

# AUGŠUP PA CILVĒKU VAJADZĪBU KĀPNĒM

# C

Cilvēki reizēm ar skepsi raugās uz labdarību, ko īsteno uzņēmēji vai lielas biznesa organizācijas, jo saskata šādās iniciatīvās komerciālu motivāciju. Uzņēmēju motivācija nodarboties ar labdarību patiesi var būt ļoti dažāda – tā var sakņoties dziļi privātā pārliecībā vai arī izaugt no sava biznesa vērtībām un misijas. Bet būtiski ir tas, vai šī labdarība, kurai var būt arī komerciālas saknes, rada paliekošu vērtību. Un, kā mūs māca vēsture, bieži vien tas tā arī ir. Atcerēsimies kādu spilgtu piemēru! Džuzepes Verdi opera *Aīda* tika rakstīta kā Ēģiptes valdnieka pasūtījums un bija iecerēta Suecas kanāla atklāšanai. Verdi par to saņēma iespaidīgu samaksu – 150 tūkstošus franku. Šī *pasūtījuma* vēsture ir interesanta, taču cik daudzi cilvēki to zina? Tas, ko zina un bauda visa pasaule, ir *Aīda*. Būtisku kultūras notikumu šķietami sākotnējā komerciālā vai kāda valdnieka personīgā motivācija vēstures gaitā zaudē nozīmi, bet kultūras vērtība nemainīgi paliek sabiedrības baudījumam. Līdzīgi var būt arī ar citām labdarības iniciatīvām. Reti kurš, protams, rada Verdi mēroga vērtības, bet labu darbu ietekme saglabājas ilgus gadus.

Rakstā es vairāk pievērsīšos tieši šai labdarības pusei, kura nav tik acīm redzama kā, piemēram, tādas uzskatāmas lietas kā palīdzība bērnu namam vai slimnīcām, un tāpēc ne vienmēr tiek attiecīgi novērtēta. Taču arī tas ir ieguldījums nākotnē, garīgajā un intelektuālajā izaugsmē, kas cilvēces un konkrētās sabiedrības attīstībai nebūt nav mazāk svarīgi.

Jau 16 gadus esmu *Rietumu Bankas* Labdarības fonda vadītāja, un man nereti jautā – kā vērtēt labdarību, kas ir tās kritēriji, kā noteikt atbalstāmos projektus, kas ir izdevusies labdarība? Tie ir būtiski jautājumi, jo labdarības joma patiesi ir plaša, balstīta uz cilvēku vajadzībām un emocijām, kuras bieži vien nevar precīzi kvantificēt. Esmu pārliecināta, ka mūsdienu labdarībai ir jāpiemērojas un jāatbild uz Latvijas iedzīvotāju intelektuālās izaugsmes ambīciju, protams, saglabājot atbalstu arī tur, kur tas nepieciešams cilvēku pamatvajadzību nodrošināšanai, ja valsts vai ekonomika to vēl nav spējusi izdarīt. Manas pieredzes būtiskākā atziņa ir tāda, ka labdarība ir sabiedrības attīstības spogulis konkrētajā brīdī. Latvijā labdarības izaugsme ir tikpat dinamiska kā pašas valsts ekonomikas pārmaiņas, un tieši šādā griezumā es piedāvātu skatīt labdarības fenomenu.

Deviņdesmitie gadi iezīmēja gan Latvijas biznesa aizsākumu, gan faktiski arī jaunās valsts labdarības kultūras veidošanās pirmo posmu. Mēs atceramies, cik daudz dažādu vajadzību bija



**Inga Šina,**  
*Rietumu Bankas* Labdarības fonda valdes priekšsēdētāja

uzreiz pēc neatkarības atgūšanas – gan sociālajos jautājumos, gan izglītībā, gan veselības aprūpē. No vienas puses, isā laika posmā sabruka gadu desmitos pastāvējušas struktūras, no otras puses, veidojās jauns kapitāls un uzņēmēju kopa, kuras rīcībā bija tam laikam nepieredzēti daudz privātu līdzekļu. Šā laika posma labdarība lielā mērā atspoguļo toreiz raksturīgās īpašības – jaunie uzņēmēji atbilstoši savām interesēm mēģināja atbalstīt to, ko nu katrs uzskatīja par svarīgu. Daudz labdarības projektu bija balstīti uz privātu pieredzi – cilvēki palīdzēja savai skolai, atbalstīja slimnicu, kur paši ārstēti, vai attīstīja sporta veidu, kas pašiem patika.

Arī mēs šajā laikā īstenojām daudz labdarības projektu tajās vietās, kur saskatījām reālas problēmas. Atceros, piemēram, ka vienai mūsu kolēģei bērns bija nokļuvis Bērnu slimnīcā. Apsākļi bija patiesi drausmīgi, jo remonts nebija veikts daudzus gadus, palātā pat nebija normālas apkures. Tad nu mēs, to redzot, izremontējām visu slimnīcas korpusu. Pēc tam bija vēl daudz

projektu – veicām citus remontus, pirkām kritiski nepieciešamas medicīniskas iekārtas dažādām slimnīcām, palīdzējām skolām, bērnu namam. Līdzīgi rīkojās arī daudzi citi uzņēmēji. Daži nostādīja uz kājām Latvijas nacionālās sporta komandas – hokejā, basketbolā. Ar tām tagad lepojamies mēs visi.

Šajā laikā, kas savā ziņā bija visai haotisks, tika izdarīts daudz laba. Privātā iniciatīva, cik nu spēja, papildināja vēl tikai veidojošās valsts lomu sabiedrības attīstībā.

Latvijai dodoties Eiropas Savienības virzienā un arī vēlāk tās sastāvā valsts arvien efektīvāk tika galā ar fundamentāliem eksistences jautājumiem, ātri tika panākts būtisks progress veselības, sociālā nodrošinājuma, izglītības, drošības jautājumos. Šo laiku es sauktu par Latvijas labdarības otro posmu, kas sākās neilgi pirms gadsimtu mijas. Korporatīvā labdarība sāka pievērsties lielākiem projektiem, labdarības pasākumu idejas ieguva dziļāku saturu un rafinētāku formu. Droši vien neiztika arī bez gadījumiem, kad *jaunā kapitāla* ego aizēnoja labdarības projektu būtību, taču arī tā ir kultūras veidošanās neatņemama sastāvdaļa. Daudzi pievērsās Nacionālās operas un baleta atbalstam, kas savā ziņā kļuva par Latvijas jaunās buržuāzijas galveno tikšanās vietu. Tāpat tika organizētas nozīmīgas viesizrādes, piemēram, Hosē Karerasa vai Monseratas Kabaljē koncerti.

Arī mūsu fonds atbalstīja daudzas mākslas izstādes, pirkām gleznas Nacionālajam mākslas muzejam, palīdzējām sakārtot pilsētvidi. Par mūsu līdzekļiem, piemēram, tika uzbūvēts moderns bērnu rotaļu laukums Mežaparkā, uzlikts pulkstenis pie Dzintaru koncertzāles Jūrmalā. Interesants šāda tipa projekts izrādījās nakts apgaismojuma ierīkošana pie Svētā Pāvila baznīcas Rīgā. Tas radīja ne tikai estētisku efektu, bet pilnīgi izmainīja sociālo vidi šajā rajonā, kas līdz tam bija visai nelabvēlīga. Tajā pašā laikā turpinājām atbalstīt tādus projektus kā specializētais inkubators zīdaiņu pārvadāšanai Katastrofu medicīnas centram, atbalstījām maznodrošinātos bērnus un seniorus. Neiztika arī bez kurioziem. Atceros, ka *treknajos* pirmskrīzes gados pie mums vērsās kāds dabas pētītājs ar lūgumu piešķirt 1,5 miljonus eiro īpašas purva vabolītes dzīvesveida izpētei... Bet, ja nopietni, šis bija Latvijas biznesa straujas izaugsmes laiks, ko pavadīja vēlēšanās radīt kaut ko spilgtu, līdz šim Latvijā neredzētu.

Dažus pēdējos gadus es definētu kā trešo Latvijas labdarības attīstības posmu. Mūsu valsts vēl nav sasniegusi Eiropas Savienības vidējos pārticības rādītājus, taču esam uz ceļā uz to, un ikdienas dzīvē atšķirības vairs nav tik uzkrītošas. Arī labdarībā esam sasnieguši brieduma posmu, ko raksturo skaidrāka izpratne par uzņēmējdarbības un valsts mijiedarbību sabiedrības attīstībā. Brieduma posma svarīgākā pazīme ir sabiedrības virzīšanās augstāk pa vajadzību piramīdas kāpnēm, attālinoties no pastāvēšanai svarīgiem jautājumiem un meklējot emocionāli bagātāku piepildījumu. Šis ir laiks, kurā Latvijas sabiedrība un ekonomika var vairāk pievērsties intelektuālajai izaugsmei, kas ir vajadzīga gan starptautiskas konkurētspējas noturēšanai, gan ikkatra cilvēka pašrealizācijai. Šajā kontekstā no *Rietumu Bankas* Labdarības fonda pieredzes atcerēšos vienu

no interesantākajiem projektiem – kinoforumu *Arsenāls*, kas daudzu gadu gaitā ir paplašinājis Latvijas cilvēku estētisko redzesloku, ļāvis veidot izkoptāku kino gaumi un kopumā piedzīvot, novērtēt citādu pasaules redzējumu.

Labdarības brieduma posmu raksturo arī daudz strukturētāka un pragmatiskāka pieeja atbalsta izvēlē un īstenošanā. Ir pagājuši tie gadi, kad labdarību realizēja, tikai balstoties uz sajūtām vai dažu cilvēku vīziju. Tagad gan mūsu fonda darbā, gan starptautiskajā praksē lēmumi tiek pieņemti, par pamatu ņemot vairākus kritērijus.

Pirmkārt, jāvērtē, vai konkrētais labdarības projekts risina kādu sabiedrības vai tās daļas problēmu, vai tas uzlabo, bagātina sabiedrības vai tās daļas dzīves kvalitāti. Šis ir kritiski svarīgs pirmais sliekšnis. Ir samērā vienkārši pateikt, vai projekts risina kādu problēmu, grūtāk ir novērtēt, vai tas uzlabo vai bagātina dzīves kvalitāti. Tomēr šī dimensija ir fundamentāli nozīmīga tieši sabiedrībā, kas tiecas pēc intelektuālas izaugsmes. Šis jāskata kontekstā ar to, kā mēs šobrīd saprotam sabiedrības garīgo, morālo un emocionālo izaugsmi.

Otrkārt, jāvērtē, vai konkrētā labdarības projekta veidu neuztur tirgus ekonomika, proti, vai projektu nav iespējams īstenot un finansēt ar komerciāliem nosacījumiem. Treškārt, vai konkrētā

## REIZĒM IR VĒRTS ĪSTENOT LABDARĪBU PAT TAD, JA NO TĀ IEGŪST NELIELS SKAITS CILVĒKU, BET VAJADZĪBA IR KRITISKI NOZĪMĪGA.

labdarības projekta veidu jau neīsteno valsts pietiekamā apmērā. Šeit būtiska ir piebilde par *pietiekamu apmēru*, jo valsts institūcijas dara ļoti daudz sabiedrības attīstībai, kaut gan ar to bieži vien nepietiek. Ceturtkārt, vai konkrētajam labdarības projektam ir plašs pieprasījums, proti, vai tas patiesi ir vajadzīgs pietiekami lielai auditorijai. Šeit vienmēr būs vieta diskusijai, kas ir *pietiekami liela auditorija*, taču aicinu to vērtēt proporcionāli un kontekstā ar citiem kritērijiem. Reizēm ir vērts īstenot labdarību pat tad, ja no tā iegūst neliels skaits cilvēku, bet vajadzība ir kritiski nozīmīga.

Visbeidzot – kāda būs labdarības nākotne? Domāju, palielinoties valsts lomai sociālo jautājumu risināšanā, labdarība arvien vairāk virzīsies cilvēku emocionālās labklājības un izaugsmes virzienā. Pieaugs mentālās veselības un garīgā dzīves piepildījuma jautājumu nozīme, savukārt sociālajos jautājumos pamatvajadzību problemātiku nomainīs nepieciešamība mazināt nevienlīdzību. **FLI**