



LATVIJAS INSTITŪTS

V/a „Latvijas institūts” diskusija sestā radošā izcilības festivāla *ADWARDS* ietvaros

„KO STĀSTĪT AR MĪLESTĪBU UN LEPNUMU PAR LATVIJU?”

Secinājumi pēc diskusijas

24.03.2011.

Karina Pētersone

V/a „Latvijas institūts” direktore

Priekšstatu par valsti veido visas ziņas par to – gan labās, gan sliktās. Latvija piedzīvoja visasāko krīzi. Tas, protams, piesaistīja pasaules uzmanību. Taču kopumā Latvijai tas ir devis vairāk ieguvumu, nekā zaudējumu - masu mediju publikāciju skaits ir trīskāršojies, no tām divas trešdaļas ir ar pozitīvu ievirzi.

Kaut arī Latvijas sabiedrība krīzes pārvarēšanas laiku uztver sāpīgi – kā ierobežojumu, tas, ko Latvijas sabiedrība ir pēdējos divos gados izsāpējusi, tiek ļoti augstu vērtēts ārpus Latvijas. Latvija tiek minēta kā paraugs disciplinētai un vienotai rīcībai starp politiķiem un tautu. Līdz ar to pirmais secinājums ir, ka ne vienmēr ārējais novērtējums sakrīt ar iekšējo novērtējumu. Šajā gadījumā ārējais novērtējums ir pozitīvāks nekā iekšējais. Otrkārt, arī diskusijā izskanēja jautājums – *kāpēc mums vajadzīga šāda saruna, kas tie par Top5 vai Top10?*

Latvija savā atpazīstamībā konkurē ar 200 citām valstīm, no kurām vismaz 100 ir lielākas un ar lielāku kopproduktu nekā Latvijai. Daudzām no tām šāda diskusija nemaz nav jāriko, jo tās tāpat bauda lielu atpazīstamību. Un arī ar pašnovērtējumu šīm valstīm viss ir kārtībā. Savukārt Latvijai, manuprāt, ir problēmas ar pašnovērtējumu – esam pārāk paškritiski. Ar ārējo novērtējumu gan citām valstīm ne vienmēr viss ir kārtībā. Taču, ņemot vērā to, ka tās ir tik lielas, tad tās tas neuztrauc. Kamēr Latvijas sabiedrībai vienmēr bijis svarīgi, kā to novērtē ārpusē. Tāpēc šāda diskusija bija vajadzīga divu iemeslu dēļ. Pirmkārt, lai „Latvijas institūts” gūtu precīzāku priekšstatu par to, kas un kā jāstāsta par Latviju ārpus tās. Un, otrkārt, lai paceltu savu pašapziņu, ieraugot, cik daudz Latvijā ir tāda, par ko var stāstīt ar mīlestību un lepnumu, neraugoties uz pēdējo divu gadu skarbo finansiālo situāciju.

Par to, kā stāstīt, ekspertu un publikas domas sakrita – patiesi un tikai par to, kam pats tici. Bet noteikti ar mīlestību un lepnumu. *„Nevar būt lepnums par kaut ko, ja jūs to nemīlat. Mēs esam neatlaidīga tauta, mīlam savu zemi, esam neatlaidīgi savos centienos. Ikkatrs atradīs Latvijā, ko mīlēt, arī no ārpusēs”* tā par konferences devīzi valsts prezidents Valdis Zatlers. Pēc ekspertu domām, tādu lietu, parādību, procesu, sasniegumu, atklājumu un personību ir daudz.

Labākie sasniegumi rodas nozarēm sadarbojoties:

- IT joma ar valodniekiem (Valodu krasts);
- tradicionālās būvniecības metodes ar polimēru ķīmijas un fizikālās apstrādes metodēm (SIA DORES starptautiskie panākumi);
- inovāciju jomā visbiežāk tas ir atklājums kombinācijā ar veiksmīgu dizainu (jahtu stūres, mikrofonu);

- fizika un medicīna (dzintara diegi);
- kultūru uztverot kā valsts asinsrites sastāvdaļu un ne tikai kā vampīru.

Ir jomas, kur iekšējā un ārējā uztvere, un vērtējums sakrīt, kā arī ir tādas, kur atšķiras:

- **Ekonomikā** ārējais vērtējums ir pozitīvāks, nekā iekšējais.
- **Vizuālajā mākslā** ārpusē slaveni ir pavisam citi mākslinieki nekā tie, kurus visaugstāk vērtējam Latvijā.
- **Mūzikā**, kas laikam ir visinternacionālākā no mākslām, abi aranžējumi sakrīt (Latvijas Nacionālā opera, P. Vasks, R. Dubra, Ē. Ešenvalds, M. Jansons, A. Nelsons, M. Kovaļevska, E. Garanča, I. Galante, E. Siliņš, kori „Latvija”, „Kamēr”, Radio koris, M. Sirmāis, K. Putniņš, B. Skride, V. Sareika, utt.).

„Latvijas institūts” svarīgi secināt, ka šajos ierobežotu resursu apstākļos varam koncentrēt pūles uz to parādību un personu atpazīstamību, kuras sevi jau ir apliecinājušas ārpus Latvijas, lai pietiekama resursa laikos varētu papildus ieguldīt arī tajos, kurus augstu vērtē Latvijā, taču nepazīst ārzemēs.

Pārnacionālas mākslas kā, piemēram, kino, mūzika vai vizuālā māksla, pašas sevi padara atpazīstamas. Tur ir jāiegulda pūles un līdzekļi, lai ārvalstu publika savā apziņā sasaistītu tās ar Latviju. Kino profesionāļiem nav jāgaida labāki laiki vai jāsāk gleznot. Tiem ir jāveido kopražojumi, kur arī partneri palīdz veidot Latvijas atpazīstamību (veiksmīgais piemērs ar M. Martinsona „Amaiju”).

Zinātnē pietrūkst atpazīstamības politikas, lai ārējais vērtējums vispār pastāvētu – ir atpazīstamība specifiski šaurā nozarē, piemēram, vēža, infarkta un Alcheimera terapija. Visperspektīvākā joma varētu būt farmakoloģija. Problēmas rada tas, ka valsts prasa, lai par valsts finansējumu veiktie atklājumi būtu valsts īpašums, taču patentu uzturēšanai līdzekļi netiek piešķirti. Savukārt visas nozares vienojošs faktors ir apbrīna par to, ka ar tik nelielu resursu ir tik daudz sasniegts (piemēram, kultūrā, zinātnē).

Runājot par ekonomisko politiku un valsts atbalsta politiku, Latvijas Darba devēju konfederācijas ģenerālsekretāre E. Egle un Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras direktors A. Ozols uzsvēra, ka reizēm par daudz enerģijas tiek tērēts tam, lai radītu politikas dokumentus un instrumentus neveiksmīgām jomām, kamēr veiksmīgās un sevi apliecinājušās jomas un personāži (zinātnē, inovatīvas ražošanas nozares, sports, kultūra) tiek atstātas novārtā.

Vairāki eksperti atzina, ka ekonomikā uzteicams elastīgums, spēja pārkārtoties un piemēroties, arī ambiciozitāte, tai skaitā jauniešu vidē, kuri uzsāk uzņēmējdarbību (E. Egle). Problemātiskāka ir spēja kooperēties vai vienoties par nozarē nepieciešamām rīcībām. Valsts politikas līmenī – valdība vairāk pieņem īstermiņa lēmumus, pietrūkst ilgtermiņa skatījuma (M. Kazāks).

Jautājums – vai, lai izjustu lepnumu par Latviju, jādodas uz ārzemēm? Vai labākos darbus latvieši, tāpat kā liela daļa izcilāko pasaules prātu, ir radījuši ārpus Latvijas? Kāpēc Latvijai ir vienmēr bijušas grūtas attiecības ar savām lielākajām personībām? Šodien, sevišķi kultūrā, baudām augļus no sēklām, kas iesētas pirms 30 gadiem. Kādi augļi būs pēc 30 gadiem?

Vēlreiz gūvām apliecinājumu, ka Rīga ir viens no atpazīstamākajiem zīmoliem. Tas nav ne labi, ne slikti – tas ir fakts. Tā ir platforma, uz kuras daudz vieglāk ir būvēt

citus stāstus, kam nepieciešama atpazīstamība, piemēram, Rīgas personības pasaulei, Rīgas zinātnes tradīcijas, Rīgas arhitektūra, mūzika utt.

Latvijas Radošo savienību padomes ģenerālsēkretārs H. Matulis apliecināja, ka viņš personīgi visvairāk lepojas ar tām kultūras manifestācijā vai procesiem, kur cilvēkiem tiek nevis kaut kas rādīts, bet kur viņi tiek iesaistīti, piemēram, Muzeju nakts vai Rīgas svētki.

Pārdomas izraisa tas, vai Latvijai ir vajadzīgs sauklis, konkrētāk – viens sauklis vai logo? Piemēram, tūrisma mārketinga speciālistes B. Strodes diskusijā minētais piedāvājums – *Small, smart and stylish* (maza, gudra un stilīga valsts). Manuprāt, šāds sauklis būtu vietā un lietojams atsevišķās nozarēs, piemēram, lauku tūrismam, dizainam, atsevišķiem arhitektūras veidiem- koka arhitektūrai. Atsevišķām parādībām vai nozarēm būtu piemērojamas atsevišķas saukļa daļas, piemēram, maza, bet elastīga ekonomika.

Taču ir parādības, personības un institūcijas, kurām šis sauklis neder, vai tās laužas no šīs „prokrusta gultas” laukā – Nacionālā Opera, topošā Nacionālā bibliotēka, kas būs tieši Eiropas kultūras galvaspilsētas un ES prezidentūras norišu mājvieta. Tāpat arī jau iepriekš minēto Latvijas mūziķu sasniegumi, kas ir pasaules līmeņa parādības.

Arī starptautiskajā praksē nav dzirdēts par valstu, izņemot, atsevišķus gadījumus (Igaunija), saukļiem. Nenāk prātā nedz Vācijas, nedz Lielbritānijas, Francijas, nedz Austrālijas vai citu valstu zīmoli, jo tās ir daudzu zīmolu valstis. Jautājums – vai mēs vēlamies būt daudzu zīmolu vai viena zīmola valsts?

Katrā ziņā, par šo jautājumu vēl ir jādiskutē. Ja izdodas atrast vienojošu un uz augšu ceļošu saukli, tad tas palīdzētu mobilizēties, radīti vienotu stāstu, ar ko ārvalstīs Latviju varētu vienoti pārstāvēt visi spēlētāji, t.sk. amatpersonas.