

10 / PODZIM 2014

ČTVRTLETNÍK PRO OBNOVU
ČESKÉ FILANTROPIE

UMĚNÍ DAROVAT

THE ART
OF GIVING

NA ZAČÁTKU
BYL KÝBL,
NA KONCI
STO MILIONŮ



↓ EDITORIAL

Milé čtenářky, milí čtenáři,
o velkých věcech někdy rozhodují maličkosti, o čemž se můžete přesvědčit
v podzimním čísle časopisu Umění darovat.

Dočtete se o tom, jak může kelímek kafe, autobus zapadlý u kostela
nebo kbelík vody změnit život tisícům lidí a přinést stovky milionů dolarů.

Jeden podivný, ale milý podnikatel neměl rodinu a chtěl někomu
odkázat svou firmu. Prodělal obrnu, ale na lékařský výzkum dát nechtěl.
Rád se díval na fotbal, ale podpořit fotbalový klub nepřicházelo do úvahy.
Neměl rád Billa Clintona, ale ani konzervativní think tank nechtěl
financovat. Až si vzpomněl, jak byl jako mladý kluk za války na nádraží,
byla zima a stýskalo se mu po domově. Armáda spásy tam zrovna prodávala
kávu. Kelímek za pět centů. Kafe sice nebylo lahodné, ale vzpomínka byla
tak silná, že majetek nakonec věnoval právě Armádě spásy. Podobných
historek se můžete dočíst víc ve vynikajícím rozhovoru s právníčkou
a expertkou na filantropii Claire Costello.

Podobný efekt jako kelímek za pět centů měl kbelík vody. Pravda,
vylil si ho na hlavu jeden z nejbohatších lidí na světě, Bill Gates, ale
spustil tím lavinu, na jejímž konci byly stovky milionů dolarů, vybraných
na potírání jedné těžké nemoci. Takzvaná kbelíková výzva, která
obsadila na několik týdnů internet a Facebook, ovšem vyvolala otázku:
je i šaškování nebo otravná kampaň přípustná, když jde o dobrou věc?
Zabýváme se tím v hlavním tématu čísla.

No a ten zapadlý autobus? Ten donutil ve Šluknově na severu Čech
vystoupit německou turistku Evu Habel, která nakonec místo do Afriky
odjela pomáhat právě sem.

Příběhy Evy Habel nebo Mathildy Nostitzové a názory Marty Slánské
také najdete v tomto čísle.

Přejeme příjemné čtení!



Ivan Hamšík
šéfredaktor



Jiří Bárta
ředitel Nadace VIA

FACEBOOK PROTI EBOLE A CENA PRO ANDĚLA

Zakladatel Facebooku Mark Zuckerberg a jeho žena Priscilla Chanová oznámili, že **věnují 25 milionů dolarů** na boj proti epidemii eboly v západní Africe. Peníze budou sloužit zejména na vybavení center komunitní péče, výcvik místních dobrovolníků, zajištění přepravy vzorků nebo identifikaci nakažených. Dar také pomůže zmírnit následky, které epidemie způsobí v následujících měsících. „Potřebujeme ebolu zvládnout co nejdřív,“ řekl Zuckerberg, „aby se nerozšířila a nezpůsobila globální zdravotní krizi, se kterou budeme bojovat desítky let. Jako se to stalo s HIV nebo s dětskou obrnou.“ Peníze dostane Nadace CDC, která sídlí v Atlantě a podporuje centra pro boj s nemocemi.

Nadace VIA rozdala už posedmnácté ceny za filantropii. Cenu za osobní zaujetí letos porota výjimečně udělila dvěma „srdcařům“, Petru Sýkorovi za jeho projekt Dobrý Anděl a Barboře Jindřišce Petrtýlové, která se už 14 let neúnavně účastní projektu UNICEF Pečení pro děti. Novinářskou cenu pro individuálního dárce získal Kvido Štěpánek, cenu pro mladého filantropa studenta neratovického gymnázia za on-line projekt Milý Ježíšku, cenu za otevírání nových cest získal Aleš Jeník, cenu pro malou a střední firmu společnost Galvamet a cenu pro velkou firmu společnost AVAST. Více se o vítězích dočtete už v příštím čísle Umění darovat!

Letošní **burza filantropie** se proměnila v plejádu dobročinných skutků. Podporu od donátorů z řad firemního i veřejného sektoru se podařilo získat celkem šestnácti neziskovým organizacím. Neziskovky tak budou moci realizovat mnoho projektů ve prospěch obyvatel Orlickoústecka. Burzu filantropie pořádá již čtvrtým rokem Koalice nevládek Pardubicka za podpory Pardubického kraje a Krajské hospodářské komory.

4

Velkolepý plán pro indický venkov. Ronnie Screwvala chce zabezpečit pro milion indických venkovanů přístup k čisté vodě a hygienickým prostředkům, k lepšímu vzdělání a zdravotnictví. „Pokud se chce Indie stát jednou ze tří největších ekonomik světa, nepůjde to bez 600 milionů lidí, kteří žijí na venkově,“ řekl Screwvala, jenž je spoluzakladatelem firmy UTV, kterou prodal Walt Disney. Na svůj venkovský plán potřebuje 120 milionů dolarů, přičemž polovinu věnuje on a jeho rodina a druhou půlku dárci.

Konec tradice. **Rodina Rockefellerů,** která svůj obrovský majetek získala převážně investicemi do ropy, se odvrací od tohoto tradičního zdroje příjmů. Spolu s dalšími investory a filantropy vloží 50 miliard dolarů, původně zamýšlených pro investice do fosilních paliv, do obnovitelných zdrojů. Spoluzakladatel Fondu bratří Rockefellerů Stephen Heintz prohlásil, že John D. Rockefeller by s odklonem investic do fosilních paliv souhlasil.

Průmyslník a syn zakladatele legendární obuvnické firmy, filantrop **Tomáš Baťa junior,** by v září oslavil sto let. Baťa v exilu v Kanadě vybudoval nový baťovský podnik. Po listopadu 1989, i když mu v té době bylo už 75 let, se vrhl do obnovy firmy Baťa v Československu. Pro „svou zemi“ pomohl vyjednat vstup do OECD, založil nadaci se svým jménem, pomáhal zlínské Univerzitě Tomáše Bati, která nese jméno jeho otce.

5



VELVYSLANECTVÍ USA UŽ NĚKOLIK LET PODPORUJE CENY VIA BONA. VÁŽÍME SI NADACE VIA, ŽE V TÉTO ZEMI DLOUHODOBĚ PODPORUJE FILANTROPII.

Andrew Schapiro, velvyslanec USA v Česku,
na slavnostním předávání cen VIA Bona v Praze

JAK KAFE ZA PĚT CENTŮ ROZHODLO O MILIONECH

TEXT: NORA GRUNDOVÁ

FOTO: PROFIMEDIA, ARCHIV TELEVIZE Z1, ARCHIV CLAIRE COSTELLO

Málokdo je tak inspirativní. A fascinující. Její slovník je vtipný, vášnivý a přesný, kolem úst jí neustále pohrává téměř nezatelný úsměv. Její erudice je obrovská, přitom ji odhaluje pozvolna a jaksí mimochodem. Seděla přitom v obývacích pokojích mnoha bohatých amerických rodin, kde pomáhala nasměrovat miliony správným směrem. Claire Costello je na filantropii expert.

Jak se z advokátky stane profesionální poradkyně filantropie? Tu profesi jste vlastně vytvořila vy.

Na právu mě sice bavilo to gladiátorství, ale nenaplňovalo mě to. Ať už byli nebo nebyli moji klienti spokojeni, svět to nijak nezměnilo. Zároveň moje mimopracovní dobrovolnické aktivity přebily ty pracovní. Sekla jsem tedy s právníčnou a lekla se, co teď. Šla jsem za jedním privátním bankéřem v New Yorku a vnukla mu myšlenku, že by měl mít ve svém portfoliu divizi filantropie. Že by měli zprostředkovávat svým klientům tuto zkušenost. Souhlasil. Tak jsem založila služby filantropického poradenství. Naši klienti byli různých národností, takže jsem se starala o královské rodiny ze Středního Východu, o americké prezidenty, hudebníky, průmyslníky.

Jak takový hovor o filantropii začíná?
Mluvím s nimi o bohatství. O jejich osobní identitě. Jak vychovávají své děti, co si přejí, aby si jejich děti pamatovaly. Ptám se jich, co byste byli zač, kdybyste byli chudí a bez obleku? Proč se zabýváte vyděláváním peněz? Jaké změny ve světě by se vám líbily? Co byste změnil, kdybyste mohl? Jaký svět chcete zanechat svým dětem? Kdybyste měl svým vnukům předat jedinou věc, co by to bylo? Všichni odpoví, že morální hodnoty. Podnikala jsem se svými klienty cesty třeba do Afriky. Například v Mosambiku se mohli klienti přesvědčit, co znamená nedostatek vody. Jak to ovlivňuje hygienu, chod rodiny, možnost vlastnictví půdy, hrozbu hladu. Abstraktní téma nedostatek vody se jim před očima zhmotnil velice konkrétně.

6



Claire Costello pomáhá nasměrovat miliony dolarů správným směrem.

7

S jakými klienty se setkáváte nejčastěji?

Často pracuji s lidmi, kteří jsou extrémně úspěšní a pracovití, a přitom jen vzdáleně rozumí sami sobě. Velice bohatým lidem někdy říkám, ať si zajdou na pivo se svými bývalými přáteli ze školy, ze skauta, z doby před bohatstvím. Jejich děti to mají ještě těžší, v obklopení bohatstvím ani nemusí objevit, kým by byli bez něj. Některé rodiny své děti před bohatstvím chrání, o výši jmění jim ani nepoví, nechají je projít školami a formativními roky bez vědomí obrovského majetku. Syn jednoho mého klienta takhle prošel několika zaměstnáními. Pak se v jedné práci usadil a koupil své přítelkyni za těžce vydělané peníze zásnubní prsten. Když o tom šel říci svým rodičům, odhalili mu obrovské rodinné bohatství. Domnívali se, že to byl ten pravý čas, ale jeho to úplně rozhodilo. Za prsten, který koupil, utratil spoustu peněz a najednou nevěděl, jestli teď ten prsten nevypadá levně. Zrovna se chystal vyjednávat

o výši svého platu, a najednou vlastně nemusel. Když půjde s kamarády na pivo, má za všechny začít platit? Nevěděl.

Pořádáte také semináře o filantropii přímo pro ženy. Proč?

Vše, co teď uvedu, je na základě studií, které jsme prováděli. Jedna říká, že ženy stojí za devadesáti procenty rozhodnutí, která doma padnou. Jsou častějšími rodičovskými modely a více udržují rodinné hodnoty. Jiná studie potvrdila, že ženy jsou lepšími rodinnými finančními manažerkami, jsou spolehlivější a vytrvalejší a z jejich investic se více vrací do rodiny. Dalším důvodem je fakt, že už odedávna byla filantropie především ženská věc. To ženy definovaly dobrovolnickou a charitativní činností kdekoli na světě. Provedli jsme také studie, čím se liší, jak s podporou naloží ženy a jak muži, a nasbírali spoustu čísel a informací. Z nich víme, že když



Claire Costello byla při své návštěvě Prahy také hostem zpravodajské televize Z1 v pořadu Téma Z1 – Byznys a společnost.

finančně, vzdělanostně nebo lidskoprávně podpoříme ženu, tak to využije ve své rodině ve větší míře než muž. Když Hillary Clinton podporovala obsazení vysokých pozic v administrativě i zahraniční diplomacii ženami, nebyla to záležitost feministická, ale věc bezpečnosti. Je statisticky prokázáno, že více žen ve vysoké politice znamená více míru.

Filantropii je tedy třeba bez obav vnímat genderově.

Ano, filantropie se významně liší na základě pohlaví a je důležité s tím počítat. Například si vezmeme důvody, kvůli kterým ze studií odcházejí dívky, od důvodů odchodu chlapců. U dívek je to v první řadě těhotenství, mateřství a v druhé řadě potřeba výdělků. U chlapců je to špatné chování a jako druhý důvod také starost o rodinu. Dám příklad z Indie. V jedné škole měli jen jediný záchod. Stávalo se, že když dosáhly dívky puberty, do školy přestávaly docházet. Nastalo riziko, že vesnice ztratí celou generaci vzdělaných dívek. Stačilo ale za pět tisíc dolarů postavit ještě jeden záchod jen pro dívky, a ony se vrátily. To je výborný příklad toho, kdy se podařilo najít přesný

bod intervence. O vzdělání generace 8 dívek v té vesnici rozhodla existence jednoho záchodu. Je nutné pochopit kontext a provést poctivý průzkum, pak je filantropie účinná.

Radíte lidem, kam přesně filantropii zaměřit?

To v žádném případě. Není to moje práce. Já mám pomoci, aby si klient ujasnil, co chce dělat, a pak mu k tomu různé administrativně a technicky pomoci, sehnat kontakty. Často se mě lidé ptají, co tedy mají dělat. Na to říkám, všechno. Týrané ženy nebo zkrášlení náměstí, na které se díváte ze svého okna. Zachraňovat ohrožené zvířecí druhy, podporovat myslivost nebo výzkum rakoviny prostaty. Filantropie má vlastně jen jedno pravidlo: nesmí ubližovat. Když se třeba někdo rozhodne podporovat výzkum zjišťující, kdy do Země narazí nejbližší meteorit, nemohu říct ani popel. Když se mu to podaří, víte, kolik třeba zachrání životů? V USA byl jeden slavný donor, kterého zajímalo životní prostředí. Když kandidoval Al Gore se svou ekologickou agendou na post prezidenta, tento donor ho silně podporoval. Věnoval Al Goreovi na kampaň spousty milionů dolarů, takže o ně přišel. Zariskoval, protože chtěl změnit svět.

FILANTROPIE MÁ VLASTNĚ JEN JEDNO PRAVIDLO: NESMÍ UBLIŽOVAT. KDYŽ SE TŘEBA NĚKDO ROZHODNE PODPOROVAT VÝZKUM ZJIŠŤUJÍCÍ, KDY DO ZEMĚ NARAZÍ NEJBLIŽŠÍ METEORIT, NEMOHU ŘÍCT ANI POPEL.

Jak vás poslouchám, vy jste vlastně terapeut.

Ano, říkávám, že provozuji psychologii každý den i bez diplomu. V rodinách je to nejcitelnější. Tam se kolem stolu často odehrávají dramatické diskuse. Nepřerušuj mě, mluv za sebe. V jedné rodině před debatou o filantropii schovávali ostré předměty. Energie je v každé rodině jiná. Proto se také radši s rodinami setkávám v jejich domovech. Tam se dobře ukazuje, jak rodina funguje, na co si potrpí. Prohlížím si byt a dělám si prvotní obrázek o tom, jaká bude rodinná dynamika. Spolupracovala jsem například s osmdesátiletým dědečkem, hlavou rodiny s těžce nemocnou manželkou, spoustou dětí a vnuků. On se rozhodl, že svoji filantropii předá rovnou vnukům. To bylo docela složité. Nejde jen o to potěšit vnuky, ale neznechutit jejich rodiče. To by ta filantropie v rodině moc nevydržela.

Jak jste postupovala?

Nejdřív jsem koučovala pouze toho dědečka. Snažila jsem se, aby pochopil, že své děti z toho nemůže vynechat. Rozebrali jsme jeho příběh. Jak vyrůstal v chudobě za hospodářské recese,

jak nebýt filantropie, nemohl by chodit do školy. Přemýšlel o tom. Teď se finančně podílel na dobročinné iniciativě The Giving Pledge, kterou založili Warren Buffett s Billem Gatesem. (The Giving Pledge nijak neshromažďuje peníze signatářů iniciativy, ani nenavrhuje, kam by měl donor své peníze vložit. Jde o přihlášení se k závazku věnovat aspoň polovinu svého majetku na dobročinnost – pozn. red.) Jednalo se o hodně milionů dolarů. Navrhla jsem mu tedy, ať svůj životní příběh své rodině vypráví. Aby jeho okolí pochopilo, kde má tato filantropie své kořeny a důvody. Že ten nápad nespádl z nebe. Když ale vyprávěl, bylo to nudné a popisné. Tak jsem ho zastavovala, ať namísto toho, jak nastoupil na školu, popíše své tehdejší pocity. Jak jste se tehdy cítil? Jak vám bylo? Jak jste se cítil, když jste byl chudý, když jste nemohl do školy, když vás zachránila dobročinnost okolí? Setkávali jsme se s celou rodinou několik týdnů. Děti a vnuci kolem něj stáli a já jim říkala, že to není monolog. Takže když se budou chtít na něco zeptat, ať neváhají. Ale viděla jsem, jak sedí prkenně na židlích, a došlo mi, že tady se dědeček

K dobročinné iniciativě The Giving Pledge, kterou založili Bill Gates a Warren Buffett (na obrázku), se rozhodl přihlásit jeden z klientů Claire Costello, ve hře bylo několik milionů dolarů.





Armáda spásy kdysi za války nabídla obyčejné kafe vystrašenému klukovi, a ten jí na sklonku života odkázal celý majetek.

nepřerušuje. Řekla jsem mu před nimi, že jsem jim navrhla, aby se ho ptali, pokud mu to nebude vadit. On se zamyslel, a že prý nevadí. Nicméně sám odvyprávěl svůj příběh. Pak jsem navrhla, ať oni jemu vyprávějí. Tak mu začali říkat, co mají za problémy ve škole a podobně. A on se jich najednou začal ptát: Jak ses cítil? Jak ti bylo? A já uvnitř zajásala. On sám to neuměl popsat, ale uměl se zeptat svých dětí a vnuků.

Také se ale děti dozvěděly, že možná tolik nezdědí.

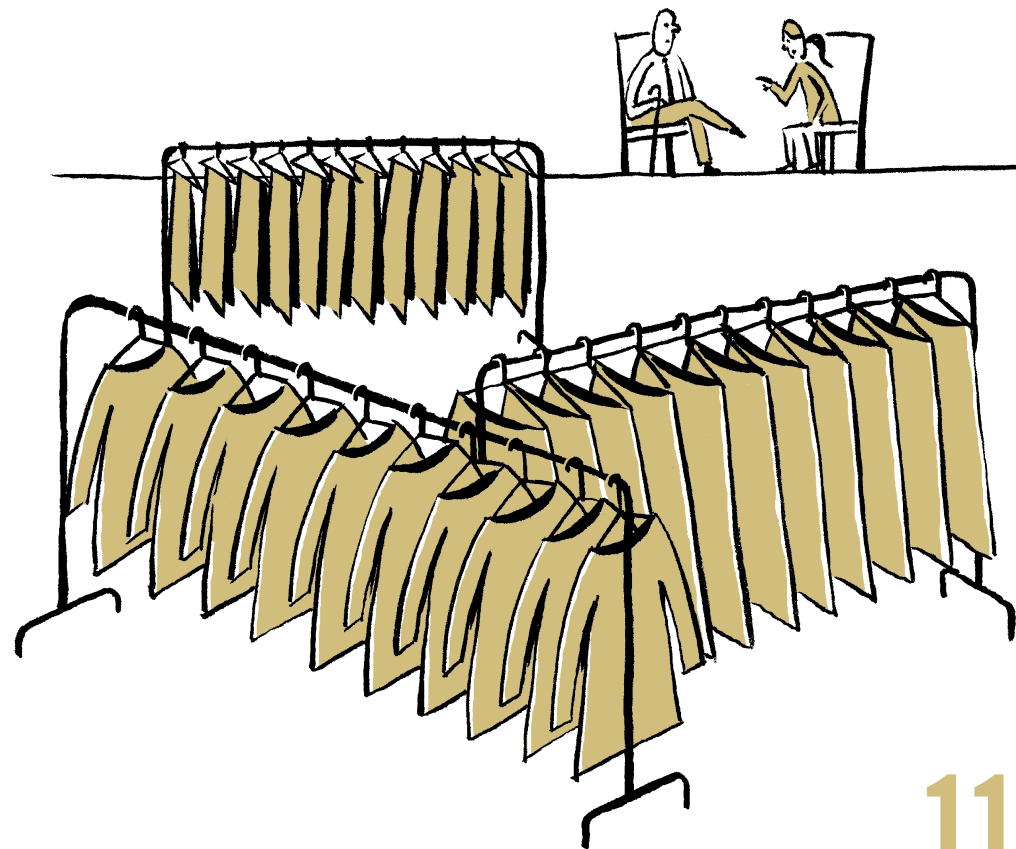
V tomhle případě vnuci neměli ani ponětí, jak bohatý jejich dědeček byl. Takže jsem ho upozornila, že když se zeptají, kolik na filantropii dá, dojde jim to. On to odmávl, že o tom se mluvit přece nebude. Ale hned první otázka padla: Dědo, a kolik peněz tedy naše rodina věnuje? A on jim řekl, že on na filantropii věnuje 99,9 procent a sdělil jim částku. V rodině to byl úplně první rozhovor o bohatství. Vnuci se lekli, že z toho vyplývá, že po dědečkovi tedy nic nezdědí. On se o ně samozřejmě už předem postaral, což jim neřekl. Dostali jen důležitou informaci, že jejich dědeček se chce věnovat

filantropii a že, ač vyrostli v bohatství, možná se o sebe budou muset postarat sami.

Co s lidmi, kteří chtějí, ale nevědí?

Mám jednu oblíbenou historku, ten člověk už bude asi po smrti. Byl to velice milý a velice podivný starý pán, sourozenci žili daleko a rodinu neměl žádnou. Dobrá duše v hodně divném balení. Měl středně velkou, prosperující firmu, špeluňku místo kanceláře a podivný zvyk. Chodíval do obchodních domů, kde skupoval hromady oblečení v akci. Vždycky, když jsem k němu přišla, nabízel mi, ať si z hromad svetrů a košil v kanceláři něco vyberu. Zestárnul, neměl, komu by firmu odkázal. Chtěl, abych chodila k němu do kanceláře a vedla s ním debatu o filantropii. Měl potřebu v sobě nějak objevit, kudy se dát. Jako dítě prodělal obrnu, tak jsem se ho ptala, jestli nechce věnovat peníze na lékařský výzkum nebo na nemocnice. To ne. Taky měl rád fotbal, tak co třeba podporovat nějaký sportovní klub? No to prý ani náhodou. Jediné, co měl chuť podpořit, bylo zrušení daní a odstranění Billa Clintona z úřadu. Tak jsem mu navrhla, že třeba může věnovat peníze některému konzervativnímu think tanku. Ani to ne. A najednou jsme si povídali o tom, jak byl jako hodně mladý chlapec ve válce, bylo mu úzko, zima a stýskalo

10



11

se mu po domově. Na jednom nádraží, kam zrovna přijel, prodávala kávu Armáda spásy. Kelímeček za pět centů. Řekl mi, že ačkoliv to bylo zřejmě hnusné kafe, ten jediný kelímeček v něm vyvolal úžasně hřejivý pocit, vzpomínky na domov a utišilo to jeho stesk. Takže nakonec svůj majetek věnoval Armádě spásy na tu kávu. Nejdůležitější byl pro něj ten pocit, desítky let starý pocit chlapce, kterému je zima a smutno po domově.

Kdo by mohl něco namítat? Nikdy nevíte, kde přesně je ten spouštěcí kohoutek. Ale když na to přijdete, naplní vás to štěstím. Jeho srdce našlo, co potřebovalo. A já nic neudělala. Jen jsem tam seděla, hodiny a hodiny, a pořád odmítala to oblečení, co nakoupil. A to jsme se setkávali aspoň rok.



CLAIRE COSTELLO vystudovala právo a následných dvanáct let platila za prominentní právničku. Ve svém volném čase se věnovala dobrovolným charitativním aktivitám a filantropii. Jednoho dne zjistila, že na právníčinu nemá čas, a tak se do filantropie ponořila docela. Při amerických bankách založila konzultační divizi, na kterou se obraceli a obracejí klienti i samotní privátní bankéři. Od roku 2008 je Claire Costello výkonnou ředitelkou Philanthropic Solutions při Bank of America. Její klienti pocházejí z vlivných a bohatých amerických rodin. Přesto až s Claire Costello pojmenují směr, kudy chtějí svoji filantropii orientovat. Costello také založila celosvětový fond Meaningfull Assets, díky němuž dokázala vzájemně propojovat donory kdekoliv na světě.

ZAČALI MARK A BILL, NA KONCI JE 100 MILIONŮ DOLARŮ

TEXT: JANA CIGLEROVÁ (MF DNES), FOTO: YOUTUBE, UNIVERZITA KARLOVA

Ještě nikdy se v historii filantropie nestalo, aby byla nějaká kampaň tak úspěšná jako Ice Bucket Challenge. Za dva měsíce se po světě vybralo na výzkum nemoci ALS (amyotrofická laterální skleróza) pětaticetkrát víc než za stejnou dobu kdykoliv před tím. Je to ale vůbec správně?

12

V těchto podzimních dnech si už na hlavu kýbl se studenou vodou vylije jen málokdo. Není to ani tak proto, že léto skončilo, ale protože ze zajímavých lidí už nezbyl nikdo, kdo by na sebe ještě neobrátil vědro, nebo neposlal peníze na výzkum ALS.

Díky tomu je kampaň na podporu výzkumu nemoci, která způsobuje postupné ochabnutí celého těla, aniž by

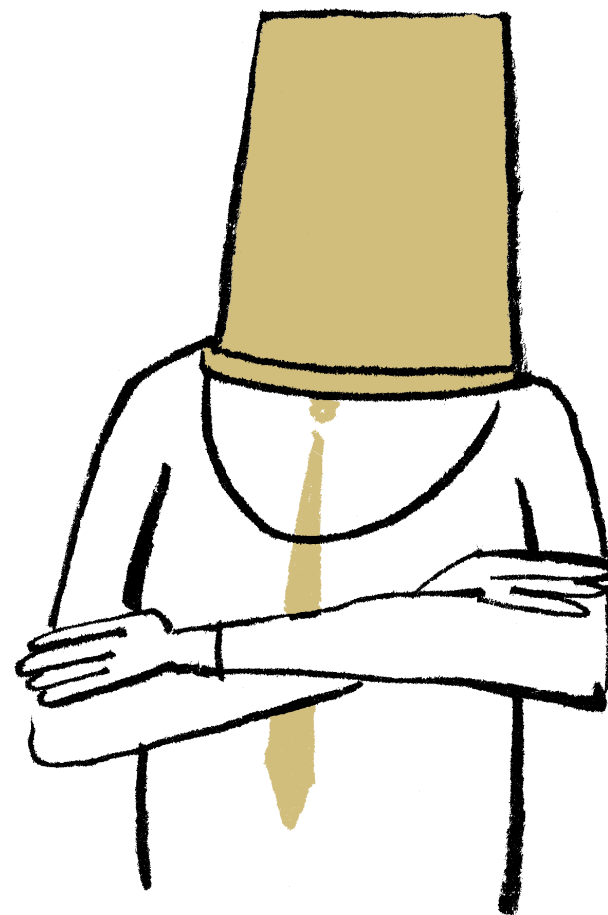
přítom jakkoli zasáhla vědomí člověka, zcela bezprecedentním překročením hranic v historii vybírání peněz na dobročinné účely. Kde se ale tenhle fenomén letošního léta vzal?

Na Facebooku se Ice Bucket Challenge rozjela přesně měsíc poté, co se poprvé někdo polil kýblem studené vody a spojil to s nemocí ALS. 15. července 2014 se slavný moderátor Matt Lauer



Když se Mark Zuckerberg polije vodou, znamená to jediné: tisíce lidí to udělají také.

UMĚNÍ DAROVAT THE ART OF GIVING



13

polil v přímém přenosu a vyzval golfistu Chrise Kennedyho. Ten nominoval svoji sestřenicí Jeannette, jejíž manžel na ALS umírá. Tímto oficiálně polévání vodou začalo.

Největší rozjezd ale způsobil o měsíc později Mark Zuckerberg, který si na hlavu vylil ten první facebookový kýbl, nominoval Billa Gatese, a ten jeho výzvu přijal. Toto byl takzvaný Gladwellův tipping point, tedy moment, kdy se z častého jevu stane fenomén. Od chvíle, kdy se polil vodou s kostkami ledu i nejbohatší muž na světě, udělaly to samé v různých variacích další dva miliony lidí. Všichni se u toho natočili a důkazní video vyvěsili na internetu, jak stanovují podmínky výzvy. Při takovém množství videí se už nelze divit, že leckomu to

polévání ledovou vodou leze na nervy a začíná pochybovat o vhodnosti akce. Zvláště, když se zlíl už i Michal David, že.

Za chvíli umřu

Jenže z těchto lehce zrudlých pocitů dokáže člověka rychle dostat video šestadvacetiletého Američana Anthonyho Carbajala, který nemoc zdědil po matce. O tu se denně stará, protože její zcela bezvládné tělo už někdy nedokáže samo ani dýchat. „Před pěti měsíci u mě amyotrofickou laterální sklerózu, tedy ALS, objevili taky. Strašně se bojím toho, co se mi stane, už teď přestávám mít cit v prstech,“ říká a najednou své emoce nezvládne skrývat a rozpláče se. „Protože pro farmaceutický průmysl nemáme žádnou cenu, jenom chřádneme a nejdou

AMYOTROFICKÁ LATERÁLNÍ SKLERÓZA (zkratka ALS, známá též jako Lou Gehrigova choroba či nemoc motoneuronu) je progresivní, fatální, neurodegenerativní onemocnění mozku, způsobující ztrátu mozkových a spinálních motoneuronů, tj. buněk centrální nervové soustavy, které ovládají vůlí ovlivnitelné svalové pohyby. Kvůli tomu dochází k postupné svalové slabosti až atrofii. Mozek nakonec není schopen ovládat většinu svalů a pacient zůstává paralyzován, při plném zachování psychických a mentálních schopností.



Bill Gates si postavil vlastní polévací konstrukci.



z nás další peníze, neinvestují do výzkumu této nemoci nic. Proto jsme vděční za každého člověka, který se polije vodou, za každého, kdo povědomí o nemoci rozšíří dál, za každé další video, které už možná všechny zdravé otravuje.“ Anthony každý den sleduje, jak jeho bezvládná matka pomalu umírá, a přitom všechno bezchybně vnímá a prožívá – v důsledku nemoci ALS totiž odcházejí

ICE BUCKET CHALLENGE (KBELÍKOVÁ VÝZVA) Aktivita, při které si dotyčný na hlavu vylévá kbelík ledové vody se záměrem zvýšit povědomí o amyotrofické laterální skleróze (ALS) a podpořit její výzkum. Videá se začala šířit sociálními sítěmi od poloviny roku 2014.

jen fyzické schopnosti, psychické a mentální zůstávají zachovány bez změny. Je to tedy to nejhorší prokletí, jaké si lze představit: jste stoprocentně odkázáni na pomoc druhých, tělo je zcela bezvládné, ale zároveň si to všechno do posledního detailu uvědomujete a cítíte.

Tohle všechno věděl před 15. červencem jen málokdo. Většina lidí se to dozvěděla poté, co nevěřičně sledovala, jak si na sebe ledovou vodu vylévá nejdřív Bill Gates, potom i George W. Bush a Oprah Winfrey, a ti všichni se na chvíli stali trochu vřískajícími, ošklivými, trapnými, legračními a vůbec tak nějak politými, ztratili nad sebou na pár vteřin kontrolu (což zejména u Oprah Winfrey nebylo vůbec, ale vůbec důstojné) a všem jim to je na tu chvíli úplně jedno, protože to přece pomáhá lidem s nemocí „ejeles“.

Jak to, že se nic podobného nestalo dřív? Že všechny tyhle celebrity se nechytly jiné nemoci a takhle bezprecedentně ji nezpropagovaly? V čem byla právě tato kampaň geniální a čeká nás odtud víc takových?

Kdo se nepolije, jako by nebyl

„Nedokážu se rozhodnout, jestli to bylo skvěle promyšlené, nebo to byl geniální nápad, ale úspěšná je ta kampaň proto, že spojuje hned několik věcí najednou,“ říká reklamní expert Marek Prchal. „Je super, že pozorujeme danou osobu ve stavu šoku, kdy je zcela autentická. Nicméně je tu taky možnost se z toho šoku vyplatit, což je hodně chytré. Ale nejlepší je, že člověk může, dokonce musí sám sebe natočit,“ vyzdvihuje Marek Prchal moment, který je zcela v souladu s aktuálním světovým trendem: selfpromotion a posedlost sebe prezentací.

PRO CELEBRITY TŘETÍ ÚROVNĚ A VÝŠ JE TO SKVĚLÁ PŘÍLEŽITOST, JAK SE UKÁZAT, PŘIPOMENOUT, PŘEDVĚST A PROSTĚ BÝT VIDĚT. A TYTO CELEBRITY ZASE STRHLY BĚŽNÉ LIDI.

Marek Prchal, reklamní expert

„Pro celebrity třetí úrovně a výš je to skvělá příležitost, jak se ukázat, připomenout, předvést a prostě být vidět. A tyto celebrity zase strhly běžné lidi,“ dodává Prchal.

Z polévání se ledovou vodou vznikla mánie, během níž se na Zuckerbergově Facebooku objevily dva miliony videí, které podle údajů BBC shlédlo, případně lajkovalo přes 85 milionů lidí. Jen video Justina Biebera mělo například milion likes. To s sebou přineslo i další úskalí: jejich kvalitu. Některá měla nápad nebo vtip, čímž zpětně posloužila i tomu, kdo je natáčel. Většinu z nich však zachraňovalo hlavně to, že si na jejich konci rozpačití diváci mohli říct – no nevádí, hlavně že jde o dobrou věc.

Vtipný byl například šéf irského Tesca Phil Clarke, který nejdřív promlouval k lidem v obleku a až po vystoupení kamery ukázalo, že je ve skutečnosti v příšerných havajských šortkách. Nominoval všechny pracovníky irského Tesca a za každého z nich slíbil zaplatit pět euro z vlastní kapsy. Až dojemné bylo video šéfa agentury Bloomberg Dana Doctoroffa, který měl za sebou všechny zaměstnance Bloombergu oblečené ve stejných tričkách. „Tahle akce je pro mě osobní, protože na ALS umřel můj táta i můj děda,“ řekl tento muž, který pak nominoval všechny pracovníky v pobočkách agentury v Hong Kongu, Londýně a Princetonu. Vědro na sebe ale nestihl vylít, protože ho předběhl Michael Bloomberg. Doctoroff mu to vrátil, a tak se hoši chvíli navzájem polévali.

Nonkonformní americký herec Charlie Sheen to vzal tak nějak po svém a místo ledu na sebe vysypal deset tisíc dolarů v bankovkách. Chtěl tak lidem

připomenout, že se nemají polévat, ale mají raději poslat peníze na výzkum nemoci. Pravidlo totiž zní, že když vás někdo vyzve, musíte si do 24 hodin buď vylít vědro s ledovou vodou na hlavu, nebo poslat sto dolarů na účet asociace ALS, a nominovat tři další. Ta ledová voda tam byla důležitá proto, že člověk díky ní na moment ztratí nad sebou kontrolu – což je přesně to, v čem lidé trpící ALS žijí čtyřicet hodin denně. Takže



Hromadné polévání zvolila agentura Bloomberg. Stovky zaměstnanců se shromáždily před hlavním sídlem v New Yorku a podpořily zakladatele Mika Bloomberg a generálního ředitele Dana Doctoroffa.



Do kyblíkové výzvy se zapojil i Tomáš Zima, rektor Univerzity Karlovy.

Sheen se z toho poněkud vyzul, ale aspoň měl nápad.

Zato při sledování šéfa Apple Tima Cooka, jak si na pódiu vylévá kýbl s vodou na hlavu bez jakéhokoli šarmu, vtipu či nápadu, člověk pociťoval hlavně velký smutek po Stevu Jobsovi.

Lepší než s pokladničkou u metra

„Lidé pomohou dobré věci, zároveň se pobaví a ukážou se před přáteli. Také to dává prostor k příspěvní vlastní invencí a zablblnutí si: někdo se polévá ve sprše, jiný pod bagrem, někdo s přáteli, jiného polévá partner nebo partnerka. Někdo nasměruje peníze na další dobročinné projekty, moderátor to udělá v televizi v přímém přenosu,“ hodnotí kreativní ředitel agentury Konektor Martin Charvát. „Rozhodně je to mnohem zajímavější než vybírání s pokladničkou u metra.“ Ani on si nepamatuje, že by byla nějaká jiná dobročinná kampaň aspoň trochu podobně úspěšná. „Snad jen australská kampaň Hugs for free, kde se lidé navzájem objímali. Ovšem takhle masová virální kampaň tu ještě nebyla a už asi hned tak nebude,“ potvrzuje s tím, že se nápad osvědčil natolik, že podobných menších kampaní teď můžeme čekat víc.

I když v následujících měsících to asi nebude s ledovou vodou, mimochodem dalším geniálním momentem kampaně. Být to v zimě, nikdy by se nerozšířila tak jako v horkém létě, kdy si leckdo přeje se prostě osvěžit, kampaň, nekampaň.

„Lidé jsou dobří a chtějí pomáhat. Když jim k tomu vytvoříte příležitost, tak to udělají. Tato kampaň jim dává příležitost a ten poslední štouchanec, aby přispěli. Je to jednoduchý způsob, jak využít potenciál sociálních sítí pro dobrou věc. Kdyby každá blbinka, kterou lidé sdílí nebo řetězově sdílí, pomáhala dobré věci, bylo by to skvělé,“ poznamenává Martin Charvát.

Vzhledem k naprosto šokujícím výsledkům kampaně se dá čekat, že vědra nad hlavou tu zůstávají, jde jen o to, jak a na co. Za pouhé dva měsíce kampaně se totiž na výzkum ALS vybralo obdivuhodných sto milionů dolarů. Čtete správně. Pro srovnání – vloni to bylo za stejnou dobu 2,8 milionů. A pokud by ještě někdo potřeboval důkaz o síle sociálních médií, je tu ještě jedno srovnání. Za dosud neúspěšnější a nejrozšířenější globální charitativní akci je považována kampaň pro nadaci LiveStrong z roku 2004, kdy se za žluté gumové náramky dopujícího cyklisty Lance Armstronga vybralo padesát milionů dolarů. Tedy polovina. Za rok.

VE STŘEDU SDĚLENÍ JE ČLOVĚK, KTERÝ POSELSTVÍ PŘEDÁVÁ, NIKOLIV POSELSTVÍ SAMO. VÝHODA PRO OSOBNÍ MEDIALIZACI JE NA ÚKOR SDĚLENÍ O TĚ CHOROBĚ.

Marek Prchal, reklamní expert

Zaměřeno na dárce

Pořád ale zůstává nezodpovězena otázka, proč je diagnóza ALS tak „populární“, když přitom v porovnání s ostatními není zdaleka tolik rozšířená? Po celém světě v jejím důsledku zemře sto tisíc lidí. Tuberkulózou onemocní milion lidí a třeba malárií půl milionu. Polévají by se lidé takhle masově, kdyby šlo i o nemoci, jako je třeba Alzheimer nebo Huntington?

„Ve středu sdělení je člověk, který poselství předává, nikoliv poselství samo. Výhoda pro osobní medializaci je na úkor sdělení o té chorobě,“ upozorňuje Marek Prchal na jeden z mála negativních aspektů Ice Bucket Challenge.

Tomuto druhu filantropie se říká donor focused, zaměřená na osobu sdělujícího, spíš než na obsah, který předává. Lidé, kteří přispěli na ALS, to neudělali proto, že by jim na srdci ležely problémy tohoto světa, ale proto, že to bylo cool. Tím oslavujeme charity, které mají nejlepší marketingovou strategii, a nikoliv ty, které nejvíc pomáhají. A protože Ice Bucket Challenge rozšířila povědomí o charitě mezi desítky milionů lidí, stáhla k sobě peníze, které by tito lidé mohli věnovat na jiné účely. Podobný efekt zažívají všechny charitativní organizace bezprostředně po kterékoli větší dobročinné akci, v Česku například Pomozte dětem nebo kampani na podporu řešení následků povodní. Peníze se vydají jejich směrem, protože tyto kampaně jsou medializované, a na menší nebo tišší organizace už nezbyde.

Jak si vybrat charitu

Efektivita charitativní kampaně se nehodnotí podle toho, kolik lidí ji sdílí nebo se při přispívání natočí, ale podle jejího konečného dopadu. A ten se měří třeba délkou a kvalitou poskytnutého života. Některé charitativní organizace dokážou pracovat velmi efektivně a za nízkých nákladů, jiné jsou náročnější. Mezi nelevnější a zároveň nejefektivnější pomoc patří nákup sítí proti moskytům na lůžka, které brání rozšiřování malárie. Sto amerických dolarů dokáže dát člověku rok plnohodnotného života. Rok života člověka ve finální fázi ALS stojí dvě stě tisíc dolarů.

Dá se to ale srovnávat? Má jeden život člověka stejnou, nebo jinou hodnotu? Takové úvahy mohou být označeny za neetické, protože poměřují kvalitativní hodnotu života s počtem zachráněných lidí. Že si ale člověk vybírá charitu podle toho, aby jeho prostředky byly využité co nejefektivněji, je logické. Na světě ostatně existují organizace, které měří efektivitu dobročinnosti, právě pro ty, kteří si chtějí být jisti, že kus jejich výplaty opravdu pomůže. Jednou z nich je například Give Well, která je v lecčems podobná v Česku a na Slovensku oblíbenému Dobrému andělovi.

„Právě kampaně vyzdvihující dárce pomáhají potlačit to, že daleko podstatnější než dárce je dárcovství samotné. Jako lidé západní civilizace bychom měli být nadšeni z toho, že máme možnost pomáhat druhým, aniž to ztlačí omezuje náš vlastní život,“ upozornil americký filosof William MacAskill. „A právě to by mělo být naší největší odměnou. Radost z toho, že jsme pomohli. Nikoliv z toho, kolik lidí lajklo naše video.“

MOTOR NEURONE DISEASE ASSOCIATION Britská charita, která koordinuje péči, podporu a výzkum pro lidi postižené nemocí ALS. Více informací na adrese www.mndassociation.org

MILIARDY V RODINNÝCH FIRMÁCH JSOU NADĚJÍ PRO FILANTROPII

TEXT: JIŘÍ BÁRTA, ŘEDITEL NADACE VIA

Vybuovali velké a úspěšné firmy a dnes je zajímavá, jak v rámci rodiny vyřešit nástupnictví. A téma filantropie se pro ně stává důležitější součástí úvah o budoucnosti. Takoví jsou dnešní klienti právních kanceláří. Mluvili jsme o tom s Janem Holáskem a Davidem Neveselým z advokátní kanceláře Havel, Holásek & Partners.

V praxi se setkáváte s lidmi, kteří úspěšně vybudovali rodinné firmy. Vzrůstá u nich v poslední době zájem o filantropii a dobročinnost?

Určitý druh filantropie se prolíná celým životem vlastníků rodinných firem. Mnozí začínali v devadesátých letech podnikat takřkajíc od nuly ve sklepech a garážích, a v začátcích si tedy prošli i méně šťastnými a poměrně náročnými chvílemi. Životní zkušenost v nich zanechala silné povědomí o hodnotě peněz a o tom, jak se těžce vydělávají. Tato empatie se pak často promítá i do ce-loživotního přístupu k podnikání nebo k zaměstnancům.

Jak konkrétně se tato empatie projevuje?

Majitelé se snaží například poskytovat zaměstnancům co nejvyšší možné mzdy nebo nabízí různé programy zaměstnaneckých půjček za lepších podmínek, než je tomu v bankách. To sice není klasická filantropie představovaná charitativními organizacemi, ale je to pomoc lidem – což je podstatou filantropie. Samozřejmě jak tato generace stárne a zraje, vzrůstá v jejich řadách i pocit odpovědnosti vůči společnosti. Můžeme tak sledovat stoupající trend dobročinných aktivit. Někteří například vstupují do politiky s dobrým úmyslem zlepšit celospolečenské

poměry, jiní zase zakládají a podporují nadace a jiné organizace na pomoc těm méně šťastným.

Rodinné firmy i filantropii spojuje jedna trochu nečekaná entita. A to jsou hodnoty. Filantropické činy i úspěšné rodinné podniky často zrcadlí hodnoty svých zakladatelů. Máte možnost o nich mluvit se svými klienty, tedy o tom, co je pro ně v životě důležité?

Je pro nás velmi podstatné zjistit, v jaké hodnoty klient věří. Nenabízíme totiž univerzální řešení, ale vždy se snažíme volit individuální přístup. Ideální je najít řešení, které nejvíce vyhovuje klientovým potřebám a je zároveň v souladu s jeho hodnotami. Jen s takovým řešením se klient ztotožní. Jako nejčastěji zmiňované hodnoty můžeme uvést odpovědnost, transparentnost, poctivost a pracovitost.

Řeší dnes majitelé a majitelky rodinných firem otázku nástupnictví ve svých firmách více než třeba před pěti lety?

Otázka nástupnictví v rodinných firmách se v posledních letech stává opravdu aktuální. Očekáváme, že v nejbližší době se bude rozhodovat o transferu majetku v hodnotách desítek až stovek miliard. Majitelé se zcela pochopitelně snaží při předání rodinných firem



19

zachovat vlastnictví v rámci rodiny a současně zabránit tomu, aby se majetek zbytečně rozdrobil a znehodnotil. Právě zachování vlastnictví majetku a ochrana před jeho rozdrobením jsou dva hlavní faktory, na které se naše kancelář zaměřuje při právních službách souvisejících s mezigeneračním transferem rodinných firem.

Má tento očekávaný majetkový transfer vliv na větší zájem o filantropii?

Má a vidíme to již dnes. U klientů, kteří nabyli značného jmění, sledujeme vzrůstající trend zakládání dobročinných nadací a spolků. Vzniká tím rozsáhlý

prostor pro sledování filantropických cílů. Nicméně se domníváme, že to je teprve začátek. K masivnímu předávání majetku z generace na generaci, k hlavnímu rozdělování, teprve dojde. V budoucnu proto možná vlastníci rodinných firem v rámci předávání svého životního díla vyčlení část majetku a věnují ho na dobročinné účely.

V druhé části rozhovoru – v zimním čísle Umění darovat – se budeme věnovat podrobněji tomu, jaké nové právní nástroje nabízí Občanský zákoník lidem, kteří chtějí vyčlenit část svého majetku pro filantropické účely.

ADVOKÁTNÍ KANCELÁŘ HAVEL, HOLÁSEK & PARTNERS

Kancelář založili v Praze v roce 2001 zkušení právníci z předních mezinárodních a českých právnických firem. Za 13 let existence se stala největší advokátní kancelář v České i Slovenské republice. S pobočkami v Praze, Brně, Ostravě a Bratislavě čítá její tým více než 170 právníků, desítky studentů právnických fakult a více než 500 spolupracovníků, včetně 130 zaměstnanců spolupracující inkasní agentury Cash Collectors.

PŘÍPAD MATHILDA

TEXT: LUDĚK STANĚK, FOTO: PETRA PIKKELOVÁ

Mathilda Nostitzová odešla z Československa 18. června 1948 s otcem, matkou a čtyřmi sourozenci. Za sebou nechala rodina Nostitzových, tradiční český rod, jehož minulost sahá až k Janu Lucemburskému, zámek a většinu osobních věcí, včetně knížek a hraček. Mathildě bylo tehdy osm let. „Otec měl na vybranou – buď se rozvede se svojí německou manželkou, nebo odejde. Druhý den jsme jeli,“ vzpomíná sympatická žena na chvíle, které jí změnily navždy život a určily její další směřování.

Rodina zakotvila v Německu, kde Mathilda nejprve vystudovala hotelovou školu a později pracovala v médiích, ve Spieglu či jako módní redaktorka dámského časopisu Constance. V roce 1970 se vdala za italského konzula v Německu, a jak sama říká, „do jejího života vstoupila Itálie“. Nicméně manželství s diplomatem znamenalo intenzivní cestování. Moskva, Vídeň, Řím, Tokio, Omán, Oslo. Tam všude Mathilda Nostitzová svého muže následovala.

Do Prahy se vrátila poprvé v lednu 1990, zámek v Plané u Mariánských Lázní, ze kterého jako osmiletá odešla, viděla poprvé až v roce 1992 a dodnes ho na českém státu nevysoudila zpět. V tu dobu stála před nelehkým úkolem. Věděla, že chce zůstat spojená s Českou republikou, především Prahou, ale musela si tu vytvořit smysl své existence.

Našla ho v pomoci ostatním. „Zpočátku jsem nabídla pomoc pražské Charitě, ale pak jsem si uvědomila, že se potřebuji zaměřit na jeden sektor. A když jsem se pak potkala s nevidomými, kdosi mi řekl, že to je logické, vždyť Jan Lucemburský, můj slavný předek, byl slepý. Hezký bonmot, ale já bych nevidomým pomáhala i bez slavného předka. Mám ke slepým prostě blízko. Babička Lobkowiczová a moje matka chodily pravidelně číst nevidomým pacientům do nemocnice. Můj otec také špatně viděl. Když se ho někdo ptal, kolik má dioptrií, říkal: Příští dioptrie – slepota,“ řekla v roce 2009 časopisu Sanquis.

Začala podporovat Sjednocenou organizaci slabozrakých a nevidomých, později obecně prospěšnou společnost Tyfloservis a nakonec propůjčila své jméno i nadaci Mathilda. S tou

Rodina Nostitzových je tradiční český rod, jehož minulost sahá až k Janu Lucemburskému.



Mathilda Nostitzová nemá ráda slovo charita. Tvrdí, že jenom pomáhá a někdy má dokonce pocit, že nevidomí pomáhají jí.



spolupracuje od roku 2008. „Paní Mathilda Nostitzová se podpoře nevidomých věnuje od začátku devadesátých let, kdy se vrátila do Čech. Bylo jenom otázkou času, kdy bude chtít svou pomoc zcela jasně konkretizovat,“ říká Luboš Krapka z nadace Mathilda. Sama paní Nostitzová přitom tvrdí, že nemá ráda slovo charita. Tvrdí, že pouze pomáhá potřebným. „Já už spolupracuji s nevidomými téměř dvacet let a mám pocit, že oni pomáhají mně. Jsou to lidé, kteří mají plno energie a pozitivního myšlení, a to mně předávají. Mám hodně fantazie a v této oblasti ji právě můžu uplatnit,“ řekla před pěti lety v rozhovoru pro MF Dnes. Paní Nostitzová přitom svým aktivitám obětovala mnoho času. Pokud nepracuje na konkrétních projektech, pendluje neustále mezi Prahou a Itálií v touze být neustále v centru dění a zprostředkovávat kontakt mezi nadací a dárci.

Díky svým aktivitám pomohla nevidomým a slabozrakým ohromným množstvím darů, ať už finančních nebo materiálních, které výrazně ulehčily život mnoha lidem s postižením zraku. Není to přitom snadná práce. Vycvičení jednoho vodícího psa stojí téměř dvě stě tisíc korun. Luboš Krapka z nadace

Mathilda k tomu říká: „Soustřeďujeme se na podporu nevidomých a těžce zrakově postižených. Cvičíme vodící psy pro nevidomé, učíme lidi pracovat s počítači, tablety bez pomoci zraku, podporujeme mladé zrakově postižené hudebníky, vydáváme zvukové časopisy a také provozujeme digitální knihovnu.“ Dnes nadace Mathilda patří k nejaktivnějším svého druhu. „Struktura našich dárců je velmi široká a zahrnuje všechny skupiny. Podporují nás velké banky, střední firmy, drobní dárci, ale máme i sběrací pokladničky, kam přispívají lidé třeba v obchodech. Samozřejmě využíváme službu DMS, kde máme zaregistrované heslo OKO,“ dodává Krapka.

Příběh Mathildy Nostitzové dokazuje, že schopnost efektivně pomáhat a měnit svět k lepšímu není vyhrazena pouze bohatým donátorům připraveným rozdělit se o část svého majetku s potřebnými, ale i lidem, kteří jsou schopni místo svých finančních prostředků dobrému účelu obětovat svůj čas, schopnosti či sociální kapitál.

MATHILDA NOSTITZOVÁ (1936) je významnou českou filantropkou.

Po návratu do Československa v roce 1990 se stala patronkou zrakově postižených, spolupracuje s Nadačním fondem Mathilda, jemuž propůjčila jméno, podporuje Centrum pro ochranu a restaurování památek. Obdržela mnohá ocenění, například Cenu VIA Bona v roce 2007 a cenu Významná česká žena ve světě 2009.

POLÉVKA OD PANÍ HABEL

TEXT: FILIP SAIVER

Ve Šluknově žije největší filantrop, jakého jsem kdy osobně poznal. Vlastně filantropka: Eva Habel opustila po sedmadvaceti letech dobré zaměstnání v muzeu bavorského Mnichova a věnuje se práci s dětmi ze sociálně slabých rodin, především těch romských.

„Některé děti ve Šluknově žebrají, což jim zakazují,“ líčí paní Habel smutnou realitu, vážnou tvář ale vzápětí střídá rozesmátá: „Děti si ze mě dělají legraci, že jsem hodně špatný příklad. Já totiž žebřím. A jsem v tom dobrá.“

Může být filantrop žebračkem? Ano, pokud je výsledkem žebření kamion plný oblečení jedoucí z Německa do Šluknova. V severočeském městě byla Eva Habel poprvé coby turistka v lednu 2002: autobus, v němž s krajany cestovala, zapadl před místním kostelem do závěje, a zatímco v Německu by ihned vyjely traktory, tady byla výhrou i zapůjčená lopatka neochotně vystrčená z hasičárny.

Při další návštěvě – protože podivně odtažitá atmosféra Šluknova jí už nešla z hlavy – napomene paní Eva mladého Roma, že je neslušné bez dovolení vytažovat z cizího auta čokoládu. I tak se dá diplomaticky popsat pokus o krádež. Chvilí poté chodí Eva po hřbitově, chlapce stále před očima, a náhle se to stane, uslyší hlas shůry: „Tohle je tvá Afrika!“ Eva dřív uvažovala, že by se vydala do Afriky pomáhat nemocným AIDS, ale bojí se létat. A tak se vydává na misi do Šluknova, rozloučí se s Mnichovem a od června 2008 je pastorační asistentkou zdejšího faráře. V rekordním čase se naučí velmi dobře česky, byť v její řeči logicky rozpoznáte německý akcent, a obklopí se dětmi, které rozhodně nevyrostají v ideálním prostředí.

Eva Habel vypadá křehce, vyzařuje z ní ovšem síla; taková, kterou nezlomíte. Tomuto tvrzení by se jistě bránila, přesto se z její strany jedná o nejvyšší stupeň filantropie: dala sama sebe.

Díky tomu šluknovské děti unikají z nedobrého rodinného prostředí a mnohdy také z bída. A mají před sebou snad i lepší perspektivu. Při mé návštěvě na faře vařila paní Habel s romskými teenagery dýňovou polévku a jeden z nich, Kamil Dreveňák, vypravoval, že problémoví jsou Romové v sousedním Rumburku, protože kradou.

„Ty nikdy nekradeš?“ zeptal jsem se ho. Pohlédl na mě dotčeně. „Jak můžu krást?“ odpověděl. „Jak můžu krást, když jsem tu s paní Evou a chodím do kostela?“

Dar? Jaký dar?!

Jakkoli to zní frázovitě, pokud z Kamila Dreveňáka a dalších dětí v péči Evy Habel vyrostou slušní lidé, bude to vítězství její šluknovské mise.

Výsledek je ovšem nejistý. Cynicky řečeno, chcete-li investovat bez rizika, vrazte peníze do solární energie nebo do stravy pro domácí mazlíčky, ne do filantropie. Ta je sice snahou dělat svět lepším, to ale automaticky nezaručí, že svět lepším skutečně bude.

Hezký příklad právě řečeného jsem slyšel od své australské učitelky angličtiny. Vyprávěla, jak tamější vláda dala kdysi původním obyvatelům

kontinentu – Aborigincům – prostorné a zařízené domy se zahradou. Právě zahrada byla pro Aborigince mnohem podstatnější: sem tahali z domu nábytek a dřevěné komponenty, z nichž dělali palivo pro oheň, na kterém pekli maso. Z nových domů zbyly zkrátka ruiny, ale jejich majitelům to bylo jedno – beztak spali „pod širákem“.

Vládní úředník byl při kontrole zděšen a pohoršen a obořil se na domorodce: „Jak můžete být tak nevděční a nevážit si štědrých darů?!“

Kromě odlesku plamenů byl v očích osočených i záblesk naprostého nepochopení.

„Jakých darů?“

„Vy si za mě ještě střílíte?!“

„Ne – jakých darů?“

„Přece těch domů, které jste zničili!“

„Teď mluvíte o domech, ale předtím jste mluvil o darech a my nevíme, o jakých.“

Zkrátme dialog plný disharmonie. Vyšlo z něj nakonec najevo, že Aboriginci nepovažují za dar něco, co nepotřebují, a tudíž se o to neprosili. Darem by pro ně byl kus masa na oheň, domy pro lidi „bydlící“ v přírodě neznamenaly nic.

Je možné vyčítat australské vládě nedostatek dobré vůle? Ne, ne, stokrát ne. Lze spílat domorodcům, jak s touto dobrou vůlí naložili? Tisíckrát ne. Ve světle vylíčené historiky sice nyní můžeme mudrovat, že se dárci měli obdarovaných více



ptát, což je částečně pravda. Jsou ovšem případy, kdy to zkrátka nejde.

Eva Habel vaří s romskými dětmi ve Šluknově dýňovou polévku, chlapci musí dýně nejprve očistit, nakrájet a rozmixovat, pokud to neudělají, nenají se. Subtilní Němka tímto způsobem dětem vštěpuje, že „bez práce nejsou koláče“, a doufá, že si to zapamatují. Snižuje se tím možnost, že by kluci sáhli do otevřeného cizího auta pro čokoládu, na nulu ale tuto možnost logicky nestlačí. Dobrý úmysl dárců se může s obdarovaným minout.

Já nic, já filantrop

Není to frustrující? Vyrovnaná Eva Habel frustrovaně nepůsobí. Ani trochu. Pravda, někdy je ustaraná a někdy neskrývá lítost nad podmínkami, v nichž vyrůstají děti, o které se pomáhá starat.

Na frustraci ale nemá čas.

Exponáty v mnichovském muzeu, s nimiž pracovala v „předchozím životě“, jsou prověřeny věkem, tudíž jí nemohly přinést zklamání. Ale věřit, že jí zklamání nepřinese ani budoucnost, pro niž se obětovala, je pro Evu Habel zjevně důležitější.

Filantrop je – aspoň v mých očích – podobný hudebníkovi, který jde lidem vyhrávat s přáním, aby tančili. Současně si však uvědomuje, že nikdo tančit nemusí, a jeho snaha tak vyzní směšně. Muzikantovo odhodlání hrát to však ani trochu nezviklá.

STAČÍ SE TVÁŘIT, ŽE JSTE NĚCO POSTAVIL.

Když Bill Gates přijal výzvu zakladatele Facebooku Marka Zuckerberga a v polovině srpna letošního roku na sebe vylil plný kýbl vody v rámci Ice Bucket Challenge, zvedlo se zásadním způsobem nejen povědomí o celé charitativní akci, ale i o Gehringově nemoci, na jejíž výzkum a prevenci se v rámci Ice Bucket Challenge sháněly finanční prostředky. Gatesovo video, ve kterém se polévá studenou vodou (a zároveň dokazuje velmi geekovský smysl pro humor komplikovaným předstíráním stavby, na které jeho kýbl stojí), zaznamenalo nějakých 20 milionů zhlédnutí a výrazně pomohlo celou Ice Bucket Challenge propagovat. Bill Gates, dlouhodobě nejvýznamnější dárce finančních prostředků na světě, tak našel ještě další způsob, jak pomáhat lidem, kteří to potřebují. Stačí se tvářit, že jste jako nejznámější nejbohatší člověk na světě vlastnoručně postavili železnou konstrukci s kýblem... a je to.

24

KYBLÍKOVÝ BILL

NEJLEPŠÍ JE PODPOROVAT VZDĚLÁNÍ

MARTA SLÁNSKÁ (1949) vybudovala a řídila jednu z nejúspěšnějších realitních kanceláří u nás, Maxima Reality, kterou nedávno po 18 letech prodala. Během této doby zprostředkovala obchody s nemovitostmi za mnoho miliard korun. Je držitelkou mnoha podnikatelských cen, například Ocenění českých podnikatelek, vyhrála také v anketě Hospodářských novin Top 25 žen českého byznysu v oboru realty. Je dcerou Rudolfa Slánského, popraveného ve vykonstruovaném procesu v 50. letech, jejím bratrem byl významný disident a velvyslanec v Rusku a na Slovensku Rudolf Slánský. Má syna Davida.



Foto: archiv Maxima Reality

1. V čem spočívá umění darovat?

Ve výběru obdarovaného. Je důležité, aby dar posloužil dobré věci a pro dobrý záměr.

2. Děláte něco, co vám nepřináší materiální zisk a nesouvisí to s vaší rodinou?

Takových věcí dělám spoustu, ale na to se asi neptáte. Nerada přispívám pouze finanční částkou, raději zajistím konkrétní potřebné věci. Například pro bezdomovce Maxima zajišťovala léky, obvazy nebo deky. Pomohli jsme trochu zmírnit příkoří Michalu Zelenkovi, který přišel o peníze za prodaný byt poté, co advokát spojený s realitní kanceláří Century 21 zpronevěřil miliony korun. Podporovali jsme handicapovaného cyklistu Jiřího Ježka nebo Mistrovský nástroj – housle pro nejtalentovanějšího mladého houslistu.

3. Vzpomenete si, kdy jste něco takového udělala poprvé a proč?

Při povodních v roce 2002. Na vlastní oči jsem viděla, jak lidé zoufale vyklízejí svoje domy a potřebují na to aspoň lopaty.

4. Která oblast filantropie je vám blízká?

Libí se mně, když existuje v obdarování výměna. Příkladem je finanční podpora skautů, kteří na oplátku vyčistí potok. Nejradši podporuji vzdělání. Kdo má nadbytek peněz, ať vybuduje školu na světové úrovni a dá šanci nadaným.

5. Jaký by měl být vztah mezi filantropickými aktivitami a státem?

Stát z principu nikdy nemůže přesně vědět, co kdo potřebuje. Proto by bylo vhodné, aby se větší část daní mohla dávat na bohuľibou činnost. Vy se vždy lépe rozhodnete, co je největší dobro.

6. Měli bychom o filantropii mluvit?

Někdo rád dává a těší ho slova díky, někoho jiného hřeje pouze pocit, že přispěl na dobrou věc. Zásadní ale je ta pomoc – a je vedlejší, jestli se o tom mluví.

7. Myslíte si, že mecenáši a filantropové si svou činností vykupují svědomí?

Někteří si tím určitě špatné svědomí vykupují, ale mnoho dobrých lidí se rádo rozdělí i o poslední kousek chleba.

8. Kdo nebo co rozhoduje o tom, kam nasměrujete svůj čas, peníze a energii?

O tom rozhoduju já.

9. Kdybyste měla neomezené množství prostředků a volného času, na co byste se zaměřila?

Na vzdělání. Libí se mi, když se úspěšný podnikatel rozhodne, že bychom měli mít vzdělanější lidi, a založí školu. Po revoluci se říkalo, že budeme potřebovat dvě generace, než se vzpamatujeme z komunismu. Musely by to být dvě generace svobodně a kulturně vychovávaných lidí, ale s tím se ještě pořádně nezačalo.

UMĚNÍ DAROVAT

THE ART OF GIVING

ČTVRTLETNÍK PRO OBNOVU
ČESKÉ FILANTROPIE

10 / PODZIM 2014

Vydává Nadace VIA, Jelení 195/9, 118 00 Praha 1

Redakční rada Jan Barta, Václav Dejčmar,
Miroslav Motejlek, Marek Šálek, Jiří Bárta
Šéfredaktor Ivan Hamšík

Grafická úprava Tomáš Brichcín, Robert V. Novák

Jazyková redakce Olga Stehlíková

Externí spolupráce Nora Grundová, Filip Saiver,
Jana Ciglerová, Luděk Staněk

Produkce Tereza Skálová

Ilustrace Jan Laštovička

Tisk Indigoprint

Vaše náměty a připomínky zasílejte na e-mail:

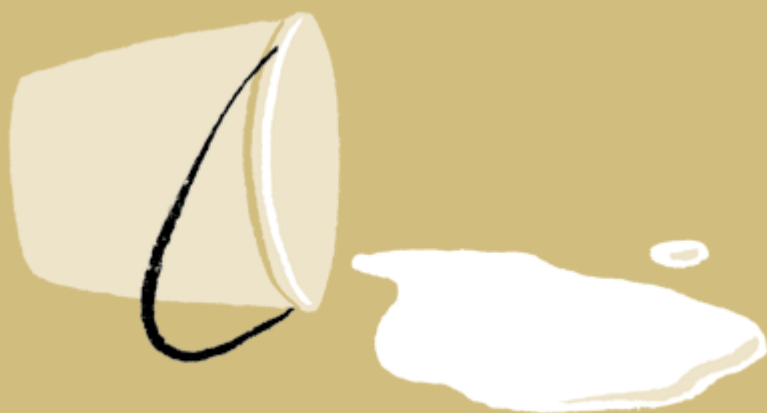
umenidarovat@nadacevia.cz

ISSN 1805-4390, ev. č. MK ČR E 20786

Neprodejné



www.nadacevia.cz, www.umenidarovat.cz



**ČASOPIS UMĚNÍ DAROVAT VYCHÁZÍ DÍKY PODPOŘE
DONA HAMERA, MARKY BEDNAR, JANA BARTY A VÁCLAVA DEJČMARA.**