiach.²³ Z pohľadu kultúrnych dejín ostáva u nás táto téma málo prebádaná. Chýba samostatné komplexné systematické spracovanie, ktoré by nám mohlo osvetliť a priblížiť postavenie a význam osoby sv. Augustína v našich dejinách a jeho zachytenie v historickej pamäti.

Medzi východiskovú literatúru pre naše bádanie v súvislosti s kultom sv. Augustína patrí aj publikácia *Augustiniáni na území stredovekého Slovenska (Uhorska)*²⁴. Autor v nej postihuje najdôležitejšie momenty historického vývoja rehole augustiniánov v období stredoveku na našom území a v širšom priestore bývalého Uhorska. Okrem toho spomína aj iné spoločenstvá a rehole, ktoré tiež prijali Augustínovu regulu za svoju, napr. viliamitov, premonštrátov, či pavlínov. V prípade pavlínov sa jedná o domácu, uhorskú rehoľu. Podáva nám tým informácie o počiatkoch a šírení kultu sv. Augustína u nás, nakoľko sa tieto spoločenstvá hlásili k jeho osobe a k šíreniu jeho odkazu²⁵. V tejto súvislosti autor tiež publikoval štúdiu *Uhorskí augustiniáni v historickej*

²³ Z publikácií, ktoré zachytávajú podrobnejší životopis sv. Augustína v kontexte doby a kultúry v ktorej žil, môžeme uviesť knihu Juraja Pigulu, ktorá približuje duchovný odkaz sv. Augustína k téme milosrdenstva: PIGULA, Juraj, ed. *Milosrdné srdce. Zo života a spisov sv. Augustína*. Košice: Zachej.sk, 2016. ISBN 978-80-9718-818-4. K interpretácii jeho diel prispeli svojimi publikáciami autori ako Oľga Gavendová (GAVENDOVÁ, Oľga. *Vybrané otázky z diel Augustína Aurélia*. Bratislava: Rímskokatolícka cyrilometodská bohoslovecká fakulta Univerzity Komenského, 2008. ISBN 978-80-8869-656-8.), Michal Chabada a Marcela Andoková (CHABADA, Michal a Marcela ANDOKOVÁ, eds. *Antológia. Patristika a scholastika*. Trnava: Dobrá kniha, 2009. ISBN 978-80-7141-623-4.), či Miloš Lichner (LICHNER, Miloš. *Kontextuálny pohľad na sviatosť krstu v sermones svätého Augustína*. Trnava: Dobrá kniha, 2015. ISBN 978-80-7141-1923-5.). Medzi autorov štúdií k danej problematike patria napríklad Andoková (ANDOKOVÁ, Marcela. *Symbolický jazyk v kázňach sv. Augustína. Spôsob, ako poučiť a zaujať poslucháča*. In: *Studia Aloisiana*. Trnava: Teologická fakulta Trnavskej univerzity, 2004, s. 13 – 22. ISBN 8071414670.) a Babic (BABIC, Marek. *De civitate Dei: najväčšie literárne dielo neskorej antiky v kontexte historických udalostí*. In: *Ružomberský historický zborník I*. Ružomberok: Katolícka univerzita, 2007, s. 39 – 49. ISBN 8080841447; BABIC, Marek. *Augustín v konfrontácii s klasickou filozofiou v otázkach o ľudskej duši*. In: *Filozofia*. 2010, roč. 65, č. 1, s. 63 – 73. ISSN 0046-385X.).

²⁴ HUŤKA, ref. 21.

²⁵ K dejinám rehole augustiniánov na území Slovenska bola publikovaná aj práca: MIROŠŠAYOVÁ, Elena a Anton KARABINOS. *Kláštory augustiniánov vo Veľkom Šariši*. In: *Pamiatky a múzeá*. 2005, č. 2, s. 18 – 24. ISSN 1335-4353, dejinami premonštrátov sa zaoberali napríklad Lászlóová (LÁSZLÓOVÁ, Henrieta. *Dejiny premonštrátov v Šahách*. In: *Studia archaeologica slovacae mediaevalia III – IV*. Bratislava: Veda, 2001, s. 273 – 293. ISBN 80-224-0691-0), Szeghy (SZEGBY, Gabriel. *Jasovskí premonštráti v premenách času*. In: *Historický časopis*. 2012, roč. 60, č. 2, s. 366 – 368. ISSN 0018-2575), Kotrusová (KOTRUSOVÁ, Júlia. *Dejiny premonštrátskeho kláštora sv. Jána Krstiteľa v Jasove s stredoveku*. Trnava: Trnavská univerzita, 2017. ISBN 978-80-568-0049-2), či Rédli (RÉDLI, Richard. *Privilegiá premonštrátskeho rádu*. Ružomberok: VERBUM, 2019. ISBN 978-80-561-0681-5), dejinami pavlínov na Slovenskom území napríklad Hlaváčková (HLAVÁČKOVÁ, Miriam. *Pavlínsky kláštor v Horných Lefantovciach 1369 – 1526*. In: *Duchovný pastier*. 1993, roč. 74, č. 3, s. 118 – 122. ISSN 0139-861X; Hlaváčková, Miriam. *Bieli mníši. Pavlínska rehoľa na*

a literárnej spisbe (s prihliadnutím na územie Slovenska)²⁶. Štúdia obsahuje prehľad prác vydávaných od 14. storočia až po publikovanie súčasných poznatkov, ktoré sa zaoberajú dejinami augustiniánskej rehole a kláštorov. Ako konštatuje Huťka, význam pôsobenia Rehole sv. Augustína v mnohých rovinách predstavoval veľký kultúrny pokrok daného obdobia. Stačí len spomenúť pôsobenie bardejovských augustiniánov na poli stredovekej knižnej tvorby²⁷, podhradských augustiniánov, ktorí sa venovali ošetrovaniu chorých alebo bratov z Veľkého Šariša, ktorí istú dobu pracovali ako hodnoverné miesto.²⁸

1.2 Problematika patrocínií

S kultom svätcov sú úzko spojené patrocíniá, ktoré sú viazané na lokalitu. Ako uvádza Slivka²⁹, ich výskum má v európskej cirkevnej historiografii vyše storočnú minulosť. Pre oblasť Uhorska (teda aj Slovenska) vyzdvihuje dvojzväzkové dielo Sándora Bálinta³⁰ venované úcte svätých v Uhorsku, ktoré zoradil podľa štruktúry cirkevného kalendára. Na jeho prácu nadviazal András Mező³¹, ktorý v dvoch monografiách predložil prvý ucelený historický korpus patrocínií z územia bývalého Uhorska. Prvou slovenskou publikáciou k danej téme je práca Jána Hudáka *Patrocíniá na Slovensku*³². Autor v nej vychádzal z niekoľkozväzkového rukopisného diela Jozefa Trochtu *Zoznam stredovekých fár na Slovensku (pápežské registre z rokov 1332 – 1337)* a z dvoch skorších publikácií Nováka a Fojtíka³³, ktorí spracovali mestské a obecné erby a pečate.³⁴ Na Hudákovu prácu nadviazali Judák – Poláčik a v roku 2009 vyšla publikácia *Katalóg patrocínií*

našom území. In: *Historická revue*. 1996, roč. 7, č. 5, s. 6 – 7. ISSN 1335-6550) a Pietras (PIETRAS, Leander Tadeusz. *Pútnický farský Kostol Narodenia Panny Márie a kláštor pavlínov vo Vranove nad Topľou*. Michalovce: Excel enterprise, 2007. ISBN 978-80-89258-16-1).

²⁶ HUŤKA, Miroslav. Uhorskí augustiniáni v historickej a literárnej spisbe (s prihliadnutím na územie Slovenska). In: *Kultúrne dejiny*. 2013, roč. 4, č. 2, s. 190 – 206. ISSN 1338-2209.

²⁷ Výskum knižnej kultúry v Bardejove ponúka aj štúdia Jozefa Repčáka (REPČÁK, Jozef. *Knihy, knižnice a kníhtlačiarstvo v Bardejove*. In: *Knižničný zborník 1968. Zv. I*. Martin: Matica slovenská, 1969, s. 7– 47).

²⁸ HUŤKA, ref. 26, s. 205.

²⁹ SLIVKA, Michal. Titulus ecclesiae v sídelnej, právnej a sociálnej štruktúre stredovekého Spiša. K problematike výskumu patrocínií. In: *Pohlady do minulosti. Zborník prednášok z histórie V*. Levoča: Spišské múzeum v Levoči, 2005, s. 67– 80. ISBN 80-8060-184-4, s. 67.

³⁰ BÁLINT, Sándor. *Ünnepi kalendárium I – II*. Budapest, 1977. Od roku 2004 je dielo dostupné aj na internetovej adrese: <https://mek.oszk.hu/04600/04656/html/index.htm> a <http://mek.oszk.hu/04600/04657/html/index.htm> [cit. 2022-03-11]. Informácie o Augustínovi nájdeme v 2. časti pod dátumom August 28.

³¹ MEZŐ, András. *A templomocím a magyar helységneveleben (11. – 15. század)*. Budapest: METEM, 1996. ISBN 963-8472-19-7; MEZŐ, András. *Patrocíniumok a középkori Magyarországon*. Budapest: METEM, 2003. ISBN 963-8472-78-2.

³² HUDÁK, Ján. *Patrocíniá na Slovensku (súpis a historický vývin)*. Bratislava: Veda, 1984.

³³ NOVÁK, J. *Slovenské mestské a obecné erby*. Bratislava, 1967; FOJTÍK, J. *Mestské a obecné pečate Trenčianskej župy*. Bratislava, 1974.

³⁴ SLIVKA, ref. 29, s. 67 – 68.

na Slovensku³⁵. Po roku 1989 došlo k výstavbe mnohých chrámov a kaplniek a tak bolo potrebné pristúpiť k ďalšiemu nadväzujúcemu výskumu. Do tejto štúdií zaradili 672 nových patrociníí sakrálnych objektov a 80 iných dôležitých objektov.

1.3 Sv. Augustín v sakrálnom umení

V roku 2006 sa na Teologickej fakulte v Košiciach konalo prvé patristické sympóziu o sv. Augustínovi. V súvislosti s ním publikovala Mária Spoločníková príspevok, v ktorom upriamila pozornosť na postavu sv. Augustína vo výtvarnom umení. Ako uvádza Spoločníková, „vdaka hmatateľným artefaktom môžeme dnes popri veľkom fonde písomníctva registrovať, obdivovať, zažívať imaginárne podoby a postrehy jeho všestrannej veľkosti, životných epizódach stvárnených a zachovalých v dielach dávnych, ale i nedávnych majstrov“³⁶. Vo vzťahu so Slovenskom môžeme na základe tohto článku sledovať postavu sv. Augustína ako súčasť oltárnych plastík (Levoča, Sabinov, Košice), tabuľových malieb (Spišská Kapitula, Bardejov, Pukanec, Jasov), či drevorezieb (Lendak). K bádaniu v tejto oblasti bola pre nás východisková aj publikácia od kolektívu autorov Slovenského ústavu pamiatkovej starostlivosti a ochrany prírody *Súpis pamiatok na Slovensku*, ktorá vyšla v troch zväzkoch³⁷. Jedná sa o súpis encyklopedického charakteru. V abecednom poradí sú tu zoradené obce na Slovensku, pod ktorými nachádzame jednotlivé pamätihodnosti, vrátane diel výtvarného umenia a ich charakteristiky. Neskôr na tieto tri zväzky nadviazala obrazová publikácia *Pamiatky na Slovensku: súpis pamiatok*³⁸ ako zväzok štvrtý. Z oblasti nástennej maľby sa pre nás stali veľmi cenné publikácie, ktoré sa zaoberajú rozborom, interpretáciou a hodnotením stredovekej nástennej maľby na Slovensku. Publikácie zároveň upozorňujú na nesporné hodnoty stredovekej maliarskej produkcie na našom území a ich súčasťou sú aj katalógy, čo sa nám stalo nápomocné pri identifikovaní nášho objektu záujmu v jednotlivých lokalitách. Jedná sa predovšetkým o tieto publikácie: *Stredoveká nástenná maľba na Slovensku*³⁹, *Stredoveká nástenná maľba na Slovensku: súčasný stav poznania*⁴⁰, *Stredoveká*

³⁵ JUDÁK, Viliam a Štefan POLÁČIK. *Katalóg patrociníí na Slovensku*. Bratislava: Rímskokatolícka cyrilometodská bohoslovecká fakulta UK, 2009. ISBN 978-80-969787-3-1.

³⁶ SPOLOČNÍKOVÁ, Mária, ref. 1, s. 35 – 43. ISBN 978-80-970333-9-2, s. 38.

³⁷ HARMINC, Ivan et al. *Súpis pamiatok na Slovensku. Zv. 1. A – J*. Bratislava: Obzor, 1967; HARMINC, Ivan et al. *Súpis pamiatok na Slovensku. Zv. 2. K – P*. Bratislava: Obzor, 1968; HARMINC, Ivan et al. *Súpis pamiatok na Slovensku. Zv. 3. R – Ž*. Bratislava: Obzor, 1969.

³⁸ JANKOVIČ, Vendelín et al. *Pamiatky na Slovensku 4: súpis pamiatok*. Bratislava: Obzor, 1978.

³⁹ DVOŘÁKOVÁ, Vlasta, Josef KRÁSA a Karel STEJSKAL. *Stredoveká nástenná maľba na Slovensku*. Bratislava: Tatran, 1978.

⁴⁰ TOGNER, Milan. *Stredoveká nástenná maľba na Slovensku: súčasný stav poznania*. Bratislava: Tatran, 1988.

*nástenná malba v Gemeri*⁴¹ a *Stredoveká nástenná malba na Spiši*⁴². Z hľadiska popisu vyhlásených národných kultúrnych pamiatok je prínosná aj publikácia *Národné kultúrne pamiatky na Slovensku*⁴³.

1.4 Písomné diela sv. Augustína

Na základe vykonanej rešerše z on-line katalógov niektorých slovenských knižníc vieme, že diela sv. Augustína sú početne zastúpené predovšetkým v našich historických knižničných fondoch. Celoslovenský súpis inkunábulí bol vydaný v roku 1979⁴⁴ a následne sa pozornosť bádateľov upriamila na spracovanie tlačí 16. storočia. S týmto monumentálnym projektom v oblasti knižnej kultúry sa na Slovensku začalo v 90. rokoch. Podľa výsledkov pasportizácie sa na dnešnom území Slovenska zachovali vyše 4 milióny knižničných jednotiek a okolo 27 tisíc tlačí 16. storočia.⁴⁵ Na začiatku projektu bol predpoklad, že generálnych súpis týchto tlačí bude predstavovať 15 zväzkov⁴⁶. Na ich základe môžeme konštatovať, že diela sv. Augustína sú početne zastúpené v historických fondoch cirkevných knižníc, hlavne v knižniciach cirkevných reholí.

Produkciu zachovaných tlačí na Slovensku spracovali najmä Imrich Kotvan⁴⁷, Eva Frimmová⁴⁸, či Klára Komorová a Ľubomír Jankovič⁴⁹. I keď sa jedná o ich súpis, práce sa zmieňujú aj

⁴¹ TOGNER, Milan. *Stredoveká nástenná malba v Gemeri*. Bratislava: Tatran, 1989.

⁴² TOGNER, Milan a Vladimír PLEKANEC. *Stredoveká nástenná malba na Spiši*. Bratislava: Arte Libris, 2012. ISBN 978-80-971214-0-2.

⁴³ JANKOVIČ, Vendelín et al. *Národné kultúrne pamiatky na Slovensku*. Martin: Osveta, 1984.

⁴⁴ KOTVAN, Imrich. *Inkunábuly na Slovensku*. Martin: Matica slovenská, 1979.

⁴⁵ SAKTOROVÁ, Helena et al. *Generálny katalóg tlačí 16. storočia. Zv. 1. Tlače 16. storočia vo fondoch Slovenskej národnej knižnice Matice slovenskej*. Martin: Matica slovenská, 1993. ISBN 80-7090-237-X.

⁴⁶ V rámci projektu *Generálny katalóg tlačí 16. storočia* vyšli doposiaľ súpisy týchto tlačí: Tlače vo fondoch Slovenskej národnej knižnice Matice slovenskej (zv. 1, 1993), Tlače piaristickej knižnice v Trenčíne (zv. 9.a, 1996), Tlače v piaristických knižniciach (zv. 2, 1997), Tlače v trnavských knižniciach (zv. 9.b, 1998), Tlače v Diecéznej knižnici v Nitre (zv. 9.c, 2000), Tlače v knižnici Evanjelického kolégia a v Štátnej vedeckej knižnici v Prešove (zv. 12.a, 2003), Tlače v knižnici Antona Augustína Baníka (zv. 3.a, 2005), Tlače v Štátnej vedeckej knižnici v Košiciach (2010), Tlače v banskobystričských knižniciach (2012), Tlače v knižniciach nitrianskeho samosprávneho kraja a nitrianskej diecézy (zv. 9.d, 2013), Tlače vo františkánskych knižniciach (zv. 3, 2014), Tlače vo fondoch Lyceálnej knižnice v Kežmarku (2017), Tlače v šľachtickej knižnici rodu Zai (2017), Tlače v knižnici evanjelického cirkevného zboru augsburského vyznania v Kremnici, v Slovenskej pedagogickej knižnici v Bratislave a v knižniciach Nitrianskej diecézy – dodatky (zv. 4, 2018) a Tlače v Univerzitnej knižnici v Bratislave (zv. 6, 2019).

⁴⁷ KOTVAN, Imrich. *Inkunábuly archívov, múzeí a niektorých historických knižníc na Slovensku*. Martin: Matica slovenská, 1964; KOTVAN, Imrich. *Inkunábuly v Košiciach, v Jasove a v Spišskej Kapitule*. Košice: ŠVK, Východoslovenské vydavateľstvo, 1967.

⁴⁸ KOTVAN, Imrich a Eva FRIMMOVÁ. *Inkunábuly zo slovenských knižníc v zahraničných inštitúciách*. Martin: Matica slovenská, 1996. ISBN 80-7090-388-0.

⁴⁹ JANKOVIČ, Ľubomír a Klára KOMOROVÁ. *Klenoty knižnej kultúry a archívneho dokumentárneho dedičstva v zbierkach Slovenskej národnej knižnice v Martine*. Martin: Kozák-Press, 2010. ISBN 978-80-89360-04-8.

o ilumináciách, ktoré sa v starých tlačiach nachádzajú. S knižnou kultúrou súvisia aj umelecké prejavy, tie môžeme pozorovať práve aj v podobe iluminácií, ilustrácie, či grafiky. Z knižnej maľby zachovanej na našom území je už teraz identifikovaných niekoľko vyobrazení sv. Augustína. Výskumu stredovekej knižnej maľby na území Slovenska sa venovali hlavne Alžbeta Güntherová a Ján Mišianik⁵⁰, či Július Sopko⁵¹.

Pre poznanie samotného autora, jeho myšlienok, odkazu a v neposlednom rade aj doby, spoločnosti a kultúry v ktorej žil a pôsobil, majú veľký význam aj preklady diel z pôvodného jazyka, v Augustínovom prípade to bola latinčina. Je preto potrebné uchovať a posúvať ich nasledujúcim generáciám v pre nich zrozumiteľnom jazyku. Rovnako majú veľkú výpovednú hodnotu aj o kultúrnej vyspelosti spoločnosti, v ktorej preklad vzniká a sú dôležité aj z hľadiska vývinu jazyka.

Preklady diel sv. Augustína do slovenčiny začali vo väčšej miere vznikať až v 21. storočí. Dovtedy boli v slovenskom preklade vydané len tri jeho diela a tri ako súčasť Antológie z diel filozofov. Po roku 2000 vyšlo v preklade ďalších 10 jeho diel. Prekladom antickej literatúry, vrátane diel sv. Augustína sa na Slovensku v súčasnosti venuje predovšetkým Katedra klasických jazykov Filozofickej fakulty Trnavskej univerzity v Trnave a Katedra klasickej a semitskej filológie Filozofickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave. V roku 1999 vznikol projekt *Bibliotheca Antiqua Christiana*, cieľom ktorého bolo predstaviť kresťanskú spisbu staroveku širšej verejnosti. V jej edícii *Patrimonium* vyšli vo vydavateľstve PETRA (Prešov) v slovenskom preklade spisy niektorých cirkevných otcov Východu i Západu, apologétov, či ďalších významných spisovateľov a v edícii *Fontes* dokumenty starovekých koncilov.

Do roku 2000 vyšli v samostatnom preklade diela *Vyznania*⁵², v preklade Jána Kováča⁵³, *Boží štát 1. a 2. zväzok*⁵⁴, v preklade Kováč, Dian a Pätoprstý⁵⁵ a *O učiteľovi*⁵⁶, v preklade Daniela Škovieru. Ako súčasť Antológie z diel filozofov⁵⁷ vyšli v preklade Augustína Valentoviča diela *Proti akademikom*, *O blaženom živote*, a *O pravom náboženstve*. Následne, po roku 2000 vyšli

⁵⁰ GÜNTHEROVÁ, Alžbeta a JÁN MIŠIANIK. *Stredoveká knižná maľba na Slovensku*. Bratislava: Tatran, 1977.

⁵¹ SOPKO, Július. Výzdoba väzby a iluminácia stredovekých kódexov slovenskej proveniencie. In: *Kniha '89*. Martin: Matica slovenská, 1990, s. 67 – 81.

⁵² *Vyznania*. 3. vyd. Preložil JÁN KOVÁČ. Trnava: Spolok sv. Vojtecha, 1948.

⁵³ V roku 1997 vyšlo v reedícii vo vydavateľstve Lúč.

⁵⁴ *Boží štát. 1. a 2. zväzok*. Preložili JÁN KOVÁČ, Štefan DIAN a Matej PÄTOPRSTÝ. Trnava: Spolok sv. Vojtecha, 1948.

⁵⁵ V roku 2005 vyšlo 2. jazykovo upravené vydanie.

⁵⁶ *O učiteľovi*. Preložil Daniel ŠKOVIERA. Bratislava: Archa, 1995. ISBN 80-7115-098-3.

⁵⁷ *Proti akademikom. O blaženom živote. O pravom náboženstve*. Preložil Augustín VALENTOVIČ. In: *Antológia z diel filozofov. 3. zväzok. Patristika a scholastika*. Bratislava: Pravda, 1975.

preklady diel *O kresťanskej náuke*, *O milosti a slobodnej vôli*⁵⁸, *Samovravy*, *O nesmrteľnosti duše*, *Komentár k Jánovmu evanjeliu*, *O Trojici* (knihy X a XIV), *O viere a skutkoch*, *O katechizovaní úplných začiatčovníkov*, a *Sermo* 4, 5 a 215.⁵⁹

Literárne žánre antickej literatúry, ktoré mali najvýraznejší vplyv na vývoj európskej literatúry, ako epika, lyrika, či dráma, boli u nás prekladané už od 17. storočia. Patrili sem predovšetkým autori ako Homér, Vergílius, Ovídius, Aristofanés, či Sofoklés. V druhej polovici 19. a v prvých dvoch desaťročiach 20. storočia badať na Slovensku v prekladaní antickej literatúry útlm. Ako uvádza Okál, za dvadsaťročného trvania prvej Československej republiky sa na Slovensku prekladalo málo. Staršia generácia klasických filológov si na to netrúfala a mladšia na to ešte nedorástla. Tá začala svoju vedeckú a prekladateľskú činnosť za druhej svetovej vojny a predovšetkým po nej. Koncom sedemdesiatych rokov 20. storočia sa prihlásila s prekladmi ďalšia generácia klasických filológov, vychovaná už v socialistických školách. Najchudobnejším desaťročím na preklady antickej literatúry bolo posledné desaťročie 20. storočia. Avšak, nové storočie začalo byť konečne priaznivé aj vo vydávaní kresťanskej literatúry, teda aj diel cirkevných otcov, čo pred rokom 1989 nebolo pre klasických filológov mysliteľné⁶⁰.

Ak sa pozrieme na diela preložené do slovenčiny, vidíme, že prekladatelia siahli predovšetkým na tie Augustínove diela, ktoré sú všeobecne považované za jeho najdôležitejšie. *Vyznania*, napríklad, patria medzi jeho najrozsiahlejšie a predstavujú prvý autobiografický spis vôbec. Okrem jeho života sa tu dozvedáme aj o jeho vzťahu k Bohu, je to akási osobná spoveď autora. *V Božom štáte* sa predstavuje v prvom rade ako filozof a obhajuje kresťanov, ktorých pohania obviňovali z pádu rímskeho impéria. Pri diele *O kresťanskej náuke* môžeme konštatovať, že ide o prvú príručku kresťanského vyučovania svojho druhu. V prekladoch sú zastúpené najmä diela filozofické (*O učiteľovi*, *Proti akademikom*, *O blaženom živote*, *Samovravy*), potom dogmatické (*O Trojici*), morálne spisy (*O kresťanskej náuke*) a nájdeme tu aj diela exegetické (*Komentár k Jánovmu evanjeliu*).

Najstarším rehoľným predpisom kresťanského západu sa stala Augustínova *Regula*, ktorú vypracoval pre mužov aj ženy. Jej vznik sa datuje do obdobia okolo roku 397. V slovenskom

⁵⁸ Tieto dva diela vyšli v rámci edície *Patrimonium: O kresťanskej náuke. O milosti a slobodnej vôli*. Preložili Marcela ANDOKOVÁ a Robert HORKA. Prešov: PETRA, 2004. *Patrimonium*, zv. 3. ISBN 80-89007-44-9.

⁵⁹ Uvádzame ich chronologicky podľa roku vydania slovenského prekladu. Pre ich úplný bibliografický záznam pozri publikáciu: BRODŇANSKÁ Erika a KOŽELOVÁ Adriána. *Antická kultúra pre prekladateľov. Vysokoškolská učebnica*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, 2017. ISBN 978-80-555-1891-6, s. 129.

⁶⁰ BRODŇANSKÁ a KOŽELOVÁ, ref. 59, s. 112 – 114.

jazyku bola naposledy vydaná z iniciatívy Združenia Jas v roku 1995⁶¹. Starším vydaním je práca pre potreby Kongregácie dcér Najsvätejšieho Spasiteľa v Bratislave z roku 194⁶². Nejedná sa síce o slovenský preklad z pôvodného textu, avšak spomíname ju, nakoľko ide o dôležitý dokument – pravidlá, ktoré za svoj základ prijalo niekoľko desiatok mužských, ako aj ženských rehoľných komunít.

Ak zoberieme do úvahy, koľkých spisov bol Augustín autorom, mohlo by sa zdať, že z jeho tvorby nemáme v slovenčine takmer nič. Pri takejto úvahe však musíme byť opatrní a prihliadnuť na niekoľko okolností. Latinčina sa na našom území používala ako jazyk štátnej správy až do roku 1848, vzdelanci ňou plynulo hovorili a Augustínove diela im tak boli prístupné v pôvodnom jazyku. Niektoré boli vydávané aj na našom území, vzdelanci si ich medzi sebou vymieňali, či vlastnili vo svojich knižniciach. Bohužiaľ, komunistický režim latinčinu vytlačil do úzadia, prestala sa vyučovať aj na školách a do roku 1989, z pochopiteľných dôvodov, klasickí filológovia nesiahali po prekladoch diel cirkevných otcov. Súčasná generácia klasických filológov si uvedomuje potrebu prekladania antických autorov a tak môžeme vďaka nim už teraz čítať tie najdôležitejšie Augustínove spisy v slovenčine. Prispievajú tým u nás k sprístupneniu antickej literatúry širokej verejnosti, k pochopeniu tak neuveriteľne bohatému literárnemu odkazu, ktorý sv. Augustín po sebe zanechal a ich preklady sa stávajú svedectvom o stupni vyspelosti kultúry nášho národa.

⁶¹ BAVEL, Tarsicius J. van. *Regula Augustína z Hippo. Úvod, preklad, komentár*. Z talianskeho originálu preložil Ivan KÚTNÝ. Zvolen: Jas, 1995. ISBN 80-88795-01-X.

⁶² *Regula sv. Augustína a Konštitúcie Kongregácie Dcér Najsv. Spasiteľa v Bratislave*. Bratislava: Slovenská Grafia, 1943.

2 Výskumná koncepcia dizertačnej práce

2.1 Výskumné ciele

V dizertačnej práci *Sv. Augustín v kultúrnych dejinách Slovenska (v pamiatkach architektúry a umenia)* chceme začleniť osobu sv. Augustína do kultúrnych dejín Slovenska a vymedziť, aký má v nich postavenie a vplyv od stredovekého Slovenska (Uhorska) až do súčasnosti (na základe jeho zachytenia v pamiatkach architektúry a umenia). Pokúšame sa tak dotvoriť ucelený pohľad vzťahujúci sa na osobu sv. Augustína v súvislosti s územím Slovenska. To je našim **primárnym cieľom**.

Pri štúdiu vplyvu osobnosti na dejiny a kultúru národa je adekvátne sa pýtať **otázky**:

1. Kto to bol? Odkiaľ pochádzal? Čím sa zaslúžil o svoju veľkosť?
2. Ako a prostredníctvom koho sa šírila jeho kultúra?
3. Kde/aké sú viditeľné/hmatateľné artefakty jeho kultúry?
4. Mal sv. Augustín v našich kultúrnych dejinách vplyv, bol pre nás inšpiráciou, ak áno, do akej miery?

Aby sme vedeli odpovedať na tieto otázky, stanovili sme si **3 oblasti výskumu**:

1. Vznik a šírenie kultúry sv. Augustína na našom území.
2. Sv. Augustín v sakrálnom umení (umeleckohistorických pamiatkach).
3. Ikonografia sv. Augustína.

V rámci kontextu osobnosti a významu sv. Augustína, venujeme jednu kapitolu aj jeho životu a dielu (kapitola 3). Toto však nie je predmetom nášho výskumu, preto to uvádzame len okrajovo, rovnako ako aj jeho teologické učenie, či výklad filozofických myšlienok. Odkaz na sv. Augustína tak sledujeme primárne v sakrálnom umení a na základe uvedeného sme si stanovili nasledovné **sekundárne ciele**:

1. Objasniť vznik a šírenie kultúry sv. Augustína na našom území v stredoveku.
2. Upozorniť na rehoľu augustiniánov a na jej pôsobenie a prínos na našom území.
3. Zmapovať patrocinia sv. Augustína (kostoly, kaplnky, inštitúcie) a umeleckohistorické pamiatky (nástenne maľby, tabuľové maľby, plastiky, oltáre) s prihliadnutím na časový rámec a kontext ich vzniku, rovnako ako aj na ich umeleckú a kultúrnu hodnotu.
4. Všímať si ikonografiu, vyobrazenie sv. Augustína v umeleckohistorických pamiatkach na našom území a jej vývoj porovnať v rámci uplatňovania v európskom priestore.

-
5. Vytvoriť syntézu poznatkov do komplexného pohľadu na osobu sv. Augustína (v rámci kontextu pamiatok architektúry a umenia).
 6. Vytvoriť interaktívnu mapu „Sv. Augustín v sakrálnom umení na Slovensku“.

2.2 Hypotézy

Nakoľko Slovensko tvorí integrálnu súčasť Európy, ktorej moderná kultúra a vzdelanosť spočíva aj na základoch kresťanskej kultúry staroveku, do ktorej sv. Augustín neodmysliteľne patrí, predpokladáme:

1. vznik a šírenie kultu sv. Augustína aj na našom území,
2. pôsobenie rehole augustiniánov na našom území,
3. patrocíniá sv. Augustína na našom území,
4. pretvorenie úcty k osobe sv. Augustína do podoby početných sakrálnych umeleckohistorických pamiatok (nástenné maľby, tabuľové maľby, plastiky, oltáre) vytvorených a zachovaných na našom území.

2.3 Metódy a metodika výskumu

Ťažisko obrazu vychádza zo syntézy už dostupných poznatkov k danej téme, k čomu sme dospeli analýzou a popisom dostupnej literatúry (podrobne rozoberáme v kapitole 1) a tiež analýzou dostupnej, už spracovanej, pramennej bázy. V tomto smere sme využili napríklad schematizmy diecéz, ktoré majú na svojich internetových stránkach uverejnené diecézy Rímskokatolíckej cirkvi na Slovensku, Slovenský diplomatár, zostavený Richardom Marsinom, či kanonické vizitácie – konkrétne pre naše bádanie sa nám stala nápomocná publikácia autorov Zubko – Žeňuch, ktorí spracovali vizitáciu Šarišského archidiakonátu z roku 1749. Pramenné bádanie, aktívny výskum pramenných materiálov a následne jeho analýzu, sme realizovali vo fondoch Pamiatkového úradu Slovenskej republiky v Bratislave, vo fondoch Štátnych archívov na Slovensku (Bratislava, Nitra – pracovisko Komárno, Žilina – pracovisko Bytča, Prešov – pracovisko Poprad, Košice – pracovisko Rožňava, Trnava – pracovisko Skalica, Trenčín), v archívoch farských úradov a obcí (Štrba). Toto sme uplatnili hlavne pri mapovaní patrocínií a sakrálnych umeleckohistorických pamiatok. Tento výskum sme doplnili o terénny, pri ktorom bolo možné všimnúť si súčasnú situáciu daných objektov, popísať ju, doplniť o nové skutočnosti a objekty aj fotograficky zdokumentovať. V tomto ohľade sa nám stali nápomocní aj informátori, ktorí sa o naše objekty záujmu starajú, majú ich v správe, alebo sú v nejakom ohľade s nimi spätí.

Metódami výskumu preto boli:

-
1. Literárna a databázová rešerš.
 2. Výskum knižničných fondov.
 3. Výskum archívnych dokumentov.
 4. Terénny výskum.
 5. Rozhovor.

Pri práci sme uplatnili primárne **priamu metódu**, ktorou sme získali informácie či už z primárnej a sekundárnej literatúry, alebo z dostupných prameňov – najmä pri analýze a popise umeleckohistorických pamiatok (plastiky, nástenné maľby, tabuľové maľby, či oltáre). Využili sme rovnako **komparatívnu metódu**, kde sme sa analógiou pokúsili naše zistenia začleniť do európskeho kontextu so zreteľom na jednotlivé časové obdobia. Pri hľadaní odpovedí na naše nastolené otázky sme použili tiež **nepriamu metódu**, a to hlavne v prípade chýbajúceho pramenného materiálu. Pri výskume materiálov sme využili **analýzu, syntézu** poznatkov, ich **komparáciu**, následne sme mohli zovšeobecniť dané poznatky a formulovať závery.

Výskum bol realizovaný vo viacerých etapách:

1. Písomný materiál:
 - informačný prieskum, excerpčia zdrojov, zozbieranie, analýza a popis dostupnej primárnej a sekundárnej literatúry k danej téme.
2. Archívny materiál:
 - zozbieranie, excerpčia, analýza a popis pramenného materiálu.
3. Terénny výskum:
 - zmapovanie, opis a zdokumentovanie pamiatok.
4. Sformulovanie záverov zo zistení realizovaného výskumu.
5. Vytvorenie interaktívnej mapy s lokalizovaním a popisom pamiatok na Slovensku s väzbou na sv. Augustína.

3 Vznik a šírenie kultu sv. Augustína na našom území

Počiatky pôsobenia reholí, ktoré sa hlásia k sv. Augustínovi na území dnešného Slovenska súvisia s pustovníckym hnutím, ktoré sa šírilo aj v Uhorsku už od 10. storočia. Pustovníci žili aj na území dnešného Slovenska. Na území Uhorska sa pravdepodobne pohybovali aj laickí, no najmä talianski pustovníci, resp. pustovníci, ktorí používali Augustínovu regulu. Ich príchod do Uhorska a vznik prvých rehoľných domov sa predpokladá niekedy po roku 1244. V 13. storočí je v Uhorsku doložená aj prítomnosť pustovníkov patriacich k *Reholi sv. Viliama*. Na území dnešného Slovenska ide o dve lokality. Prvá sa nachádza pri pohraničných zásekoch v okolí Veľkého Šariša, druhá vo vnútrozemí vo Veľkej Tíni na Zemplíne. *Rehoľa sv. Viliama* bola predchodkyňou *Rehole pustovníkov sv. Augustína*⁶³. Presný rok vzniku jej samostatnej uhorskej provincie nepoznáme. Pravdepodobne vznikla odčlenením od nemeckej provincie niekedy medzi rokmi 1263 – 1308. Najpravdepodobnejšie sa proces jej osamostatnenia začal niekedy po roku 1265, kedy sa provinčný prior Guido zo Stagia stal generálnym priorom rádu. Zároveň je to obdobie vlády Bela IV. (1235 – 1270), ktorý sa považuje za veľkého priaznivca augustiniánov, ako aj iných reholí v Uhorsku.⁶⁴

Augustiniáni boli menej rozšírená rehoľa v stredovekom Uhorsku. Ako uvádza Huťka, vzniklo len okolo štyridsať kláštorov. Na území dnešného Slovenska mali štyri rehoľné domy: vo Veľkom Šariši (Kláštor sv. Stanislava), Hrabkove (Kláštor sv. Ducha), Bardejove (Kláštor sv. Jána Krstiteľa) a v Spišskom Podhradí (Kláštor sv. Alžbety). Je zaujímavé, že tieto slovenské augustiniánske kláštory ležali v stredoveku na pomerne malom území, tri v Šariši a jeden na Spiši. Ich založenie je datované do 13. (Veľký Šariš), 14. (Hrabkov, Bardejov), a 15. storočia (Spišské Podhradie).⁶⁵

Vo **Veľkom Šariši** sa mnísi rehole augustiniánov usídlili v blízkosti krajinskej cesty vedúcej do Poľska priamo cez mesto a kontrolovanej Šarišským hradom. Situovanie polohy kláštora vybudovaného na polceste medzi mestom a hradom, juhovýchodne od úpätia hradného kopca, predpokladalo jeho významnú funkciu v danom regióne. Donačná listina kráľa Ladislava IV. je datovaná rokom 1274. Mníchom ňou určil do držby majetky v meste vyčlenené z kráľovského prédia. Ďalšie majetky vlastnili severovýchodne od Veľkého Šariša, v Pečovskej Novej Vsi

⁶³ *Rehoľa pustovníkov sv. Augustína* je stredoveký termín. Oficiálny názov od 12. februára 1962 je *Rehoľa sv. Augustína (O.S.A)*, ktorý schválila Kongregácia pre rehole (HUŤKA, ref. 21, s. 12).

⁶⁴ HUŤKA, Miroslav. Počiatky Rehole pustovníkov sv. Augustína v Uhorsku a vznik ich samostatnej provincie. In: *Studia Theologica*. 2015, roč. 17, č. 1, s. 95 – 107. ISSN 1212-8570.

⁶⁵ HUŤKA, ref. 64, s. 107.

a v Sedikarte. Výsady kláštora potvrdil Karol Róbert v roku 1329 a Ľudovít Veľký v roku 1365. Skutočnosť, že Veľký Šariš bol administratívnym centrom stolice sa pozitívne odrazila aj na fungovaní kláštora. Vystupoval ako arbiter v majetkoprávných sporoch severošarišskej šľachty, vydával listiny právneho charakteru, prior kláštora bol oblastným vikárom. Kláštor fungoval ako integrálna súčasť stredovekého života podľa svojich pravidiel a s pravidlami vonkajšieho sveta. Miestny názov potoka Chmeľník sa možno hlási k produkcii piva v kláštore. Presný dátum jeho zániku nie je známy. V roku 1528 je spomenutý posledný známy prior kláštora páter Matúš, čo naznačuje, že zanikol niekedy v sedemdesiatych až deväťdesiatych rokoch 16. storočia. Miesto, kde kláštor stál, bolo zrovnané so zemou a vysadili na ňom lipovú aleju kaštieľa, dnes je plocha športovým areálom.⁶⁶ Kláštor budoval postupne svoje filiálky. Historicky doložené kláštory sú v Chmiňanoch, zasvätený sv. Štefanovi mučeníkovi, odkiaľ mníši prešli v roku 1334 do Hrabkova a v Bardejove, zasvätený Jánovi Krstiteľovi.

Kláštor sv. Stanislava sa nepriamo spomína aj v Barkóciho vizitácii Šarišského archidiakonátu z roku 1749, kde vizitácia farnosti Veľký Šariš uvádza: „...v kaštieli oproti opustenému kostolu stál iný kostol, ktorý spomína Pázmaňova synoda v roku 1629 pri kláštore Svätého Ducha, ktorý bol teraz rumoviskom, ktoré bolo spojené kaplnkou.“ Autori vizitácie dávajú túto kaplnku do súvisu so zaniknutým kláštorom sv. Stanislava.⁶⁷

O histórii augustiniánskeho kláštora sv. Ducha v **Hrabkove** existuje len málo informácií. Podľa dochovaných správ rozhodol o jeho založení a vybavení majetkom komes Mikuláš z Perína, vtedajší vlastník Hrabkova, v roku 1334.⁶⁸ Kláštoru daroval celú dedinu s príslušenstvom vrátane mlyna alebo patronátneho práva nad Kostolom apoštolov sv. Šimona a Júdu. Stál v okrajovej časti regiónu, neďaleko križovatky ciest, možno na troskách staršieho hospicu rovnakého zasvätenia. Huťka ponúka niekoľko vysvetlení k dôvodom jeho vzniku v Hrabkove. Jeden z nich môže byť vo filiácii, čoho dôkazom je napríklad účasť priora kláštora vo Veľkom Šariši Herkeho pri akte fundácie. Nevysvetľuje to však príčinu lokalizovania kláštora v pomerne malej dedine a len necelých 21 km od Veľkého Šariša. Huťka sa domnieva, že mohlo ísť o akúsi „pustovňu“ alebo pokojné zázemie pre veľkošarišských augustiniánov. Augustiniáni od 13. storočia zakladali svoje kláštory už prevažne v mestách, preto vysvetlením môže byť alúzia na pustovnícky pôvod rehole augustiniánov. Zároveň je filiácia dôkazom, že Kláštor sv. Stanislava vo Veľkom Šariši musel

⁶⁶ MIROŠŠAYOVÁ a KARABINOŠ, ref. 25, s. 18 – 24.

⁶⁷ ZUBKO, Peter a Peter ŽEŇUCH. *Barkóciho vizitácia Šarišského archidiakonátu (1749). Rímskokatolíci, gréckokatolíci a evanjelici podľa latinskej vizitácie*. Bratislava: Veda, 2017, s. 93. ISBN 978-80-89489-33-6.

⁶⁸ BARTKO, Vlastimil, Lucia BARTKOVÁ a Patrik DERFIŇÁK. *Monografia obce Hrabkov*. Prešov: Obecny úrad Hrabkov, 2016, s. 30. ISBN 978-80-972261-2-1.

byť pomerne rozvinutý, keď si mohol dovoliť uvoľniť časť rehoľníkov pre kláštor v Hrabkove. Ďalšie vysvetlenie, ktoré ponúka, sa týka motivácie Mikuláša z Perína. Je pravdepodobné, že na jeho majetku žilo obyvateľstvo iného vierovyznania ako katolíckeho (rusínskej národnosti, možno z Poľska alebo Haliče) a tak sa snažil o jeho obrátenie. Na tento účel zrejme mienil v Hrabkove vybudovať Kláštor sv. Ducha, ktorého úlohou mohlo byť obrátenie pravoslávnych „schizmatikov“, teda misijná činnosť. Kláštor zanikol zrejme veľmi podobne ako veľkošarišský v dôsledku devastačných vplyvov vojny o uhorský trón a v dôsledku šírenia reformácie.⁶⁹

Aj kláštor v Hrabkove sa v Barkóciho vizitácii z roku 1749 spomína nepriamo, kde sa píše: „*Vo filiálnej obci Hrabkov (Hrapko) stál starobyľý konsekrovaný kostol; odpust sa slávil na sviatok sv. Šimona a Júdu, ale jeho pôvodné patrocinium nebolo farárovi známe.*“ Autori konštatujú, že šlo o pôvodné stredoveké patrocinium.⁷⁰

Najstaršia zmienka o kláštore augustiniánov v **Bardejove** pochádza z roku 1390. Novozaložený kláštor osídlili krakovskí augustiniáni na čele s bratom Henrichom a jeho štyrmi spolubratmi. Povoľenie im dal generálny predstavený rehole Bartolomej z Benátok. Patronátne právo nad kláštorom vykonávala mestská rada. Z toho možno predpokladať, že ho dalo postaviť mesto. V roku 1435 im napríklad ako patrón zakúpilo knihy o svätcoch a v roku 1515 misál. 17. 12. 1400 udelil pápež Bonifác odpustky veriacim, ktorí navštívia bardejovský augustiniánsky kostol. V roku 1428 sa predstaveným kláštora stal lektor Izaiáš Boner, čo značí, že pôsobil ako učiteľ.⁷¹ Z komunity kláštora vyslal dvoch členov skriptorov, aby pre neho vyhotovili knihy na náklady kláštora. Bardejovský kláštor sv. Jána Krstiteľa sa tak stal aj intelektuálnym miestom, svojou skriptorskou činnosťou a knižnou kultúrou sa rehoľníci zapísali do života stredovekého Bardejova.⁷² Pri príchode lektora Bonera mal kláštor 4 kone, 1 nový voz, plnú sýpku. Finančná hotovosť predstavovala 592 florénov. Posledná zmienka je z roku 1528, kedy mestská rada siahla po nezhodách na majetok kláštora a rehoľníkov vyhnala. Kostol slúžil v polovici 17. storočia evanjelikom, v roku 1670 ho v rámci rekatolizácie nariadením cisára Leopolda I. získali

⁶⁹ HUŤKA, ref. 21, s. 148 – 158.

⁷⁰ ZUBKO a ŽEŇUCH, ref. 67, s. 45.

⁷¹ HANUŠČIN, Štefan. Augustiniáni v Bardejove. In: *Bardejovské novosti*. 2017, roč. 28, č. 21, s. 4. ISSN 1338-1067.

⁷² Sopko konštatuje, že údaj o skriptorskej činnosti augustiniánov je jediným nielen na území Slovenska, ale aj v rámci celého Uhorska. V univerzitnej knižnici v Budapešti sa nachádza dvojica kódexov, ktoré pochádzajú jednoznačne z ich skriptória. Podľa Sopka sa tam dostali najskôr z Bardejova podobne ako ostatné rukopisné pamiatky konventov zo Slovenska po zrušení rádov Jozefom II. (SOPKO, Július. Skriptori a skriptória kláštorov na Slovensku. In: *Dejiny a kultúra rehoľných komunít na Slovensku. Príspevky na II. sympóziu o cirkevných dejinách Slovenska na Trnavskej univerzite 15. – 16. októbra 1993*. Trnava: Trnavská univerzita, 1994, s. 93. ISBN 80-88774-00-4).

františkáni, ktorý ho barokovo prestavali. S rehoľou je spojený názov lokality Mníchovský potok, kde sa podarilo odkryť základy drevenej stavby z 15. storočia. Pravdepodobne sa jedná o pustovňu augustiniánov.⁷³

Barkóciho vizitácia sa o bardejovských augustiniánoch zmieňuje nasledovne: „*V meste stál aj kostol reformovaných františkánov, ktorý podľa tradície bol benedikovaný, teraz v ňom bývali šiesti ľudia; kostol kedysi patrila augustiniánom.*“⁷⁴

Založenie kláštora v **Spišskom Podhradí** je spojené s miestnym stredovekým špitálom. V meste ho dal na vlastné náklady postaviť farár Henczmanus asi v roku 1396 alebo 1397. Bol pri ňom kostol či kaplnka sv. Alžbety, preto sa nazýval „*hospitale pauperum sancte Elisabeth in Suburbio*“. Príjmy špitála boli nízke a rektori, ktorí sa oň starali, z nich nemohli vyžiť. Zrejme z tohto dôvodu posledný rektor špitála Mikuláš Kolbach svoje miesto opustil a špitál ostal pol roka prázdny. Spišský prepoš a ostrihomský arcibiskup sa o tomto dozvedeli a odporúčali rehoľu augustiniánov, aby si v ňom založili kláštor. Do mesta prišli zrejme už v roku 1399 alebo začiatkom roka 1400. Mnísi sa tu usadili, ale aj slúžili bohoslužby, kázali, spovedali a vysluhovali sviatosti. Porušovali tým jednak jurisdikčné práva farára, nakoľko špitál patrila jemu a ukracovali ho tým aj o príjem. Takto sa augustiniáni dostali do sporu a farár Ján Libusz podal proti nim sťažnosť u pápeža Bonifáča IX. Ten vydal v marci 1402 bulu, ktorou zakázal pod trestom exkomunikácie akýmkoľvek mníchom bez súhlasu miestneho farára užívať budovu špitála a pôsobiť v meste. Zdá sa, že medzi farárom a augustiniánmi došlo k dohode, nakoľko v meste pôsobili až do reformácie.⁷⁵

Na našom území spočívala činnosť augustiniánov v prvom rade v pastoračii a šírení evanjelia prostredníctvom kázania a vysluhovania sviatostí, no každý z ich kláštorov bol aj niečím výnimočný. Vo Veľkom Šariši sa venovali administratívnej a notárskej činnosti, pri hrabkovských augustiniánoch treba vziať do úvahy misijné poslanie pri konverzii pravoslávnych obyvateľov, bardejovskí rehoľníci obohatili svojou skriptorskou činnosťou knižnú kultúru mesta a v Spišskom Podhradí sa venovali charitatívnej a sociálnej činnosti. Augustiniánske kláštory zanikli v 16. storočí vplyvom viacerých zmien, ktorými v tomto období prechádzala celá Európa. Negatívny vplyv na kontemplatívny svet stredovekého mníšstva malo spolupôsobenie reformačného hnutia s postupnými zmenami svetonázoru, postupujúce kultúrne obrodenie vo forme renesancie, zámorské objavy, nástup nových mníšskych reholí či prechod politickej

⁷³ HANUŠČIN, ref. 71, s. 4.

⁷⁴ ZUBKO a ŽEŇUCH, ref. 67, s. 18.

⁷⁵ ŽIFČÁK, František, ed. *Kronika mesta Spišské Podhradie slovom i obrazom*. Spišské Podhradie: Mesto Spišské Podhradie, 2011, s. 21. ISBN 978-80-88900-47-4.

a hospodárskej moci zo starých centier do výhodnejšie situovaných miest, ktoré dokázali absorbovať zvýšený objem preskupujúcich sa tovarov a ľudí. Augustiniáni však mimo svojich kláštorov pôsobili aj na iných miestach dnešného Slovenska. Archetypom mendikanta bol aj potulný kazateľ. O tejto činnosti síce zatiaľ neexistuje veľa informácií, no doložená je ich potulná pastorácia napríklad v Košiciach či v Banskej Bystrici.

V **Novom Meste nad Váhom** je doložená existencia jedinej augustiniánskej prepozitúry na Slovensku –Prepozitúra Panny Márie.

Príchod rehoľných kanonikov rádu sv. Augustína súvisí so založením prepozitúry sedmohradským vojvodom Ctiborom. Roku 1388 mu kráľ Žigmund daroval Nové Mesto aj s hradom Beckovom. V roku 1413 vyjednával o možnosti založenia prepozitúry na pútnickom mieste s ostrihomským arcibiskupom Jánom Kanižaym a 16. januára 1414 dal v Budíne vyhotoviť listinu, ktorou sa v Novom Meste, pri chráme Panny Márie, zakladá augustiniánska prepozitúra. Prepoštom sa stal Peter a s ním tam bolo umiestnených, ako sa uvádza v listine, dvanásť bratov rehoľných kanonikov rádu sv. Augustína. Prišli z augustiniánskeho kláštora v Šternebrgu a z augustiniánskej prepozitúry v Prahe na Karlove, s ktorými Peter nadviazal kontakty.⁷⁶

V 16. storočí k nám začínajú z Nemecka prenikať nové náboženské prúdy, náboženská reformácia. Posledným prepoštom ako člen augustiniánskej rehole bol Ondrej z Trenčína. Následne túto funkciu zastupovali svetskí kňazi a od roku 1570 evanjelickí duchovní. Naspäť katolíckej cirkvi sa ju podarilo získať v období rekatolizácie, keď bol v roku 1635 za novomestského prepošta vymenovaný Juraj Séchényi. Poskytoval veľkú pomocnú službu kardinálovi Petrovi Pázmánymu pri jeho rekatolizačných aktivitách. Do Nového Mesta prišiel začiatkom septembra 1638.⁷⁷ Pričinením Jakuba Hašku, ktorý na mieste prepošta pôsobil v rokoch 1666 – 1695, sa prepozitúra začala považovať za najbohatšie farské benefíciú v ostrihomskom arcibiskupstve. Tesné spojenie prepozitúry s farou (praepositura curata), ktoré cisár Ferdinand III. v roku 1648 právne zakotvil spôsobilo, že sa o toto benefícium nemohli uchádzať augustiniáni či iná rehoľa ako celok, ale výlučne jednotlivci z radov svetského kléru. Od roku 1648 sa o patronát nad prepozitúrou delilo niekoľko šľachtických rodín.⁷⁸

Ak by sme na Slovensku hľadali rehoľu augustiniánov dnes, nachádzame ju v **Košiciach** ako jedinú stabilnú komunitu augustiniánov na Slovensku. K obnoveniu činnosti Rehole sv.

⁷⁶ GÁBRIŠ, Július. *Dejiny prepozitúry Panny Márie v Novom Meste nad Váhom*. Bratislava: Obzor, 1968, s. 16 – 21.

⁷⁷ GÁBRIŠ, ref. 76, s. 27 – 38.

⁷⁸ GÁBRIŠ, ref. 76, s. 61.

Augustína došlo v roku 1995. Na našom území sa tak augustiniáni objavujú opäť po skoro štyristopäťdesiatich rokoch. Jej zakladateľom boli Pavol Benedik a Angelo Lemme z vtedajšej Umbrijskej Augustiniánskej Provincie, ktorá je dnes súčasťou Talianskej Provincie. Komunitu tvoria v súčasnosti štyria stabilní členovia: predstavený komunity a rehole na Slovensku Juraj Pigula, Miroslav Zárik, Jozef Jurdák a Andrej Kovaľák.⁷⁹ Pavol Benedik pôsobil ako kňaz v slovenskom Ústave sv. Cyrila a Metoda v Ríme a cez pútnické miesto Casciu sa stal augustinianom. Po roku 1989 prišiel aj so svojím novicmajstrom Angelom Lemme na Slovensko, kde kázali a robili duchovné obnovy vo viacerých farnostiach. Nakoľko mala ich misia pozitívny ohlas, predstavení v talianskej Casci im dovolili prísť na Slovensko natrvalo. Usadili sa v Košiciach, odkiaľ sa venovali rôznym aktivitám. Pomáhali napríklad na sídlisku Furča, otec Pavol učil taliančinu na košickom Gymnáziu Tomáša Akvinského, v lete organizovali púť do Gaboltova, v zime Silvestra pre mladých. Predtým ako si Augustiniáni vybudovali vlastný kláštor, bývali necelých 16 rokov na periférii Košíc, paradoxne v bývalom verejnom dome.⁸⁰

Kláštor, ktorý patrí k reholi sv. Augustína, nesie jeho patrocínium – Kláštor sv. Augustína. Budovať ho začali v roku 2010. Architektom je Ing. Arch. Richard Neufeld. Stavala ho firma Betpess. Z komunity augustiniánov mal stavbu na starosti Jozef Jurdák OSA. Kláštor slávnostne požehnal arcibiskup Bernard Bober 12. novembra 2011 a otvorenie kláštora sa uskutočnilo 13. novembra 2011.⁸¹

Kláštor dnes stojí na rozmedzí Furče a Košickej Novej Vsi. Hoci rehoľa augustiniánov na Slovensku patrí medzi najmenšie, aktivity ich štyroch členov sú rozmanité. Realizujú pastoračné aktivity, stretnutia s veriacimi, sériu prednáškových večerov „Desatoro“, či starosť o pútnikov. Ako konštatuje Juraj Pigula: „Chceli by sme podobne ako svätý Augustín upevňovať vieru ľudí“.⁸²

3.1 Patrocíniá sv. Augustína

3.1.1 Kostoly zasvätené sv. Augustínovi

Kostol sv. Augustína v Okoličnej na Ostrove

⁷⁹ Rehoľa sv. Augustína na Slovensku. *Rehoľa sv. Augustína* [online]. ©2022 [cit. 2022-02-16]. Dostupné na: <https://www.aug.sk/augustiniani/>

⁸⁰ RÁBARA a TAKÁČ, ref. 7.

⁸¹ Kláštor sv. Augustína. *Rehoľa sv. Augustína* [online]. ©2022 [cit. 2022-02-16]. Dostupné na: <https://www.aug.sk/klaster-sv-augustina/>

⁸² RÁBARA a TAKÁČ, ref. 7.

Historické pramene uvádzajú, že rímskokatolícka fara bola v Ekle⁸³ už v 13. storočí. Prvá písomná zmienka pochádza z roku 1397, kedy sa Ekel a jeho príslušenstvo k materskej cirkvi uvádza v Arcibiskupskom Léli.⁸⁴ Kostol bol postavený na mieste staršieho, pravdepodobne románskeho kostola z roku 1247. Pôvodný chrám sa spomína v roku 1561, kedy tu pôsobil farár Valentinus. Silné zemetrasenie v roku 1763 kostol poškodilo, jeho stav sa odvtedy zhoršoval. Kostol preto zbúrali a nový na jeho mieste postavili v roku 1816. Postavený bol v klasicistickom slohu a v roku 1830 bol rozšírený. Kostol je jednoloďová stavba so štvorcovým presbytériom, do štítového priečelia vstavanou vežou a pristavenou sakristiou.⁸⁵

Súčasnú podobu dala kostolu obnova v roku 1830. Túto informáciu nachádzame aj v Správe z terénu zo dňa 6. mája 1959, ktorá sa nachádza v archíve Pamiatkového úradu v Bratislave. Píše sa v nej o jednoloďovej budove postavenej v roku 1830, ktorej stav, hlavne fasáda, je zanedbaná a omietky ošarpané. Loď je rozdelená na 3 polia pomocou silných pilastrov a táto okolnosť ukazuje na to, že kostol musel byť kedysi zaklenutý a klenby zrejme zničené požiarom.⁸⁶

V rokoch 2016 – 2018 bol kostol mimo používania a po rekonštrukcii bol znovu vysvätený 28. augusta 2018 na sviatok svojho patróna.⁸⁷

Kostol sv. Augustína v Stratenej

Obec Stratená sa nachádza vo Východoslovenskom kraji, v Slovenskom rudohorí, v Stratenskej kotline. Vyvinula sa okolo mediarskych, neskôr železiarskych podnikov v 1. polovici 18. storočia. Rozvoj podnikov nastal po roku 1840, keď prešli do rúk rodiny Koburgovcov.⁸⁸

Podľa archívnych materiálov⁸⁹ bol kostol sv. Augustína v Stratenej postavený vďaka veriacim obyvateľom osady Jánostelep, ktorý sa v roku 1899 rozhodli, že namiesto drevenej kaplnky dajú postaviť novú. Ako uvádzajú v liste⁹⁰, pôvodná kaplnka už nevyhovovala svojmu účelu. Tú dal v roku 1820 v osade Jánostelep postaviť bohabojný človek, Ján Novotný.

⁸³ Názov obce pre Okoličnú na Ostrove v 13. storočí.

⁸⁴ DÉNESOVÁ, Eva. Okoličná na Ostrove – EKEL. Okoličná na Ostrove: MESTER, 2021. ISBN 978-80-970167-7-7, s. 61.

⁸⁵ SZÉNÁSSY, Árpád, ed. *Okoličná na Ostrove. Pozoruhodnosti*. Komárno: Komárňanské tlačiarne s.r.o. vydavateľstvo, 1999. ISBN 80-8056-129-X, s. 7 – 8.

⁸⁶ Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, fond Krajský ústav štátnej pamiatkovej starostlivosti a ochrany prírody Bratislava, [1959], šk. č. 111. *Korešpondencia*, spis č. 3381.

⁸⁷ DÉNESOVÁ, ref. 84, s. 63.

⁸⁸ HARMINC, Ivan et al. *Súpis pamiatok na Slovensku. Zv. 3. R – Ž*. Bratislava: Obzor, 1969, s. 201.

⁸⁹ Štátny archív v Košiciach, pracovisko Archív Rožňava, fond Obvodný notársky úrad v Stratenej, Administratívne spisy, šk. „stavba školy a kostola“. Preklad z maďarčiny a latinčiny PhDr. Klára Komorová, PhD.

⁹⁰ V liste sa menovite uvádzajú nasledovní obyvatelia obce: Alexander Wekerle [?], predseda, dr. Alexander Baroy [?], župný biskup, dr. Ľudovít Neogrady, podžupan, členovia stavebného výboru:

Na tento účel založili katolícki veriaci obyvatelia osady Jánostelep a obce Stratená finančnú zbierku, ktorú väčším darom otvoril bulharský panovník Ferdinand. Podporil ju aj Filip Sasko-Kobursko-Gothajský. Obaja prispeli panovníckou materiálnou ako aj morálnou podporou. V zbierke sa podarilo vyzbierať takú veľkú sumu, že v roku 1903 sa obyvatelia rozhodli namiesto kaplnky postaviť kostol, na čo dali obaja panovníci svoj súhlas. Veriaci sa zaviazali, že sa budú o tento kostol starať.⁹¹

Čo sa týka územia, o vyčlenení pozemku na postavenie kostola rozhodol obecný sudca. Išlo o pozemok Filipa Sasko-Kobursko-Gothajského, ktorý ho na tento účel daroval. Zároveň sa vytvoril stavebný spolok, ktorý bol poverený viesť stavbu a spravovať fond darov. Stavbu započal 16. augusta 1908 dobšinský staviteľ Samuel Krautz, ktorý vypracoval rozpočet a plány kostola. Základný kameň bol za veľkej slávnosti položený 23. augusta 1908.⁹²

18. februára 1909 sa členovia stavebného výboru listom obrátili na panovníka so žiadosťou o poskytnutie sumy na ďalší materiál. Pri kopaní základov kostola, štátnej základnej školy a domu notára v Stratenej sa narazilo na močaristú pôdu a so zreteľom na túto okolnosť bolo potrebné voči pôvodnému plánu základ, ktorý mal byť vyhotovený z kameňa, zmeniť na betónový. Lacnejší kameň, ktorý bol k dispozícii, z ktorého sa mali stavať múry, vyslanec uhorského kráľovského úradu zakázal na tento účel použiť a prikázal postaviť múry z dobre vypálenej tehly. Nakoľko obec nepočítala s takýmito okolnosťami a prekážkami, nebolo to zahrnuté v rozpočte a tak nemali na to finančné krytie.⁹³

Kostol bol dokončený v roku 1909, o čom svedčí aj nápis na pamätnej tabuli pripomínajúcu stavbu kostola, ktorá sa doteraz nachádza pri víťaznom oblúku. V kostole je v prvej rade umiestnená tiež drevená kostolná lavica, na ktorej dvierkach je vyhotovený vyrezávaný drevený erb Koburgovcov. Pravdepodobne v nej sedával majiteľ miestnej huty, knieža Filip Koburg. S kostolom sa spája ešte jedna zaujímavosť – pod základný kameň bola uložená zakladateľská

Hugo Zovanyi, predseda, [?], cirkevný pokladník, František Szociak [?], miestny notár, Martin Recovszky [?], miestny sudca, Juraj Buzak, Štefan R., Pavol Lipták, Ján Lipták, Samuel Krausz, dobšinský staviteľ; za čias sv. otca pápeža Pia X., za vlády jeho výsosti Františka Jozefa, milostivého pána Filipa Sasko-koburgsko-gothajského, kráľovského bulharského veličenstva Ferdinanda, za čias, keď bol gróf Albert Aponi ministrom cirkvi a školstva.

⁹¹ Štátny archív v Košiciach, ref. 89.

⁹² Štátny archív v Košiciach, ref. 89.

⁹³ Štátny archív v Košiciach, ref. 89.

listina s podpismi prítomných, ktorá sa tam dodnes nachádza, teda dokument podpísaný samotným kniežaťom Filipom a jeho bratom bulharským cárom Ferdinandom.⁹⁴

Výber patrocínia kostola v Stratenej by sme mohli dať do súvislosti s kostolom sv. Augustína v meste Coburg v Nemecku. Je to farský kostol rímskokatolíckej arcidiecézy Bamberg. Postavený bol v rokoch 1856 – 1860. Jeho výstavbu naplánoval výbor pod patronátom kniežaťa Augusta Sasko-Kobursko-Gothajský, ktorý sa za týmto účelom zišiel v roku 1851. Stavba, v neogotickom štýle, bola vysvätená 28. augusta 1860 na pamätný deň sv. Augustína. Pod kostolom sa nachádza krypta, v ktorej je pochovaných pätnásť členov Koháryho vetvy rodu Sasko-Koburg a Gotha, rímskokatolíckej vetvy pôvodne protestantského vojvodského domu. Medzi nimi aj knieža Filip.⁹⁵

Kostol sv. Augustína v Šajdíkových Humenciach

Osada Humence, od roku 1927 ako samostatná obec Šajdíkovce Humence, patrila cirkevneprávne do farnosti Borský Svätý Mikuláš. V oblasti obce boli kedysi štyri mlyny, podľa ktorých si obyvatelia vyvolili svojho patróna – sv. Martina, patróna mlynárov. Myšlienka, postaviť v dedine rímsko-katolícky kostol sa zrodila z iniciatívy predsedu Národného výboru Jána Šajdika, živnostníkov a viacerých nadšencov. Návrh predložili dekanovi Augustínovi Karmašovi⁹⁶, ktorý pôvodne presadzoval postaviť v obci iba kaplnku. Kostol sa začal stavať v roku 1947, projekty a rozpočtovú dokumentáciu vypracovala stavebná firma Fordinál zo Senice nad Myjavou.⁹⁷ Hodnota prevedenej práce predstavovala do 31. decembra 1947 spolu 35 000 Kčs. Vyúčtovanie prebehlo dňa 31. decembra 1948 a vystavili ho Československé stavebné závody, Národný podnik, Krajský závod Bratislava, Expozitúra Skalica. Ďalšie vyúčtovanie prebehlo 24. októbra 1950.⁹⁸

⁹⁴ SZABÓ, Slavomír. *Kostol sv. Augustína* [online]. Región Gemer, 2013 [cit. 2021-02-15]. Dostupné na: <https://gemer.vucke.sk/trip/gemer/gemer/kultura/kulturne-dedicstvo/kostol-sv-augustina.html>

⁹⁵ Church history. *Parish of St. Augustin Coburg* [online]. 2013 [cit. 2022-06-03]. Dostupné na: <https://st-augustin-coburg.de/kirchen/st-augustin-coburg/index.html>

⁹⁶ V Borskom sv. Mikuláši pôsobil ako farár a dekan v rokoch 1926 – 1951. Komunistickou mocou bol za pomáhanie kňazovi Msgr. V. Mitošinkovi a jeho priateľom pri pokuse odísť do zahraničia odsúdený na 12 rokov väzenia a vedľajšie tresty (MÁJEK, Stanislav. *Augustín Karmaš* [online]. Borský Mikuláš, 2020 [cit. 2022-03-23]. Dostupné na: <https://www.borskymikulask.sk/augustin-karmas/11/0/sm/0/.html>).

⁹⁷ Založenie kostola. *Filiálka Šajdíkovce Humence* [online]. ©2012 [cit. 2022-03-23]. Dostupné na: http://kostolsajdikovehumence.szm.com/zalozenie_kostola.html

⁹⁸ Štátny archív v Bratislave, fond Krajský národný výbor v Bratislave, Cirkevný odbor 1949– 1959, šk. č. 9. *Vyúčtovanie novostavby r. kat. kostola v Šajdíkových Humenciach, okr. Senica*, spis č. 34/1, ročník 1950.

Základný kameň nového chrámu posvätil dekan Augustín Karmoš. Dokončený bol v jeseni v roku 1949 a prvýkrát sa v ňom slúžila omša 13. novembra 1949 na martinské hody. Slávnostná vysviacka kostola sa uskutočnila až 10. júna 1951 a kostol sa zasvätil sv. Augustínovi. V kostole sa stále okrem hlavného patróna uctieva aj sv. Martin, pôvodný patrón v Šajdíkových Humenciach. V obci je preto zvykom sláviť hody až trikrát: na deň posvätenia chrámu, na liturgickú spomienku sv. Martina a na liturgickú spomienku sv. Augustína dňa 28. augusta.⁹⁹ Od 1. októbra 1952 prešli Šajdíkovce Humence cirkevno-správne pod spravovanie Farského úradu Dojč.¹⁰⁰

Kostol sv. Augustína v Bitarovej

Obec Bitarová leží v západnej časti Žilinskej kotliny v doline Bitarovského potoka. Písomne sa prvýkrát spomína v roku 1393. Patrila panstvu Lietava. V roku 1417 tu bol dedičný richtár Mycleus Gyurdowicz. V roku 1594 mala obec 10 domov, v roku 1720 mala 12 daňovníkov, a v roku 1828 mala 32 domov a 270 obyvateľov. V 17. storočí boli v obci 4 panské rybníky. Po roku 1918 si obec zachovala svoj poľnohospodársky charakter.¹⁰¹ Z hľadiska cirkevnej správy je Bitarová filiálkou farnosti Lietava.¹⁰²

S výstavbou kostola v obci sa začalo v roku 1991. O jeho výstavbu sa zaslúžil správca farnosti Lietava Mons. Stanislav Belák, veriaci z Bitarovej a lietavskej farnosti. Postavený bol na mieste pôvodnej Kaplnky sv. Augustína z roku 1935, ktorá už bola nevyhovujúca z dôvodu malej kapacity. Zachovala sa z nej len jedna veža, vpredu bola dostavaná druhá a postavená bola nová loď kostola. Dvojvežový kostol je postavený uprostred obce a tvorí jej dôstojnú dominantu. Vysvätil ho Mons. František Rábek dňa 30. augusta. 1992 a o rok neskôr, v roku 1993, kardinál Ján Chryzostom Korec posvätil aj zvon kostola.¹⁰³

Kostol sv. Augustína v Tatranskej Štrbe

⁹⁹ Tieto informácie sú uvedené aj na informačnej tabuli, ktorá je umiestnená pred kostolom sv. Augustína v Šajdíkových Humenciach.

¹⁰⁰ Štátny archív v Bratislave, fond Krajský národný výbor v Bratislave, 1952, *Pripojenie Šajdíkových Humenec, filiálky Borského Mikuláša k farnosti Dojč*, spis č. 90/4.

¹⁰¹ SÜLE, Peter, ed. *Encyklopédia miest a obcí Slovenska*. Lučenec: PS-LINE, 2005, s. 385. ISBN 80-969388-8-6.

¹⁰² Bitarová. *Rímskokatolícka cirkev. Žilinská diecéza* [online]. 2014 [cit. 2022-05-18]. Dostupné na: <https://www.dcza.sk/sk/schematizmus/filialky/bitarova-2>

¹⁰³ Farnosť Lietava. *Obec Bitarová* [online]. ©2022 [cit. 2022-05-18]. Dostupné na: <http://www.obecbitarova.sk/section/default/1792>; Kostol sv. Augustína Bitarová. *Žilina Gallery* [online]. ©2022 [cit. 2022-05-18]. Dostupné na: <https://zilina-gallery.sk/picture.php?/15213/category/1477>

Tatranská Štrba je z hľadiska cirkevnej správy filiálkou farnosti Štrba. Kostol sv. Augustína sa nachádza pri hlavnej ceste do rekreačnej oblasti Štrbské Pleso vo Vysokých Tatrách, čo mu predurčuje výhodnú polohu. Kostol pochádza z 21. storočia, s jeho výstavbou sa začalo v roku 2001 a trvala desať rokov. Ako uvádza rímskokatolícky farár Alojz Chmelár¹⁰⁴, po vlastnom chráme túžili samotní veriaci obce Tatranská Štrba, ktorí na bohoslužby chodili na Štrbské Pleso alebo do Štrby. Po nežnej revolúcii v roku 1989 sa slúžili sv. omše aj v Tatranskej Štrbe a to v miestnom kultúrnom stredisku, za čo boli veriaci vďační, avšak priestor nebol pre tento účel vyhovujúci.

Základný kameň kostola posvätil pápež sv. Ján Pavol II. pri svojej návšteve Slovenska v roku 1995. Odvtedy sa na jeho stavbu hľadali finančné prostriedky. Farská rada nesúhlasila so vzatím úveru, finančné prostriedky sa podarilo postupne nazbierať prostredníctvom zbierok. Prvá oficiálna zbierka sa konala 22. augusta 2004 na púti v Novej Vsi nad Žitavou, kedy sa vyzbieralo 15 000 SK. Neskôr pribudli ďalšie – na odpuste v Mariánke pri Bratislave, v Šaštíne, na púti k blahoslavenej Zdenke Schelingovej v Krivej a prispeli aj farnosti na Orave, farnosti spišského biskupstva, Biskupský úrad v Spišskej Kapitule a osobne aj otec biskup František Tondra svojím milodarom.¹⁰⁵

Prvé požehnanie kostola, po ktorom sa už sv. omše slúžili v chráme, bolo 21. decembra 2008. Pri sv. omši ho požehnal otec biskup František Tondra. Kostolu ešte chýbala natrvalo zriadená svätyňa, po roku 2008 sa zbierali financie na jej zariadenie. Hlavnú ťarchu prebrala farská rada filiálky s duchovným otcom a farnosť Štrba veľmi pomohla tým, že za všetky roky výstavby platila všetky farské platby, na ktorých sa mala podieľať aj filiálka Tatranská Štrba. Po dokončení svätyne, ktorá musí mať pevný oltár, ho konsekrovali otec biskup František Tondra spolu s bratislavsko-trnavským otcom arcibiskupom Jánom Sokolom v nedeľu 10. apríla 2011.¹⁰⁶

Projektantom hrubej stavby kostola bol Ing. arch. Miloslav Neumann, projektanti svätyne boli Ing. arch. Jozef Vachálek so synom a stavbyvedúci bol Milan Čangel. Vežu kostola sa podarilo dostavať v roku 2019 za pôsobenia súčasného rímskokatolíckeho farára farnosti Štrba Miroslava Hrica. Autorom návrhu bol Ing. arch. Jozef Figlar a stavbu zrealizoval Milan Čangel so svojou stavebnou firmou. Požehnaná bola na 3. adventnú nedeľu 15. decembra 2019 pomocným spišským biskupom Andrejom Imrichom. Meria 18 metrov. Interiér kostola je na spôsob

¹⁰⁴ Duchovný otec Alojz Chmelár, rímskokatolícky farár farnosti Štrba a jej filiálky Tatranská Štrba v rokoch 1994 – 2016, v súčasnosti výpomocný duchovný na dôchodku v Poprade, nám poskytol väčšinu informácií ohľadom Kostola sv. Augustína v Tatranskej Štrbe.

¹⁰⁵ CHMELÁR, Alojz, ref. 104.

¹⁰⁶ CHMELÁR, Alojz, ref. 104.

amfiteátra, okná zdobia vitráže, ktoré poukazujú na Božie milosrdenstvo v živote sv. Augustína. Na pravej vitráži je to milosrdenstvo v podobe starozákonnej dúhy, na ľavej Božie milosrdenstvo v zoslaní Svätého Ducha. Lúče dúhy a lúče zoslania Sv. Ducha sa krížia a stretajú pomyslene na obetnom stole, ktorý je vrcholným darom Božieho milosrdenstva v smrti a zmŕtvychvstania svojho Syna. Patróna svojho kostola si veriaci vybrali sami. Ako hovorí duchovný otec, „asi ich viedol k tomu aj pohnutý život svätca, ktorý prežil i životné omyly aj hriechy, ale dokázal povstať“.¹⁰⁷

V roku 2017 sa pre kostol podarilo získať relikviu patróna kostola sv. Augustína spolu s relikviou sv. Alberta Veľkého. V kostole sv. Augustína v Tatranskej Štrbe boli relikvie inštalované v roku 2018.¹⁰⁸ Umiestnené sú vo výklenku v západnej stene kostola, kde je možné sa ísť pomodliť a prosiť o pomoc patróna filiálky.

3.1.2 Kaplnky zasvätené sv. Augustínovi

Zápechová, Červený Kameň

Zápechová tvorí časť obce Červený Kameň, zaužívaný názov pre kaplnku sv. Augustína je „kaplnka na Zápechovej“. Z hľadiska pamiatok viazaných k sv. Augustínovi ide o jednu zo štyroch pamiatok na Slovensku, ktoré sú evidované ako národné kultúrne pamiatky. Evidovaná je pod číslom ÚZPF NNKP 11980/1.

Jedná sa o neskorobarokovú stavbu, postavenú v roku 1788. Kaplnka vznikla z iniciatívy nitrianskeho biskupa Františka Xavera Fuchsa¹⁰⁹ v roku 1788 rovnako ako aj cirkevná, rímsko-katolícka škola v Červenom Kameni. Vročené nad hlavným vstupom do kaplnky (rok 1771), je teda nesprávne. Je to drobná sakrálna jednopriestorová architektúra na štvorcovom pôdoryse s polkruhovým uzáverom a s nadstavanou novodobou zvoničkou. Vstupuje sa do nej cez dverný otvor ukončený stlačeným oblúkom, v ktorom sú osadené pravdepodobne pôvodné dvojkrídlové dvere s nadsvetlíkom a ozdobným kovaním. Oproti vstupu je situovaný kamenný oltár, vyvýšený

¹⁰⁷ CHMELÁR, Alojz, ref. 104.

¹⁰⁸ Kronika obce Štrba za rok 2017 a 2018; V roku 2017 boli dňa 24. augusta vystavené telesné pozostatky sv. Augustína v Bazilike sv. Petra v Pavii, ktoré si bolo možné pozrieť do 28. augusta 2017 (V talianskej Pavii vystavili relikvie sv. Augustína. *Zasvätený život* [online]. 2017 [cit. 2022-04-12]. Dostupné na: <https://zasvatenyzivot.sk/v-talianskej-pavii-vystavili-relikvie-sv-augustina/>). Táto udalosť by mohla súvisieť aj so získaním relikvií pre kostol sv. Augustína v Tatranskej Štrbe.

¹⁰⁹ Nitriansky biskup František Xaver Fuchs pôsobil v Nitre v rokoch 1787 – 1788.

od podlahy kaplnky o jeden schodiskový stupeň, nad ktorým je obraz sv. Augustína orámovaný omietkovou profilovanou lištou.¹¹⁰

Hodnota kaplnky je historická spoločenská a architektonická. Predstavuje hmotný doklad kultúrneho vývoja v obci Červený Kameň a jej širšom okolí v druhej polovici 18. storočia. Dokumentuje donátorské aktivity rodu Kőnigsegg a Esterházy v tejto lokalite, pričom vďaka zachovaným erbom¹¹¹ má aj hodnotu historického dokumentu (heraldický prameň). Zároveň je v tejto lokalite hmotným dokladom drobnej sakrálnej architektúry v tomto období, zachovanej v podstatnej miere autenticity s hodnotnými architektonickými a cennými umelecko-remeselnými prvkami, vrátane rokokovej kartuše s reliéfnou dvojicou aliančných erbov. Z pohľadu urbanistickej a krajinnej hodnoty tvorí svojím situovaním uprostred prírody, obklopená starými lipami zaujímavý krajinotvorný prvok a dotvára pohľadovú panorámu komunikácie vedúcej z obce Červený Kameň k hranici s Českou republikou do obce Nedašova Lhota.¹¹²

Kaplnka bola v roku 1993 omietnutá a upravený bol prístup k objektu ako aj jeho okolie. Za národnú kultúrnu pamiatku bola kaplnka podľa zápisu KPÚ Trenčín z roku 2015 vyhlásená dňa 2. júla 2015, avšak na základe oznámenia o poškodení kaplnky adresovanému Slovenskému ústavu pamiatkovej starostlivosti a ochrany prírody v Banskej Bystrici Miestnym národným výborom v Červenom Kamene zo dňa 15. júla 1977 sa dá usudzovať, že kaplnka bola za národnú kultúrnu pamiatku vyhlásená už pred rokom 1977¹¹³. Stále slúži na liturgické účely, jedenkrát ročne, na sviatok sv. Augustína sa v nej koná sv. omša ku cti jej patróna.¹¹⁴

Horné Kočkovce, Púchov

Dvojvežová kaplnka v Horných Kočkovciach je situovaná na Trenčianskej ceste v okrajovej severovýchodnej časti obce, v lesoparkovom prostredí, na úpätí svahu zaniknutej „Kočkovskej skaly“, ktorým vedie stará cesta na cintorín. Postavená bola v rokoch 1874 – 1878 v historizujúcom slohu ako jednodňová sakrálna stavba s dvomi vežičkami. V rokoch 1897 –

¹¹⁰ Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, Krajský pamiatkový úrad Trenčín, interný materiál, *kaplnka na Zápechovej*, spracovateľ RUŽOŇOVÁ, M., 2015.

¹¹¹ Heraldicky vpravo sa nachádza erb Franza Xaviera I. Kőnigsegga a vľavo jeho manželky Márie Sidónie Esterháziovej. Ako klenot sa v erbe nachádza zlatá koruna, po stranách erb dopĺňajú nosiči, ktorí majú podobu kozorožcov. Štít erbu rodiny Kőnigsegg pozostáva z pravidelne sa striedajúcich diagonálne umiestnených kosoštvorcových polí. Štítovou figúrou rodiny Esterházi je grif stojaci na zlatej korune, ktorý drží meč a tri ruže. V spodnej časti je erbová doska. Nárožia južnej fasády zdobí jednoduchý štukový listový strapec.

¹¹² Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, ref. 110.

¹¹³ Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, fond Krajský ústav štátnej pamiatkovej starostlivosti a ochrany prírody Banská Bystrica, 1977, šk. č. 69. *Poškodenie NKP; korešpondencia*, spis č. 1055.

¹¹⁴ Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, ref. 110.

1898 bola zväčšená do dnešnej veľkosti. V minulosti slúžila pohrebným sprievodom na ceste k cintorínu ako zastavenie na krátku modlitbu vzhľadom na absenciu domu smútku. Za kultúrnu pamiatku bola vyhlásená 7. novembra 1963. V ÚZPF NNKP je s areálom cintorína evidovaná pod číslom 766/1.¹¹⁵

O výstavbu kaplnky požiadal miestny kanonik Florián Balogh (1821 – 1898) a v sprievodnom liste k žiadosti uvádza, že chce kaplnku zasvätiť Panne Márii Nanebovzatej, sv. Márii Magdaléne a sv. Augustínovi, ktorý bol jeho menovitým patrónom. Trojité patrocínium sa vyskytuje ojedinele, čo tiež robí kaplnku osobitou. Kaplnku dal postaviť ako rodinnú hrobku zemianskej rodiny Baloghovcov. Je tu pochovaný on, jeho rodičia a brat. Okrem nich aj sedem ročná Magdalénka Bajosiová¹¹⁶

Havarijný stav kaplnky si vynútil v roku 1908 jej zavretie. Kaplnka sa nevyužívala vyše sto rokov. S jej obnovou začal vlastník, Rímskokatolícka cirkev, Farnosť Horné Kočkovce v roku 2017. V rokoch 2018 – 2021 prebehla jej rekonštrukcia. Bola odstránená zemina za kaplnkou, odstránené zvlhnuté omietky a vykonaná chemická injektáž k základom budovy. V roku 2020 bol postavený oporný múr z vodostabilného betónu, ktorý má kaplnku trvalo chrániť.¹¹⁷ V podlahe kaplnky sa zachoval pôvodný vstup do krypty. Tá zostala uzatvorená a do pôvodného pieskovcového rámu vstupu bol vsadený nový kamenný blok s menami pozostalých. Pôvodný mobiliár kaplnky sa nezachoval. Interiér bol navrhnutý tak, aby mohla byť opäť využívaná pre potreby liturgie. Na jeho obnove pracoval výtvarník Jozef Vydrnák z Dubnice nad Váhom. Moderné umenie v interiéri vhodne dopĺňa historickú architektúru. Okrem závesných obrazov zo života Panny Márie, navrhol kompletný mobiliár (sedes, ambóna, bohostánok, svietniky). Vyhotovené boli aj nové lavice, vitrážne okná a obnovené pôvodné dvere.¹¹⁸ Posviacka zrekonštruovanej kaplnky sa konala v nedeľu 15. augusta 2021, dielo vysvätil Mons. Marián Šuráb, kanonik nitrianskej kapituly.¹¹⁹

Šajdíkove Humence

¹¹⁵ RUŽOŇOVÁ, Mária. „Zachráňme Magdalénku“ *Obnova kaplnky Nanebovzatia panny Márie v Horných Kočkovciach (okres Púchov, Trenčiansky kraj)* [online]. Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, 2021 [cit. 2022-05-20]. Dostupné na: <http://www.pamiatky.sk/sk/page/obnova-kaplnky-nanebovzatia-panny-marie-v-hornych-kockovciach>

¹¹⁶ FLIMMEL, Slavomír. *Posviacka kaplnky Magdalénky v Horných Kočkovciach* [online]. Púchovské noviny, 2021 [cit. 2022-05-20]. Dostupné na: <https://www.puchovskenoviny.sk/posviacka-kaplnky-magdaleny-v-hornych-kockovciach/>

¹¹⁷ FLIMMEL, ref. 116.

¹¹⁸ RUŽOŇOVÁ, ref. 115.

¹¹⁹ FLIMMEL, ref. 116.

Kaplnka bola postavená v roku 2017 na začiatku obce na spôsob Božej muky. Do jej výklenku je vložená socha sv. Augustína. Vyobrazený je na nej ako biskup s knihou v ruke.

3.2 Základná škola sv. Augustína v Považskej Bystrici

Odkaz sv. Augustína môže šíriť aj vzdelávacia inštitúcia. Na Slovensku je takou, a jedinou, Základná škola sv. Augustína v Považskej Bystrici, ktorá si ho zvolila za svojho patróna. Katalóg patrocínií od autorov Judák – Poláček¹²⁰ sa v súvislosti s touto základnou školou zmiňuje o Kaplnke sv. Augustína, ktorá sa v nej nachádza.

V dejinách školstva mesta Považská Bystrica sa školy spomínajú niekoľkokrát. Podľa prvého písomného dokladu o jestvovaní fary v rokoch 1332 – 1336 boli pri fare aj kostol, aj škola. Matrika obce Lúky z 15. storočia spomína medzi najstaršími kostolmi na okolí Lúl aj kostol v Považskej Bystrici, pri ktorom tiež pravdepodobne bola zriadená škola. V listine „Articuli Podmanickyani“ z roku 1506 sa dozvedáme o existencii „ľudovej školy“ a prvá cirkevná škola v Považskej Bystrici je doložená v kanonických vizitáciách z konca 17. a začiatku 18. storočia. Podľa vizitácie z roku 1831 ide o cirkevnú školu s názvom „ľudová škola“. Jej presný dátum založenia nemožno určiť, nakoľko listiny boli zničené pri požiaroch a pri vojnových udalostiach. Škola, malý domček s jednou triedou, stála za farským kostolom Návštevy Panny Márie. Postupne, narastajúcim počtom žiakov už budova kapacitne nevyhovovala a tak školská stolica 11. januára 1885 rozhodla o stavbe novej. Škola bola označená ako „Rímsko-katolícka škola rímsko-katolíckej konfesionálnej obce Považská Bystrica“. Od roku 1903 sa stala „štvortriedkou“ a neskôr bola zoštatnená. 29. augusta 1937 bol slávnostne posvätený základný kameň novej školy, ktorá začala žiakom slúžiť od 1. februára 1939. V školskom roku 1942/43 bolo vyučovanie prerušené a prízemie školy muselo byť uvoľnené pre Gestapo. Kronika spomína z tohto obdobia aj druhú katolícku školu, v ktorej bolo po ústupe vojska vyučovanie úplne zrušené a škola bola bombardovaná.¹²¹

Škola bola obnovená po viac ako štyroch desaťročiach totalitného režimu, po novembrových udalostiach v roku 1989, pod názvom Základná škola sv. Augustína. Nachádza sa v budove

¹²⁰ JUDÁK a POLÁČEK, ref. 35.

¹²¹ *Chrám Návštevy Panny Márie v Považskej Bystrici a dejiny považskobystrickej farnosti. K 60. výročiu posvätenia chrámu po jeho prestavbe.* Považská Bystrica: Rímsko-katolícky farský úrad, 2001, s. 43 – 46.

pôvodnej školy, ktorá bola postavená v rokoch 1937 – 1939 na Moyzesovej ulici. Pre žiakov bola otvorená 23. mája 1991. Jej zriaďovateľom je Biskupský úrad v Nitre.¹²²

V logu školy je znázornené horiace srdce prebodnuté šípom nad otvorenou knihou, čo sú atribúty sv. Augustína a teda odkazujú na neho samotného.

¹²² História školy. *Základná škola sv. Augustína* [online]. [Bez dátumu] [cit. 2022-04-14]. Dostupné na: <https://zsmoyzesp.b.edupage.org/a/profil-skoly?eqa=dGV4dD10ZXh0L2Fib3V0JnN1YnBhZ2U9MQ%3D%3D>

4 Sv. Augustín v sakrálnom umení (umeleckohistorických pamiatkach)

4.1 Nástenné maľby

V zachovanom pamiatkovom fonde Slovenska predstavuje stredoveká nástenná maľba azda jednu z najvyšších hodnôt. Mimoriadne množstvo, ikonografická rozmanitosť a iste aj rýdzo umelecko-výtvarná kvalita zaraďuje celú túto oblasť k najzaujímavejším vo vývoji umenia na Slovensku v priamom kontexte a v nadväznosti na vývoj stredovekého umenia v strednej Európe¹²³.

Medzi také, na ktorých nachádzame sv. Augustína, patrí nástenná maľba v Kostole sv. Františka Assiského v **Ponikách** (okr. Banská Bystrica) zo 14. storočia. Súbor nástenných malieb v Ponikách predstavuje asi najucelenejší zachovaný príklad výzdoby stredovekých kostolíkov u nás. Maľby v kostolíku, vrátane cirkevných otcov, sú datované do obdobia okolo roku 1415.¹²⁴ Sv. Augustín je tu vyobrazený s biskupskou čapicou sediaci za pulpitom s otvorenou knihou.

Spolu so sv. Hieronymom nachádzame Augustína aj medzi fragmentami nástenných malieb v južnej predsieni Farského kostola Nanebovzatia Panny Márie v **Banskej Bystrici**. Kostol je pôvodne ranogotický, prestavovaný od začiatku 14. storočia a znova okolo roku 1500. Maľba sa nachádza na klenbe, kde sú vyobrazení aj štyria evanjelisti so symbolmi.¹²⁵

Vyobrazeného v spoločnosti ostatných troch cirkevných otcov nachádzame sv. Augustína na viacerých maľbách. Napríklad, na klenbe presbytéria ranogotického Farského kostola sv. Ladislava v **Necpaloch** (okres Martin), postaveného v rokoch 1250 – 1260, pričom maľby sa časovo zaraďujú do 14. storočia. Namaľoval ich okolo roku 1380 majster z Čerína. Jeho štýl je typický expresivitou a dynamickosťou stvárnených dejov, ktoré vyvažujú menej kvalitnú kresbu. Nájdeme ho aj na maľbách z okolo roku 1400 na klenbe v presbytériu Farského kostola sv. Mikuláša z rokov 1335 – 1330 v **Porube** (okres Prievidza). Ponitrie je známe predovšetkým viacerými románskymi kostolíkmi, tento kostol robí svojou zachovalou architektúrou a nástennými maľbami česť gotickému slohu a patrí medzi najhodnotnejšie pamiatky Hornej Nitry. Nachádza sa v opevnenom areáli na vyvýšenej polohe uprostred obce. Nástenné maľby v kostole predstavujú zaujímavé prelínanie staršieho prúdu nástenného maliarstva Gemera,

¹²³ TOGNER, ref. 40, s. 5.

¹²⁴ PODOLINSKÝ, Štefan. *Kultúrne krásy Slovenska. Gotické kostoly – vidiek*. Bratislava: DAJAMA, 2010. ISBN 978-80-89226-91-7, 35 – 36.

¹²⁵ DVOŘÁKOVÁ, KRÁSA a STEJSKAL, ref. 39, s. 72.

ovplyvneného talianskymi školami, s novším gotickým štýlom zo západnej Európy i náznakmi renesancie. V evanjelickom ranogotickom kostole v **Kocel'ovciach** (okres Rožňava) zo začiatku 14. storočia nachádzame na klenbe modernejší súbor obsahovo neutrálnych motívov cirkevných otcov, sediacych za písacími pulpitmi. Fresky v presbytériu predstavujú jeden z vrcholov gemerského nástenného maliarstva. Namaľoval ich maliar, ktorého nazývame podľa jeho ďalšieho vrcholného diela „Majster ochtinského presbytéria“. Bežným scénam dokázal dať originálne stvárnenie, ktoré nemalo obdobu v staršej tvorbe, ani v knižných miniatúrach. Vo Farskom kostole sv. Trojice v **Rákoši** (okres Rožňava), nachádzame Augustína spolu s ostatnými cirkevnými otcami ako nadživotne zväčšené postavy sediace v chórových laviciach s písacími pulpitmi. Tiež sú pri nich vyobrazené symbolické postavy evanjelistov. Kostol sa skladá z románskej apsidy z polovice 13. storočia, barokovo ho upravili v roku 1760. Maľby sú datované do 14. alebo na začiatok 15. storočia. V **Rimavskom Brezove** (okres Rimavská Sobota) nájdeme Augustína s cirkevnými otcami v klenbových poliach vyobrazených pri písacích pulpitoch. Zlietajú sa k nim anjeli s nápisovými páskami. Ide o ranogotický, dnes evanjelický kostol, z ktorého sa zachovalo iba štvorcové, rebrovou klenbou zaklenuté presbytérium z tretej štvrtiny 13. storočia a západná veža. Loď bola zrútená a znovu pristavená okolo roku 1930. Maľby sa datujú do prevej štvrtiny 15. storočia. Na Gemeri nachádzame ďalší ranogotický kostolík, typický pre tento región. Stojí v obci **Chyžné** (okres Revúca), v opevnenom areáli spolu s drevenou zvonickou. Stavba kostola je datovaná do začiatku 14. storočia, interiér bol vyzdobený freskami niekedy v poslednej štvrtine 14. storočia. Dielo sa pripisuje zručnému majstrovi z dielne, ktorá freskami vyzdobila aj kostolík v Kocel'ovciach a v Ochtinej. Postavy cirkevných otcov, medzi nimi aj Augustína, umiestnil do každého zo štyroch polí klenby. Sú tu prítomné aj symboly evanjelistov a zostupujú k nim anjeli.¹²⁶

4.2 Tabuľové maľby

Medzi cenné tabuľové diela, na ktorých nachádzame vyobrazeného sv. Augustína, patria na našom území hlavne oltáre. V **Spišskej Kapitule** v Katedrále sv. Martina sa nachádza vzácny bočný krídlový gotický oltár sv. Michala z roku 1470 – 1475. Sv. Augustín je vyobrazený na jeho otvorených krídlach ako aj sv. Hieronym, Ambróz a Gregor.¹²⁷

V **Bardejove**, v kostole sv. Egídia z roku okolo 1415 nájdeme Augustína vyobrazeného na bočnom oltári sv. Ondreja. Jedná sa o gotický, krídlový oltár z obdobia okolo roku 1460. Nad

¹²⁶ DVOŘÁKOVÁ, KRÁSA a STEJSKAL, ref. 39, s. 101 – 139; PODOLINSKÝ, ref. 161.

¹²⁷ HARMINC, ref. 88, s. 172.

stredom a nad krídlami oltára sú štyri trojuholníkové štítkové nadstavce, dva z nich staršie so sv. Jánom Krstiteľom a Klaňaním troch kráľov, dva postranné so sv. Ambrózom a sv. Augustínom.¹²⁸

Medzi pozoruhodné pamiatky patrí aj bočný oltár sv. Jozefa v kostole sv. Mikuláša v **Pukanci**. Kostol bol postavený ako farský po roku 1321. Oltár sv. Jozefa pozostáva z dvoch krídel a predely neskorogotického krídlového oltára. Pochádzajú z čias okolo roku 1480. Augustín je vyobrazený na krídlach tabule s ostatnými postavami cirkevných otcov.¹²⁹

Ukážkovým príkladom vidieckej gotiky na Liptove je kostolík Očisťovania Panny Márie **Smrečanoch**. Postavený bol údajne v roku 1349 a vo svojom výnimočne dobre zachovanom interiéri ponúka na obdiv ukážky nástennej i tabuľovej gotickej maľby. Pochváliť sa môže hneď troma neskorogotickými krídlovými oltármi.¹³⁰ Pre nás je podstatný oltár sv. Mikuláša a sv. Martina. Datovaný je do roku 1510 a dnes je umiestnený pri východnej stene hlavnej lode chrámu. Jeho maliarom bol anonymný Majster z Okoličného, ktorý patril k najlepším maliarom stredoeurópskej neskorkej gotiky, jeho umelecká identita je však takmer neznáma. Na oltári sú okrem titulárnych svätcov zobrazení aj mučeníci a ďalší cirkevní otcovia, medzi nimi aj sv. Augustín ako biskup v tmavočervenom plášti s pápežským klobúkom, pápežskou palicou a knihou.¹³¹

V **bratislavskom kláštore kanonistiek Notre Dame** sa v nadstavci na hlavnom neskorobarokovom oltári z 2. polovice 18. storočia nachádza obraz sv. Augustína, rovnako z 18. storočia. V tomto období bol postavený aj kostol a kláštor.¹³² Kanonistky Notre Dame patria k reholi, ktorej celý názov je Kongregácia kanonistiek sv. Augustína rehole Notre Dame (*Congregatio Cannonnissarum S. Augustini a Nostra Domina*). Preto je prechovávanie úcty k sv. Augustínovi pochopiteľné.

Názov rehole vymyslel Nicolas Guinet, regulovaný kanonik Kongregácie Najsvätejšieho Spasiteľa z Lotrinska a právnik tejto rehole v roku 1628, keď vyjednával u pápeža Urbana VIII. definitívne znenie dekrétu o reholi Notre Dame. Bula s danou formáciou bola vydaná 8. augusta 1628. Cirkev nechcela dlho uznať rehole, ktorých chápanie kláštornej klauzúry sa zdalo pochybné. Rehoľnícky chceli byť klasickými klauzurovanými rehoľníkmi, no súčasne aj

¹²⁸ HARMINC, Ivan et al. *Súpis pamiatok na Slovensku. Zv. 1. A – J*. Bratislava: Obzor, 1967, s. 96 – 97.

¹²⁹ HARMINC, Ivan et al. *Súpis pamiatok na Slovensku. Zv. 2. K – P*. Bratislava: Obzor, 1968, s. 581 – 582.

¹³⁰ PODOLINSKÝ, ref. 124, s. 70 – 71.

¹³¹ Majster. *Majster z Okoličného. Slovenská národná galéria* [online]. © 2017 [cit. 2021-02-16]. Dostupné na: <https://mzo.sng.sk/chapters/1-majster>

¹³² HARMINC, ref. 128, s. 193.

verejne činnými ako učiteľky či vychovávateľky. Aj piaty kánon 25. sesie Tridentského koncilu nariadil biskupom, aby obnovili a upevnili v ženských kláštoroch klauzúru, čo znamenalo problémy pre vznikajúce ženské rehoľné spoločnosti, ktoré chceli aktívne pôsobiť v oblasti vzdelávania dievčat či sociálnej starostlivosti. Kongregácia kanonistiek sv. Augustína rehole Notre Dame je jednou z mnohých kongregácií regulovaných kanonistiek, čo je ženská vetva regulovaných kanonikov sv. Augustína, ktorých ideové počiatky nachádzame v 4. storočí, kedy cirkev začala odporúčať, aby klerici žili v komunitách podľa jednotnej regule. Regulované kanonistky sa sformovali na základe uznesenia Lateránskej synody v roku 1059, podľa ktorej sa vzdali svojich súkromných majetkov, zložili tri slávnostné sľuby a prijali novú regulu sv. Augustína.¹³³

V 16. storočí sa objavuje aj nová forma ženských rehoľných inštitúcií – mníšky žijúce „medzi kláštorom a svetom“. Na ich formovanie pôsobilo množstvo impulzov: reformácia, rekatolizácia či protireformácia a príklad jezuitov, ktorí zakladali chlapčenské školy. Takou bola aj kongregácia Notre Dame. Založila ju v Lotrinsku Alexia Le Clerc a Peter Fourier v roku 1597. Aj notredamky zakladali školy pre dievčatá. Rehoľa sa postupne rozšírila do Francúzska, Luxemburska a Nemecka. Prvé rehoľníčky prišli do Bratislavy z Bavorska, objavujú sa tu 1. decembra 1747. Aktivity spojené so založením kláštora v Bratislave sa pripisujú grófkke Judithe Antonii Oneilovej, redenej Maholányiovej, ktorá v roku 1733 navštívila kláštor v bavorskom Stadtamhofe pri Regensburgu. 18. augusta 1746 oslovila listom predstavenú kláštora, kde jej predložila svoj úmysel so založením kláštora v Bratislave a 26. októbra 1747 jej oznamuje, že od panovníčky Márie Terézie obdržala na to potrebné povolenie. Bolo dohodnuté, že do Bratislavy príde z Regensburgu 6 rehoľníčok.¹³⁴

Pokiaľ je kostol zasvätený nejakej osobe, môžeme predpokladať, že tu nájdeme aj iné sakrálné umeleckohistorické pamiatky, ktoré sa k danej osobe viažu. Čo sa týka kostolov, ktoré majú sv. Augustína ako patróna, tabuľové maľby nachádzame v kostole v **Okoličnej na Ostrove**, v **Šajdíkových Humenciach** a v **Tatranskej Štrbe**. V Okoličnej na Ostrove je umiestnený závesný obraz, ktorý pochádza z pôvodného, už neexistujúceho hlavného klasicistického oltára. Ten bol odstránený pri obnove kostola v roku 1970¹³⁵ Jedná sa o olejomaľbu, cennú predsecesnú prácu z konca 19. storočia.¹³⁶ V Kostole sv. Augustína v Šajdíkových Humenciach sa nachádza

¹³³ KAMENICKÝ, Miroslav. Kongregácia regulovaných kanonistiek sv. Augustína rehole Notre Dame v Bratislave v 18. storočí. In: *Žena a právo. Právne a spoločenské postavenie žien v minulosti*. Bratislava: Academic Electronic Press, 2004, s. 256 – 257. ISBN 80-88880-59-9.

¹³⁴ KAMENICKÝ, ref. 133, s. 258 – 259.

¹³⁵ SZÉNÁSSY, ref. 85, s. 8.

¹³⁶ Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, ref. 86.

obraz so sv. Augustínom, na ktorom je vyobrazený ako biskup s atribútmi mitra, berla, pluviál a s knihou v ruke. Umiestnený je nad bočným oltárom v pravom krídle a namaľovať ho dal dekan Augustín Karmaš.¹³⁷ V Tatranskej Štrbe namaľoval podľa predlohy miestny veriaci pán Hozza.¹³⁸ Z kaplniek môžeme sv. Augustína v modernom prevedení obdivovať na hlavnom oltári v Kaplnke „Magdalénke“ v **Horných Kočkovciach**, kde je vyobrazený spolu s Pannou Máriou Nanebovzatou a so sv. Máriou Magdalénou.

4.3 Plastiky

Polychromovanú drevorezbu sv. Augustína môžeme vidieť v kostole sv. Mikuláša v **Lendaku**. Tento autentický gotický kostol pochádza zo 14. storočia, postavený bol na staršom základe kostola z 13. storočia. Hlavný krídlový oltár je z roku okolo 1500, socha Augustína je umiestnená v štíte na nadstavci spolu so sochou sv. Stanislava a sv. Hieronýma.¹³⁹

Vo Farskom kostole sv. Jakuba v **Levoči** je hlavný neskorogotický oltár sv. Jakuba staršieho od Majstra Pavla z Levoče z roku 1508 – 1518 dekorovaný plastikami štyroch cirkevných otcov, medzi nimi aj drevorezbou sv. Augustína o výške 21 cm.¹⁴⁰

V **Sabinove**, vo Farskom kostole Sťatia sv. Jána Krstiteľa je známy oltár Cirkevných otcov, zvaný „doktorský“, datovaný približne do roku 1520¹⁴¹. Stojí na strane pri víťaznom oblúku a v oltárnej skrini má plastiky troch cirkevných otcov, sv. Hieronýma, Ambróza a Augustína o výške 91 cm z dielne Majstra Pavla z Levoče.¹⁴² Sv. Augustín je znázornený aj na tabuľovej maľbe „doktorského“ oltára.¹⁴³

Plastika sv. Augustína tvorí súčasť aj hlavného oltára sv. Mikuláša biskupa v Kostole sv. Mikuláša v **Bánovciach nad Bebravou**.¹⁴⁴ Kostol je barokový, z 1. tretiny 15. storočia. Renesančne a barokovo bol upravený v 17. a 18. storočí. Hlavný oltár je klasicistický, z konca 18. storočia. Plastiky na ňom sú barokové, pochádzajú z 18. storočia.¹⁴⁵

¹³⁷ Založenie kostola, ref. 97.

¹³⁸ CHMELÁR, Alojz, ref. 104.

¹³⁹ HARMINC, ref. 129, s. 182.

¹⁴⁰ SPOLOČNÍKOVÁ, ref. 1, s. 40.

¹⁴¹ Spoločníková uvádza dátum 1510 – 1520 (SOLOČNÍKOVÁ, ref. 1, s. 40.).

¹⁴² HARMINC, ref. 88, s. 76.

¹⁴³ Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, Zbierka negatívov, 1968, *R. k. Kostol. sv. Jána Krstiteľa, oltár bočný, sv. Augustín*, spis č. 233044.

¹⁴⁴ Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, Zbierka negatívov, 2006, *R. k. Kostol. sv. Mikuláša, socha oltárna, sv. Augustín*, spis č. 228926.

¹⁴⁵ HARMINC, ref. 128, s. 31.

V **Trnave** sa sochy sv. Augustína nachádzajú v Univerzitnom kostole sv. Jána Krstiteľa na hlavnom oltári a pri stene dolného chóru, a tiež v Jezuitskom kostole Najsvätejšej Trojice na kazateľnici.¹⁴⁶ Univerzitný kostol je ranobarokový, postavený v rokoch 1629 – 1637 na mieste starého, dominikánskeho kostola. Hlavný oltár sv. Jána Krstiteľa bol postavený v rokoch 1637 – 1640 viedenským stolárom a rezbárom B. Knillingom za spolupráce trnavského rezbára a sochára V. Stadlera a maliarov V. Knotka, K. Knera a Ferdinanda z Cífera. Sochy svätcov a svätíc sa nachádzajú v bočných poliach oltára. Kostol Najsvätejšej Trojice je barokový a spolu s priľahlým kláštorom ho vybudovali v rokoch 1710 – 1729 trinitári. Po zrušení tejto rehole v roku 1784 bolo v kláštore gymnázium vedené benediktínmi. Po ich odchode v roku 1852 pripadol kláštor a kostol jezuitom. Kazateľnica je neskorobaroková, pochádza z polovice 18. storočia. Na čelnej strane rečníšťa je reliéf sv. Františka a tri sochy biskupov, vrátane sv. Augustína.¹⁴⁷

V Trnave, konkrétne v zbierkach Západoslvenského múzea sa nachádza ešte jedna pozoruhodná pamiatka s vyobrazením sv. Augustína. Je to devočná dekorácia, vyhotovená maľbou na pergamen, technikou výzdoby polion z 18. storočia.¹⁴⁸

Ďalšie dve pamiatky viazané k sv. Augustínovi, ktoré sú evidované ako národné kultúrne pamiatky sa nachádzajú v **Nitre** na Nitrianskom hrade. Ide o oltárnu sochu, evidovanú pod číslom ÚZPF HNKP 2588/6 a o sochu, ktorá tvorila súčasť vonkajšieho schodiska katedrály sv. Emeráma, evidovanú pod číslom ÚZPF NNKP 1483/34.

Oltárna socha sv. Augustína je datovaná do roku 1732, kedy bol vysvätený aj hlavný oltár Krista Spasiteľa v bazilike sv. Emeráma. Jej autor je neznámy. Umiestnená je na rímse druhého poschodia 2-poschodového sokla hlavného oltára vľavo. Je súčasťou jeho sochárskej výzdoby. Svätca znázorňuje v dynamickom postoji, vo výraznom kontraposte, s vykročenou pravou nohou, s orientáciou smerom k centru oltára. Augustín je vyobrazený s knihou v ľavej ruke, s mitrou na hlave, s bohatou kučeravou bradou a s pohľadom upretým k soche Krista Spasiteľa. Zaodetý je do biskupského odevu zopnutého pod krkom, prehodeného cez plecia, ktorý je obtočený okolo tela a nad vykročenou nohou vytvárajúci bohato nariasené hlboké záhyby. Socha je upravená bielou monochrómiou, mitra, kniha a lemovanie odevu sú zlaté. Predmetom ochrany je vysoká umelecko-historická hodnota sochy, jej autentickosť a slohová čistota. Je kvalitnou ukážkou

¹⁴⁶ KRČ a KOVÁČ, ref. 4, s. 44.

¹⁴⁷ HARMINC, ref. 88, s. 318 – 321.

¹⁴⁸ KRČ a KOVÁČ, ref. 4, s. 45.

barokového sochárstva, zachovanou v pôvodnom stave. Za národnú kultúrnu pamiatku bola vyhlásená 16. októbra 1968.¹⁴⁹

Socha sv. Augustína z exteriérového schodiska je umiestnená na druhom západnom (ľavom) pilieri prvej podesty schodiska katedrály sv. Emeráma. Je súčasťou súboru ôsmych pieskovcových skulptúr. Kvôli absentujúcemu archívnu výskumu nie je možné ich presné datovanie. Predbežne sa uvádzajú do súvislosti s druhou barokovou úpravou katedrály iniciovanou biskupom Ladislavom Adamom Erdődy (v úrade v rokoch 1706 – 1736) a do úvahy prichádza aj obdobie úradu Imricha Eszterházyho (1740 – 1763), kedy sa realizovali posledné výraznejšie zásahy do architektúry chrámu. Socha je kvalitnou prácou neznámeho autora či dielne. Augustín je zrkadlovo obráteným variantom sv. Ambróza. Stojí na nízkom nečlenenom kvadratickom sokli, trup má natočený pravým smerom, váha spočíva na ľavej nohe. Znázornený je v biskupskom ornáte, v pravej ruke drží knihu, na ktorej vrchnej doske spočíva horiace srdce. Ľavá ruka je odlomená. Odetý je do dlhého plášt'a, na ktorom má superpelíciu s čipkovaným dolným okrajom a štólu s rozširujúcimi sa koncami. V ich lichobežníkovitej ploche sú malé rovnoramenné kríže stvárnené v nízkom reliéfe. Sponou na hrudi je zopnutý pluviál. Augustín má podobu starého muža s dlhou bradou. Tvár má výrazne predĺžené proporcie, dominujú jej dlhý nos a veľké, hlboko vsadené oči. Výraz tváre je pokojný, možno v nej badať snahu autora o podanie psychologického momentu. Čelo pokrýva mitra. Charakteristickým znakom nitrianskeho súboru sú výrazné predĺžené proporcie figúr, najzjavnejšie práve na skulptúre sv. Augustína. Predmetom ochrany je dielo ako súčasť celku ôsmych sôch. Ide o jeden z mála ucelene zachovaných domácich barokových exteriérových sochárskych súborov. Je ikonograficky, koncepcne a výtvarne jednotným celkom tvoriacim organickú súčasť jednotne zamýšľaného ikonografického programu nitrianskej katedrály. Za národnú kultúrnu pamiatku bola vyhlásená 2. októbra 1963. V roku 2001 došlo k nahradeniu pôvodného diela jeho kópiou.¹⁵⁰ Predpokladali sme, že originál sochy sa bude nachádzať v depozitári Diecézneho múzea v Nitre, čo sa nám ale nepotvrdilo. Zatiaľ sa nám nepodarilo zistiť jej aktuálne uloženie.

Významnou lokalitou, ktorá predstavuje sv. Augustína vo viacerých sakrálnych objektoch sú **Košice**. Nachádzame ich v Dóme sv. Alžbety. Katedrála je gotická stavba, ktorú začali budovať koncom 14. storočia a dokončili ju okolo roku 1508. Na hlavnom oltári sv. Alžbety Uhorskej je v strednej a hornej časti umiestnených 8 miniatúrnych terakotových plastík, medzi nimi aj

¹⁴⁹ Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, interný materiál, *oltárna socha sv. Augustína v Nitre*, spracovateľ ZRUBCOVÁ, Soňa, 2002.

¹⁵⁰ Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, interný materiál, *originál sochy sv. Augustína v Nitre, socha III*, spracovateľ BUDAY, Peter, 2008.

plastika sv. Augustína¹⁵¹. Archa oltára bola nimi doplnená pri jeho úpravách v 19. storočí. Z poslednej tretiny 19. storočia pochádzajú aj sochy od sochára Jána Marschalka, kedysi umiestnené vo svätyni na konzolách pilastrov¹⁵², medzi ktorými bol aj sv. Augustín.¹⁵³ Spolu so sv. Ambrózom je zobrazovaný vo výjave nevysokého kvalitne vypracovaného reliéfu na kamennej kazateľnici Dómu. Autormi týchto bohatých kameňosochárskych figurálnych a dekoratívnych prác boli majstri P. Argeni, W. Anbram, J. Kajl a M. Sichel, ktorí tvorili s eklektickým štýle dôležitom pre názory súdobej spoločenskej štruktúry.¹⁵⁴

Čo sa týka patrocínií, rovnako ako pri tabuľových maľbách, v rámci inventára tu nachádzame aj sochy sv. Augustína. V Kostole sv. Augustína v **Stratenej** je umiestnená plastika sv. Augustína ako ústredná postava oltára. Sošky sv. Augustína sú aj v kostole v **Bitarovej**, či v kaplnke v **Šajdíkových Humenciach**.

4.4 Oltáre

V **Košiciach** nájdeme aj oltár zasvätený sv. Augustínovi. Ide o bočný oltár v kostole uršulínok. Kostol je pôvodne renesančný, postavený v rokoch 1650 – 1663 staviteľmi J. Bradom a B. Rainerom ako reformátsky. Uršulínskej reholi bol pridelený v roku 1698. Oltár sv. Augustína pochádza z polovice 18. storočia, po stranách sa nachádzajú sochy sv. Jána Nepomuckého, sv. Šebastiána, sv. Floriána a sv. Jozefa.¹⁵⁵

Jedným z najpozoruhodnejších diel u nás je kompletne zachovaný barokový oltár zasvätený sv. Augustínovi v kláštornej kostole sv. Jána Krstiteľa s impozantnou koncepciou monumentálneho chrámu premonštrátov v **Jasove** z rokov 1750 – 1766. Kláštor ako neskorobaroková stavba bol vybudovaný podľa projektu viedenského staviteľa A. Pilgrama košickým staviteľom A. Salzgeberom za účasti sochára J. A. Kraussa, štukatéra J. Hennevogela a maliara J. L. Krackera. Oltár sv. Augustína je bočným oltárom kostola. Nachádza sa na ňom olejomaľba s vyobrazením

¹⁵¹ Spoločníková udáva, že soška je náhradou za niekdajší, predpokladáme gotický originál (SPOLOČNÍKOVÁ, ref. 1, s. 41).

¹⁵² Jedná sa o dvanásť drevených plastík s farebnou adjustáciou v takmer životnej veľkosti, z ktorých sa po rekonštrukcii a výmaľbe svätyně v roku 1992 žiadna nedostala späť na svoje pôvodné miesto. Ako ďalej konštatuje Spoločníková, „celý súbor je dielom, dokumentom majstra s ambíciami neogotickej tvorby z časov, kedy sa svet druhej polovice 19. storočia vedome obracal k prevereným štýlom včasnejších období dejín, ktorému pritom nechýbala predstavivosť vlastného realistického nazerania. Je v ňom skrytá nielen inšpirácia predošlými formami, ale aj rešpektovanie hĺbky obsahu. Zachováva ho v transformovanom podaní. Je to akoby retrospektívna potreba eminentne pripomínať nasledovaniahodné príklady, echo pre potreby duše podľa vzorov osobností rannej Cirkvi“ (SPOLOČNÍKOVÁ, ref. 1, s. 41).

¹⁵³ HARMINC, ref. 129, s. 97 – 98.

¹⁵⁴ SPOLOČNÍKOVÁ, ref. 1, s. 41.

¹⁵⁵ HARMINC, ref. 129, s. 101.

Augustína od Krackera z roku okolo 1770, veľké figurálne plastiky v životnej veľkosti k nemu vyhotovil Krauss, je medzi nimi aj socha Augustína.¹⁵⁶ Tento oltár, vo veľkolepom prevedení potvrdzuje význam a dôležitosť kultu tejto osobnosti v rámci potrieb spirituality konventu premonštrátov.

4.5 Interaktívna mapa

Jeden z výstupov nášho výskumu, ktorého predpokladom je jeho praktické využitie je nami vytvorená interaktívna mapa „Sv. Augustín v sakrálnom umení na Slovensku“.

Mapa je vytvorená s pomocou využitia nových médií, konkrétne prostredníctvom aplikácie Google My Maps. Ako výsledok výskumu sú v nej lokalizované a popísané sakrálné pamiatky na Slovensku s väzbou na osobu sv. Augustína. Mapu sme vytvorili v piatich vrstvách, jej štruktúra je nasledovná:

- 1. vrstva – Patrocíniá sv. Augustína
- 2. vrstva – Nástenné maľby
- 3. vrstva – Tabuľové maľby
- 4. vrstva – Plastiky
- 5. vrstva – Oltáre

V 1. vrstve sú lokalizované kostoly, kaplnky a inštitúcie, v 2. – 5. vrstve najvýznamnejšie pamiatky z každého daného súboru pamiatok. K lokalizovanej pamiatke je pripojený stručný a výstižný opis pamiatky, vrátane jej datovania, a fotografia pamiatky.

Cieľom interaktívnej mapy je v prvom rade zviditeľniť nami opisované objekty a pamiatky ako naše hmotné kultúrne dedičstvo. Mohlo by to pomôcť k zvýšeniu povedomia o nich, čo by následne mohlo viesť aj k ich lepšej ochrane.

Mapa je dostupná na platforme Google Maps na adrese:

<https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1IHmeIONWypCa8AHYApbeoTNTEbGs6F1S&usp=sharing>

¹⁵⁶ HARMINC, ref. 128, s. 516 – 518.

Z posledného prieskumu od spoločnosti Manifest, ktorá sa zaoberá odbornými prieskumami v oblasti IT technológií vyplýva, že Google Maps je aktuálne najvyužívanejším nástrojom spomedzi všetkých navigačných služieb. Aplikácia je dostupná pre všetky mobilné operačné systémy, vrátane tých s operačným systémom iOS, ponúka verziu pre všetky druhy webových prehliadačov a je dostupná na akomkoľvek type operačného systému pre laptopy či stolné počítače.¹⁵⁷ V aplikácii My Maps je možné vytvárať body záujmu s ich presnou lokalizáciou, pridávať k nim popisy, fotografie, či hodnotenia. Takto má aplikácia potenciál aj lokálneho marketingu. Vytvorením mapy pomocou danej aplikácie, by sme mohli preto prispieť aj k rozvoju cestovného ruchu v lokalitách, v ktorých sa nami popisované pamiatky nachádzajú a kde sa odkaz sv. Augustína stále pripomína.

¹⁵⁷ JANIGA, Matej. *Ako zlepšiť lokálny marketing svojho podniku pomocou Google Maps?* [online]. Podnikajte, 2021 [cit. 2022-05-22]. Dostupné na: <https://www.podnikajte.sk/marketing/lokalny-marketing-google-maps>

5 Ikonografia sv. Augustína na Slovensku v priebehu storočí

Jedinečnosť kultu sv. Augustína bola prostredníctvom pozoruhodnej farebnej nástennej maľby technikou a la secco v Lateránskom paláci v Ríme zachytená už niekoľko desaťročí po jeho účinkovaní. Na základe nami zdokumentovaných pamiatok pozorujeme, že na našom území sa začína sv. Augustín v umeleckom vyobrazení objavovať najskôr v 14. storočí. Z tohto obdobia ho nachádzame na nástenných maľbách so zastúpením predovšetkým v kostolíkoch na Gemeri. Vyobrazený je tu v spoločnosti ostatných cirkevných otcov, sediacich za písacími pulpitmi s otvorenou knihou a brkom v ruke. V spoločnosti sv. Hieronyma ho nachádzame napr. v kostolíku na Ponikách, či v Banskej Bystrici. V Banskej Bystrici sú pri cirkevných otcoch zobrazení aj štyria evanjelisti. S pohľadu ikonografického stvárnenia je tak v rámci jedného celku zobrazovaný spolu s inými svätcami, s nerozlučnými dvojicami a hlavným atribútom je tu otvorená kniha. Vyobrazenie spolu s evanjelistami by mohlo odkazovať na symbolické pripodobnenie pápežom Bonifácom VIII. k štyrom evanjelistom a tým vyzdvihnutie ich úlohy interpretovať evanjelium.

Spôsob vyobrazenia sv. Augustína na maľbách v Gemeri nie je náhodný. Ako konštatuje Togner, je dostatočne známe, že k najväčšiemu rozkvetu komplexného chápania maliarskej výzdoby architektonického priestoru dochádza v Taliansku, hlavne v dielach trecenta. Od polovice 14. storočia sa rovnaký systém presadzuje aj v nástennej maľbe na Slovensku, prípadne v Uhorsku a pochopiteľne v najväčšej miere v oblastiach s prevahou talianskych vplyvov, teda predovšetkým v Gemeri. Gemerská stredoveká maľba nielenže prevzala systém komplexnej výzdoby, ale v mnohých prípadoch sa tu stretávame aj s jednotlivými ornamentálnymi motívami, ktorých charakter a spôsob realizácie vychádza evidentne z maliarskej produkcie talianskych centier.¹⁵⁸ Jeden z jej predstaviteľov bol aj Giotto, ktorý práve takto prezentoval cirkevných otcov v kostole sv. Františka z Assisi v Assisi. Predpoklady rozvoja stredovekej, najmä výtvarnej kultúry Gemera formovali popri hospodárskych a spoločenských determinantách aj vlastné počiatky osídľovania tohto regiónu, jeho prírodné podmienky a geografický ráz. Vytvorili sa tu obchodné cesty nadregionálneho významu a väčšina z nich bezprostredne nadväzovala na jednu z hlavných obchodných magistrál, na dunajskú cestu, ktorá od praveku spájala európske vnútrozemie so stredomorskými oblasťami.¹⁵⁹

V spoločnosti ostatných cirkevných otcov nachádzame Augustína vyobrazeného aj na tabuľových maľbách oltárov, ktoré sú datované do 15. storočia (v Katedrále sv. Martina v Spišskej Kapitule,

¹⁵⁸ TOGNER, ref. 41, s. 62-64.

¹⁵⁹ TOGNER, ref. 41, s. 49.

v Kostole sv. Egídia v Bardejove, v Kostole Očisťovania Panny Márie v Smrečanoch). Tu je znázornený s atribútmi červený pluviál, mitra, či pápežská berla. Pozorujeme tu pri ňom teda viacero atribútov (zdvojené, či trojité) a na základe nich je tu Augustín jednoznačne identifikovaný už ako biskup. V európskom priestore začína byť takto vyobrazovaný od 12. storočia.

Takéto znázornenie si ponecháva aj v mladších obdobiach. Vidieť to môžeme na oltárnom obraze z 18. storočia v kostole uršulínok v Košiciach, kde Augustín drží v ruke aj horiace srdce, alebo na oltárnom obraze z 18. storočia v Jasove, na ktorom je namaľovaný tiež ako biskup, držiace v ruke aj otvorenú knihu. Platí to ďalej aj pre obrazové maľby, ktoré u nás nachádzame z 19. (napr. Okoličná na Ostrove), 20. (napr. Šajdíkové Humence) a 21. storočia (napr. Tatranská Štrba).

Obraz z kostola uršulínok, okrem toho, že je tu Augustín vyobrazený ako biskup s horiacim srdcom symbolizujúcim jeho obrátenie, je z hľadiska ikonografického stvárnenia zaujímavý aj tým, že je komponovaný v rámci legendy z jeho života. Augustín sa ako biskup stretáva s malým chlapcom, ktorý mušľou prelieva vodu mora do vyhlbenej jamky v piesku. S touto kompozíciou sa u nás stretávame ešte pri tabuľovej maľbe oltára Cirkevných otcov zo 16. storočia vo Farskom kostole Sťatia sv. Jána Krstiteľa v Sabinove.

Plastiky s vyobrazením sv. Augustína, ktoré sa nám v rámci našej práce podarilo identifikovať, máme u nás zachované zo 14. (Kostol sv. Mikuláša v Lendaku), 16. (Farský kostol sv. Jakuba v Levoči, Farský kostol Sťatia sv. Jána Krstiteľa v Sabinove), 17. (Univerzitný kostol sv. Jána Krstiteľa v Trnave), 18. (Kostol sv. Mikuláša v Bánovciach nad Bebravou, Kostol Najsvätejšej Trojice v Trnave, Nitriansky hrad v Nitre), 19. (Dóm sv. Alžbety v Košiciach) a tiež z 20. a 21. storočia (kostoly aj kaplnky, ktorých patrocinium je dedikované sv. Augustínovi). Autori plastík stvárnilí Augustína ako biskupa odetého do biskupského pluviálu s atribútmi, ktoré biskupovi prináležia. Horiace srdce drží v ruke socha sv. Augustína v Nitre, Košiciach, Stratenej a v Šajdíkových Humenciach. Aj pri plastikách nachádzame sv. Augustína v spoločnosti ďalších cirkevných otcov.

V našich dejinách výtvarného zobrazovania nachádzame sv. Augustína od 14. storočia po súčasnosť. Z uvedeného vyplýva, a takto to hodnotí aj Mária Spoločníková, že popredné miesto zaujal v 17. – 18. storočí i na sklonku 19. storočia. Znakom vzťahu úcty a vďaky bolo najmä

obdobie rozmachu barokového štýlu a rekatolizácie. Diela pochádzajúce z týchto rokov hovoria o podstate duchovných hodnôt predstaviteľa kultúry so širokým rozhľadom.¹⁶⁰

Príznačné pre ikonografiu sv. Augustína u nás je, že ho naprieč storočiami nachádzame vyobrazeného v spoločnosti ostatných cirkevných otcov (ak nie so všetkými tromi, tak je pri ňom často sv. Hieronym) a ako biskupa s atribútmi pluviál, mitra, berla, od 18. storočia pribúda aj horiace srdce.

¹⁶⁰ SPOLOČNÍKOVÁ, ref. 1, s. 42.

Záver

Na základe nášho bádania v troch nosných nami stanovených oblastiach môžeme konštatovať, že osoba sv. Augustína má v našich dejinách a v našej kultúrnej pamäti miesto. Odkaz sv. Augustína sa k nám dostáva v 13. storočí prostredníctvom pustovníckych hnutí, na našom území je doložená prítomnosť pustovníkov patriacich Reholi sv. Viliama. Tá bola predchodkyňou Rehole sv. Augustína, ktorej na našom území identifikujeme aj kláštory a konkrétne pôsobenie augustiniánov v daných lokalitách (Kláštor sv. Stanislava vo Veľkom Šariši, Kláštor sv. Ducha v Hrabkove, Kláštor sv. Jána Krstiteľa v Bardejove, Kláštor sv. Alžbety v Spišskom Podhradí a Prepozitúra Panny Márie v Novom Meste nad Váhom) v priebehu 13. až 16. storočia, kedy v dôsledku reformácie z nášho územia na dlhý čas odchádzajú. V dejinách výtvarného zobrazovania sa sv. Augustín objavuje od 14. storočia, pričom popredné miesto zaujal v 17. – 18. storočí a na konci 19. storočia. Svedčia o tom predovšetkým plastiky, ktoré sa začínajú v tomto období vo väčšej miere objavovať, či barokové oltáre významnej umeleckej hodnoty, ktoré mu boli zasvätené (v kostole uršulínok v Košiciach či v kláštornej komplexe v Jasove). Z dostupných informácií sa nám javí, že odkaz na sv. Augustína nachádzame predovšetkým v podobe sakrálneho umenia, kostoly či kaplnky zasvätené sv. Augustínovi sa u nás nachádzajú v menšej miere a aj to z mladšieho obdobia (jeden kostol z 19. storočia, tri z 20. a najmladší z 21. storočia; kaplnky z 18. – 20. storočia). Domnievame sa, že to mohlo súvisieť s tým, že ľudia si za svojich patrónov volili častejšie takých svätcov, ktorých patronát je spojený s konkrétnou ľudskou činnosťou príznačnou pre danú lokalitu. Ako napríklad sv. Barbora s baníctvom či sv. Martin s mlynármi. Augustín je skôr predstaviteľ intelektu a ako nachádzame uvedené aj v Hudákovej publikácii, toto patrocínium sa objavuje v 19. storočí a patrí medzi ojedinelé patrocíniá, ktoré boli často dielom fundátorov objektov.¹⁶¹ Toto platí pre Kostol sv. Augustína v Stratenej, či kaplnku v Zápechovej a mohli by sme dodať, ako sa to ukazuje v súvislosti s kostolom v Šajdíkových Humenciach, že výber patrocínia sa spájal aj s menom toho, kto sa o stavbu zaslúžil. V tomto prípade to bol dekan Augustín Karmaš.

Dôležité je povedať, že počas uplynulých storočí sa z našej histórie odkaz sv. Augustína nielenže nevytratil, ale neustále sa nám prihovára. Okrem pomerne mladých patrocínií o tom svedčia aj augustiniáni usadení aktuálne v Košiciach, ktorí sa k nám vrátili po skoro štyristopäťdesiatich rokoch, či pôsobenie Základnej školy sv. Augustína v Považskej Bystrici. Okrem toho sa stále nechávame inšpirovať aj jeho myšlienkami, ktoré považujeme za prínosné pre náš životný rozmer aj dnes. Dôkazom toho sú tiež preklady jeho diel do slovenčiny, ktoré začali vo väčšej miere

¹⁶¹ HUDÁK, ref. 32, s. 65.

vznikať až v 21. storočí či 1. Patrystické sympóziu, ktoré usporiadala Teologická fakulta Katolíckej univerzity v Ružomberku dňa 24. apríla 2006 v Košiciach. Venované bolo práve Augustínovi a zamerané na jeho dielo *Vyznania*. Ako uviedol tajomník sympózia, augustinián Juraj Pigula¹⁶², podujatie sa tak stalo živou spomienkou na Augustínovo obrátenie, ktoré malo pre vtedajšiu Cirkev neobyčajnú hodnotu. Bol to prvý pokus na Slovenku vôbec, sprítomniť a odkryť duchovné bohatstvo *Vyznaní*, ktorých poznanie patrí k všeobecnej teologickej kultúre.

Limity výskumu a náčrt jeho ďalších možností

Predkladaná práca vo svojom postupnom vývoji predstavila patrocínia sv. Augustína na našom území, umeleckohistorické pamiatky, ktoré v ňom našli inšpiráciu, zhodnotila uplatňovanie ikonografie sv. Augustína u nás a načrtla aj vývoj a šírenie jeho kultu na našom území, s dôrazom na pôsobenie rehole augustiniánov. Pôvodný názov dizertačnej práce bol „Sv. Augustín v kultúrnych dejinách Slovenska“. Výskumu sa tak otvárali širšie možnosti na jeho uchopenie. Pôvodne sme do výskumu zamýšľali zahrnúť aj knižnú kultúru, avšak aj na základe pripomienok a odporúčaní oponentov práce pri dizertačnej skúške, sme tematický záber zúžili na oblasť pamiatok architektúry a umenia. Jednak, samotný výskum sv. Augustína v knižnej kultúre na našom území by bol na jednu samostatnú prácu a napokon, pre vynechanie oblasti knižnej kultúry bol rozhodujúci aj fakt, že výskum bol realizovaný v čase pandemickej situácie na Slovensku, kedy bola zatvorená prevažná časť archívov a knižníc, dôležitých pre výskum hlavne historických knižničných fondov. Táto skutočnosť sa stala čiastočným hendikepom aj pre predkladaný realizovaný výskum. Uvedomujeme si, že ešte väčšiu a hlbšiu pozornosť by si z bádateľského hľadiska zasluhovali niektoré popisované lokality (napr. patrocínium Okoličná na Ostrove, Bitarová, či niektoré kaplnky) a terénny výskum za účelom zdokumentovania popisovaných objektov by si zasluhovali všetky lokality, ktoré sa počas trvania nášho výskumu nepodarilo navštíviť. Tiež nás mrzí, že aj napriek maximálnej snahe sa nepodarilo získať spätnú väzbu od niektorých oslovených subjektov (napríklad Farský úrad Lietava, Farský úrad Dojč, či Základná škola v Považskej Bystrici), ktoré mohli byť pri výskume nápomocné. Predkladaný výskum je preto možné o vyššie spomenuté nedostatky v budúcnosti doplniť a prípadne naň ďalej nadviazať oblasťou knižnej kultúry. Na základe vykonanej rešerše z on-line katalógov niektorých slovenských knižníc už teraz vieme, že diela sv. Augustína sú početne zastúpené predovšetkým v našich historických knižničných fondoch. Bolo by zaujímavé sledovať, odkiaľ prichádzalo na naše územie dielo sv. Augustína, kto ho na našom území šírili, prečo a kde boli na našom území

¹⁶² PIGULA, Juraj, ed. *Confessiones. Zborník príspevkov z medzinárodného seminára „Vyznania sv. Augustína – najčítanejšia patrystická kniha“ konaného dňa 24. apríla 2006*. Košice: Seminár sv. Karola Boromejského, 2006, s. 5. ISBN 80-89138-53-5.

centrá, ktoré jeho diela uchovávali, prípadne aj vydávali. V starých tlačiarach tiež možno predpokladať vyobrazenia sv. Augustína, z ktorých niektoré už máme aj zdokumentované. Tak by sa výskum osobnosti sv. Augustína v našich kultúrnych dejinách doplnil aj o toto poznanie a stal by sa ešte komplexnejším.

Môžeme len súhlasiť s Máriou Spoločníkovou, keď hovorí, že tento cirkevný hodnostár, „hriešnik a svätec“, ako sa Augustín často pripomína, bol príťažlivý svojim životom, udalosťami vo sfére duchovna, ktorým dal sprostredkovane nehynúcu podobu vo svojich fascinujúcich *Vyznaniach* ako v prvej autobiografii vôbec. A ako autor oceňovaný nielen ako objekt pre výtvarný prejav, je podnes v procese kultúrneho diania veľkou výzvou.¹⁶³

¹⁶³ SPOLOČNÍKOVÁ, ref. 1, s. 42.

Zoznam bibliografických odkazov

Literatúra

Monografie a odborné publikácie

ANDOKOVÁ, Marcela a Robert HORKA. *Sv. Augustín. O kresťanskej náuke. O milosti a slobodnej vôli*. Prešov: PETRA, 2004. ISBN 80-89007-44-9.

ARDURA, Bernard a DOLISTA, Karel. *Premonstráti v Čechách, na Moravě a na Slovensku*. Praha: Univerzita Karlova v Prahe, 1993. ISBN 80-7066-768-0.

BARTKO, Vlastimil, Lucia BARTKOVÁ a Patrik DERFIŇÁK. *Monografia obce Hrabkov*. Prešov: Obecný úrad Hrabkov, 2016. ISBN 978-80-972261-2-1.

BAVEL, Tarsicius J. van. *Regula Augustína z Hippo. Úvod, preklad, komentár*. Z talianskeho originálu preložil Ivan KÚTNY. Zvolen: Jas, 1995. ISBN 80-88795-01-X.

BÁLINT, Sándor. *Ünnepi kalendárium I – II*. Budapest, 1977.

BRODŇANSKÁ Erika a KOŽELOVÁ Adriána. *Antická kultúra pre prekladateľov. Vysokoškolská učebnica*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, 2017. ISBN 978-80-555-1891-6.

COMBÈS, Gustave. *St. Augustin et la culture classique*. Paríž: Plon, 1927.

CONTE, Gian Biagio. *Dějiny římské literatury*. Praha: KLP, 2003. ISBN: 80-85917-87-4.

COSMA, Alessandro, Valerio DA GAI a Gianni PITTIGLIO. *Iconografia Agostiniana. Dalle origini al XIV secolo*. Rím: Città Nuova, 2011. ISBN 8831194798.

DÉNESOVÁ, Eva. *Okoličná na Ostrove – EKEL*. Okoličná na Ostrove: MESTER, 2021. ISBN 978-80-970167-7-7.

DVOŘÁKOVÁ, Vlasta, Josef KRÁSA a Karel STEJSKAL. *Stredoveká nástenná malba na Slovensku*. Bratislava: Tatran, 1978.

FARMER, David Hugh. *Oxfordský lexikón svätcov*. Bratislava: Kaligram, 1996. ISBN 80-7149-094-6.

FITZGERALD, Allan D., ed. *Augustine Through the Ages: An Encyclopedia*. Cambridge: Eerdmans, 1999. ISBN 9780802864796.

FOJTÍK, J. *Mestské a obecné pečate Trenčianskej župy*. Bratislava, 1974.

GAVENDOVÁ, Oľga. *Vybrané otázky z diel Augustína Aurélia*. Bratislava: Rímskokatolícka cyrilometodská bohoslovecká fakulta Univerzity Komenského, 2008. ISBN 978-80-8869-656-8.

GÁBRIŠ, Július. *Dejiny prepozitúry Panny Márie v Novom Meste nad Váhom*. Bratislava: Obzor, 1968.

Generálne katalógy tlačí 16. storočia zachovaných na území Slovenska. Zväzok I – XV. Martin: Matica Slovenská, 1993 – 2019.

GERÁT, Ivan. *Stredoveké obrazové témy na Slovensku. Osoby a príbehy*. Bratislava: Veda, 2001. ISBN: 80-224-0643-0.

GÜNTHEROVÁ, Alžbeta a Ján MIŠIANIK. *Stredoveká knižná malba na Slovensku*. Bratislava: Tatran, 1977.

HARMINC, Ivan et al. *Súpis pamiatok na Slovensku. Zv. 1. A – J*. Bratislava: Obzor, 1967.

HARMINC, Ivan et al. *Súpis pamiatok na Slovensku. Zv. 2. K – P*. Bratislava: Obzor, 1968.

HARMINC, Ivan et al. *Súpis pamiatok na Slovensku. Zv. 3. R – Ž*. Bratislava: Obzor, 1969.

HLÔŠKA, Milan, Andrej CHUDOBA et al. *Tou Pukanskou bránou*. Bratislava: Lúč, 2010. ISBN 978-80-7114-792-3.

HUDÁK, Ján. *Patrocíniá na Slovensku (súpis a historický vývin)*. Bratislava: Veda, 1984.

HUŤKA, Miroslav. *Augustiniáni na území stredovekého Slovenska (Uhorska)*. Ružomberok: Verbum – vydavateľstvo KU, 2015. ISBN 978-80-561-0297-8.

CHABADA, Michal a Marcela ANDOKOVÁ, eds. *Antológia. Patristika a scholastika*. Trnava: Dobrá kniha, 2009. ISBN 978-80-7141-623-4.

CHMELÁR-HLOHOVSKÝ, Ľudovít. *Slovenská ikonografia. Patronáty a atribúty v posvätnom umení*. Čadca: Magma Čadca, 2010. ISBN 978-80-89172-22-1.

Chrám Navštívenia Panny Márie v Považskej Bystrici a dejiny považskobystrickej farnosti. K 60. výročiu posvätenia chrámu po jeho prestavbe. Považská Bystrica: Rímsko-katolícky farský úrad, 2001, s. 39.

JANKOVIČ, Ľubomír a Klára KOMOROVÁ. *Klenoty knižnej kultúry a archívneho dokumentárneho dedičstva v zbierkach Slovenskej národnej knižnice v Martine.* Martin: Kozák-Press, 2010. ISBN 978-80-89360-04-8.

JANKOVIČ, Vendelín et al. *Národné kultúrne pamiatky na Slovensku.* Martin: Osveta, 1984.

JANKOVIČ, Vendelín et al. *Pamiatky na Slovensku 4: súpis pamiatok.* Bratislava: Obzor, 1978.

JUDÁK, Viliam a Štefan POLÁČIK. *Katalóg patrocínií na Slovensku.* Bratislava: Rímskokatolícka cyrilometodská bohoslovecká fakulta UK, 2009. ISBN 978-80-969787-3-1.

KAYE, Sharon M. a Paul THOMSON. *Osobnosti filozofie. Augustín.* Bratislava: Albert Marenčin – Vydavateľstvo PT, 2005. ISBN 80-88912-64-4.

KOTRUSOVÁ, Júlia. *Dejiny premonštrátskeho kláštora sv. Jána Krstiteľa v Jasove s stredoveku.* Trnava: Trnavská univerzita, 2017. ISBN 978-80-568-0049-2.

KOTVAN, Imrich. *Inkunábuly archívov, múzeí a niektorých historických knižníc na Slovensku.* Martin: Matica slovenská, 1964.

KOTVAN, Imrich. *Inkunábuly na Slovensku.* Martin: Matica slovenská, 1979.

KOTVAN, Imrich. *Inkunábuly v Košiciach, v Jasove a v Spišskej Kapitule.* Košice: ŠVK, Východoslovenské vydavateľstvo, 1967.

KOTVAN, Imrich a Eva FRIMMOVÁ. *Inkunábuly zo slovenských knižníc v zahraničných inštitúciách.* Martin: Matica slovenská, 1996. ISBN 80-7090-388-0.

KRAFT, Heinrich. *Slovník starokresťanské literatury. Život, spisy a nauka řeckých, latinských, sýrských, egyptských a arménských církevních otců.* Kostelní Vydří: Karmelitánské nakladatelství, 2005. ISBN 80-7192-516-0.

KRČ, Henrich a Blažej KOVÁČ. *Svätci – svedomie storočí. Devočné dekorácie v zbierkach Západoslovenského múzea v Trnave.* Trnava: Západoslovenské múzeum, 1999. ISBN 80-85556-09-X.

LICHNER, Miloš. *Kontextuálny pohľad na sviatosť krstu v sermones svätého Augustína*. Trnava: Dobrá kniha, 2015. ISBN 978-80-7141-1923-5.

MARROU, Henri Irénée. *Saint Augustin et la fin de la culture antique*. 5. vydanie. Paríž, 1958.

MARSINA, Richard. *Codex diplomaticus et epistolaris Slovaciae II*. Bratislava: Obzor, 1987.

MEZŐ, András. *A templomocím a magyar helységneveleben (11. – 15. század)*. Budapest: METEM, 1996. ISBN 963-8472-19-7.

MEZŐ, András. *Patrocíniumok a középkori Magyarországon*. Budapest: METEM, 2003. ISBN 963-8472-78-2.

NOVÁK, J. *Slovenské mestské a obecné erby*. Bratislava, 1967.

PIETRAS, Leander Tadeusz. *Pútnický farský Kostol Narodenia Panny Márie a kláštor pavlínov vo Vranove nad Topľou*. Michalovce: Excel enterprise, 2007. ISBN 978-80-89258-16-1.

PIGULA, Juraj, ed. *Milosrdné srdce. Zo života a spisov sv. Augustína*. Košice: Zachej.sk, 2016. ISBN 978-80-9718-818-4.

PODOLINSKÝ, Štefan. *Kultúrne krásy Slovenska. Gotické kostoly – vidiek*. Bratislava: DAJAMA, 2010. ISBN 978-80-89226-91-7.

RAEPER, William a Linda SMITH. *Myslenie západnej civilizácie. Základné filozofické a náboženské vplyvy od antiky po súčasnosť*. Bratislava: Návrat domov, 1998. ISBN 80-967954-1-4.

Regula sv. Augustína a Konštitúcie Kongregácie Dcér Najsv. Spasiteľa v Bratislave. Bratislava: Slovenská Grafia, 1943.

RÉDLI, Richard. *Privilegiá premonštrátskeho rádu*. Ružomberok: VERBUM, 2019. ISBN 978-80-561-0681-5.

RULÍŠEK, Hynek. *Postavy, atributy, symboly. Slovník křesťanské ikonografie*. Karmášek, 2006. ISBN: 80-239-7434-3.

SAKTOROVÁ, Helena et al. *Generálny katalóg tlačí 16. storočia. Zv. 1. Tlače 16. storočia vo fondoch Slovenskej národnej knižnice Matice slovenskej*. Martin: Matica slovenská, 1993. ISBN 80-7090-237-X.

SCHNAUBELT, Joseph C. a Frederick VAN FLETEREN, eds. *Augustine in iconography. History and legend*. New York: P. Lang, cop., 1999. ISBN 0820422916.

SÜLE, Peter, ed. *Encyklopédia miest a obcí Slovenska*. Lučenec: PS-LINE, 2005. ISBN 80-969388-8-6.

SZÉNÁSSY, Árpád, ed. *Okoličná na Ostrove. Pozoruhodnosti*. Komárno: Komárňanské tlačiarne s.r.o. vydavateľstvo, 1999. ISBN 80-8056-129-X.

ŠUBRT, Jiří. *Římská literatura*. Praha: OIKOYMENH, 2005. ISBN 80-7298-095-5.

TOGNER, Milan. *Stredoveká nástenná maľba na Slovensku: súčasný stav poznania*. Bratislava: Tatran, 1988.

TOGNER, Milan. *Stredoveká nástenná maľba v Gemeri*. Bratislava: Tatran, 1989.

TOGNER, Milan a Vladimír PLEKANEC. *Stredoveká nástenná maľba na Spiši*. Bratislava: Arte Libris, 2012. ISBN 978-80-971214-0-2.

VORAGINE De, Jakub. *Legenda aurea*. Praha: Vyšehrad, 2012, s. 227 – 241. ISBN 9788074292378.

VRTEL, Ladislav. *Heraldica Sanctorum čiže slovné, ale tiež obrazové poučenie o heraldickom vyjadrení Najsvätejšej Trojice, Panny Márie, ako aj o zobrazovaní a rozpoznávaní jednotlivých svätcov v erboch*. Bratislava: VEDA, 2016. ISBN 978-80-224-1547-7.

ZUBKO, Peter a Peter ŽEŇUCH. *Barkóciho vizitácia Šarišského archidiakonátu (1749). Rímskokatolíci, gréckokatolíci a evanjelici podľa latinskej vizitácie*. Bratislava: Veda, 2017. ISBN 978-80-89489-33-6.

ŽIFČÁK, František, ed. *Kronika mesta Spišské Podhradie slovom i obrazom*. Spišské Podhradie: Mesto Spišské Podhradie, 2011. ISBN 978-80-88900-47-4.

Zborníky

PIGULA, Juraj, ed. *Confessiones. Zborník príspevkov z medzinárodného seminára „Vyznania sv. Augustína – najčítanejšia patrystická kniha“ konaného dňa 24. apríla 2006*. Košice: Seminár sv. Karola Boromejského, 2006. ISBN 80-89138-53-5.

Štúdie v zborníkoch a odborných publikáciách

ANDOKOVÁ, Marcela. Symbolický jazyk v kázňach sv. Augustína. Spôsob, ako poučiť a zaujať poslucháča. In: *Studia Aloisiana*. Trnava: Teologická fakulta Trnavskej univerzity, 2004, s. 13 – 22. ISBN 8071414670.

BABIC, Marek. De civitate Dei: najväčšie literárne dielo neskorej antiky v kontexte historických udalostí. In: *Ružomerský historický zborník I*. Ružomberok: Katolícka univerzita, 2007, s. 39 – 49. ISBN 8080841447.

KAMENICKÝ, Miroslav. Kongregácia regulovaných kanonistiek sv. Augustína rehole Notre Dame v Bratislave v 18. storočí. In: *Žena a právo. Právne a spoločenské postavenie žien v minulosti*. Bratislava: Academic Electronic Press, 2004, s. 256 – 266. ISBN 80-88880-59-9.

KVASNICOVÁ, Magdaléna. Patrocinium sv. Gála v stredovekej architektúre na Slovensku. In: *Studia archaeologica Slovaca mediaevalia VI, 2007*. Levoča: AEPress, 2007, s. 53 – 82. ISBN 80-89187-15-3.

OLEXÁR, Peter. Kult relikvií a svätcov. In: *Studia archaeologica Slovaca mediaevalia V, 2006*. Levoča: MTM, 2006, s. 75 – 82. ISBN 80-89187-15-3.

REPČÁK, Jozef. Knihy, knižnice a kníhtlačiarstvo v Bardejove. In: *Knižničný zborník 1968. Zv. I*. Martin: Matica slovenská, 1969, s. 7 – 47.

SLIVKA, Michal. Titulus ecclesiae v sídelnej, právnej a sociálnej štruktúre stredovekého Spiša. K problematike výskumu patrociníí. In: *Pohľady do minulosti. Zborník prednášok z histórie V*. Levoča: Spišské múzeum v Levoči, 2005, s. 67 – 80. ISBN 80-8060-184-4.

SLIVKA, Michal. Uctievanie svätých na Slovensku. K problematike výskumu patrociníí. In: *Studia archaeologica Slovaca mediaevalia V, 2006*. Levoča: MTM, 2006, s. 91 – 162. ISBN 80-89187-15-3.

SOPKO, Július. Skriptori a skriptoriá kláštorov na Slovensku. In: *Dejiny a kultúra rehoľných komunit na Slovensku. Príspevky na II. sympóziu o cirkevných dejinách Slovenska na Trnavskej univerzite 15. –16. októbra 1993*. Trnava: Trnavská univerzita, 1994, s. 85 – 96. ISBN 80-88774-00-4.

SOPKO, Július. Výzdoba väzby a iluminácia stredovekých kódexov slovenskej proveniencie. In: *Kniha '89*. Martin: Matica slovenská, 1990, s. 67 – 81.

SPOLOČNÍKOVÁ, Mária. Postava sv. Augustína vo výtvarnom umení. In: *Košické historické zošity : zborník Dejepisného spolku v Košiciach 20/2010*. Košice: Štátny oblastný archív, 2010, s. 35 – 43. ISBN 978-80-970333-9-2.

ZEMENE, Marián. O rehoľníctve na Slovensku. In: *Dejiny a kultúra rehoľných komunit na Slovensku. Príspevky na II. sympóziu o cirkevných dejinách Slovenska na Trnavskej univerzite 15. – 16. októbra 1993*. Trnava: Trnavská univerzita, 1994, s. 39 – 47. ISBN 80-88774-00-4.

Články v odborných periodikách a časopisoch

BABIC, Marek. Augustín v konfrontácii s klasickou filozofiou v otázkach o ľudskej duši. In: *Filozofia*. 2010, roč. 65, č. 1, s. 63 – 73. ISSN 0046-385X.

HANUŠČIN, Štefan. Augustiniáni v Bardejove. In: *Bardejovské novosti*. 2017, roč. 28, č. 21, s. 4. ISSN 1338-1067.

HLAVÁČKOVÁ, Miriam. Pavlínsky kláštor v Horných Lefantovciach 1369 – 1526. In: *Duchovný pastier*. 1993, roč. 74, č. 3, s. 118 – 122. ISSN 0139-861X.

HLAVÁČKOVÁ, Miriam. Bieli mnísi. Pavlínska rehoľa na našom území. In: *Historická revue*. 1996, roč. 7, č. 5, s. 6 – 7. ISSN 1335-6550.

HUŤKA, Miroslav. Uhorskí augustiniáni v historickej a literárnej spise (s prihliadnutím na územie Slovenska). In: *Kultúrne dejiny*. 2013, roč. 4, č. 2, s. 190 – 206. ISSN 1338-2209.

HUŤKA, Miroslav. Počiatky Rehole pustovníkov sv. Augustína v Uhorsku a vznik ich samostatnej provincie. In: *Studia Theologica*. 2015, roč. 17, č. 1, s. 95 – 107. ISSN 1212-8570.

HUŤKA, Miroslav. Charizma a poslanie augustiniánskych kláštorov v stredoveku na území dnešného Slovenska. In: *Konštantínove listy*. 2018, roč. 11, č. 2, s. 132 – 142. ISSN 1337-8740.

LÁSZLÓOVÁ, Henrieta. Dejiny premonštrátov v Šahách. In: *Studia archaeologica slovacae mediaevalia III – IV*. Bratislava: Veda, 2001, s. 273 – 293. ISBN 80-224-0691-0.

MIROŠŠAYOVÁ, Elena a Anton KARABINOŠ. Kláštor augustiniánov vo Veľkom Šariši. In: *Pamiatky a múzeá*. 2005, č. 2, s. 18 – 24. ISSN 1335-4353.

SIMON, Attila. Čítanie a vyznanie. Interpretácia sv. Augustína Józsefa Balogha. In: *Slovenská literatúra*. 2007, roč. 54, č. 3, s. 218 – 229. ISSN 0037 – 6973.

STIEBEROVÁ, Mária. Patrocíniá v Bratislave. Rozmach mesta pod záštitou svätcov. In: *Historická revue*, 1995, roč. 6, č. 1, s. 6 – 7. ISSN 1335-6550.

SZEGHY, Gabriel. Jasovskí premonštráti v premenách času. In: *Historický časopis*. 2012, roč. 60, č. 2, s. 366 – 368. ISSN 0018-2575.

Záverečné práce

PILAŘOVÁ, Kateřina. *Liturgické vybavení kostela Panny Marie Vítězné v Praze z dílny Otmaru Olivy: [bakalárska práca]*. Praha: Katolická teologická fakulta, 2017.

Preklady Augustínových diel

Boží štát. 1. a 2. zväzok. Preložili Ján KOVÁČ, Štefan DIAN a Matej PÄTOPRSTÝ. Trnava: Spolok sv. Vojtecha, 1948.

O kresťanskej náuke. O milosti a slobodnej vôli. Preložili Marcela ANDOKOVÁ a Robert HORKA. Prešov: PETRA, 2004. Patrimonium, zv. 3. ISBN 80-89007-44-9.

O učiteľovi. Preložil Daniel ŠKOVIERA. Bratislava: Archa, 1995. ISBN 80-7115-098-3.

Proti akademikom. O blaženom živote. O pravom náboženstve. Preložil Augustín VALENTOVIČ. In: *Antológia z diel filozofov. 3. zväzok. Patristika a scholastika*. Bratislava: Pravda, 1975.

Vyznania. 3. vyd. Preložil Ján KOVÁČ. Trnava: Spolok sv. Vojtecha, 1948.

Štúdie a články z internetových zdrojov

BÁLINT, Sándor. *Ünnepi kalendárium I. A Mária-ünnepek és jelesebb napok hazai és közép-európai hagyományvilágából (december 1. – június 30.)* [online]. Budapest: Neumann, 2004 [cit. 2022-03-11]. Dostupné na: <https://mek.oszk.hu/04600/04656/html/index.htm>

BÁLINT, Sándor. *Ünnepi kalendárium II. A Mária-ünnepek és jelesebb napok hazai és közép-európai hagyományvilágából (július 1. – november 30.)* [online]. Budapest: Neumann, 2004 [cit. 2022-03-11]. Dostupné na: <http://mek.oszk.hu/04600/04657/html/index.htm>

Bibliographie et chronologie des œuvres d'Augustin. *Open Edition Books* [online]. 2003 [cit. 2021-01-29]. Dostupné na: <https://books.openedition.org/septentrion/73554?lang=en>

Bitarová. *Rímskokatolícka cirkev. Žilinská diecéza* [online]. 2014 [cit. 2022-05-18]. Dostupné na: <https://www.dcza.sk/sk/schematizmus/filialky/bitarova-2>

BOODTS, Shari. *The child by the seaside: a medieval story about Saint Augustine* [online]. Medievalists.net, ©2021 [cit. 2021-02-11]. Dostupné na: <https://www.medievalists.net/2019/02/the-child-by-the-seaside-a-medieval-story-about-saint-augustine/>

Cultural History. *Yale University* [online]. ©2021 [cit. 2021-01-25]. Dostupné na: <https://history.yale.edu/undergraduate/regions-and-pathways/cultural-history>

Farnosť Lietava. *Obec Bitarová* [online]. ©2022 [cit. 2022-05-18]. Dostupné na: <http://www.obecbitarova.sk/section/default/1792>

FLIMMEL, Slavomír. *Posviacka kaplnky Magdalénky v Horných Kočkovciach* [online]. Púchovské noviny, 2021 [cit. 2022-05-20]. Dostupné na: <https://www.puchovskenoviny.sk/posviacka-kaplnky-magdalenky-v-hornych-kockovciach/>

História školy. *Základná škola sv. Augustína* [online]. [Bez dátumu] [cit. 2022-04-14]. Dostupné na: <https://zsmoyzesp.edu.org/a/profil-skoly?eqa=dGV4dD10ZXh0L2Fib3V0JnN1YnBhZ2U9MQ%3D%3D>

Church history. *Parish of St. Augustin Coburg* [online]. 2013 [cit. 2022-06-03]. Dostupné na: <https://st-augustin-coburg.de/kirchen/st-augustin-coburg/index.html>

JANIGA, Matej. *Ako zlepšiť lokálny marketing svojho podniku pomocou Google Maps?* [online]. Podnikajte, 2021 [cit. 2022-05-22]. Dostupné na: <https://www.podnikajte.sk/marketing/lokalny-marketing-google-maps>

Kaplnka Magdalénka. *Facebook* [online]. 2022 [cit. 2022-05-24]. Dostupné na: <https://www.facebook.com/Kaplnka-Magdal%C3%A9nka-104339021706466/photos/355684993238533>

Kláštor sv. Augustína. *Rehoľa sv. Augustína* [online]. ©2022 [cit. 2022-02-16]. Dostupné na: <https://www.aug.sk/klastor-sv-augustina/>

Kostol sv. Augustína Bitarová. *Žilina Gallery* [online]. ©2022 [cit. 2022-05-18]. Dostupné na: <https://zilina-gallery.sk/picture.php?/15213/category/1477>

Kostol vo fotografiách. *Prepozitúra Panny Márie* [online]. [Bez dátumu] [cit. 2022-05-24].
Dostupné na: <http://www.prepozitura.sk/galerie/foto/2185-kostol-narodenia-panny-marie>

Majster. *Majster z Okoličného. Slovenská národná galéria* [online]. © 2017 [cit. 2021-02-16].
Dostupné na: <https://mzo.sng.sk/chapters/1-majster>

MÁJEK, Stanislav. *Augustín Karmaš* [online]. Borský Mikuláš, 2020 [cit. 2022-03-23].
Dostupné na: <https://www.borskymikulas.sk/augustin-karmas/ll/0/sm/0/.html>

MOORE, Alison. Historicising historical theory`s. History of cultural historiography. In:
Cosmos and History: The Journal of Natural and Social Philosophy [online]. 2016, roč. 12, č. 1
[cit. 2021-02-19]. Dostupné na:
<https://www.cosmosandhistory.org/index.php/journal/article/viewFile/516/889>

NEMEŠ, Jaroslav. Vznik kresťanského modelu aktívneho a kontemplatívneho života na západe.
Dielo Kassiána. In: *Pohanstvo a kresťanstvo. Zborník z konferencie usporiadanej 5. – 6. 2.
2003 v Banskej Bystrici* [online]. Bratislava: Chronos, 2004, s. 55 – 82 [cit. 2021-02-15]. ISBN
80-89027-12-1. Dostupné na:
<https://www.ff.umb.sk/app/cmsFile.php?disposition=a&ID=22562>

RÁBARA, Pavol a Adam TAKÁČ. Veľká reportáž o najmensej reholi. In: *Konzervatívny
denník Postoj* [online]. 2018 [cit. 2022-02-16]. Dostupné na:
<https://svetkrestanstva.postoj.sk/38465/velka-reportaz-o-najmensej-reholi>

Rehoľa sv. Augustína na Slovensku. *Rehoľa sv. Augustína* [online]. ©2022 [cit. 2022-02-16].
Dostupné na: <https://www.aug.sk/augustiniani/>

RUŽOŇOVÁ, Mária. „Zachráňme Magdalénku“ *Obnova kaplnky Nanebovzatia panny Márie
v Horných Kočkovciach (okres Púchov, Trenčiansky kraj)* [online]. Pamiatkový úrad Slovenskej
republiky, 2021 [cit. 2022-05-20]. Dostupné na: <http://www.pamiatky.sk/sk/page/obnova-kaplnky-nanebovzatia-panny-marie-v-hornych-kockovciach>

SLEPIČKA, Martin. *Ikonografie církevních otců v českém středověkém umění 13. – 15. století:*
[bakalárska práca] [online]. Academia, 2016 [cit. 2021-02-01]. Dostupné na:
https://www.academia.edu/37142739/Ikonografie_c%C3%ADrkevn%C3%ADch_otc%C5%AF_v_%C4%8Desk%C3%A9m_st%C5%99edov%C4%Bk%C3%A9m_um%C4%Bn%C3%AD_13_15_stolet%C3%AD

SLEPIČKA, Martin. *Ikonografie sv. Augustina z Hippo v českém středověkém umění do roku 1420* [online]. Academia, 2017 [cit. 2021-02-01]. Dostupné na:

https://www.academia.edu/35828459/Ikonografie_sv_Augustina_z_Hippo_v_%C4%8Desk%C3%A9m_st%C5%99edov%C4%Bk%C3%A9m_um%C4%Bn%C3%AD_do_roku_1420

SLEPIČKA, Martin. *Ke společné ikonografii čtyř velkých západních církevních otců v českém středověku* [online]. Academia, 2020 [cit. 2021-02-01]. Dostupné na:

https://www.academia.edu/44817722/Ke_spole%C4%8Dn%C3%A9_ikonografii_%C4%8Dty%C5%99_velk%C3%BDch_z%C3%A1padn%C3%ADch_c%C3%ADrkevn%C3%ADch_otc%C5%AF_v_%C4%8Desk%C3%A9m_st%C5%99edov%C4%Bku

SZABÓ, Slavomír. *Kostol sv. Augustína* [online]. Región Gemer, 2013 [cit. 2021-02-15].

Dostupné na: <https://gemer.vucke.sk/trip/gemer/gemer/kultura/kulturne-dedicstvo/kostol-sv-augustina.html>

V talianskej Pavii vystavili relikvie sv. Augustína. *Zasvätený život* [online]. 2017 [cit. 2022-04-12]. Dostupné na: <https://zasvatenyzivot.sk/v-talianskej-pavii-vystavili-relikvie-sv-augustina/>

Založenie kostola. *Filiálka Šajdíkove Humence* [online]. ©2012 [cit. 2022-03-23]. Dostupné na: http://kostolsajdikovehumence.szm.com/zalozenie_kostola.html

Archívne pramene

Farský archív farnosti Štrba, filiálka Tatranská Štrba, *Dekrét o konsekrácii kostola a oltára*. 2011.

Kronika obce Štrba za rok 2017.

Kronika obce Štrba za rok 2018.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, inv. č. neg. 60 774.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, inv. č. neg. 63 363.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, inv. č. neg. 64 891.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, inv. č. neg. 64 896.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, inv. č. neg. 119640 – 119642.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, fond Krajský ústav štátnej pamiatkovej starostlivosti a ochrany prírody Banská Bystrica, 1977, šk. č. 69. *Poškodenie NKP; korešpondencia*, spis č. 1055.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, fond Krajský ústav štátnej pamiatkovej starostlivosti a ochrany prírody Bratislava, [1959], šk. č. 111. *Korešpondencia*, spis č. 3381.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, Zbierka negatívov, 1968, R. k. *Kostol. sv. Jána Krstiteľa, oltár bočný, sv. Augustín*, spis č. 233044.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, Zbierka negatívov, 2006, R. k. *Kostol. sv. Mikuláša, socha oltárna, sv. Augustín*, spis č. 228926.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, interný materiál, *oltárna socha sv. Augustína v Nitre*, spracovateľ ZRUBCOVÁ, Soňa, 2002.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, interný materiál, *originál sochy sv. Augustína v Nitre, socha III*, spracovateľ BUDAY, Peter, 2008.

Pamiatkový úrad Slovenskej republiky, Krajský pamiatkový úrad Trenčín, interný materiál, *kaplnka na Zápechovej*, spracovateľ RUŽŇOVÁ, M., 2015.

Štátny archív v Košiciach, pracovisko Archív Rožňava, fond Obvodný notársky úrad v Stratenej, Administratívne spisy, šk. „stavba školy a kostola“.

Štátny archív v Bratislave, fond Krajský národný výbor v Bratislave, 1952, *Prepojenie Šajdíkových Humenec, filiálky Borského Mikuláša k farnosti Dojč*, spis č. 90/4.

Štátny archív v Bratislave, fond Krajský národný výbor v Bratislave, Cirkevný odbor 1949 – 1959, šk. č. 9. *Výúčtovanie novostavby r. kat. kostola v Šajdíkových Humenciach, okr. Senica*, spis č. 34/1, ročník 1950.

Informátor

CHMELÁR, Alojz, rímskokatolícky farár farnosti Štrba a jej filiálky Tatranská Štrba v rokoch 1994 – 2016, v súčasnosti výpomocný duchovný na dôchodku v Poprade.

Predkladateľ: **Mgr. Dana Chalupková**
 Žilinská univerzita v Žiline
 Fakulta humanitných vied
 Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva

Školiteľ: **doc. Ing. Miloš Dudáš, CSc.**
 Žilinská univerzita v Žiline
 Fakulta humanitných vied
 Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva

Oponenti: **prof. PhLic. Ing. Ľuboš Rojka, PhD.**
 Žilinská univerzita v Žiline
 Fakulta humanitných vied
 Katedra filozofie

doc. Mgr. Ľuboš Kačírek, PhD.
 Univerzita Komenského v Bratislave
 Filozofická fakulta
 Katedra etnológie a muzeológie

Historické knižnice na Slovensku

Výstava v rámci projektu APVV-19-0524 CHRONUM

(Správa z podujatia)

Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva (KMKD), Historický ústav SAV a Ústredná knižnica SAV sú aktuálne riešiteľom projektu APVV-19-0524 CHRONUM: *Chronológia dejín knižníc od počiatkov do roku 2020 (Chronologia historiarum bibliothecarum ab initio usque ad annum 2020)*. Cieľom projektu je vytvoriť dielo prezentujúce chronologický a retrospektívny pohľad na dejiny knižníc na Slovensku. Jedným z čiastkových výstupov projektu je aj výstava *Historické knižnice na Slovensku*.

**POZVÁNKA
NA VERNISÁŽ**

Fakulta humanitných vied
Katedra mediamatiky a kultúrneho dedičstva
Vás pri príležitosti **70. výročia Žilinskej univerzity v Žiline**
pozýva na vernisáž výstavy

HISTORICKÉ KNIŽNICE NA SLOVENSKU

30. marca 2022 o 11.00 hod.
v priestoroch AF3A4 – AF3A5

APVV-19-0524 CHRONUM

ŽILINSKÁ UNIVERZITA V ŽILINE
Fakulta humanitných vied

ÚSTREDNÁ KNIŽNICA

AGENCIÁ NA PODPORU
VÝSKUMU A VÝVOJA

HISTORICKÝ ÚSTAV
SLOVENSKEJ AKADEMIE VIED

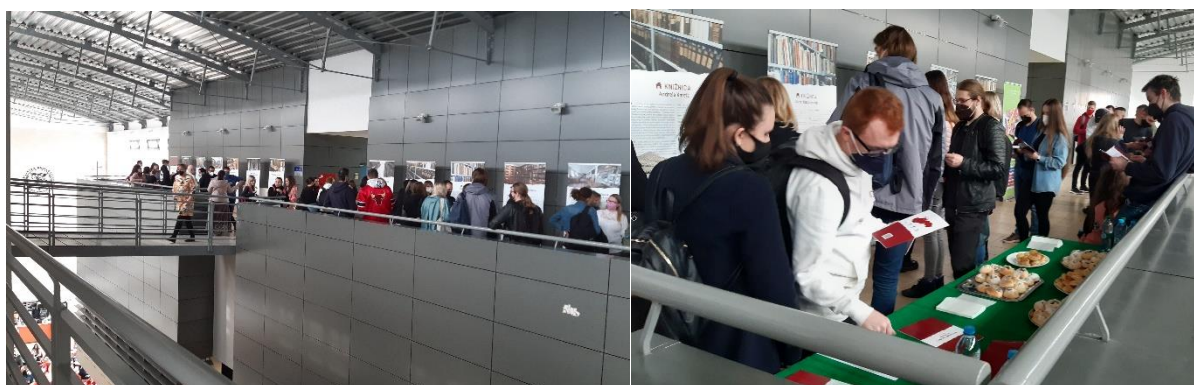
MINISTERSTVO
ŠKOLSTVA, VEDY,
VÝSKUMU A ŠPORTU
SLOVENSKEJ REPUBLIKY

Slávnostné otvorenie výstavy sa uskutočnilo dňa 30. marca 2022 o 11:00 na pôde Fakulty humanitných vied (FHV). Výstava má panelový charakter, pozostáva zo 14 rolovacích banerov, z ktorých 12 reprezentuje jednu vybranú zachovanú historickú knižnicu na Slovensku. Výber zahŕňa najvýznamnejšie, najznámejšie a vizuálne príťažlivé historické knižnice, okrem toho zachytáva všetky typy historických knižníc (šľachtické, cirkevné, osobné, spolkové a školské) a územne pokrýva rozličné časti Slovenska.

Na paneloch sa nachádzajú chronologické údaje o ich histórii, zábery na knižnice a zábery na vybrané staré tlače z daných zbierok. Ku každej knižnici je priradený aj QR kód, v ktorom sú zakomponované informácie o inštitúcii, ktorá danú knižnicu aktuálne spravuje, ochraňuje a sprístupňuje.



V priestoroch FHV, pred aulami AF3A4 a AF3A5 je možné si výstavu pozrieť do 27. apríla 2022. Zámerom organizátorov je, aby výstava mala putovný charakter. Postupne bude zapožičaná pamäťovým inštitúciám v rámci celého Slovenska, aby ju mohlo vzhliadnuť čo najviac záujemcov. Historické knižné fondy, alebo historické knižnice nie sú medzi širokou verejnosťou až tak v povedomí, no tvoria dôležitú súčasť nášho kultúrneho dedičstva. Významne dokumentujú mieru vzdelanosti a kultúrny vývoj v spoločnosti na našom území v priebehu storočí.



Viac informácií o projekte CHRONUM je uverejnených na stránke www.chronum.uniza.sk, kde je prístupný aj katalóg výstavy v elektronickej podobe.

Text: Dana Chalupková, KMKD FHV

Foto: Dominika Orlová, KMKD FHV