

Čo je nové v nadácii REVIA ...



REVIA
MALOKARPATSKÁ
KOMUNITNÁ NADÁCIA

Na ceste za filantropiou

Dobročinnosť, darcovstvo, charita, filantropia, mecénstvo, sponzorstvo... Slová, s ktorými sa stretávame denne v časopisoch, novinách, televízii či v rozhlase. Sú také známe a predsa, keď sa nad nimi zamyslíme, vedeli by sme ich aj vysvetliť? Poznáme ich presný význam? Alebo len tak inštinktívne tušíme, čo znamenajú, už sme ich kdesi počuli, ale pri vysvetľovaní by sme asi trochu zaváhali? Skúsme sa teda na ne spoločne pozrieť bližšie.

Charita je slovo latinského pôvodu a má viacero významov. Vo všeobecnosti súvisí s túžbou a vôľou človeka konať dobro, v teologickom význame zasa označuje lásku Boha voči človeku alebo človeka voči iným ľuďom. Najčastejšie sa však vysvetľuje ako altruistické správanie jednotlivca alebo inštitúcie – označuje dobrovoľné poskytovanie pomoci ľuďom v núdzi v akejkoľvek forme. Napokon charita v prenesenom význame označuje aj inštitúciu, ktorá prostriedky určené na pomoc ľuďom sústreďuje s cieľom ich rozdelenia pre tých, čo ich potrebujú, pričom môže ísť o nadáciu, fond, cirkevnú inštitúciu (u nás najbežnejšie).

Charita však neplní len úlohu zmierňovať utrpenie, usiluje sa aj napravovať spoločnosť. V súvislosti s týmto cieľom však treba spomenúť predovšetkým filantropiu – dobročinnosť ako snahu jednotlivcov zmierňovať ľudskú biedu.

Filantropia má pôvod v gréčtine a označuje úsilie jednotlivcov, ktorí poskytujú časť majetku na ušľachtilé ciele. Slovo filantrop teda môžeme preložiť do slovenčiny ako ľudomil.

Filantropia sa výrazne prejavila v USA v 19. storočí, kde rýchlo bohatnúcimi priemyselníkmi a podnikateľmi poskytovali značné prostriedky na podporu kultúry, umenia a vzdelávania, a zohráva v tejto krajine významnú úlohu doteraz. Filantropia v Európe má trochu iný rozmer, nie je natoľko viditeľná a inštitucionalizovaná ako americká. V súčasnosti sa filantropia spája aj so sociálne zodpovedným správaním podnikateľov a mnohé spoločnosti sa zameriavajú na tzv. strategickú filantropiu, ktorá okrem sociálnych cieľov plní aj ciele v oblasti public relations a komunikačnej politiky. Podniková filantropia sa stáva bežným prvkom manažérskych stratégií a súčasťou

zodpovednejšieho prístupu firiem k vlastnej komunite. Na svet prišlo „corporate citizenship“: dobré firmy prejavujú snahu stať sa aj dobrými „kolektívnymi občanmi“. Pre „dobrú firmu“ sa dnes čoraz viac stáva znakom solídnosti prispievať na rozvoj tretieho sektora.

Na Slovensku je zatiaľ častejším a známejším termínom charita, pretože filantropia tu zatiaľ nemá hlbšie celospoločenské korene a zázemie.

Napriek takmer zhodnému významu oboch pojmov však treba upozorniť na podstatný rozdiel dávanie v súvislosti s filantropiou sa zameriava skôr na pomoc vo forme rozvoja, na učenie ako si pomôcť, orientuje sa viac na vzdelávanie kultúru, sociálne inovácie. Charitatívne dávanie, naopak, označuje dávanie tým, ktorí sú v núdzi, čiže jej hlavným cieľom je zmierenie nerovnosti.

Podľa Čítanky pre neziskové organizácie spracovala Natália Maneková, dobrovoľníčka REVIA – Malokarpatská komunitná nadácia

