

18 / PODZIM 2016

ČTVRTLETNÍK PRO OBNOVU
ČESKÉ FILANTROPIE

UMĚNÍ DAROVAT

THE ART OF GIVING

POŠLI TO DÁL
PROČ SE SPOLEČNOSTI VYPLATÍ
PODPOROVAT UMĚLCE

A stylized illustration of a person from behind, wearing a dark hoodie and dark pants. Their right arm is raised, holding a glowing, textured brushstroke that extends across the upper half of the page. The background is a solid yellow color.

↓ EDITORIAL

Vážení a milí čtenáři,
těší mě, že se právě chystáte začíst do podzimního čísla čtvrtletníku Umění darovat. Podzim se nese v duchu kulturních akcí, které jsou s filantropií v podstatě spojenými nádobami. Opět se dotýkáme faktu, že dobrodiní může člověk zahájit i impulzivně a bez velkého rozpočtu.

Nedávno mě na sociálních sítích zaujal příběh dnes devítiletého Thomase Moorea z Marylandu. Před dvěma lety spolu s matkou sledovali video, na kterém tančí pětiletá dívka bez vlasů. Matka mu vysvětlila, že malá Kyssi přišla o vlasy po ozařování a chemoterapii. Tehdy se Thomas rozhodl, že si na hlavě nechá narůst vlasy, které pak Kyssi bude moci věnovat. Dva roky si nechal splétat vlasy do copánků a před pár týdny se nechal ostříhat. Vlasů je na tři dětské paruky. Kyssi se své paruky nedožila, ale Thomasův příběh má nesmírnou sílu.

I letos a už podesáté se koná Dobročinná aukce Nadace Via. Vloni dárči věnovali celkem 1612243 korun. Dražila se cenná umělecká díla, drahá vína, šperk, zážitky... a dražilo se také Nic. Zajímavá položka, tedy čistý dar, byl nakonec vydražen za 130 000. Vernisáž výstavy darovaného umění a designu proběhne letos 3. října, následující tři dny je pak otevřena pro veřejnost. Zajděte si vybrat a 28. listopadu se dostavte k aukci do hotelu Marriott.

Mezi díly bude i práce Pasty Onera, s kterým je v tomto čísle rozhovor, nebo Jaromíra 99, jenž odpovídá na našich 9 otázek. Anebo přijďte zabojovat o Nic.

V porotě kategorie Srdcař jsem se zúčastnila výběru finalistů pro ocenění Via Bona. Nadace Via už devatenáct let oceňuje v šesti kategoriích firmy i jednotlivce a jejich inspirativní filantropické počiny. Mohu říct, že volba to byla těžká, sešla se spousta nádherných příběhů. Samo vědomí, že tolik dobrých a aktivních lidí existuje, celou porotu nadnášelo spoustu dní. 19. října budou známi další vítězové.

Jestli snad ještě s filantropií váháte, přečtěte si tu o svátku dobrodiní zvaném #GivingTuesday. Letos se koná 29. listopadu. Celý svět ten den bude myslet na druhé a konat prospěšné věci. V logu má svátek srdce, protože o to půjde a jde především.

Přejeme Vám klidný podzim,

Nora Grundová
šéfredaktorka

Jiří Bárta
ředitel Nadace Via

UMÍME TO OD DĚTSTVÍ

Majitel a CEO čínského e-shopu Alibaba Group a zároveň zakladatel nadace *Alibaba Foundation* Jack Ma svolal počátkem července do Chang-čou vůbec **první filantropickou konferenci** v zemi. Na setkání s účastníky řešil vývoj filantropie v Číně a jak do ní zapojit více než 1,3 milionu čínských milionářů. Do roku 2020 přitom v Číně přibude další milion milionářů. Konference se zúčastnila více než tisícovka známých filantropů, ředitelů firem i neziskovek a podnikatelů. Vystoupili tu i hosté jako Pan Ki-mun, Gordon Brown, Yao Ming a Jet Li. Filantropie je v Číně v plenkách, v moderní čínské éře nemá tradici. Podle Rozvojového programu OSN lidé charitě věnují jen 4 procenta toho, co lidé v Evropě. Jack Ma je v Číně největším filantropem. Zakládá nadace, podporuje univerzity. Do *Alibaba Foundation* firma posílá 0,3 procenta ročního výnosu.

Umíme to už od dětství, hlásá spot s chlapečkem, který schovává zmoklého psa pod deštník. Stejně se jmenuje i kampaň šířící myšlenku dobročinnosti v Česku. Spot o tom, že dobré skutky jsme dělali už jako děti, běží od 7. září do 7. října v České televizi a v partnerských kinech Aerofilms, v kině Lucerna a prostřednictvím projektu DOBRO se dostane i k zákazníkům Zoot.cz. Zároveň mohou lidé hlasovat nad příběhy letošních finalistů Ceny Via Bona. Ze 146 příběhů vybraly poroty Nadace Via 15 finalistů a 6 vítězů v 6 kategoriích, jejichž jména budou vyhlášena 19. října.

Neziskovky po celém světě 13. září oslavily Mezinárodní den závětí. Podle Úřadu pro zastupování státu ve věcech majetkových vloni připadlo **274 milionů korun z majetku zemřelých** bez dědice státu. Mezinárodní den závětí by měl lidem připomenout, že je možné při psaní poslední vůle myslet i na dobrodiní, a naposledy tak pomoci. Více informací je na www.zavetpomaha.cz. Kategorii Závěť má i Cena Via Bona, která už druhým rokem oceňuje velkorysé dárce.

261 středních škol v České republice se zapojilo do Studentské volby. 20. a 21. září **studenti volili politické strany**, které kandidují do krajských zastupitelstev. Akci už poštěstě zorganizovala společnost Člověk v tísní v rámci vzdělávacího programu Jeden svět na školách. Myšlenkou je seznámit mladé lidi s volebním systémem a principy zastupitelské demokracie.

Na OH se do Ria vydal i vyhlášený italský šéfkuchař Massimo Bottura. Z potravin, které jeho podniku věnovaly cateringové společnosti, protože nesplňovaly kritéria pro kuchyně olympijské vesnice, během her připravoval večeře pro 70 lidí bez domova. Přidali se k němu dobrovolní kuchaři z Evropy i USA. „Nejde jen o charitu, o nakrmení několika lidí,“ prohlásil pro tisk Bottura. „Jde o sociální začleňování, o důstojnost, znovunabytí důstojnosti.“ Restaurace Refettorio Gastromotiva bude pokračovat dál. Vedle placených jídel tu hodlají denně podat večeři 108 bezdomovcům.

2



3

**BYLO TO NEJLEPŠÍ JÍDLO, JAKÉ JSEM ZA SVÝCH
ČTYŘICET LET JEDL. MYSLEL JSEM, ŽE
SNÍM, ŘÍKAL JSEM MANŽELCE, AŽ MĚ ŠTÍPNE.**

Rene da Conceição, bezdomovec v Riu de Janeiro
při večeři v charitativním projektu kuchaře Massima Bottury

MALOVAT GRAFFITI NA PLÁTNO JE TRAPNÉ

TEXT: NAĎA STRAKOVÁ, FOTO: TOMÁŠ TŘEŠTÍK

Poprvé ho zatkli ve čtrnácti letech. Maloval po zdi. Je průkopníkem graffiti a street artu u nás. Dnes vystavuje v prestižních galeriích, ač své ilegální práce by do nich nikdy nedal. Proč by bylo skvělé mít v metru umělecká díla, proč se to asi nestane a proč věnoval své práce do letošní dobročinné sbírky Nadace Via, řekl našemu časopisu Pasta Oner.

Dílo, které jste věnoval Nadaci Via, nebylo vaše první. Angažujete se v charitě často?

Během roku věnuji několik děl. V poslední době se z toho stává řetězová reakce, takže už si, bohužel, musím vybírat a nemůžu věnovat všem, kteří mě osloví. Nadace Via působí důvěryhodně. Posuzuju to asi jako každý jiný umělec nebo každý jiný donátor – podle výsledků a podle toho, kdo v minulosti danou nadaci podpořil.

Byl jste sám někdy příjemcem finanční podpory?

Nebyl. Když nebudu brát v potaz účast jako zástupce ČR v Šanghaji na Expu – nebo že jsem byl několikrát pozván Českými centry, abych reprezentoval ČR v zahraničí. Jednalo se sice o nehonoranované aktivity, ale náklady na cestu se hradily z peněz veřejného rozpočtu, takže to úplně filantropie není.

Není kultura a umění pro filantropii trochu ve stínu sociálních projektů?

Myslím, že ano. To, že si někdo ode mne kupuje moje dílo, protože se mu líbí, věří mi a zároveň mě chce podpořit, není sice klasická filantropie, ale je to rozhodně významná a silná podpora a něco, co si zaslouží respekt. Když ale máte komerčně ne úplně zdatného umělce a někdo si od něj ročně odkoupí jisté množství děl, dotyčný umělec aspoň nemusí řešit

existenciální problémy, tak to už filantropie je. Myslím ale, že ve výtvarném umění prostor pro tu klasickou filantropii, která existovala kdysi dávno, kdy umělci neměli takové možnosti, jako máme dnes, už není. V dnešní době se i jen trochu talentovanější a šikovnější umělci nějak uchytí.

Do jaké míry by do oblasti umění měl vstupovat stát?

Role státu je důležitá. Stát má poskytovat granty a jiné finanční podpory, ale neměl by do tvorby umělce nikdy zasahovat. Chápu, že na jisté úrovni chce stát, pokud mě podpoří, mít představu, co budu dělat, a je mi jasný, že ho k tomu vedou obavy, aby to nebylo extrémně politicky angažované, zásadním způsobem kontroverzní. Vezměme si Černého *Entropu* – podle mého to nebylo zas tak kontroverzní, jak si mnozí mysleli, protože David Černý nechal na nikom nit suchou. Podle mého to bylo velmi silné umělecké gesto s hlubokou myšlenkou – a to je právě ta část, do které by stát mluvit neměl. *Entropa* byla příklad toho, jak lze kvalitně využít státní peníze na angažované umění.

Vybavíte si moment, kdy jste si uvědomil, že už nejste ten sprejer, ale umělec?

To si vybavuju celkem přesně. Když jsem připravoval první výstavu, takže před patnácti lety.



„Stejně je potřeba chránit si to živelné graffiti, aby nadále fungovalo a bylo přítomné ve společnosti.“

A pral se ve vás ten sprejer, který do té doby páchal ilegální činnost?

Vůbec. To byla plánovaná cesta. Já si v té době všiml celosvětového trendu, hlavně v Americe, kdy pouliční umělci začali prorůstat do galerií. Já se tehdy věnoval street artu a od něho je to do galerie blízko. Bylo to ale umění, které na street art navazovalo – ne jako v sedmdesátých letech, kdy vystavovali v galeriích třeba graffiti přenesené z veřejného prostoru na plátno. V té době to fungovalo, graffiti bylo úplně novým fenoménem, dneska vystavovat graffiti je blbost. To je něco, co jsem nikdy nedělal. My jsme ale dělali i jiné věci. Například jsme chtěli zviditelnit zapomenuté sochy tím, že jsme je obalili papírem. Z dnešního pohledu vidím, že to vlastně byla performance, intervence, ryzí výtvarné disciplíny. Už jsme brzy začali umět popisovat to, co děláme, proč to děláme, a to už bylo umělecké vyjádření.

Probíral jste svůj plán dostat se do galerií s lidmi ze sprejerské komunity?

Přímo asi ne. Writerská komunita je celkem složitá a někdy lidem chybí argumentace. Jdou na to přes pocity. O to je to složitější. Já se kritice od lidí, kteří něco kritizují a pak stejně přijdou na mou výstavu do Mánesu, směju. To, že chci přejít do galerie, jsem nikdy neviděl jako problém, ani jsem se tím netajil.

Tvrdíte, že graffiti do galerií nepatří. Proč?

Nejdřív si musíme ujasnit termíny. Někdo říká graffiti všemu, co je namalované na zdi. Někdo říká street art všemu, co je namalované na zdi. Ale graffiti jsou tvary písmen v různé podobě. Od tagu – toho jednoduchého podpisu – až po propracované barevné nápisy, které mají docela vysokou výtvarnou hodnotu. A tohle



Dnes Pasta Oner po celém světě maluje zdi na zakázku. Začínal přitom jako ostatní sprejeři ilegálně na ulici.

graffiti do galerie nepatří. Malovat to na plátno je trapné a vystavit na zeď taky. Když z toho ale něco vychází, nějaká forma, tak to má smysl rozpracovat a pak vystavovat. Já třeba něco, co jsem dělal ilegálně, v galeriích nikdy nevystavoval.

Kolikrát se stane, že nějaká prázdná zeď se zaplní graffiti nebo street artem ve spolupráci s místní samosprávou. Není to proti krédu writerské existence? Nechybí tam pak ten adrenalin?

Spousta writerů už sama od sebe oslovuje radnice. Ale představa, že když klukům dáte plochu, kde se vyřádí, že dají pokoj, je samozřejmě mylná. Tím ani trochu nezabráníte tomu, aby malovali ilegálně. Jako kdybyste dala kuřákům marihuanu a doufala, že ji budou kouřit míň. Na druhé straně velké společnosti zneužívají graffiti dobrých pětadvacet let. Pro mě je tam riziko, že všechno bude vypadat jako kultivované graffiti se srozumitelným barevným obrázkem a bude z toho mainstream.

A není to přirozený vývoj?

Je, ale stejně je potřeba chránit si to živelné graffiti, aby nadále fungovalo a bylo přítomné ve společnosti.

Vy jste začal s graffiti ve třinácti letech. Co tomu říkali rodiče?

Já jsem to před nimi nikdy netajil. Jenže problém byl v tom, že zpočátku nikdo nevěděl, o čem jde. Já sám jsem to teprve objevoval. Bylo dost těžké sehnat informace. V televizi to normálně nebylo. Existovalo pár reportáží, které jsou pro pražskou scénu dnes legendární. Rodičům se líbilo, že si kreslím. Když pak přišlo první zatčení, tak rodičům začínalo docházet, co se tu děje. Ale nikdy jsem nenarazil na jejich odpor. Mámě se to samozřejmě moc nelíbilo, ale nějak významně proti tomu nebojovala.

Kdy vás poprvé zatkli?

Ve čtrnácti. Pár let po pádu komunismu. Na té policejní stanici byla pořád atmosféra „tady vládneme my“ a podle toho se taky chovali. Drželi mě šest hodin. Pak jsem musel jít před sociální komisi, kde mi promlouvaly do duše nějaké paní v tesilových kalhotách. Jenže já už tehdy věděl, že s tím nepřestanu.

Vystupujete v dokumentu o Pavlu Brázdovi, který nedávno oslavil 90. narozeniny...

Pro Pavla Brázdu mám opravdovou slabost. Je to jeden z nejvýznamnějších a nejvýraznějších umělců v Česku v oblasti pop artu. On to slovo pop art tedy nemá rád. Fascinuje mě na něm hlavně to, že dělal pop art v době, kdy se ty věci tady vůbec nedělaly.

Vzděláváte se ve výtvarném umění?

Samozřejmě. Čtu a navštěvuju galerie, kdykoli někam přijedu. Někdy, sice s větší tíhou, zajdu i do galerií se starým uměním, jen proto, abych měl splněno, že jsem si to prohlídl. I když se musím přiznat, že málokdy mě tam něco zaujme natolik, abych odcházel naplněný. Někdo to možná bere jako ignoranci a omezenost, ale já to říkám otevřeně, že některé věci mi prostě nic neříkají. Většina lidí, kteří se kolem umění motají, ať už prakticky nebo teoreticky, mluví

BYL TU AJ WEJ-WEJ, ALE KDY PŘIJEL? V ROCE 2016? TO UŽ JE, MYSLÍM, POZDĚ.

o věcech často jenom proto, že by se to mělo. Do detailu si nastuduju, co mě baví, včetně souvislostí, ale co mě nebaví, to nepotřebuju znát.

Mohla by Praha aspirovat na město významných výstav?

Těžko. Praha je poměrně malá. Ano, byl tu Aj Wej-wej, ale kdy přijel? V roce 2016? To už je, myslím, pozdě. Už byl mezitím všude. Měl přijet před mnoha lety. Nechci snižovat hodnotu té výstavy, ale spíš mám pocit, že u nás je to tak se vším. Všechno hrozně trvá, na všechno přicházíme se zpožděním. I třeba přístup institucí je velmi pomalý.

Jak to bylo s vaším muralem na stanici metra Anděl?

Oslovil mě sám Dopravní podnik. Musím podotknout, že to šlo hladce, protože to bylo dočasné. Dopravní podnik si pak nechal udělat mediální analýzu a zjistil, že to mělo obrovsky pozitivní reakce. Já za tím vidím snahu těchto společností zlepšit si mediální obraz a tohle se jim povedlo. Ale vyměnilo se pár lidí a už jsme zase narazili.

Co jste jim nabízeli?

Řešili jsme nápad, že by se v metru mohly dělat realizace technikami trvalejšího

charakteru, jako je mozaika nebo smalt. Třeba z tvorby Pavla Brázdy. Brázdova celoživotní filozofie je dostat umění mezi lidi a taková mozaika by byla skvělá, ale zdá se mi, že to Dopravní podnik nechápe. Na stavbu nové trasy D si pozvali opět Metrostav a já viděl na architektonických návrzích, co to bude za hrůzu. Místo aby dali šanci talentovaným architektům, dělá to parta projektantů s minimálním architektonickým vkusem a citem, takže tam zas budou kachlíky. V Česku se ve veřejném prostoru vůbec nespolečupracuje s designéry, architektky, umělci. Pro mě je to vlastně sprostý, co si tu tahle firma dovoluje. Paradoxně současní architekti, kteří dělají současnou architekturu, dokážou věci dělat levněji než Metrostav, jelikož nepředimenzovávají věci, které nejsou potřeba předimenzovat. Nové stanice linky A jsou zoufalé.

A tohle všechno jste konzultovali?

Ne, až tam jsme se nedostali. Představa, že bychom Dopravnímu podniku mluvili do nových návrhů, je neprůchozí. My jsme ještě nabízeli uspořádat výtvarné realizace trvalejšího charakteru na vhodných starších stanicích metra, které jsou už značně opotřebované. Na druhou stranu venkovní prostředí některých stanic by stačilo vyčistit od všech těch stánkařů prodávajících ponožky. Například u stanice Kačerov. Vhodně umístěné umělecké realizace u některých stanic by zlepšily estetické vnímání a zpříjemnily prostor pro čekání na metro. Třeba za komunismu přitom umělce zvali. Neříkám, že vznikala vždy kvalitní díla, ale některé plastiky v metru jsou poměrně zajímavé.



PASTA ONER (1979), vlastním jménem Zdeněk Řanda, je jedním z průkopníků graffiti a street artu v Česku. Narodil se v Trenčíně, vyrůstal a žije v Praze. Vystudoval Střední grafickou školu v Hellichově ulici. Svůj styl a techniku rozvíjel od třinácti let na ulici. Dnes Pasta Oner vystavuje svá díla v galeriích a v soukromých sbírkách. Má za sebou řadu samostatných výstav v Praze, v Brně, vystavoval také v Bruselu, Londýně, Šanghaji, Linzi, Limě. Účastní se charitativních projektů, například Art for Life, který se zabývá podporou bezplatného testování HIV/AIDS, či věnoval svoje díla Amnesty International.

I UMĚLEEC JE DÁRCE

TEXT: MARTINA BULÁKOVÁ, FOTO: ARCHIV HOTELU THE EMBLEM PRAGUE

Jak se vyvíjí podpora umělců v zahraničí a jak se kulturnímu mecenášství daří v českých podmínkách, jsme se zeptali dvou dam, Martiny Bulákové a Adély Janíčkové. První na toto téma vede diskuzi Art Match, druhá o něm bude přednášet pro Národní galerii v Praze. Obě pro Umění darovat sepsaly svůj pohled na rozvoj filantropie v umění.

Národní galerie nedávno otevřela téma soukromé dárcovství výstavou rozestoupenou ve všech jejích palácích. Galerie Rudolfinum si může gratulovat k získání významného donátora *Nadačního fondu Avast*, který jí pomohl otevřít pro veřejnost zdarma výstavu nazvanou *Loni v Marienbadu*. Do Prahy se začátkem září sjeli manažeři kulturních institucí od České filharmonie přes Moravskou galerii, DOX, Archu až po Jatká 78 na konferenci, kterou vedli experti na kulturní management z DeVos Institute of Arts Management při Marylandské univerzitě. Během čtyř dnů českým manažerům američtí odborníci radili, jak získávat a kultivovat vztah s mecenáši. Po 90. letech, kdy v českém kontextu nově bohatí obohacovali především sami sebe, přichází velkorysejší doba, z které může bohatnout i společnost. A to zejména kulturně a intelektuálně.

Kulturní filantropie v českém prostředí zažívá jisté vzkríšení a stává se velmi diskutovaným tématem. Kulturní instituce, které se bez soukromých zdrojů neobejdou, ať se nám to líbí nebo ne, posilují snahy získávat donátory na svou stranu. Vzorem pro nejen česká, ale i evropská muzea je bezpochyby britská Tate, která je dnes státem financovaná už jen ze třetiny. Zbytek tvoří efektivní a etický systém dárcovství od mecenášů,

jejichž příspěvky spravuje nadace Tate. Podle výroční zprávy za roky 2014/2015 v těchto letech stoupl počet členů na rekordních 116 000. Z členství muzeum získalo v daném období rekordních 10,5 milionu liber, z nichž zafinancovalo například akvizice uměleckých děl, péči o stálou sbírku či výrobu časopisu *Tate Etc.*, jehož náklad přesahuje 120 000 výtisků. Od roku 2012 má Tate i akviziční radu pro Rusko a východní Evropu, kde jsou zastoupeni i čeští a slovenští sběratelé umění.

Něco výjimečného

Financování příspěvkových organizací ministerstva kultury pouze ze státního rozpočtu se stává i v českém prostředí čím dál méně myslitelné. Podmínkou úspěchu kulturních manažerů a ředitelů muzeí je však schopnost oslovit a zaujmout nadace, banky, korporace či průmysl. Bylo by naivní myslet si, že za tím není usilovná a dlouhotrvající práce a schopnost o dar požádat a následně vztah s dárce dále rozvíjet. Klub mecenášů se chystá založit i státem podfinancovaná Národní galerie v Praze. „Budeme se setkávat s partnery a nabízet jim něco výjimečného,“ uvedl v diskusi uspořádané letos v únoru Aspen Institutem ředitel galerie Jiří Fajt. Chce například mecenáše provázet procesem



přípravy výstavy. „S těmi nejvěrnějšími jsem připraven jezdit do zahraničních muzeí a sjednat jim přístup tam, kam by se sami nedostali. Takto se na západě běžně s mecenáši pracuje,“ podotkl Fajt. Národní galerie zatím těží z podpory zejména Komerční banky či několika málo mecenášů. Například bez podpory od manželů Pudilových by se neobešla výstava Aj Wej-wejova *Zvěrokruhu*.

Individuálních donátorů přibývá, stejně jako soukromých výstavních institucí, které si budují movití sběratelé, kteří se chtějí svou sbírkou prezentovat navenek. Zmínění Pudilovi chtějí v Praze během pár let otevřít vlastní kunsthalle, J & T Banka podporuje Cenu Jindřicha Chalupického, PPF Petra Kellnera zase Galerii Václava Špály, Ateliér Josefa Sudka a Fotograf Gallery, Erste Bank galerii Tranzitdisplay... a například galerii DOX podporují Karel Janeček, Václav Dejmár a Zdeněk Bakala.

Rozvíjet kulturní donátorství v českém prostředí se snaží také nadační fond *Bohemian Heritage Fund*, který sdružuje movité lidi se zájmem o kulturu. „Podpora kultury a umění vede k celkové kultivaci společnosti, a to i v hospodářských vztazích a ekonomice,“ prohlásil zakladatel nadace Pavel Smutný. Recept na to, jak získávat pro kulturní a umělecké projekty dlouhodobé podporovatele,

nikoliv jen jednorázové dárce, spočívá podle něj v sofistikovaném průzkumu terénu a vytipování si potenciálních mecenášů. „Zjistíte si o nich co nejvíc informací, pak se na ně cíleně zaměříte a pracujete s nimi. Posíláte jim přání k narozeninám a květiny manželce, pořádají se VIP akce, cesty, večere v palácích, na scéně divadla a podobně,“ popisuje praxi Smutný v rozhovoru pro kulturní čtrnáctideník A2 (12/2016) a dodává: „Američané to milují a jsou za to vděční, protože to dodává smysl jejich bohatství, propůjčuje jim to určitou aristokratickou prestiž, kterou by jinak neměli. Do jisté míry to platí i o českém prostředí. To je ale rezervovanější a morálka je tu trochu jinak nastavená. Naše cesta, jak rozšiřovat řady mecenášů, vede od ucha k uchu – lidé si navzájem doporučí, co jim připadá hodnotné a zajímavé.“

Seznamte se

Mé přesvědčení, že česká kulturní filantropie zaznamenává širší společenský zájem, pramení také z osobních setkání s donátory, kteří pravidelně přijímají mé pozvání do diskuse o kulturní filantropii nazvané *Art Match*. Tyto diskusní střední večery organizované Aspen Institutem Prague v hotelu Emblem na pražském Starém Městě mají za cíl propojovat ty, kteří rozvoj kreativity



Páté diskuse z cyklu Art Match na téma podpory mladých umělců se zúčastnili sběratel umění Alberto di Stefano a kurátor mezinárodní ceny Start Point Pavel Vančát.

a umění podporují (nebo by chtěli), s těmi, kteří se uměním aktivně zabývají.

První diskuse, která se uskutečnila v červnu 2015, se vedle zmíněného Pavla Smutného zúčastnil také dlouholetý ředitel *Nadace Via* Jiří Bárta a výtvarník Čestmír Suška. Zatímco Suška hovořil o schopnosti umění darovat a Smutný o významu filantropie pro společnost a pro samotné donátory, Bárta se zaměřil na fakta a čísla vycházející z posledního průzkumu na téma filantropie a dárcovství, který *Nadace Via* připravila ve spolupráci s agenturou STEM. „Dle daňových příznání pošlou jednotlivci na dobrovolné účely ročně 1,5 miliardy korun, firmy pak ještě další 2,5 miliardy. Celková částka je však nejspíš ještě vyšší, neboť ne všichni tyto výdaje na daňová příznání uvádí. Celkově se tedy jedná o přibližně 5 až 6 miliard korun ročně,“ číslil Bárta a dále poukazoval na to, že právě kultura a umění jsou čtvrtým nejčastějším a nejoblíbenějším tématem mezi tzv. společenskou elitou.

Přestože trend dárcovství se čím dál více rozvíjí i v Evropě, za nejlepší vzor jsou stále považované Spojené státy. „Americké dárcovství představuje 2,2 procenta HDP. Kdyby se takhle věc stala v Čechách, tak bychom dohromady dali 80 miliard korun ročně. Byly by

to obrovské peníze. V USA hraje také důležitou roli ohromná tradice svépomoci. Než půjdu za státem, institucí, obcí, tak se rozhlédnu kolem sebe. Celá země takhle vznikla. To je hluboce zakořeněno, stejně jako u nás je hluboce zakořeněné to, že spoléháme na stát, který koneckonců od nás přece vybírá daně. Amerikou nikdy nebudeme, nicméně podívejme se, jak roste dárcovství v Čechách: HDP narostlo od roku 2000 do roku 2013 1,67×, průměrná mzda 1,9× a dárcovství 2,9×,“ popsal Bárta.

Peníze, ale svobodu

Vztah mezi dárcem a obdarovaným nemusí být jednoduchý. Je třeba ho neustále reflektovat a kultivovat z obou stran. Častým předmětem konfliktu bývá fakt, že se mecenáši chtějí zapojovat do procesu tvorby. Je to vlastně přirozené, jen je třeba najít přiměřenou hranici, aby mohl umělec ještě stále svobodně tvořit. Řešením mohou být právě nadace, různé organizace či galeristé jako prostředníci, kteří pomáhají oběma stranám jejich občas odlišné představy sblížovat. Lepší komunikace se dnes očekává i od samotných tvůrců. „Jako umělec jsem často v pozici toho, kdo žádá. S tím, jak stárnu a stávám se díky svým aktivitám známější, jsou moje vize čím dál nákladnější. Proto, abych získal nějaké prostředky, platí, že nestačí přijít s nataženou rukou,“ říká sochař Čestmír Suška. V Řeporyjích u Prahy již několik

NAŠE CESTA, JAK ROZŠÍŘOVAT ŘADY MECENÁŠŮ, VEDE OD UCHA K UCHU – LIDÉ SI NAVZÁJEM DOPORUČÍ, CO JIM PŘIPADÁ HODNOTNÉ A ZAJÍMAVÉ.

Pavel Smutný, zakladatel nadace *Bohemian Heritage Fund*

let pracuje na rozvoji uměleckého centra a místa setkávání Budec. Trvá na tom, že „sami umělci jsou v podstatě často dárci, protože svou prací přímo obohacují společnost. U větších a složitějších projektů je navíc potřeba věnovat nejen svůj čas a talent, ale například i vlastní finanční prostředky. Umělecké dílo se tak zároveň stává i jejich vlastní investicí.“

Samostatnou kapitolou jsou individuální formy dárcovství a crowdfunding, který se dnes naplno rozvíjí. V Londýně je běžné, že vedle vstupného můžete muzeu věnovat dalších třeba pět liber nebo přispět na konkrétní projekt v rámci crowdfundingové kampaně. Že se dobře cílená kampaň může povést, dokazuje například crowdfundingový projekt veletrhu Art Basel. Ve spolupráci s britským leaderem crowdfundingu, digitální platformou Kickstarter se

na podporu nekomerčních uměleckých projektů a organizací vybralo od roku 2014 přes 2,3 miliardy dolarů. Podpořeno tak bylo například současné umění v Kolumbii, Barmě, Nigérii či na Blízkém východě. V českém prostředí je to crowdfundingový portál Hithit. Jakým způsobem by se dal využít i pro podporu příspěvkových organizací ministerstva kultury, se chystám zjistit v další diskusi z cyklu *Art Match*. Zatím je jasné, že dárcem dnes nemusí být jen bohatý člověk. Koneckonců, filantropie je láska k lidem. A dělat něco pro druhé lze vždy, i bez větších finančních prostředků.

Šestá diskuse z cyklu *Art Match* byla věnovaná podpoře Národní galerie. Pozvání přijali generální ředitel NG Jiří Fajt, ředitelka moderních sbírek Milena Kalinovská a dlouholetý podporovatel NG Peter Vajda.

11



MARTINA BULÁKOVÁ (1981) vystudovala estetiku a teorii umění na pařížské Sorbonně. V letech 2006–2009 pracovala jako výtvarná redaktorka v *MF Dnes*. V letech 2009–2014 žila a pracovala v Paříži pro mediální skupinu *Le Monde*, v redakci týdeníku *Courrier International*. Dnes je na volné noze, pravidelně přispívá do sobotní přílohy *LN Orientace*. Je iniciátorkou a moderátorkou debat o kulturním mecenášství *Art Match*, pořádaných *Aspen Institutem Prague* a *Emblem Hotel Prague*.

FILANTROPIE JAKO INVESTICE DO CIVILIZACE

TEXT: ADÉLA JANÍČKOVÁ

Proč dávat peníze na kulturu? Kultura, tak jako ostatní sektory naší společnosti, vyžaduje investici – investici můžeme chápat jako finanční prostředek, ale je to také gesto důvěry. Je to sounáležitost s naším okolím, jeho vývojem i osudem komunit, které utvářejí prostředí okolo nás. Tudíž investice do umění je investicí do nás samotných, do odkazu našich předků a do budoucnosti našich dětí. Filantropie je dlouhodobou investicí. Klíčem je uvědomit si opravdovou roli umělců v naší společnosti – protože jinak by byla naše civilizace neskonale ochuzená.

Umění je nástroj k civilizačnímu obrození. Součástí procesu je zbourání mýtu, že umělci vytvářejí jen krásu. Leonardo da Vinci (1452–1519) nebyl pouze neobvykle nadaným malířem, ale hlavně průkopníkem v oblasti anatomie, inženýrství a dalších věd, které rozšířily naše chápání okolního světa a zdokonalily lidské působení na zemi. Leonardova tvorba by se nemohla svobodně projevit bez finanční podpory renesančního mecenáše jménem Ludovico il Moro (1452–1508). Intelektuální bohatství společnosti jde ruku v ruce s vývojem v umění jdoucím ruku v ruce s prosperitou finanční. Měli bychom začít vidět – nebo hledat – umělce, kteří dokážou aktivovat změnu v přemýšlení společnosti a umí nastavit náš pohled na věc z jiného úhlu. Pro svou činnost potřebují kapitál a finanční nástroje. Pohlížejme tedy na filantropii jako na kreativní kapitál.

Na západě, jmenovitě v USA, se filantropická kultura vyvíjí více než sto let na základech filozofie Andrewa Carnegieho, jehož manifest o privátním

zisku na podporu obecného blaha tvoří stavební kámen americké společnosti a byl mu i přizpůsoben daňový systém. V Evropě jsme mohli vidět masovou podporu kultury ve Velké Británii během 90. let za vlády Tonyho Blaira. Americký přístup je postaven na uvědomění si, že kapitál je v lidech, zatímco v Anglii si díky podpoře umělecké sféry vybudovali identitu kulturně progresivní společnosti.

Umění zachraňuje

Anglosaské země nejsou ojedinělým příkladem fenoménu, kdy umění hraje roli v reinvenci společnosti, města nebo i životních hodnot. To se stalo ve městě Medellín v Kolumbii, dříve místu plném násilí, drog a nevzhledné městské krajiny. Nyní se o tom znovuzrozeném místě mluví jako o dalším epicentru uměleckého světa. Šlo zde o vybudování komunity, která byla vedena kreativní třídou podnikající v rozmanitých oblastech od umění po gastronomii. Tvůrčí lidé jsou budovatelé společnosti a mělo by být ve společenském zájmu umožnit jim přístup k finančním prostředkům. Umělecké praxe komentující aktuální dění a témata dokážou být ve větší koncentraci inkubátory nových myšlenek. Přísun peněz do umělecké sféry, do institucí i malých iniciativ, má dalekosáhlé souvislosti. Kulturní střediska vytváří pracovní místa, dokážou přilákat další investice do okolí, motivovat další podnikání, přivedou talent... Bylo by chybou předpokládat, že umění nezachraňuje životy. Uměním se dá investovat



do dlouhodobého zlepšování kvality žití nejen jednotlivců, ale celého společenství, skrze edukaci a vytváření společenských hodnot.

Mezi západními filantropy se začíná etablovat nový přístup: troufnout si investovat do experimentujících kreativních iniciativ a jakýkoliv výsledek brát jako důležitý poznatek nezbytný pro další vývoj. Samotný experiment je přínosnou zkušeností, vždy nabídne něco, co může inspirovat jiné.

V síti

Aby se začala angažovat generace Y nebo Z, je potřeba zohlednit, jak technologie a její komunikační možnosti mění principy filantropie. Generace přelomu tisíciletí reaguje na kampaně přes sociální média, která díky širokému uživatelskému fondu nabízejí větší stupeň transparentnosti. Sociální síť jako Facebook nebo Twitter, přes které se často veřejnost dovídá o charitativních iniciativách, jsou interaktivní a lidé mohou své zájmy

ADÉLA JANÍČKOVÁ (1989) vystudovala dějiny umění na New York University v New Yorku, kde se věnovala studiu modernismu a kurátorství a absolvovala několik stáží včetně v Museum of Modern Art (MoMA). Zajímá se o film, navrhuje výstavy a publikuje. Ve svém psaní se soustředí na podporu české kultury a je zakládající členkou spolku Hope Recycling Station, který propojuje českou uměleckou scénu se současným mezinárodním děním v kultuře. Působí v Praze ve společnosti Lasvit.

OBJEVUJE SE TAKÉ TREND, ŽE SAMOTNÉ JMÉNO ORGANIZACE NENÍ TAKOVOU MOTIVACÍ JAKO VĚC, O KTEROU JDE, A JEJÍ SPECIFIKA.

sdílet s ostatními. Šíří se tak pocit sounáležitosti a základna podpory roste.

Objevuje se také trend, že samotné jméno organizace není takovou motivací jako věc, o kterou jde, a její specifika. Populárnější než dávat velkým organizacím, se v současné době jeví darování menším entitám nebo i jednotlivcům. Nemůžeme přejít příklad Kickstarteru, který spočívá v tzv. crowdfundingu, kdy jednotlivci z veřejnosti selektují a podporují věc, která je osloví. Umělci mohou také využít sociálních sítí pro zveřejnění svého projektu a požádání o podporu. Skrze sdílení přes Instagram nebo Facebook okruh publika exponenciálně narůstá – a tím i šance, že se najde ten správný investor, kterého umělcův koncept nadchne.

Filantropie je inteligentní cesta, jak podpořit vývoj ve společnosti a přispět k nějaké změně. Je to investice, která vyžaduje odvahu, ale na rozdíl od obchodní, spekulativní investice se podpora umění liší v tom, jak moc se dotýká nejen dárce, ale i celé komunity. Sponzorování uměleckých projektů nikdy nebude pouhým gestem marnosti, protože kreativita dokáže otevírat cestu k pokroku. Filantropie má své místo v dějinách lidstva, ale teď svět potřebuje, aby měla i jistotu budoucnost. Díky otevřenosti a sdílení přes sociální síť, jež jsou doménou porevolučních ročníků, vstupuje filantropie více mezi běžnou společnost, a propojuje tak potenciální sponzory s konkrétními iniciativami. A nakonec, do filantropie by měl být zapojen i stát a nastavit svůj systém tak, aby podporoval charitativní tendence svých občanů, například skrze asignaci daní. Přispívání do kultury by mělo být kolektivní, protože v umění je obsažen příběh národa.

→ O ČEM SE MLUVÍ

ŠTĚDRÉ ÚTERÝ

TEXT: NORA GRUNDOVÁ, FOTO: ARCHIV CENTRA PRO INOVACI
A SOCIÁLNÍ DOPAD 92Y, WORLD BICYCLE RELIEF

Jak vznikla v USA jedna z největších filantropických iniciativ, jak se rozšířila po světě a proč by se měl každý k fenoménu #GivingTuesday letos 29. listopadu připojit.

„Co říkáš na #GivingTuesday? Darovací úterý?“ Tak nějak zněla otázka, kterou své ženě položil počátkem září roku 2012 u snídani Henry Timms. Narážel tím na Den díkůvzdání, svátek, který je v USA důležitější než Vánoce a koná se každý čtvrtý čtvrtek v listopadu. Tradičně po něm následuje dvoudenní požehnání ekonomice, během kterého Američané nejdříve fyzicky (tzv. Black Friday – Černý pátek) a poté po internetu (Cyber Monday – Kyberpondělí) vtrhávají do obchodů a e-shopů a díky velkým slevám nakupují, co mohou. V utrácení módu většinou vydrží až do Vánoc.

Výkonného ředitele respektované kulturní a komunitní instituce v New Yorku, 92nd Street Y, zkráceně 92Y, Henryho Timmse napadlo, že by z úterý, které po nákupech následuje, vytvořil den dobra – den, kdy člověk může udělat

něco pro druhé, může něco darovat nebo pomoci. Takhle jednoduchá myšlenka to byla. Druhý den ji řekl svým spolupracovníkům. Do vůbec prvního #GivingTuesday měli šedesát dní na to akci připravit. Asha Curran, ředitelka Centra pro inovaci a společenský dopad při 92Y, byla u zrodu kampaně: „Mít šedesát dní před prvním #GivingTuesday znamenalo, že jsme všechno museli uvést do akce hodně rychle, s malým počtem lidí a rozpočtem.“ Ze všeho nejdříve oslovili ty nejprogresivnější filantropy, které znali, dále vědce a akademiky. Většina z oslovených se ke #GivingTuesday přirozeně a trvale připojila. „Počítali jsme s tak padesátkou partnerů, ale za ty dva měsíce se k nám připojilo 2500 partnerů, neziskovek, byznysů, škol i náboženských institucí.“

Zajímalo mě, jak na myšlenku #GivingTuesday reagovali lidé, když ji slyšeli poprvé. „S radostí a nadšením, nehledě na věk, náboženství či vlastní životní situaci,“ odpovídá Asha. „Je to myšlenka, díky které se každý může cítit skvěle, protože dávání vyvolá v každém dobrý pocit, opravdu, je to vědecky potvrzeno! Pro firmy je #GivingTuesday příležitost, jak myslet jinak, jak se propojit s lidmi, kterým poskytují služby, a jak jim sdělit skvělé příběhy. Co se týká jednotlivců, myslím, že lidem dělá dobře vědět, že jsou součástí něčeho většího, než jsou sami. Oslavují #GivingTuesday tím, že

Henry Timms je výkonný ředitel kulturní a komunitní instituce v New Yorku, 92nd Street Y. Kampaň #GivingTuesday byla před čtyřmi lety jeho nápad.



Mlékárna Cabot Creamery vyzvala v kampani #GivingTuesday své zákazníky, aby poslali fotky, jak a proč se do #GivingTuesday zapojili. Marketing mléčárny také zviditelňoval jednotlivé farmářské rodiny, od kterých mléko pochází.

věnují něco na lokální úrovni, tedy že něco dávají své oblíbené firmě, oblíbené organizaci nebo vlastnímu městu, a přitom vědí, že lidé po celém světě v ten den vyznávají to samé. Tedy to, jak udělat svět a společnou budoucnost lepší.“

Pubertáci a dobro

V roce 2012 se ke #GivingTuesday přidali velcí hráči jako PayPal, Microsoft, Snapchat nebo H & M, myšlenku podpořil Bill Gates i Barack Obama. Do organizačního týmu byli přizváni lidé ze zpravodajského webu Mashable i z Nadace OSN a Facebooku. Všichni dostali stejné zadání: Jak mohou přispět ke #GivingTuesday? Co je k tomu napadá? Timms a jeho tým se rozhodli, že nejlepší bude oslovit několik ambasadorů na sociálních sítích, aby se postarali o šíření informace. Vznikl také manuál pro neziskovky, které se učily nabízet se v místních sociálních sítích a místním zpravodajství. Rozhodnutí také padlo kolem loga. Timms a jeho skupina nechali vytvořit takové logo, aby neneslo název žádné organizace, jde prostě o srdce s propletenými linkami, a tak je snadno variabilní pro jednotlivé země.

Kampaň #GivingTuesday od počátku začala intenzivně pracovat se sociálními sítěmi, především na Twitteru. Už tehdy bylo zřejmé, že právě sociální sítě mohou být pro neziskovky a charitu

výborná platforma. Lidé tráví na sociálních sítích spoustu času, propojují se tu s lidmi podobného smýšlení a daří se tu aktivismu. Sociální sítě jsou také přirozeným prostředím mladých, tedy i mladých filantropů, které Timms označuje jako philanthropeens. Oni mohou zpětně o #GivingTuesday informovat své rodiče.

Jednej lokálně

Mnoho e-shopů ten den vyhláší slevy a kampaně, kdy procenta z každého nákupu půjdou na dobročinné účely. Microsoft vybavil organizaci 92Y technologií, která umožňuje při #GivingTuesday sčítat data. PayPal loni zlomil rekord v nejvyšším objemu peněz věnovaných na charitu během 24 hodin. Komunikační firma v Paříži Havas Health vytvořila vlastní kampaň při #GivingTuesday na podporu rodiny Christopa Foultieira, člena Havas Health, který zemřel při teroristickém útoku v klubu Bataclan.

Nejde však jen o to, aby se probrali milionáři všech zemí a každý z nich poslal na účet neziskovky tučnou částku. I když, v inkriminované úterý padají každý rok zajímavá předsevzetí. Právě na loňský #GivingTuesday Mark Zuckerberg oznámil, že dá 99 procent z příjmu



Texas Instruments, americká firma zabývající se výrobou integrovaných obvodů a počítačové techniky, se zúčastnila #GivingTuesday a spolu s neziskovkou United Way Worldwide rozvážela jídlo a zboží.

Facebooku na charitu. Jde ovšem o mentální nastavení, darem může být věnovaný čas, energie, vlastní úsilí, i kdyby to byl jen upečený koláč pro někoho jiného. Například ve městě Watertown ve státě New York se místní namísto darování peněz zapojili při organizaci Volunteer Transportation Center do darování času, rozvezli své sousedy, kteří nemají auto, případně jsou imobilní, po doktorech, nákupech a jiných nutných návštěvách. Nemusí také jít o jednodenní záležitost. Například newyorská škola Nightingale-Bamford School připravila celý předmět, ve kterém se děti budou učit o filantropii už v mladém věku. Ne jeden den, ale celý rok. Nadace Billa a Melindy Gatesových sbírá příběhy z #GivingTuesday na MyGivingStory.

DARUJME.CZ V rámci #GivingTuesdaycz spouští Nadace Via ve spolupráci s nadací Vodafone Česká republika novou verzi služby Darujme.cz, která v Česku umožňuje on-line darování. Nové Darujme.cz přináší mimo jiné takzvaný peer-to-peer fundraising a možnost dárcovských výzev. Jde o jednoduchý nástroj, který umí následující: Pokud filantrop slaví narozeniny, má svatbu nebo chce udělat něco bláznivého pro dobrou věc, založí si na stránkách Darujme.cz dárcovskou výzvu a své známé a přátele požádá – například místo narozeninového dárku – o příspěvek na dobročinný projekt.

Mysli globálně

Rok po prvním Darovacím úterý se kampaň rozšířila do Kanady, Izraele, Mexika, Singapuru a Austrálie. Z myšlenky, která vyrostla na americké tradici, vznikl po čtyřech letech jedinečný, celosvětový fenomén. Letos se přidá 71 zemí a v nich 40 tisíc partnerů. Většina zemí Den díkůvzdání neslaví, a tak musela newyorská centrála najít klíč k šíření #GivingTuesday po světě. „Vůbec jsme to ale nemuseli nijak vysvětlovat,“ upozorňuje mě Asha Curran. „Představa dne, kdy se něco daruje, zarezonovala ve více než sedmdesáti zemích a nikde nepotřebovali Black Friday a Cyber Monday, aby pochopili kontext. Na rozdíl od náboženských nebo národních svátků den darování nevyklučuje nikoho. Máme velkou radost, že GT přišlo i do České republiky, moc se těšíme, jak naše spolupráce poroste. Letos jsme přivítali nové spojence také v zemích jako Chorvatsko, Slovinsko, Rusko a Dominikánská republika. V každém regionu je hnutí jedinečné, ale propojují nás stejné hodnoty.“

Úterý po česku

Letos se kampaň #GivingTuesday poprvé oficiálně zúčastní i Česká republika. Kampaň zastřešuje společnost Asociace společenské zodpovědnosti (ASZ) a UN Global Compact. Markéta Šetinová, manažerka rozvoje podnikání z ASZ Umění darovat vysvětlila, jak se jejich asociace ke #GivingTuesdayCZ v Česku dostala. „Před rokem jsme začali o #GivingTuesdayCZ přemýšlet. V té době se už v České republice firmy ke #GivingTuesday individuálně přidávaly, především ty mezinárodní. Na jaře jsme si začali zjišťovat víc informací, začátkem léta jsme oslovili vedoucí tým globální kampaň. Prošli jsme výběrovým řízením, vysvětlili strategii, poslali reference. Získali jsme

PŘESVĚDČENÍ, ŽE KAŽDÝ MÁ NĚCO, CO MŮŽE DÁT, AŽ UŽ PENÍZE, ČAS, RADU, LASKAVOST, ZAREZONOVALO S LIDMI PO CELÉ ZEMĚ, A JAK ŠLY ROKY, TAK I PO CELÉM SVĚTĚ.

Asha Curran, ředitelka Centra 92Y a spoluzakladatelka kampaň

povolení, že můžeme používat značku #GivingTuesdayCZ a českou kampaň vést pod naším jménem.“

Ovšem ani v české kampani se návaznost #GivingTuesdayCZ na nákupní tradici Black Friday a Cyber Monday příliš neobjevuje. „Nemá to u nás tradici, ale i v Česku je konec listopadu dobré období pro filantropii, startuje tím předvánoční sezóna,“ říká Markéta Šetinová. Každým dnem se ke kampani připojují nové a nové české firmy a společnosti, jak lze zjistit na stránkách giving-tuesday.cz. „Lidé se mohou zapojit sami, se zaměstnavatelem, přes neziskovku, připravit si vlastní akci, třeba malou. Stačí se přihlásit na stránkách, my jim budeme komunikačně pomáhat a můžeme jednotlivé aktivity propojovat.“ Logo srdce mohla Asociace společenské odpovědnosti upravit pro Českou republiku, takže srdce dostalo barvy české vlajky.

Pro toho, kdo se filantropií zabývá systematicky a dlouhodobě, #GivingTuesday žádným velkým pošťouchnutím asi nebude. Ale vědomí příležitosti k desetitisícům lidí ve světě, kteří ten den začnou konat dobrodiní, má svou moc. V ten den se hladina dobra na planetě může významně zvednout. Chci vědět, co se po čtyřech letech spoluzakladatelce Ashe Curran na kampani líbí nejvíc. Co ji na tom nejvíc baví. Neváhá: „Že je v logu srdce. Sice se liší zemi od země, ale je v něm vždy srdce. Dávání, darování je totiž výraz toho nejlepšího v nás, je to výraz lásky.“

Mezinárodní nezisková organizace World Bicycle Relief se sídlem v Chicagu požádala na sociálních sítích lidí, aby se složili na nákup 800 kol pro školáky v Africe. Docházka se u žáků s kolem podle WBR zvedá o 28 procent a prospěch o 59 procent. Na #GivingTuesday 2015 se sešla částka na nákup 1 000 kol.



JAK SE #GIVINGTUESDAYCZ ZÚČASTNIT

1. Vymyslete svou #GivingTuesdayCZ aktivitu a odsouhlaste si ji napříč organizací.
2. Zaregistrujte ji na webu giving-tuesday.cz, akci rádi komunikačně podpoříme.
3. Vrhnete se do příprav a nezapomeňte vše pravidelně komunikovat na sociálních sítích pod hashtagem #GivingTuesdayCZ. My vás komunikačně podpoříme.
4. Vaše aktivita by měla proběhnout 29. listopadu (nebo pokud se jedná o dlouhodobou akci, měla by být ten den zahájena/ukončena).
5. Dejte nám vědět, jak vše dopadlo.

O VELKORYSOSTI

GOTTFRIED WILHELM LEIBNIZ, PŘELOŽIL: DENIS MOLČANOV

Velkorysost, jak už samo slovo napovídá, označuje ctnost, jež nás pozdvihuje k činům hodným našeho druhu, přirozenosti, původu či počátku, který spočívá v nebi, neboť, jak říká svatý Pavel, cituje jistého řeckého básníka, my jsme rodu či rasy Boha, jenž je pramenem všeho ducha. V tomto smyslu je tedy dobré, aby všichni lidé byli velkorysí a jednali podle této vznešenosti lidské přirozenosti tak, aby neupadli na roveň zvěři. To ostatně vystihuje i verš římského senátora Boëthia: My všichni dobře zrozeni jsme a vysokého původu, jen vnímáme-li svůj vlastní pramen Boží.

Velkorysost – původně ctnost pravé šlechtnosti – je proto obecně chápána jako ctnost, jež nás ponouká k činům vznešeným a zároveň rozumným, neboť bez osvětlení rozumu a spravedlnosti by takové pozdvihování bylo jen marnost a ctižádost.

Je tedy nutné, aby člověk popravdě velkorysý ukazoval svými činy to, že jsou mu vlastní dokonalosti a ctnosti, jež není lehké uvádět v skutek a kterých jsou vulgární duše prosty. Prokáže se tedy odvahou Pompeiovou, který se kvůli jisté neodkladné záležitosti nalodil vzbouřenému moři navzdory a těm, kdož ho odrazovali, řekl: „Je nutné, abych jel, avšak není nutné, abych žil.“ Bude se skvívat zdrženlivostí Alexandrovou, který po zjištění, že mu do rukou padla manželka Dareia Perškého, pravděpodobně nejkrásnější žena Asie, dokázal podřadit svou vášeň slávy svého jména. Co se spravedlnosti týče, ta v činech velkorysého musí zaujímat první místo, avšak k té se ještě vrátím.

Velkorysý člověk by se měl neochvějně držet zásad schopných vést jeho chování. Zaprvé se musí vyhnout všemu, co je nízké, a všemu, co by nechtěl, aby věděl každý kolem; zadruhé, je-li na pochybách, jak má konat, zvolí takové řešení, jež je očividně prosto sebemenšího

náznaku hříchu a nespravedlnosti. A tak, jak by měl jednat odvážně, jsou-li ve hře jeho statky či dokonce život, tak by měl projevovat bázeň v okamžiku, kdy hrozí, že by mohl spáchat zločin – jen tehdy je na místě nesmělost. Zatřetí bude mít v podezření vše, co je snazší a co by i nejprostší člověk z nejnižšího patra lidské společnosti udělal stejně dobře, kdyby byl na jeho místě. Začtvrté bude podezřívávat všechny cesty, na nichž vládne něčí zájem, jelikož on musí jednat z principu ušlechtilějšího. Avšak vzhledem k tomu, že falešná sláva si často nasazuje masku velkorysosti, je třeba mít na paměti, že jakýkoliv čin protivící se spravedlnosti, a tedy obecnému dobru, jinými slovy vše, co se protíví ctnosti, slávu postrádá. Dále, že všechny činy, které jsou právem kritizovány a dokonce, v případě neúspěchu, trestány a které může ospravedlnit pouze souhra náhod, nenesou v sobě slávu, ať už jsou sebeúspěšnější. Naopak každý čin hodný chvály, byť s nešťastným následkem, je hodný toho, kdo hledá pravou slávu. (...)

Principem spravedlnosti budiž tedy dobro Společnosti, či lépe řečeno dobro obecné, neboť my všichni náležíme do Republiky všech, jejímž mocnářem je Bůh a kterou řídí velký zákon – podat světu tolik dobra, kolik je v našich silách. Toto je mimo pochyby, předpokládáme-li tedy prozřetelnost, jež řídí všechny věci, přestože mechanismy, kterých používá, jsou našemu zraku stále skryté. Proto je třeba považovat za jisté, že čím více koná člověk dobra či alespoň koná to, co je v jeho silách (neboť Bůh, jenž zná úmysly člověka, chápe skutečný akt vůle jako čin samotný), tím bude šťastnější; a pokud spáchal, nebo dokonce jen chtěl spáchat nějaké velké zlo, bude následkem toho stejnou měrou potrestán.

K pochopení této zásady není nutno víry, stačí zdravý úsudek, protože každé



úplné či dokonalé tělo – například rostlina či živočich – je obdařeno zázračnou strukturou, jasným důkazem, že tvůrce přírody s ní měl velkou péči a seřídil vše do sebemenší části; tím spíše to platí pro tělo největší a nejdokonalejší, kterým je veškerenstvo, a pro nejušlechtilější části veškerenstva, kterými jsou duše, jež jsou tedy též dobře seříděny, i když jejich řád nám není ještě zjevný, poněvadž na něj máme pohled pouze částečný. Je to, jako bychom viděli jen rozbité kusy či zlomky křišťálového kamene nebo součástky rozebraného stroje a vnímali je samostatně, mimo celek, a nikde bychom neseznali pravidelný vzhled, kontury těla coby celku. Proto jsme se také nenarodili pro sebe, nýbrž pro dobro společnosti; tak jako součásti existují pro celek, i my se musíme chápat jako nástroje Boží, avšak nástroje živé a svobodné, schopné spolupráce dle naší volby. Pokud se jí bráníme, pak jsme něco jako monstra a naše neřesti jako nemoci přírody, za což se nám jistojistě dostane potrestání, aby řád věcí dostal nápravu, tak jako vidíme, že nemoci oslabují a monstra jsou čím dál horší.

Odtud můžeme usuzovat, že principy Velkorysosti či spravedlnosti či zbožnosti jsou jedno a totéž, zatímco vlastní zájem a sebeláska jsou – pokud jsou špatně seříděny – principy zbabělosti. Velkorysost nás totiž, jak jsem řekl na začátku,

přibližuje tvůrci našeho rodu či bytí, jinými slovy Bohu, tedy do té míry, do jaké ho dokážeme napodobovat. Proto musíme jednat v souladu s přirozeností Boha (jenž je sám každému stvoření dobrem), musíme sledovat jeho úmysl, který nám přikazuje přispívat obecnému dobru do té míry, do jaké je nám dáno – pouze v tom ostatně spočívají láska a spravedlnost. Musíme ctít důstojnost naší přirozenosti, jejíž znamenitost leží v dokonalosti myslí či v nejvyšší ctnosti. Musíme přispět svým dílem k blahu těch kolem nás, stejně jako i blahu svému, nehledět ani potěšení, ani zájmu v tom, co se přiči obecné blaženosti, a v neposlední řadě je třeba myslet na to, co od nás očekává obec a co bychom očekávali my sami, kdybychom byli na místě ostatních, poněvadž tato úvaha je jako hlas Boží, znamená našeho poslání.

Pokud ovšem pohrdáme těmito velkými důvody obecného dobra, pro něž jsme byli stvořeni, a hledáme své vlastní výhody – zvláště jsou-li na úkor ostatních a vedou k jejich ochuzení – pak nemůžeme být velkorysími, ať už se sebevíc zapřísaháme, že jednáme pouze ve jménu slávy, a nebudeme ani šťastní, ať už jsou naše počiny sebeúspěšnější, jelikož zákony veškerenstva jsou nedotknutelné a my si můžeme být jisti, že každý zločin má svůj trest podle toho, kolik zla napáchal, nebo kolik je mu souzeno, že napáchat mohl.

GOTTFRIED WILHELM VON LEIBNIZ (1646–1716)

byl významný německý filosof, matematik a teolog. Přispěl k rozvoji fyziky a techniky. Věnoval se také politice, právu, biologii a historii.

BUĎTE PŘIPRAVENI NA ODMÍTNUTÍ

TEXT: NORA GRUNDOVÁ, FOTO: ARCHIV GROW APPALACHIA

Je to jeden z nejzajímavějších filantropů USA. John Paul DeJoria žil nějaký čas na ulici, ale díky úsilí a nadšení se z ní dostal. Dnes je z něj miliardář, který když založí zemědělskou neziskovku, tak v ní jezdí traktorem.



John Paul DeJoria zažil život bez práce a domova. Dnes mají jeho firmy John Paul Mitchell Systems a Patrón Spirits Company hodnotu 3 mld dolarů.

Když prochází mezi řádky salátů, ředkviček, okurek, keříky rajčat a všelijaké zeleniny a ovoce, připomíná bizarní verzi spasitele v džínách, kovbojských botách a odrbaném tričku. Do Apalačských hor v nejchudším regionu Kentucky i celých USA přinesl jednoduchý nápad a prostředky k jeho naplnění. Žijí tu lidé z bývalých hornických rodin, často nezaměstnaní, z nichž 40 % se pohybuje pod hranicí chudoby a jejich hlavním problémem je nedostatek kvalitního jídla. Proto v roce 2010 – pro ně a s nimi – založil a dodnes vede fascinující neziskovou organizaci *Grow Appalachia*. Nakoupil pozemky, semena, sazenice i veškeré

zahradnické náčiní a sdělil místním, že odteď si budou pěstovat vlastní, zdravé jídlo. Energický John Paul DeJoria nepřijel do Apalačských hor rozdávat hraběcí rady, pomáhá orat, sít i sklízet. Komunita veškerou sklizeň ani nedokáže sníst a část úrody dává do potravinových bank. *Grow Appalachia* je největším programem svého druhu v USA. Před dvěma lety se vypěstovanou zeleninou a ovocem uživilo 21 600 lidí z regionu. Na záběrech z pole vypadá John Paul DeJoria jako nadšený sedlák. Je to přitom miliardář, který prostřednictvím řady neziskovek jen nadšeně vrací společnosti, co si vydělal. A rozhodně se nedá říct, že měl vždy jen štěstí.

John Paul DeJoria se narodil do chudé imigrantské rodiny italskému otci a řecké matce. S matkou a bratrem vyrůstal sám od svých dvou let ve čtvrti Echo Park v Los Angeles. „Nevěděli jsme, že nic nemáme, protože to nebylo s kým poměřit,“ vypráví v jednom ze svých projevů. Nezaměstnaná matka se nedokázala o syny starat, takže putovali do náhradní rodiny a s maminkou se vídali jen o víkendech. Malý John Paul se rozhodl rodinu zachránit a zkusil vydělávat na čemkoliv. V devíti letech prodával vánoční přání a vstával ve čtyři ráno, aby před školou roznesl noviny.

Ovšem peněz nikdy nevydělal dost a nedařilo se mu ani ve škole. Jednou mu nad hlavou prohlásil matikář: „Z tohoto nikdy nic nebude.“ V sedmnácti absolvoval na střední škole a nastoupil na dva roky k mariňákům. Na univerzitu neměl peníze, a tak začal prodávat encyklopedie.

V roce 1971 se stal prodejcem vlasových přípravků Redken, ale o čtyři roky později ho vyhodili. A vyhazovali ho i z jiných zaměstnání. Jeho tehdejší žena se rozhodla, že s ním a jejich dvouapůlletým synem už nechce žít, a opustila je. Neměl ani na nájem, ani na jídlo. Sbíral plechovky od coca coly, dva centy za malou, pět za velkou. Stejně skončil se synkem na ulici a několik měsíců bydleli spolu v autě, John Paul na předních sedadlech, synek na zadních. Zaparkoval na Mulholland Drive, protože tam je bezpečno. Známa, která ho tam viděla, mu nabídla bydlení na pár měsíců zdarma.

Sedm stovek

A pak se hra otočila. Seznámil se se svým doživotním kamarádem Paulem Mitchellem a rozhodli se založit spolu byznys. Každý schrástil 350 dolarů a za 700 dolarů vyrobili několik lahviček vzorků šamponů pro kadeřnické salony. Na rozdíl od tehdejšího zvyku mýt hlavu dvakrát, tenhle šampon stačilo použít jen jednou. John Paul se znovu vydal ode dveří ke dveřím a posbíral objednávky. Vznikla firma John Paul Mitchell Systems, která dnes každoročně vydělá přes 900 milionů dolarů. V roce 1989 Paul Mitchell zemřel a do firmy nastoupil jeho syn Angus. Ve stejný rok John Paul založil firmu na tequila Patrón Spirits, které se dnes prodává kolem dvou a půl milionu lahví ročně. Založil po USA také přes sto kadeřnických škol. Podle informací Forbesu z roku 2010 měl majetek Johna Paula DeJoria hodnotu 4 miliard dolarů.



JOHN PAUL DEJORIA (1944) se narodil do řecko-italské migrantské rodiny v losangeleské čtvrti Echo Park. Vyrůstal s nezaměstnanou matkou a bratrem, posléze byly děti umístěny do pěstounské rodiny. V dětství si vydělával podomním obchodem. Prošel řadou neúspěšných zaměstnání, nějaký čas žil se synem v autě. V roce 1980 založil s přítelem firmu John Paul Mitchell Systems na vlasové přípravky. O devět let později založil firmu The Patrón Spirits Company na výrobu tequily.

Ani nejhůř rozdané karty by člověk neměl pokládat hned. John Paul DeJoria vystoupal mezi miliardáře, má oslnivý dům v texaském Austinu, půvabnou ženu, bývalou playmate Eloise, soukromý vlakový vagon a tři soukromá letadla, nicméně jeho srdce pro lidi, kteří mají zrovna smůlu, zůstalo otevřené. V roce 2011 podepsal slavnou výzvu *The Giving Pledge* a ve stejný rok založil nadaci s flagrantním názvem *Peace, Love and Happiness*, prostřednictvím které začal investovat do neziskovek, které se držely jím prosazovaných hodnot; udržitelnosti, sociální odpovědnosti a přátelství ke zvířatům. Zvláštní slabost má John Paul DeJoria pro nezaměstnané a bezdomovce. V každém svém výstupu k tématu filantropie opakuje, že největší podporu by měli získat lidé, kteří dokážou pro ostatní vytvořit pracovní místa. Americké vládě i OSN je poradcem na poli udržitelných energií, managementu i motivačních školení.

Vyhýbá se pokročilým technologiím, telefon má starý, tlačítkový. Většina jeho oblečení je černá, aby se nemusel zabývat, jestli kousky k sobě padnou, a nemusel je často prát. Doma zaměstnává špičkového kuchaře, takže prý nemusí klíčové lidi zvat do vyhlášených restaurací. Zve je domů. Tak jako dokázal urputně obcházet domy s nabídkami, dnes je stejně urputný filantrop. Jeho krédem je, že úspěch, o který se člověk nepodělí, je neúspěch. Podomní prodej ho prý naučil zaujmout během pár vteřin, než lidé zavřou dveře. A pak překonávat odmítnutí. „Čeká vás spousta odmítnutí. Buďte na to připraveni. Ať to bude sebevíc hrozné, nesmí vás to dostat a ovlivnit. Pořád pokračujte dopředu k tomu, co chcete. Musíte být stejně nadšení u dveří s číslem sto jako u těch s číslem jedna.“

AKADEMIE PRO NADIU

V roce 2004 požádala malá Nadia svého strýčka Salmana, aby jí pomohl s matematikou. Salman Khan byl v té době úspěšným analytikem hedgeových fondů. Protože bydleli daleko od sebe, začal Salman Khan pro neteř chystat krátká videa na YouTube, která začaly sledovat i další děti z rodiny. Popularita těchto videí vzrostla natolik, že se Salman rozhodl skončit s prací finančního analytika a věnovat se čistě vzdělávacím videím. Roku 2006 založil neziskovou organizaci *Khan Academy*, poskytující vzdělávací videa online zdarma.

Letos čtyřicetiletý Salman se narodil v New Orleansu bangladéšskému otci a indické matce. Získal titul inženýra matematiky na MIT a MBA na Harvardu. Khanova akademie má na YouTube 2,6 milionu odběratelů. Podporuje je řada donorů, mezi nimi i Bill a Melinda Gatesovi. V roce 2010 věnoval Khanově akademii 2 miliony dolarů na další videa a překlady do světových jazyků Google, o dva roky později dalších 2,25 milionu dolarů věnovala firma AT & T na vývoj vzdělávací platformy pro mobilní telefony. Na počátku byla většina videí v angličtině a o matematice. Dnes vytváří *Khan Academy* videa o zdraví, historii, financích, fyzice, chemii, umění, hudbě i počítačích, která dobrovolníci překládají do 65 jazyků včetně češtiny.

22

ŠKOLA NA YOUTUBE



23



O MĚSTĚ VERSUS VENKOVĚ

JAROMÍR ŠVEJDÍK (1963) alias Jaromír 99 je hudebník a komiksový kreslíř. Zpívá v kapele Priessnitz, s dalšími hudebními tělesy koncertuje u nás i v zahraničí. Je spoluautorem úspěšných komiksů Alois Nebel (s Jaroslavem Rudišem) a Zátopek (s Janem Novákem). Kreslil storyboardy k filmům Jedna ruka netleská, Samotáři, nebo Grandhotel. Portrét Frídy z jeho komiksové adaptace Kafkova Zámku bude letos k prodeji na dobročinné aukci Nadace Via.



Foto: Archiv Jaromíra Švejdíka

1. Proč jste věnoval dílo do aukce Nadace Via?

Oslovila mě kamarádka Saša, která v Nadaci pracuje, a protože vím, že na ni je spolehnutí – dělala nám manažerku v kapele Priessnitz – a taky od ní vím, o čem Nadace Via je, rád jsem vyhověl.

2. Co jste vybral?

Je to z papíru vyřezaný portrét Frídy, hrdinky z Kafkova Zámku. Byla to vlastně přípravná práce ke komiksové adaptaci románu.

3. Už jste věnoval něco v minulosti?

Každý rok něco rozdám. Nebo kreslím na zakázku, třeba pro Amnesty International jsem dělal portrét Václava Havla.

4. Zajímá vás, jak je s financemi po aukci naloženo?

Ani ne. Jsem rád, že můžu pomoci dobré věci. Jde o důvěru a taky o to, že v tomhle každý dělá, co umí.

5. Vám coby umělci někdy někdo nějak pomohl?

U muziky jsem zažil sponzorství, něco za něco, třeba logo na CD. Nebo u tvorby komiksu o Emilu Zátopkovi mě finančně podporoval Olympijský výbor.

6. Může mecenáš nějak ovlivnit umělce?

Třeba zrovna u toho komiksu o Zátopkovi chtěli lidé z Výboru, aby byl barevný. Tak jsem jim vyhověl, ač jsem do té doby dělal věci jen černobíle.

7. Nezapomíná se u nás na to, že kultura není luxus, ale nutný základ civilizované společnosti?

Problém spíš vidím v rozdělené společnosti. Ve městě, kdo chce, může být uměním nasycen. Venkov je odkázán na sledování televize. Samozřejmě přeháním. Vidím u nás v Jeseníkách, kolik lidí se snaží něco udělat, aby lidi neseseděli u televize nebo v hospodě. Ale že by dostali podporu shora, o tom se jim může leda zdát.

8. Vybavíte si nějaký konkrétní příklad filantropie v kultuře?

U nás o ničem nevím, ale dost se s komiksy nebo hudbou pohybují v zahraničí, kde jsou běžná pobytová stipendia. Líbilo by se mi, kdyby třeba město Jeseník nebo Javorník mělo byt pro umělce, který by tu strávil nějaký čas a třeba to pak reflektoval v tvorbě. Tohle je v Německu běžné i na malých městech.

9. Kterou oblast umění je podle vás třeba nejvíc finančně podporovat?

Takhle bych to nerozděloval. Pro mě jako pro muzikanta by bylo fajn, kdyby v každém městě byl klub, kde by se dalo hrát nebo vystavovat, aby vznikalo zázemí pro nové, mladé, divné. Města raději pořádají pivní slavnosti, kde se „s umělci z Prahy“ můžou vyfotit místní politici, a utratí za tu parádu tolik, kolik by stačilo malému klubu na roční provoz.

24

UMĚNÍ DAROVAT

THE ART OF GIVING

ČTVRTLETNÍK PRO OBNOVU
ČESKÉ FILANTROPIE

18 / PODZIM 2016

Vydává Nadace Via, Jelení 195/9, 118 00 Praha 1
Redakční rada Ivana Janečková, Václav Dejčmar,
Miroslav Motejlek, Marek Šálek, Jiří Bárta
Šéfredaktor Nora Grundová
Grafická úprava Tomáš Brichcín, Robert V. Novák
Jazyková redakce Boris Hokr
Externí spolupráce Naďa Straková,
Adéla Janíčková, Martina Buláková
Produkce Petra Fronková
Ilustrace Jan Laštovička
Tisk Indigoprint

Vaše náměty a připomínky zasílejte na e-mail:
umenidarovat@nadacevia.cz, kde můžete
také objednávat zasílání časopisu zcela zdarma.
ISSN 1805-4390, ev. č. MK ČR E 20786
Neprodejné

● ● ●
NADACE VIA

www.nadacevia.cz, www.umenidarovat.cz



**ČASOPIS UMĚNÍ DAROVAT VYCHÁZÍ DÍKY PODPOŘE DONA HAMERA,
MARKY BEDNAR, VÁCLAVA DEJČMARA, IVANY A TOMÁŠE JANEČKOVÝCH.**