

[www.kmkt.ff.ukf.sk](http://www.kmkt.ff.ukf.sk)  
[www.facebook.com/FF.KMKaT](https://www.facebook.com/FF.KMKaT)



# KONTEXTY

## KULTÚRY A TURIZMU

2/2024



UNIVERZITA KONŠTANTÍNA FILOZOFA V NITRE  
FILOZOFICKÁ FAKULTA  
Ústav manažmentu kultúry a turizmu,  
kulturologie a etnológie

KONTEXTY kultúry a turizmu  
ročník 17 – číslo 2

# Obsah

Editoriál . . . . .	5
<b>IGOR LOMNICKÝ – SIMONA RUSZNYÁKOVÁ</b> Personality cultivation through selected aspects of emotionality . . . . .	7
<b>MICHALA FÚSKOVÁ</b> Organizácia kultúrneho života na lokálnej úrovni – skúsenosti a poznámky z obce Štefanovičová. . . . .	23
<b>KATARÍNA KOMPASOVÁ</b> Produktové línie cestovného ruchu na príklade Nitrianskeho kraja . . . . .	39
<b>EMA VLASÁKOVÁ</b> Hudba a umelecká tvorba za múrmi terezínskeho geta . . . . .	59
<b>ADAM SLOVÁK</b> Propagácia destinácií cestovného ruchu využívaním audiovizuálnych a multimediálnych diel . . . . .	75
<b>RECENZIE:</b> KOLESÁR, J. – LUKÁČOVÁ, A.: Rejdová – tradičná svadba. Banská Bystrica: Cultura Ethnica, o. z., 2023, 312 s. . . . .	92
JAKUBOVSKÁ, K. – MORAVČÍKOVÁ, E.: Vybrané kapitoly zo systematickej kulturologie I. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2023, 70 s. . . . .	93
<b>SPRÁVY:</b> (Ne)konferencia GASTROLOVE 2024 očami ÚMKTKE: Láska k jedlu, udržateľnosť a nové trendy . . . . .	96
Správa z celoslovenského kola Študentskej vedeckej a odbornej činnosti v odbore etnológia 2024. . . . .	99
Správa z medzinárodnej vedeckej konferencie „Absencia/Neprítomnosť“ . . . . .	101
Semiotic Resonance: Summer Retreat na Univerzite Palackého v Olomouci . . . . .	104



**ÚMKTKE**

ÚSTAV  
MANAŽMENTU  
KULTÚRY A TURIZMU  
KULTUROLOGIE  
A ETNOLOGIE

**Redakčná rada:**

prof. PhDr. Jaroslav Čukan, Csc. – predseda  
prof. PhDr. Boris Michalík, PhD.  
doc. Dr. Vladimír Seníc  
PhDr. Michal Kurpaš, PhD.  
DrSc. Sandra Kralj Vukšić, PhD.  
doc. PhDr. Monika Štrbová, PhD.  
doc. PhDr. Marián Žabenský, PhD.  
doc. Mgr. Silvia Letavajová, PhD.  
doc. PhDr. Zuzana Slušná, PhD.

**Šéfredaktor:**

doc. Mgr. Silvia Letavajová, PhD.  
E-mail: sletavajova@ukf.sk

**Zodpovedná redaktorka:**

doc. PhDr. Monika Štrbová, PhD.  
E-mail: mstrbova@ukf.sk

**Preklad do anglického jazyka:**

Mgr. Jana Hučková, PhD.

**Technický redaktor:**

PhDr. Roman Zima, PhD.

**Foto na obálke:**

Študentské beanie ÚMKTKE, 2024. Foto:  
Grachev, 2024

**Adresa redakcie:**

Kontexty kultúry a turizmu  
Ústav manažmentu kultúry a turizmu,  
kulturologie a etnológie  
FF UKF v Nitre  
Štefánikova 67, 949 74 Nitra  
Tel.: 037/64 08 361  
E-mail: jsollarova@ukf.sk

Všetky príspevky sú recenzované.  
Neprešlo jazykovou úpravou.  
Náklad: 80 ks

IČO vydavateľa: 00 157 716  
Periodicita vydávania: 2x ročne  
Poradové číslo periodickej tlače: 2/2024  
Ročník vydávania periodickej tlače: 17. ročník  
Registračné číslo Ministerstva kultúry SR:  
EV3217/09  
ISSN 1337-7760

Elektronická verzia: kmkt.sk/kontexty

## Editoriál

Druhé číslo 17. ročníka vedeckého časopisu Kontexty kultúry a turizmu prináša viacero zaujímavých štúdií, recenzií a správ o dianí na domácom pracovisku – Ústave manažmentu kultúry a turizmu, kulturológie a etnológie FF UKF v Nitre.

Časopis uvádza príspevok v anglickom jazyku, ktorého autormi sú *doc. PaedDr. Igor Lomnický, PhD. a Mgr. Simona Rusznyáková* z Katedry etiky a estetiky FF UKF v Nitre. Článok sa zaoberá problematikou emocionality a vplyvu emocionálnej inteligencie na osobnostné formovanie človeka s dôrazom na rešpektovanie jeho jedinečnosti. Autorov zaujímajú najmä etické súvislosti kontextu sociálnej inteligencie človeka prostredníctvom identifikovania a komunikovania emócií. Focusujú sa na vyváženosť emocionality a racionality, ako aj vnímanie vplyvu pozitívnych a negatívnych emócií na psychiku človeka. V rámci seberealizačných možností v štúdiu konkretizovali vybrané tvorivé činnosti v oblasti umenia a literatúry, ktoré považujú za dôležité pre autentické prežívanie a komplexné kultivovanie osobnosti.

Problematike riadenia kultúry na miestnej úrovni sa venuje štúdia *Mgr. Michaly Fúskovej, PhD.* pod názvom „Organizácia kultúrneho života na lokálnej úrovni – skúsenosti a poznámky z obce Štefanovičová“. Hlavným cieľom príspevku je prezentovať praktické skúsenosti z organizácie a participácie na kultúrnom živote v obci Nitrianskeho kraja – Štefanovičová. Autorka v texte oboznamuje čitateľov s kľúčovými kultúrno-spoločenskými aktivitami v obci, popisuje ich typológiu, zameranie, finančné a organizačné zázemie, poukazuje aj na existujúce limity a možné perspektívy rozvoja. Príspevok z hľadiska metodológie spája vlastné skúsenosti autora ako člena organizačného výboru a miestneho zastupiteľstva, ako aj archívny výskum. Príspevok prináša bližšie príklady skúseností a dobrej praxe, ktoré môžu pomôcť súčasným aj budúcim, profesionálnym i amatérskym aktérom zapojeným do manažmentu miestnej kultúry.

Článok *PhDr. Kataríny Kompasovej, PhD.* sa venuje analýze stavu kľúčových typov a foriem cestovného ruchu v Nitrianskom kraji a identifikuje jeho jednotlivé produktové rady. Jeho cieľom je preskúmať potenciál Nitrianskeho kraja ako turistickej destinácie a poskytnúť ucelený prehľad o existujúcich formách cestovného ruchu a ich charakteristikách. Výsledky práce odhaľujú pestrú škálu aktivít vrátane letnej, rekreačnej, kultúrnej, vidieckej, kúpeľnej

a kongresovej turistiky, pričom každá forma má špecifický potenciál. Analýza zdôrazňuje potrebu synergetickej spolupráce medzi miestnymi zainteresovanými stranami – obcami, podnikmi a obyvateľmi – s cieľom vytvoriť udržateľné a atraktívne turistické prostredie. Na záver autorka predkladá odporúčania pre budúci rozvoj v tejto oblasti, ktoré zahŕňajú zlepšenie marketingových stratégií, investície do infraštruktúry a posilnenie ponuky skúseností. Ich využitím je možné prispieť k zvýšeniu konkurencieschopnosti kraja na trhu cestovného ruchu a prispieť k ekonomickému rozvoju regiónu.

*Mgr. Ema Vlasáková* je študentkou magisterského štúdia odboru kulturologia. Do časopisu prispela textom pod názvom „Hudba a umelecká tvorba za múrmi terezínskeho geta (Hudobní skladatelia a ich diela poznačené nacistickým režimom). Jej článok rozoberá podmienky a možnosti rozvoja umeleckého života v kontexte umeleckej, divadelnej a literárnej tvorby v koncentračnom tábore, ktorý nacistický režim využíval na propagandistické účely. Autorka mapuje život a tvorbu hudobníkov a skladateľov, akými boli Hans Krása, Pavel Haas, Gideon Klein, Viktor Ullman a jazzová kapela The Ghetto Swingers.

Blok štúdií uzatvára článok doktoranda *Mgr. Adama Slováka*, ktorý spracováva problematiku nepriamej propagácie destinácií cestovného ruchu prostredníctvom audiovizuálnych a multimediálnych diel. V úvode textu vysvetľuje základné pojmy, ktoré s danou problematikou súvisia, ako napríklad propagácia a rôzne typy marketingu, hlavne destinačný marketing, affiliate a influencer marketing. Autor sa následne venuje vplyvu filmov a filmových seriálov na cestovný ruch, skúma filmovú turistiku v kontexte rozvoja cestovateľských destinácií. Osobitne sa sústreďuje na videoherné produkty, ktorých popularita na celom svete postupne narastá. Informácie k téme získava aj prostredníctvom dotazníkového výskumu, ktorého cieľom je zistiť, aký efekt má podľa respondentov nepriama propagácia destinácií v cestovnom ruchu prostredníctvom audiovizuálnych a multimediálnych prvkov. Jeho závery hovoria o tom, že videohry je možné v súčasnosti vnímať ako novodobý a relevantný spôsob propagácie cieľových destinácií turistického ruchu.

Po štúdiách nasleduje dvojica recenzií vedeckých prác a štyri správy, ktoré dokumentujú bohaté aktivity pracovníkov ústavu a jeho študentov. Veríme, že texty budú podnetné a inšpirujúce pre študentov aj odborníkov, ktorí sa venujú rôznorodým kontextom štúdia kultúry a turizmu.

*Silvia Letavajová*

# Personality cultivation through selected aspects of emotionality

**Igor Lomnický – Simona Rusznyáková**

*Kľúčové slová: etická výchova, emocionalita, inteligencia, autenticita, ľudskosť, sociálnosť, umenie*

*Key words: ethical education, emotionality, intelligence, authenticity, humanity, sociality, art*

*Abstrakt: V štúdiu sa zaoberáme problematikou emocionality v zmysle autentického ľudského života. Zamýšľame sa nad etickými súvislosťami širšieho kontextu sociálnej inteligencie človeka prostredníctvom identifikovania a komunikovania emócií. Zaoberáme sa vplyvmi emocionálnej inteligencie na osobnostné formovanie človeka s dôrazom na rešpektovanie jedinečnosti človeka. Podstatná je vyváženosť emocionality a racionality, ako aj vnímanie vplyvu pozitívnych a negatívnych emócií na psychiku človeka. Jedným z hlavných faktorov je aj špecifickosť nášho subjektívneho postoja, vyplývajúceho z originálnej podstaty človeka ako jedinečnej sociálnej bytosti. V rámci sebarealizačných možností sme v štúdiu konkretizovali vybrané tvorivé činnosti v oblasti umenia a literatúry, lebo sú dôležité pre naše autentické prežívanie a komplexné kultivovanie osobnosti.*

*Abstract: In the study, we deal with the issue of emotionality in the sense of authentic human life. We reflect on the ethical context of the wider context of human social intelligence through identifying and communicating emotions. We deal with the effects of emotional intelligence on the personality formation of a person with an emphasis on respecting the uniqueness of a person. The balance of emotionality and rationality is essential, as is the perception of the*

*impact of positive and negative emotions on the human psyche. One of the main factors is the specificity of our subjective attitude, resulting from the original essence of man as a unique social being. Within the scope of self-realization possibilities, in the study we specified selected creative activities in the field of art and literature, because they are important for our authentic experience and complex personality cultivation.*

**Introduction.** The purpose of the study is to identify the essential connections of the contemporary person's personality formation with an accent on the development of selected postulates of the social intelligence. The reader is within this processed text accompanied dominantly by the development of emotional intelligence in the context of the variability of relational interactions from the point of view of human practice. An important part of the consistent development of the topic in correlation with its name is development of the sharing of emotions and their authentic transmission within interpersonal relationships. An important prerequisite for personality cultivation is to make full use of the potential of ethical education and its complex value focus. However, the field of education is so complicated that we are unable to assume its value affinity. This issue is complexly discussed in publication devoted to human interaction with preference for identification of the origins of ethical education. "Our humanity, humanitas, is fueled by inspirations for good and unique exceptionality, which are implemented in our proceedings" (Rajský – Podmanický, 2016: 10). The problem of education in historical continuity lies within the discourse whether we will give preference to personality education with an orientation to the potential of a person so that he is satisfied and happy in life, or will we prefer pragmatism in education with an emphasis on its practical application in life. The model of ethical education, in point of view of its content constitution offers the first alternative. The nowadays imperative in context of prosocial behaviour is to prioritize education of one's personality in social context on emotional and cognitive levels. Ethical education follows comprehensively communicated goal, in form of rooting a person in terms of his potential and at the same time to update and strengthen possibilities of his personal progress. That is how a person can become who he was meant to become: for himself and other people in terms of human practice and its relationships. Personal approach in education makes it easier to have a responsible approach to our own personality, deepening of identity, more complex understanding of ourselves and others and perception of our emotionality and rationality. It is connected to the question of self-respect and self-esteem, which includes conscious dispose of egoistic tendencies so we can implement morals and dignity in our life.

Human behaviour and proceedings are in an ethical point of view in great extent influenced by intellect and everyday emotions. Through the natural experience of emotions, we enable our own inner stability and harmony.

Cultivated outward expression of emotions is also a positive tool for creating good and balanced interpersonal relationships. The study is not only about emotions and emotional intelligence, but also about the connection with the cognitive component. "Emotions activate a person, help him overcome obstacles, lead him to compassion and deep social relationships, but often cause irrational thinking and hasty thoughtless reactions" (Ruisel, 2008: 33). The emotional component and the intellect are manifested at the personal level of human consciousness, and their balance plays an important role in human life. Emotional intelligence is an irreplaceable component, because it ensures important social skills such as empathy, assertiveness, cooperative behaviour, but also helps to form personal prerequisites such as dealing with negative feelings, the ability to correct a mistake, not giving up. Rationality serves as a control mechanism and brings responsibility for thoughts, words, and actions carried out during emotional experiences. Rationality serves as a control mechanism and brings responsibility for thoughts, words, and actions carried out during emotional experiences. A person who can master the art of emotional intelligence is truly mature and wise. Thanks to this, he will use his rationality in favor of emotions so that he can find inner harmony in himself and in relationships.

**Emotions and emotional intelligence in human practice.** Emotions and human life are intertwined. Emotions accompany us and are part of our everyday life. In order to be able to work with our emotions and use them to our advantage and to the advantage of other people, we need to get to know them and understand their mechanism. This is enabled by our emotional intelligence, and its formation is an important part of ethical education. An important postulate is the basic idea that emotions are a complex psychological phenomenon, whose experiential core are emotions, and which also has a physiological component, manifested by motor reactions (Nakonečný, 2012: 13). From the point of view of the conscious integrity of the personality, we are responsible for the presentation of emotions as well as for our actions. Thus, our emotions and feelings are the core of emotional intelligence. Emotional intelligence from an ethical and educational point of view includes the ability to perceive one's own emotions, to have the knowledge how to deal with these emotions, to use them for the benefit of personal cultivation, to motivate ourselves, but also the ability to empathize with other people and to properly handle relationships in a wide spectrum of interpersonality (Goleman, 2011). In the context of this line of thought, we can talk about emotional intelligence as the ability to self-control, manage one's own feelings and emotions, which must be properly and effectively directed in order to cooperate with other members of the group to achieve a common goal. It is an important part of prosocial cultivation of a person across his development stages, what is significantly discussed in the concept of ethical education focused on prosocial abilities and their integration into practical life (Žilínek, 1997;

Kudláčová, 2006; Lomnický, 2015). Understanding of our own motivations will allow us to think about their potentiality, humanly variable availability, originality, but also riskiness and destructiveness. From the point of view of the procedural side of personality cultivation, permanent monitoring and correction are necessary. It is the natural ability of a human being to reflect on his experience and thereby deepen and strengthen self-awareness in the lively and dynamically accelerated area of identifying and expressing emotions. If we are not able to realize authentic feelings, we will be socially and emotionally limited in achieving progress in interpersonal relationships in all spheres of life. Emotions express a person's relationship in the whole range of social and professional interactivity. However, our emotional world is also affected by external, often diversified and complicatedly recognizable factors of the social environment. By gradually self-recognizing our emotions, we should distinguish which stimulus and in what intensity affects us and our emotionality. The depth of impact on our inner perception and subsequent reaction reflects the significance of the event or situation we are currently experiencing. This process is important, because it can increase the quality of our interpersonal relationships, our attitude to ourselves and our job. It also increases the happiness perceived from common daily activities and so it helps us to achieve our inner peace. If we are able to recognise the reason of our fear, nervousness and negative attitude, then we are able to work them out. We can handle tense situations and navigate our attitudes, and we can come to realization that in terms of hectic life, we cannot only deal with the consequences. Focusing only on the consequences of our actions would be unreasonable and ineffective. In order to achieve improvement, we must know the very reason and root of the problem and eliminate it. For example, if we know that presenting in front of people is problematic for us, it might help to realize that we are not the only one who experiences stage fright. We can try to get to know these people, who share the same problem and create friendly relations with them. They can lighten the situation and help us overcome the fear of performance. Consequently, this is how we can strengthen interpersonal relationships and strengthen the relationship with ourselves. There are many possibilities and ways how we can improve ourselves. There is no such thing as a universal guide on how to achieve a solution to a problem, but it is our responsibility to try to solve it for our own and others benefit. It also applies on the positive aspects of our life. If we find out through self-observation what brings us joy, inner peace, we can consciously strengthen these bonds. In these situations, we can recognize that emotional intelligence is being applied, which is, however, necessarily in coincidental relationship with our general intelligence. Emotional intelligence presupposes the involvement of a rational component, because if our feelings are to remain authentic, a certain reinforcing measure of rationality must be introduced. Otherwise, there is a danger that we will submit to our emotions too much and

will not have them under control and our emotional component will remain unstable. In this case, the manifestations, but mainly the consequences of our experience, can have a negative impact on our intrapersonal, but also on interpersonal relationships. To be aware of our emotionality is necessary. The realization gives us moral obligation to experience emotions in such a way as not to harm ourselves or the environment. However, the opposite case can also occur when rationality prevails. It pushes our feelings to the background of our mind and the dominance of reason prevails. A danger occurs again, this time in the form of neglecting emotionality, which can result in a lack of empathy and sensitivity, which will result in the disruption of our social bonds. Thus, the destructive influence is reflected in social relations. A person should be able to identify with his own interior and the world of values. Both cases - the predominance of rationality or emotionality - are extreme, and therefore we should strive to balance in the middle position in the context of Aristotle's practical philosophy. The currently implemented ethical-educational project for authentic prosociality reflects on the ideas of the philosophical and ethical tradition and at the same time accelerates the need for the complex development of social intelligence. A current part of the experts' discourse is the saturation of mental health and this correlates with the search for internal balance, because only when we are internally balanced can we achieve a balance between our internal and external world of values.

**Emotionality in context of social relationships.** Emotions have an attractive added value for our lives. They signal a threat to an individual, influence the course of cognitive processes, help redirect our attention, are necessary for communication - verbal and non-verbal, regulate social interactions, activate our ability to act, help us protect the closest people, and also preserve social values and norms (Slaměnik, 2011: 12). Emotional intelligence is also beneficial in achieving set goals and developing self-regulation. It contains components that help progress: self-awareness, self-control and self-motivation. Emotional intelligence can process these components only with the cooperation of the rational side. A person's EQ and IQ can work well only if they complement each other. Not one component can be put aside, because emotions are controlled by our needs, interests and are subsequently modified by the cognitive component. As authors Varas-Julca et al. (2024) state, cognitive perspective and its multidimensionality coupled with coping strategies can help an individual in the processes of developing psychological ability and socio-emotional well-being. Self-awareness, self-control and self-motivation are not only basic elements of emotional intelligence but are also necessary prerequisites for an individual's inner emotional maturity. Self-awareness, self-control and self-motivation are not only basic elements of emotional intelligence but are also necessary prerequisites for an individual's inner emotional maturity. In the issue of emotionality, it is about the level of personal moral development. A mature

and prosocial personality, which is also the goal of ethical education, must have sufficiently developed emotional maturity. Without this aspect, moral personality would not be complex. And when it comes to emotionality and emotional intelligence, it is a complex concept of dispositions to emotional response (Nakonečný, 2012: 276). Sensitivity and intellect are like mutually controlling mechanisms. If one fails, the task of the other is to replace it, or to awaken him to activity. Only through their mutual functioning we can achieve the desired state in the field of human behaviour. Feeling can correct the intellect's tendencies towards cold calculations for its own personal benefit, prevent egoism that does not consider others, it can also intervene in the unhealthy elevation of man over nature, etc. On the other hand, people with a dominant emotional component may tend to wallow in their emotions, overthink them, and be unable to recognize their unconstructive behaviour. They succumb to emotional impulses at any time and do not want to submit their behaviour to the necessary logic. In this sense, the connection between controlling one's experience on the basis of intellectual reasoning is essential (Mihulová – Svoboda, 2008: 83-84). This is also related to emotional regulation, with the help of which people can influence their experience, intensity of emotions and mood. In the given example, we can see how rationality and emotionality work together. Gross points out how emotional regulation can help redirect negative attention to a more pleasant situation or object. For example, it can help in managing negative emotions that accompany some activity of children. We can shift attention to something more pleasant by saying: It's just a game. This redirection is intended to elicit a different, more favourable response (Slaměník, 2011: 51). Being aware of negative feelings is the first step in correcting them. By getting to know what we like and dislike, we can direct our emotions and attention in the right direction. As we mentioned, with the help of emotional regulation we can influence not only ourselves, but even others.

It is necessary to think about emotions and evaluate their impact on ourselves and our surroundings. There are four tasks in the process of interpersonal emotion regulation. Firstly, we must identify the emotional state of the target, secondly, we must set a regulatory goal, next we must generate and select the most appropriate strategy to achieve this goal and finally we must implement this chosen strategy. As a result, if the strategy and implementation were successful, we may observe the intended change (Wickett – Muhler – Niven, 2023). Emotionality, as we have already indicated, has an important role in social relationships. Without emotionality, the important mechanism, which relationships are based on, would not take place. If we care about building quality relationships, we need to be aware of our emotions when interacting with others. And not only that. Also, it is equally important to notice emotional expressions such as reactions, tone of voice, facial expression and attitude of others.

We can notice that emotionality does not only involve the inner side of the individual, but that it is also manifested externally. The inability to interpret these expressions creates obstacles for us in social relations. On the contrary, sensitivity to these manifestations opens the way for us to more permanent and valuable interactions. In addition to the basic emotions that we know, a wide spectrum of them takes place in every moment of human experience. Consciously or unconsciously, we show them to the world with our face and attitude. There are situations when we don't want to present our real emotions, which we are aware of, so we try to control them. The reason is simple. We rationally evaluate how our physical displays of emotion might reveal our true feelings, our true joy or dislike, our fear and displeasure. That's why we regulate emotions. Emotional self-regulation is conscious and occurs when we feel the difference between the actual feeling and the desired behaviour. It manifests itself by controlling our experience, our facial expression, our behaviour. The problem of honesty occurs both in relation to oneself and responsibility towards the environment. To what extent should emotions be expressed and to what extent controlled? The authors Mihulová and Svoboda (2008: 157) also deal with this issue of self-control and spontaneity. "Unless a person is able to establish an adequate level of self-control, he approaches the level of an animal with his life. However, if spontaneous manifestations are suppressed, there may be an increase in internal tension, spasms and other undesirable phenomena." Two different poles, two extremes are shown. The truth is in the middle because it does not lead to the listed undesirable extremes. On the one hand, a person is directed to improving his character traits, to better self-control and self-mastery, and on the other hand, to naturalness and spontaneity.

**Authenticity and emotionality in the sense of personality cultivation.** Many people consciously control the expression and manifestations of their emotions in an attempt to cover up their true feelings and experiences. We should try, whenever possible, to express emotions authentically, and thus remain true to ourselves and in relation to others. If we are not yet able to do so, we should learn the art of assertiveness and empathy, because these important social skills provide a prerequisite for authentic living. Authenticity with oneself and with other people is liberating, because we cannot create relationships based on honesty from suppressing our true experience. Also, shapeshifting is very mentally draining. The solution is creativity. Without creativity, relationships become mundane and cease to fulfill their original function. The uniqueness of a creative personality "is mainly characterized by a unique composition and interplay of individual characteristics, forming an unrepeatable image of a creative personality. Self-regulation, self-management, own personal contribution plays a significant role in shaping the uniqueness of a creative personality. A unique personality is largely a product of self-development." (Jurčová, 2009: 133)



Imagination helps us keep ourselves and others in anticipation of what mutual coexistence and cooperation will bring us. People do not desire a stereotype, but a pleasant feeling of excitement from the unknown. By experiencing common pleasant feelings, relationships are strengthened and deepened. Negative feelings that result from the relationship, e.g. disappointment, failure of support, lies, break these relationships. However, we draw these emotions from deeds when we did not act for the benefit of the other. Even the Dalai Lama, winner of the Nobel Peace Prize, says that “first of all, we must use human intelligence to get rid of negative emotions.” (Olejárová, 2016: 20) Negative feelings that we experience alone under the influence of various circumstances, which a partner, friend or parent will help us overcome, strengthen our relationships just as well as positive feelings that we experience together. Social interactions help us transform unpleasant emotions into pleasant or otherwise useful ones through the activity of emotional intelligence. The success of such a transformation depends only on our attitude and on the level of our emotional intelligence.

Through free experience and awareness of the need for emotionality and intellect, an authentic community is built. Thanks to emotional intelligence, those involved can create a good relationship with themselves and others, realize their own and other person's value, strengthen positive behaviour, be balanced and find inner peace, and shape such areas of personality that lead to a complex prosocial personality. Creative communication, which includes active listening and feedback, is therefore essential in relationships set up in this way. These aspects are a prerequisite for responsible relationships and social bonds.

According to H. Urban, it is possible to reveal ethical truths about others through authentic lifestyle such as:

- There is much more good than bad in people.
- We shall get used to searching good in others.
- Supporting people is more efficient than rejecting them.
- Nothing is better than the sincere appreciation of others.
- Everybody needs recognition and encouragement.
- When a person pleases someone, he feels good himself (Urban, 2004: 88).

If a person internalizes doing good deeds, he realizes his own value and the value of the life we live together in society. In such an environment, an authentic human understanding has got its space, that cannot be truly experienced without emotionality. Experience and demonstrated authenticity are also a starting point for emotional intelligence, because demonstrated authenticity will help us find inner peace, understanding of ourselves and others, improve our relationship with the world around us, and thus non-violently lead us to greater responsibility for ourselves and others. A person

who uses intellect and emotional intelligence without calculation, in favour of good, is a bearer of positive changes and at the same time a creative and prosocial personality.

**Emotional transfer – transfer of emotions in relationships.** A proper understanding of emotional intelligence will allow an individual to find a middle position. Through it, he does not have to control himself so much that he ceases to be himself, nor does it lead him to complete arbitrariness. It manifests itself through interiorization. If we take it as our own, we can control our emotions and their experience on the basis of reason, which is natural to us and we don't have to force ourselves into it. Intelligent handling of one's own emotionality and the emotions of other people creates a basic prerequisite for empathy, harmonious relationships and cooperative behaviour. Emotional contagion is a term that demonstrates the transmission of our emotions to another person, both positive and negative. Our facial expressions and gestures synchronize with our emotions and feelings. Emotional contagion occurs when the facial expression is distinct and clear (Slaměnik, 2011: 121). If we feel the joy of meeting a close person, we often have a smile on our face before we say hello. Manifestations of facial expressions and attitude are visible manifestations of our experience. Such emotions and their manifestations strengthen mutual emotional closeness. This happens on the basis of the processes that we perceive and interpret when observing the faces of people. However, emotional contagion works equally well with negative emotions that can disrupt interpersonal relationships. Feelings are reflected not only by the facial expression and attitude, but also by the voice. All this gives us important information about the quality of social connections. Emotional expression serves to reward or reject each other depending on the polarity of the emotion. Because of the fact that our experience has a great influence on our non-verbal communication and social interaction, it is often suppressed or over-regulated. Conscious regulation of emotions occurs mainly in the presence of other people. Especially when we realize that our true emotions, once they are negative towards the other person, can offend, humiliate or otherwise negatively affect the other person. Responsibility for our actions stems from the consequences that occur. Just as we are careful about our choice of words because they can hurt, conscious negative emotional expressions can disrupt our social bonds. The perception and processing of emotions is different for each person. It depends on his character traits. We should handle emotions that could disrupt our functioning relationships with those around us with care. Impulsive action, which is accompanied by a great rush of emotions, is often not respected and in turn causes negative reactions from the environment. Therefore, people often hide their true emotions, which can disrupt social interactions, or they are afraid of not presenting themselves well in front of others. Such calculation suggests that emotionality is deliberately suppressed by reason

in order to avoid problems with other people. Suppression of our emotions can cause problems with expressing our experience. Often suppressing your emotions can cause problems with expressing your experience. “The current relevance of emotional regulation lies in its significant impact on physical and mental health, as well as psychological wellbeing.” (Ríos-Rodríguez et al., 2024) Disguising and covering up authentic emotions contributes to emotional atrophy. Neglected emotionality can cause a person's mental crisis and does not contribute to mental psychohygiene either.

**Emotions as part of social interaction.** Emotions are also carriers of information about the world and about oneself. They can tell us more about our attitudes or desires. For example, anxiety may stem from the judgment that something unwanted will happen. If someone acts dishonestly, against our will, we get angry. Reality and we ourselves influence our experience, and emotions affect our physical and mental state. With the help of emotional intelligence, we should try to spread positive thoughts and process negative ones so that they do not have a big impact on us and others. However, negative thoughts are not automatically useless. They also hold up a mirror and help us in self-discovery. Thanks to them, we have the opportunity to improve what we are inconsistent in. Every social interaction is a reflection of ourselves. If our interpersonal relationships are disturbed, our relationship with ourselves can also be distorted. People who treat us coldly and keep their distance often mirror something to us. Their feelings towards us speak volumes about ourselves. Therefore, we should perceive these signals and not be indifferent to them. If we want to change something, we have to admit that the fault can also be on our side and/or in our attitude. If people have trouble opening up and speaking openly in front of us, the problem may be within us, because we ourselves either cannot do it or we feel mistrust. In such a case, relationships are strained, inauthentic, social ties are broken, and cooperative behaviour is difficult to implement. At the same time, the existence of such relationships gives us a new chance and opportunity to change our behaviour and expressions. We should consider it as our responsibility for ourselves and for the relationships we have. We should not ignore the signals of mistrust in the relationship, which prevents us from living a contented and balanced life but take them as a challenge. It is a chance to change for the better. Only an emotionally mature person can understand the cause of negative feelings. An emotionally mature person takes their presence in his life as a resource for constant self-improvement. It is an endless process that is present in our life. If it weren't for negative emotions and experiences, we wouldn't be able to fully experience happy and pleasant feelings. We are unable to experience happiness without suffering. Presence of unpleasant feelings is inevitable in life, but each person must discover their usefulness for himself. It is a path laid out by emotional intelligence, part of which is self-knowledge and coping with unwanted emotions in such a way that the person in question maintains

inner peace and does not harm those around him. The connection between emotionality and rationality is therefore hidden in the ability to influence such thoughts that cause us useless emotions, such as: low resistance to stress, demandingness, uncertainty, doubts. We don't necessarily need to get rid of unhelpful emotions, but “the key is rather to accept the thoughts that appear on the way to the goal – effective orientation and learn to follow them from a vantage point and not look at the world through their prism. The key is to have unhelpful thoughts, but should not necessarily believe them.” (Schulzex – Roberts, 2007: 100)

A person constantly thinking about his thoughts can gradually fall into passivity and will think about a given problem by repeatedly using the same pattern. In this way, however, he will not mature or at least make his way to solving problems more difficult. These problems then no longer have to depend only on a specific person or thing, but a passive-minded individual becomes a stumbling block. Although he may not realize it, or even deny participation in the responsibility for the problem, he is responsible for it. The behaviour we describe here is called rumination. “Rumination is thoughtless jumping from one negative thought to another, perhaps in an attempt to escape an unpleasant emotion by trying to control the uncontrollable.” (Schulze – Roberts, 2007: 101) This escape from the negative thought is ineffective. There is an obligation towards oneself and others, it refers to some appeal to show such an action that leads to correction, to change, to shift, to action, because passivity is as dangerous as a bad thought or deed. This is one of the aspects where emotional intelligence is not used correctly, or one is not aware enough of his emotional intelligence to be helpful in dealing with emotions that we do not want to experience. An individual who is aware of this sphere of intelligence and consciously works with it can also use negative thoughts or influence them so that they do not have an unpleasant effect on him. At this point, we have to remind ourselves again that what we feel and experience in ourselves will also reach others, and if this experience is negative, our social interactions will also reflect it negatively. The question that remains is that to what extent are we willing to realize this and admit our complicity in our relationships.

Understanding and coping our emotionality is of great importance for us and the surrounding world. Therefore, we should be more sensitive to the sensations from which it arises, and we should learn to recognize them at the moment of their occurrence. If we do not figure out how to work with them, we will be defenceless against them. Through emotions and thoughts, both positive and negative, and their interpretation, we also influence our feelings and motivation. E. Nürnberger (2011: 18-19) claims that “the very way we evaluate our failures and the feelings resulting from them, for example, a failed exam, a rejection at a job interview, an argument with parents, often become a certain individual attributional style by which we evaluate the world. In

addition, these attitudes affect our future motivational level.” The reasons for success or failure can already stem from the attributions and evaluations that a person has worked with before. K. Nešpor (2011: 51) stated “effective yet simple procedures for managing negative emotions:

- Avoiding the influence of external triggers or constraints: An external trigger is a situation or environment that induces risky mental states.
- Avoiding the influence of internal triggers or constraints: An internal trigger is an internal state that produces risky mental states, for example, fatigue, boredom, and lack of fluids.
- To work with our own motivation: Awareness of the risk of inappropriate response and the benefits of good self-control. For this, your own experience and the experience of other people will serve you well.
- Relaxation: Depending on the situation, you can use a relaxation technique, to relax with the help of calm belly breathing, to find a quiet environment or to smile. Physical and mental activity helps. After they end, the realization often occurs spontaneously.
- By using reason: For example, get advice, to learn to communicate, to look at a situation from another side, to focus on something useful, to perceive thoughts.”

Not only utility, but also moral responsibility obliges us to learn to distinguish our emotions and to be able to work with them effectively for the benefit of ourselves and society. Some emotions should not be suppressed unnecessarily and should be shared with others, other emotions are good to control and ventilate in an appropriate way. Only our attitude can guarantee us joy and happiness. It is not necessary to change the stimulus, it is enough if we change our thinking about the stimulus. For example, if we put a rabbit in front of a certain number of people, each of them may take a different attitude towards it. One may be afraid of it, another will feel excited, another will be uncomfortable with its smell, and for another it may be a creature they want to care for. The object of their diverse feelings is always the same. The subject does not change, only the stimulus and the attitude towards the given hare changes. If we can think about it, we will realize a very simple yet important thing. How we treat people and things and how we behave in various situations, what feelings it evokes in us, can mostly be influenced only by us.

**Emotionality in the sphere of art.** Emotionality and experientiality are an integral part of art, literature, music, etc. Experiencing is an essential element in the creative sphere. According to I. Ruisla (2008: 33) “emotional experience can also be explored through art”. We cannot understand or enjoy art without feeling it. This would also lead to a decrease in happiness and joy from art and everyday things. It mainly happens when we neglect our emotional side and look at the world too rationally. When our emotions are controlled the

reason and rationality, our experiencing is of these emotions is limited. These components of rationality and emotionality must constantly cooperate. If you give mathematical logarithms to a group of mathematicians, they certainly have to engage their minds to use knowledge and logical reasoning, analysis and synthesis. But if they want to solve the problem effectively, they should also involve their cooperative behaviour, they should not give up in the face of obstacles and problems that arise during the solution, they should be able to communicate effectively with each other and be creative when finding a solution. These aspects are included in the emotional intelligence, which, as we see, is also necessary for purely rational problems.

Art is of great importance for emotionality and intellect. It is such a phenomenon that we can perfectly feel only through our perception. Listening to music, dancing, painting, reading are activities in which we cannot be authentically involved unless we involve emotionality. These are elements in which human experiencing is essential. For example, literature offers us an incredible place of mediated experiences and knowledge. We have the opportunity to encounter ethical dilemmas, and we have the opportunity to learn how the opposite sex thinks through the literary character in the story. Through art, we get an experience perceived by our emotionality, which, however, needs to be further processed. Here the necessary cooperation with reason is shown. In order to be able to realize the moral aspect of a literary work, draw further from it and use it in real life, rationality must enter into this process of experiencing. Rationality will enable us to complete the process of becoming aware of doing good, because rationality reflects on the literary work and its moral message and, based on experience, it can predict the possible consequences of our actions. I. Lomnický (2011: 25) states that “art conveys knowledge, but at the same time it offers and brings us closer to the inner view of a person and thus motivates and encourages us to think about life. Therefore, in connection with literature, but also with art as such, we should think about its moral aspect in addition to its artistic value. Experientiality, which is closely connected to emotionality, is its most important feature, through which we can empathize with various situations, and which then motivates us to think about ourselves, others, and the world.”

Nowadays, people devote themselves to art less, they do not train themselves to experience what is beautiful. At the same time, art brings pleasant and useful feelings such as joy, gratitude, interest, hope, inspiration, well-being and directly affects our emotional development. In this context, we can talk about “emotional atrophy, when there is a decrease in happiness and a negative impact on the intellectual and moral side of a person can also be observed. Person’s mediated experience, moral responsibility, which is an essential part of human nature, is weakened.” (Rollo, 1993: 47) Through the literary protagonist, it allows us to understand the motives of other people, for example from the point of view of the opposite sex and it awakens and

improves empathy as well as understanding of others. It is a space for the formation of morality in a person and includes unconscious and conscious learning about emotions, human relationships, communication skills and other abilities and competences that emotional intelligence understands.

**Conclusion.** In this article, we dealt with the importance of emotionality in human life, which, however, should also be accompanied by rationality. The harmony between these two components of social intelligence largely determines the formation of attitudes towards oneself and the environment. We have pointed out the great influence of self-experience, the manifestations of which act on the outside and with the help of which we build our social interactions. That is why we are responsible for them. We dealt with the effects of emotional intelligence on us and on others. Its great advantage is that we can deal with negative feelings and can identify their origin. It is one of the prerequisites so that we can direct our experience and behaviour in the right way and remain authentic in our relationships. Thanks to this, our experience will be sincere, and our emotionality balanced. One of the main factors related to emotionality and rationality is our subjective attitude. We create this subjective attitude by ourselves, it represents our thinking. It reveals our values, attributions and its positive direction depends to a large extent on the individual. We also commented on the activities that should accompany us, because they are important for our real experiencing. It is culture in various forms, especially art and literature. We use them to shape our behaviour and gain mediated experience so that we can confront the authentic world. Emotions are one of the main carriers of information about us and others and are the basis of our experience. However, unless we learn to perceive our emotions, identify them, realize the causes of their occurrence, or suppress them, our life will not be based on quality and authentic relationships. Through self-knowledge, self-regulation and self-motivation, as elements of emotional intelligence, we build the ability to notice the needs of others, recognize their experiencing and expand our social competences. Conscious awareness of these factors helps to maintain healthy and harmonious relationships with oneself and the surrounding world.

#### Sources:

- GOLEMAN, D.: *Emoční inteligence*. Praha: Metafora, 2011.  
 JURČOVÁ, M.: *Tvorivosť v každodennom živote a vo výskume*. Bratislava: Iris, 2009.  
 KUDLÁČOVÁ, B.: *Fenomén výchovy*. Bratislava: Veda, 2006.  
 LOMNICKÝ, I.: *Hodnotové aspekty vzťahu etiky, kultúry a literatúry*. Nitra: FF UKF, 2011.  
 LOMNICKÝ, I.: *Podstatné súvislosti etickej výchovy*. Nitra: FF UKF, 2015.  
 MIHULOVÁ, M. – SVOBODA, M.: *Polarita života : hľadání vnitřní rovnováhy a harmonie*. Liberec: Santal, 2008.  
 NAKONEČNÝ, M.: *Emoce*. Praha: Triton, 2012.

- NEŠPOR, K.: *Duševní pružnost v každodenním životě*. Praha: Portál, 2015.  
 NÜRNBERGER, E.: *Síla pozitivního myšlení : jak získat životní nadhled a udržet starosti na uzdě*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011.  
 OLEJÁROVÁ, K.: *Láska a úcit*. Balans, roč. 3, č. 6, 2016, s. 20.  
 RAJSKÝ, A. – PODMANICKÝ, I.: *Člověk člověku. K pramenům etické výchovy*. Trnava: Veda, 2016.  
 RÍOS-RODRÍGUEZ, M. – ROSALES, CH. – HERNÁNDEZ, B. – LORENZO, M.: *Benefits for emotional regulation of contact with nature: a systematic review*. *Frontiers in Psychology*, 2024, [online] (cit. 13-9-2024) Available at: [https://www.researchgate.net/publication/382369092\\_Benefits\\_for\\_emotional\\_regulation\\_of\\_contact\\_with\\_nature\\_a\\_systematic\\_review](https://www.researchgate.net/publication/382369092_Benefits_for_emotional_regulation_of_contact_with_nature_a_systematic_review).  
 ROLLO, V.: *Emocionalita a racionalita*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1993.  
 RUISEL, I.: *Osobnosť a poznávanie*. Bratislava: Ikar, 2008.  
 SCHULZE, R. – ROBERTS, D. R.: *Emoční inteligence : přehled základních přístupů a aplikací*. Praha: Portál, 2007.  
 SLAMĚNÍK, I.: *Emoce a interpersonální vztahy*. Praha: Grada Publishing, a.s., 2011.  
 URBAN, H.: *To nejdůležitější v životě*. Praha: Portál, 2004.  
 VARAS-JULCA, C. – PALACIOS S. L. – SANTANA-MORA, C.: *Managing Perceived Stress and Emotional Self-regulation for Sustainable Mental Health Practice*. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 2024, [online] (cit. 10-9-2024) Available at: [https://www.researchgate.net/publication/383541885\\_Managing\\_Perceived\\_Stress\\_and\\_Emotional\\_Self-regulation\\_for\\_Sustainable\\_Mental\\_Health\\_Practice](https://www.researchgate.net/publication/383541885_Managing_Perceived_Stress_and_Emotional_Self-regulation_for_Sustainable_Mental_Health_Practice).  
 WICKETT, R. – MUHLERT, N. – NIVEN, K.: *The influence of personality on interpersonal emotion regulation in the context of psychosocial stress*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2023, [online] (cit. 15-9-2024) Available at: [https://www.researchgate.net/publication/368445552\\_The\\_Influence\\_of\\_Personality\\_on\\_InterpersonalEmotion\\_Regulation\\_in\\_the\\_Context\\_of\\_Psychosocial\\_Stress](https://www.researchgate.net/publication/368445552_The_Influence_of_Personality_on_InterpersonalEmotion_Regulation_in_the_Context_of_Psychosocial_Stress).  
 ŽILÍNEK, M.: *Étos a utváranie mravnej identity osobnosti*. Bratislava: Iris, 1997.

#### Kontakt:



Doc. PaedDr. Igor Lomnický, PhD.  
 Filozofická fakulta UKF v Nitre  
 Katedra etiky a estetiky  
 Štefánikova 67  
 949 74 Nitra  
 E-mail: ilomnický@ukf.sk



Mgr. Simona Rusznyáková  
 Filozofická fakulta UKF v Nitre  
 Katedra etiky a estetiky  
 Štefánikova 67  
 949 74 Nitra  
 E-mail: simona.rusnyakova@ukf.sk

# Organizácia kultúrneho života na lokálnej úrovni – skúsenosti a poznámky z obce Štefanovičová

**Michala Fúsková**

*Kľúčové slová: organizácia, miestna kultúra, manažment kultúry, Štefanovičová, Ponitrie*

*Key words: organization, local culture, culture management, Štefanovičová, Nitra Region*

*Abstract: Support of local culture is one of the important competences of local government. The main goal of the paper is to present practical experience from the organization and participation in cultural life in the municipality of Štefanovičová, Nitra Region. The contribution presents key cultural and social activities in the area, it describes their typology, targeting, financial and organizational background, also points to existing limits and possible development perspectives. In terms of methodology, the paper combines author's own experience as a member of organizational committee and the local municipal council, as well as the archival research, data collecting and the categorization of cultural potential adopted from the Evaluation Model of Cultural Potential. The paper also brings closer examples of experiences and good practices that can help current and future, professional and amateur actors involved in local culture management.*

**Úvod.** Kultúrny sektor prináša neustále nové výzvy na lokálnej i globálnej úrovni a to nielen v teoretickom diskurze, ale aj na úrovni praktickej implementácie nástrojov a opatrení. Otvorené zostávajú otázky ako ukotvenie významu kultúrnych hodnôt pre spoločnosť, jej ekonomické, technologické, ideologické a politické súvislosti či fenomény ako komodifikácia a homogenizácia kultúry alebo strata autenticity kultúrnych štruktúr. Prítomné sú aj tenzie medzi masovou a alternatívnou kultúrnou sférou, medzi tradovanou a novo-vznikajúcou či inštitucionálne budovanou a „živou“ kultúrou. Napriek problematickým javom je kultúra v rôznych podobách stále pevnou súčasťou individuálneho života jednotlivca i skupinových vzťahov v rodinách a komunitách. Na jej podpore sa podieľa rozsiahle spektrum subjektov verejného a súkromného sektora. Ochrana, obnova a rozvoj lokálnej kultúry patrí medzi významné kompetencie miestnej samosprávy. Hlavným cieľom príspevku je priblížiť praktické skúsenosti z organizácie a participácie na kultúrnom živote v obci Štefanovičová v okrese Nitra. Príspevok predstavuje kľúčové kultúrno-spoločenské aktivity v obci v rozmedzí rokov 2022 – 2024, približuje ich význam, typológiu, zacielenie, personálne a ekonomické zabezpečenie, poukazuje na existujúce limity a naznačuje perspektívy ďalšieho vývoja. Cieľom príspevku je predstaviť aj konkrétne príklady zažitej praxe, ktoré môžu napomôcť súčasným i budúcim, profesionálnym i amatérskym, aktérom kultúrneho života. Z hľadiska metódy príspevok čerpá predovšetkým z empirie autorky. Využitá bola metóda zúčastneného pozorovania (aktívna účasť na takmer 30 podujatiach v rokoch 2021 – 2024), realizované boli aj neštandardizované rozhovory s reprezentantmi kultúrno-spoločenského života a predovšetkým je tu zohľadnená skúsenosť autorky ako realizátorky marketingových aktivít v regióne (3 roky), členky kultúrneho spolku „Kultúra v Štefanovičovej“ (2 roky) a poslankyne obecného zastupiteľstva (1 rok). V príspevku sú využité aj zistenia z autorkinho archívneho výskumu v Štátnom archíve v Ivanke pri Nitre a údaje z dostupnej literatúry a rôznych dokumentov<sup>1</sup>. Tieto dáta boli nápomocné najmä pri vymedzení osobitostí obce z hľadiska jej lokalizácie či demografického, administratívneho a historického vývoja, ktoré reprezentujú dôležité činitele rámujúce priestor pre identifikáciu miestnych špecifik a rozvoj miestnej kultúry. Príspevok reflektuje aj koncept tzv. Hodnotiaceho modelu kultúrneho potenciálu<sup>2</sup> (Lenovský – Čukan – Dubská – Michalík, 2014), ktorý voľne aplikuje pri štruktúrovaní jednotlivých zložiek kultúrneho potenciálu v skúmanej obci.

<sup>1</sup> Tieto výstupy sa v príspevku z dôvodu limitovaného rozsahu i mierne odlišného zacielenia textu objavujú skôr ako doplnujúce informácie a ich plné znenie bude publikované v pripravovanej monografii o obci Štefanovičová.

<sup>2</sup> Hodnotiaci model kultúrneho potenciálu vychádza z klasifikácie 5 kľúčových kategórií kultúrneho potenciálu, ktorými sú hmotné a nehmotné kultúrne dedičstvo, kultúrne organizácie a inštitúcie, kultúrne podujatia a produkty, kultúrna infraštruktúra a ľudské zdroje v kultúrnom sektore; a to v kontexte ich identifikácie, obnovy a následného využívania. V súlade s touto klasifikáciou sú v príspevku bližšie popísané a analyzované jednotlivé kategórie kultúrneho potenciálu prítomného v skúmanej lokalite z pohľadu ich súčasného stavu a tiež odhadovaného vývoja v blízkej budúcnosti.

**Kultúra v lokálnom spoločenstve.** Podpora kultúry patrí medzi významné kompetencie územnej samosprávy. Každá obec ako ekonomická, sociálna a priestorová entita (Kováčová – Kováčová, 2022: 18) má svoje špecifiká. O rozmanitých súvislostiach kultúry a lokálneho spoločenstva pojednáva rozsiahla literatúra slovenskej i zahraničnej proveniencie. Vstupnou prácou k problematike bola publikácia autorov Mennel – Lewes (1976). Ku kultúrnej transmisii v lokálnom spoločenstve publikoval Murin (2017), k organizácii kultúrneho života napr. Bahna (2019), ku kultúre a kultúrnemu manažmentu Uličianska – Lidstone (2000), Chomová (2009), Hallon – Lešková (2018) alebo Pecníková (2020). Vzťahu kultúry, osvety a turizmu sa venovala Strelková (2009), súvislostiam voľného času a kultúry Hanuliaková (2020), záujmovému vzdelávaniu dospelých v koncepte kultúrno-osvetovej činnosti napr. Kupcová (2014), špecificky Nitrianskemu kraju napr. Gubaňová (2011). Cenné sú aj zborníky o miestnom a regionálnom rozvoji (eds. Danglová – Beňušková, 2007), tradičnej kultúre (ed. Feglová, 1994) či rozvoji manažérov v kultúre (ed. Chomová, 2023). Podľa Denciovej (2013: 278) možno miestnu kultúru definovať ako „*koherentný systém všetkých kultúrno-umeleckých, kultúrno-osvetových a kultúrno-spoločenských fenoménov, objektov a zariadení vyskytujúcich sa v jednej obci.*“ Stratégia kultúry a kreatívneho priemyslu SR 2030 (2022: 124) popisuje miestnu kultúru ako „*geograficko-teritoriálne najmenšiu zložku kultúry. Predstavuje podstatnú črtu kultúry, sebavyjadrenia miestneho obyvateľstva, jeho príspevok do regionálnej a národnej kultúry. Zahŕňa kultúrne prejavy a činnosti (kultúrne produkty, kultúrne procesy a ich kultivovanie) a kultúrnu osobitosť a svojráznosť, jej mieru a úroveň, akou sa miestna komunita zúčastňuje na kultúrnom živote a tvorbe vo svojom prostredí. Predstavuje systém všetkých kultúrnych a kultúrno-spoločenských fenoménov vyskytujúcich sa v jednej obci, meste, prípadne jej/jeho časti.*“

**Vymedzenie skúmaného územia.** Obec Štefanovičová je situovaná v juhovýchodnej časti Nitrianskej pahorkatiny, leží približne 19 km od mesta Nitra, 3 km od obce Mojmirovce a je súčasťou mikroregiónu CEDRON. Lokalita sa prvýkrát spomína pod názvom *Taran* v roku 1269, neskôr sa objavujú názvy *Tharanteluky*, *Taráň* či *Tarány* (Maslíková, 2011: 16). Územím preteká Tvrdošovský, predtým Taráňsky potok (Hladký, 2004: 27). Ide o nížinnú oblasť s rozsiahlymi černozeťami, ktorá sa v minulosti využívala na chov oviec (Podolák, 1982: 21–33), pestovanie plodín, vinohradníctvo a majerské hospodárenie, najmä v súvislosti s Huňadyovským panstvom v Mojmirovciach (Keresteš, 2006). V minulosti obec netvorila kompaktný celok, ale bola rozdelená na osady *Horný* a *Dolný Taráň*, resp. *Alsó Tarány* a *Felső Tarány* (2. vojenské mapovanie, 1839), pričom samotné jadro dnešnej zástavby bolo vybudované až v 20. storočí. Mnohé jej teritoriálne časti striedavo pustli a opäť sa zaľudňovali, menili vlastníkov, pričom administratívne prislúchali k rôznym panstvám a neskôr obciam, preto aj záznamy o lokalite spadajú pod dva rôzne archívne systémy. Cez osady viedla významná obchodná

Komjatická cesta (Cifrová – Vrabcová, 2008: 112) a tiež tzv. brančská trať (Gulík, 2021), vybudovaná v 30-tych rokoch 20. storočia, ktorá zväzala cukrovú repu do Nitry a Šurian. Blízkosť a historická prepojenosť s okolitými obcami a mestečkom Urmín (Mojmírovce) znamenala aj to, že lokalita nemala vybudovanú samostatnú správu. Špecifická bola aj v kontexte demografickej rozmanitosti – na majere prichádzali pracovníci a bíreši z okolitých obcí, neskôr sa objavujú správy o interakcii s vojakmi, zajatcami či židovskými utečencami (Hetényi, 2008: 150). Do koloritu obyvateľov po 1. sv. vojne prispeli prisťahovalci z Dolnej Zeme a z Južnej Moravy (Vrabcová, 2001: 157). Ľudia tu žili izolovane a súčasne pomerne otvorene k okolitému prostrediu. V 20. storočí tu bola vybudovaná administratívna správa, obchod, jednotriedna škola, neskôr kultúrny dom a zástavba sa rozšírila do dnešnej podoby. Ako samostatná obec sa vyčlenila až v roku 1935 pod názvom *Taráň*, názov Štefanovičová sa používa od roku 1948 (Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja obce Štefanovičová 2014: 12). Dnes je to malá obec poľnohospodárskeho charakteru, ktorej intravilán sa rozrastá len mierne. V roku 2024 mala približne 330 obyvateľov, pričom počet narastá prirodzeným spôsobom a migračné saldo má stabilnú hodnotu.

Ľudské zdroje a kultúrne organizácie ako impulz pre rozvoj kultúrneho života. Po voľbách do orgánov samosprávy obcí v roku 2022 sa otvorili možnosti pre intenzívnejší rozvoj kultúrneho života. Možno práve absencia rôznych záujmových organizácií uvoľnila priestor pre reakciu zdola a podnietila zapojenie samotných obyvateľov, najmä mladých rodín. Prvým novo-etablovaným konceptom sa v roku 2022 stali detské tvorivé dielne, ktoré podnietili organizovanie ďalších podujatí a založenie nadväzujúcich neformálnych skupín. Kultúrno-spoločenské aktivity v obci v súčasnosti zastrešuje predovšetkým spolok „Kultúra v Štefanovičovej“ (4 - členná neformálna skupina založená v roku 2022) v kooperácii so starostom obce, no na organizácii sa podieľajú aj pracovníčky obecného úradu, členovia obecného zastupiteľstva a široká verejnosť. Konečná podoba kalendária je vždy výsledkom horizontálneho riadenia a konsenzu zúčastnených strán. Spolok funguje na báze dobrovoľného, neregistrovaného spolku s nehonorovaným pôsobením, čo síce spôsobuje isté limity rozvoja, súčasne však ponecháva istú voľnosť a spontánnosť pri plánovaní aktivít. Poukazuje na to aj Slušná (2014: 61), ktorá uvádza, že „*kreatívna energia sa negeneruje len prostredníctvom formálnych aktivít: dôležitý katalyzátor kreativity, najmä v podmienkach menších miest a obcí, predstavujú aktivity lokálnych kultúrnych aktérov: združenie, spolky a krúžkov, fungujúcich najmä na báze dobrovoľnosti a neprofesionálnosti.*“ Od roku 2022 realizoval spolok približne 25 kultúrno-spoločenských aktivít, medzi ne patrili napr. fašiangové slávnosti, deň Zeme, blší trh, vajíčkové hry, stávanie mája, juniáles, Medzinárodný deň detí, šarkaniáda, rodinné opekačky, divadelné predstavenie „Kamarátka z nosa“, oslavy venované seniorom, degustácia vín, hodové slávnosti, vianočné trhy či príchod sv. Mikuláša.

Kalendárium dopĺňajú pravidelné aktivity ako detské dielne, nácviky tanečného spolku, športové cvičenia, stretnutia žien či nácviky divadelného súboru. Zabezpečenie diverzifikovaných príležitostí pre trávenie voľného času je jedným z cieľov spolku, keďže „*súčasný človek od svojho sociálneho okolia očakáva dostatok podnetov, ktoré mu umožnia plnohodnotné trávenie voľného času. Kvalita a rozsah ponuky kultúrnych a voľnočasových aktivít je jedným z primárnych cieľov lokálnych kultúrnych a sociálnych politík.*“ (Slušná, 2012: 65) Činnosť organizačného tímu spolku je veľmi rozsiahla, pokrýva veľa oblastí (od legislatívy, cez marketing, plánovanie, financovanie až po bezpečnostné a technologické zabezpečenie) a v tomto kontexte je potrebné zdôrazniť, že podľa Chomovej (2023: 4) „*manažér kultúry je čoraz častejšie multidimenzionálna funkcia.*“ Chomová (2023: 45) ďalej dodáva že „*v praxi kultúrno-osvetoví pracovníci vykonávajú v lokalite rozsiahle a dôležité činnosti (často riadia činnosť záujmových kolektívov, komunikujú s nadriadenými orgánmi, spracúvajú stratégie a koncepcie rozvoja určitých úsekov činnosti, realizujú regionálne aj nadregionálne aktivity/festivály, riešia financovanie aktivít a vykonávajú ďalšie činnosti), ktoré si vyžadujú manažérske zručnosti a predpokladajú vysokoškolské vzdelanie.*“ Je prirodzené, že tieto schopnosti nemožno kumulovať v jednej osobe, preto sú úlohy diverzifikované na viaceré členky tímu a každá z nich má určenú svoju pozíciu. V skladbe tímu je adekvátne balansovaná diverzita z hľadiska veku či profesijného zamerania - od akademického pohľadu, cez kreatívny až po podnikateľský. Táto rôznorodosť je silou aj možným ohrozením kolektívu, no ukazuje sa, že dôležitejšie ako pracovné skúsenosti či názorová odlišnosť sú osobnostné charakteristiky členiek, ich komunikačné schopnosti, interpersonálne zručnosti a schopnosť ustúpiť z osobných preferencií v prospech verejného záujmu. Zabezpečovanie širokého spektra aktivít konzistentným a ustáleným tímom umožňuje nielen jednoduchšiu organizáciu, ale podporuje aj postupné zvyšovanie kvality kultúrnej ponuky na princípe opakovania výročného cyklu. Výhodou kolektívnej práce je aj možnosť vzájomnej kompenzácie úsilia a ponechanie dostatočného času na regeneráciu síl jednotlivých členiek a ich rodín. Bahna (2019: 339) v tejto súvislosti správne poznamenáva, že „*iniciátori a ústrední organizátori aktivít predstavujú v každej obci relatívne malý kruh vysoko aktívnych ľudí, z ktorých niektorí sa často angažujú naprieč viacerými podujatiami.*“

**Plánovanie a financovanie kultúrnych podujatí a produktov.** Komplexné nastavenie ideového konceptu kultúrno-organizačnej skladby je dôležitým prvkom plánovania. Je potrebné prihliadať na kvalitu i kvantitu aktivít, ich diverzitu, cieľové skupiny, rozmanitosť repertoáru, motiváciu, očakávania a preferencie verejnosti či tzv. substitučné alternatívy trávenia voľného času (Chan – Mauborgne, 2015: 60). Každá aktivita je plánovaná vopred s dostatočným časom na prípravu a v harmonograme sa uplatňuje adekvátny časový odstup medzi podujatiami, potrebný tak pre tvorcov, ako aj prijímateľov kultúrnej ponuky. Prvky, ktoré sú verejnosťou vnímané

pozitívne, sú používané opakovane ako stabilné jednotky, naopak tie, ktoré sa ukážu ako nerelevantné či neodôvodnené, bývajú odstránené a nahradené novými. Zvýšený akcent je v porovnaní s predchádzajúcim obdobím kladený na estetické aspekty ponuky, napr. výzdobu či udržiavanie čistoty areálov. Koncepcia podujatí je vytváraná aj zdola na základe iniciatívy obyvateľstva, no k týmto návrhom je potrebné pristupovať obozretne a selektovať ich podľa miery relevantnosti. Štruktúra aktivít zohľadňuje neustále hľadanie krehkej rovnováhy medzi novou a zaužívanou formou, medzi inováciou a imitáciou, originalitou a štylizáciou. Balansuje medzi požiadavkami rôznych generáčnych skupín a tiež medzi vysokou a „nízkou“ kultúrnou ponukou (napr. pri výbere programu istej umeleckej kvality). Spolok usiluje tiež o to, aby jednotlivé prvky nejestvovali ako fragmentované zložky, ale vytvárali zmysluplný komplexný celok. Väčšina podujatí kombinuje možnosti aktívneho zapojenia a pasívneho rekreácie (napr. pri detských podujatiach sa integrujú pohybové, edukačné aj kreatívne aktivity). Veľkou výzvou sú multižánrové podoby a medzigeneračné prepojenia, ktorých zámerom je budovanie istej kolektívnej príslušnosti a upevňovanie vzťahových väzieb medzi generáciami k lokalite. Faktorom, ktorý principiálne determinuje úspešnosť aktivít, je voľba termínu. Konanie podujatí je potrebné určiť vopred s časovou rezervou (napr. v podobe kalendária alebo použitím hlavičky „pripravujeme“) a s prihliadnutím na sviatočné dni, prázdniny či miestne zvyklosti. Zohľadňujú sa aj dôležité nadregionálne podujatia, ktoré by výrazným spôsobom mohli ovplyvniť účasť verejnosti. Dôležité je aj presné načasovanie trvania podujatia, ktoré je potrebné správne zvoliť s ohľadom na návrat obyvateľov z práce, dokončenie prác či spánok detí. Pri realizácii aktivít sa najčastejšie uplatňuje viacdrojové financovanie. Prvý rok boli aktivity spolku finančne realizované na dobrovoľnej báze. Po stabilizácii tímu boli pre rok 2024 schválené aj doplnkové zdroje z obecného rozpočtu. Výdavky sú okrem toho pokrývané zo vstupného, z vybratých príspevkov či z predaja tombolových lístkov. Osvedčilo sa aj zavedenie dobrovoľného príspevku, ktorým môžu obyvatelia ľubovoľnou sumou prispieť na realizáciu kultúrnej ponuky. Finančné sú vynakladané úvážlivo a transparentne, pokrývajú najmä občerstvenie, honoráre pre účinkujúcich a spotrebu energií. Keďže obec sa usiluje minimalizovať vynaložené zdroje, mnohé prípravné aktivity (kosenie areálov, úprava hracích prvkov či čistenie priestorov) sú organizované svojpomocne, napr. na báze obecných brigád. Ekonomická sila malej obce prirodzene ovplyvňuje aj diapazón ponúkaných služieb – keďže mnohé podujatia nedokážu z pohľadu profesionálnych poskytovateľov generovať potrebný obrat, dochádza ku kompenzácii ponuky rôznymi kooperatívnymi vzťahmi, medzi-obecnými prepojeniami či barterovou výmenou. Všetky získané príjmy sú opätovne využité v prospech organizácie kultúrneho života. Medzi dôležité ciele spolku patrí okrem udržania finančnej stability aj postupná integrácia udržateľných riešení (napr. s cieľom znižovať produkovaný odpad).

### **Kultúrna infraštruktúra ako dôležitá podmienka kultúrnych aktivít.**

Pri organizácii kultúrno-spoločenských aktivít v lokálnom spoločenstve je mimoriadne významná skladba a rádius kultúrnej infraštruktúry. Lenovský – Čukan – Dubská – Michalík (2014: 47) uvádzajú, že „kvalita, rozsah, úroveň, vybavenie, vlastníctvo a stav týchto zariadení môže výrazne ovplyvňovať (stimulovať i obmedzovať) kultúrne dianie a ovplyvňovať tak pasívnu i aktívnu participáciu obyvateľov na produkcii a „konzumácii“ kultúry.“ V obci sa nachádza 6 takýchto prvkov, všetky sú vo vlastníctve obce. Veľké otvorené podujatia sú organizované na futbalovom ihrisku, menšie outdoorové aktivity sa konajú na detskom ihrisku a v rekreačnom areáli. Na interiérové podujatia sa využíva sála kultúrneho domu a zasaďačka obecného úradu. Variabilita priestorov umožňuje správne nastavenie ideového námetu – napr. malé tvorivé dielne sú umiestňované do miestnosti s intímnejšou atmosférou, veľké slávnosti do sály. Priestorové alternatívy motivujú k zvýšeniu pestrosti aktivít, umožňujú simultánnu organizáciu a tiež alternáciu priestranstiev v prípade problematických situácií. Na informovanie verejnosti sú využívané „ostatné podporné mechanizmy, nástroje, podmienky a predpoklady, teda prvky zvyšujúce dostupnosť kultúry v najširšom význame.“ (Lenovský – Čukan – Dubská – Michalík, 2014: 47) Oznamy o kultúrnom dianí sú distribuované na sociálnej sieti Facebook (profil Kultúra v Štefanovičovej), prostredníctvom obecného e-mailu, vývesných tabúl či obecného rozhlasu. Limitovaná veľkosť obce v tomto prípade umožňuje aj účinnú distribúciu pozvánok v tlačenej podobe do poštových schránok. Každé podujatie je podporené individuálnym marketingovým plánom. Spolok má stanovené svoje logo a grafický manuál, ktorý využíva v online i offline priestore. Vizuality majú svoju vnútornú konzistenciu s využitím jednotných šablón, odlišujú sa len napr. typom písma či inými prvkami charakteristickými pre konkrétnu aktivitu. Pri ich koncipovaní je nesmierne dôležité správne uchopiť esenciu podujatia a komunikovať kultúrny produkt tak, aby prijímatelia pochopili jeho charakter. Je potrebné dbať na detaily (napr. pri užívaní prvkov z tradičnej kultúry) a vyvarovať sa používaniu motívov či kombinácii farieb s viacvrstvovou interpretáciou. Veľmi dôležitá je včasná informovanosť, spôsob vyjadrovania, gramatická správnosť, ale aj vhodný, neutrálny tón komunikácie. Zo všetkých podujatí je zhotovovaný fotografický a video materiál, ktorý je archivovaný a uverejňovaný. Profil na sociálnej sieti je pravidelne aktualizovaný a verejnosť tak získava včasné a relevantné informácie. Príspevky sú vždy zdieľané aj v skupinách okolitých obcí, kde majú dobré zacielenie – dôvodom nie je ani tak pritiahnutie ďalších záujemcov (z hľadiska kapacity to často nie je ani možné), ich cieľom je skôr prispieť k tzv. udržiavaciemu marketingu a dlhodobému budovaniu obrazu kultúrnej aktívnej obce v širšom regióne. Keďže obec si zatiaľ nevedie obecnú kroniku, ako alternatíva je raz ročne publikovaný časopis Taráňske zvesti. V roku 2023 bol vydaný v elektronickej aj printovej verzii, a to po niekoľkých rokoch nečinnosti.



Obrázok č. 1: Príklady vizuálov vybraných podujatí z rokov 2023, 2024



Zdroj: Michala Fúsková, 2024

**Participácia verejnosti na kultúrnom živote.** Účast' verejnosti na kultúrnom dianí je otázkou, ktorou sa zaoberajú mnohí aktéri kultúrnej ponuky. V predmetnej obci je kľúčovým aspektom participácie demografická štruktúra. Kým percento pôvodných rezidentov klesá, zvyšuje sa počet prisťahovaných obyvateľov a určitý objem tvorí aj skupina chatárov a chalupárov (sú to napr. pôvodní obyvatelia, ktorí trvale žijú v mestách a v lokalite sa rekreujú počas víkendov). Až na výnimky všetci obývajú rodinné domy – starostlivosť o ne zaberá obyvateľom značnú časť disponibilného voľného času. Svoj vplyv má aj veková, ekonomická a vzdelanostná skladba, susedské väzby či zdravotný stav starších obyvateľov. Mnohí občania majú rôzne záujmové aktivity či prácu na zmeny, rodiny často organizujú rôzne voľnočasové stretnutia na individuálnej úrovni. Úlohu zohráva aj zvýšená mobilita obyvateľov (mnohé rodiny vlastnia minimálne dva automobily), dostupnosť miest a obcí, ktorých kultúrno-spoločenská ponuka sa bohužiaľ často prekrýva. Tieto aspekty zásadne formujú krivku dopytu. V tejto súvislosti rozlišujú Boniface, Cooper a Cooper (2020: 12) 4 kategórie dopytu: zamýšľaný, reálny, potlačený (potenciálny alebo odložený) a nulový dopyt. Vo veľmi simplifikovanom vnímaní (evidovanie presných štatistických údajov je plánované v roku 2025) možno odhadovať, že tretina obyvateľov je veľmi aktívna a navštevuje takmer všetky podujatia, tretina sa rozhoduje podľa momentálnej situácie a tretina sa nezúčastňuje takmer vôbec. V rámci tretej skupiny existuje špecifická zložka obyvateľov, ktorá síce na verejnom živote neparticipuje, ale kultúrne dianie sleduje a istým spôsobom podporuje. Ako isté negatívum možno vnímať skutočnosť, že často na aktivitách participujú predovšetkým pôvodní obyvatelia a ich rodinní príslušníci, teda dôležitým aspektom sú v tomto kontexte rodinné a susedské vzťahy. Výzvou zostáva uspokojenie potrieb nových obyvateľov.

Obrázok č. 2, 3: Miestni obyvatelia ako rozprávkové postavy počas Medzinárodného dňa detí 2023 a 2024



Zdroj: Michala Fúsková, 2023, 2024

Obrázok č. 4, 5: Fotografie z divadelného predstavenia Kamarátka z nosa, 2024



Zdroj: Archív spolku Kultúra v Štefanovičovej, 2024

**Kultúrne dedičstvo a limity kultúrneho života v obci Štefanovičová.** Zložitý historický, administratívny, teritoriálny i demografický vývoj skúmanej lokality dodnes ovplyvňuje jej charakter, miestnu kultúru i podmienky pre rozvoj. Aj Bahna (2019: 340) v tejto súvislosti poznamenáva, že pri organizácii kultúrneho života dôležité rozdiely medzi obcami „pramenia z ich historického a sociálno-ekonomického pozadia.“ Kultúrna transmisia tu bola viackrát narušená. V obci nie sú výrazne prítomné kultúrno-historické

pamiatky, objekty drobnej architektúry či iné kultúrne symboly, ktoré by uchovávali kultúrnu identitu územia (výnimkou je centrálna budova bývalej školy, zachované prvky bývalej železnice či niekoľko objektov z bývalých majerov so znakmi výstavby nížinného typu). Dodnes k obci nie je spracovaný žiadny odborný etnografický ani historický materiál, záznamy o kultúrnej tradícii sú ojedinelé. Sporadicky sa objavuje napr. v spracovaní regionálnych legend a povestí (Haršániová, 2015), vo výskume gajdošskej tradície (Žilík, 2019) či v rámci regionálnych dejín (Keresteš, 2006; Koppán, 2022).

Obrázok č. 6, 7: Fotografie z podujatí - stávanie mája, fašiangové slávnosti



Zdroj: Michala Fúsková a archív spolku Kultúra v Štefanovičovej, 2024

Mnohé hmotné i nehmotné prvky (odev, strava, nárečie a pod.) nie je možné jednoznačne označiť za autochtónne a typické len pre vymedzené územie – blízkosť ostatných usadlostí a tiež kultúrny synkretizmus nižších oblastí Ponitria v tomto ohľade akoby „pohltit“ lokálne špecifiká a sú tu prítomné skôr zástupné prvky typické pre celý región. Mnohé kategórie kultúrneho potenciálu sú v lokalite neprítomné alebo nezaznamenané a až v súčasnosti dochádza k ich postupnej identifikácii. Vyhľadávanie údajov je však veľmi zložité a zdĺhavé, vyžaduje si hĺbkový archívny výskum a dlhodobú etnografickú sondu medzi najstaršími obyvateľmi, ktorých je už dnes veľmi málo. Tento stav prináša isté výzvy a čiastočne redukuje využitelný kultúrny potenciál skôr na oblasť kultúrno-spoločenských podujatí, na druhej strane otvára možnosti pre kreovanie novej kvality a dynamiky kultúrneho života. Marko – Kobielsky – Žišková – Devečka – Pipíšková (2022: 28) v príbuznom kontexte uvádzajú, že „aj obce, ktoré nemajú kultúrnu tradíciu, majú potenciál vytvoriť novú kultúrnu ponuku.“ V rámci portfólia aktivít spolku teda dochádza aj k postupnému odkrývaniu nových prvkov kultúrneho potenciálu – v obecnom časopise bol napr. publikovaný článok venovaný historickému vývoju obce, ktorý vykonala autorka na základe výskumu v Štátnom archíve v Ivanke pri Nitre a priniesol tiež profil miestneho umelca; v roku 2024 došlo aj k obnove divadelnej tradície a k revitalizácii fašiangových sprievodov, čo zaznamenalo aj celoslovenský mediálny záujem (reportáž na TV Markíza). Identifikácia, dokumentácia a ochrana ďalších kategórií kultúrneho potenciálu, postupné odkrývanie kultúrneho dedičstva, zber dát medzi najstaršími obyvateľmi a výskum lokálnych dejín by umožnili, spolu s ďalšími faktormi, kreovanie novej úrovne využívania kultúrnych hodnôt v predmetnej lokalite. Denciová (2013: 274) v tejto súvislosti píše, že „kultúra je citlivým barometrom zmien. Lokálne kultúrno-osvetové zariadenia a inštitúcie nanovo krehujú i obsah a orientáciu svojich aktivít, rozširujú ponuku podujatí v snahe zosúladiť ich s aktuálnymi požiadavkami a trendmi doby. Ich význam a kultúrno-spoločenská úloha napomôcť transformačným procesom v podmienkach meniacej sa spoločnosti stúpa.“ Podľa Slušnej (2012: 56) môže byť „fungujúca a aktívna „kreatívna trieda“ na miestnej úrovni výrazným faktorom zvýšenia konkurencieschopnosti lokality.“ Takéto príležitosti sú prítomné napr. v skvalitnení a rozšírení infraštruktúry, napr. v zriadení pamätnej izby, otvorení expozície o železničnej trati, v prevádzke lokálnej kaviarne či v úprave kultúrnej krajiny a v realizácii ďalších krokov implementovateľných v komunálnom živote, regionálnom vzdelávaní či v turizme Nitrianskeho kraja.

Obrázok č. 10, 11: Titulná strana a ukážka časopisu Taránske zvesti



Zdroj: Michala Fúsková, 2024

**Záver.** Význam kultúry sa odzrkadľuje nielen v ekonomických, ale aj sociálnych dimenziách. Kultúrny život prispieva k eliminácii nežiaducich spoločenských javov, je protipólom individuálne žitého, izolovaného bytia a je katalyzátorom ďalších zmien. Kultúrne aktivity sa využívajú pri prevencii sociálno-patologických javov, odstraňovaní mechanizmov sociálnych bariér, pri upevňovaní súdržnosti spoločenstva, redukcii polarizácie a zvyšovaní spolupatričnosti. Podľa Kačirkovej (2017: 18) „sociálny charakter lokality, jeho sociálne kvality prezentované tvorivým ľudským potenciálom, jeho talentom, nadaním a kultúrnym prostredím, ktoré danú lokalitu zatriktívňujú, sú faktorom, ktorý stojí za oživením dôležitosti lokálneho v globálnej ekonomike.“ Jakubovská (2017: 132) doslova uvádza, že „revitalizácia kultúrnych tradícií regeneruje lokálne komunity.“ Skúmaná lokalita je dôkazom, že aktívny model kultúry je možné realizovať aj v lokalitách s menšou ekonomickou silou. Stabilný kultúrny rámec malej obce je aj dôkazom istej obecnej suverenity, vitality, sebestačnosti a schopnosti tvorivej reprodukcie. Hoci stav uvedený v príspevku dokumentuje len dva roky intenzívnejšej kultúrno-spoločenskej činnosti, je už dnes viditeľné, že generuje priame i sekundárne prínosy a prispieva k dlhodobému rastu. Vo všeobecnosti možno povedať, že takmer všetky aktivity majú zaplnenú kapacitu, účasť obyvateľstva má vzrastajúcu tendenciu a obec sa začína etablovať aj v širšom regióne ako kultúrne aktívny subjekt. Nástrojom, ktorý dominantne prispieva k nárastu účasti, je skutočnosť, že verejnosť je vnímaná nielen ako recipient, ale aj spolu-tvorca kultúrnej ponuky. Organizátori kultúrneho diania v obci si uvedomujú, že budovanie silnej komunity

zvnútra, resp. zdola nahor, je jedným z pilierov revitalizácie kultúrneho diania a preto je verejnosť vždy prizývaná na stretnutia ako spolu-tvorca obsahu i foriem kultúrnych aktivít. Tvorivý potenciál obyvateľov, ich zručnosti, talent či záujmy sa postupne odhaľujú, čo iniciuje ďalšie nadväzujúce kultúrno-spoločenské aktivity a vytvára priestor pre zvyšovanie kvality ľudských zdrojov, sebarealizáciu a nové sociálne podnety. V obci sa postupne vytvára priaznivejšia atmosféra medziľudských aj medzigeneračných vzťahov, zintenzívňuje sa kultivácia verejného priestoru a upevňujú sa susedské, rodinné i priateľské väzby, ktoré sa prejavujú o.i. oživenou vzájomnou pomocou pri pracovných aktivitách (napr. pri odstraňovaní škôd), intenzívnejšou neformálnou komunikáciou v bežnom živote či nárastom spoločných aktivít obyvateľov organizovaných napr. v spoločných priestoroch, na ulici či v záhradách. Súčasne je však potrebné pripustiť, že popísaný stav nie je konečný, podlieha zmenám a môže prinášať nečakané výzvy a riziká. Možná obmena situácie a atmosféry v obci, únava organizačného kolektívu, zmeny v rámci obecnej samosprávy či iné okolnosti a vývojové tendencie (napr. klimatické problémy či energetická náročnosť) postupne modifikujú prítomnosť a je potrebné sa na ne pripraviť aj v rámci kultúrneho plánovania.

#### Literatúra a pramene:

- BAHNA, V.: Organizácia kultúrno-spoločenského života vo vybraných úspešných obciach. *Slovenský národopis*, 67 (3), s. 324 – 342. [online] (cit. 05-08-2024) Dostupné na: [https://www.researchgate.net/publication/336153067\\_Organizacia\\_kulturneho\\_a\\_spolocenskeho\\_zivota\\_vo\\_vybranych\\_uspesnych\\_obciach](https://www.researchgate.net/publication/336153067_Organizacia_kulturneho_a_spolocenskeho_zivota_vo_vybranych_uspesnych_obciach).
- BONIFACE, B. – COOPER, CH. – COOPER, R.: *Worldwide Destinations. The Geography of Travel and Tourism*. Londýn: Routledge, 2020.
- CIFRA, Š. – VRABCOVÁ, V.: *Komjatice 1256 – 2006. Komjatice: Združenie priateľov obce Komjatice*, 2008.
- DANGLOVÁ, O. – BEŇUŠKOVÁ, Z. (eds.): *Trendy regionálneho a miestneho rozvoja na Slovensku*. Bratislava: Ústav etnológie SAV, 2007.
- DENCIOVÁ, E.: Inštitucionálna báza miestnej kultúry a kultúrno-osvetovej činnosti. In: Matulčík, J. (ed.): *Acta Andragogica* 3, 2013, s. 273 – 292. [online] (cit. 05-08-2024) Dostupné na: [https://fphil.uniba.sk/fileadmin/fif/katedry\\_pracoviska/kped/projekty/projekt\\_Stanem\\_sa\\_ucITelom/Acta\\_Andragogica/3-24.pdf](https://fphil.uniba.sk/fileadmin/fif/katedry_pracoviska/kped/projekty/projekt_Stanem_sa_ucITelom/Acta_Andragogica/3-24.pdf).
- FEGLOVÁ, V. (ed.): *Tradičná ľudová kultúra a výchova v Európe*. Nitra: VŠP v Nitre, 1994.
- GUBAŇOVÁ, M.: Udržanie tradičných hodnôt života na vidieku vo vidieckych obciach okresu Nitra. *Determinanty kvality života na vidieku*. Nitra: SPU, 2011, b.s. [online] (cit. 12-08-2024) Dostupné na: <http://www.slpk.sk/eldo/2012/zborniky/001-12/gubanova.pdf>.
- GULÍK, J.: *Spomienka na šuriansku úzkokolajku*. [online] (cit. 25-09-2024) Dostupné na: <https://www.vlaky.net/zeleznice/spravy/7969-Spomienka-na-suriansku-uzkolajku/>.
- HALLON, L. – LEŠKOVÁ, D.: *Výskum v službách kultúry. Pamätnica k 50. výročiu vzniku Výskumného ústavu kultúry*. Bratislava: Národné osvetové centrum, 2018.
- HANULIAKOVÁ, J.: *Pedagogika voľného času a výchova vo voľnom čase*. Dubnica nad Váhom: Vysoká škola

- DTI, 2020. [online] (cit. 25-09-2024) Dostupné na: <https://www.dti.sk/data/files/file-1612167807-6017ba7f0f1b9.pdf>.
- HARŠÁNIOVÁ, V.: *Na juh od Nitry. Mojmirovce: EN ARS*, 2015.
- HETÉNYI, M.: *Slovensko-maďarské pomedzie v rokoch 1938 – 1945*. Nitra: UKF v Nitre, 2008.
- HLADKÝ, J.: *Hydronymia povodia Nitry*. Trnava: Pedagogická fakulta Trnavskej univerzity, 2004.
- CHOMOVÁ, S.: *Voľný čas – príležitosť na rozvoj kreativity, inovácií a vzdelávania*. Bratislava: Národné osvetové centrum, 2009. [online] (cit. 15-08-2024) Dostupné na: <https://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2020/04/Vo%C4%BEny-cas-1.pdf>.
- CHOMOVÁ, S.: *Rozvoj manažérov v kultúre*. Bratislava: Národné osvetové centrum, 2023. [online] (cit. 16-08-2024) Dostupné na: <https://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2023/10/Rozvoj-manazerov-v-kulture.pdf>.
- JAKUBOVSKÁ, K.: *Od multikultúrnosti a internacionalizácie k revitalizácii tradícií*. Nitra: UKF Nitra, 2017.
- KAČÍRKOVÁ, M.: *Kreativita v kontexte znalostnej spoločnosti*. Bratislava: Ekonomický ústav SAV, 2017. [online] (cit. 05-08-2024) Dostupné na: [https://ekonom.sav.sk/uploads/journals/365\\_wp\\_95.pdf](https://ekonom.sav.sk/uploads/journals/365_wp_95.pdf).
- KERESTEŠ, P.: *Medzi starým a novým. Život dolnonitrianskeho mestečka Urmín v 18. a prvej polovici 19. storočia*. Mojmirovce: Obecný úrad Mojmirovce, 2006.
- KOPPAN, V.: *Pozostavby. Poľnohospodárske pamiatky Nitrianskeho kraja*. Nitra: EHMK 2026: Slovenské poľnohospodárske múzeum, 2022.
- KOVÁČOVÁ, N. – KOVÁČOVÁ, S.: *Špecifika miestnej samosprávy Slovenskej republiky a vybraných krajín stredoeurópskeho priestoru*. Sládkovičovo: Vysoká škola Danubius, 2022. [online] (cit. 15-08-2024) Dostupné na: <https://fvps.vsdanubius.sk/files/fvps/54/sk/specifika-miestnej-samospravy.pdf>.
- KUPCOVÁ, V.: *Záujmové vzdelávanie dospelých z aspektu kvality*. Banská Bystrica: UMB, 2014.
- LENOVSKÝ, L. – ČUKAN, J. – DUBSKÁ, M. – MICHALÍK, B.: *Hodnotiaci model kultúrneho potenciálu*. Nitra: UKF v Nitre, 2014.
- LIDSTONE, G. – ULÍČIANSKA, Z.: *Kultúrny manažment*. Bratislava: VŠMU, 2000.
- MARKO, R. – KOBIELSKY, A. – ŽIŠKOVÁ, J. – DEVEČKA, R. – PIPÍŠKOVÁ, I.: *Miestna kultúra a zvýšenie potenciálu jej využitia na miestnej úrovni*. Bratislava: ZMOS, 2022. [online] (cit. 04-09-2024) Dostupné na: [https://www.ia.gov.sk/wp-content/uploads/2022/09/NP\\_PKSD\\_ZMOS\\_Miestna\\_kultura\\_final\\_AV.pdf?csrt=13502049050539628669](https://www.ia.gov.sk/wp-content/uploads/2022/09/NP_PKSD_ZMOS_Miestna_kultura_final_AV.pdf?csrt=13502049050539628669).
- MASLÍKOVÁ, L.: *Vývoj osídlenia dolného Ponitria do polovice 14. storočia*. In: Podolan, P.(ed.): *Historia nova I – 2010*, 2, s. 8 – 31. Bratislava: Stimul, 2011. [online] (cit. 03-09-2024) Dostupné na: [http://www.fphil.uniba.sk/fileadmin/user\\_upload/editors/ksd/HinoI-2010-2.pdf](http://www.fphil.uniba.sk/fileadmin/user_upload/editors/ksd/HinoI-2010-2.pdf).
- MENNEL, S.J. – LEWES, F.M.M.: *Leisure, Culture and Local Government*. Exeter: University of Exeter, 1976. [online] (cit. 05-09-2024) Dostupné na: [https://www.academia.edu/42887433/Leisure\\_Culture\\_and\\_Local\\_Government](https://www.academia.edu/42887433/Leisure_Culture_and_Local_Government).
- MURIN, I.: *Etnografia generačnej transmisie kultúry v lokálnom spoločenstve – antropologická perspektíva*. Habilitačná práca. Praha: Univerzita Karlova, 2017. [online] (cit. 04-09-2024) Dostupné na: [https://www.academia.edu/90762932/Etnografia\\_genera%C4%8Dnej\\_transmisie\\_kult%C3%BARY\\_v\\_lok%C3%A1lnom\\_spolo%C4%8Denstve\\_antropologick%C3%A1\\_perspekt%C3%ADva](https://www.academia.edu/90762932/Etnografia_genera%C4%8Dnej_transmisie_kult%C3%BARY_v_lok%C3%A1lnom_spolo%C4%8Denstve_antropologick%C3%A1_perspekt%C3%ADva).
- PECNÍKOVÁ, J.: *Úvod do štúdia kultúr(y)*. Banská Bystrica: DALI BB, 2020. [online] (cit. 03-09-2024) Dostupné na: <https://www.ff.umb.sk/app/cmsSiteAttachment.php?ID=7742>.
- PODOLÁK, J.: *Tradičné ovčiarstvo na Slovensku*. Vydavateľstvo SAV: Bratislava, 1982.

PROGRAM HOSPODÁRSKEHO A SOCIÁLNEHO ROZVOJA OBCE ŠTEFANOVIČOVÁ 2015-2023. [online] (cit. 22-08-2024) Dostupné na: <https://www.obce.info/theme/www-obce-info/files/cities/documents/794/PHSR-Stefanovicova-Aktualizacia-Verzia-1.1.pdf>.

SLUŠNÁ, Z.: Nové funkcie umeleckých a kreatívnych voľnočasových aktivít. In: GAŽOVÁ, V. (ed.) *Metamorfózy priemyslu kultúry*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, 2014. [online] (cit. 05-09-2024) Dostupné na: [https://fphil.uniba.sk/uploads/media/AC\\_23..pdf](https://fphil.uniba.sk/uploads/media/AC_23..pdf).

SLUŠNÁ, Z.: *Aspekty a trendy súčasnej kultúry*. Bratislava: Národné osvetové centrum, 2012. [online] (cit. 05-08-2024) Dostupné na: <https://www.nocka.sk/wp-content/uploads/2020/04/Aspekty-a-trendy-s%C3%BA%C4%8Dasnej-kult%C3%BAry.pdf>.

STRATÉGIA KULTÚRY A KREATÍVNEHO PRIEMYSLU SR 2030. Bratislava: Ministerstvo kultúry SR, 2022. [online] (cit. 04-09-2024) Dostupné na: [https://strategiakultury.sk/wp-content/uploads/2023/02/strategia\\_KKP\\_SR\\_2030.pdf](https://strategiakultury.sk/wp-content/uploads/2023/02/strategia_KKP_SR_2030.pdf).

STRELKOVÁ, J.: *Kultúra, osвета a turizmus*. Bratislava: Národné osvetové centrum, 2009.

VOJENSKÉ MAPOVANIE 2. [online] (cit. 04-09-2024) Dostupné na: [www.staremapy.sk](http://www.staremapy.sk).

VRABCOVÁ, E.: Kolonizácia Žitného ostrova v I. pozemkovej reforme. In: Nováková, V. (ed.): *Migrácia. Dunajská Streda: Liliu Aurum*, 2001, s. 153 – 175. [online] (cit. 05-09-2024) Dostupné na: [https://www.obeczalesie.sk/e\\_download.php?file=data/editor/64sk\\_2.pdf&original=Koloniz%C3%A1cia+%C5%BDitn%C3%A9ho+ostrova+v+I.+pozemkovej+reformy.pdf](https://www.obeczalesie.sk/e_download.php?file=data/editor/64sk_2.pdf&original=Koloniz%C3%A1cia+%C5%BDitn%C3%A9ho+ostrova+v+I.+pozemkovej+reformy.pdf).

W. CHAN, K. – MAUBORGNE, R.: *Strategie modrého oceánu*. Praha: Management Press, 2015.

ŽILÍK, R.: *Kebi ňebov kanás trúbev: O pastieroch a muzikantoch v nitrianskom kraji*. Mojmírovce: DROPiK, 2019.

#### Kontakt:



PhDr. Michala Fúsková, PhD.  
Filozofická fakulta UKF v Nitre  
Štefánikova 67  
949 74 Nitra  
E-mail: [mfuskova@ukf.sk](mailto:mfuskova@ukf.sk)

# Produktové línie cestovného ruchu na príklade Nitrianskeho kraja

**Katarína Kompasová**

*Kľúčové slová: Nitriansky kraj, cestovný ruch, destinácia, produkt, druh cestovného ruchu, forma cestovného ruchu*

*Key words: Nitra region, tourism, tourism, destination, product, type of tourism, form of tourism*

*Abstract: This article examines the analysis of the status of key types and forms of tourism in the Nitra Region and identifies the product lines in this area. The aim of the analysis is to explore the potential of the Nitra Region as a tourist destination and provide a comprehensive overview of existing forms of tourism and their characteristics. The region, rich in culture, history, and natural beauty, faces challenges in maximizing the use of its tourist resources. The results reveal a diverse range of activities, including summer, recreational, cultural, rural, spa, and congress tourism, with each form possessing specific potential. The analysis emphasizes the need for synergistic cooperation among local stakeholders—municipalities, businesses, and residents—to create a sustainable and attractive tourist environment. Recommendations for future development include enhancing marketing strategies, investing in infrastructure, and strengthening the offering of experiences. Implementing these measures could increase the competitiveness of the Nitra Region in the tourism market and contribute to the economic development of the region.*

**Úvod.** Cestovný ruch je významným ekonomickým sektorom, ktorý výrazne prispieva k hospodárskemu rastu, tvorbe pracovných miest a rozvoju regiónov. Pre zabezpečenie jeho dlhodobej udržateľnosti je nevyhnutné

efektívne zosúladiť ekonomický rozvoj s udržateľným prístupom, ktorý má dosah na všetky sféry spoločenského a environmentálneho života. Aktuálny vývoj v oblasti cestovného ruchu je charakterizovaný rastúcim využívaním smart technológií, inovatívnych prístupov a digitálnych riešení, ktoré podporujú efektívny manažment destinácií, regionálny rozvoj a optimalizáciu distribúcie produktov cestovného ruchu.

Pandémia COVID-19 zásadne ovplyvnila globálny cestovný ruch, čo sa prejavilo prudkým poklesom medzinárodnej návštevnosti a spotreby. Svetová organizácia pre cestovný ruch (UN Tourism) v roku 2020 predpokladala pokles medzinárodného cestovného ruchu o 60 % až 80 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom, čo predstavovalo straty vo výške 840 mld. až 1,100 mld. EUR z celosvetových príjmov z vývozu (eur-lex.europa.eu, 2020). Slovenský cestovný ruch nebol výnimkou, pričom Nitriansky kraj, podobne ako ostatné slovenské regióny, zaznamenal výrazný prepád v počte turistov. Kým v predpandemických rokoch (2017, 2018, 2019) počet návštevníkov Nitrianskeho kraja vždy presiahol 320 tisíc, v roku 2020 klesol na 180 tisíc, o rok neskôr na 146 tisíc. Zatiaľ, čo v roku 2021 počet návštevníkov Slovenska dosiahol 42,35 % úroveň návštevnosti z roka 2019, tak v prípade Nitrianskeho kraja pokles bol ešte väčší: v roku 2019 predstavovala len 39,58 % úroveň návštevnosti z roka 2019 (Štatistický úrad SR, 2022), čo spôsobilo regresiu v odvetví, ktoré bolo jedným z najviac postihnutých reštrikčnými opatreniami a obavami z cestovania.

Kríza spôsobená pandemiou vyvolala tlak na tvorbu nových koncepcií a stratégií, ktoré by nielen podporili zotavenie cestovného ruchu, ale aj zabezpečili jeho odolnosť voči budúcim krízovým situáciám. Tento tlak podnietil zavádzanie smart riešení v oblasti destinačného manažmentu, ktoré sa dnes ukazujú ako kľúčové pri obnove cestovného ruchu na miestnej aj globálnej úrovni.

Nitriansky samosprávny kraj, hoci patrí medzi menej navštevované regióny Slovenska, pred pandemiou zaznamenával priaznivý nárast počtu turistov. Napríklad, v roku 2019 sa počet návštevníkov ubytovacích zariadení v kraji zvýšil o 5,6 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom (Štatistický úrad SR, 2022), čím sa cestovný ruch stal jedným z najdynamickejších sa rozvíjajúcich odvetví v kraji. Aj keď cestovný ruch v kraji po vypuknutí pandémie výrazne poklesol, región stále disponuje vysokým potenciálom pre rozvoj udržateľného cestovného ruchu, pričom jeho hlavnými piliermi sú kultúrne, historické a prírodné atrakcie.

Rozvoj cestovného ruchu v Nitrianskom kraji je dnes postavený na princípoch destinačného manažmentu, kde kľúčovú úlohu zohráva Úrad Nitrianskeho samosprávneho kraja v spolupráci s Krajskou organizáciou cestovného ruchu Nitriansky kraj. Tieto inštitúcie spoločne s oblastnými organizáciami cestovného ruchu zameriavajú svoju činnosť na efektívne využitie kultúrneho a prírodného dedičstva regiónu a jeho prepojenie s modernými technológiami a marketingovými stratégiami.

Cieľom príspevku je na základe našich predchádzajúcich analýz potenciálu Nitrianskeho kraja pre rozvoj cestovného ruchu<sup>3</sup>, objasniť stav kľúčových druhov a foriem cestovného ruchu v skúmanom území a následne zhodnotiť produktové línie cestovného ruchu, ktorými destinácia disponuje. Našou úlohou je nielen preskúmať, ale zároveň identifikovať potenciál tejto oblasti ako atraktívnej destinácie cestovného ruchu. Cieľom analýz je poskytnúť komplexný prehľad o existujúcich formách cestovného ruchu, ich charakteristikách, ako aj o produktových skupinách, ktoré môžu byť základom pre ďalší rozvoj a marketing tejto destinácie. Metodika sa opiera o multidisciplinárny prístup, ktorý kombinuje teoretické východiská z oblasti tvorby produktu cestovného ruchu v destinácii. Zohľadňuje nielen geografické a kultúrne aspekty destinácie, ale i perspektívu a očakávania turistov. Pri spracovávaní témy boli použité rozhovory so zástupcami miestnych aktérov v oblasti cestovného ruchu s cieľom pochopenia dynamiky a rozmanitosti turistických ponúk.

**Teoretické východiská skúmania destinácie ako produktu cestovného ruchu.** Destinácia je z geografického hľadiska konkrétnym miestom, ktoré turista plánuje navštíviť. Pri výbere zvyčajne zohrávajú hlavnú úlohu prírodné a ľudské atrakcie. Ide o tzv. „cieľové miesto“ pre návštevníka nazývané aj destinácia cestovného ruchu. Práve destináciu (krajinu, región, lokalitu) si hosť vyberá ako cieľ svojej cesty, resp. pobytu. Takého miesto sa vyznačuje aj tým, že disponuje potrebnými ubytovacími, či stravovacími zariadeniami, možnosťami zábavy a trávenia voľného času. Práve tým sa destinácia stáva komplexným produktom a zároveň jednotkou hospodárskej súťaže, ktorá musí byť strategicky riadená. Destinácia cestovného ruchu musí fungovať ako integrovaný systém, v ktorom rôzni aktéri spolupracujú na vytváraní a manažmente turistického produktu, marketingu a udržateľného rozvoja s cieľom prilákať návštevníkov a zvýšiť ekonomický výnos. Problematika destinácie cestovného ruchu je multidisciplinárnou oblasťou, ktorej sa venuje nielen odborná literatúra, ale i medzinárodné organizácie, vlády a štátne inštitúcie, DMO (Destination Management Organization) a odborníci z praxe. Destinácie sú základným stavebným prvkom pre tvorbu produktov cestovného ruchu a vytvárania integrovaného zážitku cestovateľa. Tradične sú destinácie definované ako vyššie spomenuté geograficky vymedzené oblasti (ostrovy, mestá, región). Avšak stále častejšie sa uplatňuje koncept, kedy si hranice destinácie určuje sám návštevník, a to tvorbou svojho itineráru, kultúrneho zázemia, účelu návštevy, či cestovateľskými skúsenosťami. K výskumu a definovaniu destinácie cestovného ruchu z rôznych uhlov pohľadu prispelo mnoho autorov, napr. Hall (2005) v práci „Tourism: Rethinking the Social Science of

<sup>3</sup> Bližšie pozri „Potenciál cestovného ruchu v Nitrianskom samosprávnom kraji“ (Kompasová, 2023) a „Aktuálne prístupy ku koncepcii cestovného ruchu v Nitrianskom samosprávnom kraji“ (Kompasová – Michalík – Lelkes, 2023).

Mobility“ sa zameriava na geopolitické, ekonomické a sociálne aspekty destinácií. Taktiež skúma, ako sú destinácie ovplyvnené globalizačnými procesmi a ako tieto procesy formujú destináciu. Obdobné skúmania destinácií nájdeme aj u autorov Urry – Larsen (2011), ktorí skúmajú destináciu z perspektívy toho, ako ju vnímajú a konzumujú turisti. Tí vraj vyhľadávajú destinácie kvôli špecifickým vizuálnym a kultúrnym skúsenostiam, a to čo definuje destináciu je často súhra medzi jej materiálnymi vlastnosťami a očakávaniami turistov. Podobný prístup majú i Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd a Wanhill (2005) popisujú destináciu výnimočnou nielen svojou geografickou polohou ale i miestom, ktorá má komponenty na prilákanie turistov a uspokojenie ich potrieb, teda destináciu ako kombináciu vybavenia a služieb určených k uspokojeniu potrieb turistov. Tá sa podľa autorov skladá z komponentov, tzv. 4 „A“, ktoré sa klasifikujú nasledovne: *Attractions (atrakcie)* – ide o hlavný dôvod, prečo turisti navštevujú destináciu. Ide o tzv. primárnu ponuku, ktorá svojou jedinečnosťou, kvalitou a atraktivitou vyvoláva návštevnosť (prírodné, kultúrno-historické, zážitkové atrakcie; *Accessibility (prístupnosť)* – ide o všeobecnú dopravnú infraštruktúru, ktorá umožňuje prístup do destinácie a pohyb za atraktivitami. Zahŕňa nielen dopravnú infraštruktúru, ale i dostupnosť informácií, ako sa dostať k atrakciám a ako sa v rámci destinácie orientovať; *Amenities (vybavenie)* – supraštruktúra a infraštruktúra cestovného ruchu, ktoré umožňujú samotný pobyt v destinácii a využitie jej atraktivít. Radíme sem ubytovacie, stravovacie, či športovo-rekreačné, služby; *Ancillary Services (doplnkové služby)* – sú to služby poskytované napr. informačnými centrami cieľovým zákazníkom.

Destinácia ako produkt cestovného ruchu je dôležitým aspektom v rámci turizmu, pretože destinácia predstavuje komplexný produkt, ktorý zahŕňa teda množstvo služieb, zážitkov a miestnych zdrojov. Tvorba takéhoto produktu je komplexný proces vyžadujúci spoluprácu viacerých aktérov na rôznych úrovniach (miestna samospráva a verejný sektor, DMOs, súkromný sektor), ale i miestna komunita a obyvatelia. Každá z týchto skupín hrá dôležitú rolu pri tvorbe atraktívnej a udržateľnej destinácie, ktorá môže efektívne konkurovať na globálnom trhu.

**Analýza stavu kľúčových druhov a foriem cestovného ruchu v Nitrianskom kraji.** Nitriansky kraj je miestom s bohatou históriou, kultúrou a prírodnými zaujímavosťami. Primárny potenciál je v mnohých faktoroch výnimočný, čo vytvára kvalitnú východiskovú pozíciu pre výraznejšie presadenie sa na trhu cestovného ruchu v rámci Slovenska.<sup>4</sup> Územie však patrí k najmenej využívaným krajom Slovenska. Výkony zaostávajú za potenciálnymi

<sup>4</sup> Analýza ponuky cestovného ruchu v Nitrianskom kraji s dôrazom na primárny potenciál je súčasťou autorkou spracovanej Konceptie rozvoja cestovného ruchu v NSK na roky 2021 – 2027 a zároveň vedeckým výstupom v spracovanej publikácii Aktuálne prístupy ku koncepcii cestovného ruchu v Nitrianskom samosprávnom kraji (Kompasová – Michalík – Lelkes, 2023).

možnosťami, aj keď územie je ideálne situované a dostupné vďaka kvalitnej dopravnej infraštruktúre. Z hľadiska Regionalizácie cestovného ruchu sa na území kraja nachádza prevažne *Nitriansky región* a čiastočne doň zasahujú regióny *Dolnopovažský, Hornonitriansky a Ipel'ský*. Podľa spomínanej Regionalizácie cestovného ruchu sú všetky tieto regióny cestovného ruchu zaradené v III. kategórii, teda v kategórii s nadregionálnym významom. Výnimku tvoria obce patriace do Ipel'ského regiónu, ktoré sú zaradené do IV. kategórie. V rámci regionalizácie boli vytipované aj menšie územia – subregióny, ktoré majú významný potenciál cestovného ruchu. Patria k nim *Nitra a okolie, Komárno a okolie, Zlaté Moravce (Topoľčianky)* a okolie, Štúrovo a obec *Podhájska*. V súlade s návrhom prioritných oblastí podpory cestovného ruchu Ministerstva cestovného ruchu a športu Slovenskej republiky je potenciál Nitrianskeho kraja v súlade s produktovými skupinami, a to v rozvoji budovania letného cestovného ruchu, rekreačného cestovného ruchu, kúpeľného a zdravotného cestovného ruchu, športového cestovného ruchu, vidieckeho cestovného ruchu a agroturistiky, ekologického cestovného ruchu a MICE turizmu (Tabuľka č. 1).

Tabuľka č. 1: Hlavné produktové skupiny v Nitrianskom kraji

Druh/Forma cestovného ruchu	Spôsoby využitia
letný cestovný ruch	pobyt pri vode, turistika, spoznávanie kraja
rekreačný cestovný ruch	prírodné prostredie (hory, vodné plochy) – pohyb, zábava, prímestská rekreácia, parkové zóny, chatové oblasti v prírodnom prostredí
kultúrny a mestský cestovný ruch/pútnický/náboženský cestovný ruch	poznávanie histórie, architektúry, kultúrno-spoločenské podujatia, zábava, nakupovanie (city breaks), pútnické miesta, festivaly, jarmoky, trhy, folklórne slávnosti; náboženské podujatia, púte;gastroturistika (vínne a pívne cesty, gastronomické podujatia);cykloturistika
vidiecky cestovný ruch a agroturistika	pobyty vo vidieckom prostredí, poznávanie života na vidieku, pobyty na farmách, návštevy miestnych producentov, farmárov, pestovateľov; gastroturistika, vínne cesty, cykloturistika
kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	využívanie termálnych a minerálnych prameňov na území kraja, návšteva/pobyty termálnych kúpalísk, wellness
kongresový cestovný ruch (MICE)	organizovanie kongresov, konferencií, veľtrhov, výstav na území kraja
športový cestovný ruch	organizovanie a návšteva športových podujatí miestneho, národného a medzinárodného významu

Zdroj: Vlastné spracovanie, 2022

Nitriansky kraj je destináciou, ktorá sa identifikuje v povedomí ľudí predovšetkým prvkami, akými sú: prírodné zázemie - chránené krajinné oblasti (Dunajské luhy, Štiavnické vrchy a Ponitrie), národné prírodné rezervácie, prírodné pamiatky a chránené areály; existencia termálnych vôd a ich využitie v rámci rekreácie, tradíciou pestovania plodín a vinohradníctva so zázemím troch významných vinohradníckych oblastí (Nitrianska vinohradnícka oblasť, Južnoslovenská vinohradnícka oblasť a Stredoslovenská vinohradnícka oblasť) a v neposlednom rade kultúrno-historickým zázemím. Na základe týchto atribútov sa pristúpilo k identifikácii kľúčových druhov a foriem cestovného ruchu a ich lokalít v rámci jednotlivých okresoch kraja.

**Tabuľka č. 2:** Hlavné produktové skupiny v okrese Nitra

Druhy/Formy cestovného ruchu	Lokalita
letný cestovný ruch	územie celého okresu: turistika – Pohorie Tribeč, Zoborská lesostep, CHKO Ponitrie, Rozhľadňa Radošinka, Rozhľadňa Dolná Nitra (Klasov), Vyhliadková veža Podhorany vodné plochy – Remitáž (Jelenec), termálne kúpalisko (Thermal Park NITRAVA – Poľný Kesov)
rekreačný cestovný ruch	termálne kúpalisko Thermal Park NITRAVA – Poľný Kesov Remitáž – Jelenec
kultúrny a mestský cestovný ruch/pútnický/náboženský cestovný ruch	Nitra Dražovce kaštiele v obciach okresu
vidiecky cestovný ruch a agroturistika	Ranč Nové Sedlo, vinohradnícke lokality: obce – Nitra, Bita (Nitra – Krškany) Mojmírovce, Báb, Vinodol, Koliňany, Lehota, Veľké Zálužie TERRA WYLAK – Veľké Zálužie, Vinárstvo Predium Vráble Mojmírovce – mikroregión Cedron Mašekov mlyn – Horný Ohaj
kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	termálne kúpalisko Thermal Park NITRAVA – Poľný Kesov
kongresový cestovný ruch (MICE)	Nitra – Agrokomplex Mojmírovce – Kaštieľ Mojmírovce
športový cestovný ruch	Nitra – strategické kluby HK Nitra, FC Nitra, ZŠK UKF Nitra, VKP SPU v Nitre, ŠOG Atletika, TJ Stavbár, TJ AC, BOC Stavbár, ŠK Farmex

**Zdroj:** Vlastné spracovanie, 2022

**Tabuľka č. 3:** Hlavné produktové skupiny v okrese Topoľčany

Druhy/Formy cestovného ruchu	Lokalita
letný cestovný ruch	územie celého okresu: turistika – Považský Inovec, CHKO Ponitrie, Rozhľadňa na Marháte, Rozhľadňa Panská Javorina, Topoľčiansky hrad (Podhradie), Oponický hrad vodné plochy na území – Duchonka, Kulháň
rekreačný cestovný ruch	vodná plocha Duchonka Kulháň
kultúrny a mestský cestovný ruch/pútnický/náboženský cestovný ruch	Topoľčany Oponice Bojná Nitrianska Blatnica
vidiecky cestovný ruch a agroturistika	Kulháň Ranč pod Babickou (Bojná), Pivnica Radošina (Radošina)
kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	
kongresový cestovný ruch (MICE)	Kaštieľ Oponice – Chateau Appony
športový cestovný ruch	

**Zdroj:** Vlastné spracovanie, 2022

**Tabuľka č. 4:** Hlavné produktové skupiny v okrese Zlaté Moravce

Druhy/Formy cestovného ruchu	Lokalita
letný cestovný ruch	územie celého okresu: turistika – Pohorie Tribeč, CHKO Ponitrie, Pohronský Inovec, Rozhľadňa na Vápennom vrchu (Skýcov), Rozhľadňa na Driňovej (Jedľové Kostolany) Arborétum Mlyňany SAV (Vieska nad Žitavou) Zubria zvernica (Topoľčianky)
rekreačný cestovný ruch	Topoľčianky
kultúrny a mestský cestovný ruch/pútnický/náboženský cestovný ruch	Topoľčianky Zlaté Moravce Kostolany pod Tribečom
vidiecky cestovný ruch a agroturistika	vinohradnícka obec Topoľčianky, (Chateau Topoľčianky) Vodný mlyn v Machulinciach
kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	
kongresový cestovný ruch (MICE)	Beladice
športový cestovný ruch	Športový klub FC ViOn Zlaté Moravce

**Zdroj:** Vlastné spracovanie, 2022



**Tabuľka č. 5:** Hlavné produktové skupiny v okrese Šaľa

Druhy/Formy cestovného ruchu	Lokalita
letný cestovný ruch	Vodné dielo Kráľová
rekreačný cestovný ruch	Kráľová – Kaskády, Termálne kúpalisko Diakovce
kultúrny a mestský cestovný ruch/pútnický/ náboženský cestovný ruch	Šaľa Močenok
vidiecky cestovný ruch a agroturistika	
kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	Termálne kúpalisko Diakovce
kongresový cestovný ruch (MICE)	
športový cestovný ruch	

**Zdroj:** Vlastné spracovanie, 2022

**Tabuľka č. 6:** Hlavné produktové skupiny v okrese Levice

Druhy/Formy cestovného ruchu	Lokalita
<b>letný cestovný ruch</b>	územie celého okresu: turistika – horské a podhorské oblasti Štiavnických vrchov, Krupinskej planiny Rieka Hron – splav termálne kúpaliská - Magita-Ilona (Levice), Santovka Camp Vodník (Jur nad Hronom), táborisko pri Obci Kamenín
rekreačný cestovný ruch	termálne kúpalisko Margita-Ilona (Levice), termálne kúpalisko Santovka Camp Vodník (Jur nad Hronom) táborisko pri obci Kamenín
kultúrny a mestský cestovný ruch/pútnický/ náboženský cestovný ruch	Levice Bátovce Brhlovce Pukanec Šahy
vidiecky cestovný ruch a agroturistika	Tekov a Pukanecský mikroregión Vinohradnícke obce – Čajkov, Nový Tekov, Bátovce, Pukanec vodné mlyny – Bohunice, Horša, Bátovce
kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	termálne kúpaliská: Santovka, Margita-Ilona
kongresový cestovný ruch (MICE)	
ekoturizmus	Horské oblasti Štiavnických vrchov a Krupinskej planiny Horšianska dolina Patianska cerina Brezová stráň

**Zdroj:** Vlastné spracovanie, 2022

**Tabuľka č. 7:** Hlavné produktové skupiny v okrese Nové Zámky

Druhy/Formy cestovného ruchu	Lokalita
<b>letný cestovný ruch</b>	územie celého okresu: turistika – Pohorie Burda, Rozhladňa na Žitavskom luhu oblasti nív riek Dunaj a Ipel' termálne kúpaliská: Vadaš (Štúrovo), Podhájska, Štrand Emila Tatárika (Nové Zámky) vodné plochy: Oáza Camp Komoča, Fun Yachting Štúrovo
rekreačný cestovný ruch	termálne kúpaliská: Vadaš (Štúrovo), Podhájska, Štrand Emila Tatárika (Nové Zámky), vodné plochy: Oáza Camp Komoča, Fun Yachting Štúrovo
kultúrny a mestský cestovný ruch/pútnický/ religiózný cestovný ruch	Nové Zámky Bíňa
vidiecky cestovný ruch a agroturistika	vinohradnícke rajóny: Štúrovský, Strekovský vinohradnícke obce: Mužla, Maňa, Chlaba a pod. vinárstva: Világy Winery (Chlaba), Chateau Rúbaň (Rúbaň)
kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	termálne kúpalisko Podhájska
kongresový cestovný ruch (MICE)	Chateau Béla (obec Belá)
Ekoturizmus	Kamenínske slanisko Čenkovská step Čenkovská lesostep Kováčske kopce Parížske močiare (Gbelce)

**Zdroj:** Vlastné spracovanie, 2022

**Tabuľka č. 8:** Hlavné produktové skupiny v okrese Komárno

Druhy/Formy cestovného ruchu	Lokalita
<b>letný cestovný ruch</b>	územie celého okresu: okolie vodných tokov (Dunaj, Váh) okolie vodných plôch termálne kúpaliská: Patince, Komárno
rekreačný cestovný ruch	termálne kúpaliská: Patince, Komárno
kultúrny a mestský cestovný ruch/pútnický/ náboženský cestovný ruch	Komárno Iža Kolárovo Hurbanovo
<b>vidiecky cestovný ruch a agroturistika</b>	vinohradnícke obce: Bátorove Kosihy, Svätý Peter, Hurbanovo, Búč
<b>kúpeľný a zdravotný cestovný ruch</b>	termálne kúpalisko Patince
<b>kongresový cestovný ruch (MICE)</b>	Komárno Palárikovo
ekoturizmus	Národná prírodná rezervácia Čičovské mŕtve rameno CHKO Dunajské luhy – pozorovanie vtákov

**Zdroj:** Vlastné spracovanie, 2022

Zo spracovanej analýzy cestovného ruchu v Nitrianskom kraji vyplýva, že kraj preukazuje rozmanitú ponuku aktivít v rámci rôznych druhov a foriem turizmu. Každý z okresov v kraji sa špecializuje na také druhy a formy cestovného ruchu, čo dáva predpoklad podpory širokospektrálneho záujmu návštevníkov s rôznymi preferenciami.

Letný cestovný ruch je prítomný vo všetkých okresoch kraja, pričom je zameraný predovšetkým na turistiku v horských a prírodných oblastiach, ako sú pohoria Tribeč, Považský Inovec a Štiavnické vrchy. Okrem turistiky sú v ponuke aj vodné plochy, termálne kúpaliská a rozľadné, ktoré poskytujú atraktívne možnosti na rekreáciu a oddych. Súčasťou letného cestovného ruchu je i rozvíjajúci sa ekoturizmus, ktorý má zastúpenie v prírodných rezerváciách a chránených krajinných oblastiach, akými sú Štiavnické vrchy, Krupinská planina a CHKO Dunajské luhy. Tieto miesta ponúkajú návštevníkom možnosť spoznávať miestnu flóru a faunu, pričom podporujú udržateľný a ekologický prístup k turizmu.

Rekreačný cestovný ruch sa koncentruje hlavne okolo termálnych kúpalísk a vodných plôch. Termálne kúpaliská, ako sú Thermal Park NITRAVA, Patince, či Santovka, ponúkajú relaxačné a liečebné aktivity pre návštevníkov celého regiónu i mimo neho. Termálne kúpalisko Podhájska má dokonca cezhraničný dosah. Vodné plochy ako Duchonka a Kráľová sú populárne medzi milovníkmi vodných športov a rekreácie.

Kultúrny, mestský a pútnický cestovný ruch je zastúpený v takmer každom okrese, s dôrazom na historické mestá ako Nitra, Komárno, Levice. Tieto lokality sú bohaté na historické a kultúrne pamiatky, vrátane hradov, kaštieľov a kostolov, či pútnických miest, čo podporuje cestovný ruch zameraný na históriu, kultúru a religiozitu. Vidiecky cestovný ruch a agroturistika sú v kraji rozvinuté predovšetkým v oblastiach s vinohradníckou tradíciou. Obce ako Mužla, Strekov, Rúbaň, Vinodol, Radošina a iné poskytujú návštevníkom možnosť spoznať tradičné vinohradníctvo, vidiecky život. Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch je podporený prítomnosťou termálnych prameňov. Termálne kúpalisko možno nájsť takmer v každom okrese. Kľúčovou destináciou, ktorá láka domácich aj zahraničných návštevníkov hľadajúcich regeneráciu a zdravotné služby je obec Podhájska. Kongresový cestovný ruch (MICE) sa rozvíja predovšetkým v Nitre a jej okolí. Výstavisko Agrokomplex a kaštiele (Mojmírovce, Beladice, Oponice) poskytujú priestory na organizovanie konferencií, firemných stretnutí a kultúrnych podujatí, čím podporujú obchodný cestovný ruch. Športový cestovný ruch je najviac sústredený v Nitre. Nachádzajú sa tu strategické športové kluby v rôznych športových odvetviach. Profilácia ostatných okresoch Nitrianskeho kraja v športových aktivitách je predovšetkým miestneho charakteru.

**Produktové línie cestovného ruchu v Nitrianskom kraji.** Ako vyplýva z predchádzajúcich zistení, Nitriansky kraj disponuje hodnotným primárnym i sekundárnym potenciálom<sup>5</sup> cestovného ruchu. Aby cestovný ruch fungoval, sú potrebné zainteresovanosť a kooperácia viacerých subjektov a súčinnosť všetkých aktérov cestovného ruchu. Nasledujúce zistenia sú zamerané na existujúce aktivity a produkty cestovného ruchu v rámci Nitrianskeho kraja, ako i rozvojové možnosti a konkrétne projekty.

### **Kultúrny cestovný ruch**

*Produktový rad: Pútnický/ náboženský cestovný ruch. Aktuálny stav produktu.* Nitriansky samosprávny kraj (NSK) aktívne podporuje pútnický a náboženský cestovný ruch. V spolupráci s rôznymi subjektmi vrátane miestnej a regionálnej samosprávy, kultúrnych, spoločenských a cirkevných organizácií, ako i ďalšími právnickými subjektmi sa zapojil do budovania a rozvoja trás kultúrnych a pútnických ciest Rady Európy, pričom cieľom je podpora týchto trás a zabezpečenie ich trvalo udržateľného rozvoja v najvýznamnejších historických lokalitách kraja. Medzi tieto lokality patria: - Nitra (vrátane časti Drážovce), Bojná, Kostolany pod Tribečom, Nitrianska Blatnica, Bíňa, Diakovce, Komárno, Nové Zámky, Šaľa, Topoľčany, Štúrovo, Levice. Tieto miesta sú spojené s historickým a kultúrnym dedičstvom, pričom ich rozvoj má podporiť cestovný ruch a zachovanie kultúrneho dedičstva. Ide o nasledovné pútnické cesty<sup>6</sup>:

- Transromanica: Pútnická cesta spájajúca spoločné románske dedičstvo deviatich európskych krajín, vrátane Slovenska.
- Cesta židovského kultúrneho dedičstva: Zameraná na pamiatky židovskej kultúry a náboženstva.
- Stredoeurópska mariánska cesta: Prepojenie vyše 150 mariánskych pútnických miest v strednej Európe.
- Svätjakubská cesta (Camino de Santiago): Európska pútnická cesta, ktorá prechádza viacerými krajinami vrátane Slovenska.
- Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda: Špeciálna vetva cesty na Slovensku, ktorá zahŕňa historické miesta spojené s misiou sv. Cyrila a Metoda a Veľkej Moravy, napríklad Nitra, Bojná, Kostolany pod Tribečom, Drážovce, Bíňa, Nitrianska Blatnica, Močenok a iné.

<sup>5</sup> Bližšie pozri Aktuálne prístupy ku koncepcii cestovného ruchu v Nitrianskom samosprávnom kraji (Kompasová – Michalík – Lelkes, 2023) a Potenciál cestovného ruchu v Nitrianskom samosprávnom kraji (Kompasová, 2023).

<sup>6</sup> Pre konkrétne lokality kultúrnych ciest bližšie pozri Koncepciu rozvoja kultúry NSK na roky 2021 – 2027, v ktorej sú jednotlivé lokality bližšie špecifikované.

*Produktový rad: Kultúrne dedičstvo (hrady, zámky, kaštiele, architektúra, archeologické lokality). Aktuálny stav produktu.* Nitriansky kraj je bohatý na historické pamiatky, ktoré sú zároveň využívané ako objekty cestovného cieľa.

K najvýznamnejším patria:

- Nitriansky hrad: Dôležitá dominanta Nitry s bohatou históriou.
- Levický hrad: Historická pevnosť v Leviciach.
- Hrad Hrušov: Zrúcanina hradu v blízkosti obce Skýcov.
- Topoľčiansky hrad: Zrúcanina hradu nachádzajúca sa v lesoch Považského Inovca.
- Hrad Gýmeš: Zrúcanina hradu v pohorí Tribeč.
- Oponický hrad: Stredoveká zrúcanina v blízkosti Oponíc.
- Zámok Topoľčianky: Jeden z najvýznamnejších slovenských zámkov, známy svojou históriou a krásnymi záhradami.

Medzi významné kaštiele patria:

- Kaštieľ Pustý Chotár,
- Park Hotel Tartuf v Beladiciach,
- Chateau Appony\*\*\*\* v Oponiciach,
- Kaštieľ Mojmírovce,
- Kaštieľ rodiny Migazzi v Zlatých Moravciach,
- Kaštieľ v Šali,
- Malý kaštieľ v Oponiciach,
- Kaštieľ Esterházyovcov v Želiezovciach.

Súčasne do tohto produktového radu patrí mestská architektúra v okresných mestách. Tieto pamiatky slúžia nielen ako turistické atrakcie, ale aj ako miesta kultúrnych podujatí, výstav a spoločenských akcií.

*Produktový rad: Mestský cestovný ruch (mestská architektúra, okresné mestá). Aktuálny stav produktu.* Nitriansky kraj ponúka aj bohatú mestskú architektúru, ktorá je významným lákadlom pre návštevníkov okresných miest. Využíva sa predovšetkým potenciál krajského mesta Nitra a mesta Komárno, ktoré disponujú zaujímavými historickými budovami, verejnými priestormi a pamiatkami. Potenciál miest je taktiež pre návštevy kultúrnych inštitúcií, ako sú divadlá, galérie, kiná a v súčasnosti i nákupné centrá a obchodné zóny.

*Produktový rad: Kultúrno-spoločenské podujatia. Aktuálny stav produktu.* NSK podporuje rôzne kultúrno-spoločenské podujatia, ktoré lákajú turistov i domácich návštevníkov. Medzi najvýznamnejšie podujatia patria:

- Divadelná Nitra: Medzinárodný divadelný festival, ktorý predstavuje súčasné európske divadlo.

- Akademická Nitra: Folklorný festival organizovaný univerzitami.
- Agrofilm: Medzinárodný filmový festival zameraný na poľnohospodárstvo, potravinárstvo a ekológiu.
- Nitrianske univerzitné dni: Spoločensko-kultúrne podujatie s aktivitami pre študentov i verejnosť.
- Cyrilo-metodské slávnosti: Slávnosti na počesť sv. Cyrila a Metoda v Nitre.
- Cyrilometodská národná púť: Náboženské podujatie venované sv. Cyrilovi a Metodovi.
- Oslavy svetového dňa cestovného ruchu: Podujatie venované propagácii cestovného ruchu.
- Pribinova Nitrawa: Historické podujatie zamerané na obdobie Veľkej Moravy a Pribinu.

*Produktový rad: Zážitková gastronómia. Aktuálny stav produktu.* Gastronómia hrá v Nitrianskom kraji významnú úlohu a láka návštevníkov na rôzne gastronomické zážitky a festivaly. Medzi najobľúbenejšie gastronomické podujatia patria:

- Nitriansky vínný festival: Prezentácia vinárstva a ochutnávka regionálnych vín.
- Festival chutí Nitrianskeho kraja: Ochutnávka tradičných aj moderných jedál z regiónu.
- Slovak Food Truck Fest (Nitra): Festival moderného pouličného jedla.
- Nitránsky Street food fest: Podujatie zamerané na street food v meste Nitra.
- Nitránsky Októberfest: Festival piva, jedla a zábavy inšpirovaný nemeckým Októberfestom.
- Oáza international gastrofestival (Komoča): Medzinárodný festival jedla v Komoči.
- Festival Moruše čiernej (Bátovce, Pukanec, Devičany, Bohunice): Podujatie venované tradičným jedlám z čiernej moruše.
- Strekovský festival vína: Tradičný festival vinárstva v obci Strekov.
- Nové vína Nitrianskeho kraja: Prezentácia nových vín z regiónu.
- Deň otvorených dverí v Chateau Topoľčianky: Ochutnávka vín a prehliadka zámku.

Ďalšie podujatia počas roka zahŕňajú Agrovíno Nitra, Danube wine Komárno, Vinobranie v Mojmírovciach a Víno Choča, ochutnávka mladých vín (Nová Ves nad Žitavou) a mnoho ďalších.

**Letný cestovný ruch**

*Produktový rad: Pobyty v prírode, turistika. Aktuálny stav produktu.* Nitriansky kraj disponuje viacerými náučnými chodníkmi, ktoré ponúkajú návštevníkom možnosť spoznávať prírodné krásy a históriu regiónu. Chodníky sú rozložené po celom území kraja a pokrývajú rozmanité prírodné oblasti:

Náučný chodník Zoborské vrchy (okres Nitra): Tento chodník vedie cez Zoborské vrchy, ponúkajúc výhľady na Nitru a okolitú prírodu.

- Náučný chodník v Rumanovej (okres Nitra): Zameriava sa na miestnu prírodu a historické zaujímavosti.
- Partizánsky náučný chodník Zlatno-Skýcov (okres Zlaté Moravce): Chodník mapuje históriu partizánskeho hnutia v regióne.
- Náučný chodník Vápenný vrch (okres Zlaté Moravce): Prechádza cez zaujímavú prírodnú lokalitu s vápencovými skalami.
- Stojslavov náučný chodník Nitrianska Blatnica (okres Topoľčany): Tento chodník sa zameriava na miestnu flóru a faunu.
- Náučný chodník Čajkovské bralie (okres Levice): Vedie cez prírodné a geologicky významné oblasti v okolí Čajkova.
- Náučný chodník Po stopách starého rudného baníctva v Pukanci (okres Levice): Prechádza lokalitami spojenými s historickým baníctvom v Pukanci.
- Náučný chodník Žitavský luh (okres Nové Zámky): Vedie cez mokraďové územia v okolí rieky Žitava.
- Náučný chodník Arborétum Mlyňany (okres Zlaté Moravce): Nachádza sa v známej botanickej záhrade, Arboréte Mlyňany, a ponúka prehliadku vzácnych rastlín.
- Turisticko-náučný chodník Ramsarská lokalita Poiplie (okres Levice, Veľký Krtíš): Tento chodník vedie cez chránené mokraďové územie s medzinárodným významom.
- Náučný chodník Kováčske kopce – juh (okres Nové Zámky): Zameriava sa na miestne prírodné zaujímavosti a panoramatické výhľady.

Okrem uvedených chodníkov sa v kraji nachádza mnoho ďalších turistických trás v mestách a obciach, ktoré sú vhodné pre pešiu turistiku aj cykloturistiku.

*Produktový rad: Pobyty pri vode. Aktuálny stav produktu.* Letné mesiace lákajú turistov aj k vodným plochám, kde si môžu vychutnať oddych, vodné športy a rekreáciu. V Nitrianskom kraji sa nachádza niekoľko obľúbených lokalít pri vode, ako napríklad<sup>7</sup>:

- Oáza Camp Komoča (okres Nové Zámky): Obľúbené rekreačné stredisko s možnosťou kempovania a vodných aktivít.

- Fun Yachting Štúrovo (okres Nové Zámky): Ponúka možnosť prenájmu jacht a vodných športov na Dunaji.
- Prístav Patince (okres Komárno): Rekreačný areál s možnosťami pre vodné športy a plavby po Dunaji.
- Táborisko pri obci Kamenín (okres Levice): Miesto vhodné pre kempovanie a relaxáciu pri vode.
- Zúgov (okres Nové Zámky): Vodný útvar s možnosťou kúpania a oddychu.
- Rybníky Topoľčianky: Miesto vhodné na rybolov a oddych v prírode.
- Vodná nádrž Nemečky: Vhodná pre rekreačné aktivity a rybolov.
- Rybníky na Kulháni: Oblasť známa pre rybolov a rekreáciu.
- Vodná nádrž Lipovina: Obľúbené miesto pre kúpanie a vodné športy.
- Rekreačné stredisko Duchonka: Populárne rekreačné stredisko s ponukou ubytovania a vodných aktivít.
- Vodná nádrž Veľké Kozmálovce: Vhodná pre vodné športy a relax.
- Vodná nádrž Kráľová: Veľká vodná plocha poskytujúca možnosti pre športové a rekreačné aktivity.
- Vodná nádrž Remitáž – Jelenec: Kúpanie, rybolov a turistika v príjemnom prírodnom prostredí.

**Vidiecky cestovný ruch / agroturistika**

*Produktový rad: vínná turistika. Aktuálny stav produktu.* Územie Nitrianskeho kraja je typickým poľnohospodárskym regiónom s tradíciou pestovania plodín, chovu dobytky a vinohradníctva. Krajom prechádzajú tri významné vinohradnícke oblasti – Nitrianska vinohradnícka oblasť, Južnoslovenská vinohradnícka oblasť a Stredoslovenská vinohradnícka oblasť. Z tohto dôvodu sa na území nachádzajú dve známe vínne cesty - Nitrianska kráľovská vínná cesta a Južnoslovenská vínná cesta.

Nitrianska vinohradnícka oblasť má 9 vinohradníckych rajónov: Nitriansky rajón, Zlatomoravecký rajón, Šintavský rajón, Radošinský rajón, Vrabeľský rajón, Žitavský rajón, Želiezovský rajón, Tekovský rajón a Pukanecský rajón. Každý z rajónov zahŕňa vinohradnícke obce so zaujímavou históriou a tradíciami.

- Obce s dominujúcimi slovenskými vinársko-vinohradníckymi spoločnosťami sú napr. Topoľčianky, Mojmírovce a Radošina.
- Obce s rekreačno-turistickým potenciálom, vinohradníckym areálom sú napr. Čajkov, Rybník, Pukanec, Podhorany, Vrable, Maňa, Farná, Kolíňany, Dolné Obdokovce, Vinodol a iné.
- Obľúbené podujatia sú obecné ochutnávky napr. v Nitrianskych Hrnčiarovciach, Nemčiňanoch, Lehote, Veľkom Záluží, Veľkom Kýre, Komjaticiach, Veľkom Cetíne a pod.

<sup>7</sup> Termálne kúpaliská v Nitrianskom kraji sú popísané v predchádzajúcej kapitole.

- Oberačkové slávnosti, vinobrania a jarmoky nájdeme napr. v Mojmírovciach, Čajkove, Vrábľoch, Topoľčiankach, Tesáre, jarmoky v Pukanci, jarmok v Leviciach, jarmok v Bábe a pod.
- Degustačno-gastronomickými podujatiami (otvorené pivnice a vínne cesty) sú napr. Deň otvorených dverí v Topoľčiankach, Jánske vína Bitá v Nitre-Dolných Krškanoch, otvorené vínne pivnice vo Vrábľoch, Čajkove, Veľkom Kýre, Veľkom Cetíne, Kolíňanoch, Dolných Obdokovciach.

Južnoslovenská vinohradnícka oblasť má 8 vinohradníckych rajónov: Strekovský rajón, Hurbanovský rajón, Štúrovský rajón, Komárňanský rajón, Palárikovský rajón a v rámci Trnavského kraja Galantský rajón, Dunajskostredský rajón a Šamorínsky rajón.

- Najvýznamnejšie vinohradnícke obce sú Mužla, Belá, Gbelce, Nová Vieska, Strekov, Rúbaň, Dvory nad Žitavou, Búč, Bátorove Kosihy, Modrany, Svätý Peter, Hurbanovo, Komárno. Nájdeme tu zrenovované historické kaštiele a pivnice s populárnymi vinárstvami, napr. v Belej, Rúbani aj nové moderné vinárstva s ubytovaním, napr. v obciach Svätý Peter a Chlaba.
- Tradičné odborné degustácie a ochutnávky vín s ponukou miestnych a regionálnych vinárov nájdeme napr. v Strekove, Mužle, Bátorových Kosihách, Svätom Petre.
- Festivaly vína a otvorené vínne pivnice nájdeme v Strekove, Modranoch, Bátorových Kosihách, Mužle, Novej Vieske a Kamenici nad Váhom.
- Najvýznamnejším podujatím je viacdňový Strekovský festival vína.

Vinohradnícke obce Stredoslovenskej vinohradníckej oblasti patria do 7 vinohradníckych rajónov, z ktorých 1 pokrýva územie NSK - Ipel'ský rajón (obce v okrese Levice - Ipel'ský Sokolec, Šahy, Tupá, Horné Turovce, Ipel'ské Úľany, Plášťovce, Sazdice, Veľké Turovce, Vyškovce nad Iplom).

#### **MICE / svadobný cestovný ruch**

*Produktový rad: Kongresový/konferenčný cestovný ruch. Aktuálny stav produktu.* Nitriansky kraj, predovšetkým krajské mesto Nitra, poskytuje ideálne podmienky na organizovanie vedeckých, odborných a firemných konferencií. Kľúčovú rolu hrá medzinárodné výstavnisko Agrokomplex AX, ktoré ponúka moderné výstavné a konferenčné priestory. Okrem Agrokomplexu sú k dispozícii aj konferenčné priestory v inštitúcii Agroinštitút a viacerých hoteloch. Medzi najvýznamnejšie hotely a miesta pre konferenčné podujatia v kraji patria:

- Hotel Mikado v Nitre, ktorý ponúka moderné kongresové priestory s kompletným zázemím.

- Kaštieľ Mojmírovce (okres Nitra), ktorý poskytuje historické a elegantné prostredie s konferenčnými priestormi.
- Park Hotel Tartuf v Beladiciach (okres Zlaté Moravce), ktorý spája komfort a historickú atmosféru s moderným vybavením.
- Zámok Topoľčianky (okres Zlaté Moravce), kde sa dá obdivovať zámocské prostredie s možnosťou usporadúvať konferencie a iné podujatia.

Konferenčné priestory sú k dispozícii aj v univerzitných priestoroch v mestách Nitra a Komárno, čo umožňuje realizovať akademické podujatia na vysokej úrovni.

*Produktový rad: výstavnícky a veľtrhový cestovný ruch. Aktuálny stav produktu.* Kraj je tiež centrom výstavníckeho a veľtrhového turizmu. Medzinárodné výstavnisko Agrokomplex AX v Nitre je miestom konania národných aj medzinárodných výstav a veľtrhov. Tieto podujatia pokrývajú širokú škálu tém, vrátane agrosektora, chovateľstva, lesníctva, priemyslu, techniky, nábytku a bývania, ako aj záhradníctva. Medzi najvýznamnejšie akcie patrí Agrokomplex, veľtrh Gardenia, a ďalšie špecializované veľtrhy.

*Produktový rad: motivačný a incentívny cestovný ruch. Aktuálny stav produktu.* Pre firemné akcie, školenia a semináre poskytuje kraj širokú paletu ubytovacích a konferenčných možností v rôznych lokalitách po celom území. Hotely, penzióny, zámky a kaštiele ponúkajú priestory s potrebným technickým vybavením pre menšie aj väčšie firemné podujatia. Tieto miesta sú vhodné pre motivačné akcie, ktoré sú dnes populárnou formou odmeny pre zamestnancov alebo obchodných partnerov.

*Produktový rad: svadobný cestovný ruch. Aktuálny stav produktu.* V rámci svadobného cestovného ruchu sú na území k dispozícii romantické historické priestory, ktoré vytvárajú dokonalé prostredie pre svadby. Patrí sem využívanie historických kaštieľov, zámkov, vinogradov a iných svetských stavieb, ktoré ponúkajú nádherné kulisy pre svadobné obrady a hostiny. Kaštiele ako Kaštieľ Mojmírovce, Park Hotel Tartuf alebo Zámok Topoľčianky ponúkajú kombináciu historickej atmosféry a moderného komfortu, čo ich robí obľúbenými destináciami pre svadobné udalosti.

Osobitnou produktovou líniou Nitrianskeho kraja je *cykloturistika*. Na začiatku budovania cyklotrás v Nitrianskom kraji bola v roku 2011 vypracovaná štúdia „Budovanie cyklotrás v Nitrianskom samosprávnom kraji“. V roku 2013 bol vytvorený prvok v rozpočte NSK s názvom „Budovanie cyklotrás“. Kľúčovým faktorom podpory cyklo dopravy v kraji je napojenie vnútromestských cyklistických systémov na vonkajšiu sieť cyklotrás vedúcich v rámci kraja. NSK má vybudovanú sieť kostrových cyklotrás (Ponitrianska, Požitavská, Pohronská a Vážska cyklomagistrála) s napojením na medzinárodnú cyklotrasu EUROVELO 6 – Dunajskú cyklistickú cestu. Najväčšia hustota cyklistických trás je v okolí miest Nitra, Komárno a Zlaté Moravce a obce Podhájska. Odbor kultúry a cestovného ruchu NSK si stanovil ako

jednu z priorit budovanie a značenie cyklotrás. Značenie a obnova cyklotrás v NSK sa realizuje v rámci projektu „Vytýčenie, vyznačenie a obnova cykloturistických trás v NSK“. K 31. 12. 2021 je dĺžka vyznačených cyklotrás v NSK 1596 km. V roku 2019 začal NSK s výstavbou asfaltových cyklochodníkov. V období rokov 2019 – 2020 boli zrealizované 2 projekty výstavby cyklotrás: Projekt „Ponitrianska cyklomagistrála – I. etapa, 1. časť“ (úsek Dolné Krškany – Čechynce) – celková dĺžka cyklotrasy je 4 km. Projekt „Cyklistický chodník Nitra – Vrábľe III. etapa“ – celková dĺžka cyklotrasy je 11 km, z toho nový asfaltový úsek je v dĺžke 2 km, projekt bol financovaný zo zdrojov EÚ – z IROP. Jeho vytvorením sa spojili dve centrá miest Nitra a Vrábľe. 1. 9. 2021 sa začalo s budovaním Ponitrianskej cyklotrasy I. etapy – 2. časti z Čechyniec do Vinodolu v celkovej dĺžke 9,4 km, ktorá bude pokračovaním I. etapy 1. časti z Dolných Krškán po Čechynce. Trasa vedie po hrádzi rieky Nitra a má byť dokončená v r. 2022. Popri cyklotrasách okrem cykloznačenia a cyklosmerovníkov pribudla aj cyklotrasová infraštruktúra ako sú cykloturistické odpočívadlá, cykloservisné stojany, veľkoplošné mapy, stojany na bicykle a kamery na zabezpečenie spomínanej infraštruktúry pred vandalmi. Produktové balíky služieb budú v kompetencii KOČR a jednotlivých OČR v kraji. Systém zdieľania bicyklov (bikesharing) - Nitra – realizuje sa v rámci projektu Smart City. Prevádzkovateľom je spoločnosť ARRIVA Nitra. Od r. 2020 sú v Nitre k dispozícii aj zdieľané elektrické kolobežky Bolt a Mint.

**Záver.** Analýza stavu kľúčových druhov a foriem cestovného ruchu v Nitrianskom kraji spolu s identifikáciou produktových línií poskytla komplexný pohľad na potenciál tejto oblasti ako destinácie cestovného ruchu. Nitriansky kraj so svojou bohatou primárnou i sekundárnou ponukou disponuje významnými zdrojmi, ktorých využitie sa dá zefektívniť. Analýza ukázala, že Nitriansky kraj má rozmanitú ponuku aktivít naprieč rôznymi druhmi a formami turizmu. Letný cestovný ruch, vrátane ekoturizmu sa koncentruje v prírodných oblastiach, zatiaľ, čo rekreačný cestovný ruch ponúkajúci možnosti regenerácie a relaxácie okolo termálnych kúpalísk. Kultúrny, mestský a pútnický cestovný ruch prispieva k záujmu o historické lokality, vidiecky cestovný ruch a agroturistika ponúkajú autentické zážitky z vinohradníckych oblastí. Rastový potenciál v kraji predstavuje zdravotný, kongresový a športový cestovný ruch. Kľúčové faktory úspechu spočívajú v spolupráci medzi miestnymi aktérmi, vrátane samospráv, podnikateľov a miestnych obyvateľov, ktorí sú nevyhnutní pre tvorbu a správu destinácie ako produktu cestovného ruchu. Preto je nevyhnutné, aby sa Nitriansky kraj zamerlal na strategický rozvoj cestovného ruchu, ktorý by zvýšil jeho konkurencieschopnosť predovšetkým na domácom trhu. Mal by zefektívniť marketingový manažment, posilniť infraštruktúru a vytvoriť atraktívne balíky zážitkov a to všetko za účasti spolupráce medzi všetkými zúčastnenými stranami. Rovnako je však potrebné zamerať sa na dopytovú stránku cestovného ruchu v Nitrianskom kraji, keďže konečnú úspešnosť destinácie ako

produktu určuje práve zákazník. Nitriansky kraj by preto mal identifikovať potreby a očakávania svojich návštevníkov a zahrnúť ich do tvorby produktov a služieb. Záujem zákazníkov o udržateľné, autentické a kultúrne bohaté zážitky by mal viesť k ďalšiemu rozvoju ponuky, ktorá by reagovala na tieto trendy. Posilnenie dopytu prispieva k efektívnemu a strategickému rozvoju cestovného ruchu, čo podporí dlhodobý rast a atraktivitu Nitrianskeho kraja ako turistickej destinácie.

#### Literatúra a pramene:

- COOPER, C. – FLETCHER, J. – GILBERT, D. – WANHILL, S.: *Tourism: Principles and Practice*. Essex: Pearson Education, 2005.
- HALL, C. M.: *Tourism: Rethinking the Social Science of Mobility*. Essex: Pearson Education, 2005.
- HLATKÝ, M. – KRAJČÍK, L. – KIOVSKÁ, S. – KRATOCHVÍLOVÁ, L.: *Stratégia rozvoja cyklotrás v NSK na roky 2021 – 2027*. [online] (cit. 05-07-2022) Dostupné na: <https://visitnitra.eu/wp-content/uploads/2021/01/Strategia-rozvoja-cyklotras-v-NSK-na-roky-2021-2027.pdf>.
- KOMPASOVÁ, K. – MICHALÍK, B. – LELKES, G.: *Aktuálne prístupy ku koncepcii rozvoja cestovného ruchu v Nitrianskom samosprávnom kraji*. Nitra: FF UKF v Nitre, 2023.
- KOLEKTÍV: *Koncepcia rozvoja cestovného ruchu v NSK na roky 2021 – 2027*. Nitra: Nitriansky samosprávny kraj.
- KUHN, I. – TOMÁŠOVÁ, P.: *Úvod do destinačného manažmentu*. Bratislava: MINDOP 2011. Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky. Programové vyhlásenie vlády Slovenskej republiky na roky 2020 - 2024 z perspektívy cestovného ruchu. [online] (cit. 11-05-2020). Dostupné na: <https://www.mindop.sk/ministerstvo-1/cestovny-ruch-7/informacie/cestovny-ruch/cestovny-ruch-v-programovom-vyhlaseeni-vlady-sr-2020-2024>.
- NITRIANSKY KRAJ – CHARAKTERISTIKA REGIÓNU: Štatistický úrad Slovenskej republiky, 2021. [online] (cit. 12-01-2022) Dostupné na: [https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/themes/regional/nitriansky%20kraj/news/!ut/p/z1/jZFNT4NAEIZ\\_Sw9cd4d1128bTEFDKmlsBT3YmiDFMNHQ7H8fbHqwUSxc5vkeZ9M5sUaZ1i3-Uq86Hq2rye9idtP6fhRiyXpgSPJyYE63WsUhFROyF4dwVcT\\_oWDwFE6DElpK-TkQpSlr1LXn4YyTclp8B9Lx-h\\_U](https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/themes/regional/nitriansky%20kraj/news/!ut/p/z1/jZFNT4NAEIZ_Sw9cd4d1128bTEFDKmlsBT3YmiDFMNHQ7H8fbHqwUSxc5vkeZ9M5sUaZ1i3-Uq86Hq2rye9idtP6fhRiyXpgSPJyYE63WsUhFROyF4dwVcT_oWDwFE6DElpK-TkQpSlr1LXn4YyTclp8B9Lx-h_U).
- Oznámenie komisie európskemu parlamentu, rade, európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru regiónov. *Cestovný ruch a doprava v roku 2020 a v ďalšom období*. [online] (cit. 21-09-2024). Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A52020DC0550>.
- STRATÉGIA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU V MESTE NITRA NA ROKY 2021-2031. [online] (cit. 09-11-2020). Dostupné na: [program hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja nitrianskeho samosprávneho kraja do roku 2030](https://www.enviroportal.sk/sk/eia/detail/program-hospodarskeho-rozvoja-socialneho-rozvoja-nitrianskeho-samospra-1). [online] (cit. 21-02-2022) Dostupné na: <https://www.enviroportal.sk/sk/eia/detail/program-hospodarskeho-rozvoja-socialneho-rozvoja-nitrianskeho-samospra-1>.
- ŠPILKA, J.: *Nitriansky kraj v číslach. Ústredie ŠÚ SR*. Bratislava: 2020. [online] (cit. 21-02-2022) Dostupné na: <https://slovak.statistics.sk/PortalTraffic/fileServlet?Dokument=fe553fa9-263a-4652-bdcd-3e00a7177c14>.
- Štatistický úrad Slovenskej republiky. [online] (cit. 10-09-2024) Dostupné na: [https://datacube.statistics.sk/#/view/sk/VBD\\_SK\\_WIN2/cr3808qr/v\\_cr3808qr\\_00\\_00\\_00\\_sk](https://datacube.statistics.sk/#/view/sk/VBD_SK_WIN2/cr3808qr/v_cr3808qr_00_00_00_sk).
- URRY, J. – LARSEN, J.: *The Tourist Gaze 3.0*. London: SAGE Publications Ltd., 2011.

**Kontakt:**

PhDr. Katarína Kompasová, PhD.  
 Filozofická fakulta UKF v Nitre  
 Štefánikova 67  
 949 74 Nitra  
 E-mail: kkompasova@ukf.sk

# Hudba a umelecká tvorba za múrmi terezínskeho geta

(Hudobní skladatelia a ich diela poznačené nacistickým režimom)

**Ema Vlasáková**

*Kľúčové slová: vážna hudba, Terezín, tvorba, geto, umenie, expresionizmus, nacistický režim*

*Key words: classical music, Terezín, ghetto, art, expressionism, Nazi regime*

*Abstract: This article seeks to map the life and work of musicians and composers in the Terezín ghetto during World War II. It also analyses the conditions and possibilities for the development of artistic life in the context of artistic, theatrical and literary production in the concentration camp, which was used for propaganda purposes by the Nazi regime.*

**Úvod.** V tomto príspevku sa venujeme špecifickému prostrediu a obdobiu, v ktorom vznikala vážna hudba expresionistického charakteru a zosobňovala posolstvo nádeje a slobody v kontraste s krutosťou a temnotou vtedajšej reality. Napriek neprajným okolnostiam obdobia druhej svetovej vojny sa ľuďom podarilo ukoristiť kúsky bežného života, čoho dôkazom je aj kultúrny život a kultivácia umenia v nehostinných podmienkach terezínskeho geta. Koncentračný tábor Terezín sa nachádzal na území českého opevneného mesta Terezín v okrese Litoměřice. Táto pevnosť pôvodne slúžila na zaistenie toku Ohře do Labe, po obsadení Čiech a Moravy nacistami, sa začala používať ako koncentračný tábor (ekvivalentne je tiež toto miesto označované ako geto – uzavretá mestská časť pre vyčlenenú časť obyvateľstva). Pevnosť je rozdelená na dve časti, Veľkú pevnosť a Malú pevnosť. V roku 1940 bola v Malej pevnosti (dlhodobo používanej ako väznica), zriadená väznica

gestapa a v novembri 1941 vznikol vo Veľkej pevnosti zberný a tranzitný tábor určený predovšetkým pre židovské obyvateľstvo Čiech a Moravy. Od roku 1942 (po konferencii vo Wannsee) boli do tábora deportovaní Židia z Tretej ríše a ostatných obsadených krajín (vrátane Slovenska). Koncentračný tábor Terezín slúžil teda ako väznica gestapa, tranzitný tábor, ako „príkladné sídlisko“ nemeckej propagandy (prezentované zahraničným návštevníkom) a geto, v rámci židovskej otázky bol využívaný aj na likvidáciu ľudí. Inšpiráciou pre výber tejto témy bol koncert v kultúrnom centre Átrium na Žižkově v Prahe, kde účinkoval český sláčikový súbor komornej hudby Bennewitzovo kvarteto. Na navštívenom koncerte zaznela skladba pre Sláčikový kvartet č. 3 od Viktora Ullmanna. Zoskupenie Bennewitzovo kvarteto vzniklo v roku 1998 a stalo sa špičkovým komorným súborom v medzinárodnom meradle, čo potvrdzujú víťazstvá na prestížnych súťažiach (v Osake v roku 2005, Premio Paolo Borciani v Taliansku v 2008) (Átrium Žižkov, 2023). Cieľom tohto textu je zvýšenie povedomia o umeleckej tvorbe hudobných skladateľov väznených v terezínskom gete a porozumenie, aké podmienky ich hudbu formovali, čím bola ovplyvnená, a prečo majú ich skladby taký umelecký výraz, ktorý pri ich počúvaní apeluje na poslucháča. Touto prácou je vyjadrené uznanie všetkým autorom a autorkám, ktorí zostali verní svojej profesii, vášni a talentu, napriek represívnemu nacistickému režimu.

**Terezín vs. umenie.** Umelecká tvorba sa v terezínskom gete rozvinula do mimoriadnej miery. Medzi desať tisícami väzňov, ktorí prešli Terezínom, bolo mnoho významných profesionálnych umelcov, ako aj mnoho amatérskych umelcov. Spočiatku veliteľ SS ich aktivity len toleroval, neskôr, v súvislosti s využívaním terezínského geta na propagandistické účely, dostali židovské úrady v tejto oblasti značnú voľnosť. Tak mohlo v modelových koncentračných táboroch ako Terezín vzniknúť oddelenie pre organizáciu voľného času (nem. Freizeitgestaltung), ktoré sústreďovalo a organizovalo umelcov v gete pre širokú škálu kultúrnych aktivít. Možnosť vystupovať dostali začínajúci aj amatérski umelci. V Terezíne v tom čase vznikali významné umelecké diela, ale praktizovali sa aj nenáročné, čisto zábavné umelecké žánre. Spoločným znakom všetkých podujatí bolo posilnenie ducha väzňov i ich samotných, posilnenie optimizmu a viery v lepšiu budúcnosť. Mnohé kultúrne aktivity mali výraznú symboliku, ktorá bola výrazom duchovného odporu väzňov (Blodig, 2019).

**Literatúra.** Na rozdiel od verejnej produkcie, akou bolo divadlo alebo hudba, literárna tvorba bola intímnejšia a jej výsledky boli známe len veľmi obmedzenému okruhu zasvätených. Diela neraz zmizli spolu so svojimi autormi v miestach vyhľadzovania a preto nie je možné s presnosťou určiť ich skutočný rozsah, všetky poznatky z tejto oblasti možno usudzovať len z dochovaných zdrojov. Českí Židia boli prvou a zároveň najpočetnejšou skupinou väzňov. Cítili sa byť stále vo vlastnej krajine, hoci uzavretí v neslobodnom spoločenstve. Mali preto väčšie zázemie pre svoju prácu ako väzni

z iných krajín. Veľmi silno tiež čerpali z tradícií českej národnej literatúry. Najsilnejšou zložkou ich tvorby boli lyrické verše. Literárnu produkciu geta obohacovala tiež nemecká tvorba. Možno tu pozorovať dozvuky Pražského kruhu literatúry písanej v nemeckom jazyku, ktorý spájal prvky kultúrneho prostredia nemeckej, židovskej a českej literatúry a bol prepojený aj s rakúskou literatúrou. Významnú časť terezínskej literárnej tvorby tvorili mladí ľudia. Ich diela sa však vyznačovali nezvyčajnou zrelosťou a boli dôkazom toho, že deti a mladí ľudia v podmienkach väzenia rýchlo dospievali a čoskoro sa na svet začali pozeráť očami svojich dospelých spoluväzňov. Najtypickejším príkladom je časopis *Vedem* – tvorcami boli prevažne 13-16 roční chlapci (Moderní dějiny, 2010).

**Výtvarné umenie.** Centrom uväznených umelcov v gete bola kresliareň Technického úradu židovskej samosprávy. Jej vedúcim bol Bedřich Fritta (Židovské muzeum v Praze, 2006) a zástupcom vedúceho bol Petr Kien. Pracovala tam väčšina profesionálnych maliarov. V rámci svojej úradnej práce boli umelci nútení kresliť najmä grafy a ilustračné prílohy k správam židovskej obce pripravovaným pre terezínske veliteľstvo a ďalšie jednotky SS. Boli tiež nútení podieľať sa na príprave takých podujatí, ako boli návštevy zahraničných delegácií v Terezíne. Cieľom týchto prác bolo prezentovať geto ako vzorové samosprávne územie, ktoré zabezpečuje svojim obyvateľom bezstarostný život uprostred vojnovou zmietanej Európy.

Umelci slobodne tvorili po práci v kresliarni a mohli použiť papier a kresliace potreby zo svojho pracoviska, ktoré by inak ako väzni nemali k dispozícii. Tieto diela, tvorené vo voľnom čase, zobrazovali surovú realitu každodenného života v gete, vyjadrovali pocity autorov alebo boli klasickými umeleckými dielami, ktoré zachytávali krásu aj v podmienkach táborového života, ktorý ich obklopoval na každom kroku. Obrazy tak niesli nenahraditeľnú dokumentárnu hodnotu, pretože vypovedali pravdu o skutočnom živote geta a o svojich autoroch, ktorých vnútorné pocity a myšlienky zachytávali. Pre niektorých umelcov sa snaha o zobrazenie pravej tváre geta stala osudnou po tom, čo veliteľstvo SS v roku 1944 objavilo niekoľko kresieb, ktoré označilo za „propagandu hrôzy“. Bedřich Fritta a spolupracovníci Otto Ungar, Ferdinand Bloch, Leo Haas a architekt Norbert Troller boli vtedy zatknutí a spolu s rodinami deportovaní do neďalekej policajnej väznice gestapa v terezínskej Malej pevnosti. Mučenie a následné uväznenie v koncentračných táboroch prežili len poslední dvaja a syn Bedřicha Frittu Tomáš.



Obrázok č. 1: Nazi ghetto - Bedřich Fritta



Zdroj: Finestre sull'Arte, Bedřich Fritta, 2024

Obrázok č. 2: The Bialystok children - Otto Ungar



Zdroj: Picryl, Otto Ungar, 2024

**Divadlo.** Podobne ako iné druhy umeleckej činnosti aj divadlo bolo výrazom túžby ľudí po umeleckej sebareflexii aj v tých najťažších podmienkach, po udržiavaní kontaktu s krásou a po umeleckom stvárnení ľudských osudov

a túžob prostredníctvom hereckých a strohých inscenačných výrazových prostriedkov. Prvé divadelné predstavenia sa odohrávali tajne v úzkych kruhoch, bez kostýmov a kulís. Po istom čase povolilo veliteľstvo SS tzv. kamarátske večery, ktorých súčasťou boli aj prvé predstavenia dramatických diel. Ani tzv. ľahký žáner, ktorý v nasledujúcich obdobiach reprezentovali terezínske kabarety a revue, nebol len prostriedkom na „zabitie času“ alebo odpútanie sa od krutej reality. Obsahoval príbehy a podobenstvá, ktoré boli pre divákov ľahko zrozumiteľné a pomáhali im vyrovnáť sa so životom v neslobode a posilňovať vôľu k odporu. S ohľadom na veľkosť publika sa české a nemecké kabarety a revue stali v Terezíne najdôležitejšími.

Divadelné predstavenia v podaní českých i nemeckých divadelných súborov dosiahli vysokú úroveň. Vedúcim režisérom českého činoherného súboru bol Gustav Schorsch. V nemeckom divadle to bol najmä Carl Meinhard, pred vojnou predstaviteľ impresionistického a psychologického divadla. Medzi celým súborom vynikala Vlasta Schönová, ktorá pôsobila aj ako režisérka (Institút Terezínske Inicijaty – *Chtěla jsem být herečkou*. 2011). Súčasťou divadelného života v gete bolo aj detské divadlo, ktoré pripravovali deti pod vedením vychovávateľov.

**Hudba.** Frekvencia a umelecká úroveň hudobných vystúpení v gete bola mimoriadna, napriek nedostatku nástrojov a vhodných priestorov. O to väčšie bolo nadšenie organizátorov hudobného života, ktorí využili skutočnosť, že do Terezína prišlo množstvo vplyvných umelcov. Franz Eugen Klein a Karl Fischer tu spolupracovali s nemeckými umelcami v oblasti opernej hudby. Medzi hudobné osobnosti patrili aj Rafael Schächter, ktorý v gete založil zmiešaný zbor a inscenoval najprv Smetanovu *Predanú nevestu* a neskôr aj ďalšie české a Mozartove opery. Jeho niekoľko predstavení *Requiem* Giuseppe Verdiho sa stalo veľkolepou udalosťou a hoci išlo o kresťanskú cirkevnú hudbu, väzni jej posolstvu jasne rozumeli – vyjadrovalo nádej na oslobodenie trpiacich a vieru v lepšiu budúcnosť, ktorej symbolika bola pre deti a mládež podobná. Zo skladateľov pôsobiacich v gete boli najvýznamnejší Hans Krása, Pavel Haas, Gideon Klein, Viktor Ullmann a Karel Reiner, ktorý ako jediný prežil oslobodenie (Karas, 1985).

Potreba rozptýlenia viedla hudobníkov k obrovskej kreatívnej explózií, ktorá podnietila vznik jednej z najpozoruhodnejších a najživnejších hudobných škôl v okupovanej Európe. Životné okolnosti a prostredie tvorby primälo autorov vychádzať z pesimistických pocitov, zármutku, bolesti, neistoty a najmä strachu. Výsledkom toho je, že sa hudobná tvorba vyznačuje expresionistickými tendenciami, t. j. umelci vyjadrovali hlavne zúfalstvo, prázdnotu a bolesť. Skladatelia používali nové kompozičné postupy (typické pre expresionizmus). Charakteristickými znakmi tvorby sú: iritácia, disonancia, diskontinuita, ostrá variabilita tempa, razancia, výrazovosť, redukcia, abstrakcia, atonalita. Atonálny princíp zaviedol Arnold Schönberg (učiteľ Viktora Ullmana, ktorému sa venujeme nižšie v práci) likvidujúci všetky tradičné

tonálne vzťahy - všetkých 12 tónov chromatickej stupnice má rovnoprávne postavenie. Autori tvorili tiež vo folklorizme (vychádzajúceho z expresionizmu), na ktorom možno pozorovať všeobecný návrat k prameňom ľudového umenia, návrat k prírode, čo sa prejavilo v hudbe ostrým rytmom.

**Hans Krása.** Narodil sa v bohatej rodine ako tretie dieťa pražského advokáta Karla Krásu a jeho manželky Amálie nemecko-židovského pôvodu (rodená Steinerová). Jeho vášeň pre poéziu a hudbu mu pravdepodobne vštepila matka, ale otec sa postaral o finančné zabezpečenie, aby Hans mohol svoju záľubu rozvíjať. Od mladosti sa učil hrať na klavíri u Therese Wallersteinovej. Neskôr sa učil hrať na husle u Josefa Frankenbuscha, koncertného majstra Nového nemeckého divadla. Už ako malé dieťa písal. Počas rodinnej dovolenky v Salzburgu jeho otec zariadil, aby salzburský kúpeľný orchester zahral jednu z jeho skladieb (Hans mal vtedy len jedenásť rokov). Podobná udalosť sa stala v roku 1913 v St. Moritz. Hans však napriek veľkému hudobnému nadaniu študoval klasické vzdelanie na Štátnom nemeckom reálnom gymnáziu v Prahe (Červinková, 2003). Alexander Zemlinsky, umelecký riaditeľ Nového nemeckého divadla a od roku 1920 rektor Nemeckej akadémie pre hudbu a divadelné umenie v Prahe, si všimol mladého muža, ktorý sa nadchol pre diela Gustava Mahlera a Arnolda Schönberga. Krása v roku 1922 odcestoval do Paríža, aby dokončil štúdium kompozície u Alberta Roussela. Napriek krátkemu pobytu v tejto metropole nadviazal vo Francúzsku početné priateľstvá, ku ktorým patrili aj tie s predstaviteľmi Parížskej šestky<sup>8</sup>. Po návrate z Paríža prežil Hans Krása úspešné obdobie, bohémске roky, obklopený vtedajším pražským intelektuálnym rozkvetom. Vstával neskoro ráno, každý deň navštevoval svojich priateľov v redakcii Prager Tagblattu a potom si chodil užívať nočný život. V kaviarni Slavia sa stretával s významnými českými spisovateľmi, ale ešte častejšie jeho kroky viedli do kaviarne Arco, v ktorej boli pravidelnými hosťami Krásovy blízky Franz Kafka či Milena Jesenská – múza tamojšieho umeleckého kruhu (Krásovo meno sa dokonca objavuje v Kafkových *Listoch Milene*). V roku 1927 sa presťahoval do Berlína (pravdepodobne za Alexandrom Zemlinským, ktorý prijal miesto kapelníka v opere Kroll). Dostal tiež ponuku dirigovať v Chicagu a Paríži, skladateľ sa však vrátil do Prahy a vrátil sa tak aj ku svojim spoločenským a tvorivým aktivitám. V roku 1928 začal pracovať na opere *Zasnúbenie vo sne* (nem. *Verlobung im Traum*), ktorá vznikla na motívy Dostojevského poviedky *Sen strýka Toma*. Libreto napísali básnik Rudolf Fuchs a redaktor denníka Prager Tagblatt Rudolf Thomas. Opera bola dokončená v roku 1930 a o tri roky na to

<sup>8</sup> Pozn. aut.: Parížska šestka bola skupina šiestich francúzskych skladateľov, ktorí pôsobili v prvej polovici 20. storočia. Ich hudba bola charakteristická snahou o nový, modernejší a zároveň prístupnejší štýl. Toto neformálne zoskupenie bolo tvorené Dariusom Milhaudom, Georgesom Auricom, Louisom Dureyom, Arthurom Honeggerom, Francisom Poulencom a Germainom Tailleferre. Hudobné diela týchto autorov sa vyznačovali snahou o jednoduchosť, zmyslom pre humor (ironický a satirický podtón skladieb) či odmietaním romantizmu (odklon od veľkých gest a emócií romantickej hudby).

bola pod režijným vedením Renata Mordu a Georga Szella prvýkrát uvedená 18. mája 1933 v Novom nemeckom divadle v Prahe. Československý rozhlas ju dokonca vysielal naživo a Krása za ňu v tom istom roku získal Československú štátnu cenu. Na nemeckú premiéru však už bolo neskoro – židovský skladateľ nemal po nástupe Adolfa Hitlera k moci žiadnu šancu. Napriek ukotveniu v nemeckej kultúre a jazyku, Hans Krása pociťoval príbuznosť s českými umelcami, o čom svedčí aj jeho členstvo v spolku Mánes. V druhej polovici 30. rokov dokonca odmietol komponovať hudbu na nemecké texty, čím reagoval na nacistický teror voči židovskému obyvateľstvu.

Hans sa stal vedúcou postavou hudobného života v rámci Freizeitgestaltung terezínskeho tábora. Gideon Klein, klavirista, skladateľ a usporiadateľ tajných večerných klavírných recitálov, sa nakrátko stal Krásovým švagrom, keď sa Krása niekedy medzi augustom 1943 a aprílom 1944 oženil s klaviristkou Eliškou Kleinovou, Gideonovou sestrou. Vzal si ju s úmyslom zachrániť ju, ako osamelú ženu, pred deportáciou do vyhladzovacieho tábora. Po mesiacoch prežitých v Terezíne napísal Hans množstvo skladieb vrátane *Passacaglia a fúgy pre sláčikové trio* (1944). Krátko po jej dokončení, 16. októbra 1944, ho spolu s ďalšími umelcami z Terezína, ako boli Viktor Ullmann, Paul Haas a Gideon Klein, zaradili do „transportu umelcov“, ktorý smeroval do vyhladzovacieho tábora Auschwitz. Jeho život sa skončil v plynovej komore o dva dni neskôr. Portál musicianongrata.cz uvádza: „Podle dobových svědectví byl Krása umělcem, jenž nepovažoval komponování za povolání, za prostředek k obživě. Tvořil pouze v okamžicích vlastního tvůrčího zájmu. Odpovídá tomu i charakter jeho hudby: originální, hluboce odrážející jeho umělecké přesvědčení, inteligenci, a především jeho lidství.“ (Musica non grata, 2021)

Hans Krása kompozične vychádzal z tvorby Gustava Mahlera a Arnolda Schönberga. Najväčší vplyv však na neho mal Alexander Zemlinsky, pod ktorého vedením ako dospievajúci skladateľ napísal svoj prvý opus *Štyri orchestrálné piesne*, na poéziu Christiana Morgensterna zo zbierky *Šibeničné piesne*. Zemlinsky ich uviedol v máji 1921 v rámci cyklu filharmonických koncertov Nového nemeckého divadla v Prahe. Posmelený povzbudzujúcou kritikou Maxa Broda začal Krása písať *Sláčikové kvarteto op. 2*. *Symfóniu pre malý orchester* začal komponovať ešte počas pobytu v Paríži. Svetovú premiéru mala v roku 1923 v Théâtre des Champs-Élysées a o tri roky neskôr reprezentovala Československo na festivale Medzinárodnej spoločnosti pre súčasnú hudbu v Zürichu. Leopold Stokowski dirigoval Filadelfský orchester, Sergej Koussevický viedol Bostonský symfonický orchester a Alexander Zemlinsky uviedol jej domácu premiéru v marci 1927 v Čechách s Českou filharmóniou. V každom z týchto prípadov zazneli len dve orchestrálné časti. Kompletná *Symfónia pre malý orchester* - vrátane vokálnej časti - ako aj cyklus *Päť piesní op. 4* vyšli v roku 1926 vo viedenskom vydavateľstve Universal Edition. V oboch dielach pomáhal s nemeckým prekladom materiálov Max Brod, ktorý Hansa Krásu do Universal Edition odporučil (Musica non grata, 2021).

Hru Adolfa Hoffmeistera *Mladosť v hre*, ku ktorej Krása skomponoval sprievodnú hudbu, uviedlo v roku 1935 divadlo D 34 Emila Františka Buriana v Prahe. V tom istom roku hru v preklade Friedricha Torberga uviedlo aj Malé divadlo (nem. Kleine Bühne) Nového nemeckého divadla v Prahe. O tri roky neskôr Krása opäť spolupracoval s Hoffmeisterom na detskej opere *Brundibár*. Pieseň *Anna*, ktorá raz zaznela v hre *Mladosť v hre*, sa stala na krátky čas hitom. Krása ju neskôr neváhal použiť znova v dvoch rôznych dielach: *Komorná hudba pre čembalo a sedem nástrojov* a *Téma a variácie pre sláčikové kvarteto*. Druhá menovaná skladba patrila spolu s dielami Pavla Bořkovca, Františka Bartoša, Iši Krejčího a Jaroslava Ježka, k programu mimoriadneho večera Spolku výtvarných umelcov Mánes. Počas dvadsať šesť mesačného pobytu v Terezíne napísal Krása niekoľko skladieb vrátane testamentu – *Pasacaglia a fúgy pre sláčikové trio*, dielo ktoré je zaradené do klenotnice českej komornej hudby, *Tanca pre sláčikové trio*, *Predohry pre malý orchester* a *Troch piesní pre barytón, klarinet, violu a violončelo* (na texty Arthura Rimbauda v preklade Vítězslava Nezvala) (Svatos, 2024).

Detská opera *Brundibár* vznikla ešte v roku 1938 na libreto Adolfa Hoffmeistera pre súťaž, ktorú vypísalo Ministerstvo školstva a národnej osvety Československej republiky. Súťaž nebola ukončená kvôli okupácii Československa v 1939. V júli 1941 sa dielo začalo nacvičovať v pražskom židovskom sirotinci na Belgickej ulici na Hagibore pod vedením skladateľa, klaviristu a dirigenta Rafaela Schächtera (zomrel v roku 1945 počas pochodu smrti z Osvienčimu). Klimešová (2015) uvádza, že prvýkrát bola v Terezíne uvedená 23. septembra 1943. Skladateľ ju sám nastudoval spolu s Rafaelom Schächterom, Rudolfom Fraňkom a najmä s detskými židovskými väzňami. Tu zožala veľký úspech a bola hraná viac ako päťdesiatkrát. Žiaľ, toto dielo zneužili nacisti na svoju propagandu, pretože bolo vybrané ako reprezentatívne predstavenie. Na jar 1944 malo byť odprezentované komisii Medzinárodného červeného kríža, ktorá prišla navštíviť terezínske geto, aby posúdila jeho úlohu ako „vzorového“ geta. Architekt František Zelenka dostal materiály na vylepšenie kulís a kostýmov po tom, ako sa predstavenie presunulo do veľkej sály sokolovne mimo geta. Neskôr v lete 1944 sa posledné scény z *Brundibáru* natáčali pre propagandistický film *Theresienstadt* (známy aj pod názvom *Vodca daroval Židom mesto*). Ako záverečné scény boli vybrané práve tie, kde je postava Brundibára porazená. Film sa počas vojny nikdy nepremietal v nemeckých kinách. „Vymenili sme utrpenie každodenného života za sen o slobodnom živote na druhej strane ostnatého drôtu, kde sa môžeme dosýta najesť. Detská opera *Brundibár* sa pre nás stala zábleskom nádeje, svetlom v temnote zajatia,“ spomínal po vojne na terezínske predstavenie Paul Sandfort, trubkár Brundibára, ktorý mal v roku 1943 trinásť rokov (Musica non grata, 2021). V reportáži Kláry Stejskalovej z Českého rozhlasu (2018) sa môžeme dočítať: „Záverečný verš z pera A. Hoffmeistera znel: „Kdo má rád maminku s tatínkem a naši rodnou zem, je náš kamarád a smí si s námi hrát.“ Erik A. Saudek pro

provedení opery v terezínském ghettu přepsal závěr na: „Kdo má právo rád a při něm ob stojí a nic se nebojí...“ Finále se stalo jakousi terezínskou hymnou. Herci i diváci velice dobře věděli, co tato slova spolu s bojem nevinných dětí proti zlému Brundibárovi znamenají.“

Obrázok č. 3: Plagát k detskej opere Brundibár



Zdroj: Institut Terezínske Iniciativy, 2024

**Pavel Haas.** Pavel Haas sa narodil 21. júna 1899 v Brne do židovskej rodiny. Jeho brat Hugo sa preslávil ako herec a režisér. Chlapci chodili do nemeckej základnej školy, ale strednú školu navštevovali už českú. Pavel svoje hudobné nadanie odhalil najmä vďaka hre na klavír. Na brnianskom konzervatóriu študoval u Jana Kunca, Viléma Petrželky a Leoše Janáčka. Neskôr sa zamiloval do vydatej lekárky Soni Jakobsonovej, ktorá sa rozviedla, aby sa 17. októbra 1935 mohli vziať. V roku 1937 sa im narodila dcéra Oľga, ktorá sa napokon stala herečkou. Pavel sa na naliehanie svojej manželky naplno venoval písaniu a komponovaniu. Po príchode nemeckých vojsk uvažovali o odchode, no nepodarilo sa im získať príslušné povolenia. Začiatkom vojny bol Pavel ako Žid vynechaný z verejného života, na klavír mohol učiť iba tajne. K dcére Oľge pribudol synovec Ivan, syn Huga, ktorému sa s manželkou podarilo emigrovať včas. Chorého syna, ale museli nechať u príbuzných, ktorí sa o neho sľúbili postarať. Pavel však umelecky pracovať nesmel a Soňa, ktorej sa podarilo utajiť svoj židovský pôvod, ako manželka Žida mala pracovnú činnosť tiež sťaženú. Jediným východiskom bol rozvod, vďaka ktorému Soňa získala späť lekársku licenciu a mohla sa tak postarať o obe deti. Na začiatku decembra roku 1941 bol Pavel Haas zatknutý gestapom a transportovaný rovnako ako mnoho ďalších do Terezína. Po troch rokoch, bol odtiaľto prevezený do Osvienčimu, kde 17. októbra roku 1944 zahynul v plynovej komore (Internetova encyklopedie dejin Brna, 2020).

Jeho hudobná tvorba zahŕňa len niekoľko desiatok skladieb; uplatňujú sa v nej prvky českej a moravskej ľudovej hudby, autor tiež často cituje husitské piesne a svatováclavský chorál. Medzi najznámejšie diela patria skladby: *Zesmutnělé scherzo* (pôvodne komponovaná za Janáčkovho dohľadu), *Fata morgana* opisujúca sklamanie z lásky (napísaná pre klavírny kvintet) a skladba *Z opičích hor* (vznikla na základe autorovho pobytu na Českomoravskej vysočine, kde je tento ľudový výraz naozaj používaný). Pavel so svojím bratom Hugom spolupracoval na troch filmoch, pre ktoré zložil hudbu: *Život je pes*, *Mazlíček*, *Kvočna* (Pončová, 2014). Svoju jedinou operu *Šarlatán* skomponoval na prozaický text románu Josefa Wincklera. Táto tragikomická opera rozpráva o veselých i vážnych príhodách zázračného lekára, tzv. mastičkára, je pojatá ľudovou formou v 3 dejstvách (v 7 obrazoch) a mala premiéru v apríli 1938. Z koncentračného tábora sa zachovala skladba pre mužský zbor s názvom *Nenaříkej!* – napísaná v hebrejskom jazyku, čím boli jej revolučné úvahy na prvý pohľad skryté. Ďalej sa zachovala skladba *Studie*, ktorú hral terezínsky komorný orchester. Poslednou zachovanou skladbou z doby autorovho väznenia sú *Čtyři písně na slova čínské poezie*, v ktorej je vyjadrená clivota, túžba po domove a vízia šťastného návratu. Na prelome tridsiatych a štyridsiatych rokov pracoval na symfónii, ktorú však už nestačil dokončiť (Sedláčková, 2011).

**Gideon Klein.** Gideon Klein pochádzal z moravsko-židovskej rodiny obchodníka z Přerova. Hudobné nadanie ho priviedlo do Prahy za profesorkou klavíru Růženu Kurzovou, manželkou Viléma Kurze, u ktorého Klein neskôr študoval na konzervatóriu. V septembri 1939 musel školu kvôli reštrikciám zavedeným nacistami (tzv. norimberské zákony) ukončiť. Hoci bol pozvaný na Královskú hudobnú akadémiu do Londýna, nebolo mu umožnené vycestovať, ako Žid, nesmel verejne vystupovať, a tak pod pseudonymom Karel Vránek hral na klavír v malých divadlách. V tej dobe tiež súkromne študoval skladbu u Aloisa Háby. Na sklonku roku 1941 bol odvečený do Terezína, kde sa zapojil do hudobných produkcií v rámci tzv. „utvárania voľného času“ a stal sa jedným z hlavných skladateľov v Terezíne (spoločne s niektorými žiakmi L. Janáčka – Pavel Haas, Hans Krása a žiakom A. Schönberga – Viktorom Ullmannom). Gideon tu vystupoval ako sólový klavirista na najmenej 15 vystúpeniach a zúčastnil sa tiež komorných predstavení. Na jeseň 1944 ho deportovali do Osvienčimu a bol pridelený do blízkeho pracovného tábora Fürstengrube, kde zahynul ako 25-ročný, pravdepodobne v januári 1945, pri likvidácii tábora samotnými nacistami pred približujúcou sa Červenou armádou. Kleinová staršia sestra Eliška, ktorej sa z nacistického väzenia podarilo ujsť do Prahy, založila v roku 1994 Nadáciu Gideona Kleina (Musica non grata, 2021).

K najvýznamnejším dielam patrí *Divertimento* pre 8 dychových nástrojov (s motívom diela *Zápisník zmizelého* od L. Janáčka). Dielo *Tři písně pro vyšší hlas a klavír, opus 1* je rozdelené do troch častí: I. *Vodotrysk* (Johann Klaj); II. *Polovina života* (Franz Hölderin); III. *Soumrak shůry sesouvá se* (Johann Wolfgang Goethe – český preklad: Erich A. Saudek) (Slavický, 1995). V Terezíne potom zložil *Madrigal* pre päťhlasný komorný zbor (2 soprány, alt, tenor a bas) na text Françoise Villona v preklade Otokara Fischera. Ďalšími dielami sú *Čtyři písně pro alt a klavír Die Pest* (Český hudební slovník osob a institucí, 2015), *První hřích* (ľudová poézia) pre mužský zbor, *Fantazie a Fuga* pre sláčikové kvarteto, *Klavírna sonáta*, uspávanku na hebrejský text *Schchav b'ni* pre spev a klavír a i.

**Viktor Ullman.** Obaja rodičia Viktora Ullmanna pochádzali zo židovskej rodiny, ale ešte pred Viktorovým narodením konvertovali na katolícku vieru, aby sa jeho otec Maximilián Ullmann mohol venovať kariére profesionálneho dôstojníka. Od roku 1909 navštevoval Viktor gymnázium vo Viedni. Jeho hudobné sklony a talent ho čoskoro priviedli do kontaktu s Arnoldom Schönbergom a jeho hudobným krúžkom. Hneď po maturite sa dobrovoľne prihlásil do armády. Po narukovaní do armády počas prvej svetovej vojny ho poslali na taliansky front, kde sa zúčastnil bitky v údolí rieky Soča (tal. Isonza) ako delostrelecký pozorovateľ. Neskôr mu bolo umožnené študovať právo na Viedenskej univerzite. Začiatkom októbra 1918 bol prijatý do skladateľského seminára Schönberga. V máji 1919 však prerušil obe svoje štúdiá, opustil Viedeň a presťahoval sa do Prahy, aby sa mohol venovať výlučne

komponovaniu. V roku 1920 bol vymenovaný za zbormajstra pražského Noveho nemeckého divadla. Tam sa jeho mentorom stal Alexander Zemlinsky, pod ktorého vedením sa Ullmann neskôr vypracoval na pozíciu dirigenta (Český hudební slovník osob a institucí, 2009). V roku 1928 sa stal šéfom opery v Ústí nad Labem a o rok neskôr odišiel do Švajčiarska, kde pôsobil ako dirigent v Schauspielhaus v Zürichu (1929-31), pre ktorý komponoval aj scénickú hudbu. V tom čase sa zaujímal aj o antropozofiu<sup>9</sup>, nový filozofický smer založený Rudolfom Steinerom, a v nasledujúcich dvoch rokoch (1931-33) viedol antropozofické kníhkupectvo v Stuttgarte. V roku 1933 sa natrvalo vrátil do Prahy, kde pôsobil ako novinár a hudobný pedagóg. Recenzoval hudbu pre pražské nemecké noviny *Bohemia* a spolupracoval s hudobnou redakciou Československého rozhlasu. Ešte pred nástupom nacizmu sa neúspešne pokúšal získať československé občianstvo a vystaňovalecký pas. Zo svojich štyroch detí sa mu podarilo vybaviť len dvom miesto v transporte Sira N. Wintona do Británie. Dňa 8. septembra 1942 bol so svojou tretou manželkou a zvyšnými deťmi deportovaný do Terezína, kde sa zapojil do umeleckého života. Viktor Ullmann bol spolu so skladateľmi P. Haasom, H. Krásou a ďalšími hudobníkmi prevezený do vyhladzovacieho tábora Auschwitz-Birkenau, v tzv. umeleckom transporte a krátko po príchode zavraždený v plynovej komore 16. októbra 1944 (Bloch, 2024).

Pôsobil vo viacerých divadlách, venoval sa komponovaniu a v roku 1934 napísal operu *Der Sturz des Antichrist* (Pád Antikrista) (Mauró, 2021). Skladby skomponované v rokoch 1938 až 1942, vrátane *Slovanskej rapsódie* a *Klavírneho koncertu*, sa dočkali verejného uvedenia až po roku 1975, takisto ako opera *Der zerbrochene Krug* (Rozbitý džbán). Len tri dni pred autorovou smrťou mala premiéru melodráma *Pieseň o láske a smrti od korneta Krystofa Rilkeho* pre recitátora a klavír, ktorú skladateľ vytvoril počas svojho pobytu v gete. Skladba je inšpirovaná tragickým príbehom korneta Rilkeho, ako ho opísal nemecký básnik Rainer Maria Rilke vo svojej rovnomennej epickej básni. Na internetovom portáli musicianograta.cz je priamo uvedený výrok Viktora Ullmanna: „*Chtěl bych jen zdůraznit, že Terezín nebyl pro mou hudební práci překážkou, ale inspirací. Že jsme v žádném případě pouze neplakali na březích babylonských řek a že naše vůle ke kultuře plně odpovídala naší vůli k životu.*“ (Musica non grata, 2021). V gete vznikla napríklad opera *Der Kaiser von Atlantis* (Cisár Atlantídy alebo odmietnutie smrti). Karel Berman, neskorší popredný sólista Národného divadla v Prahe, dostal basový part (opera sa počas vojny v terezínskom gete nikdy nehrala) a neskôr o skladbe vydal svedectvo. 26 zachovaných Ullmannových recenzií hudobných podujatí v Terezíne, ktoré vznikli ako

<sup>9</sup> Pozn. aut.: označuje spirituálny a ezoterický svetonázor, pokúšajúci sa prepojiť prvky nemeckého idealizmu, východných náuk, Goetheho postojev, kresťanskej mystiky, gnózy ako aj prírodovedných poznatkov prvej štvrtiny 20. storočia.

výsledok jeho neustálej práce hudobného kritika v tábore, poskytuje dôležitý pohľad na bohatý kultúrny život, ktorý sa tam rozvíjal. Ullmann sa vo svojej tvorbe v tábore po prvýkrát konfrontoval so židovskou tematikou v hebrejských textoch (sám bol totiž pokrstený podľa katolíckeho obradu, ale na svojej prvej svadbe uviedol, že je bez vyznania a v 30. rokoch 20. storočia konvertoval na protestantizmus). Jeho hudba prvej polovice 20. storočia sa považuje za vrchol pražskej hudby. Mnohé z jeho skladieb sa dlho považovali za stratené až v roku 1989, kedy bolo niekoľko z nich znovobjavených (niektoré ešte stále čakajú na spracovanie).

**Jazzová kapela *The Ghetto Swingers*.** Pôvodnú amatérsku českú kapelu hrajúcu v kaviarni geta viedli Eric Vogel a Pavel Libenský. *Pôvodne išlo o kvintet, v priebehu pár mesiacov od vzniku sa rozšíril na big-band.* Vogel podal 8. januára 1943 žiadosť veliteľovi – personálne zloženie *The Ghetto Swingers* malo byť nasledovné: Brammer (klavír), Kurt Bauer (bicie nástroje), Goldschmidt (gitara), Fasal (basgitara), Vogel (trúbka), Langer (tenor saxofón a klarinet) a Mautner (trombón) (Karas, 1985). Keď do tábora prišiel slávny jazzový klavirista Martin Roman, bol poverený vedením kapely. Skupina vystupovala v terezínskej kabaretnej revue, známej ako *Karussell* (Kolotoč). *The Ghetto Swingers* vystúpili viac ako päťdesiatkrát, najčastejšie v júni a júli 1944. Kabarety organizoval Kurt Gerron, ktorý mohol čerpať z najlepších talentov v tábore a sám bol zabávačom a spevákom. Roman aj Gerron prišli do Terezína cez tranzitný tábor Westerbork. Veliteľ Karl Rahm poveril Gerrona, aby v spolupráci s Karlem Pečeným natočil propagandistický film (už vyššie spomínaný *Theresienstadt*). Historik Petr Koura z Filozofickej fakulty Univerzity Karlovy v rozhovore pre kanál Českej televízie ČT24 špecifikuje: „*Orchestr byl zneužit k nacistické propagandě už při návštěvě Mezinárodního červeného kříže v červnu 1944. Nacisté ale nařídili změnit jeho jméno, protože název Ghetto Swingers zaváněl kvůli slovu „ghetto“ středověkými způsoby, a tak se z něj stal Swing Orchestra a byl nafilmován pro propagandistické účely v létě 1944.*“ (ČT24, 2015) Zábery ukazujú, ako *The Ghetto Swingers* hrajú na drevenom pódiu postavenom pre sláčikový orchester Karla Ančerla na hlavnom námestí (Sujo, 2001). Po zatvorení tábora boli členovia jazzovej kapely transportovaní do Osvienčimu. Rovnakému príkazu sa musel podriaďiť aj Kurt Gerron, ktorý nevidel ani jeden záber z filmu, na ktorom pracoval. Prežil Martin Roman a gitarista a bicista Coco Schumann (*Terezín Initiative*, 2001).

Obrázok č. 4: Ghetto Swingers



Zdroj: Terezín Arte, 2014

**Záver.** Umenie a kultúra sú pre plnohodnotné bytie človeka nepostrádateľnými aspektmi a aj v paradoxe obmedzeného života v rámci koncentračného tábora Terezín si väznení a vyčlenení ľudia dokázali dni obohatiť prostredníctvom literatúry, výtvarného umenia, divadla či hudby, čo sa jasne zrkadlí v ich výslednej umeleckej tvorbe. Kultúrny život sa v terezínskom gete udržoval vo výraznej miere a medzi desať tisícami väzňov, ktorí prešli Terezínom, bolo veľa významných profesionálnych umelcov, ako aj mnoho amatérskych umelcov. Mohli by sme hovoriť o šťastí v nešťastí, pretože vďaka využívaniu terezínského geta na propagandistické účely nacistického režimu, tu dostalo umenie a kultúra priestor a mohli sa rozvíjať. V Terezíne v tom čase vznikali významné umelecké diela, ale praktizovali sa aj nenáročné, čisto zábavné umelecké žánre. Spoločným znakom všetkých podujatí však bolo posilnenie ducha väzňov i ich samotných, posilnenie optimizmu a viery v lepšiu budúcnosť. Mnohé kultúrne aktivity mali výraznú symboliku, ktorá bola výrazom duchovného odporu väzňov. Aspoň čiastočne sa ľudia mohli realizovať a do svojich diel v inotajoch vložiť posolstvá nádeje či zármutok a nenávisť voči režimu. Všetky zachované autorské diela sú nositeľmi umeleckej hodnoty, tiež však kultúrneho a historického odkazu, na ktorý by sme nemali zabudnúť.

#### Literatúra:

- ČERVINKOVÁ, B. – KRÁSA, H.: *Život a dílo skladatele*. Praha: Tempo, 2003. s. 279.
- GANTSCHACHER, H.: *Viktor Ullmann - svědek a oběť apokalypsy 1914-1944*. Praha: Archiv hlavního města Prahy, 2015. s. 151.
- KARAS, J.: *Music in Terezín*. Pendragon Press, 2002, s. 223.
- KLIMEŠOVÁ, P.: *Hans Krása a jeho opera pro děti Brundibár*. [diplomová práce]. Praha: Pedagogická fakulta Univerzity Karlovy, 2015, s. 100.
- PIVODA, O. – HAAS, P.: *Janáčkův nejnadanější žák*. Moravské zemské muzeum, Brno, 2014. s. 43.
- SEDLÁČKOVÁ, P.: *Čtyři písně na slova čínské poezie*. Výpověď terezínského vězně. [bakalářská práce]. Brno: Filozofická fakulta, Masarykova Univerzita, 2011, s. 42.
- SLAVICKÝ, M.: *Gideon Klein: Torzo života a díla*. Praha: Helvetica&Tempora, 1995, s. 123.
- SUJO, G.: *Legacies of Silence: The Visual Arts and Holocaust Memory*. London: Philip Wilson, 2001, s. 127.

#### Internetové zdroje:

- Átrium na Žižkově. [online] (cit. 19-3-2024) Dostupné na: <https://atriumzizkov.cz/komorni-rada-bennewitzovo-kvarteto>
- BLODIG, V.: *In Institut Terezínske Iniciativy*. [online] (cit. 12-1-2024) Dostupné na: <https://www.holocaust.cz/dejiny/ghetto-terezin/kultura/>.
- BLOCH, D.: *In Holocaust Music* [online] (cit. 20-1-2024) Dostupné na: <https://holocaustmusic.org/places/theresienstadt/ullmann-viktor/>
- Český rozhlas: *Před 75 lety měla v ghettu v Terezíně premiéru opera Brundibár*. [online.] (cit. 14-3-2024) Dostupné na <https://cesky.radio.cz/pred-75-lety-mela-v-ghettu-v-terezine-premieru-opera-brundibar-8150563>.
- Český hudební slovník osob a institucí. [online] (cit. 19-1-2024) Dostupné na: [https://slovník.ceskyhudebnislovník.cz/index.php?option=com\\_mdictionary&task=record.record\\_detail&id=4459](https://slovník.ceskyhudebnislovník.cz/index.php?option=com_mdictionary&task=record.record_detail&id=4459).
- Český hudební slovník osob a institucí, [online] (cit. 20-1-2024) Dostupné na: [https://slovník.ceskyhudebnislovník.cz/index.php?option=com\\_mdictionary&task=record.record\\_detail&id=4459](https://slovník.ceskyhudebnislovník.cz/index.php?option=com_mdictionary&task=record.record_detail&id=4459).
- ČT24: *Hitlerův „dárek“ Židům*. [online] (cit. 16-3-2024) Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/archiv/hitleruv-darek-zidum-120393>
- Finestre sull'Arte – Bedřich Fritta [online] (cit. 12-2-2024) Dostupné na: <https://www.finestresullarte.info/en/works-and-artists/bedrich-fritta-the-jewish-illustrator-who-drew-life-in-the-model-ghetto-of-terezin>.
- Institut Terezínske Iniciativy: *Chtěla jsem být herečkou*. [online] (cit. 13-1-2024) Dostupné na: <https://www.holocaust.cz/zdroje/clanky-z-ros-chodese/ros-chodes-2001/rijen-8/chtela-jsem-byt-hereckou/>.
- Institut Terezínske Iniciativy. [online] (cit. 12-2-2024) Dostupné na: <https://www.holocaust.cz/dejiny/ghetto-terezin/kultura/brundibar-1943/>.
- Internetova encyklopedie dejiny Brna. [online] (cit. 19-1-2024) Dostupné na: [https://encyklopedie.brna.cz/home-mmb/?acc=profil\\_osobnosti&load=1488](https://encyklopedie.brna.cz/home-mmb/?acc=profil_osobnosti&load=1488)
- Moderní dějiny. [online] (cit. 12-1-2024) Dostupné na: <https://www.moderni-dejiny.cz/clanek/terezinsky-casopis-vedem-na-internetu/>.
- Musica non grata. [online] (cit. 17-1-2024) Dostupné na: <https://www.musicanongrata.cz/>

[events-artists/detail/hans-krasa/](https://www.musicanongrata.cz/events-artists/detail/hans-krasa/).

Musica non grata. [online] (cit. 17-1-2024) Dostupné na: <https://www.musicanongrata.cz/events-artists/detail/jan-papez/>.

Picryl - Otto Ungar [online] (cit. 12-2-2024) Dostupné na: <https://picryl.com/media/bialystok-children-by-otto-ungar-9dd97a>.

PONČOVÁ, Z.: In *Knihovna Univerzity Karlovy* [online] (cit. 19-1-2024) Dostupné na: <https://www.knihovnauk.cz/wp-content/uploads/2014/01/haas-med.pdf>.

SVATOS, T.: In *The Orel Foundation* . [online] (cit. 19-1-2024) Dostupné na: [http://orelfoundation.org/composers/article/hans\\_krasa](http://orelfoundation.org/composers/article/hans_krasa).

MAURÓ, H.: In *Süddeutschen Zeitung*. [online] (cit. 29-1-2024) Dostupné na: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/oper-viktor-ullmann-der-sturz-des-antichrist-leipzig-1.5421988>.

Musica non grata. [online] (cit. 27-1-2024) Dostupné na: <https://www.musicanongrata.cz/events-artists/>.

Terezín Initiative: *Coco Schumann a jeho band*. [online] (cit. 16-3-2024) Dostupné na: [https://katalog.terezinstudies.cz/eng/TI/newsletter/newsletter20\\_special/coco](https://katalog.terezinstudies.cz/eng/TI/newsletter/newsletter20_special/coco).

Terezín Arte. [online] (cit. 18-3-2024) Dostupné na: <https://terezinarte.wordpress.com/2014/12/02/i-ghetto-swingers/>.

Židovské muzeum v Praze. [online] (cit. 17-1-2024) Dostupné na: <https://www.jewishmuseum.cz/predmet-mesice/158/150>

*Bedrich-Fritta-1906-1944-Makeshift-Barracks-An-Evening-in-the-Barracks-Terezin-1942-44/*.

# Propagácia destinácií cestovného ruchu využívaním audiovizuálnych a multimediálnych diel

**Adam Slovák**

*Kľúčové slová: manažment cestovného ruchu, videoherný priemysel, audiovizuálne a multimediálne diela, propagácia cieľových destinácií*

*Key words: management of tourism, video game industry, audiovisual and multimedia works, promotion of target destinations*

*Abstract: Entire article is focused on the development of the digital age in which travel destinations are gaining new opportunities for promotion and visibility. This article analyzes the utilization of indirect promotion through audiovisual and multimedia works such as movies, film series and video games in target destinations. Destination marketing and its tools are presented with an emphasis on new promotion trends like affiliate marketing and influencer marketing. Specifically, we delve into film tourism and its impact on the development of travel destinations, as well as the videogame products which in descent year became its own branch in its popularity all across the world. The article's output is presented through delving into specific aspects of new trends of marketing, film tourism, videogame products and questionnaire for an in-depth analysis of the effectiveness of audiovisual and multimedia works in destination promotion.*

**Úvod.** Primárnou úlohou cestovného ruchu je zviditeľňovať a propagovať cieľové destinácie. Špeciálne v dnešnej digitálnej dobe sa medializácia a propagácia cestovného ruchu stávajú nevyhnutnou súčasťou ich pôsobenia vo verejnej mienke, ktorá si vyžaduje precíznu a dôkladnú pozornosť. Spôsoby

## Kontakt:



Bc. Ema Vlasáková  
(študentka Mgr. štúdia)  
Filozofická fakulta UKF v Nitre  
Štefánikova 67  
949 74 Nitra  
E-mail: [ema.vlasakova@student.ukf.sk](mailto:ema.vlasakova@student.ukf.sk)

medializácie a propagácie cestovného ruchu sú predmetom konštantnej zmeny. S postupujúcou digitálnou dobou prichádzajú nové technológie a možnosti, ktoré dokážu človeka alebo lokálnu spoločnosť ľudí zviditeľniť. Taktiež to samé platí aj o cestovnom ruchu, najmä, ak je reč o cestovných destináciách, ktoré sa snažia každý rok upútať čo najväčší počet potenciálnych návštevníkov.

Hlavným cieľom článku je analyzovať a hodnotiť nepriamu propagáciu cieľových destinácií prostredníctvom audiovizuálnych diel, ako aj multimediálnych videohier. Čiastkovým cieľom je predstavenie destinačného manažmentu a marketingu, ktoré sa primárne zameriavajú na zvýšenie povedomia a návštevnosti cieľových miest. Ďalším cieľom je predstaviť propagáciu, ako hlavný nástroj destinačného manažmentu a nové trendy propagácie – *affiliate marketing*, *influencer marketing*. Medzi čiastkové ciele patrí aj analýza špecifických, audiovizuálnych diel - ako sú kinematografický snímok, filmová séria a multimediálne videoherné produkty.

**Metodika.** Pri tvorbe článku boli využité viaceré metódy a techniky skúmania (analýza, syntéza, heuristika, dotazník) s primárnym cieľom opísať problematiku propagácie marketingu v cestovnom ruchu. Pomocou metódy analýzy sme sa zamerali na štúdium dostupných informácií zameraných na cestovný ruch, propagáciu a marketing v kontexte súčasného stavu a trendov v danej oblasti. Následné využitie metódy syntézy sme prepájali viaceré prístupy a definície zodpovedajúce skúmanej problematike. Dôležitá bola metóda heuristiky pri spracovávaní viacerých typov zdrojov, ako literatúra, internetové články, blogy a videá bola zvolená. Súčasťou článku je dotazníkový prieskum s vybranými otázkami zameraných na skúmanie povedomia respondentov o efekte nepriamej propagácie destinácií v cestovnom ruchu. Prihliadajúc na prostredie, z ktorého pochádzali respondenti – online sociálne siete a platformy, je predvídateľné, že ich znalosť a záujem o audiovizuálne a multimediálne diela bude značne rozvinutá.

V závere článku sa nachádza zhrnutie výsledkov skúmaného efektu podloženého z dotazníkového prieskumu, ako aj hypotézy o uplatnení a správnom využití propagácie v audiovizuálnych a multimediálnych dielach pre opätovný rozvoj cestovného ruchu.

Pri opise konkrétnych typov audiovizuálnych a multimediálnych diel bude predstavený ich vplyv na turizmus a cieľové destinácie v rámci novej formy turizmu – filmového turizmu.

Úlohou cestovného ruchu je zviditeľňovať a propagovať cieľové destinácie. Špeciálne v dnešnej digitálnej dobe sa medializácia a propagácia cestovného ruchu stávajú nevyhnutnou súčasťou, ktorá si vyžaduje precíznu a dôkladnú pozornosť. Spôsoby medializácie a propagácie cestovného ruchu sa neustále vyvíjajú, zdokonaľujú a hľadajú sa nové spôsoby, ako zdôrazniť atraktivitu cieľových destinácií. Pri tomto vyhodnocovaní môžeme taktiež označiť online prostredie za relevantné, stalo sa nástrojom globalizácie a ultimátnym komunikatívnym médiom v našej spoločnosti.

### **Analýza základných pojmov súvisiacich s riešenou problematikou.**

**Propagácia.** Existuje mnoho definícií, ktoré opisujú pojem propagácia. My si ju dovoľíme nazvať cieľavedomou činnosťou, ktorá má za úlohu šíriť informácie, alebo osvetu na určitom území s najväčším počtom oslovených subjektov (porovnaj Slovák, 2023: 25).

V cestovnom ruchu môžeme rozlišovať rôzne formy propagácie. Kľúčovým aspektom je hlavne vedomie, o aký typ produktu ide a podľa toho sa následne zvolí forma jeho propagácie. Dôležité pri tvorbe propagácie je, aby sa čo najefektívnejšie šírila medzi subjektmi a upútala na seba čo najväčšiu pozornosť (Bujna, 2017).

Cieľová skupina predstavuje skupinu účastníkov, ktorú spájajú spoločné špecifické charakteristiky. V cestovnom ruchu rozlišujeme rôzne skupiny subjektov: podľa veku, pohlavia, zdravotného stavu, sociálneho statusu a podobne. V prípade tvorby propagácie je najdôležitejšie, aby dokázala osloviť všetky typy subjektov. Dôležitý je výber správneho nástroja pre šírenie danej propagácie. Ide o priamu monetizáciu, ktorá je tvorená tímom zaoberajúcim sa marketingom, alebo je to propagácia na objednávku pre tretiu stranu, ako napríklad tímy ľudí alebo *influencerov*. Propagácia môže mať aj fyzickú formu – plagáty, katalógy a časopisy. V digitálnej forme sa zasa najčastejšie objavuje v podobe rozhlasu, reklamných úsekov v televízií, na sociálnych sieťach, alebo na internetových platformách zameraných na audiovizuálnu a multimediálnu tvorbu. Spomínané formy a podoby dokážeme združiť do kategórie priamej propagácie. Nepriama propagácia vzniká vtedy, keď sa nevytvára žiadna platená snaha šíriť informácie o produkte, no napriek tomu sa medzi subjektmi šíri. Táto forma propagácie je jedna z najefektívnejších kvôli tomu, že nezanecháva pocit núteného presunu informácií, získava dôveryhodnú reputáciu, a tým aj status kvality. Do nepriamej propagácie patrí napríklad literárna tvorba, detailne opisujúca prírodne prostredie danej turistickej destinácie alebo umelecké diela, ktoré zachytávajú jej prírodnú scenériu. „*Audiovizuálne médiá majú pre marketingovú komunikáciu veľký význam, čo platí aj pre oblasť propagácie cestovného ruchu. Popri televíznej reklame, ktorá je dlhodobo najrozšírenejším nosičom marketingovo-komunikačných oznámení, je vo všeobecnosti na vzostupe trend ich umiestňovania dovnútra mediálnych textov. Dôvody rozptyľovania marketingových posolstiev mimo reklamného času vo všeobecnosti súvisia s vysokou cenou televíznej reklamy a na druhej strane s jej klesajúcim potenciálom.... Ten má dva dôvody: rastúci informačný clutter a technologické inovácie digitálnej televízie umožňujúce eliminovať 30 sekundové reklamné spoty umiestnené v identifikovateľných blokoch vysielania.*“ (Mikuláš, 2013)

Najpopulárnejšie v dnešnej dobe sú aj filmy, využívajúce reálne krajinné prostredie, či už pri stavbe kulis v štúdiách alebo natáčanie priamo v teréne. Takto sa dokáže nepriamo propagovať celková krajinná destinácia bez priameho zásahu cestovných kancelárií. K ďalšej možnosti nepriameho



propagovania patrí aj videoherný priemysel. Videohry sa rozvinuli do takej miery, že ich možno označiť za mainstream. Tento trend propagovania cieľových destinácií vytvára nové možnosti, akými môžu cestovné kancelárie tvoriť produkty v spolupráci s videoherným priemyslom (Kraus, 2021).

**Destinačný marketing.** Neodmysliteľnou súčasťou marketingu v cestovnom ruchu je destinačný marketing. Tento typ marketingu sa sústreďuje na vytvorenie a obsadenie miest účastníkmi v cieľovej destinácii. Z tohto vyplýva, že ide o kľúčový a najviac relevantný typ marketingu v rámci rozvoja cestovného ruchu. Destinačný marketing využíva rôzne komunikačné nástroje a prácu/spoluprácu s inštitúciami, tretími stranami a jednotlivcami. Na druhej strane destinačný marketing pre svoju komplexnú štruktúru predstavuje obzvlášť náročný aspekt pre jeho udržiavanie. Je potrebné sledovať aktuálne trendy, snažiť sa vytvoriť pútavý produkt, plniť prania a požiadavky subjektov cestovného ruchu a vytvoriť imidž unikátneho poskytovateľa služieb, čím sa odlišíte od konkurencie. „*Veľmi stručne by sme mohli povedať, že turistická destinácia je každé územie, ktoré je predmetom turistického záujmu. Pre potreby marketingu je potrebné vymedzenie pojmu turistická destinácia precizovať a vyjasniť predstavu o veľkosti územia, ktorú reprezentuje; o aktéroch, ktorí sa na jej fungovaní podieľajú; o cieľových skupinách, ktoré sa snaží osloviť.*“ (Matlovičová – Matlovič, 2017: 25)

Destinačný marketing je náročný na financovanie. Bez kvalifikovaných ľudských zdrojov sa dá ťažko predstaviť riadenie tak komplexného mechanizmu, akým je destinačný marketing. Práve preto sa množstvo zamestnancov venuje reklame, tvorbe promočných materiálov, práci na sociálnych sieťach. Ak v destinačnom marketingu porovnáme stav manažmentu na Slovensku a v zahraničí, tak zistíme značné zaostávanie oproti iným európskym krajinám. Podľa MAS Orava o.z.: „*Slovensko za svojou konkurenciou dnes zaostáva hlavne v systémových riešeniach (podporujúcich napríklad podnikanie v odvetví, budovanie riadiacich organizácií CR v destináciách, inovácie, riadenie a certifikáciu kvality či budovanie značky), v spolupráci subjektov, profesionalite a kvalite služieb, návštevníckom servise ako systéme starostlivosti o zákazníka, v inováciách a vzdelávaní.*“ (Zmeny, 2020)

Obdobie Covid 19 ochromilo odvetvie cestovného ruchu nielen na Slovensku, ale aj po celom svete. Toto obdobie zapríčinilo ešte väčší úpadok nie veľmi rozvinutého destinačného manažmentu na Slovensku. Možné riešenie by zabezpečilo vytváranie oblastných krajských organizácií, alebo zoskupení podobného charakteru, ktoré by sa zaoberali práve rozvojom destinačného manažmentu. Pre úspešnú koordináciu a rozvoj je kľúčová spolupráca a komunikácia medzi podnikmi v danom regióne. Spomínaný trend môžeme sledovať v zahraničí, kde podniky cestovného ruchu v jednej spoločnej destinácii spolupracujú v podobe podsúvania si klientov prostredníctvom odkazov jeden na druhého. Podniky taktiež môžu tvoriť jeden veľký spoločný balíček služieb, pričom musia byť odlišného zamerania v lokalite ich pôsobenia. Pre

úspech podniku je podstatná individuálna schopnosť „sa predať“ a zanechať dobrý dojem. Na Slovensku je tento typ stratégie vzácny a málo rozvinutý – kvôli tomu prevláda individuálny prístup „na vlastnú päsť“, čo likviduje podniky. V súčasnej dobe spolupráca predstavuje nový efektívnejší spôsob podnikania. Je potrebné viac vnímať seba ako súčasť nejakého kolektívu „lokálu“, v ktorom figuruje viacero podnikov a vytvárajú konkurenciu ostatným lokálom v oblasti danej cieľovej destinácie. (Micháľková – Gajdoš, 2015: 62 – 63)

**Propagácia v cestovnom ruchu.** „*S destinačným marketingom v nemalej miere úzko súvisí aj propagácia, bez ktorej turizmus nemôže efektívne fungovať. Význam propagácie cestovného ruchu najviac reflektujeme v oblasti online médií (sociálne siete, mobilná komunikácia), ktoré sú ťažiskom dostupnosti dôležitých informácií.*“ (Orban, 2020: 72)

Tento konkrétny marketingový nástroj je označovaný za nevyhnutný kľúčový prostriedok k dosiahnutiu maximálneho povedomia vo verejnom a online priestore. V digitálnej dobe sa marketing zväčša špecializuje na vyvíjanie propagačných stratégií v online priestore a vytváranie povedomia na sociálnych sieťach – ako sú Facebook, Instagram, X (Twitter) a pod. Stránka Euro-Ekonóm uvádza: „*Určitý výrobok, alebo službu, ktorú sa snažíme spropagovať, nazývame predmet propagácie. Naň sa viaže propagačný prostriedok, ktorý má byť účinným nástrojom propagácie. Môžu ním byť všetky formy reklamy. Používajú sa aj rôzne metódy, ako tieto propagačné prostriedky využívať. Závisí aj od rozsahu použitých prostriedkov, ich intenzity aj územného rozsahu. Dôležitú úlohu hrá čas, v ktorom má propagácia pôsobiť a v akých časových intervaloch. Rozsah propagácie a aj výber prostriedkov musí byť úmerný rozsahu činnosti a jeho pôsobenia na trh.*“ (Propagácia, 2008)

**Affiliate marketing.** Je novodobý marketing, ktorý sa podobá na „tradičný“ marketing, len je prispôbený pre online aktivitu a online publiku. Z hľadiska marketingovej stratégie si konkrétna osoba alebo spoločnosť, taktiež označovaná ako inzerent *affiliate*, vytvorí spojenie alebo cestu cez ďalšiu osobu zvyčajne s dosahom na väčšiu skupinu ľudí na internete. Takáto osoba sa označuje ako *affiliate publisher*. „*Affiliate publisher propaguje produkt na svojom webe alebo sociálnych sieťach tak, aby presvedčil spotrebiteľov, že produkt je pre nich prospešný a presvedčil ich, aby si produkt kúpili.*“ (Polgári, 2021)

Väčšinou sa ako *affiliate* vyberá známa osoba z verejného života alebo online sietí, ktorá by mala mať nejaký vzťah k danému produktu a dokáže ho odprezentovať pred jej publikom. Môže tak osloviť možných záujemcov, ktorí by si daný produkt cez jej odkaz kúpili od inzerenta.

Takúto osobu taktiež možno označiť za *influencera*. Táto stratégia sa dá označiť ako nová efektívnejšia forma reklamy. Produkt prezentuje dôveryhodná osoba, ktorú jej publikum vníma ako úprimnú a sympatickú osobnosť, načo vzniká parasociálny vzťah publika k známej osobe. Nevýhodou môže byť, ak si daný *affiliate* neplní záväzky voči inzerentovi a neprezentuje

dostatočne daný produkt, alebo ho priamo či nepriamo znehodnocuje neobjektívnou kritikou alebo priamym hanlivým výrokom. Vtedy zväčša inzerent môže ukončiť vzťah s daným publisherom, čo môže ovplyvniť aj budúce spolupráce od iných inzerentov. V niektorých prípadoch inzerent môže požadovať aj scenár/zoznam bodov a slov, ktoré publisher musí zahrnúť do publikácie daného produktu pri jeho prezentovaní. V tomto prípade má inzerent väčšiu kontrolu nad publikovaním svojho produktu pri publisherovi, pričom to obmedzuje slobodu a tvorivú myšlienku publisheru, a tým sa z možnej propagácie môže stať len obyčajná bežná reklama, kde affiliate len odrecituje zaslaný text s danými bodmi (bližšie napr. Klein, 2024).

Stáva sa, že inzerent spolupracuje s viacerými publishermi, všetkým sa dostáva rovnaký scenár a online publikum počuje a vidí tú istú formu prezentovania informácií skrz čítaný scenár. Inzerent požaduje len kladné výroky od publisheru na daný produkt, čo môže vytvoriť skreslený dojem a môže to poškodiť meno affiliate.

Tieto fakty môžem potvrdiť aj na základe vlastnej skúsenosti. Ako osoba, ktorá mala určitú online aktivitu, konkrétne na živých vysielaniach na online vysielacej platforme Twitch.tv, som dostal ponuku od známeho vydavateľa mobilných videohier Plarium na ich herný titul Raid: Shadow Legends. Celá spolupráca spočívala v tom, že som obdržal detailný scenár s podrobnými frázami – ktoré si spoločnosť želala, aby boli vyslovené v živom vysielaní. Mal som napríklad povinnosť upozorniť, že ide o hru zdarma, ktorá má niekoľko miliónov stiahnutí a ešte viac aktívnych hráčov. Párkrát za vysielanie som mal povinnosť prehrať komerčné video s danou hrou. Čo sa týka kritiky, mohol som vyjadriť svoj vecný názor, oceniť a vyzdvihnúť pozitívne prvky, vyjadriť konštruktívnu kritiku na prvky, ktoré by mohli byť predmetom možného zlepšenia. Išlo o spoluprácu s termínovaným dátumom. Následne bola moja „kampaň“ uzavretá a v závislosti od počtu ľudí, ktorých sa mi podarilo osloviť, aby si hru z môjho linku stiahlo, mi bol vyplatený honorár.

**Influencer marketing.** Influencer marketing je marketingová stratégia, pri ktorej si firma zaobstaráva spoluprácu s osobou známou na sociálnych sieťach s vysokou mierou sledovateľov (followerov). Slovo influencer pochádza z anglického slova influence, čiže ovplyvniť.

Predstavuje nový spôsob živnostenského podnikania v 21. storočí. Influencer je osoba, ktorej aktivita na sociálnych sieťach upútava pozornosť. Aktivita spočíva v tvorbe rôznych blogov, postov, videí s vtipným, náučným obsahom alebo nejakých špecifických aktov, ktoré danú osobu preslavia. Influencer si uvedomuje svoje pôsobenie na množstvo užívateľov, ktorí ho sledujú a často sa snaží tento vplyv využiť vo vlastný prospech, ako napríklad kariérny rast, alebo vytvorenie platených spoluprác s rôznymi značkami. Influenceri sa najčastejšie delia podľa toho, v akej oblasti sú aktívni, od počtu sledujúcich, alebo ich sféry vplyvu, ktorý môže presahovať viac ako len jednu oblasť. Stránka Visibility uvádza: „*ak je influencer slabý v jednej oblasti,*

*nemôže byť silný v inej, ak sa na neho pozrieme iným meradlom. Napríklad influencer s nižším počtom sledovateľov, ktorý sa ale úzko špecifikuje na jednu tému, môže mať veľký vplyv a zásah v skupine sledovateľov, ktorí ho followujú. A naopak, influencer s veľkým počtom sledovateľov nemusí mať taký zásah na vašu cieľovú skupinu, pretože mu chýba odborné publikum, ktoré práve vy pre propagáciu svojho produktu alebo služby potrebujete.“* (Slovo, 2023)

Influencing prináša nové možnosti do oblasti marketingu. V dnešnej dobe sa reklamné spoty a celkové povedomie o monetizovaní produktov a služieb prehĺbilo do takej miery, že online užívatelia začali využívať rôzne rozšírenia na internetových prehliadačoch ktoré efektívne blokujú reklamy. Napríklad kvôli populárnemu rozšíreniu adBlock sa prehliadač Chrome rozhodol, že od júna 2024 prestane podporovať toto blokovacie rozšírenie a aj iné spôsoby obchádzania reklám. Toto rozhodnutie sa stretlo s negatívnym postojom užívateľov po celom internetovom priestore, kde vznikali posty a vyhrážania sa s ukončením používania Google Chrome a presunom na iné prehliadače, ktoré majú stále možnosť blokovania reklám (Naprys, 2024).

Influenceri, ale prinášajú nový spôsob monetizácie, ktorá je vo všeobecnosti viac pozitívne prijímaná od jeho publika. Dôvodom je blízka spojitost influenceru s produktom a tým vytváranie pocitu dôveryhodnosti a potvrdenia kvality od niekoho „známeho“. Taktiež vyzdvihnutá môže byť možná kreativita tvorcu obsahu kedy zahrnutie reklamy do súčasť prezentovaného obsahu – videí, v ktorých je zábavne prezentovaný sponzorovaný produkt (Saffari, 2023).

Taktiež influencer môže monetizovať daný produkt – buď v rámci jeho online interakcie, alebo aktivity v živom vysielaní, kde nie je možné reklamu preskočiť. Influenceri sa taktiež dajú využiť v samotnej reklame prezentovanej prostredníctvom televízneho vysielania, reklamnej plochy alebo v podobe „pop-up“ reklám na internete. Tento spôsob ale neposkytuje možnosť oslovenia väčšieho publika a taktiež môže spustiť kritiku alebo odpor k danej spolupráci.

**Príklady propagácie cieľového miesta využitím audiovizuálnych a multimediálnych produktov.** Existujú rôzne faktory, ktoré na nás vplyvujú a nabádajú k rôznym úkonom, pričom si ich ani nemusíme uvedomiť. Tento štýl „podprahového“ vysielania informácií sa dá ľahko rozoznať aj pri propagácii cieľových miest prostredníctvom audiovizuálneho a multimediálneho diela. Hovoríme o kinematografických dielach, filmových sériách alebo o multimediálnych videoherných produktoch, ktoré využívajú rôzne destinácie cestovného ruchu ako predlohy pre pozadie deja, v ktorom sa dielo odohráva.

Vytvárajú tak nepriamu propagáciu rôznych lokalít v cestovnom ruchu. Tento trend zaraďujeme medzi prvky amerikanizácie, najmä pre jeho prvotné pôsobenie v kinematografických filmoch produkovaných v USA, kde v štúdiách v Hollywoode využívali práve americké veľkomestá a ikonické prírodné

lokality pri tvorbe pozadia a kulís pre dej. Trend využívania reálnych lokalít ako pozadia pre filmový dej sa následne rozšíril v celosvetovom filmovom priemysle a pretrváva dodnes. Tomuto trendu sa venuje aj Tomáš Galierik (2021) v jeho práci o propagácii filmového turizmu, v ktorej sa zaoberá zviditeľnením a návštevou lokalít, využitých pri natáčaní kinematografických snímok. Ako uvádza: „*filmové miesta majú vo svete svoju osobitnú cieľovú skupinu nadšencov pre film a cestovanie súčasne. Rovnako láka aj samostatné skupiny bez prímеси tej druhej. Veď aj na pobrežie Írska vyrážajú Slováci, ktorých bežne nič neprinúti cestovať. Avšak vidieť miesta zo scén seriálu Game of Thrones je vec životnej potreby. Aj filmový turizmus je teda cesta, ako zaujať určitú skupinu cestovateľov, hoci stále akoby ani neexistoval.*“ (Galierik, 2021: 7 – 8)

Ako najlepší príklad využívania filmového turizmu môžeme spomenúť filmovú ságu Pán Prsteňov a Hobbit. K vyobrazeniu Stredozeme v trilógii využili autori vyše 150 lokalít na Novom Zélande. Dodnes zostáva najviac ikonická okrajová oblasť mestečka Matamata, využitá pre vyobrazenie „Kraja“. Filmový štáb tu vybudoval „hobbitie“ nory, ktoré dodnes lákajú turistov. Filmový turizmus taktiež neobišiel Slovensko, ktorého lokality boli využité v rôznych zahraničných dielach. Napríklad filmová snímka Dračie srdce (1996) sa natáčala na hradoch Spiš, Čachtice a Strečno, film Za Nepriateľskou líniou (2001) v Bratislave a okolí Košíc, filmová séria Dracula na Oravskom hrade. Do kinematografických snímok musíme zaradiť aj filmové série, ktoré patria k najpopulárnejším druhom audiovizuálneho diela. Ako najlepší príklad môžeme predstaviť seriál Game of Thrones, ktorý sa stal historicky jedným z najúspešnejších seriálov všetkých čias. Tento úspech dokážeme evidovať aj vo forme prekvitajúceho filmového turizmu v krajinách, ktoré poslúžili pri vyobrazení prostredia deja seriálu, akými bolo Škótsko, Španielsko, Malta, Maroko, Island a v neposlednom rade Chorvátsko. Naše tvrdenie si dovoľujeme podprieť informáciami z článku od Dana Selcke z filmovej stránky fansided.com: „*Podľa nedávnej štúdie Univerzity v Zadare priniesol cestovný ruch Game of Thrones do Chorvátska, v rokoch 2013 až 2018, 180,7 milióna eur (približne 203,1 milióna dolárov). Počas tretej a štvrtej sezóny šou HBO využilo chorvátsky motivačný program, ktorý vracia 20 % nákladov vynaložených počas nakrúcania v Chorvátsku.*“ (Selcke, 2021)

Ako súčasť mainstream médií sa do popredia dostáva aj videoherný priemysel s jeho produktami, ktoré každým rokom dokazujú značný technologický pokrok. Reč je hlavne o videoherných produktoch, ktorých dej a prostredie sú zasadené priamo v reálnych destináciách cestovného ruchu. Videoherné produkty umožňujú konzumentom unikátny spôsob svojvoľného prezerania prostredia a možnej interakcie s ním, ktorú by v audiovizuálnych médiách nedokázali uplatniť. Ako príklad môžeme uviesť herné tituly Tomb Rider – kde prostredníctvom fiktívnej postavy Lara Croft, hráč navštevuje virtuálnu reprezentáciu krajín ako Nevada, Peru, Kazachstan, Kambodža, Bolívia a podobne. Séria Assassin's Creed zobrazuje v jednotlivých dieloch okrem krajín ako

Taliansko, Grécko, Anglicko alebo Severná Amerika aj špecifické historické obdobia a udalosti ako renesancia, antika, Veľká francúzska revolúcia alebo vikingská expanzia. K videoherným dielam môžeme pripojiť aj produkty, ktoré vychádzajú z knižnej predlohy a využívajú autentické prostredie reálnej krajiny štruktúry napriek tomu, že sa často jedná o fikciu. Napríklad hra Zaklínač zobrazuje krajinu v Poľsku, hra Hogwards Legacy prostredie Británie.

V prípade hry Assassin's Creed je možné spomenúť aj príklad opačnej interakcie. V roku 2017 bol videoherný trh uvedený produkt Discovery Tour: Ancient Egypt, ktorý využil hernú mapu z Assassin's Creed Origins a zakomponoval do nej náučné prvky, ako vysvetlivky k rôznym architektonickým, spoločenským, alebo kultúrno-etnickým špecifikám Egypta. Taktiež bola zakomponovaná forma herného sprievodcu, ktorý dokázal hráča sprevádzať cez vyše 30 mestských a prírodných lokalít s ponúknutím možného výkladu. Simulácia vyobrazenia starovekého Egypta bola natoľko úspešná, že v nasledujúcich rokoch boli vydané aj pokračovania pre antické Grécko a stredoveké anglické kráľovstvo a Nórsko. Ubisoft na svojej oficiálnej stránke uvádza Discovery Tour titulom „*Vítaz ocenení Best Learning Game a G4C People's Choice Award na Games for Change Awards 2019. Discovery Tour bol učiteľmi používaný na priblíženie študentov k histórii. Okrem svojich vedených prehliadok umožňujú voľne preskúmateľné rekreácie starovekého Egypta, starovekého Grécka a doby Vikingov študentom vizualizovať krajinu, architektúru a kultúry minulosti ako nikdy predtým.*“ (2024, <https://www.ubisoft.com/en-us/game/assassins-creed/discovery-tour>)

Taktiež sem môžeme zaradiť priamu spoluprácu medzi štúdiom Ubisoft a Tourism Ireland. Tourism Ireland je štátnou organizáciou, ktorá spadá pod Severojužnú ministerskú radu ministerstva hospodárstva v Severnom Írsku a ministerstva turizmu, kultúry, umenia, Gaeltachtu, športu a médií v Írsku. V spomínanej kolaborácii využili v promočnom videu reálne scény z írskeho prostredia, ktoré bolo následne porovnané s prostredím z hry Assassin's Creed Valhalla. Viaceré články označili takúto spoluprácu a prepojenie videoherného priemyslu s cestovným ruchom za prvý a unikátny spôsob kolaborácie za účelom vzájomnej propagácie. Obzvlášť dôležité bolo vyjadrenie, ktoré sa neskôr objavilo v ročnej správe za rok 2021: „*cieľom bolo poukázať na tieto krajiny hráčskym komunitám – a povzbudiť ich, aby prišli a objavili ich sami. Súčasťou kampane bolo aj nové video obsahujúce herné zábery z Wrath of the Druids v kombinácii so zábermi zo skutočných miest vo videohre. Kampaň priniesla 13 miliónov zobrazení (príležitostí vidieť) a 4,2 milióna € / 3,7 milióna £ v EAV.*“ (Tourism, 2021: 5 – 6)

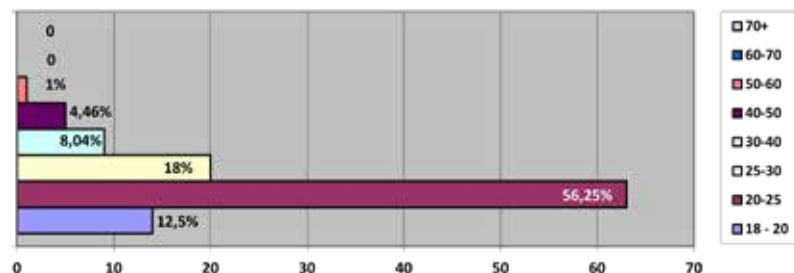
**Výskumné zistenia – význam propagácie cieľového miesta využitím audiovizuálnych a multimediálnych produktov.** V rámci manažmentu cestovného ruchu sa stretávame s prvkami marketingu ako spôsobu propagácie cieľových destinácií. Ide pritom často o vytvorenie reklamy pre nejakú lokalitu, ktorá má osloviť, čo možno najširšie auditórium. Tiež tu vzniká priestor pre možnosti nepriamej propagácie. Ide o audiovizuálne a multimediálne

diela, ktoré často využívajú rôzne lokality a ich primárnu ponuku. Audiovizuálne a multimediálne diela prichádzajú v rôznych formách a sú neodmysliteľnou súčasťou sociálnych sietí, alebo televíznych vysielaní. Naše tvrdenia o efekte nepriamej propagácie v multimediálnych dielach sme sa pokúsili dokázať prostredníctvom dotazníkového výskumu. Prostredníctvom neho sme sa snažili zistiť, aké je povedomie respondentov o prítomnosti skúmaného efektu, ako aj ich postoj k multimediálnym produktom.

Dotazník sa skladal z 18 otázok s troma doplňujúcimi podotázkami. Zber dát prebiehal v období od 22. 2. 2023 do 1. 3. 2023, počas ktorého sa nám podarilo získať 112 odpovedí od respondentov. Zdieľaný bol zväčša po sociálnych sieťach ako Facebook, Instagram, Discord a Twitch.tv – platforma pre živé vysielania. V prípade zamerania sa na konkrétnu skupinu respondentov bol dotazník namierený na aktívnych internetových užívateľov, so zámerom zistenia ich vzťahu a preferencie na audiovizuálne diela. Dotazníkové dopytovanie malo zistiť od respondentov ich povedomie a vzťah k efektu nepriamej propagácie ako aj potenciálny záujem navštíviť lokality vyobrazené prostredníctvom multimediálnych diel.

V prvej otázke sme sa zaoberali pohlavím respondentov, z ktorých prevažnú skupinu tvorili muži, ku ktorým sa prihlásilo cez 56 % respondentov, do skupiny žien sa hlásilo 44 % respondentiek.

Graf č. 1: Vek respondentov



Zdroj: Vlastné spracovanie, 2024

Otázka č. 2 sa zaoberala vekom respondentov. Účastníci mali možnosť zvoliť z 8 možností, ktoré ponúkali rôzne vekové rozpätia. Najpočetnejšiu skupinu tvorila „20 – 25 veková“ kategória, ktorú zvolilo 56,25 % respondentov. Ak sa pozrieme na celkové výsledky otázky č. 2, tak môžeme konštatovať, že daného dotazníka sa prevažne zúčastnili mladí ľudia do 30 rokov, ktorých sa zúčastnilo 86,61 %. Vekovú kategóriu od 30 do 60 rokov tvorilo 13,39 % zúčastnených respondentov.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Vekové kategórie boli koncipované na základe výročných verejne dostupných štatistík, nami zvolených sociálnych platforiem (Facebook, Discord, Twitch, Instagram) za rok 2022. Pozri napr. Statista.com, Dostupný na: <https://www.statista.com/statistics/634057/twitch-user-age-worldwide/>

Otázka č. 3 sa zaoberala pracovným zameraním respondentov, kde sme ponúkli na výber z 3 možností. Najviac respondentov odpovedalo, že sú momentálne študentmi, v počte 61,61 % odpovedí. Menej početnú skupinu tvorila kategória „pracujúci“, ku ktorej sa prihlásilo 37,5 % respondentov. Najmenšia skupina „na dôchodku“ bola využitá len 1 % respondentov.

Otázka č. 4 sa zaujímala o vzťah respondenta k cestovaniu. V tomto prípade značne dominovala možnosť „aktívny“, ktorú zvolilo vyše 75 % respondentov. Zvyšných 25 % respondentov naznačilo minimálny záujem o cestovanie v možnosti „pasívny“.

V spojitosti s otázkou č. 5 („Ovplyvnilo vás niekedy vyobrazenie reálnej destinácie v multimediálnom diele natolko, že ste mali záujem danú lokalitu navštíviť?“) sme sa snažili prepojiť skúmaný efekt so záujmom navštíviť vyobrazené miesto. Naším zámerom bolo zistiť od respondentov, či sa niekedy nechali ovplyvniť reprezentáciou krajiny v multimediálnych dielach, aby ich následne navštívili. Respondenti v jednoznačnom množstve uviedli, že sa aspoň raz rozhodli navštíviť krajinnú lokalitu na základe jej prezentovania v multimediálnych dielach (87,5 % respondentov). V tomto prípade bolo zistené, že aj časť respondentov, ktorí označili ich vzťah k cestovaniu za pasívny, prejavili záujem navštíviť reálnu predlohu predložených lokalít z fotiek.

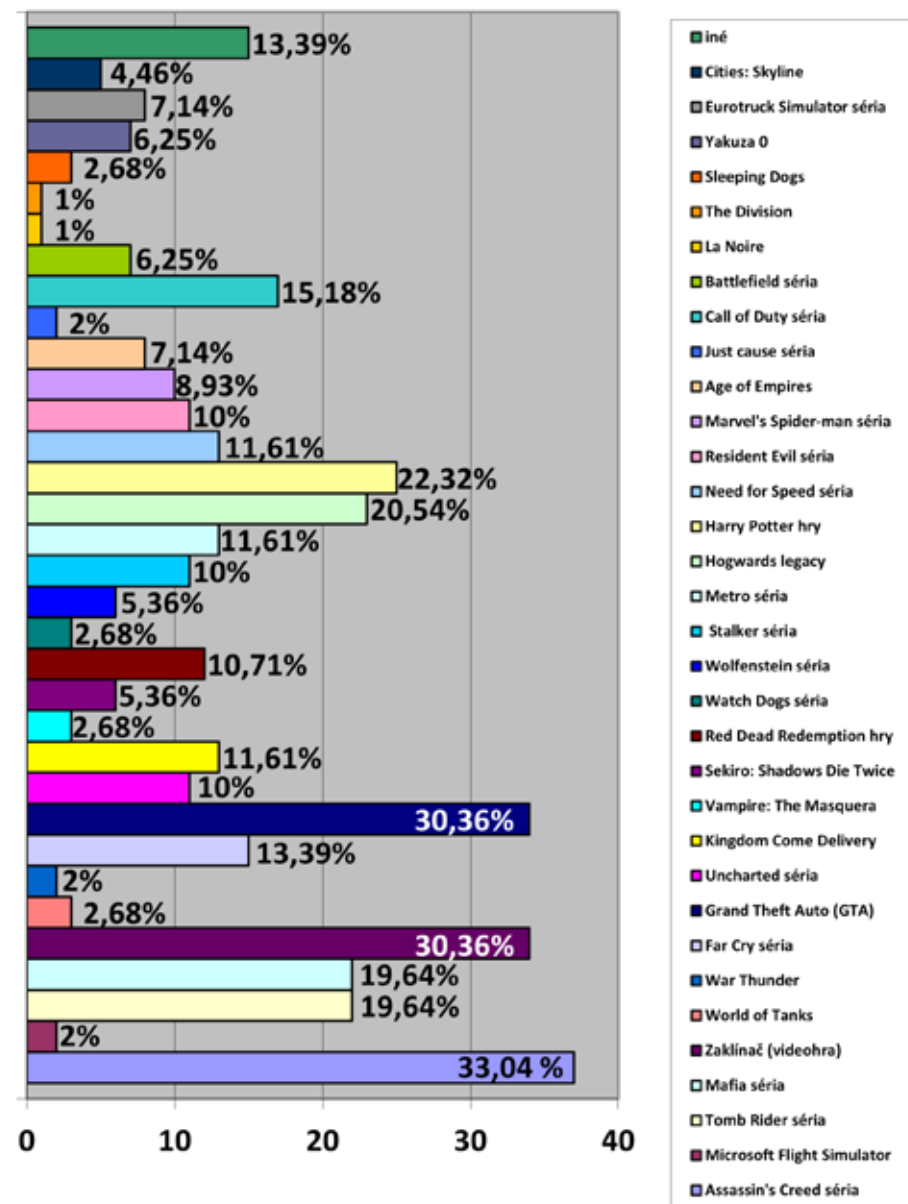
V Otázke č. 7 („Aký typ audiovizuálneho, alebo multimediálneho diela vás v tomto ovplyvnil?“) sme sa od respondentov snažili zistiť typ audiovizuálneho, alebo multimediálneho diela, v ktorom mali možnosť vidieť reprezentáciu reálnej lokality. Samotná otázka ponúkala 4 možnosti, ktoré sú uvedené v podotázke č. 1. V prípade, ak by ani jedna z uvedených možností respondentom nevyhovovala, mali možnosť uviesť nespomenuté typy v podotázke č. 2. Vyše 30,36 % respondentov uviedlo „Konkrétnu filmovú sériu“, 41,07 % respondentov zvolilo možnosť „Ani jeden zo spomínaných“ a „Iný“. Za nimi nasledovali „Kinematografický film“ s 16,96 % respondentov a „Konkrétny videoherný produkt“ s počtom 11,61 %. K otázke č. 3 sa taktiež viazali dobrovoľné podotázky „1 a 2“, kde v prípade, ak ste zvolili z prvých troch uvedených príkladov jeden, môžete uviesť, o aké konkrétne dielo/diela išlo? Respondenti uviedli vyše 66 konkrétnych názvov audiovizuálnych a multimediálnych diel.

Najčastejšie boli spomenuté kinematografické diela ako Pán prsteňov, Harry Potter, Mama Mía a Dračie srdce. Z filmových sérií respondenti najčastejšie uviedli konkrétne seriály, ako Game of Thrones, Peaky Blinders a Chernobyl. Z videoherných produktov boli najčastejšie spomenuté viaceré diely zo série Assassin's Creed, Tomb Rider, Stalker alebo samostatné diely ako Kingdom Come Deliverance a Hogwards Legacy.

V prípade podotázky č. 2 respondenti uviedli vyše 46 vlastných príkladov, najčastejšie uvádzali fotografie publikované na konkrétnej sociálnej sieti ako Facebook, Instagram. Taktiež tu boli spomenuté krátke videá rôzneho obsahu zverejnené na sociálnych médiách ako YouTube, Facebook alebo Instagram vo forme Reels.

V otázke č. 8 sme sa snažili priamo konfrontovať respondenta, či súhlasí, alebo nesúhlasí s vyjadrením, že propagácia cieľových destinácií v audiovizuálnej, alebo inej forme vyvoláva záujem o návštevu danej lokality. Vyše 93,75 % respondentov súhlasilo s daným tvrdením.

Graf č. 2: Špecifické herné série, ktoré zvolili respondenti v kontexte najautentickejšieho vyobrazenia reálnej destinácie



Zdroj: Vlastné spracovanie, 2024

V otázke č. 9 sme respondentom predstavili niekoľko príkladov populárnych herných sérií a produktov, ktoré zväčša využívajú reálne lokality vo svojom hernom prostredí. Respondenti mali možnosť vybrať viac ako jednu odpoveď, zároveň mali možnosť doplniť iný titul. V počte 96,43 % respondentov dokázalo označiť, buď vybrané herné dielo, alebo doplniť chýbajúce.

Štyria respondenti sa vyjadrili, že sa aktívne nezaujímajú o videohry. Pri analýze odpovedí z hľadiska konkrétneho typu vybraných diel sa najväčšej obľube tešili príbehové hry pre jedného hráča. Na prvom mieste skončila franšiza Assassin's Creed, ktorú zvolilo vyše 33,04 % respondentov. Je nutné dodať, že franšiza Assassin's Creed využíva v každom produkte odlišné prostredie, ako aj iné historické obdobie, v ktorom je dej zasadený. Preto možno konštatovať, že ide o najlepší príklad videoherného produktu, ktorý nepriamo propaguje reálne lokality. Ďalej nasledovali herné série Zaklínač a GTA. Obidve hry zvolilo cez 30,36 % respondentov. Hry s titulom Harry Potter cez 22,32 % respondentov a samostatná hra zo sveta Harryho Pottera – Hogwards legacy 20,54 % respondentov. Medzi posledné striktné príbehové série patrili Mafia a Tomb Rider, ktoré zvolilo cez 19,64 % respondentov. Nasledovala séria Call of Duty, ktorá sa radí do herných produktov, ktoré síce obsahujú príbeh, ale sú tvorené primárne ako hry pre viacerých hráčov. Medzi nespomenuté produkty respondenti najčastejšie uvádzali fantasy hry ako World of Warcraft, alebo sériu Elder Scrolls, ktoré sú síce vo fiktívnych svetoch, avšak mnoho vyobrazení krajiny je identických s reálnymi predlohami. V prípade World of Warcraft je fiktívny kontinent Kalimdor značne inšpirovaný Severnou Amerikou, kde sa nachádzajú podobné krajné vyobrazenie kaňonov, prerií, pohorí a snežných oblastí.

Súčasne bola k prvotnej otázke pripojená podotázka. V tomto prípade to bola dobrovoľná podotázka, kde išlo len o možné prehĺbenie informácií na konkrétny herný titul s lokalitou, v ktorej sa dej odohráva. Na podotázku zodpovedalo 42 % respondentov, z čoho 3,57 % respondentov sa vyhradilo, že nehrajú videohry. Medzi najčastejšie spomenuté diela boli z franšizy Assassin's Creed, konkrétne Origins, ktorý je zasadený v starobyľom Egypte. Nasleduje Valhalla, dej sa odohráva v ranom stredovekom Nórsku a Anglicku. Assassin's Creed 2, kde najčastejšie respondenti označovali Benátky v období renesancie. Označená bola aj hra Kingdom Come Deliverance, ktorej dej sa odohráva na území Čiech v 15. storočí, v oblasti Skalice, Sázavy a Ratají. Spomenuté boli aj hry z GTA série, ktoré sú značne inšpirované americkými mestami ako Los Angeles, New York, Miami a San Francisco. Respondenti taktiež uvádzali Japonsko, ktorého lokality pripojili k hrám ako Sekiro, Tomb Rider a Yakuza 0. V rámci východnej Európy, západnej Ázie bola spomenutá séria Stalker, ktorá sa podľa knižnej predlohy odohráva v oblasti Chernobyľu a herná séria Metro, ktorej dej sa podľa originálnej beletrie odohráva v postapokalyptickom území Ruska, konkrétne v Moskve.

Otázka č. 10 sa zapodievala záujmom respondentov o možný balíček služieb, v ktorom by mali možnosť navštíviť cieľové destinácie využívané

v herných mapách špecifických herných produktov. Záujem o takýto balíček prejavilo 75,89 % respondentov, 11,7 % respondentov tento typ balíčkov nezaujal. V prípade respondentov, ktorí zvolili možnosť „Neviem“ sa dá predpokladať aj možný záujem, ak by sa im poskytli konkrétne informácie s detailmi zájazdu – ako sú itinerár, cena zájazdu a pod.

K otázke č. 6 bola podotázka, v ktorej sme sa pýtali respondentov na konkrétny produkt, ktorý by si osobne vybrali. Z uvedenej podotázky sme získali informácie: aká herná séria je momentálne obľúbená, aké konkrétne destinácie by si priali vidieť, alebo aký aspekt v samotnom hernom deji ich fascinuje natoľko, aby vyhladali tento typ produktu. Medzi najpreferovanejšie patria produkty z Assassin's Creed, ktoré spomenulo vyše 10,71 % respondentov, najčastejšie uvádzali destinácie reprezentované v danej hernej sérii Assassin's Creed: Taliansko, Britské ostrovy, Škandinávia a Egypt. Nasledovala herná séria Kingdom Come Deliverance, ktorú uviedlo vyše 8 % respondentov. Taktiež mnohí respondenti vyjadrili záujem vidieť prírodné lokality v Severnej Amerike a Kanadu, ktoré spájali s hernou sériou Red Dead Redemption, americké metropoly, ktoré boli zobrazované v GTA, Watch Dogs a Mafia. Viacerým respondentom nezáležalo na tom, o akú hernú sériu šlo. Tento balík by si vybrali kvôli originalite a z dôvodu, že sa líši od bežných balíkov, ktoré ponúkajú cestovné kancelárie.

**Zhrnutie výsledkov a špecifikácia účastníka a produktu cestovného ruchu s akcentom na propagáciu audiovizuálnych a multimediálnych diel.** Vychádzajúc zo získaných výsledkov vieme načrtnúť obraz o konkrétnom type priemerného respondenta nášho dotazníka. Vo všeobecnosti by sa jednalo o muža v priemernom veku 25, 26 rokov, ktorý je študent s pozitívnym postojom k cestovaniu a so záujmom o audiovizuálne a multimediálne diela v podobe filmov, filmových sérií a videohier.

Samozrejme sa jedná len o generalizáciu výsledkov, ktorá by mohla dopomôcť, napríklad cestovným kanceláriám pri tvorbe produktu orientovaného na „bežný“ subjekt zo skúmanej skupiny nášho dotazníka. Dovolíme si podotknúť, že vysoké zastúpenie mužov v dotazníku vychádza z dlhoročných štatistík, ktoré popisujú hlbší záujem o videohry a aktivity s nimi spojené, práve u mužského pohlavia<sup>11</sup>. Taktiež si uvedomujeme, že v skutočnosti nemožno vylúčiť ženské zastúpenie respondentov, alebo osoby odlišného veku, zamestnania, a pod., ktoré sa zúčastnili dotazníkového dopytovania.

Pre nás sú evidentné najmä výsledky, podľa ktorých audiovizuálne a multimediálne diela do značnej miery prispievajú k propagácii a zviditeľneniu

<sup>11</sup> Príkladom nám môže slúžiť štatistika z Twitch.tv (platforma so živými vysielaniami, ktorá vznikla so zámerom umožniť jej užívateľom naživo vyselať svoje herné prechody a gameplaye pre ostatných užívateľov), ktorá dlhoročne vykazuje dominanciu mužského publika zdržujúcich sa v jej vysielajúcich kategóriách. Štatistika od Statista.com za rok 2023 predkladá že z celoročného počtu sledujúcich (2,41 mil.) tvorili z celkového počtu muži (73,11 %) oproti ženám (26,89 %). Dostupné na: <https://www.statista.com/statistics/633937/twitch-user-gender-worldwide/>

destinácií cestovného ruchu. V zásade bol kinematografický snímok zvolený za najdominantnejší typ média, pričom zvyšné ako filmové série, videohry a obsah na sociálnych sieťach boli taktiež rozpoznané. Pri voľbe videohier podľa ich žánru, boli vo väčšej miere zvolené príbehové hry pre jedného hráča, ktorých dej bol zasadením vo virtuálnej reprezentácii reálneho sveta. Medzi najdominantnejšie boli série Assassin's Creed, GTA, Harry Potter univerzum, Kingdom Come Deliverance a Zaklínač.

Výsledky nás vedú k presvedčeniu, že samotné prepojenie videoherného priemyslu s cestovným ruchom vytvára u respondentov zvedavosť a záujem zistiť o tomto prepojení viac. Je to niečo nové a z pohľadu ľudí zaujímavé, čo by dokázalo pozdvihnúť destinácie cestovného ruchu na novú úroveň a zvýšiť ich návštevnosť. Vychádzajúc z výsledkov dotazníka sa nám naskytla možnosť zúčastnených respondentov označiť za potenciálnych účastníkov cestovného ruchu, ak by im bola prezentovaná ponuka navštíviť destináciu, ktorá bola zakomponovaná v preferovanom type audiovizuálneho alebo multimediálneho diela.

**Záver.** Získané výsledky z dotazníka nás utvrdzujú v tom, že multimediálne diela – videohry, sa dajú vnímať ako novodobý a relevantný spôsob propagácie cieľových destinácií turistického ruchu. Videoherný priemysel týmto spôsobom ponúka nové možnosti rozvoja turizmu. Do silných stránok videohier môžeme zaradiť popularitu v mainstream médiách. Vďaka svojej diverzite a rôznorodosti dokážu videoherné produkty osloviť rôzne typy subjektov bez ohľadu na pohlavie, vek, sociálnu skupinu a iné špecifiká. Slabú stránku možno nachádzať v počte subjektov, ktorí sa zaoberajú špecificky videohernými produktami.

Pri konkrétnych tituloch videoherných produktov sa môžeme stretnúť so slabou, nedostačujúcou alebo absentujúcou formou propagácie cieľových destinácií, čo následne vedie k zániku potenciálneho prepojenia s cestovným ruchom. Preto sa dá celkovo označiť za kritickú chybu vnímať špecifický typ multimediálneho diela videoherných produktov, len za akúsi okrajovú voľnočasovú aktivitu/hobby pre špecifickú skupinu ľudí.

Aktívna práca s efektom genius loci a *brandingom* tzv. „nálepkovaním“ lokalít pre ich špecifické vyobrazenie v mainstream médiách a populárnych online platformách je novým spôsobom, ako zostať relevantným v očiach subjektov cestovného ruchu. Relevancia je kľúčovým faktorom pri oslovovaní mladšej generácie, ktorá má vzťah k moderným technológiám, ktoré v tomto ohľade môžu dosiahnuť vyšší záujem spomínanej skupiny k cestovaniu. V ich prípade práca s emóciami a zážitkom, ktorý zanechávajú videohry, prinášajú nový spôsob prehlbovania efektu nálepkovania špecifických miest. „*Place branding prináša pridanú atrakciu miestu a ústrednou témou je vybudovanie identity značky miesta.*“ (Rainisto, 2003: 44)

Vo filmových dielach bolo možné spozorovať nálepkovanie – *branding* miest prostredníctvom King Konga na Empire State Building alebo drakov

v Dubrovniku. V prípade videohier tento efekt môže byť ešte viac prehĺbený tým, že hráč môže „zažiť“ špecifické okamihy ako Bitka o Berlín v Call of Duty, prechádzanie sa po stredovekých Ratajách v KCD<sup>12</sup> alebo šplhanie sa po Dóme Santa Maria del Fiore počas renesancie v Assassins Creed. Každé jedno audiovizuálne a multimediálne dielo zanecháva špecifickú skúsenosť s možnosťou ohúrenia a vytvorenia si k danému miestu špeciálne emočné puto.

V prípade využívania špeciálneho vzťahu človeka k špecifickému miestu a efektom nepriamej propagácie dokáže inšpirovať subjekty, ktoré doteraz neprejavovali aktívny záujem o cestovný ruch a môže prispieť aj k ukážke nových dimenzií, ktoré subjekty predtým nevnímali, alebo sa o nich nezaujímali. Stav dnešnej spoločnosti je značne dynamický a nestály, čo je zväčša zapríčinené inovujúcou technológiou, ktorá sa stala súčasťou našich osobných životov. Kľúčom úspechu je nebať sa inovácií a snažiť sa taktiež napredovať v oblasti, akým je cestovný ruch a skúšať aj netradičné spôsoby, akými osloviť subjekty a možných nových návštevníkov.

#### Literatúra a pramene

- BUJNA, M.: Propagácia vidieckeho cestovného ruchu a trendy rozvoja CR na Slovensku Marketing cestovného ruchu a nové trendy marketingu. 2017. [online]. (cit. 03-06-2024) Dostupné na: [https://www.avv.sk/wp-content/uploads/2018/08/1.Bujna-Marketing\\_CR-trendy.pdf](https://www.avv.sk/wp-content/uploads/2018/08/1.Bujna-Marketing_CR-trendy.pdf).
- GALIERIK, T.: Filmové miesta. Bratislava: DAJAMA, 2021.
- INFLUENCER: 2023. [online]. (cit. 03. 06.2024) Dostupné na: <https://visibility.sk/blog/slovník/influencer/>.
- KLEIN, E.: The 2024 Guide to Affiliate Marketing vs Influencer Marketing. 2024. [online]. (cit. 03-06-2024) Dostupné na: <https://socialbee.com/blog/affiliate-marketing-vs-influencer-marketing/#biggest-difference-between-influencer-and-affiliate-marketing-campaigns>.
- KRAUS, D.: Videoherný průmysl se stal během pandemie gigantem. Kvůli izolaci se lidé uchylují k virtuálnímu světu 2021. [online] (cit. 03-06-2021) Dostupné na: <https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/ekonomika/videoherni-prumysl-se-stal-behem-pandemie-gigantem-kvuli-izolaci-se-lide-uchyluji-k-virtualnimu-svet-39430>.
- MAS ORAVA: Najväčšie chyby destinačného manažmentu na Slovensku? Organizácia robí za mňa a konkurencia je môj nepriateľ, 2020. [online] (cit. 03-06-2024) Dostupné na: <https://masorava.sk/najvacsie-chyby-destinacneho-manazmentu-na-slovensku-organizacia-robi-za-mna-a-konkurencia-je-moj-nepriatel/>.
- MATLOVIČOVÁ, K. – MATLOVIČ, R.: Destinačný Marketing Pre Geografy. Prešovská Univerzita v Prešove. 2017. Dostupná na: [https://www.researchgate.net/publication/322330953\\_DESTINACNY\\_MARKETING\\_PRE\\_GEOGRAFOV?\\_tp=eyJjb250ZXh0Ij-p7ImZpcnN0UGFnZSI6InNlYXJjaCI6InBhZ2UiOiJwdWJsaWNhdGlvbiIsInBvc2l0aW9uljo-icGFnZUNvbnRlbnQifX0](https://www.researchgate.net/publication/322330953_DESTINACNY_MARKETING_PRE_GEOGRAFOV?_tp=eyJjb250ZXh0Ij-p7ImZpcnN0UGFnZSI6InNlYXJjaCI6InBhZ2UiOiJwdWJsaWNhdGlvbiIsInBvc2l0aW9uljo-icGFnZUNvbnRlbnQifX0).

- MICHÁLKOVÁ, A. – GAJDOŠ, T.: Klastrovanie v cestovnom ruchu na Slovensku a jeho potenciál v podpore inovácií a podnikania. Ekonomika a spoločnosť, roč. 16, č. 1, 2015.
- MIKULÁŠ, P.: K špecifikám podpory cestovného ruchu v slovenských televíziách. Kontexty kultúry a turizmu. 2013. Nitra: UKF v Nitre, 2020.
- NAPRYS, E.: Google to weaken ad blockers on Chrome in a push for security. 2024. [online] (cit. 03-06-2024) Dostupné na: <https://cybernews.com/privacy/google-to-weaken-chrome-ad-blockers-push-for-security/>.
- ORBAN, E.: Význam marketingových aktivít v cestovnom ruchu. Kontexty kultúry a turizmu. Nitra: UKF v Nitre, 2020.
- POLGÁRI, Š.: Affiliate-marketing. 2021. [online] (cit. 03-03-2021) Dostupné na: [www.dognet.sk/magazin/publisher/affiliate-marketing/](http://www.dognet.sk/magazin/publisher/affiliate-marketing/).
- PROPAGÁCIA AKO PROSTRIEDOK MARKETINGU: 2008. [online] (cit. 03-06-2024) Dostupné na: <https://www.euroekonom.sk/marketing/marketingova-komunikacia/propagacia-ako-prostriedok-marketingu/>.
- RAINISTO, S.: Success Factors of Place Marketing: A Study of Place Marketing Practices in Northern Europe and The United States: doctoral dissertation. Helsinki: Helsinki University of Technology, Institute of Strategy and International Business, 2003. [online] (cit. 2014-06-16). Dostupné na: <http://lib.tkk.fi/Diss/2003/isbn9512266849/isbn9512266849.pdf>.
- SAFFARI, S.: Influencer Marketing VS Traditional Advertising: The Verdict. 2023. [online]. (cit. 25-11-2017) Dostupné na: <https://www.linkedin.com/pulse/influencer-marketing-vs-traditional-advertising-verdict-sarah-saffari>.
- SELCKE, D.: Game of Thrones tourism brought over \$200 million into Croatia, 2022 [online]. (cit. 03-06-2024) Dostupné na: <https://winteriscoming.net/2021/12/10/game-of-thrones-made-over-200million-croatian-tourism/>.
- SLOVÁK, A.: Moderné trendy propagácií cieľových miest - Vývoj videohier. Diplomová práca, FF UKF Nitra, Nitra. 2023.
- TOURISM IRELAND ANNUAL REPORT: 2021, [online]. (cit. 03-06-2024) Dostupné na: <https://www.tourismireland.com/search-results?indexCatalogue=site%20search&searchQuery=annual%20report&wordsMode=AllWords>.
- UBISOFT: Assassin's Creed Discovery Tour, 2024 [online] (cit.07-04-2024). Dostupné na internete: <https://www.ubisoft.com/en-us/game/assassins-creed/discovery-tour>.

#### Kontakt:



Mgr. Adam Slovák  
Filozofická fakulta UKF v Nitre  
Štefánikova 67  
949 74 Nitra  
E-mail: adam.slovak@ukf.sk

<sup>12</sup> Kingdom Come Deliverence.

## Recenzia

**KOLESÁR, J. – LUKÁČOVÁ, A.: Rejdová – tradičná svadba. Banská Bystrica: Cultura Ethnica, o. z., 2023, 312 s.**

Z kategórie rodinných obyčají patrí svadobný obradový cyklus medzi tie rituály, v rámci ktorého možno dodnes vo veľkej miere sledovať mnohé prvky tradičnej kultúry. Obzvlášť ak hovoríme o lokalite s pomerne veľkou komunitou miestnych obyvateľov, ktorí sa venujú uchovávaniu lokálnych tradícií. Či už prostredníctvom folklórnej skupiny alebo v rodinnom prostredí. V takýchto prípadoch sa nám naskytá možnosť detailne opísať priebeh svadby a svadobných rituálov vo vývojových etapách a sledovať dynamiku zmien. Štruktúra svadby v Rejdovej sa podľa autorov monografie *Rejdová – Tradičná svadba*, vyznačuje bohatým materiálom

zahrňujúcim slovesné, dramatické, hudobné, piesňové a tanečné prejavy a zvyky. Na jednej strane sú svadobnom cykle tejto obce prítomné podobné znaky vzťahujúce sa aj na ďalšie obce v regióne, na strane druhej sa vyznačuje aj vlastnými charakteristickými prvkami.

Úvodné kapitoly monografie predstavujú akúsi vstupnú bránu do problematiky manželstva a svadby ako prechodového rituálu v historickom kontexte. Čitateľ je takisto detailne oboznámený s historickými faktami vzťahujúcimi sa na lokalitu a tému svadby. Kapitoly obsahujú aj zaujímavé dáta reflektujúce politické a spoločenské zmeny, taktiež cirkevné pravidlá spísané v článkoch v Muránskych artikulách a mnohé ďalšie informácie získané z písomných prameňov. Jadrom celej monografie je podrobný opis historických skúseností svadobného cyklu rozčlenených do jednotlivých zložiek ako zálety, vohľady, pytačky, zásnuby, ohlášky, príprava na svadbu a pred svadbou, vitie jedličky, večer pred svadbou, odobierka nevesty a ďalšie. Súčasťou týchto textov sú hodnotné výpovede informátorov, notové zápisy ľudových piesní a vzácny fotografický materiál.

Okrem informácií, ktoré popisujú samotný priebeh svadby v jednotlivých fázach, sa autori monografie sústreďujú aj na komplexné doplnenie ďalších sprievodných informácií. Ide o samostatné kapitoly zamerané na odev nevesty a ženicha, rodinný život po svadbe, svadobných funkcionárov, muziky a muzikantov. V záverečných kapitolách sa autori venujú téme folklorizmu, primárne z hľadiska fungovania aktívnej folklórnej skupiny v Rejdovej, a orientujú sa tiež na podobu svadby v povojnovom období a v súčasnosti.

Reflektujú skutočnosti, ktoré mali vplyv na zmeny v rokmi zaužívaných predsvadobných, svadobných a posvadobných zvykoch a obradoch. Súčasťou monografie sú tiež transkripcie piesní z repertoára obce. Zapísané varianty predstavujú reprezentatívne interpretácie jednotlivých piesní z hľadiska využívania typických interpretačných praktík. I keď primárnym cieľom autorky transkripcií nebola hudobno-štylová analýza, v rámci zápisov je možné reflektovať špecifické frázovanie, zmeny tempa, ornamentiku a ďalšie interpretačné zvláštnosti piesne. Snahou autorky taktiež bolo, aby táto súčasť monografie, spolu s jednou zo záverečných kapitol, kde je vysvetlený proces výberu a zápisu piesní, boli zrozumiteľné pre laickú verejnosť. Zároveň poskytla možnosť preniknúť aj do hlbšej podstaty piesne pre potrebu interpretačnej praxe prípadných záujemcov.

Zaujímavou inovatívnosťou publikácie sú nahrávky autentických podôb viachlasného spevu, ktoré si čitatelia môžu prehrať prostredníctvom QR kódu nachádzajúceho sa na jednej spomedzi posledných stránok knihy. Dáta, ktoré táto publikácia obsahuje sa vzťahujú predovšetkým na 19. a 20. stor., v mnohých prípadoch však siahajú až do 16. stor. Prostredníctvom zvolenej obsahovej štruktúry je čitateľovi detailne predstavený priebeh tradičnej svadby v Rejdovej ako zložitého systému obradov a zvykov ovplyvňujúcich veľkú časť života človeka v minulosti. Svadbu dodnes možno považovať za najpestrejší a rozsahom tradičných zvykov najbohatší prejav ľudovej kultúry, nielen v Rejdovej. Verím, že vznik publikácie tohto typu, bude dobrým príkladom a inšpiráciou aj pre ďalších autorov v potenciálnych lokalitách na Slovensku. Spoluautorstvo rodáka a znalca miestnych pomerov Jána Kolesára a etnomuzikologičky Alžbety Lukáčovej, prinieslo medzi širokú verejnosť veľmi hodnotnú vedecko-popularizačnú publikáciu.

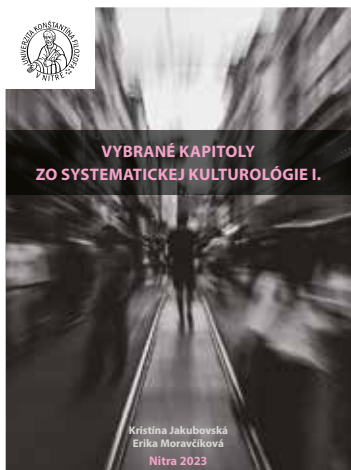
*Alexandra Bachledová*

## Recenzia

**JAKUBOVSKÁ, K. – MORAVČÍKOVÁ, E.: Vybrané kapitoly zo systematickej kulturológie I. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa, 2023, 70 s.**

Vysokoškolská učebnica *Vybrané kapitoly zo systematickej kulturológie I.* autoriek Kristíny Jakubovskej a Eriky Moravčíkovej patrí medzi najnovšie publikácie z dielne výskumníkov a výskumníkov ÚMKTKE FF UKF v Nitre.





Učebnica je jedným z výstupov grantového projektu KEGA 041UKF- 4/2022 *Príprava učebných textov nosných predmetov študijného programu kulturológia*. Z hľadiska názvu, zamerania a rozsahu, úrovne spracovania tém, vedeckej náročnosti, odbornej komplexnosti a jazykovej či štylistickej úrovne textu spĺňa recenzované dielo všetky požadované kritéria kladené na tento typ publikačnej jednotky. Autorky už v úvode textu upozorňujú, že zámerom diela nie je primárne komplexne mapovať všetky tematické okruhy systematickej kulturológie, ale reflektujú skôr aspekty, ktoré považujú v kontexte doby a aktuálnej praxe vysoko-

školského vzdelávania za kľúčové, s najvýraznejšími presahmi do života jednotlivca v kontexte jeho pozície v súčasnej spoločnosti. Z tohto dôvodu je text rozdelený do 5 tematických blokov: 1. Inakosť; 2. Modely komunikácie kultúr; 3. Kultúrna identita; 4. Kultúra a globalizácia a 5. Úvod do štúdia mediálnej kultúry.

Poradie jednotlivých kapitol je zvolené dômyselne a sleduje tematickú kontúru vhodne korešpondujúcu s vnútornou stavbou skúmanej problematiky. Úvodnú časť otvárajú autorky témou inakosti (odlišnosti, angl. *otherness*). Nazerajú na ňu v kontexte kultúrnej diferenciacie, kultúrnej tolerance v podmienkach exogénnych vplyvov a transkultúrnych procesov, no súčasne z pozície tradícií v procese konštituovania individuálnych a kolektívnych identít či cez prizmu tzv. kultúrnych anomálií. Tému reflektujú aj v kontexte Douglasovej interpretácie „rituálne čistého a nečistého“ prvku v klasifikačnom systéme kultúr. Kapitolu uzatvára ukotvenie inakosti v kontexte kultúrnej diverzity, inklúzie a multikultúrnosti.

Kapitola o inakosti prirodzene vyúsťuje do nadväzujúcej state, ktorou sú modely komunikácie kultúr. V tejto kapitole autorky veľmi erudovaným spôsobom približujú pomerne komplexnú tému a usilujú sa ju systematizovať do troch špecifických foriem: multikulturality, interkulturality a transkulturality. Na konkrétnych príkladoch deklarujú odtiene, odlišnosti, ale aj spoločné vlastnosti jednotlivých modelov. Približujú napr. Alibhai- Brownov model troch S či Epsteinovu teóriu oslobodenia od vrodenných pút kultúrneho determinizmu. Dotýkajú sa tu problémov etnických minorít, naznačujú tzv. kultúru „*métissage*“ a približujú otázku importu kultúrnych prvkov.

Treťou, do istej miery nosnou kapitolou textu, je časť venovaná problematike kultúrnej identity. Od rôznych dimenzií problematiky identity prechádza do znakov postmoderných identít, kde si všíma napr. pocit vykorenenosti (angl. *alienation*), ambivalentnosť identity v kontexte časového rozptylu,

Eriksenov koncept relačnej a situačnej identifikácie či problém individualizovanej identity, kde akcentujú napr. Gažovej model „surfovania po identitách“.

Štvrtá kapitola sa venuje fenoménu globalizácie v kontexte kultúr. Od úsilia o všeobecne platnú definíciu plynule smeruje k vybraným perspektívam globalizácie (ekonomickej, filozoficko-etickej, ekologickej či kultúrno-komunikačnej). Popisuje problém homogenizácie kultúr, kde sa inšpiruje napr. Lipovetskom, venuje sa aj kultúrnej rozmanitosti a tzv. Ritzerovej mcdonaldizácii spoločnosti či Barberovmu symbolickému stretu medzi svetmi McWorld a džihád, tiež sú však do textu citlivo zakomponované napr. práce Spenglera či Bergera.

Záverečnou kapitolou je úvod do štúdia mediálnej kultúry, kde autorky do istého vzťahového trojuholníku umiestňujú médiá, spoločnosť a kultúru. Opierajú sa v nej najmä o McLuhanovu teóriu globálnej dediny a venujú sa tiež terminologickým nejasnostiam okolo pojmu mediálna kultúra. Zaoberajú sa kľúčovými okruhmi a témami mediálnej kultúry, načrtávajú rozdiel medzi tradičnými a digitálnymi médiami a približujú fenomén kyberkultúry či súčasnú dominanciu vizuálnej kultúry.

Každá kapitola je z hľadiska štruktúry spracovaná prehľadným spôsobom s adekvátnou vnútornou logikou a konzistentnosťou. Od priblíženia terminologického aparátu (a tiež rôznych polemík, ktoré sa k nemu viažu, napr. časť venovaná globalizácii či mediálnej kultúre, s. 38 a s. 50) prechádza každá časť k podrobnejšiemu spracovaniu téz na báze nosných teoretických prác, diskurzov a aktuálnych poznatkov. Text je z väčšej časti prezentovaný formou výkladu, čo zvyšuje jeho čitateľnosť, zrozumiteľnosť a prijatie u čitateľov. Autorky pracujú s overenými zdrojmi a významnými autormi, čím je zároveň predkladaný text dobrým nástrojom pre zorientovanie sa v kľúčových dielach (nielen) systematickej kulturológie. V publikácii vhodne kombinujú práce slovenskej (Denciová, Gažová, Slušná, Gálik, Pravdová, Malíček a iní) i zahraničnej proveniencie (Douglas, Epstein, Hall, Giddens, Clifford, Lipovetsky). Kombinujú tu nielen diela kulturológické, ale do diapazónu použitých zdrojov vkladajú aj teórie etnologické (Beňušková), antropologické (Bowie) či sociologické (Ritzer, Berger, Baudrillard), čo vo výsledku kreuje veľmi živý a kompaktný text. Publikácia osviežujúcim spôsobom prepája rozdielne náhľady na podobné témy optikou odlišných vedeckých odborov, navyše sleduje aj vývoj a korigovanie poznania v istých časových vývinových etapách. Text vysokoškolského učebného textu vhodným spôsobom dopĺňajú odborné úryvky z diel autorov, tiež otázky do diskusie, úlohy, prípadové štúdie, nové techniky ako využitie referenčnej mriežky, námety na koncipovanie vlastných projektov či zoznamy odporúčanej literatúry, ktorých cieľom je nepochybne naplniť didaktický rozmer publikácie, podporiť kritické uvažovanie, schopnosť zaujať stanovisko a zvýšiť dôsledné uchopenie problematiky u jednotlivých recipientov. Oceňujem, že autorky s ľahkosťou syntetizujú a systematizujú mnohé poznatky z viacerých sfér, ktoré kvalitatívne a argumentačne

posúvajú na novú úroveň a tak aj zdanlivo separátne vymedzené tematické okruhy vytvárajú vo výsledku vnútorne prepojený a podmienený celok. Súčasne je však text dostatočne otvorený hlbšiemu skúmaniu, ďalším úvahám a interpretáciám a majú zámer skôr „rozvíjať uvažovanie v intencióch zvolených tém“ (Jakubovská-Moravčíková, 2023: 4) než poskytovať finálne a uzavreté komplexné konštatácie. Text je aj prehľadne a atraktívne vizuálne spracovaný, jeho prezentácia zodpovedá štandardom súčasnosti.

Spracovanie nosných tém predmetného učebného textu je nepochybne podmienené výbornou erudíciou autoriek v dotknutých témach, ale je zároveň čitateľsky atraktívne a umožňuje pochopenie obsahu aj bez predchádzajúcich výraznejších znalostí z oblasti kulturológie. Tým sa súčasne publikácia stáva široko využiteľná a prospešná nielen pre odbornú verejnosť, ale aj pre študentov a študentky príbuzných a nadväzujúcich študijných programov, ako je napr. filozofia, sociológia, estetika, mediálne štúdiá, komunikačné štúdiá, marketing, etika, žurnalistika či manažment. Jej význam však presahuje využitie vo vysokom školstve a môže byť cenným príspevkom k hľadaniu odpovedí napr. na proces formovania identity či pochopenie kultúrnych zmien v živote každého jednotlivca, v zrkadle súčasných a budúcich výziev multikultúrnej a globalizovanej spoločnosti.

*Michala Fúsková*

## Správa

### **(Ne)konferencia GASTROLOVE 2024 očami ÚMKTKE: Láska k jedlu, udržateľnosť a nové trendy**

Dňa 27. septembra 2024 sa v historických priestoroch Elektrárne Piešťany konala očakávaná (ne)konferencia GASTROLOVE 2024, ktorá tak ako vždy, spojila profesionálov zo sektoru HoReCa – od šéfkuchárov a someliérov po hoteliérov, cukrárov, riaditeľov gastronomických prevádzok, či študentov a vedeckých pracovníkov. (NE)konferencia GASTROLOVE je každoročná oslava slovenskej gastronómie, za ktorou stojí zakladateľka portálu Kávičkári Simona Budinská aj s jej redakčným tímom. (Ne)konferencia bola organizovaná pod záštitou Trnavského samosprávneho kraja a preto jej hlavným partnerom bola Krajská organizácia cestovného ruchu Trnavský kraj. Ako zástupkyňa ÚMKTKE profesne sa venujúca gastroturizmu som mala možnosť aj tento rok sa zúčastniť tohto výnimočného podujatia, ktoré bolo nabit

inšpiratívnymi prednáškami, diskusiami a zážitkami z oblasti gastronómie a cestovného ruchu.

(Ne)konferencia sa niesla v duchu udržateľnosti, zero waste princípov a spolupráce profesionálov, ktorí sa snažia pretvárať svet gastronómie s láskou a vášňou. Podujatie svojim prejavom tradične otvoril Ing. Patrik Voltmann – vicežupan TTSK, ktorý poukázal na gastronómiu ako na „odkaz našej identity, tradícií a našich hodnôt, a tak rozvoj gastronómie považuje za nevyhnutný pre rozvoj celého regiónu“. Zdôraznil, že „investovanie do gastro priestoru je tiež investíciou do ľudí, miest a do budúcnosti“. Keďže tentokrát išlo o jednodňové podujatie, program prebiehal súčasne na dvoch pódioch. Hlavný stage hosťom ponúkal bohaté prezentácie a diskusie z rôznych gastronomických sfér. Vedecký Brloh na malom pódium ponúkal priestor pre workshopy a diskusie s gastro odborníkmi na rôzne motivačné témy.

Na hlavnom pódium podujatie začalo o 9:00 oficiálnym zahájením, po ktorom nasledovali prednášky a diskusie so špičkami slovenskej gastro scény. Ako prvá téma: „Cesta za úspechom je plná kameňov. Ale dá sa po nej kráčať“ rezonovala diskusiou s ocenenými slovenskými šéfkuchármi – Marekom Minaričom, Petrom Duranským, Petrom Vajgelom a Pavlom Sekerkom. Pod vedením Jána Chovanca, šéfredaktora online magazínu Visit Chef, sa šéfkuchári podelili o svoje skúsenosti ako dosiahnuť úspech napriek výzvam a prekážkam v gastronómii. Ďalším prezentujúcim bol Luboš Bognár z vinárstva ViaJur. Jeho prednáška Lokálne vína a unikátnosť terroir predstavila potenciál slovenských viníc a vína. Zároveň sa s nami podelil o kroky, ktoré môžu Slovensko posunúť medzi špičku svetových vinárskych destinácií. Po prvých dvoch zaujímavých témach nasledovala Coffee Break organizovaná hotelom Thermia Palace v spolupráci so študentmi Hotelovej akadémie Lubomíra Wintera z Piešťan, ktorí pod vedením svojich pedagógov prispeli k dokonalému servisu.

V diskusii „Keď chceme Michelina, obsluha musí byť dokonalá. Ako dosiahnuť, aby bola aj spokojná?“ rezonovali tri silné mená – Daniel Trilinger (najlepší slovenský šéfkuchár a spolujiteľ reštaurácie ECK), Simona Myslikovjanová (úspešná gastro & hospitality trénerka a oceňovaná topmanažérka) a Slavomíra Raškovič (majiteľka a someliérka reštaurácie Gašperov Mlyn). Pod vedením Jána Chovanca diskutovali o tom, ako doceliť špičkovú obsluhu v reštauráciách a ako udržať zamestnancov spokojnými. „Unikátne projekty pre unikátne deti“. Pri tejto téme išlo o prezentáciu projektov Hotela Hilton, projekty Next Chef od Collette a špeciálne degustačné večere organizované Chateau Gbelany.

Prednáška instagram vs LinkedIn prezentovaná Imrichom Kovalom a Katarínou Ďurčovou z Axim&Merineo analyzovala význam sociálnych sietí v gastronomickom biznise a vysvetlila, prečo je dôležité využívať obe platformy na budovanie značky.

Popoludňajší program (ne)konferencie sa na hlavnom pódium niesol v znamení gastroturistiky. Diskusia „Keď príroda hrá proti nám, je načase

sa venovať gastroturistike“ otvorila priestor zástupcom z hotela Thermia – Branislavovi Igaz, hotela Lomnica – Miriam Vojčíkovej a Chateau Gbelany – Ivane Holubčíkovej. Na otázky Tatiany Nevolnej, riaditeľky Rezortu Piešťany zdieľali svoje skúsenosti s prepojením gastronómie a cestovného ruchu v súčasnom dynamickom prostredí. O tom, že úspešne podnikáť s gastro prevádzkou sa dá aj „na konci sveta“ nám ukázal rozhovor Simony Budinskej s hosťami Lukášom Heuserom a jeho životnou partnerkou a kolegyňou Dominikou. V tejto inšpiratívnej prednáške zaznel príbeh o úspešnom koncepte fine diningu zo Švajčiarska. Rusty a Zuzana Červeňovci predstavili program „The art of fine drinking“, zameraný na nápoje pre Michelin reštaurácie a špičkovú gastronómiu. Uznávaný barman prišiel na Slovensko zo Singapuru, kde viedol jeden z najlepších barov sveta – Manhattan Bar. Záver programu hlavného stagu patrilo exkluzívnemu hosťovi – Lucii Sandrin Breznayovej známej ako Madam etiketa z Paríža. Táto významná odborníčka na etiketu nám zdieľala svoje poznatky o faux pas v slovenských gastroprevádzkach a poskytla návod, ako sa im vyhnúť.

Popri diskusiách na hlavnom pódium prebiehal súbežne aj Vedecký Brloh so zaujímavými a praktickými workshopmi a diskusiami. Ako prvá vystúpila Katarína Lukáčová (CEO EHM) s témou „Revenue Management alebo ako svoj hotel viac vyťažiť“. Debata „Suroviny ešte nikdy neboli dôležitejšie“ bola s biológom a influencerom Petrom Wetzlerom, na sociálnych sieťach známeho ako Lokálzrawetz. Následnú panelovú diskusiu „Prečo sa oplatí makat?“ s Lukášom Špilákom (riaditeľ Šimák Zámok Pezinok), Ladislavom Blaškovičom (riaditeľ Hotelovej akadémie Ľudovíta Wintera Piešťany) a Markom Janákom (Commis šéfkuchár na Bocuse d'Or) viedol fotograf Rudo Sladkovský. Na záver na pódium vystúpila Iveta Hrabovská, predstaviteľka značky Gentlejam, ktorá nám predstavila svoj projekt „Šťava do HO-RECA“. Ide o zaujímavý projekt, ktorého cieľom je posunúť celý HoReCa sektor na vyššiu úroveň.

(Ne)konferencia GASTROLOVE 2024 priniesla nielen bohatý program plný inšpiratívnych prednášok a diskusií, kvalitného jedla, kávy a nezabudnuteľných degustácií, ale aj príležitosť pre networking medzi odborníkmi a nadšencami z oblasti HoReCa. Inovatívne myšlienky, dôraz na udržateľnosť (k ekologickému rozmeru podujatia prispelo, že organizátori odporučili účastníkom priniesť si vlastné fľaše na vodu a keepcupy) a prepojenie gastronómie s cestovným ruchom prispeli k tomu, že sa podujatie stalo dôležitou platformou pre výmenu nápadov a vytváranie nových partnerstiev.

Verím, že získané poznatky obohatia našu akademickú prácu na ÚMKTKE a prinesú nové impulzy pre rozvoj ďalších projektov.

*Katarína Kompasová*

Správa

### Správa z celoslovenského kola Študentskej vedeckej a odbornej činnosti v odbore etnológie 2024

Dňa 14. mája 2024 hostilo Oddelenie etnológie Ústavu manažmentu kultúry a turizmu, kulturológie a etnológie Filozofickej fakulty Univerzity Konštantína Filozofa v Nitre (ďalej len Oddelenie etnológie ÚMKTKE) celoslovenské kolo ŠVOČ v odbore etnológia. Podujatia, ktoré organizačne zaštili doc. PhDr. Ivana Kontriková Šusteková, PhD. a doc. Mgr. Jana Ambrózová, PhD., sa zúčastnili študentky a študentky troch univerzitných pracovísk, aby predstavili výsledky svojich výskumov z oblasti etnológie, folkloristiky či kultúrnej antropológie. Členmi hodnotiacej komisie boli doc. PhDr. Hana Hlôšková, CSc. – zástupkyňa Národopisnej spoločnosti Slovenska, prof. PhDr. Zuzana Beňušková, CSc. z Oddelenia etnológie ÚMKTKE v Nitre, doc. PhDr. Marwan Al-Absi, CSc. z Katedry etnológie a mimoeurópskych štúdií FF UCM v Trnave a Mgr. Dominika Lešková z Katedry archeológie a kultúrnej antropológie FiF UK v Bratislave.

Podujatie otvorila a účastníkov privítala doc. PhDr. Ivana Kontriková Šusteková, PhD., ktorá následne odovzdala slovo dekanovi Filozofickej fakulty UKF v Nitre prof. PhDr. Martinovi Hetényimu, PhD. Po ňom sa zúčastným prihovorela PhDr. Michala Fúsková, PhD., zástupkyňa riaditeľa Ústavu manažmentu kultúry a turizmu, kulturológie a etnológie.

Samotná študentská konferencia bola rozdelená do dvoch prednáškových blokov. Ako prvá svoju prácu s názvom *Výskum rodinnej piesňovej tradície v súčasnosti: na príklade rodiny Jenčovej z obce Víťaz* predstavila Júlia Galdunová, študentka 3. ročníka hosťujúceho pracoviska. Poukázala na špecifiká výskumu piesňovej tradície v rodine speváčky Heleny Jenčovej st. a na bohatstvo jej piesňového repertoáru. Nasledovala prezentácia *Rodina a príbuzenstvo (vo vybranej lokalite Batizovce)* Barbory Janíčkovej, študentky 2. ročníka Katedry archeológie a kultúrnej antropológie FiF UK v Bratislave, v ktorej sa zamerala na zloženie a štruktúru rodiny, rodinné a príbuzenské vzťahy, ale aj na príbuzenskú terminológiu. Ako posledný z prvej sekcie svoj príspevok prezentoval Jakub Plecho, študent 3. ročníka Katedry etnológie a mimoeurópskych štúdií FF UCM v Trnave. Predstavil sa s témou *Detviarsky drevený kríž ako symbol lokálnej identity*, pričom sa pokúsil objasniť význam a funkciu týchto artefaktov pre lokálne spoločenstvo v minulosti a súčasnosti.

Po diskusii a krátkej prestávke nasledoval ďalší blok prednášok, ktorý otvorila prezentácia Karin Klinkovej, študentky Oddelenia etnológie, s názvom *Vývinové premeny sukne v ženskom sviatočnom odevu v Pukanci v 2. polovici 19. storočia a začiatkom 20. storočia*. Zamerala sa na vývinové premeny danej odevnej súčasti v kontexte dobovej módy a lokálnej tradície. Ako ďalšia prednášajúca sa predstavila Natália Lištiaková, študentka 2. ročníka

bratislavského pracoviska. V práci *Kooperácia a reciprocita v lokálnom spoločenstve* na príklade kultúrneho života, spolkov, susedských a rodinných skupín a ich recipročných vzťahov poukázala na spôsoby spolupráce v obci Batizovce. Nasledoval študent 3. ročníka nitrianskeho pracoviska Gabriel Jankech s prezentáciou *Tradičná ansámblová hudba vo Vyskej nad Kysucou*, v ktorej sa zamerával na gajdošské zoskupenia a gajdošov a židovskú hudbu ako neodmysliteľnú súčasť kultúrno-spoločenského života v obci v minulosti. Ako posledná sa predstavila študentka 2. ročníka kultúrnej antropológie z Bratislavy Zuzana Štefunková s príspevkom *Rozdelenie domácich prác v domácnostiach lesbických párov*. Skúmala existenciu stereotypných rodových rol a rozdeľovanie úloh v dvoch domácnostiach lesbických párov.

Po podnetnej diskusii nasledovala filmová projekcia krátkych filmov študentiek Oddelenia etnológie ÚMKTKE FF UKF v Nitre s názvom *Veľká noc trikrát inak*. Kým sa odborná komisia radila o menách tohtoročných laureátok a laureátov celoslovenskej ŠVOČ v odbore etnológia, prítomní si mohli pozrieť tri filmové výstupy praktickej výučby prof. PhDr. Zuzany Beňuškovéj, CSc., zameranej na audiovizuálne dokumentačné techniky. Karin Klinková, Alexandra Bachledová a Sabina Danišová v nich predstavili svoj pohľad na veľkonočné tradície v Pukanci, Lendaku a Boleráze.

Hodnotiacia komisia napokon udelila **ocenenie laureáta celoslovenského kola ŠVOČ v odbore etnológia za rok 2024** nasledujúcim súťažiacim:

- **Barbora Janíčková** (Katedra archeológie a kultúrnej antropológie FiF UK v Bratislave) za prácu *Rodina a príbuzenstvo (vo vybranej lokalite Batizovce)* (školiteľ Mgr. Michal Uhrin, PhD.);
- **Karin Klinková** (Oddelenie etnológie ÚMKTKE FF UKF v Nitre) za prácu *Vývinové premeny sukne v ženskom sviatočnom odeve v Pukanci v 2. polovici 19. a začiatkom 20. storočia* (školiteľka doc. PhDr. Ivana Kontriková Šusteková, PhD.);
- **Jakub Plecho** (Katedra etnológie a mimoeurópskych štúdií FF UCM v Trnave) za prácu *Detviensky drevený kríž ako symbol lokálnej identity* (školiteľ doc. PhDr. Martin Priečko, PhD.).

Udelená bola aj **Cena Národopisnej spoločnosti Slovenska**, ktorú si z rúk doc. PhDr. Hany Hlôškovej, CSc. prevzal **Gabriel Jankech** (Oddelenie etnológie ÚMKTKE FF UKF v Nitre) za prácu *Tradičná ansámblová hudba vo Vyskej nad Kysucou* (školiteľ prof. PaedDr. Bernard Garaj, CSc.).

Tak ako každoročne sa udeľovala aj **Cena Mojmir Benžu**. Zakladateľ tejto tradície, PhDr. Mojmir Benža, PhD., sa ju rozhodol udeliť **Barbore Janíčkovej** za jej precízny prístup k výskumu takej zložitej problematiky, akou je rodina, príbuzenstvo, rodinné a príbuzenské vzťahy. Cenu ocenennej študentke odovzdala doc. PhDr. Hana Hlôšková, CSc.

Všetkým oceneným srdečne blahoželáme a prajeme mnoho úspechov

v ich ďalšej vedeckej a odbornej činnosti. Na záver treba iba dodať, že budúcoročné celoslovenské kolo ŠVOČ v odbore etnológia bude hostiť Katedra archeológie a kultúrnej antropológie FiF UK v Bratislave.

*Roman Hajostek*

## Správa

### Správa z medzinárodnej vedeckej konferencie „Absencia/Nepřítomnost“

Dňa 11. a 12. októbra 2024 sa v Múzeu Sigmunda Freuda, na Berggasse 19 vo Viedni uskutočnila medzinárodná vedecká konferencia s názvom „Absencia/Nepřítomnost“. Za dominantný tematický pilier uvedeného podujatia je možné označiť psychoanalyticky – interdisciplinárne uchopenie pojmu absencia/nepřítomnost. Dvojdňová konferencia, v samotnom rodisku psychoanalýzy, prezentovala práve tieto mnohotvárne aspekty absencie/nepřítomnosti z rôznych perspektív a disciplín. Vedecké podujatie bolo určené odborníkom z teoretickej oblasti i praxe. Zúčastnili sa ho renomovaní vedci nielen z Rakúska, ale i z Nemecka, USA, Kanady, Spojeného kráľovstva, Ruska a Švajčiarska. Dôraz bol kladený na psychologický fakt, ktorý reflektoval skutočnosť, že v psychoanalytickom myslení predstavuje absencia/nepřítomnost kritickú zložku, hoci pojem ako taký sa v spisoch Sigmunda Freuda, ani v slovníku psychoanalýzy nevyskytuje príliš často. Medzi hlavné myšlienkové/programové okruhy vo svojej širokospektrálnosti patrila i reflexia nepřítomnosti v umení a literatúre, kde sa čoraz častejšie diskutuje o nedostatku, strate, prázdnom priestore, ale aj o ďalších pojmoch zo sémantického poľa absencie ako je snenie, alebo roztržitosť. Počas konferencie boli formulované atemporálne otázky reflektujúce v sebe i problematiku súčasného sveta a kultúry, napríklad: Čo robí nepřítomnost tela v digitálnej komunikácii, kde je k dispozícii telo len ako obraz, so subjektom a spoločnosťou? Aké fantázie nepřítomnosti, alebo trvalej dostupnosti pôsobia v umelej inteligencii? Je možné vnímať a zároveň si predstaviť budúcnosť ako blížiacu sa absenciu vzhľadom na klimatickú krízu a ekologický kolaps, ku ktorému ľudstvo smeruje? Pri následnom demaskovaní pojmu absencia/nepřítomnost a snahe o adekvátne zodpovedanie otázok bol samotnými účastníkmi konferencie dôraz kladený na rôznorodosť spôsobov, ktorými je absencia vyjadrená, t.j.

môže sa ukázať len ako výzva, alebo môže znamenať pre jedinca traumatickú skúsenosť. Zároveň môže byť, bez ohľadu na jej závažnosť, spôsobená náhodou, alebo nevyhnutne spojená s ľudskou existenciou. Zvyčajne sa prežíva ako skúsenosť, ktorá vyžaruje z druhého, ale môže byť aj posilnená, alebo dokonca vyhľadávaná samotným človekom.

Podľa definície švajčiarskeho profesora Joachima Küchenhoffa formulovanej počas konferencie je absencia určitým druhom negativity, ktorej dôsledky môžu byť produktívne aj deštruktívne. Strata objektu, ktorá sa môže spájať s neprítomnosťou, môže byť prijatá so smútkom, alebo melanchóliou. Obe sú porovnateľné v tom, že bojujú za trvalú prítomnosť neprítomného objektu, ale iným spôsobom a s inými dôsledkami pre osobu postihnutú neprítomnosťou daného objektu.

**Obrázok č. 1:** Švajčiarsky profesor Joachim Küchenhoff počas prednášky na konferencii



Zdroj: Ingrid Baniatová, 2024

Na koncept neprítomnosti ako na dominantný, významný a špecifický faktor konferencie poukázala počas svojej podnetnej prednášky i samotná riaditeľka Múzea Sigmunda Freuda vo Viedni Monika Pessler. Pred rekonštrukciou/redizajnovaním múzea v roku 2020 boli interní a externí odborníci požiadaní, aby zvážili nasledujúcu otázku: Ako je možné prezentovať Freudovo dielo spôsobom, aby vyniklo to, čo tam už nie je a v minulosti bolo fundamentálnym prvkom počas výkonu Freudovej psychoanalytickej praxe? Stačí si pomyslieť na známy terapeutický gauč, ktorý si Sigmund Freud vzal so sebou do londýnskeho exilu, keď utekal pred nacistickým režimom.

Monika Pessler poukázala na kľúčovú/ústrednú dominantu samotnej budovy, sídliacej na Berggasse 19 vo Viedni. Podľa jej slov vyslovených počas konferencie, záujem návštevníkov múzea pramení zo všeobecnej túžby skúmať počiatky psychoanalýzy priamo na mieste jej vzniku. Vonkajšie percepčné podnety, ktoré sa v súčasnosti odhaľujú v pôvodnom rodisku psychoanalýzy, sú prevažne redukované na architektonické fragmenty a na to, čo sa zdanlivo stratilo, t.j. na to, čo chýba/absentuje. Samotný akt seba-lokácie návštevníka múzea sa stáva predmetom neustáleho porovnávania toho, čo tu kedysi bolo, zrkadliace sa v rovine predmetnej absencie s tým, čo tu zostalo, alebo čo je ešte možné vidieť. Ústredným cieľom celého konceptu bolo zachovanie autenticity, čiže aj objektivej neprítomnosti.

V záverečnom bloku interdisciplinárnej konferencie odznela prednáška ruského psychoanalytika Viktora Mazina, ktorý vo svojom výskume v oblasti absencie nadviazal na freudovskú tradíciu sebaanalýzy, vychádzal popritom zo svojej konkrétnej skúsenosti s neprítomnosťou v priestore, ktorú po sebe zanechali zmiznutí ľudia. Viktor Mazin počas svojej inšpiratívnej prednášky poukázal na špecifickosť a dôležitosť pojmu absencia v koncepcii J. Lacana. Akcent bol kladený na jej heterogénne vymedzenie, na jej odlišnosť od nedostatku a medzery. Jedinou spoločnou črtou podľa Viktora Mazina je zrejmy fakt, že absencia/neprítomnosť vždy odkazuje na reálnu skutočnosť.

**Obrázok č. 2:** Ruský psychoanalytik Viktor Mazin počas prednášky na konferencii



Zdroj: Ingrid Baniatová, 2024

Po prednesení príspevkov svetovo uznávaných odborníkov je možné v závere skonštatovať, že uvedená vedecká konferencia prispela nielen k obohateniu poznania pozvaných účastníkov podujatia, ale taktiež podporila medzinárodnú interdisciplinárnu výmenu skúseností a poznatkov tým spôsobom, že ponúkla detailné náhľady do teórií renomovaných vedcov a priniesla mnohé inšpiratívne impulzy potrebné pre budúce vedecké bádanie a následnú spoluprácu.

*Ingrid Baniatová*

## Správa

### Semiotic Resonance: Summer Retreat na Univerzite Palackého v Olomouci

Na Univerzite Palackého v Olomouci sa 22. až 27. júla 2024 uskutočnilo významné medzinárodné podujatie s názvom „*Semiotic Resonance: Summer Retreat*“. Tento projekt organizovala Mgr. Ludmila Bennett, Ph.D., zástupkyňa riaditeľa organizácie International Semiotics Institute (ISI), v spolupráci s ERC FACETS - Face Aesthetics in Contemporary E-Technological Societies, Fakultou umení Univerzity Palackého a Katedrou filozofie a vzdelávacích vied Univerzity v Turíne. V rámci mobility Erasmus BIP (Blended Intensive Program)<sup>13</sup> sa na podujatí zúčastnili prof. PhDr. Július Fújak, Ph.D., študentky magisterského štúdia, Bc. Paulína Grolmusová a Bc. Radoslava Hrajnohová z Ústavu manažmentu kultúry a turizmu – oddelenie kulturológie a Bc. Aymen Majerský z Katedry etiky a estetiky FF UKF v Nitre. V priebehu podujatia sa uskutočnili prezentácie renomovaných osobností v oblasti semiotiky, pričom sa zameriavali na tematiku rezonancie. Fenomén rezonancie, pozorovaný v fyzike aj hudbe, slúžil ako metaforická optika, cez ktorú bolo možné chápať semiotické procesy tvorby významu. „Retreat“ bol

<sup>13</sup> Erasmus BIP (Blended Intensive Programme) je inovatívny program v rámci programu Erasmus+. Jeho primárnym cieľom je kombinovať fyzickú mobilitu so zdieľaním vzdelávacích aktivít online. Program zvyčajne trvá 5 až 30 dní, pričom zahŕňa rôzne formy vyučovania, ako sú prednášky, workshopy a semináre. Erasmus BIP podporuje spoluprácu medzi inštitúciami v rôznych krajinách, čo študentom umožňuje nadviazať medzinárodné kontakty a rozšíriť svoje odborné zručnosti. Od svojho vzniku sa Erasmus BIP stal populárnym a uznávaným nástrojom pre zvyšovanie kvality vzdelávania v Európe, pričom jeho flexibilný formát je atraktívny pre študentov, ktorí hľadajú nové vzdelávacie príležitosti a výzvy.

venovaný komplexnému preskúmaniu semiotiky, štúdiu znakov a symbolov v komunikácii, a jej prepojeniu s konceptom rezonancie v prírodných aj konštruovaných prostrediach.

Po uvítacom dni prebiehali od utorka 23. 7. do piatku 26. 7. prednášky popredných odborníkov, ktoré sa venovali rôznym aspektom semiotiky a kultúrnych prejavov. Profesor Július Fújak otvoril sériu prednášok s témou „Sonic environments as the mirror of cultures“, v ktorej skúmal, ako zvukové prostredia odrážajú a formujú kultúru. Eližbieta Wąsik z Adam Mickiewicz University v Poznani pokračovala prednáškou „Intertextuality and modeling systems of reality seen through the lens of resonance theory“, kde sa zamerala na prepojenia medzi textami a systémami modelovania reality, pričom využila koncept rezonancie ako optiku pre porozumenie týchto javov. Zaujímavou prednáškou bola aj prezentácia Ekateriny Velmezovej z Univerzity v Lausanne, ktorá sa venovala fonetike začiatku 20. storočia v kontexte epistemologických očakávaní, pričom svoju prednášku nazvala „A ‘crisis’ or a ‘golden age’? Phonetics at the beginning of the 20th century“. Elvira Di Bona z Univerzity v Turíne, vo svojej prednáške „Listening to atmospheres“ analyzovala atmosféru prostredníctvom akustických a vizuálnych prejavov. Jedným z vrcholov programu bola prednáška Massima Leona, ktorý sa venoval semiotickej disonancii medzi hlasom a tvárovými prejavmi vo svojom príspevku „Faceless voices, voiceless faces: reflections on a semiotic dissonance“. Remo Gramigna, takisto z Univerzity v Turíne, pokračoval v tejto téme s prednáškou „The vocal countenance: a study of the interplay between voice and face“, kde analyzoval prepojenie hlasu a tváre pri prenose významu. Gabriele Marino vo svojej prednáške „Axiologies of listening“ predstavil axiologické prístupy k posluhu a Zdzisław Wąsik z WSB Merito University vo Wroclawe ponúkol filozofický pohľad na metafyzickú epistemológiu ľudskej existencie. Záverečnú prednášku predniesol Josh Bacigalupi z Univerzity v Tartu s názvom „A semiotics of sight and sound: Processual structures via emergent resonance in a transfinite medium“, kde skúmal emergentné procesy rezonancie v médiách a analyzoval ich význam. Okrem prednášok sa konali aj praktické workshopy. Významný bol workshop a koncert vedený Profesorom Júliusom Fújakom. Walter Bianco, zvukový inžinier, viedol online workshop, ktorý poskytol účastníkom praktické skúsenosti v oblasti audio inžinierstva.

Spoločenské podujatia, ktoré sprevádzali odborné aktivity, boli skutočne výnimočným zážitkom. Welcome party, organizovaná International Semiotics Institute, sa konala v nádherných historických priestoroch na Křížkovského 12. Účastníci mali možnosť nielen nadviazať nové kontakty, ale aj pocítiť atmosféru, ktorú dýchalo toto miesto. Záhradná recepcia, spojená s informačnou reláciou o ERC projektoch, poskytla príležitosť na diskusie o fascinujúcich iniciatívach v oblasti semiotiky a kultúry. Prehliadka krásneho mesta Olomouc ponúkla jedinečný pohľad na jeho historické pamiatky a kultúrne dedičstvo, čím obohatila vedomosti účastníkov o regióne a spojila

ich ako turistov v tomto malebnom meste. Medzi ďalšie podujatia patrila aj jazzový koncert Evy Novákovej & Groove Alchymisfits. Posledný deň podujatia, 27. júla 2024, ponúkol nádherné zakončenie celého stretnutia. Akcia sa začala prechádzkou a turistickým výstupom na Svatý Kopeček. Týmto spôsobom sa účastníci mohli nielen tešiť z krás prírody, ale aj sa zblížiť a vymeniť si názory na témy, ktoré boli predmetom predchádzajúcich dní. Účastníci mali možnosť aktívne počúvať zvuky prírody, pričom sa zaoberali aplikáciami akustických princípov v prirodzených prostrediach. Večer sa konala grilovačka na Letňáku, ktorá bola skvelou príležitosťou na oslavu a rozlúčku so všetkými účastníkmi.

Celý projekt sa končil 31. júla 2024 online sekciou s názvom: „Close reading of media texts on deepfakes: an exercise in Grounded Theory”, ktorú viedla Dr. Auli Viidalepp. Zamerala sa na hĺbkovú analýzu mediálnych textov o deepfake technológiách. Aktivita kombinovala úvod do metódy Grounded Theory s praktickým štúdiom článkov. Účastníci analyzovali 2-5 článkov a zdieľali rôzne pohľady na túto technológiu. Druhá fáza cvičenia sa zamerala na teoretickú literatúru a dôležité koncepty, ktoré účastníci mohli aplikovať na svoje nálezy. Dr. Viidalepp je expertka na semiotiku a mediálnu kultúru z Estónska, obohatila sekciu svojimi znalosťami a prispela k hlbšiemu pochopeniu otázok generatívnej umelej inteligencie. Jej angažovanosť podporila intelektuálny diskurz a pomohla študentom rozšíriť ich vedomosti a analytické schopnosti.

*Radoslava Hrajnohová*