



ASORKD

## ASOCIACE SDRUŽENÍ PRO OCHRANU A ROZVOJ KULTURNÍHO DĚDICTVÍ ČR The Association for the Conservation and Development of the Cultural Heritage in the Czech Republic

Karolíny Světlé 5, 110 00 Praha 1, Tel.: +420 371 595 624; GSM: +420 777 183 077, +420 737 939 104, +420 736 181 289  
prezidium@asorkd.cz; www.asorkd.cz; www.zachrante-lazne-kyselka.cz/

### OTEVŘENÝ DOPIS

Vážený pan  
Pavel Mandys  
a  
Vážená paní  
Tereza Rychnovská  
Občanské sdružení Litera  
Švédská 25  
150 00 Praha 5

Vážený pane Mandysi,  
vážená paní Rychnovská,  
vážená poroto výročních knižních cen  
LITERA,

obracím se na vás z pověření prezidia Asociace sdružení pro ochranu a rozvoj kulturního dědictví České republiky, a to ve věci vašeho prestižního udílení knižních cen Litera a prosím vás, abyste tomuto dopisu věnovali pozornost, pokud nechcete, aby na udílení výročních knižních cen padl stín znevážení. To by si váženou porotou ocenění literátů rozhodně nezasloužili. Než se dostanu k meritů věci, dovoluji mi malý úvod.

*Mezi dvěma lidmi budiž při dobrodiní  
tento zákon: jeden, aby ihned zapomněl,  
co dal a druhý, aby nikdy nezapomněl,  
že něco dostal.*

SENECA

Gaius Cilnius Maecenas byl římský aristokrat a přítel Octavianův. Proslul svým bohatstvím a podporou básníků, od nichž se však očekávala podpora Octavianovy politiky. Původ slova mecenáš je tedy jasný, v přeneseném významu pak znamená podporovatel umění a věd, prostě příznivec.

Krátce po známých katastrofických povodních, kdy Prahu zalila prý tisíciletá voda, jsem navštívil gastronomické zařízení zvané KFC. Na „prokleté dobré kuře“ mě sem zatáhly moje děti. Návštěvu mi poněkud znechutily dvě vystavené fotografie umístěné pěkně u vchodu, abyste je nemohli přehlédnout. V úhledném rámečku se na nich usmíval jakýsi kompetentní pán, zřejmě z managementu firmy, stojící před stánkem KFC a držící na prsou zvětšenou ceduli s nepřehlédnutelným sdělením, že firma KFC poskytla jistou částku na konto postiženým povodněmi.

Mezi obíráním křidélky jsem se ponořil do mého oblíbeného 19. století a z jeho druhé poloviny, kterou mám nejraději, se mi vynořil obraz největšího českého mecenáše Josefa Hlávky. Představil jsem si, a přiznám se, že ta představa mě značně pobavila, jak můj oblíbenec na zvětšené fotografii umístěné v prosklené vitrině u vchodu do Národního muzea, tehdejšího sídlem České akademie, třímá v rukou a opírá o svá prsa, velkou ceduli se sdělením, že věnoval na založení České akademie pro vědu slovesnost a umění 200 000 zlatých (v dnešním přepočtu přibližně 40 milionů Kč). Pod tímto sdělením by pak pro úplnost byly krasopisně vypsány další rozdané milionové částky. Samozřejmě, naprosto absurdní představa. Ve skutečnosti Josef Hlávka tuto neuvěřitelnou sumu věnoval velmi prostým způsobem, stejně jako potom sumy jiné, totiž tak, jak to bylo vlastní jeho době a všem opravdovým mecenášům. Pražskému místodržiteli baronu Krausovi předal prohlášení, ve kterém sděluje, že ... *k oslavě čtyřicetiletého panování Jeho Veličenstva zamýšlí opatřit soukromou cestou prostředky ke zřízení České akademie pro vědu, literaturu a umění... K tomuto účelu nabízí 200 tisíc zl. a zároveň žádá o zachování dárcovy anonymity.*

Inu, jiná doba, jiný mrav. Dnešní doba klidně dovolí i bezostyšné připodepisování se k významným jménům či institucím a to jen z toho titulu, že pro podporu toho či onoho někdo dává své peníze. Vznikají mnohdy komická spojení jako třeba 1. česká Gambirinus liga. Nezasvěcený by si mohl myslet, že jde o soutěž v pití piva. Takových příkladů najdeme bezpočet. Tehdy jsem si řekl, že je dobře, že česká kultura se nestala prostitutem reklamy, tak jako to vidíme u sportu, a ono připodepisování zde nefunguje. Lze si jen těžko představit spojení například Česká fernet štok filharmonie, Národní Budweiser divadlo či sponzorství herců, kdy by se podepisovali například Miroslav Škoda auto Donutil.

Na rozdíl od motta v úvodu, dnešní obdarovaný nejen že nemá nikdy zapomenout, že něco dostal, ale je mu třeba

vtlouci do hlavy komu za to vděčí a ostatním je třeba halasně, a pokud možno ve velké TV show, sdělit, že to byl ten a ten dárc, který dal tolik a tolik! Pan Hlávka nebyl sponzor, ale mecenáš. Jestliže se rozhodl něco nebo někoho svými penězi podpořit, nedělal to pro reklamu, ale na základě svého přesvědčení, že věc nebo jedinec prostě podporu potřebuje nebo si ji zaslouží. Ani ve snu by jej nenapadlo prosazovat, aby jím založená akademie se jmenovala např. Hlávková česká akademie. Josef Hlávka nepotřeboval dělat reklamu svému jménu, neboť to proslavil svoji stavební a architektonickou činností. A to se dostávám k meritu věci.

Občanské sdružení Litera připustilo to, co se ve světě kultury zatím moc nevidí, aby jméno prestižního udílení knižních cen Litera bylo spojeno s reklamou hlavního sponzora, a to s jeho výrobkem, minerální vodou Magnesia.

Ludvig van Beethoven chtěl kdysi svoji symfonickou skladbu věnovat mladému generálovi Napoleonu Bonapartovi, který ho nadchl, když oslnivými vítězstvími osvobozoval Itálii od Rakušanů. Po korunovaci Napoleona císařem, Beethoven své věnování roztrhal se slovy: „*Jaká hanba být Bonapartem a stát se císařem!*“

### ANO, JAKÁ HANBA BÝT LITEROU A STÁT SE MAGNESIÍ LITEROU!

Spojení názvu výrobku Karlovarských minerálních vod (dále jen KMV) s prestižními literárními cenami je z jejich strany pochopitelné – jedná se o reklamu v přímém televizním přenosu, kterou by jinak zaplatily nepoměrně větší sumou, než jakou věnují na toto ocenění. Nevkus takového spojení u minerálního giganta také nepřekvapuje vzhledem k jejich výzdobě české krajiny obřímí orly. **U občanského sdružení Litera takové spojení ASORKD považuje za ponížení cen Litory na reklamní produkt, kdy, a to v literárním světě považujeme za obzvláště závažné, je zde nedomyšleno, jaké úvahové peripetie toto spojení může přinášet.** Svět literatury by neměl být tupý k reklamě, jako běžný konzument. Asi by v nás vzbudilo velmi pobavený úsměv spojení (ať zůstaneme u nápojů), **Kofola Litera** či **Becherovka Litera** apod. Stejně je to s Magnesíí, akorát že tento vzletný název většinu lidí tak nezarází. Na webových stránkách OS Litera je v záložce **Partneři**, jako hlavní partner uvedena **Magnesia!** Vedle výše popsaného se navíc ještě jedná o klam. Minerální voda Magnesia samozřejmě není partnerem Litory, ani jim být nemůže, tím jsou KMV a.s. To že se skrývají za značku svého výrobku je, jak jsme si uvedli výše, v reklamním světě, a to především ve sportu, obvyklé. V kulturním světě je třeba volit, pro oklamání poněkud citlivější komunity, sofistikovanější postupy. U Litory se to povedlo stejně tak, jako u Thálie či Českého lva. U posledních dvou jmenovaných cen zatím ještě ne s proniknutím názvu výrobku do názvu ceny. Petr Vachler režisér a producent prestižního filmového ocenění, předvedl v závěru přímého přenosu udílení Českého lva, spolu s Lucií Bílou, tak nechutnou devótnost vůči generálnímu partnerovi, zastoupenému zde generálním ředitelem a majoritním vlastníkem KMV Alessandrem Pasqualem, že v tomto ohledu nic není nemožné. Jistě by se panu Pasqualovi líbilo přejmenování zmíněných cen např. na Magnesia Thálie či Český lev Mattoni. Ostatně u Českého slavíka toto absurdní a venkoncem komické spojení již pár let existuje.

**Skrývání se KMV za svůj výrobek je pro tuto společnost dnes ještě vítanější a pro Literu spojení její ceny s tímto partnerem deklasující. KMV byly totiž pokutovány za to, jak se chovají k nemovitým památkám v jejich vlastnictví v místě těžby jejich vlajkové lodi a to minerálky Mattoni. Za devastaci památek v Kyselce na Karlovarsku, dostaly od Odboru státní památkové péče při karlovarském Magistrátu pokutu 1 800 000 Kč. Proti tomuto rozhodnutí se odvolaly ke Krajskému úřadu, který rozhodnutí a výši pokuty před několika dny potvrdil viz ZDE:**

<http://www.zachrante-lazne-kyselka.cz/cz/aktuality/kraj-potvrdil-pokutu-karlovarskym-mineralnim-vodam-ty-zazalovaly-znovu-asorkd-133>

„*Beru-li něco z této země, musím do ní také něco dávat.*“ To bylo krédo kultivovaného podnikatelského génia Henricha von Mattoniho (1830 – 1910). A nebylo to jen lůživé heslo. Heinrich Mattoni podle něho také ve svém podnikání konal.

V Kyselce u Karlových Varů narazil na zlatou žílu minerální vody, kterou proslavil perfektním marketingem a vývozem do celého světa, pod značkou Mattoni Giesshübl-Puchstein. Velmi na této těžbě a vývozu zbohatl a do místa - ze země odkud něco bral - to začal vracet. V Kyselce vybudoval malebné lázně, které se staly světově proslulými. Nechoval se zde však jako sponzor, ale jako typický mecenáš. Lázeňský provoz malých lázní nebyl vždy výdělečný a tak jej dotoval právě z těžby minerální vody.

Po roce 1989 se v privatizaci tehdejší Klausova vláda rozhodla, že my bychom si své vlastní přírodní bohatství neuměli těžít, a tak stáčírna byla zprvu pronajata a pak prodána společnosti KMV, jejímž generálním ředitelem a zároveň majoritním vlastníkem je dnes Alessandro Pasquale. Tomu vybudované minerální impérium předal jeho otec Antonio. Otec a syn Pasquale se, co do obchodní zdatnosti, Heinrichu Mattonimu rozhodně vyrovnají, ba ho i předčili. Dnes těží cca 80% minerálních vod v České republice! K tomuto úspěchu jim ve velké míře pomohla, a pomáhá, jejich vlajková loď - světoznámá značka Mattoni. Mecenášství je však pro ně zřejmě neznámý pojem. To, co okamžitě nevydělává či nenese reklamu, je nezajímavé. Dílo Henricha Mattoniho v Kyselce je nechává naprosto lhostejnými a kulturní památky v jejich vlastnictví se dostaly do takového stavu, že některé zanikly a dalším hrozí stejný osud. V jak hrůzném stavu jsou architektonicky cenné a památkově chráněné nemovitosti ve vlastnictví KMV, můžete vidět ZDE: <http://www.zachrante-lazne-kyselka.cz/cz/aktuality/exkluzivne-mattonka-musi-zaplatit-statistice-za-devastaci-kulturnich-pamatek-v-kyselce-123>

Velká část bývalých lázní patří firmě C.T.S. Duo (dnes přejmenované na R.I.S.), která s KMV úzce spolupracuje a prodala jim všechny pozemky kolem svých památkově chráněných budov (včetně přístupových cest). KMV si tak zajistily přístup k nejcennějším pramenům na území bývalých lázní. S jakou kulturností společnost KMV zkrášluje prostředí obce Kyselka na svých pozemcích, se můžete podívat ZDE:

<http://www.zachrante-lazne-kyselka.cz/cz/aktuality/pasquale-jeden-z-nejvetsich-investoru-do-ceske-kultury-136>

**ASORKD tedy apeluje na Občanské sdružení Litera, aby zvážilo, zda jim stojí za to přijímat od těchto kulturních ignorantů pár drobných k ocenění literárních děl.**

Poněkud expresivně, ale jinak výstižně, komentoval tuto situaci John Bok v článku Není Mattoni jako Mattoni: <http://www.zachrante-lazne-kyselka.cz/cz/aktuality/neni-mattoni-jako-mattoni-19>

*„Přijímat dary a ceny od takovýchto barbarů jednoznačně snižuje samu kvalitu obdarovaného či ceněného díla.*

*Skloňuje li se dnes ve všech možných pádech slovo korupce, ptám se jak označit jednání, které evidentně nemá přímé znaky korupce ale co pod rouškou donátorství skrývá vlastní barbarství dárce a odvádí pozornost veřejnosti od toho, jak kořistník proměňuje dar země, tj. pramenitou vodu ve vlastní zisk a „velkoryse“, opět se ziskem, tentokrát společenským, rozdává finanční šušně.*

*To, že zmíněná skutečnost nechává popíky v klidu, mě jaksí nepřekvapuje, vždyť za totáče si také nevšimli důsledků bolševického barbarství. Ba naopak, žili dle hesla, koho chleba jíš, toho sračky zpívej. Mrzí mne však, že lidé, kteří proti aroganci moci v době totality brojili, byli diskriminováni a nebáli se nést svojí kůži na trh, se nechají dnes koupit pár šušněmi jen proto, že jim dělá dobře, být veřejně oceněný.“*

**ASORKD je přesvědčena, že pokud ještě před vyhlášením cen Lityry nenajde vaše sdružení sílu odmítnout dar Karlovarských minerálních vod, že někdo z oceněných najde v přímém přenosu způsob, jak své ocenění nesnižovat spojením s takovým partnerem a upozorní ho na to, že vlastnictví zavazuje, jako se to stalo u Českého lva: <http://www.zachrante-lazne-kyselka.cz/cz/aktuality/generalni-partner-ceskeho-lva-vyzvan-v-primem-prenosu-k-renovaci-lazni-kyselka-129>**

Vážený pane Mandysi, vážená paní Rychnovská, vážená poroto výročních knižních cen LITERA, velmi Vám doporučujeme projít si tyto odkazy, abyste se více seznámili s problematikou lázní Kyselka:

Petr Lněnička - Umírající lázně Kyselka:

[http://www.youtube.com/watch?v=RDJ8wWaQvic&feature=player\\_embedded#!](http://www.youtube.com/watch?v=RDJ8wWaQvic&feature=player_embedded#!)

Olga Sommerová, Ladislav Gerendáš a další - hovoří ve videospotu o Mattoniho lázních Kyselka:

<http://www.youtube.com/watch?v=kZdoJy0utG8&feature=youtu.be>

Petr Šindelář – Mattoni pije Korunní:

[Mattoni pije Korunní http://petersindelar.blog.idnes.cz/c/178382/Mattoni-pije-Korunni.html](http://petersindelar.blog.idnes.cz/c/178382/Mattoni-pije-Korunni.html)

Josef Psohlavec a Pavel P. Ries – Mattoni už není:

<http://www.zachrante-lazne-kyselka.cz/cz/aktuality/publicisticky-videospot-mattoni-uz-neni-byl-jiz-podruhe-oceneni-103>

S přáním hezkého dne

za ASORKD:  
Pavel P. Ries  
prezident Asociace