

HVIZDOVÁ, Eva – BALOGOVÁ, Beáta – SEDLÁKOVÁ, Alena. *Marketing sociálnych služieb s dôrazom na arteterapiu a výtvarné umenie*. Prešov : Filozofická fakulta Prešovskej univerzity, 2015. 133 s. ISBN 9788055512716

„Móda je brnenie na prežitie reality každodenného života.“
Bill Cunningham

Monografia *Marketing sociálnych služieb s dôrazom na arteterapiu a výtvarné umenie* je výsledkom spolupráce autoriek Evy Hvizdovej z Vysokkej školy medzinárodného podnikania v Prešove, Beáty Balogovej, ktorá pôsobí na Filozofickej fakulte Prešovskej univerzity v Prešove a Aleny Sedlákovej pôsobiacej na Pedagogickej fakulte Prešovskej univerzity v Prešove. Publikácia bola vydaná v roku 2015 ako jeden z výstupov aktivít zrealizovaného projektu BEA (iniciály krstných mien autoriek), ktorý v sebe spája oblasť umenia, marketingu a sociálnych služieb. Autorky sa prostredníctvom Projektu BEA a predmetnej monografie zamerávajú na aplikáciu výtvarného umenia do arteterapeutických aktivít v oblasti sociálnych služieb a ich marketingovú propagáciu, ako súčasť rozvoja komunity. Motivácia, podľa slov autoriek, vychádzala zo skutočnosti, že v spoločnosti neboli naplnené očakávania ekonómov a pracovníkov v sociálnych službách, ktorí očakávali ich prudký nárast. Vedecká monografia v troch kapitolách syntetizuje teoretické poznatky z oblasti marketingu, sociálnych služieb a arteterapie. Autorky v texte neprezentujú komplexné poznatky z jednotlivých oblastí, ale charakterizujú vybrané aspekty danej problematiky. Je možné oceniť priložený Katalóg – Maľovaná kolekcia odevov, ako súčasť štvrtej kapitoly, ktorý dotvára prezentovanú teoretickú poznatkovú základňu.

Predkladaná monografia zachytáva vyššie uvedenú problematiku na 134 stranách. Tvoria ju štyri základné kapitoly, z ktorých sú tri ďalej členené. Po obsahovej stránke je text spracovaný v logickej následnosti, od širších spoločenských súvislostí po konkretizáciu jednotlivých faktorov súvisiacich s aplikáciou marketingu sociálnych služieb s dôrazom kladeným na arteterapiu a výtvarné umenie. Súčasťou je tiež Úvod, Zoznam bibliografických odkazov a Menný register.

V prvej kapitole *Marketing* sú formulované teoretické východiská marketingu v súvislosti s výtvarným prevedením odevu. Autorka identifikovala a popísala, že je nevyhnutné z pohľadu marketingovej teórie sa zaoberať marketingovými koncepciami, segmentáciou trhu, marketingovým mixom, komunikačným mixom a osobitnú pozornosť venovať eventom v oblasti maľovanej tvorby odevov s cieľom uspokojiť potreby spotrebiteľa. Tu Hvizdová predkladá kritický pohľad v súvislosti s marketingovými komunikačnými nástrojmi. Na jednej strane event vyzdvihuje ako prevratný komunikačný nástroj, ktorého úlohou je priniesť najpútavejší zážitok a vyvolať pozitívnu emóciu u spotrebiteľa, na strane druhej upozorňuje na problém etiky v súvislosti s komunikačnými nástrojmi v marketingu. Súčasťou kapitoly je aj operacionalizácia termínov relevantných k danej téme, ale autorka ponúka aj vymedzenie cieľov, poslania i stručný historický exkurz marketingu v súvislosti s výtvarným prevedením odevu.

Po oboznámení s problematikou marketingu v oblasti výtvarného prevedenia odevu publikácia kontinuálne nadväzuje druhou kapitolou *Sociálne služby*. Autorka, B. Balogová, sa v tejto kapitole zaoberá vymedzením oblasti sociálnych služieb, konkrétne prezentuje kontexty etablácie v histórii, filozofiu a legislatívne ukotvenie v súčasnosti. Súčasťou kapitoly je aj odborná diskusia v súvislosti s kvalitou a evaluáciou sociálnych služieb, pričom autorka akcentuje význam štandardov ako meracieho nástroja kvality poskytovaných sociálnych služieb. Špecifická pozornosť je venovaná arteterapii, ako doplnkovej ale aj odbornej činnosti v sociálnej práci, ktorá podľa autorky vo svojej podstate vychádza zo socioterapeutického rámca. Pútavosť tejto kapitoly zabezpečuje zrozumiteľná prezentácia arteterapie na poli sociálnej práce – od základných vymedzení, ktorých súčasťou sú formy, druhy či cieľové skupiny, cez upozornenie na jej sociálny potenciál, až po priblíženie arteterapie prevažne ako doplnkovej aktivity na zvýšenie kvality poskytovanej sociálnej služby. Text druhej kapitoly prehľadným spôsobom približuje oblasť poskytovania sociálnych služieb v podmienkach Slovenska.

Na prezentovanú časť nadväzuje A. Sedláková treťou kapitolou, v ktorej sa venuje arteterapii. V kontexte arteterapie priblížila maľbu a materiály, pričom zdôrazňuje fakt, že ide o činitele, ktoré sú vzájomne ovplyvňované v možnosti zobrazit' expresivitu a transcenciu plánovaného výstupu. Súčasťou je aj popis rozličných techník maľby na textil. Osobitná pozornosť je venovaná prehľadu arteterapeutických možností maľbou na textil a hodváb. Teoretickú základňu v oblasti arteterapie dopĺňajú osobné skúsenosti autorky s riadením arteterapeutického ateliéru. Čitateľ tak nepochybne ocení časť, v rámci ktorej sú prezentované rozpracované činnosti vyplývajúce z plnenia jednotlivých arteterapeutických úloh, s využitím maľby a kresby na textil a hodváb.

Obsahom štvrtej kapitoly je *Katalóg Maľovanej kolekcie odevu*, ktorý dokresľuje predstavu čitateľa o výtvarnom prevedení odevu s dôrazom na arteterapiu. Pozitívom je samotná účasť autoriek publikácie pri tvorbe katalógu, a textový doplnok k jednotlivým prezentovaným modelom. Jeho kvalite však uberaá jednofarebná podoba, v dôsledku čoho nie je možné rozlíšiť jednotlivé detaily výtvarnej tvorby.

Publikácia v sebe spája tri zdanlivo nespojiteľné oblasti, čím sa stáva veľmi vydarenou odbornou spisbou, je možné tvrdiť, že nie len v podmienkach Slovenska. Je písaná zrozumiteľne, s logickou a konzistentnou štruktúrou. Monografia je prehľadným materiálom nie len pre pomáhajúce profesie, ale aj pre širokú odbornú verejnosť.

Michaela Štefanová, stefanovamiska@gmail.com