

# **Analýza motivace sociálně vyloučených k zapojení se do Projektu street-paper**

Ivana Pejřová

---

Bakalářská práce  
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta humanitních studií

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Institut mezioborových studií Brno  
akademický rok: 2011/2012

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Ivana PEJŘOVÁ**  
Osobní číslo: **H108224**  
Studijní program: **B7507 Specializace v pedagogice**  
Studijní obor: **Sociální pedagogika**

Téma práce: **Analýza motivace sociálně vyloučených k zapojení se do Projektu street-paper**

Zásady pro vypracování:

Zadané a zvolené téma bude zpracováno podle pokynů obsažených v materiálu IMS ?Metodika psaní odborného textu a výzkum v sociálních vědách? (IMS 2009). Případně podle dalších materiálů, z nichž některé jsou obsaženy v literatuře připojené k tomuto studijnímu textu. Zejména bude dbáno na dodržování zásad publikační etiky a pravidel společenskovedního výzkumu. Průběžné výsledky práce budou pravidelně konzultovány s vedoucím bakalářské práce.

S vědomím těchto zásad a pravidel a po konzultaci s vedoucím bude práce zaměřena:

- na vznik a vývoj street-paperových projektů
- na aktuální podobu street-paperových projektů v zahraničí a České republice
- na sociálně vyloučeného člověka a jeho potřeby
- na možnosti sociální pedagogiky ohledně pomoci sociálně vyloučeným lidem.

Součástí práce bude sociologický výzkum mezi sociálně vyloučenými zaměřený na zjištění jejich motivace k zapojení se do Projektu street-paper.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**KELLER, Jan. Tři sociální světy: sociální struktura postindustriální společnosti. 2. vyd.**

Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011. 211 s. ISBN 978-80-7419-044-5.

**NIERMEYER, Rainer; KUNST, Petr; SEYFFERT, Manuel. Jak motivovat sebe a své spolupracovníky. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 109 s. ISBN 8024712237.**

**PLAMÍNEK, Jiří. Tajemství motivace: jak zařídít, aby pro vás lidé rádi pracovali. 2., dopl. vyd. Praha: Grada, 2010. 127 s. ISBN 978-80-247-3447-7.**

**SURYNEK, Alois; KAŠPAROVÁ, Eva; KOMÁRKOVÁ, Růžena. Základy sociologického**

**výzkumu. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2001. 160 s. ISBN 80-7261-038-4.**

**VÝROST, Jozef; SLAMĚNÍK, Ivan. Sociální psychologie. 2., přeprac. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2008. 404 s. ISBN 978-80-247-1428-8.**

Další literatura bude obsažena v Projektu bakalářské práce a průběžně doplňována během práce na tomto textu.

Vedoucí bakalářské práce:

**Mgr. Monika Tannenbergerová, DiS.**

Katedra sociální pedagogiky

Datum zadání bakalářské práce:

**16. března 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce:

**30. dubna 2013**

V Brně dne 16. března 2012

  
prof. PhDr. Pavel Múhlpachr, Ph.D.  
vedoucí ústavu



  
PhDr. Milošlav Jízl, Ph.D.  
vedoucí katedry

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby<sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3<sup>2)</sup>;
- podle § 60<sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60<sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou práci – nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

IVANA PEJŘOVÁ

Jméno, příjmení studenta

V Brně

10.4.2013

*Pejřová*

Podpis

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zastupování závěrečných prací

(1) Vysoká škola nesouhlasí s zveřejněním disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně poznámek recenzentů a výsledků obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být již zejména při pracovišti dříve před konáním obhajoby zveřejněny k nahlédnutí veřejnosti v místě určení vnitřním předpisem vysoké školy nebo vnitřní lokální úroveň, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ve zveřejněné práci pořizovat na své náklady výřez, opisy nebo rozmnožování.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(1) Do práva autorského také nepatří: věda nebo školství či vzdělávací zařízení, užitečné umění za účelem přínosu nebo například hospodářského nebo obchodního prospěchu, k výkonu nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené zákonem nebo statutem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy a užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odvětví umění nebo dílo užití výtvarné bez věcného důvodu, pokud se tyto usoty domnívají natvrzení obvyklého projevu jako vnitřní ústavní ustanovení § 35 odst. 3 zrušit nadobro.

(2) Nemá-li sjednaná práva, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinou licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla v případě jeho dosažení v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložil, a to podle možnosti až do jejich skutečné výše; přitom se přiblíží k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Bakalářská práce je zaměřena na motivaci sociálně vyloučených lidí k zapojení se do společenského života. Problematika sociálně vyloučených lidí je hojně diskutovaným, ale málo řešeným tématem na poli aktuálních otázek soužití lidské společnosti. Práce se opírá o dosavadní poznatky z oblasti projektů street-paper, o problematiku sociálně vyloučeného člověka, motivaci a motivační teorie. Existuje již jisté procento těchto sociálně vyloučených, kteří se tyto bariéry rozhodli překonat vstupem do projektu street-paper., konkrétně v České republice prodejem časopisu Nový prostor. Práce vychází z teoretických prací a průzkumů, které se zabývají street-paperovými projekty a sociálně vyloučenými lidmi, a následně jsem se prostřednictvím empirického šetření v praktické části práce pokusila potvrdit či vyvrátit mnou stanovené předpoklady.

Klíčová slova: Street-paper projekt, časopis, sociálně vyloučený člověk, bezdomovectví, motivace.

## **ABSTRACT**

The bachelor thesis is focused on the reasons why the socially excluded people want to participate in social life. The issue of socially excluded people is widely discussed, but it is rarely being solved at the field of human society co-existence. The work is based on the existing findings concerning the street-paper projects, on the issue of socially excluded people, and on motivation and motivational theories. There is already a certain percentage of these socially excluded people, who decided to overcome the barriers and decided to enter the street-paper project, for example the people selling the magazine Nový proctor in the Czech Republic. The work is based on theoretical background and on a research dealing with street paper projects and socially excluded people. Having the empirical research findings in the practical part, the assumptions were verified or falsified.

Keywords: Street-paper project, magazine, socially excluded person, homelessness, motivation.

## Poděkování

Především velice děkuji Mgr. Monice Tannenbergerové, DiS., vedoucí mé práce, za odborné

uvedení , cenné rady a metodickou pomoc, za ochotu a náměty využité při tvorbě bakalářské práce.

Také bych ráda poděkovala své rodině, která mě po celou dobu studia morálně podporovala, čehož si velice vážím.

Ivana Pejřová

### ***Motto:***

*Mám dvě ruce: jednu, abych stiskl dlaň těch, s nimiž kráčím, a druhou, abych zvedl ty, kteří padají.*

*Jean-Marie Guyau*

## Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a použila jsem literaturu uvedenou v seznamu použitých pramenů a literatury.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

V ..... dne .....

Ivana Pejřová

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 \$TREET-PAPER PROJEKTY – OBECNÁ CHARAKTERISTIKA</b> .....	<b>11</b>
1.1 POSLÁNÍ STREET-PAPEROVÝCH PROJEKTŮ .....	11
1.2 VZNIK A VÝVOJ STREET-PAPEROVÝCH PROJEKTŮ .....	12
<b>2 AKTUÁLNÍ PODOBA STREET-PAPEROVÝCH PROJEKTŮ</b> .....	<b>14</b>
2.1 STREET-PAPER V ZAHRANIČÍ.....	14
2.2 STREET-PAPER V ČESKÉ REPUBLICE .....	18
<b>3 SOCIÁLNĚ VYLOUČENÝ ČLOVĚK A JEHO POTŘEBY</b> .....	<b>19</b>
3.1 CHARAKTERISTIKA SOCIÁLNĚ VYLOUČENÉHO ČLOVĚKA .....	19
3.2 POTŘEBY SOCIÁLNĚ VYLOUČENÉHO ČLOVĚKA .....	24
3.2.1 Program sociálního začleňování pro osoby ohrožené sociálním vyločením a osoby již sociálně vyloučené. ....	25
<b>4 MOTIVACE</b> .....	<b>27</b>
4.1 DEFINICE MOTIVACE.....	27
4.2 MOTIVAČNÍ TEORIE .....	28
<b>5 METODY VÝZKUMU</b> .....	<b>31</b>
5.1 INDIVIDUÁLNÍ OSOBNÍ ROZHOVOR.....	31
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>34</b>
<b>6 PŘEDSTAVENÍ ORGANIZACE NOVÝ PROSTOR, O.S. A ČASOPISU NOVÝ PROSTOR</b> .....	<b>35</b>
<b>7 VÝZKUM</b> .....	<b>41</b>
7.1 PŘÍPRAVA A POPIS VÝZKUMU .....	41
7.2 VYHODNOCENÍ, ANALÝZA A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ .....	42
7.3 PŘÍNOS SOCIÁLNÍ PEDAGOGIKY V POMOCI SOCIÁLNĚ VYLOUČENÝM LIDEM.....	52
<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>54</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b> .....	<b>55</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ</b> .....	<b>58</b>
<b>SEZNAM TABULEK A GRAFŮ</b> .....	<b>59</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	<b>60</b>



## ÚVOD

Problematika sociálně vyloučených lidí je hojně diskutovaným, ale málo řešeným tématem na poli aktuálních otázek soužití lidské společnosti. Je tedy třeba, aby se tento problém stal v současné době předmětem zájmu celé veřejnosti. Bakalářská práce bude pojata hlavně ze sociálního hlediska a bude zaměřena na motivaci sociálně vyloučených lidí k zapojení se do společenského života. Zaměřena bude na lidi střední a starší generace, kteří mají díky sociálnímu vyloučení stále větší potíže proniknout na trh práce a udržet se na něm. Také by měla objasnit, zda tito lidé upadli do tohoto stavu vlastním přičiněním (drogy, alkohol, gamblerství, aj.) nebo díky tomu, jak dnes funguje trh práce a ekonomický systém. I přes všechny překážky, kterým tito lidé musí čelit při případném zapojení se do pracovního procesu, existuje již jisté procento těchto sociálně vyloučených, kteří se tyto bariéry rozhodli překonat vstupem do projektu street-paper., konkrétně v České republice prodejem časopisu Nový Prostor. Práce se bude opírat o dosavadní poznatky z oblasti projektů street-paper, o problematiku sociálně vyloučeného člověka, motivaci a motivační teorie. Bude se zaměřovat na sociálně vyloučené jedince (prodejce Nového Prostoru), kteří mají potřebu dostat se mezi jiné lidi. Možnost prodávat noviny Nový Prostor vidí jako podnět k tomuto zapojení se do společnosti.

Cílem práce bude objasnit situaci, jak motivace k práci ovlivňuje život člověka, podmínky a aktuální situaci, v níž se daný člověk nachází. Jak sociálně vyloučený člověk reaguje na pochvalu, kritiku či nespravedlnost. Jaké mají mezi sebou tito lidé vztahy, jaké jsou jejich podněty k práci.

Výsledkem práce bude analýza motivace sociálně vyloučených lidí k zapojení se do pracovního procesu, tedy co je vede k tomu, že mají zájem a odhodlání tuto svou situaci řešit. V závěru práce budou naznačeny možnosti řešení a nápravy současné situace z hlediska sociální pedagogiky.

Cílem praktické části bude ověření mnou stanovených předpokladů: člověk se nestane sociálně vyloučeným vlastním přičiněním, sociálně vyloučený člověk se zapojí do projektu street-paper nejen kvůli materiálním hodnotám, do projektu street-paper se zapojí sociálně vyloučený člověk bez ohledu na pohlaví, do projektu street-paper se zapojí sociálně vyloučený člověk bez ohledu na věk.

## I. TEORETICKÁ ČÁST

## 1 \$TREET-PAPER PROJEKTY – OBECNÁ CHARAKTERISTIKA

První kapitola této práce byla vytvořena na základě informací získaných z internetových stránek a publikací (Anderson, Harman, Dodge a další) věnujících se problematice street-paper projektů a jejich historii, např. The North American Street Newspaper Association, International Network of Street Papers.

Většina projektů street-paper poskytuje široké veřejnosti v první řadě především informace o bezdomovectví, o lidech žijících na okraji společnosti a dalších tématech spojených s chudobou. Cílem street-paper je zapojit tyto lidi bez domova do pracovního procesu, dát jim možnost práce a také vyniknout ve své vlastní komunitě. Tito lidé časopisy nejen prodávají a tím si vydělávají na bydlení a stravu, ale také se v některých případech aktivně podílejí na tvorbě časopisu psaním článků a fotografiemi.

Tyto pouliční noviny jsou podporovány jednak vládou, různými druhy charit a sdružení, například INSP - International Network of Street Papers a NASNA - The North American Street Newspaper Association. I přes velké rozšíření projektů street-paper stále jsou ještě problémy, které se musí řešit a to je např. nedostatek finančních prostředků, nespolehliví prodejci, obtížnost v získávání zájmu a udržení si dostatečného množství kupujících.

### 1.1 Poslání street-paperových projektů

Jak se uvádí na stránkách organizací INSP a NASNA, noviny street-paper byly vydávány jako alternativní médium, jehož zakladatelé věřili, že zprávy, které se objevují v oficiálních novinách, zdaleka nepokrývají témata, která zajímají obyčejné lidi. Moderní historie street-paper se datuje k roku 1989 vydáním novin Street News v roce 1989 v New York City. Ovšem již ke konci 19. století, tedy o 100 let dříve, prodávali chudí lidé a lidé bez domova noviny, aby si vydělali na obživu a tím upoutali pozornost na sociální problémy.

Noviny street-paper, které píší v první řadě o tématech, které se týkají chudoby a bezdomovectví, jsou distribuovány chudými lidmi a bezdomovci. Tito prodejci prodávají noviny za pevně stanovenou cenu, obvykle jeden dolar (u nás je to 40,- Kč) a nakupují je za zlomek ceny, která činí zhruba 20-40%, u nás činí nákupní cena časopisu pro prodejce 20,- Kč. Prodejci prodávají na ulici a peníze, které vydělají, si nechají. Je to pro ně příležitost postavit se na vlastní nohy, mít kde přespat, mít co jíst a také mnohdy zaplatit svoje dluhy.

Přínos street-paper není jen ekonomický, pro prodejce je to možnost, jak se vymanit z izolace, kterou mnoho lidí bez domova zažívá. Je pro ně velmi důležitá komunikace s okolím, tedy s kupujícími časopisu. Dalším užitekem je, že tito lidé mohou v časopise publikovat vlastní články a obrázky. Mohou v časopise realizovat svoje nápady a tím se mohou cítit více užiteční. (nasna.org)

## 1.2 Vznik a vývoj street-paperových projektů

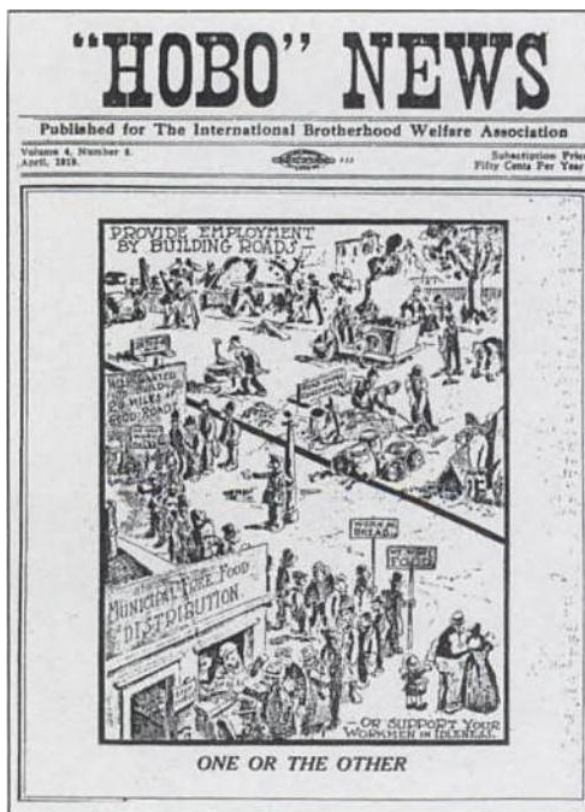
Můžeme tedy říci, že první street-paper v 19. století byla publikace The War Cry (válečný nářek, brek). Tato publikace byla vydána Armádou spásy v Londýně v roce 1879, tedy 110 let před tím, než byly vydány noviny Street News v New York City (Harman, 2003).

Tento časopis prodávali členové Armády spásy a pracující chudí lidé, aby upoutali pozornost na svoje velice špatné a ubohé životní podmínky (Boukhari, 1999). Takovým dalším předchůdcem moderního street-paper byl časopis Hobo News, který se vydával ve městě Cincinnati ve státě Ohio, USA. Výraz Hobo představuje přistěhovalce do USA bez práce a trvalého bydlení. Nadále tedy, když se v textu vyskytne slovo Hobo, je míněna tato skupina obyvatel. Kromě toho byl časopis vydáván i v městě St. Louis ve státě Missouri. Zakladatelem již zmíněného časopisu byl James Eads How. Byl z bohaté rodiny, ale vybral si žít jako Hobo a pomáhal imigrantům bez domova (Dodge, 1999). Ostatní noviny ho označovali jako „Millionaire Hobo“. Tento časopis se vydával v letech 1915-1930 a byly v něm příspěvky od významných aktivistů, kteří bojovali za práva chudých a sociálně slabých. Tyto noviny byly vydávány pro lidi bez domova, kteří se přistěhovali do USA. Těmto lidem se říkalo Hobos, tedy nezaměstnaní imigranti. Tyto noviny pomáhali legalizovat život Hobo lidí, je to předchůdce moderních street-paper (Anderson, 2005).

Noviny byly publikovány měsíčně, měly 16 stran, nebyla v nich žádná reklama a byly distribuovány pouličními prodejci za 5 centů. Roční předplatné činilo 50 centů. V roce 1919 se cena zvýšila na 10 centů za každé jednotlivé číslo a roční předplatné se z 50 centů zvýšilo na jeden dolar za rok (DePastino, 2003).

Obsahem novin byly mimo jiné i básně, eseje, cestopisné články a články o životě a tradicích Hobo lidí, jakožto i zprávy o pracovních organizacích a nezaměstnanosti (Green, 1999). Většinou byl časopis čten Hobo lidmi, ale později také širokou veřejností. Noviny byly vnímány jako jedna z možností výdělků pro imigranty, pro lidi bez domova. Nebyli

tedy nuceni žebrať, ale prostředky na obživu a živobytí si vydělávali prací. V tom je také spatřován stejný a hlavní rys, jaký se vyskytuje u moderních street-paper (Howley, 2005).



Obr. 1 Titulní stránka časopisu *Hobo News*

V roce 1933 byl založen další časopis *The Catholic Worker* v NYC (Day, 1952). První vydání vyšlo v nákladu 2.500 kusů a během několika dalších měsíců se tento náklad zvýšil na 25.000 kusů. O tři roky později byl náklad opět zvýšen na neuvěřitelných 150.000 kusů. Hlavním cílem bylo upozornit lidi na učení katolické církve, vzbudit v lidech víru v Boha. Toto mělo být jakousi alternativou ke komunismu během ekonomické krize před druhou světovou válkou.

Na přelomu 19. a 20. století se některé organizace, převážně církevní a pracovní, snažili poukázat na problematiku bezdomovectví tím, že vydávali různé publikace. Street-paper jako takový se stal pojmem až po založení prvních street-paper novin pod názvem *Street News* v roce 1989 v New York City. S postupem času se street-paper rozšířil do dalších zemí, zpočátku do Ameriky, posléze do Evropy, Austrálie, Asie a Afriky (Day, 1952).

## 2 AKTUÁLNÍ PODOBA STREET-PAPEROVÝCH PROJEKTŮ

Street-paperové projekty v dnešní době probíhají ve všech kontinentech, na celém světě. Snaží se lidem bez domova a sociálně slabým nabídnout výdělek nebo přivýdělek, který pokryje jejich náklady spojené s obživou a také ubytováním. Pro mnoho těchto lidí je také velice důležitá interakce s veřejností, s kolemjdoucími, kteří si časopis kupují. Čím dál více lidí se již na tyto lidi bez domova ne dívá jako s opovržením, ale spíše jako na lidi, kteří se snaží znovu se zapojit do života, do společnosti, být užiteční.

### 2.1 Street-paper v zahraničí

Tato část práce se zabývá projekty street-papers v zahraničí. Podklady pro tuto část práce byly získány z internetových stránek organizace Mezinárodní síť street-papers INSP (International Network of Street Papers), která podporuje a rozvíjí více než 120 street-paperových projektů v 40 zemích, vytváří pracovní a vzdělávací příležitosti pro bezdomovce.



*Obr. 2 Logo mezinárodní sítě street-papers International Network of Street Papers*

Tabulka č. 1 uvádí kompletní přehled zemí včetně názvu časopisů, které se v uvedených zemích prodávají.

*Tab. 1 Přehled kontinentů a států včetně názvu časopisů*

Kontinent	Stát	Název časopisu
Afrika	Nigérie	The Big Issue Lagos
	JAR	Homeless Talk, The Big Issue South Africa

	Malawi	The Big Issue Malawi
Asie	Jižní Korea	The Big Issue Korea
	Taiwan	The Big Issue Taiwan
	Japonsko	The Big Issue Japan
	Filipíny	The Jeepney
Austrálie	Victoria	The Big Issue Australia
Evropa	Ukrajina	Narodna Dopomoha, Prosto Neba, The Way Home
	Srbsko	Liceulice
	Německo	Zeitschrift der Strasse, Abseits!?, bodo, Die Jerusalemmer,
	Norsko	Asfalt, =Norge, Megafon,
	Polsko	WSPAK, Gazeta Uliczna,
	Chorvatsko	Ulične svjetiljke,
	Rakousko	Eibisch-Zuckerl, 20er, Apropos, Augustin,
	Holandsko	Straatjournaal, De Riepe, Straatnieuws
	Švédsko	Faktum Skáne, Faktum Goteborg,
	Makedonie	Lice v lice,
	Bosna a H.	Liceulice
	Kosovo	Ball'per'ball'
	Portugalsko	Cais,
	Dánsko	Hus Forbi,
	Irsko	Ireland's Big Issue,
	Slovinsko	Kralji Ulice
	Francie	Macadam
	Slovensko	Nota Bene
	ČR	Nový Prostor
	Rusko	Put Domoj
Švýcarsko	Surprise	
Itálie	Terre Di Mezzo	
VB	The Big Issue	
Jižní Amerika	Brazílie	Aurora da Rua, Boca de Rua, Ocas"
	Argentína	Al Margen, Hecho en Buenos Aires, La Luciernaga
	Uruguay	La Callejera,
	Kolumbie	La Calle,
Severní	USA	Street Feat, Homeless Voice, Word on the Street, Street Pulse,

Amerika	Kanada	Street Roots, Street Speech.
---------	--------	------------------------------

Tato mezinárodní síť street-paper (INSP) zvyšuje hodnotu své práce tím, že poskytuje:

- Redakční podpora
- Start-up podpora
- Akreditace
- Reklama & PR
- Příležitosti z příjmů generace
- Školení a budování kapacit
- Síťové možnosti
- Inovace

Na stránkách organizace INSP se uvádí, že pouliční publikace jsou nezávislé noviny a časopisy, které poskytují jedinečné pracovní příležitosti pro lidi, žijící v chudobě a bez domova. Prodejci si zakoupí časopis za cenu o 50% nižší, než za jakou cenu následně časopis prodávají.

Pouliční publikace jsou:

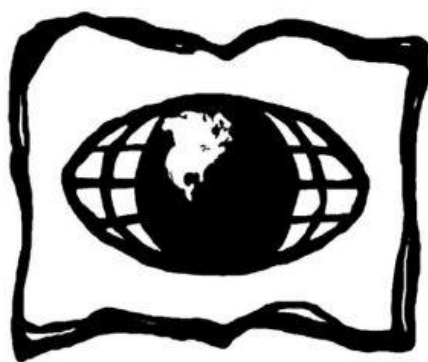
- Nezávislé noviny a časopisy, které se prodávají na ulicích měst po celém světě lidmi bez domova, lidmi sociálně vyloučenými.
- Unikátní možnost zaměstnání, což na celém světě umožňuje nejvíce znevýhodněným lidem vydělat si důstojný příjem a znovu začlenit do života.
- Zdrojem sociální podpory.
- Nezávislý přísun zpráv a informací, upozorňující na alternativní možnosti a na přehlížené hlasy z ulice.
- Dlouhodobým nástrojem společenské transformace, který spojuje lidi napříč sociálními bariérami a obhájce pro potřeby a práva lidí žijících v chudobě.





Obr. 3 Titulní strany časopisů street-paper z různých zemí

NASNA (The North American Street Newspaper Association) je nezisková asociace street-paper, která existuje napříč severní Amerikou, má 31 různých druhů street-paper, které prodává 1500 lidí bez domova, z toho 23 v USA a 8 v Kanadě. Jak je uvedeno na stránkách NASNA, jsou to noviny, které primárně píší o tématech, jež se týkají chudoby a bezdomovectví, jsou distribuovány chudými lidmi a bezdomovci. Tito prodejci prodávají noviny za pevně stanovenou cenu, obvykle je to jeden dolar a nakupují tyto noviny za zlomek ceny, většinou za 20-40% konečné ceny novin. Prodejci prodávají na ulici a peníze, které vydělají jsou pro ně příležitostí jak se postavit na vlastní nohy, mít kde přespat, co jíst. Přínos street-paper není jen ekonomický, pro prodejce znamená možnost vymanit se z izolace, kterou mnoho lidí bez domova zažívá. Neméně důležité je také pro tyto lidi bez domova to, že mohou v časopise publikovat vlastní články a obrázky a tím být také užiteční a seberealizovat se.



**North  
American  
Street  
Newspaper  
Association**

Obr. 4 Logo NASNA - The North American Street Newspaper Association

## 2.2 Street-paper v České republice

Podle dostupných internetových stránek a stránek Nového Prostoru bylo občanské sdružení Nový prostor založeno s cílem pomoci lidem, kteří se ocitli v krizové životní situaci, většinou jsou bez střechy nad hlavou a bez finančních prostředků. Nabízí se jim možnost získat základní prostředky pomocí pouličního prodeje časopisu, který sdružení vydává. Toto sdružení bylo založeno v roce 1999 a časopis pod původním názvem Patron začal vycházet každých čtrnáct dní. Později se změnil na týdeník a v současné době se prodává až 15 000 výtisků týdně, což umožňuje poskytnout pravidelný měsíční výdělek nutný k zaplacení základních potřeb již více než 250 lidem bez domova.

Každý z prodejců, podle údajů na stránkách Nového Prostoru, se pro účast v projektu rozhoduje dobrovolně a kdykoli může s prodejem časopisu skončit, maximální doba účasti klienta v projektu je stanovena na dva roky. Na stránkách Nového Prostoru se dále uvádí, že účast v projektu „street-papers“ pro klienty nezačíná ani nekončí jen prodejem časopisu. Nový Prostor poskytuje profesionální sociální a právní poradenství, nabízí účast v několika programech zaměřených na volný čas (např. v divadelním či fotbalovém klubu) a podporuje jejich motivaci k práci. Neméně důležitou částí činnosti NP je také snaha o posílení osobnostních ambicí klientů, které je velmi důležité pro jejich integraci. Klienti Nového prostoru se aktivně podílejí na pořádání množství kulturních a společenských akcí, kde se bezprostředně setkávají s tzv. „většinou“ společností. Každý z našich prodejců postupuje dle svého individuálního terapeutického plánu, který si navrhuje a stanovuje spolu se svým poradcem – sociálním pracovníkem.

Každý, kdo se chce zaregistrovat, musí vyplnit tzv. Prohlášení prodejce, v němž prohlásí, že je v sociálně obtížné situaci, nemá stálé ubytování a je starší 16-ti let. V Prohlášení prodejce, jak uvádějí internetové stránky Nového Prostoru, by měl uchazeč uvést mimo jména a příjmení i číslo OP nebo jiného dokladu o totožnosti, nicméně přijímáme i osoby, které žádný takový průkaz nemají, protože skutečnost je taková, že 11 % prodejců nevlastní vůbec žádné doklady. Většina klientů nakládá s vydělanými penězi stejně jako každý normální člověk: koupí si za ně jídlo, zaplatí si nějaké laciné ubytování, investuje do hygieny, do oblečení... Někteří si za ně pochopitelně kupují i alkohol, nebo je utrácejí v hernách. Ale je lepší, když si tito lidé vydělávají peníze na uspokojení svých závislostí legální cestou, než aby je dohnala k páčání trestné činnosti. Nicméně, každý prodejce se písemně zavazuje k to-

mu, že vydělané peníze použije k vyřešení své kritické situace. Sociálně vyloučený člověk a jeho potřeby

Zjednodušeně řečeno podle Příručky pro sociální integraci (Švec, 2010), sociálně vyloučení jsou ti občané, kteří mají ztížený přístup k institucím a službám (tedy k institucionální pomoci), jsou vyloučení ze společenských sítí a nemají dostatek vertikálních kontaktů mimo sociálně vyloučenou lokalitu. Základní charakteristikou propadu na sociální dno je nahromadění důvodů, které vedou k životní krizi (ztráta zaměstnání, platební neschopnost, problémy s bydlením, problémy dětí ve škole, nemoc atd.). Sociálně vyloučení lidé obvykle nestojí před jedním problémem, ale před jejich komplexem, přičemž mnohý z nich by i jednotlivě ohrožoval normální fungování člověka ve společnosti. S postupným propadem na dno přestává být zřejmé, co je původním důvodem propadu a co jeho následkem.

Lidé žijící na okraji společnosti se přizpůsobují podmínkám sociálního vyloučení, a osvojují si specifické vzorce jednání, které jsou často v rozporu s hodnotami většinové společnosti. Proto někdy bývá soužití na první pohled problematické. Návyky získané adaptací na život v sociálním vyloučení pak ale těmto lidem znemožňují být úspěšní ve většinové společnosti, ztrácí (či ani nezískávají) hodnotové žebříčky středostavovského občana orientovaného na kariérní vzestup a úspěch. To je znovu a znovu uzavírá v pasti sociálního vyloučení. Z této pasti se lidé nedokáží dostat bez cizí pomoci. Specifickou roli v sociálním vyloučení hraje etnicita, zejména etnicita prisouzená. Podstatná část obyvatel Česka se nesprávně domnívá, že v případě sociálního vyloučení se jedná primárně o problém etnický, nikoliv sociální. (Švec, 2010).

### 2.3 Charakteristika sociálně vyloučeného člověka

Podle internetových stránek POLIS (podpora sociálně-integračních politik a služeb) sociální vyloučení není novodobým problémem, koncept sociálního vyloučení má své kořeny v 70. letech ve Francii, kdy byl poprvé použit pro specifickou situaci určitých skupin obyvatel žijících na okraji společnosti, kteří byli odříznuti od pracovních příležitostí a zároveň od záchranné sítě státní sociální pomoci.

Existují tři možné pohledy na sociální vyloučení:

1. redistribuční - zdůrazňuje sociální vlivy, které tuto situaci způsobují (mezi ně řadí například existující nerovnost ve společnosti) a zaměřuje se na osoby žijící v chudobě.

2. etický - zdůrazňuje kriminální chování a morální úpadek celých sociálních skupin či obyvatel městských čtvrtí, které se ocitly v sociálním vyloučení.
3. integračním - sociální vyloučení je zde chápáno jako totožné s vyloučením z trhu práce.

Sociální vyloučení tedy můžeme definovat (při vědomí různých způsobů užívání tohoto pojmu) jako proces, kterým jsou jednotlivci i celé skupiny osob zbavováni přístupu ke zdrojům nezbytným pro zapojení se do sociálních, ekonomických a politických aktivit společnosti jako celku. Jak uvádí internetové stránky POLIS, proces sociálního vyloučení je primárně důsledkem chudoby a nízkých příjmů, přispívají k němu však také další faktory jako je diskriminace, nízké vzdělání či špatné životní podmínky. Sociálně vyloučení jsou odříznuti od institucí a služeb, sociálních sítí a vzdělávacích příležitostí. Projevem sociálního vyloučení je tedy například dlouhodobá nezaměstnanost, závislost na sociálních dávkách, život v prostorově vyloučených částech obcí (ghettech), nízká kvalifikace, špatný zdravotní stav, rozpad rodin či ztráta sebeúcty. Jako adaptace na podmínky sociálního vyloučení se často vytváří specifické hodnoty a normy, mezi něž patří například důraz na přítomnost, neschopnost plánovat do budoucna, pocity beznaděje a bezmocnosti či přesvědčení, že člověk nemůže ovlivnit vlastní sociální situaci.

Obecně známé je podle Hradecké (Hradecká, Hradecký, 1996) následující členění z poloviny 90. let minulého století:

- Zjevné bezdomovectví: osoby se vyznačují tím, že žijí na ulicích, nádražích, v parcích, přespávají v tramvajích apod. V chladnějších měsících vyhledávají veřejné noclehárny.
- Skryté bezdomovectví: vyznačuje se tím, že lidé bez domova nevyhledávají veřejné služby, nejsou tedy evidováni. Počet těchto lidí může být vysoký, neboť potřebné služby jsou leckde naprosto nedostačující. Tyto osoby lze nalézt ve sklepích, demoličních objektech, ve vracích aut, v kanálech i v kontejnerech apod. Občas přespávají u známých.

Potencionální bezdomovectví: do této skupiny patří osoby, kterým bezdomovectví reálně hrozí z důvodu nevhodných nebo nejistých bytových podmínek. Patří sem i velká skupina čekatelů na propuštění z různých zařízení: dětský domov, věznice, psychiatrická léčebna. Roste i další skupina potencionálních bezdomovců – migranti, přistěhovalci a azylanti (Hradecká, Hradecký, 1996).

Faktory vyvolávající bezdomovectví můžeme rozdělit do dvou skupin (Vlastimila a Ilja Hradečtí, 1996):

1. subjektivní - ovlivněny sociální politikou státu (dodržování lidských práv, boj s nezaměstnaností, zabezpečení ve stáří, v nemoci, rovnost mužů a žen, integrace invalidů, začleňování mládeže do trhu práce, problémy menšin, exilu a migrace)
2. objektivní
  - a) materiální (ztráta bydlení, zadluženost, nezaměstnanost...)
  - b) vztahové (problémy v rodině, diskriminace žen, sexuální zneužívání, znásilnění, osamělost...)
  - c) osobní (duševní či tělesná choroba, nesamostatnost, alkoholismus, hráčství, invalidita...)
  - d) institucionální (propuštění z ústavu, dětského domova, vězení...)

Podle dosavadních šetření a zpráv na internetu jsou příčinami bezdomovectví mužů obvykle materiální a osobní faktory. Bezdomovectví mužů je více veřejné. Mužům je přirozenější tendence demonstrovat své bezdomovectví tím, že aktivně vyhledávají nabízené služby, anebo se předvádějí na veřejnosti. Příčiny bezdomovectví žen bývají spíše faktory vztahové, především problémy s partnerem. Protože ženy většinou chtějí předejít riziku života v podmínkách zjevného bezdomovectví, je u nich charakteristické bezdomovectví skryté. Příčiny bezdomovectví dětí a mladistvých bývají faktory institucionální. V poslední době patří k těmto příčinám pasivní sledování médií, nuda, nezaplněný volný čas, přepracovanost rodičů v rodinných podnicích a ztráty pevnosti rodinných priorit.

Dále tyto výzkumy vypovídají o tom, že bezdomovci nemají kde bydlet a s tím souvisí to, že jsou těžko zaměstnatelní. A to ze tří různých příčin:

- 1) ztráta dokladů – obnova dokladů je velmi zdlouhavá a málokterý bezdomovec si je schopen je obstarat bez vnější pomoci. Častým jevem u bezdomovců je totiž jakási „byro-fobie“, chorobná obava z jednání před úřady a institucemi, často generovaná odbýváním, arogancí a pohrdáním některých úředníků.
- 2) bydliště – zaměstnavatele zajímá, kde bydlíte. A když uvedete „nádraží“ či „Armáda spásy“, není příliš velká naděje, že Vás zaměstnají.

3) schopnost pracovat – když je člověk dlouho nezaměstnaný, a navíc žije na ulici, po čase ztrácí schopnost pracovat. To je objektivní skutečnost, potvrzená psychology, zabývající se fenoménem bezdomovectví.

Všeobecně v mezinárodním měřítku uznávanou definici bezdomovectví uvádí FEANTSA (Edgar a kol, 2000):

„Bezdomovectví je absence vlastního, trvalého a přiměřeného obydlí. Bezdomovci jsou ti lidé, kteří nejsou schopni získat vlastní, trvalé a přiměřené obydlí, nebo si nejsou schopni takové obydlí udržet kvůli nedostatku finančních prostředků nebo jiným sociálním bariérám.“ Definice zahrnuje jak zjevné, tak skryté a potencionální bezdomovectví.

Podle FEANTSA jsou bezdomovectvím ohroženi lidé v následující životní situaci:

1. bez přístřeší (rooflessness)
2. bez bytu (houselessness)
3. bydlení v nejistých podmínkách (living in insecure accommodation)
4. bydlení v nepřiměřených podmínkách (living in inadequate accommodation)

Česká odborná veřejnost se v poslední době kloní k jednoduché definici, která dobře vystihuje podstatu problematiky a je všeobecně srozumitelná i laikům: „Bezdomovec: jedná se o osobu české státní příslušnosti bez možnosti využívat trvalého přístřeší.“

Bezdomovci nejsou tedy pouze osoby, které jsou vidět na ulici a občas hledají útočiště v azylovém domě: to je forma tzv. zjevného bezdomovectví. Jsou to i ti, jejichž bydlení je ohroženo a kteří tak tvoří skupinu potenciálních bezdomovců, kteří bydlí např. u přátel nebo příbuzných (to bývají většinou ženy) a jejichž bydlení je nejisté, nebo bydlí např. v obytném karavanu nebo obytné lodi. Velký potenciální zdroj bezdomovců tvoří též chovanci dětských domovů, vězni, migranti a exulanti. Veřejností jsou v našich podmínkách za bezdomovce považováni zejména zjevní bezdomovci. (Hradecký, I. a kol., 2007.)

Autoři české typologie (Hradecký, I. a kol., 2007.) rozlišují čtyři velké kategorie, které vycházejí z evropského členění: Bezdomovci jsou lidé:

- a) bez střechy (přežívající venku, případně v noclehárně)
- b) bez bytu (v ubytovnách pro bezdomovce, osoby bez možnosti bydlení ve zdravotnických a sociálních zařízeních, ve věznicích)

c) v nejistém bydlení (u příbuzných, v bytě bez právního nároku, ve výpovědi z bytu)

d) v nevyhovujícím bydlení (boudy, chatrče, maringotky, na pracovišti, přelidněné byty).

V uvedených kategoriích jsou jak bezdomovci, tak lidé bezdomovectvím ohrožení. Na základě této typologie je možno jednak vytvářet pracovní definice a především individuálně přistupovat k jednotlivcům při práci s nimi. Všechny výstupy je třeba následně ověřovat v praxi. (Hradecký, I. a kol., 2007.).

Kniha *Tři sociální světy* Jana Kellera podává charakteristiku tří sociálních světů (elita, střední vrstvy, deklasovaní), které se od sebe prudce vzdalují a žijí v nesouměřitelných podmínkách (Keller, 2010).

Sociální vyloučení popisuje Keller. „Pojem sociální vyloučení začal být ojediněle používán od poloviny šedesátých let 20. století. Od počátku byl poznamenán dobou svého vzniku. V období všeobecného vzestupu a vysokých ambic prakticky všech vrstev obyvatelstva upozorňoval na ostudné přežívání části populace, na kterou vůbec nepamatoval ekonomický rozmach, jenž všem ostatním zaručoval rostoucí blahobyť. Šlo o lidi, kteří v epoše příslibů stále vyšší modernizace celé společnosti působili jako živoucí přežitek starých časů. Vyvolávali soucit, nikoliv však obavy. Nemohli nijak narušit a ohrozit sociální řád, který všem ostatním sliboval jistotu mnohonásobku. Postavení těchto lidí bylo sice ostudné, nijak nesouviselo s charakterem trhu práce. Jejich bída byla dána tím, že na žádnou práci nedosáhli, nikoliv tím, že by je práce ožebračovala“ (Keller, 2010, 168).

Dříve se předpokládalo, že bezdomovec je stejný jako ostatní, a pokud dostane příležitost bydlet, integruje se jako všichni ostatní. Dnes se má za to, že je to jiný tvor. Tito tvorové nejsou zapotřebí, není možná jejich integrace, maximálně je můžeme učinit předmětem charity. Bezdomovci jsou vypuzováni z městského prostoru (Keller, 2010).

„Mechanismus sociálního vyloučení vyplývá přímo z logiky fungování postindustriální společnosti. Tato společnost znejišťuje práci a zhoršuje situaci zaměstnanců ve snaze kompenzovat snížené tempo růstu produktivity a zaručit i při tomto nižším tempu vyšší nárůst příjmů majitelů, akcionářů a horních pater řídicích pracovníků na úkor všech ostatních“ (Keller, 2010, 170).

Dle autorů knihy *Inkluze versus exkluze – dilema sociální patologie* (M. Barel, P. Muhlpaehr a kol., 2010) se sociální exkluze objevuje přibližně od sedmdesátých let dvacátého století a nahrazuje pojem chudoby. Je spojována s nedostatečným příjmem, majetkovou ne-

rovností, nepřátelstvím a odcizením mezi skupinami ve společnosti. Znamená tedy vyloučení ze života společnosti.

Typické důvody sociální exkluze jsou (M. Barel, P. Muhlpachr a kol., 2010):

- Nedostatek finančních prostředků
- Nedostatečné vzdělání a znalosti, znalosti neadekvátní a zastaralé, jazyková bariéra
- Diskriminace na základě odlišnosti.

## 2.4 Potřeby sociálně vyloučeného člověka

Podle Analýzy potřeb uživatelů sociálních služeb vydanou Centrem pro komunitní práci (CPKP) je pro sociálně vyloučeného člověka největším problémem bydlení, dalším problémem je zaměstnání a v neposlední řadě i zdraví. Tito lidé mají za sebou ubytování v různých ubytovnách nebo na ulici. O své dřívější ubytování většinou přišli například z rodinných důvodů, třeba po rozvodu, nebo prodali byt kvůli své závislosti na drogách. Problém sehnat bydlení mají také lidé vracující se z výkonu trestu. Pro sociálně vyloučeného člověka je také problém zaměstnání, a to hlavně ze zdravotních důvodů. Musí se tedy živit příležitostnými brigádami či nelegálními pracemi. Taková práce je ale málo jistá a nestálá. Informace o pracovních místech lidé shánějí přes úřad práce nebo pomocí inzerátů či přes svoje známé. Sociálním vyloučením jsou potenciálně ohroženi v podstatě všichni uživatelé sociálních služeb, protože se nacházejí v nepříznivé sociální situaci. Pro zlepšení životních podmínek bezdomovců je nezbytné zejména vytvořit síť sociálních služeb, jejichž prostřednictvím bude možné předcházet vzniku situace bezdomovectví a zároveň podporovat vlastní potenciál osob – bezdomovců ke zlepšení jejich situace, a síť azylových domů, bytů na půli cesty.

Cílem prevence bezdomovectví je podle Analýzy potřeb uživatelů sociálních služeb vydanou Centrem pro komunitní práci (CPKP):

- přijetí funkční definice bezdomovectví a pojmenování objektivizace fenoménu;
- kvantifikace bezdomovců a osob bezdomovectvím ohrožených;



- podpora prevence, kladení důrazu na systematickou terénní práci pro osoby ohrožené bezdomovectvím (dlužníci ještě nevystěhovaní) s důrazem na aktivaci vlastních potenciálů těchto osob;
- prevence ztráty bydlení – podpora ohrožených skupin k udržení si bydlení (placení, ochrana, údržba), důraz na používání splátkových kalendářů před soudním vystěhováním.

#### **2.4.1 Program sociálního začleňování pro osoby ohrožené sociálním vyloučením a osoby již sociálně vyloučené.**

Příkladem programu sociálního začleňování je Integrovaný program Naděje realizovaný od roku 1990. Program je financován z více zdrojů (státní rozpočet, kraje, města, úhrady klientů za ubytování) a je koncipován stavebnicově, jednotlivé stupně na sebe navazují.

Podle Národního akčního plánu sociálního začleňování 2004 - 2006 Ministerstva práce a sociálních věcí je nultý stupeň prvním kontaktem a první pomocí v akutní nouzi:

- streetwork: vyhledávání bezdomovců a dalších osob v místech, na kterých se ve dne nebo v noci zdržují, navázání vztahu a pozvání do denního centra;
- korespondenční a osobní styk s osobami před propuštěním z výkonu trestu odnětí svobody;
- denní centrum: hygiena, nasycení, ošacení, osobní rozhovory, pořizování dokladů, vyhledávání práce, asistence při jednání s úřady, morální podpora, povzbuzování a motivace k sociální integraci;
- ordinace praktického lékaře: lékařská péče a prevence, vstupní prohlídky do zaměstnání;
- noclehárna: nejjednodušší a cenově dostupné nízkoprahové nocování (celoročně, ale zejména v zimním období).

První stupeň navazuje na úspěšné „absolvování“ nultého stupně:

- krátkodobé azylové ubytování a aspoň příležitostná práce s příjmem;
- zaměstnávání na veřejně prospěšných pracích.

Druhý stupeň navazuje na první:

- střednědobé ubytování a zaměstnání na pracovní smlouvu;
- zaměstnávání na veřejně prospěšných pracích;
- pomoc při hledání stálého pracovního poměru.

Třetí stupeň:

- bydlení na půli cesty pro mladé lidi;
- dům pokojného stáří pro osoby v důchodovém věku a invalidní důchodce;
- chráněné bydlení.

Čtvrtý stupeň (nerealizovaný):

- podporované samostatné bydlení.

Doplňkové služby:

- šatníky;
- potravinová banka;
- všeobecné poradenství na principu občanské poradny, ale zaměřené na konkrétní cílovou skupinu;
- v případě zájmu křesťanská duchovenská péče podle konfese.

Modifikace programu pro práci s lidmi bezprostředně bezdomovectvím ohroženými:

- služby sociální intervence v domácnostech dlužníků nájemného (tzv. neplatičů) před jejich vystěhováním z bytu;
- služby sociální intervence v domácnostech dlužníků nájemného po jejich vystěhování z bytu do tzv. „holobytů“;
- služby sociální intervence v domácnostech nájemců sociálních bytů.

### 3 MOTIVACE

Mnozí lidé se domnívají, že motivace je lidská vlastnost jako třeba spořivost, řemeslná zručnost nebo hudební nadání. Motivace není prapůvodní vrozená lidská vlastnost, je důležitým faktorem úspěšnosti. Každý člověk má nějakou oblast, ve které se angažuje. Nesmíme ji ale ztotožňovat s manipulací. Právě naopak – motivace nemůže existovat bez mezilidských vztahů, kde dominuje důvěryhodnost a férovost. Hodně lidí je přesvědčeno, že největší motivací jsou peníze. Motivační proces nejvíce ovlivňují vnitřní pohnutky, vnitřní přesvědčení, prožívání vlastního života, jaké osobní cíle mají pro jednotlivce větší či menší význam, jaké má vzdělání, zkušenosti, jeho emoce, síla vůle. (Niermayer a kol., 2005).

Motivace často pomáhá tam, kde selže autoritativní výchova, direktivní řízení, psychický nátlak, fyzické násilí, manipulativní techniky. Vnáší do vztahů mezi lidmi důvěru a noblesu, nutnost pochopení druhých lidí. Kdo chce získat něco bez násilí, kdo chce motivovat, musí přestat myslet jen na sebe. Při motivaci nabízíme druhému člověku, od něhož něco potřebujeme, uspokojení jeho zájmů. To, že je někdo k něčemu motivován, představuje souhru tří faktorů – osobnost člověka, podmínek, v nichž žije, a aktuální situaci, v níž se zrovna nachází. (Plamínek, 2010).

#### 3.1 Definice motivace

Člověk má neustále mnoho potřeb. Jde o potřeby biologické, které vyplývají ze stavů napětí jako hlad, žízeň nebo nepohodlí (Kotler a kol., ). Jiné potřeby jsou rázu psychologického, které vznikají z touhy po uznání, úctě nebo sounáležitosti. Většina těchto potřeb není dost silná na to, aby jedince kdykoli motivovala k jednání. Z potřeby se stává motiv ve chvíli, kdy dosáhne určité hladiny intenzity. Motiv (nebo také nutkání) je potřeba, která dosáhne takové síly, že se jednatel snaží ji uspokojit.

Jak se uvedeno na internetových stránkách Management Mania je motivace jedním ze základních psychologických procesů. Motivace je vnitřní pohnutka, která podněcuje jednání člověka. Motivace může být aktivována pomocí různých stimulů (stimulačních či aktivizačních faktorů). Motivace úzce souvisí s výkonností člověka. Motivace se zjednodušeně vztahuje k dosažení určitého cíle a uspokojení z jeho dosažení. Klíčové je dosažení skutečného vnitřního odhodlání. Základní rozdělení motivačních faktorů je na:

- Pozitivní motivace - je založena na odměně za lepší výkony:

- o Faktor hmotné zainteresovanosti
- o Faktor morálního ocenění
- o Faktor seberealizace
- Negativní motivace - je založena na silových faktorech:
  - o Faktor existenční
  - o Faktor strachu (obava o práci nebo o pracovní místo)

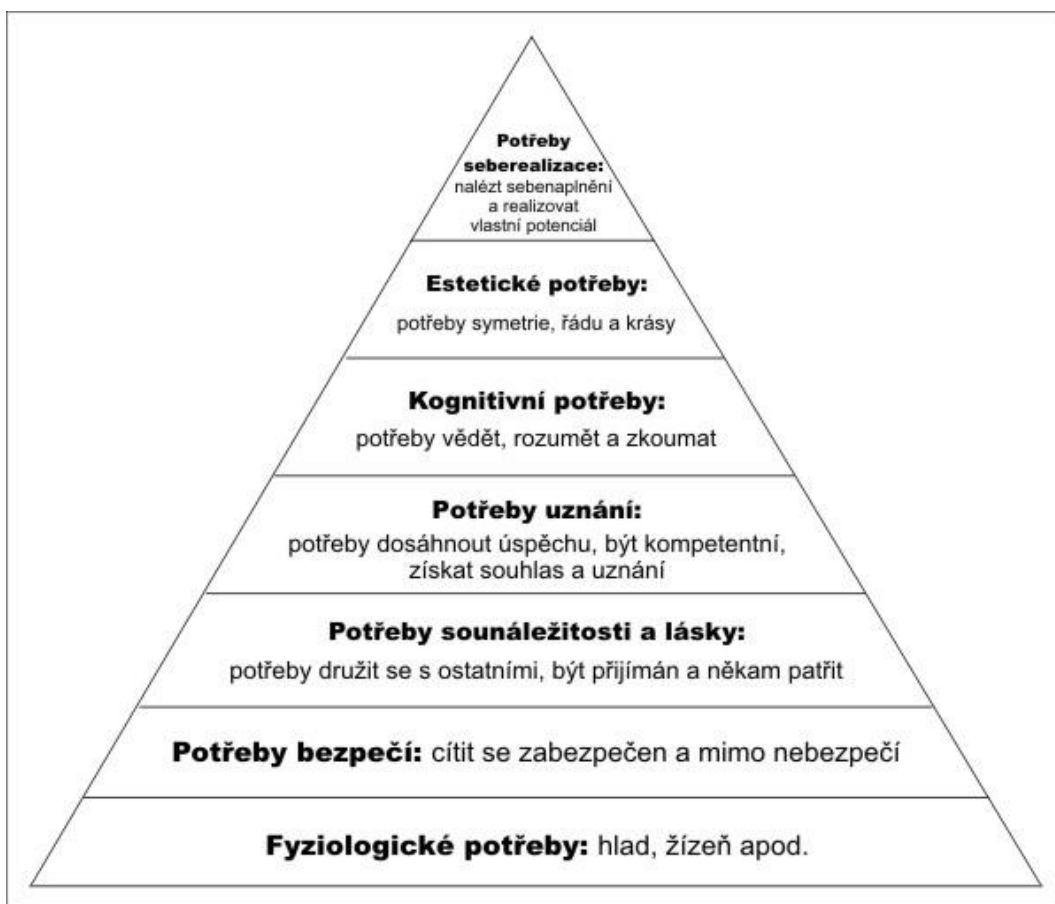
Původ slova motivace můžeme hledat v latině - movero, movere, tj. pohybovat, měnit. Definice motivace není jednoznačná, každý autor ji vnímá trochu jinak. Několik definic pro názornost:

- Souhrn činitelů, které podněcují, energizují a řídí průběh chování člověka a jeho prožívání ve vztazích k okolnímu světu a k sobě samému (Lokša, Lokšová, 1999).
- Pod pojmem motivace rozumíme všechny jedinci připisované pochody, které vysvětlují, či dělají srozumitelným, jeho chování (Trpišovská, 1996).
- Motivace představuje soubor vnitřních hnacích sil člověka, které ho určitým směrem zaměřují, aktivizují a vzniklou aktivitu udržují. Navenek se tyto síly projevují v podobě motivovaného jednání (Pauknerová, 2006).

### 3.2 Motivační teorie

Psychologové vytvářejí teorie o lidské motivaci (Kotler a kol., 2007). Dvě nejpůvodnější – teorie Sigmunda Freuda a Abrahama Maslowa. Freud vycházel z předpokladu, že lidé se ve většině případů neuvědomují skutečné psychologické vlivy, které působí na jejich chování. Nahlížel na člověka jako na bytost, která během svého vývoje mnoho svých tužeb potlačuje. Tyto tužby však nejsou nikdy zcela odstraněny nebo potlačeny a projevují se ve snech, přechnutích, neurotickém nebo obsesivním chování, nebo v krajním případě psychózami. Podle Freuda tedy jedinec nerozumí plně svým motivacím. Hlubší pohnutkou však může být snaha zapůsobit na ostatní svým tvůrčím talentem. Motivační výzkumy shromažďují hloubkové informace z malých vzorků lidí, aby odhalily hlubší motivy při volbách jedinců.

Abraham Maslow (Kotler a kol., 2007) se pokusil vysvětlit, proč jsou lidé v určitém okamžiku vedeni určitými potřebami. Proč někdo věnuje tolik času a energie zajištění vlastní bezpečnosti a někdo jiný zase získání úcty ostatních? Maslow tvrdí, že lidské potřeby jsou hierarchicky uspořádány od těch nejnáléhavějších po ty nejméně naléhavé. Maslowova hierarchie potřeb je uspořádána takto: potřeby jsou řazeny podle důležitosti, od (1) fyziologických potřeb, (2) potřeby bezpečí, (3) společenských potřeb, (4) potřeby uznání, (5) kognitivních potřeb, (6) estetických potřeb až po (7) potřebu seberealizace. Nejprve se člověk snaží uspokojit nejdůležitější potřeby. Jakmile je taková potřeba uspokojena, přestane fungovat jako motivace a člověk se bude snažit uspokojit další nejdůležitější potřebu. Hladovějící člověk (potřeba 1) se nebude ani trochu zajímat o poslední události ve světě umění (potřeba 6) nebo o to, jak jej vidí ostatní a zda si jej váží (potřeby 3 a 4), nebo dokonce zda dýchá čistý vzduch (potřeba 2). Jakmile je však důležitá potřeba uspokojena, nastane čas pro další nejdůležitější potřebu.



Obr. 5 Maslowova pyramida potřeb

V rozličných teoriích jsou obvykle zdůrazňovány různé potřeby, byť jen některé:

#### 1. Teorie pudových potřeb

- Psychoanalytická teorie S. Freuda – primární je pudová složka a potom se mohou rozvíjet motivy další,
- Teorie C. Hulla – motivy jsou důsledkem nedostatku – jedinec je motivován k tomu, aby jej redukoval nebo se ho zbavil,

#### 2. Teorie psychosociálních potřeb

- Individuální psychologie A. Adlera – potřeba úspěchu
- Humanistická psychologie C. Rogerse – potřeba seberealizace
- Logoterapeutický směr V. Frankla – smysl života je nejdůležitější potřebou

#### 3. Teorie komplexního pojetí potřeb

- Humanistická psychologie – A. Maslow – pyramida potřeb
- Psychosociální teorie E. Fromm – důležité jsou mezilidské vztahy, vztahy jedince a společnosti (Plamínek, 2010, Kotler, 2007).

## 4 METODY VÝZKUMU

Získávání primárních dat ve výzkumu bývá většinou nejdůležitější a nejcitlivější operací empirického výzkumu. Kvalita získaných informací v empirickém výzkumu je závislá na tom, zda jsou použity skutečně objektivní metody výzkumu, a také na tom, zda jsou použity přiměřeně dané situaci (Surynek a kol., 2001).

Metody výzkumu se většinou člení do čtyř základních kategorií:

- Dotazování
- Pozorování
- Experiment
- Analýza věcných skutečností

### 4.1 Individuální osobní rozhovor

Při osobním dotazování jde o interakci mezi tazatelem a dotazovaným, ve které se tazatel snaží získat od dotazovaného informace, které pomohou odhalit to, co je v mysli dotazovaného, jako jeho vzpomínka, zkušenost, znalost, očekávání a hodnocení prožitků. Základním pravidlem je dotazovat se jen na to, co nelze jiným způsobem změřit, zjistit, spočítat. K hlavním výhodám osobního dotazování patří, že umožňuje získat informace hlubšího a širšího zaměření o kvalitativně různorodých skutečnostech a ty jsou pak porovnatelné. V osobním dotazování, které vede tazatel, snese respondent větší zátěž. Výhodou též je, že rozhovor je stále pod kontrolou. Nevýhodou osobního dotazování je především to, že je drahé a časově náročné na distribuci. Důvodem neuskutečnění rozhovoru nejčastěji bývá, že jsou respondenti těžko k zastížení a nemají na rozhovor čas (Surynek a kol., 2001).

Průběh rozhovoru je možné popsat i na základě koncepce tzv. psychologického pole. Pojem psychologické pole zavedl K. Lewin a definoval je jako dynamický celek, ve kterém probíhá interakce lidí. Skládá se ze složky osobní a situační. Leninova teorie psychologického pole vysvětluje, jak v situaci osobního rozhovoru na sebe tazatel s respondentem působí. Vzájemné ovlivňování způsobuje, že se chování účastníků v rozhovoru postupně vyrovnává. Pokud si však respondent v sobě nese napětí, může se rozhovor stát mechanismem jeho uvolnění. Tazatelé musí být speciálně vyškoleni a na vysoké profesionální úrov-

ni, aby dokázali vést rozhovor tak, aby jeho výsledkem byly co nejméně zkreslené údaje (Surynek a kol., 2001).

Podle Surynka začátek rozhovoru a jeho další rozvíjení musí být přirozené, nenásilné. Po úvodním seznámení respondenta s tématem rozhovoru a jeho smyslem proto následují jednoduché a snadno zodpověditelné otázky, rozhovor musí být pro respondenta zajímavý, musí udržet jeho pozornost a ochotu odpovídat.

Základní druhy otázek (Surynek a kol., 2001):

- Uzavřené, otevřené a polootevřené

Uzavřené otázky mají předem stanoveny varianty odpovědí. V této kategorii otázek existuje celá řada poddruhů: alternativní otázky, selektivní otázky, vzájemně se vylučující odpovědi, vzájemně se podmiňující odpovědi, škálové. Otevřené otázky nepředkládají dotazovanému žádnou variantu odpovědi předem. Dávají respondentovi velkou svobodu k vyjádření, ale jsou pro něj také dosti obtížné. Variabilita odpovědí na tyto otázky je velmi široká. Polootevřené otázky představují spojení otevřených otázek s uzavřenými. Polootevřené otázky dávají nabídku předem daných odpovědí a pokud si z nich respondent nevybere, má možnost doplnit svou individuální alternativu.

- Přímé a nepřímé otázky

Přímé otázky jsou formulovány tak, že je respondentovi zřejmý smysl dotazu. Otázky mohou být přímé formou i obsahem nebo jen přímé formou. Nepřímé otázky jsou opakem přímých otázek. Jde o aplikaci psychologických metod a technik.

- Instrumentální a meritorní otázky

Instrumentální otázky se rozlišují na otázky vytvářející správnou atmosféru pro dotazování, otázky průběhové a analytické. Meritorní otázky zjišťují potřebné informace vztahující se přímo nebo nepřímo k předmětu zkoumání. Můžeme je dělit na popisné, zpřesňující, měřítkové.

Sestavení dobrého dotazníku je náročnou činností, která vyjadřuje velkou představivost a intuici. Otázky v dotazníku musí být v podobě srozumitelné všem budoucím respondentům. Doporučuje se proto střídání jednoduchých a složitých otázek, otázek přitažlivých a oblíbených a otázek náročných a pracných. Při vlastním dotazování je nejdůležitější navázání kontaktu s respondentem. Tazatel by měl umět vzbudit důvěru. Důvodem pro odmít-



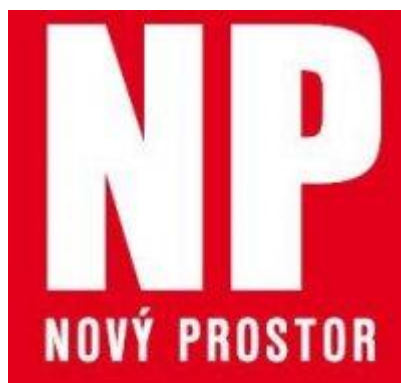
nutí rozhovoru ze strany respondenta je například nedůvěra v anonymitu šetření. Záznam odpovědi by měl být prováděn bezprostředně po odpovědi do předem připraveného záznamového listu nebo formuláře scénáře rozhovoru. (Surynek a kol., 2001).

## II. PRAKTICKÁ ČÁST

## 5 PŘEDSTAVENÍ ORGANIZACE NOVÝ PROSTOR, O.S. A ČASOPISU NOVÝ PROSTOR

Celá tato kapitola je vytvořena s pomocí informací získaných na stránkách Nového Prostoru,

občanské sdružení. Nový Prostor byl založen v roce 1999 v Praze jako neziskové občanské sdružení.



*Obr.6 Logo Nového Prostoru, občanského sdružení*

Posláním Nového Prostoru jsou především:

- rozvoj oblasti sociálního podnikání
- podpora a rozvoj prostředí a dílčích projektů z oblastí sociálního podnikání
- vývoj a realizace sociálně-terapeutické pracovní služby street-paper
- vývoj a realizace unikátního tréninkového programu rozvoje klíčových kompetencí s ohledem na uplatnitelnost na otevřeném trhu práce
- destigmatizace osob bez přístřeší, informování o realitě příčin a důsledků
- prosazování práv a zájmů sociálně handicapovaných osob
- medializace sociální problematiky
- postupná změna vnímání problematiky bezdomovství ve společnosti
- představování rolí a funkcí NNO ve společnosti prostřednictvím časopisu NP

Nový Prostor dává možnost pracovat všem, kteří pracovat chtějí a mohou, ale jinde příležitost nenašli. Pomáhá preventivně osobám, které se mohou dostat do tíživé životní situace. Realizuje sociálně prospěšné projekty.

Důležité milníky:

1998 - registrace občanského sdružení Nový Prostor

1999 - začínáme prodávat časopis „PATRON“

2000 - vznikly regionální pobočky Ostrava, Brno, Plzeň

2001 - přejmenovali jsme časopis na „Nový Prostor“

2002 - vznikly regionální pobočky Olomouc, Pardubice, České Budějovice, Ústí nad Labem, Uherské Hradiště

2003 - byl nastaven a spuštěn program rozvoje klíčových kompetencí

2004 - krizový režim, útlum grantů a dotací před startem ESF programů v ČR

2005 - vznik projektů financovaných z ESF

2006 - start projektu Equal (<http://www.hrdi.cz/>), vznik projektu Aktivizace pracovního potenciálu (JPD3), Street Papers - Nový Prostor Brno - Job Center (OP RLZ), Kvalitní pracovníci, kvalitní služba (JPD3), New Space - street papers (CEE Trust)

2007 - rozsáhlá reorganizace spojena s enormním nárůstem zaměstnanců v projektech, re-design časopisu a webových stránek. Všechny projekty projekty započaté v roce 2006 pokračovaly dle jejich harmonogramů.

2008 - realizace projektu Street Paper - sociální rehabilitace, dotažení a ukončení projektů:

- H/R/D/I

- Aktivizace pracovního potenciálu sociálně znevýhodněných osob na trhu práce

- Kvalitní pracovníci - kvalitní služba

- Projekt Street Papers - Sociální rehabilitace Praha

- Projekt Street Paper - Nový Prostor Brno - Job Center

- vydání publikace 10 úspěšných příkladů sociálního podnikání

2009 - start tříletého projektu brněnské pobočky NP "Zajištění vybraných sociálních služeb na území Jihomoravského kraje", reg. č. CZ.1.04/3.1.00/05.00019

2010 - Nový Prostor slaví desáté výročí od vydání nultého čísla časopisu, tehdy ještě pod názvem PATRON.

2011 - ukončení tříletého projektu brněnské pobočky Zajištění vybraných sociálních služeb na území Jihomoravského kraje", reg. č. CZ.1.04/3.1.00/05.00019.

Nový Prostor je čtrnáctideník, jehož prodejci jsou lidé v sociální tísní, osoby bez přístřeší a lidé ohrožení sociální exkluzí. Polovina z každého prodaného výtisku zůstává prodejcům. Časopis akcentuje své poslání nejen jako pomoc prodejcům v nouzi, ale také jako příležitost pro vznik jedinečné komunikační platformy, která jde napříč sociálními, věkovými a kulturními sférami. Časopis Nový Prostor je součástí mezinárodní sítě street-paperů INSP.

Nový Prostor, dle stránek Nového Prostoru, začal vycházet pod názvem Patron v zimě 1999 a byl koncipován jako společenský měsíčník s důrazem na sociální témata a alternativní kulturu. Martina Řehořová, první šéfredaktorka po několika měsících odchází na mateřskou dovolenou a každý z dalších šéfredaktorů k této základní koncepci přidal něco svého. První zásadní zlom v koncepci časopisu, jeho obsahu a stylu, přišel s nástupem Fabiana Golga v září 2002. Časopis se tehdy profiloval jako angažovaný, ostrý a provokativní časopis s kontroverzně zpracovanými tématy a odvážnou grafikou. Druhý zásadní zlom, který definoval současnou podobu časopisu, přišel v červnu roku 2003, kdy byla správou redakce pověřena skupina autorů, grafiků a fotografů sdružených kolem Megabenu.

Po několika špatně vypadajících experimentálních číslech se časopis od podzimu roku 2003 začal prezentovat jako živý a interaktivní společenský magazín, který se zajímal o tematiku lidských práv, ekologie, sociálně vyloučených a samozřejmě i o kulturu. Tyto tematické okruhy zůstaly v centru zájmu časopisu dodnes.

Šéfredaktorka Erika Hníková nastoupila do redakce v červenci 2006. V průběhu léta a listopadu byla vybrána nová redakce, změna koncepce a designu časopisu byla provedena od vánočního čísla 272, které vyšlo 27. listopadu 2006.

Členy redakce byli Ondřej Slačálek a Tomáš Rychetský, nový grafický návrh dělal Antonín Kopp a Tomáš Mikovič. Cílem redakce bylo vydávat odvážný, provokující, kritický a zároveň čtivý časopis se zaměřením na ekologická, sociální a okrajová témata. Jeho stránky byly rozděleny do následujících rubrik: fejeton, pošli to dál, hlavní téma, stránka pro ženy, referát, komix, rozhovor, kultura a uličníci, dvě stránky věnované našim prodejcům.

V dubnu 2007 se k redakci pod vedením Eriky Hníkové připojila Veronika Hrdinová. Ta se v září 2007 stala novou šéfredaktorkou a po odchodu staré redakce přizvala ke spolupráci dva nové redaktory (politologa a právníka Tomáše Bojara a sociologa a dokumentaristu Ivo

Bystřičana). Současná redakce nadále usilovala o to, aby v centru pozornosti časopisu zůstala témata z oblasti sociální problematiky, ekologie, menšin a alternativní kultury. Současně se snaží, aby Nový Prostor byl citlivým k tomu, co se odehrává na každodenní úrovni. Proto upřednostňuje texty od autorů, kteří „mají oči k vidění“, a za kterými stojí osobitá zkušenost.

V červnu roku 2008 se redakce časopisu změnila a na pozici šéfredaktora nastupuje Alexandr Budka, který buduje nový redakční tým, složený z Tomáše Havlína, Martiny Křížkové, Zuzany Brodilové a Jaroslava Fialy. Současná redakce se zároveň snaží využít nezávislosti na komerčních vydavatelstvích, distribuci a vlivných inzerentech k akcentování témat, která stojí na okraji zájmu naší mediální scény. Díváme se na věci kolem sebe nezatíženi mediálními stereotypy, poskytujeme prostor širokému spektru autorů a vytváříme tak potřebnou alternativu k hlavnímu proudu. Prostřednictvím Nového Prostoru mají možnost k veřejnosti promlouvat i ti, jejichž hlas do sdělovacích prostředků jinak nepronikne nebo je velmi zkreslen.

V květnu roku 2011 nastupuje na pozici šéfredaktora Tomáš Havlín. Redakce pokračuje ve stejném složení k naplnění vytyčených cílů.

Časopis Nový prostor poskytuje lidem v sociální tísní možnost řešit vlastními silami svou situaci a získat respekt okolí prodejem kvalitního renomovaného titulu. Současná redakce, jejíž složení nalezneme na stránkách Nového Prostoru, se zároveň snaží využít nezávislosti na komerčních vydavatelstvích, distribuci a vlivných inzerentech k akcentování témat, která stojí na okraji zájmu naší mediální scény. Díváme se na věci kolem sebe nezatíženi mediálními stereotypy, poskytujeme prostor širokému spektru autorů a vytváříme tak potřebnou alternativu k hlavnímu proudu. Prostřednictvím Nového prostoru mají možnost k veřejnosti promlouvat i ti, jejichž hlas do sdělovacích prostředků jinak nepronikne nebo je velmi zkreslen.

Nové průkazky prodejců Nového Prostoru

Čtenáři Nového Prostoru zřejmě vědí, že prodejci časopisu nosí v práci viditelně umístěný průkaz. Pokud jej připnutý nemají, jedná se s velkou pravděpodobností o podvodníky. Tito lidé, tzv. pytláci, jsou často vyloučenými prodejci, kteří nedodržovali pravidla sociální služby. Při prodeji časopisu například pili alkohol, žebrali peníze od kolemjdoucích a poru-

šovali další body Kodexu prodejce. Nelegální prodejci se nejčastěji objevují v Praze, ale v poslední době se s nimi lze setkat také v dalších městech republiky.

Nelegální prodejci často obtěžují kolemjdoucí, používají časopis jako záminku k žebrání nebo vylákání peněz (poté, co přijmou čtyřicet korun, odmítají za ně dát časopis s tím, že je „poslední“). Popírají tak samotný smysl street-paperu a poškozují poctivé prodejce. Pytláci často hrají na city dobročinné veřejnosti nevěrohodnými vyprávěními o tom, že mají např. těhotnou manželku, dítě s postižením nebo nemocnou maminku.



Obr.7 Průkaz prodejce časopisu Nový Prostor

Policie po konzultaci s pracovníky Nového Prostoru těmto podvodným prodejčům průkazy postupně zabavuje. Pytláci ale přešli na vyšší úroveň a umí stávající průkazky falšovat. Proto se zavádí nové průkazy, které umožňují výraznější identifikaci, a zároveň jsou mnohem hůře padělatelné. Pomohou tak jasně odlišit prodejce Nového Prostoru od podvodníků. Jde o zachování dobrého jména poctivých prodejců a co největší transparentnost prodeje Nového Prostoru. Jak tedy podle průkazu poznáte, že před vámi skutečně stojí řádný prodejce Nového Prostoru? Nové průkazky mají ochranné prvky proti falšování průkazu a zároveň obsahují zřetelnější údaje. Těmito údaji na průkazce jsou: fotografie, křestní jméno prodejce, prodejní místo (a číslo prodejního místa), telefonní kontakt na Nový Prostor.

Inzerce v časopise

Nový Prostor je nezávislé tištěné médium. Časopis čtivým způsobem nabízí alternativní pohledy na témata společenská, kulturní, ekologická, lidská, právní, a na problematiku neziskového sektoru. Do jeho rubrik stabilně přispívají renomovaní novináři a odborníci (Jan Jandourek, Ota Ulč, Jan Keller, Jan Stern, Stanislav Komárek, Martin Kontra, Jan Jiráček, Jiří Ptáček aj.).

Nový Prostor se prodává na ulicích devíti velkých českých měst (Praha, Brno, Hradec Králové, Ostrava, Plzeň, Pardubice, České Budějovice, Olomouc a Třinec) prostřednictvím lidí, kteří jsou v sociální nouzi. Tento způsob distribuce podporuje ideu nezávislého street časopisu se sociálním zaměřením.

Projekt „Rádio prodejců Nového Prostoru“ podpořeno Nadačí Vodafone z fondu „Rok jinak“

Koordinátorka projektu Brit P. Jensen. Projekt byl zahájen 7. 2. 2011 a ukončen 30. 4. 2011 (výroční zpráva NP za rok 2011). Jedním z cílů projektu bylo natočit reportáže s prodejci Nového Prostoru (dle informací ze stránek Nového Prostoru) o jejich každodenních starostech i strastech. Celkem bylo natočeno 14 reportáží, z toho 6 v Praze a 8 v Brně. Dalším cílem bylo vysílání těchto reportáží na webových stránkách, tak i na vlnách konvenčního rádiového vysílání. Na webových stránkách Nového Prostoru byla vytvořena sekce s názvem „Rádio NP“. V polovině května 2011 bylo na tyto stránky umístěno 12 rádio reportáží s fotografiemi prodejců. Ve vydání časopisu Nový Prostor č. 375, které vyšlo 10. 5. 2011 byl tento projekt inzerován a podpořen rozhovorem s koordinátorkou projektu Brit P. Jensen, aby čtenáře časopisu na tento projekt upozornil. V květnu 2011 byly na stanicích Český Rozhlas 3 a Český Rozhlas 7 o tomto projektu odvysílány dokumenty a reportáže.



## 6 VÝZKUM

Cílem práce bylo objasnit situaci, co sociálně vyloučeného člověka motivuje k práci, jak motivace k práci ovlivňuje život člověka, podmínky a aktuální situaci, v níž se daný člověk nachází. Jak sociálně vyloučený člověk reaguje na pochvalu, kritiku či nespravedlnost. Jaké mají mezi sebou tyto lidé vztahy, jaké jsou jejich podněty k práci.

Cílem praktické části bude ověření mnou stanovených předpokladů:

- člověk se nestane sociálně vyloučeným vlastním přičiněním, co nebo kdo se může také podílet na sociálním vyloučení člověka,
- sociálně vyloučený člověk se zapojí do projektu street-paper nejen kvůli materiálním hodnotám, ale i proto, aby si udržel spojení s veřejností, s veřejným životem a neuzavřel se do sebe,
- do projektu street-paper se zapojí sociálně vyloučený člověk bez ohledu na pohlaví, je tedy zapojeno do projektu více mužů nebo více žen,
- do projektu street-paper se zapojí sociálně vyloučený člověk bez ohledu na věk, a má třeba věk vliv na prodejnost, na dlouhodobost prodeje.

### 6.1 Příprava a popis výzkumu

Bakalářská práce vychází z teoretických prací a průzkumů, které se zabývají street-paperovými projekty a sociálně vyloučenými lidmi. Následně se prostřednictvím empirického šetření pokusí tato práce potvrdit či vyvrátit mnou stanovené předpoklady. Tohoto se dosáhne pomocí metody individuálního osobního rozhovoru. Rozhovory byly vedeny s prodejci časopisu Nový Prostor. Empirický výzkum byl zaměřen na sociálně vyloučené lidi ve věku od 18 let ve městech Brno a Olomouc. Realizované výzkumné šetření bylo omezeno z hlediska své reprezentativnosti, jelikož rozsah výzkumného souboru byl deset až patnáct respondentek a respondentů z průzkumného vzorku sociálně vyloučených v obou městech.

Výzkumný proces probíhal od října 2012 do ledna 2013. Byl vytvořen dotazník s několika otázkami, které byly kladeny prodejčům Nového Prostoru. Metodou, kterou jsem si vybrala pro svoji bakalářskou práci a ke zkoumání daného problému, je individuální osobní rozhovor s prodejci časopisu Nový Prostor. Tito lidé mají reálnou šanci vrátit se do běžného ži-

vota, jsou schopni se ze své obtížné životní situace dostat vlastním přičiněním. Hlavním cílem mého šetření bylo zjistit, proč se tito lidé dostali na ulici, co bylo příčinou jejich vylovení a zda jsou schopni a ochotni se svojí situací něco dělat. Rozhovory byly vedeny s 15 osobami. Snažila jsem se oslovit co nejširší věkové spektrum, muže i ženy.

Ze stránek Nového Prostoru byly ve městech Brno a Olomouc vytipováni vhodní a dostupní respondenti a respondentky. Rozhovory probíhaly od 5. ledna do 20. ledna 2013. Na začátku každého rozhovoru jsem dotazovaného seznámila s cílem práce, s otázkami dotazníku, byla jim zaručena anonymita rozhovoru. Rozhovory probíhali podle předem připraveného dotazníku, někdy dotazovaní v rámci své odpovědi zodpověděli i jinou otázku, tudíž tato již kladena nebyla. Rozhovory se odehrávaly hlavně na ulici, na vlakovém nádraží, ve vchodech do obchodních domů. Délka rozhovoru se pohybovala kolem 25 minut a otázky byly kladeny otevřené, jasně formulované. Důležité bylo také dodržet zásadu vstřícnosti, zájmu, vytvoření atmosféry důvěry ze strany respondenta, snažit se v otázkách nenaznačovat odpovědi.

Všem dotazovaným byla zaručena anonymita, proto také v práci není uvedeno žádné konkrétní místo, kde se rozhovor uskutečnil a jsou uvedena pouze křestní jména respondentů.

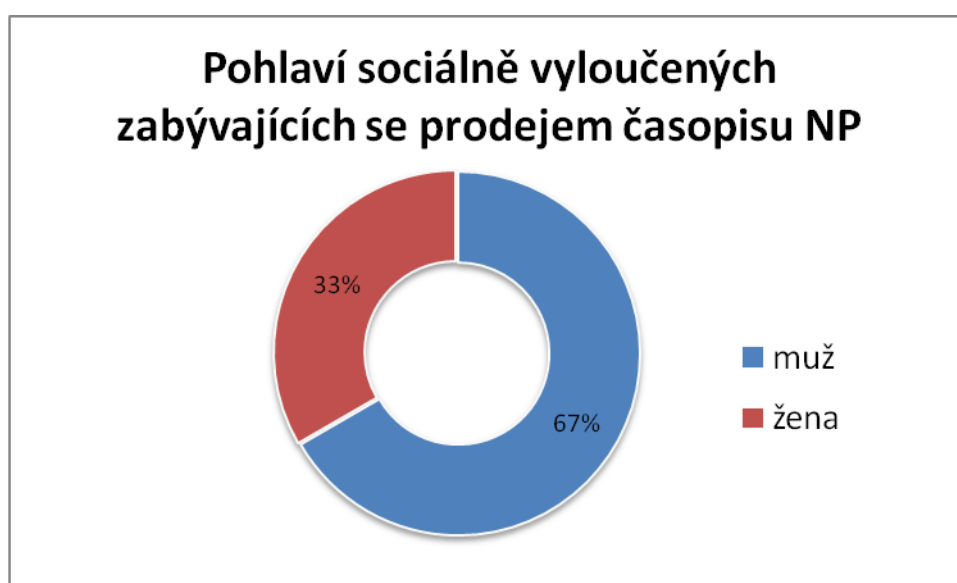
## 6.2 Vyhodnocení, analýza a interpretace výsledků

Na můj první dotaz, zda prodej časopisu Nový Prostor je jedinou prací, kterou respondent dosud vykonával, odpověděla většina dotazovaných, že ne. Téměř všichni prodejci někde již pracovali a museli zaměstnání ukončit z různých důvodů. Někdo odchodem do důchodu, jiný z důvodu propouštění, jedna žena se musela starat o invalidního manžela, další zase kvůli svým zdravotním problémům. Převážná většina dotazovaných byli vyučeni v nějakém oboru.

Všem se práce jako prodejce Nového Prostoru líbí, vykonávají ji rádi, ale v budoucnu by se chtěli věnovat něčemu jinému, třeba se vrátit ke své původní profesi. Paní Drahomíra například sní o tom, že by měla trafikou, prodávala by dále časopisy, ale nemusela by stát na ulici a měla by tak svoje zázemí. Paní Hana má zase představu, že by dělala třeba někde v charitě nebo v sociálních službách, protože má ráda lidi a chtěla by jim pomáhat. Hlavně postiženým a invalidním. Paní Ludmila by zase nejraději pracovala jako uklízečka nebo by chtěla pomáhat starým lidem, třeba chodit na nákupy nebo nosit obědy. Má ale vážné pro-

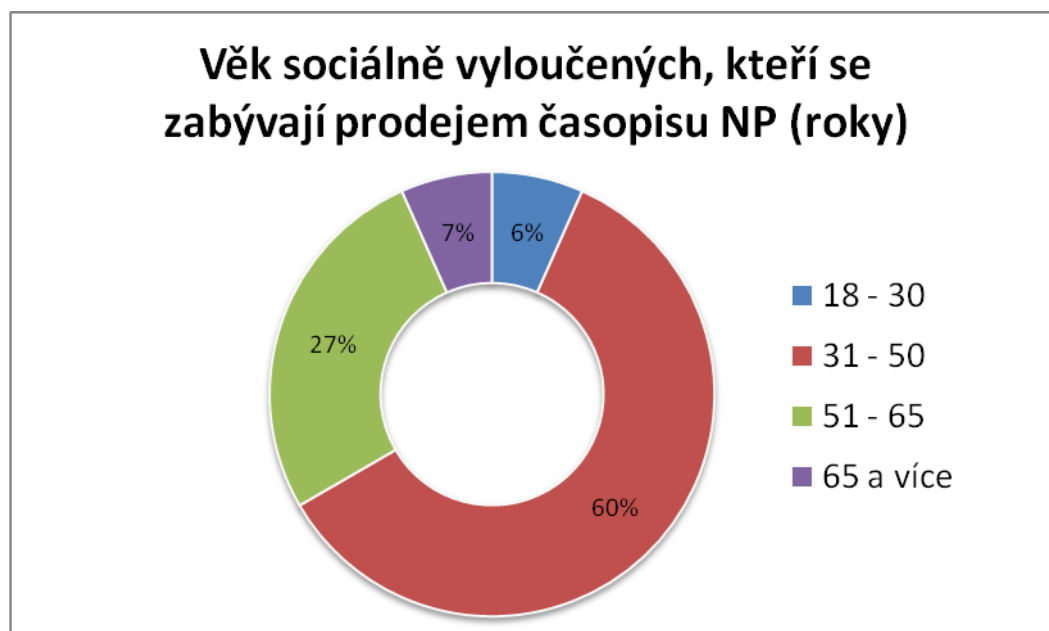
blémy s ledvinami, takže najít odpovídající práci je dost těžké. Někteří mají ještě i další zaměstnání, například roznáší poštu nebo se zabývají inzercí.

Pokud šlo o otázku, zda se setkávají s ostatními prodejci, téměř všichni odpověděli, že pouze při přebírání časopisu v kanceláři. Jen asi dva respondenti dodali, že také někdy v hospůdce nebo když si vzájemně pomáhají, třeba vymalovat byt. Někteří ještě v charitě při obědě. Ale vzájemné kamarádské vztahy mezi nimi nepanují. Pouze se navzájem tolerují.



*Graf č. 1. Pohlaví sociálně vyloučených zabývajících se prodejem časopisu Nový Prostor*

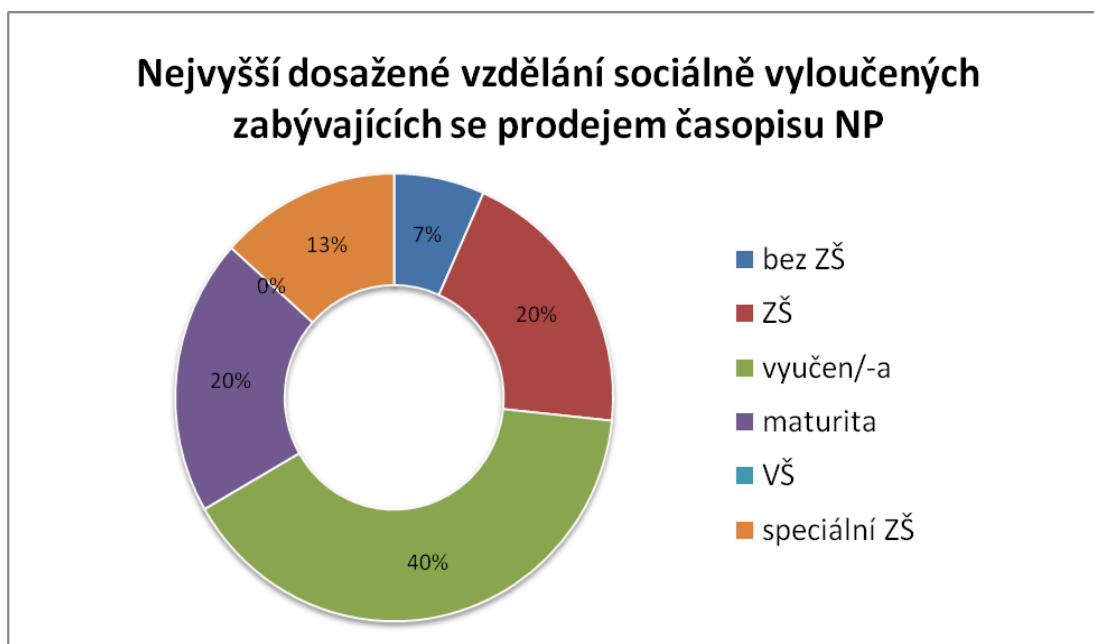
Graf je rozdělen na muže a ženy, tedy do dvou kategorií. Ze zjištění vyplývá, že nezáleží na pohlaví sociálně vyloučených lidí, časopis prodávají jak muži tak ženy, i když mužů je více. Je zřejmé, že pohlaví nemá vůbec žádný vliv na to, aby se sociálně vyloučený člověk zapojil do pracovního procesu. Záleží pouze na vůli každého jedince, zda je ochoten podstoupit každodenní pracovní činnost, a to jít si do kanceláře pro časopis, musí na něj mít samozřejmě peníze. Každý, kdo chce prodávat časopis, musí si jej zakoupit za 20 korun a následně za 40 korun tento časopis prodat. Z každého čísla tedy prodejci zůstává 20 korun, za které si může pořídit, co zrovna nejvíce potřebuje. Potom se postaví na předem určeném místě a prodávat a snažit se prodat co nejvíce, protože podle toho, kolik časopisů prodá, se dále odvíjí další život a možnosti tohoto člověka. Věk nerozhoduje, protože tito lidé jsou ochotni pro své znovu zapojení se do společnosti udělat maximum. Proto pokud jim to zdraví dovolí, jsou ochotni pracovat.



*Graf č. 2. Věk sociálně vyloučených, kteří se zabývají prodejem časopisu Nový Prostor*

Věkové kategorie byly rozděleny do čtyř. Nejvíce je zastoupena kategorie mezi věkem 31 až 50 let. Ze získaných údajů je zřejmé, že věk na prodej časopisu Nový Prostor nemá vůbec žádný vliv. Prodejem časopisu se zabývají lidé od 18 let až do hodně vysokého věku. Při ověřování mnou stanovených předpokladů jsem dokonce narazila na prodejce, kterému bylo 73 roků. Tento muž žije sám a bydlí v azylovém domě, kde má svůj pokoj. Je vyučen kuchařem s maturitou, proto pro něj není ani v těchto letech problém uvařit si, vyprat a uklidit. Působil velice čistým a upraveným dojmem. Bylo to překvapující zjištění, protože všeobecně je mezi lidmi vytvořen názor, že lidé sociálně vyloučení jsou jen povaleči, smrdí a jsou špinaví. Tento člověk byl ale pravý opak. Časopis prodává denně a to hlavně z toho důvodu, aby byl mezi lidmi,

Nejvíce prodejců se nachází v kategorii, která zahrnuje lidi v nejproduktivnějším věku, což mě překvapilo. Tito lidé by měli podle mě být zapojeni do pracovního procesu jinými formami, například podle svého vzdělání, dovedností. Jako prodejce časopisu na ulici bych si představila spíše lidi starší, tak až po 50 roku věku. V tomto věku již lidé hledají hůře pracovní uplatnění na trhu práce, protože v tomto věku a většinou i se zdravotními potížemi je nikde zaměstnat nechtějí.

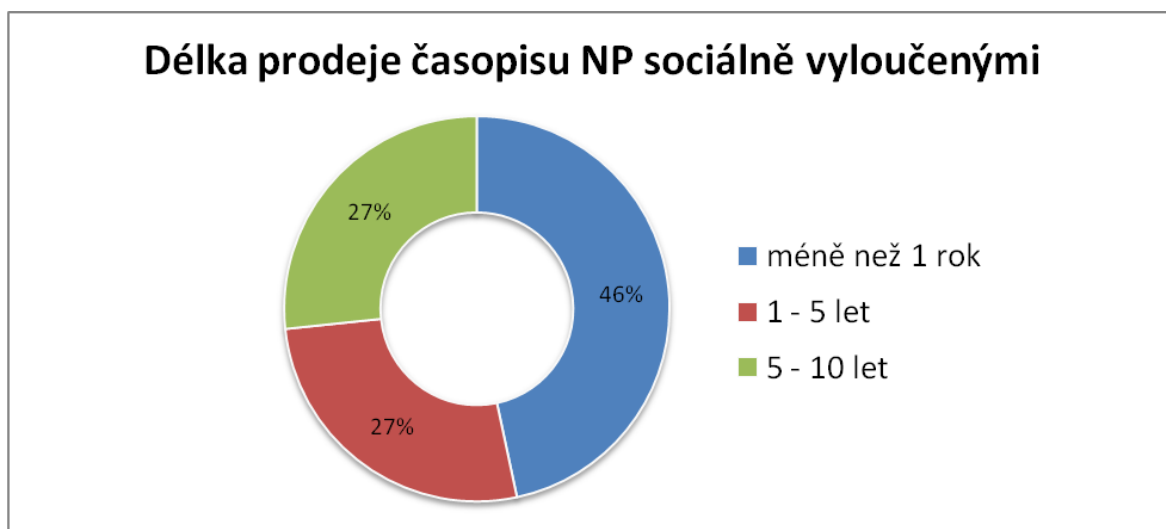


*Graf č. 3. Vzdělání sociálně vyloučených zabývajících se prodejem časopisu Nový Prostor*

Vzdělání sociálně vyloučených bylo zjišťováno v šesti kategoriích, přičemž nejvíce je zastoupena kategorie vyučen/-a. Z toho tedy vyplývá, že tato skupina lidí má největší problémy najít si práci odpovídající svému vzdělání. Jsou to většinou lidé vyučení v těžkém průmyslu, šičky, ze zemědělství. Protože se velké množství fabrik zavíralo, zanikla zemědělská družstva a skončily i fabriky zabývající se tkaním látek a výrobou přízí a potažmo jejich zpracováním, šitím a pletením oděvů, velké množství lidí přišlo o práci ne svojí vinou. Bohužel se již nemají kam vrátit, tak musí zkoušet i jiné možnosti výdělků. Prodejců v kategorii bez základního vzdělání, se základním vzděláním a ze speciální základní školy je méně. Jsou mnohdy na velmi nízké mentální úrovni v myšlení, že by i tuto práci prodejce zvládli s jen s většími obtížemi. Stávají se často terčem různých podvodníků, kteří je okradou i o těch málo korun, co si prodejem časopisu Nový Prostor vydělají.

Prodejců časopisu, kteří mají střední vzdělání, tedy maturitu, se vyskytlo mezi mnou dotazovanými 20 procent. Bylo to trochu překvapivé zjištění, ale vzhledem k tomu, že se jednalo téměř ve všech případech o lidi se sklonem k hazardním hrám, k alkoholu, ke drogám, nebylo toto překvapení až tak velké. Řešili těmito závislostmi svoje jak pracovní tak životní problémy a mělo to dopad na jejich pracovní výkon a posléze k propuštění z práce.

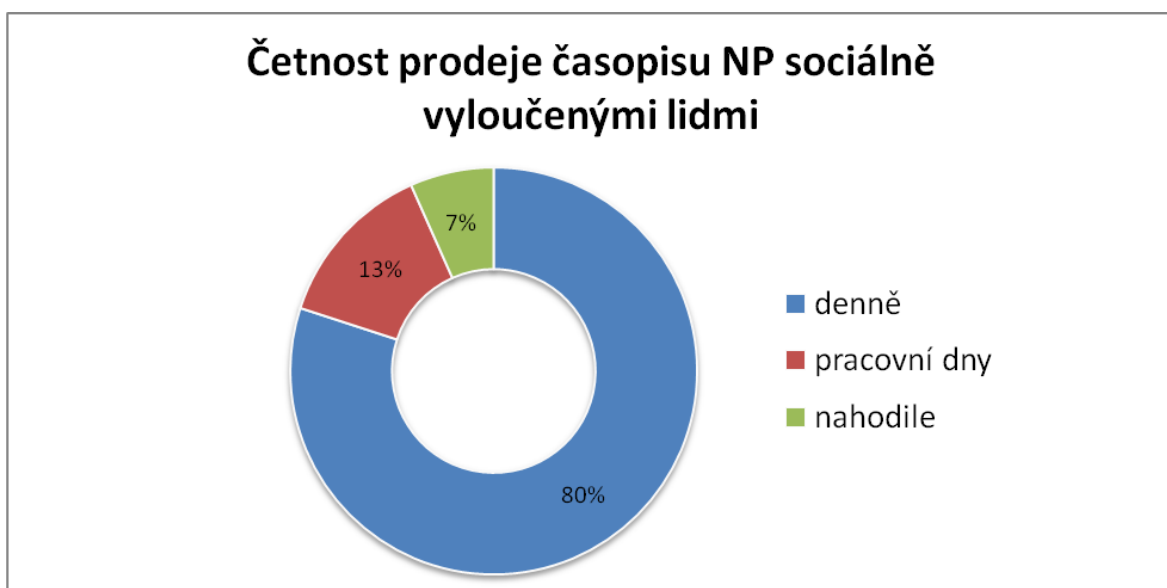
Největším překvapením byl pro mě muž, který vůbec nevypadal jako člověk sociálně vyloučený nebo jako bezdomovec. Dokonce měl nedokončenou vysokou školu. Působil velice inteligentním dojmem. Měl ještě jednu práci kromě prodeje časopisu, který prodával pouze dva měsíce. Potřeboval si pouze přivydělat, než si najde odpovídající bydlení i práci.



*Graf č. 4. Délka prodeje časopisu Nový Prostor sociálně vyloučenými*

Zde bylo zkoumáno, jak dlouho se prodejci zabývají prodejem časopisu. Ze tří kategorií byla nejvíce zastoupena kategorie méně než jeden rok. V této skupině byli i dotazovaní, kteří prodávali časopis první den. Není to jednoduché stát každý den na ulici a prodávat časopis, hodně prodejců toto dlouho nevydrží a odejdou. Podle dotazovaných je kritická doba překonat jeden rok prodávání a potom už si na to člověk zvykne. Cílem tohoto projektu prodeje časopisu Nový Prostor, tedy projektu street-paper, je v neposlední řadě vytvoření pracovních návyků u lidí sociálně vyloučených, motivovat tyto lidi ke změně, protože tito často končí u drog nebo alkoholu. Je potom velice těžké a složité těmto lidem ze závislosti pomoci a nějakou přijatelnou formou je přimět k tomu, aby zase začali pracovat. Je důležité pomoci těmto lidem získat znovu sebevědomí, obnovit pracovní dovednosti a návyky, počítačovou dovednost a v neposlední řadě trénovat zaměstnání s výdělkem. Musí se s penězi naučit hospodařit, nechávat si určitou část výdělků na znovu zakoupení dalších časopisů, aby i další den měli co prodávat a měli výdělek. Pokud všechny vydělané peníze jeden den utratí, již další den nemají na zakoupení dalších výtisků a nemají finanční prostředky na zaplacení například potravin nebo ubytování. Z grafu je patrné, že opravdu téměř polovina prodejců jsou nováčci do jednoho roku prodeje. Další dvě skupiny do pěti

let a do deseti let jsou již vyrovnané, jsou to již stálí pracovníci, prodejci časopisu Nový Prostor. Tito lidé již nějakým způsobem získali návyk na práci a umí s penězi hospodařit.

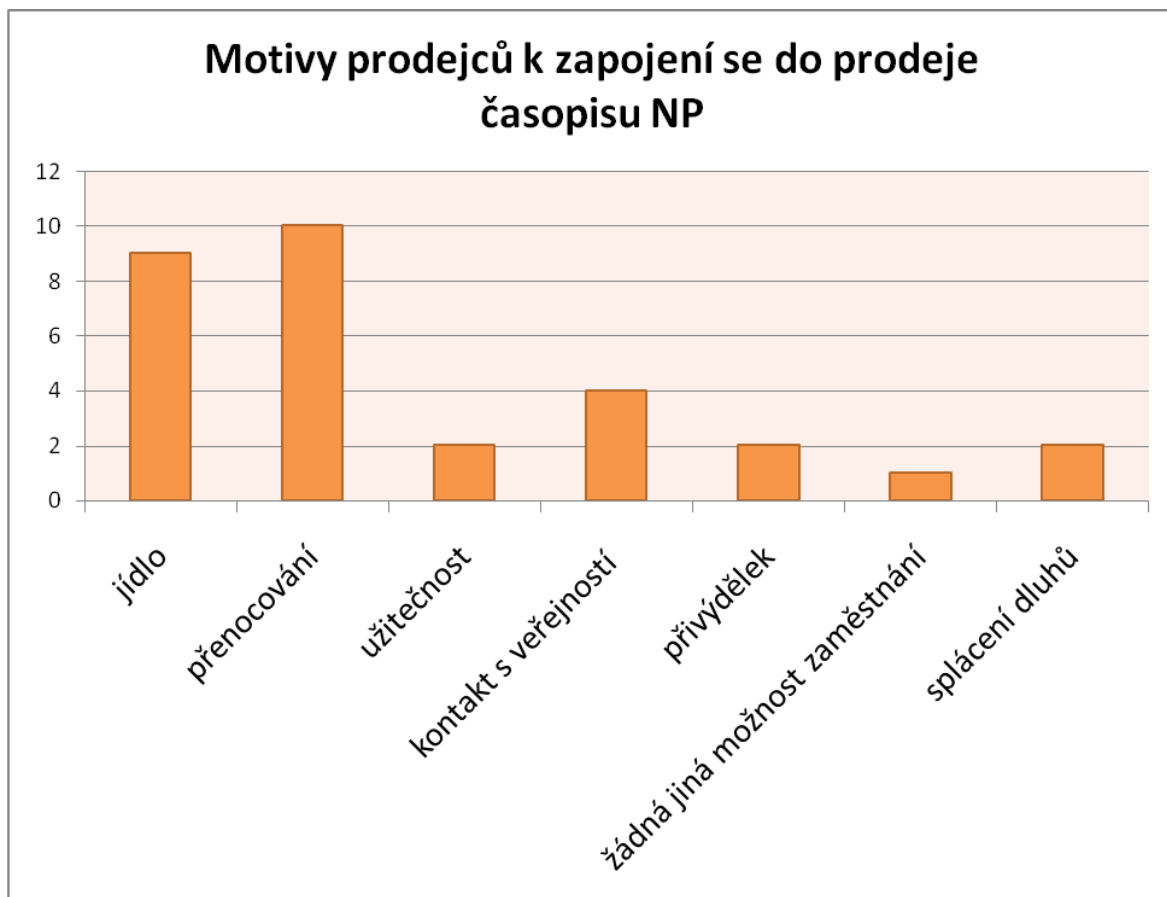


*Graf č. 5. Četnost prodeje časopisu Nový Prostor sociálně vyloučenými lidmi*

Tento graf nám ukazuje, jak často prodejci časopisu Nový Prostor prodávají. Většina těchto sociálně vyloučených lidí prodává časopis denně, a to i o sobotách a nedělích. Každý den jsou do kanceláře a tam si koupí tolik časopisů, na kolik mají peníze. Jeden časopis je stojí 20 korun a prodají jej za 40 korun. Potom jdou na svoje stanovené a určené místo, což mají uvedené i na průkazce, kterou u sebe musí každý prodejce časopisu Nový Prostor mít. Většinou mají tuto průkazku pověšenou na krku nebo připnutou na kabátu či svetru. Potom už je jen na nich, jak jsou šikovní, jak umí komunikovat s lidmi, aby prodali co nejvíce časopisů, nejlépe všechny, co si odebrali v kanceláři. Když časopisy prodají, mají z každého výtisku 20 korun pro sebe a mohou z tohoto obnosu zaplatit buď jídlo, nebo ubytování, koupit si něco pro sebe. V této souvislosti je třeba také uvést, že lidé sociálně vyloučení vítají možnost výděлку ihned, tedy za období kratší než jeden měsíc nebo týden. Vyplácení mzdy za delší časové období je podle zjištění pro většinu dotázaných nemotivující. Je pro ně velmi důležité vidět svůj výdělek co nejdříve, což prodejem časopisu se děje denně.

Někteří prodejci časopisu si nechávají víkendy volné. Pokud přeruší prodej, tak převážně jde o přerušení ze zdravotních důvodů, někdy z důvodu špatného počasí. Typické pro sociálně vyloučené je, že si neplatí zdravotní pojištění a mají proto velmi ztížený přístup ke zdravotní péči. Lékaři je tedy v některých případech odmítají ošetřit z obavy, že od zdravotní pojišťovny nedostanou za službu zapláceno. Proto také většina dotázaných

k lékaři nechodí, léčí se sami. Nemohou si ale dovolit dlouho stonat, nikdo jim peníze jen tak nedá.



Graf č. 6. Motivy prodejců časopisu NP

Při dotazu, proč, z jakého důvodu tedy hlavně časopis Nový Prostor prodávají, bylo zjištěno, že převážná většina tuto práci vykonává z důvodu aby měli co jíst a také aby měli peníze na bydlení. To byly hlavní dva důvody. Dále potom, aby byli ve styku s veřejností, že se tím cítí být ještě užiteční pro společnost.

Ze sedmi uvedených kategorií bylo tedy zjištěno, že největší motivací prodejce prodávat časopis je zajistit si denně jídlo a bydlení. Bydlení je jeden z nejdůležitějších prvků v procesu začleňování sociálně vyloučených do společnosti. Je důležité, aby byla pro tyto lidi dostatečná nabídka finančně dostupného bydlení. Většina těchto lidí žije buď v azylových domech, charitách nebo v sociálních bytech. Je pro ně tedy nutností vydělat peníze, protože jinak by neměli na zaplacení nájemného a museli by tudíž spát třeba někde na lavičce venku. Protože se tyto lidé ale necítí být bezdomovci, snaží se vydělat peníze a



bydlení si platit. Stejně tak s jídlem, jsou rádi, že si vydělají nějaké peníze a mohou si koupit alespoň základní potraviny. Že by čekali na to, až jim někdo něco dá nebo šli žebrat, tak to vůbec nepřipouští. Všichni dotazovaní uváděli, že v žádném případě by nežebrali, že peníze na obživu si chtějí vydělat vlastním přičiněním a snahou. Nemohou si samozřejmě dovolit žádná drahá jídla nebo chodit do restaurací na obědy nebo večeře, ale pro skromné žití jim peníze z prodeje časopisu postačují. Třetí v pořadí je kontakt s veřejností, s okolím. Mezi veřejností je vžitý názor, že bezdomovci pracovat nechtějí. Někteří dotazovaní uvedli, že je pro ně velmi důležité být mezi lidmi, mluvit s nimi, komunikovat. Většinou jsou to lidé, kteří převážně pracovali právě v nějakém pracovním kolektivu a byli denně ve styku jak se spolupracovníky tak s veřejností. Mají proto stále potřebu s lidmi být v kontaktu a nechtějí se uzavřít a zůstat na okraji společnosti sami. Někteří rodinu buď nikdy neměli nebo ji ztratili nebo s rodinou vůbec nekomunikují, a to z různých důvodů. Například rozvod, úmrtí partnera, drogová a alkoholová závislost a jiné. Proto vlastně jedinou rodinou těchto lidí je veřejnost, kolemjdoucí lidé, kupující časopisu Nový Prostor. Práce je pro ně moc důležitá, cítí se užiteční.

Pro dokreslení bych uvedla dva uskutečněné individuální osobní rozhovory s prodejci časopisu Nový Prostor. Další rozhovory budou vloženy v příloze P II.

Muž, 65 let, vyučen.

Pan Jaromír prodává časopis Nový prostor již sedm roků a za tu dobu prodej přerušil pouze ze zdravotních důvodů. Tato práce je pro něj hlavním zdrojem příjmů, protože v jeho věku a zdravotním potížením jej nikde zaměstnat nechtěli. Je rád, že je mezi lidmi, povídá si s kolemjdoucími, má mezi nimi již svoje stálé zákazníky a známé. Řekl mi, že mezi bezdomovci je hodně těch, kteří chtějí jen brát a nic dávat neumějí, dokonce někdy ubližují těm, kteří se chtějí do pracovního procesu zapojit, nedokáží se zbavit svých závislostí, zejména závislosti na alkoholu. Pan Jaromír se už léta alkoholu nedotknul, jako prodejce časopisu si to ani dovolit nemůžu, protože je chodí kontrolovat zaměstnanci Nového prostoru. Jeho situace je složitá v tom, že svoji rodinu má až v Berouně a vůbec se s ní nestýká. Před deseti lety uzavřel půjčku, kterou ale přestal splácet, protože neměl práci a finanční prostředky. Nyní činí jeho dluh na půjčce skoro 150 000,- korun, což zřejmě není schopen do konce života splatit. I když časopis prodává denně i v sobotu a v neděli, denně prodá nejvíce 10 kusů časopisu, což činí výdělek 200,- korun za den. Teoreticky si tedy v průměru může vydělat za měsíc maximálně 6000,- korun. Peníze za prodej časopisu musí pokrýt výdaje na ubytování na ubytovně, celodenní stravu.

Pan Jaromír byl vyučen zámečником, ovšem tuto práci již nevykonává mnoho let. Podnik, ve kterém pracoval, hromadně propouštěl a nakonec byl uzavřen zcela. Musí se tedy spoléhat pouze sám na sebe. Dále mi sdělil, že vůbec není spokojen s pomocí státu a státních institucí, které se snažil kontaktovat, protože ti mu prý pouze „házeli klacky pod nohy“. Naopak velkou pomoc a důvěru mu poskytli sociální pracovníci v Charitě a také lidé v Novém prostoru. Je za tuto práci moc rád a doufá, že mu zdravotní stav dovolí ji vykonávat ještě několik dalších let. S ostatními prodejci Nového prostoru se neseťkává, pouze se vidí v kanceláři při přebírání časopisů. Tak asi 3x do týdne. S některými se setkává ještě v Charitě a také na obědě. Žádné kamarády ale mezi nimi nemá. Každý prý je spíše tak sám pro sebe, jak říká pan Jaromír.

Muž, 73 let, vyučen.

Pan Jan prodává časopis Nový prostor celkově 10 roků, ale v Olomouci teprve 1 rok. Před tím prodával časopis v Ostravě. Narodil se v Maďarsku, poté se s rodinou odstěhoval na Slovensko a odtud potom do Ostravy, kde žil 32 roků. Byl 15 roků ženatý, ale děti nemá, pouze nevlastní dceru z manželčina prvního manželství. Nyní žije sám a bydlí v azylovém domě, kde má svůj pokoj. Je vyučen kuchařem s maturitou, proto pro něj není ani v těchto letech problém uvařit si, upécti buchty, má také pračku a sám si i pere a uklízí. Musím říci, že na mě působil velice čistým a upraveným dojmem. Bylo to pro mě překvapující zjištění, protože lidé mají na takové lidi již vytvořen názor, že jsou to povaleči, smrdí a jsou špinaví. Tento člověk byl ale pravý opak.

Časopis prodává denně a to hlavně z toho důvodu, aby byl mezi lidmi, Řekl mi, že celý život se pohyboval mezi lidmi a je zvyklý s nimi komunikovat. Proto je pro něj tato práce tak moc důležitá, cítí se užitečný a má rád lidi.

S ostatními prodejci se vůbec nestýká, vidí se pouze při odběru časopisů v kanceláři Nového prostoru. Žádné kamarády nemá a jak mi řekl, ani mu nescházejí. Kamarády, které měl, zůstali v Ostravě. Do Olomouce se přestěhoval po smrti manželky, protože ho z bytu vyhodila jeho nevlastní dcera.

Před odchodem do důchodu, což byl důvod ukončení jeho předchozího zaměstnání, pracoval jako kuchař v různých hotelech v Ostravě, dokonce byl jednou vyslán na soutěž do Kanady do Montrealu, kde se v soutěži kuchařů umístil na krásném druhém místě.

V azylovém domě, kde momentálně bydlí, je celkem spokojen, zde mu také nejvíce pomohli.

Pan Jan se necítí být bezdomovcem, bydlení má, dokáže se o sebe postarat a pracoval až do důchodového věku. V práci byl úspěšný, nikdy neměl problémy se zákonem. Pracovat by již vůbec nemusel, má důchod. Ale jak už jsem zmínila, jde mu o to být mezi lidmi, nebýt sám a nemít pocit, že je již pro společnost neužitečný. Při těchto slovech měl pan Jan slzy v očích. Bylo na něm vidět, že to myslí upřímně a doopravdy.

### 6.3 Přínos sociální pedagogiky v pomoci sociálně vyloučeným lidem

Sociální pedagogika se zaměřuje na oblasti, jako je vliv prostředí a výchovy, rozmanitost výchovných vlivů sociálních prostředí a koncentruje se na činnosti, ve kterých se realizuje sociálně pedagogická praxe.

Bezdomovectví je považováno za sociálně patologický jev společnosti. Oblast působení sociální pedagogiky se týká všech lidí, všech věkových skupin a dotýká se problémů celé společnosti. Sociální pedagogika má v sobě několik různých přístupů, aby tento nežádoucí jev byl odstraněn. Především má sociální pedagogika možnost posilovat sociální kompetence bezdomovců. Ovšem nejdůležitější je dle mého názoru její působení na úrovni primární, tedy v rodině a posléze ve škole. Může se snažit předcházet různým patologiím, například záškoláctví, alkoholismus, drogy, rozvodovost, které mohou v pozdější době vyústit právě v bezdomovectví. Sociální pedagogika také působí na poli veřejné osvěty, ve školách probíhá výchova k multikulturalismu.



*Obr. 8 I lidé bez domova mohou číst a vzdělávat se*

Je důležité připomenout, že problematika lidských práv a multikulturalismus je stále více aktuální. Postoj veřejnosti k bezdomovcům je dnes spíše negativní, protože rozsáhlejší bádání v této oblasti prozatím není.

## ZÁVĚR

Celá bakalářská práce je věnována sociálně vyloučeným lidem, jejich snaze a také motivaci zapojit se znovu do společnosti a nezůstat na jejím okraji. Problém bezdomovectví je celosvětový problém a stále narůstá. V naší republice jde konkrétně o zapojení do Projektu street-paper, tedy pouliční prodej časopisu Nový Prostor.

V teoretické části se první kapitola práce zabývá street-paperovými projekty, jejich charakteristikou. Dále potom posláním street-paperových projektů, jejich vznikem a vývojem. Druhá část bakalářské práce je zaměřena na aktuální podobu street-paperových projektů. Jsou zde uvedeny jak zahraniční projekty, tak i projekty v České republice. Třetí kapitola pojednává o sociálně vyloučeném člověku, jeho potřebách a jeho charakteristikou. Je zde také uveden Program sociálního začleňování pro osoby ohrožené sociálním vyloučením a osoby již sociálně vyloučené. Čtvrtá kapitola popisuje motivaci jako takovou, definice motivace a motivační teorie. V páté kapitole jsou popsány metody výzkumu, konkrétně metoda individuálního osobního rozhovoru, který je v práci využit.

V praktické části práce je v šesté kapitole představena organizace Nový Prostor, o.s. a také časopis Nový Prostor. Sedmá a poslední část práce je věnována samotnému výzkumu, přípravě a popisu výzkumu. Předposledním bodem práce je vyhodnocení, analýza interpretace výsledků. V tomto bodě byly analyzovány jednotlivé otázky dotazníku, které byly kladeny prodejčům časopisu. Této analýzy bylo dosaženo pomocí grafů. Bylo například zjištěno, že prodejem časopisu se více zabývají muži a to ve věku mezi 50 – 65 lety. Zároveň z analýzy vyplývá, že nejvíce prodejců je vyučeno. Tyto lidi k práci motivuje především nedostatek finančních prostředků na jídlo a bydlení. Několik dotázaných také uvedlo, že je k této práci motivuje udržení si kontaktu s veřejností, s okolím, se společností.

V posledním bodu práce jsem se pokusila nastínit, jak by mohla sociální pedagogika pomoci v předcházení a v prevenci sociálně patologických jevů, ať už je to alkoholismus, drogy, záškoláctví aj. Mohlo by se tím v pozdější době předejít právě vzniku bezdomovectví. Proto vidím největší poslání sociální pedagogiky právě v preventivním působení a to primárně v rodině a také ve škole. Zde je třeba zachytit negativní vlivy sociálně patologických jevů a předejít jim.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

### MONOGRAFIE

ANDERSON, N. The hobo: the sociology of the homeless man. Chicago: Taylor & Francis, 2005, ISBN 0-415-38355-2

BOUKHARI, S. The press takes to the street. Paris: The UNESCO Courier, 1999.

DAY, D. The Long Loneliness: The Autobiography of Dorothy Day. New York: Curtis Books, 1952.

DEPASTINO, T. Citizen hobo: how a century of homelessness shaped America. Chicago: University of Chicago Press, 2003, ISBN 0-226-14378-3.

DODGE, Ch. Words on the Street: Homeless People's Newspapers. Chicago: American Libraries, 1999.

GREEN, N. F. Trying to write a history of the role of street newspapers in the social movement to alleviate poverty and homelessness. Cleveland: Street Paper Focus Group, 1999.

HARMAN, D. Read all about it: street papers flourish across the US. Washington: The Christian Science Monitor, 2003.

HOWLEY, K. Community Media: People, Places, and Communication Technologies. Cambridge: Cambridge University Press, 2005, ISBN 0-521-79228-2.

HRADECKÁ, V., HRADECKÝ, I. Bezdomovectví – extrémní vyloučení. Praha: Naděje, 1996. 107 s., ISBN: 80-902292-0-4.

HRADECKÝ, I. a kol., Definice a typologie bezdomovectví. Praha: Naděje, 2007. 50 s., ISBN: 978-80-86451-13-8 (brož.).

KELLER, J. Tři sociální světy: sociální struktura postindustriální společnosti. 2. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2011. 211 s., ISBN 978-80-7419-044-5.

KELLER, J. Nedomyšlená společnost. Vyd. 4. Brno: Doplněk, 2003. 125 s., ISBN 80-7239-091-0.

KOTLER, P. Moderní marketing. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

LOKŠOVÁ, I. a LOKŠA J. Pozornost, motivace, relaxace a tvořivost dětí ve škole. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999, 199 s. ISBN 80-7367-176-x

MAREŠ, P. Sociologie nerovnosti a chudoby. Praha: Slon, 1999. 248 s., ISBN: 80-85850-61-3.

NIERMEYER, R., KUNST, P., SEYFFERT, M. Jak motivovat sebe a své spolupracovníky. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 109 s., ISBN 8024712237.

PAUKNEROVÁ, D. Psychologie pro ekonomy a manažery. 2., přeprac. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2006, 254 s. ISBN 80-247-1706-9.

PLAMÍNEK, J. Tajemství motivace: jak zařídít, aby pro vás lidé rádi pracovali. 2., dopl. vyd. Praha: Grada, 2010. 127 s., ISBN 978-80-247-3447-7.

SURYNEK, A., KAŠPAROVÁ, E., KOMÁRKOVÁ, R. Základy sociologického výzkumu. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2001. 160 s., ISBN 80-7261-038-4.

ŠTĚCHOVÁ, M., LUPTÁKOVÁ, M., KOPOLDOVÁ, B. Bezdomovectví a bezdomovci z pohledu kriminologie. Institut pro kriminologii a sociální prevenci, 2008.

TRPIŠOVSKÁ, D. Úvod do psychologie., Ústí nad Labem: PF UJEP Ústí n.L., 1996.

VÝROST, J., SLAMĚNÍK, I. Sociální psychologie. 2., přeprac. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2008. 404 s., ISBN 978-80-247-1428-8.

## **INTERNETOVÉ ZDROJE**

Bezdomovci. *IReferáty* [online]. 2007 [cit. 2013-03-12]. Dostupné z: <http://ireferaty.cz/331/3380/Bezdomovci>

Fédération Européenne d'Associations Nationales Travaillant avec les Sans Abri (Evropská federace národních sdružení pracujících s bezdomovci). *FEANTSA* [online]. 2013 [cit. 2013-03-13]. Dostupné z: <http://www.feantsa.org/>

International Network of Street Papers. *INSP* [online]. 2013 [cit. 2013-03-13]. Dostupné z: <http://www.street-papers.org/>

Ministerstvo práce a sociálních věcí. *MPSV* [online]. 2010 [cit. 2013-03-13]. Dostupné z: <http://www.mpsv.cz/cs/2090>

North American Street Newspaper Association. *NASNA* [online]. 2013 [cit. 2013-03-13]. Dostupné z: <http://www.nasna.org/>



Nový Prostor. *Nový Prostor* [online]. 2013 [cit. 2013-04-09]. Dostupné z: <http://www.novyprostor.cz/>

Podpora sociálně-integračních politik a služeb. *POLIS* [online]. 2005 [cit. 2013-03-13]. Dostupné z: <http://epolis.cz/page.php?location=&menu=first&id=28&idNotion=9>

Vláda České republiky. *Úřad vlády* [online]. 2010 [cit. 2013-03-13]. Dostupné z: <http://www.vlada.cz/cz/urad-vlady/vydavatelstvi/vydane-publikace/prirucka-pro-socialni-integraci-79363/>.

## **SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obr. 1 Titulní stránka časopisu Hobo News .....	13
Obr. 2 Logo mezinárodní sítě street-papers International Network of Street Papers ....	14
Obr. 3 Titulní strany časopisů street-paper z různých zemí .....	17
Obr. 4 Logo NASNA - The North American Street Newspaper Association .....	17
Obr. 5 Maslowova pyramida potřeb .....	29
Obr. 6 Logo Nového Prostoru, občanského sdružení .....	34
Obr. 7 Průkaz prodejce časopisu Nový Prostor .....	38
Obr. 8 I lidé bez domova mohou číst a vzdělávat se .....	52

**SEZNAM TABULEK A GRAFŮ**

Tab. 1 Přehled kontinentů a států včetně názvu časopisů .....	14
Graf č. 1. Pohlaví sociálně vyloučených zabývajících se prodejem časopisu NP .....	42
Graf č. 2. Věk sociálně vyloučených, kteří se zabývají prodejem časopisu NP .....	43
Graf č. 3. Vzdelání sociálně vyloučených zabývajících se prodejem časopisu NP .....	44
Graf č. 4. Délka prodeje časopisu NP sociálně vyloučenými .....	45
Graf č. 5. Četnost prodeje časopisu NP sociálně vyloučenými lidmi .....	46
Graf č. 6. Motivy prodejců časopisu NP .....	47

## **SEZNAM PŘÍLOH**

Příloha P I: Dotazník pro prodejce časopisu Nový Prostor

Příloha P II: Individuální osobní rozhovory s prodejci časopisu Nový Prostor

## **PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK S PRODEJCI ČASOPISU NOVÝ PROSTOR**

Pohlaví:

Věk:

Vzdělání: bez ZŠ, ZŠ, vyučen, maturita

1. Je prodávání časopisu NP vaše jediná práce, kterou jste dělal/a? ANO  
NE

- Jestli-že ne, jako práci jste před tím dělal/a?
- Z jakého důvodu jste v předchozím zaměstnání skončil/a?
- Chcete tuto práci vykonávat i v budoucnu, nebo máte jiný plán?

2. Jak dlouho časopis NP prodáváte?

- Přerušili jste někdy toto zaměstnání na nějakou dobu? Z jakého důvodu?

3. Prodáváte denně, nebo jen nahodile?

- Jestliže nahodile, proč?

4. Setkáváte se s ostatními prodávajícími? ANO NE

- Pokud ano, tak kdy a kde?

5. Prodávám časopis NP,:

- abych měl/a co jíst
- abych měl/a kde spát
- protože cítím se užitečný
- abych se setkal/a se stejnými lidmi, jako jsem já
- abych byl v kontaktu s ostatní veřejností (kupující časopisu NP)
- protože je na mě rodina/kamarádi hrdí a váží si mě
- protože jsem na sebe hrdý, se sebou spokojený
- jiný důvod .....

6. Chcete mi sám/a něco říct?

## **PŘÍLOHA P II: INDIVIDUÁLNÍ OSOBNÍ ROZHOVORY S PRODEJCI ČASOPISU NOVÝ PROSTOR**

Muž, 56 let, vyučen.

Pan Zdeněk je vyučen jako hutník železných kovů, pracoval různě po montážích, na jeřábech, téměř 20 let pracoval ve firmě TOS Olomouc. Ze zaměstnání ale musel odejít, protože se propouštělo. Bohužel již potom žádné zaměstnání nemohl sehnat a proto začal pracovat jako prodejce časopisu Nový prostor.

Tuto práci vykonává pan Zdeněk již 2 roky, nepřetržitě a denně. Do budoucna by ale chtěl dělat ještě něco jiného, sleduje různá výběrová řízení a momentálně se zúčastnil výběrového řízení u firmy Epava Olomouc, což je tiskárna. Dále také zkoušel získat práci na Floře Olomouc, ale to by se jednalo pouze o sezónní práce, tudíž přes zimu by musel mít ještě práci jinou.

S ostatními prodejci se nestýká, pouze na služebně při odběru časopisů. Řekl mi, že jsou i tací, kteří si odeberou takový zkušební první balíček, který obsahuje 5 časopisů, které dostane začínající prodejce zdarma. Jinak si musí každý časopis koupit za 20,- korun a prodat za 40,- korun, má tedy výdělek z časopisu 20,- korun. No a někteří si vezmou prvních pět a nechce se jim stát na určeném místě a prodávat, dají časopisy jinému prodejci třeba za 50,- korun a raději si jdou koupit krabicové víno. A nebo těch pět časopisů prodají, nenechají si žádné peníze na další časopisy a všechny peníze utratí.

Pan Zdeněk je rozvedený, děti nemá, s rodinou žádné kontakty neudrží. Je ale pyšný na to, že nebydlí někde na ubytovně nebo v azylovém domě, ale má ještě s jedním kamarádem sociální byt, který má 30 m rozlohu, mají tam kuchyňskou linku, pračku, ledničku, sami si perou a vaří, platí 100,- korun denní nájem. Musí se tedy docela snažit, aby na nájem vydělal, ale svěřil se mi, že zatím mu to vychází a je moc rád, že má své bydlení. Před tím bydlel rok v charitě a tam se mu dle jeho slov moc nelíbilo. Nyní je spokojený.

Prodejem časopisu si tedy vydělává hlavně na nájem a také na jídlo. Je velice komunikativní a proto je moc rád, že jeho místo je poblíž školy, proto jeho stálými klienty jsou profesori a studenti. Moc rád si s nimi povídá a oni si od něj časopis rádi kupují. Nebo, jak mi řekl, někdy si časopis nekoupí, ale dají alespoň 20,- korun.

Žena, 51 roků, vyučena.

Paní Zuzana vypadala zpočátku velice nedůvěřivě a měla jsem pocit, že si se mnou nebude chtít povídat. Když jsem jí ale vysvětlila, že je to jen anonymní rozhovor, že nikdo z textu nepozná, že jde právě o ni, tak mi rozhovor s vyplněním dotazníku přikývla. Zřejmě pro ni bylo silným motivem i to, že jsem si od ní koupila jeden výtisk časopisu Nový prostor. Oči se jí hned rozzářily a byla sdílnější.

Paní Zuzana je vyučená švadlena, ale dělala i jiné práce, například uklízečku, pomocnou sílu v kuchyni. Z posledního zaměstnání byla bohužel propuštěna pro nedostatek práce a od té doby nic nesehnala. Je vdaná 4 roky, má jednu dceru, která se učí cukrářkou. S manželem a dcerou bydlí v bytě, jako bezdomovec se tedy v žádném případě necítí. Je pouze v tíživé životní situaci a prodejem časopisu se pouze přivydělává. Pobírá plný invalidní důchod.

Časopis Nový prostor paní Zuzana prodává již 7 roků a stále ji to baví. Je ráda mezi lidmi, jak říká, doma by se zbláznila. Denně prodá tak 7 – 8 časopisů, což dělá měsíčně skoro 4 tisíce korun. A to už je podle ní hodně peněz. Nejvíce si pochvalovala dobu před vánocemi, kdy jsou lidé na sebe o něco víc milí a laskaví, takže pro ně není problém dát víc, než stojí časopis. Potom je výdělek i dvojnásobně větší. Ale bohužel jsou vánoce jen jednou do roka, dodala smutně.

S ostatními prodejci se vůbec nestýká, pouze když se s nimi náhodně setká při přebírání časopisu. Nemá mezi nimi žádné kamarády ani kamarádky, dle jejích slov, jsou to většinou lidé bez domova, žijící v charitách nebo azylových domech a ona přece má svůj vlastní byt, rodinu, není odkázána pouze na tuto práci a proto se zřejmě cítí trošku jako lepší člověk.

Paní Zuzana na mě působila veselým a spokojeným dojmem. Musela jsem jí slíbit, že se za ní určitě podívám v létě, až budu mít práci dokončenou a že spolu zajdeme do cukrárny. Ráda jsem jí to slíbila.

Žena, 50 let, základní vzdělání.

Paní Drahomíra stála na svém určeném místě ještě se svým invalidním synem, kterého má ve své péči. Má ještě dceru, ale o tu se stará její bývalý manžel, moc se s nimi dle jejích slov nestýká. Je rozvedená, nyní žije s přítelem, ale vdávat se prý již nebude, ušetří tak za rozvod.

Tato žena na mě působila velice přátelským a veselým dojmem od prvního momentu, co na srdci to na jazyku, jak se říká.

Pochází z Jesenicka, má pouze základní vzdělání, takže pracovala vždy pouze jako pomocná dělnice, pomocná pracovní síla. Z posledního zaměstnání odešla z důvodu těhotenství a od té doby stálé zaměstnání nemá, pouze sezónní práce nebo brigády. Prodejcem časopisu Nový prostor je již třetím rokem a je spokojená. Pracuje denně od 7,30 do 15,00 hodin kromě neděle, tu si nechává volnou, aby se mohla více věnovat synovi. S ostatními prodejci se stýká nejen při přebírání časopisu v kanceláři Nového prostoru, ale také s nimi ráda zajde na pivo nebo jen tak posedět a povídat si. Paní je velice komunikativní a dokáže se bavit s každým člověkem.

Paní žije na ubytovně a tuto práci dělá z toho důvodu, že není nic jiného. Peníze z prodeje použije převážně na jídlo a ubytování. Byt, kde žila s bývalým manželem, nebyl její, takže se po rozvodu musela vystěhovat. Bere ještě sociální dávky a syn má invalidní důchod.

V budoucnu by ale paní Drahomíra chtěla dělat něco jiného. Sní o tom, že by měla trafikou, prodávala by dále časopisy, ale nemusela stát na ulici a měla by tak svoje zázemí. Snad se jí toto splní, moc bych jí to přála.

Také by si chtěla pořídit nějaké svoje bydlení, třeba maličké, ale aby nemusela bydlet se synem na ubytovně. Jak mi sdělila, ubytovna je pro ni hrozné místo, jsou tam opilci, feťáci a různí cizinci, žije tam tak trochu ve strachu. A to nejen o sebe, ale hlavně o svého invalidního syna. Je mentálně zaostalý, takže může každému naletět.

Při odchodu jsem si koupila jeden výtisk časopisu a dala jsem paní Drahomíře o 10 korun více. Byla tak ráda, že mě ihned objala, což jsem vůbec nečekala a trochu mě tím zaskočila. Ale musím přiznat, že mile.



Žena, 46 let, maturita.

Paní Hana byla prvním prodejcem, se kterým jsem se setkala, který by byl na svém prodejním místě první den. Měla jsem tedy štěstí, tato žena tu byla první den a když jsem k ní přistoupila, tak ještě neměla prodán ani jeden výtisk. Abych ji povzbudila, tak jsem si hned jeden časopis koupila a tím prolomila ledy. Na paní byla vidět nervozita už jen z toho, že je tu dnes poprvé a ještě k tomu má odpovídat na nějaké otázky. Uklidnila jsem ji, že je to opravdu anonymní a nic tím neriskuje. Že si budeme jen tak povídat. Po chvíli tedy svolila, ale nedůvěřivá byla trochu pořád.

Jak jsem již tedy zmínila, prodejcem časopisu Nový prostor se teprve stala, ale chce prodávat denně, protože peníze z prodeje jsou momentálně její jediné finance a musí zaplatit ubytování v charitě a také něco jíst. Na nic jiného jí peníze nezbývají.

Paní Hana pracovala jako agronomka a také jako ošetřovatelka v Bohnicích. Před pár lety se seznámila s přítelem a odjela s ním do Hamburku. Přítel byl Němec a měl tam vlastní byt. Jak mi sdělila, tak němčina pro ni nebyla problém, učila se ji ve škole, když studovala. O přítele se starala denně, protože byl na invalidním vozíku a vyžadoval péči 24 hodin. Bohužel nedávno zemřel a protože žila v jeho bytě a neměla na něj žádné právo, jeho dcera ji z bytu vyhodila a ona se ocitla na ulici. Vrátila se tedy do České republiky. S rodinou se nestýká a žádné děti nemá. Žila také nějakou dobu ve sqotu, ale tam by se prý vrátit určitě nechtěla. Nejraději by měla svůj vlastní byt, aby nebyla na nikom závislá.

Má několik dobrých známých, a to jak v charitách, tak těch, co prodávají časopis Nový prostor. Díky nim se tedy dostala do Prahy a k prodeji tohoto časopisu. Tam to ale bylo podle jejích slov hodně nebezpečné a Praha je pro ni moc velké město. Raději se tedy přemístila za známými do Olomouce. Zde jí také známí pomohli najít prozatímní ubytování v charitě. Jak ale říká, nechce tuto práci dělat dlouho a bude si shánět něco jiného, práci i bydlení. Má představu, že by dělala třeba někde v charitě nebo v sociálních službách, protože má ráda lidi a chtěla by jim pomáhat. Hlavně postiženým a invalidním.

Žena, 48 roků, vyučená.

Paní Ludmila pochází ze Zlína, kde se také vyučila šičkou ve firmě Svit Zlín. Tuto práci ale nikdy nedělala, protože hned po vyučení se přestěhovala za přítelem do Brna. Měla různá zaměstnání, většinou jen pomocné práce nebo krátkodobé brigády. Je rozvedená, děti nemá a již dlouho žije bez partnera. Ke mně byla zpočátku dost nedůvěřivá, dokonce kroutila záporně hlavou, že se mnou rozhovor vést nechce. Koupila jsem jí kafe v automatu a paní Ludmila se rozpovídala. Nemá prý moc dobré zkušenosti s lidmi, byla vždy velice důvěřivá a většinou se jí to nevyplatilo, buď ji okradli nebo i fyzicky napadli jiní bezdomovci.

Ona sama žije v azylovém domě, je tam docela spokojená, moc se tam nezdržuje, protože většinu dne tráví na svém stanovišti a prodává časopis Nový prostor. Prodejem časopisu se již živí asi 7 let. Tímto prodejem si hlavně vydělává na jídlo a bydlení. Tuto práci ale do budoucna dělat nechce, ještě prý tak rok nebo dva, ale nemá ještě vytvořenou představu, co by chtěla potom dělat. Jako šička se už ale živit nemůže, protože toto již neumí a učit se nechce. Nejradyji by prý pracovala jako uklízečka nebo by chtěla pomáhat starým lidem, třeba chodit na nákupy nebo nosit obědy. Má ale vážné problémy s ledvinami, takže najít odpovídající práci je dost těžké.

S ostatními prodávajícími se stýká pouze při odběru časopisů, jinak ne. Nemá mezi nimi kamarády. Ostatním bezdomovcům se vyhýbá, protože z nich má strach, hlavně ve večerních hodinách, kdy je jich většina, podle slov paní Ludmily, opilých a agresivních.

Hodně je také paní Ludmila nespokojena s úřady, zejména se Správou sociálního zabezpečení, která podle ní nerozlišuje mezi klienty a všechny je hází do jednoho koše. Jednu chvíli byla 10 měsíců úplně bez peněz, byla nemocná a nemohla pracovat. Úřady jí nepomohly, kdyby nebylo dobrých lidí kolem ní, tak by tu prý již nebyla. Posléze dostala 2000 Kč na měsíc.

Paní Ludmila mi řekla, že je vždy smutná z toho, když se na ni lidé dívají jako na lidský odpad. Ona se přece snaží, pracuje, bohužel jinou práci nesehnala i když se snažila. Na druhou stranu ale říká, že je pořád většina lidí a je jich stále více, co ji neodsuzují, naopak se jí snaží pomoci už jen tím, že si koupí časopis. Tak jsem si také jeden koupila, aby měla paní Ludmila co jíst a kde spát.

Muž, 26 let, zvláštní škola.

Když jsem se blížila k panu Josefovi, už z dálky z něj vyzařovala pozitivní energie. Snažil se oslovovat lidi na chodníku, kteří šli kolem něj. Stále se usmíval a snažil se s lidmi komunikovat. Když jsem mu sdělila, že bych s ním ráda vedla rozhovor o jeho práci, o tom, proč tuto práci dělá a zda ho baví, hned bez váhání souhlasil.

Hned z několika prvních vět jsem pochopila, že je silně věřící, což mi také posléze sám řekl. Neměl prý lehké dětství, rodiče má až v Praze a 3 sestry též. Ještě před pěti lety byl na drogách, protloukal se všelijak. Je ale přesvědčen, že v boji s drogami mu pomohl Bůh, díky němu je dnes bez drog. A opravdu vypadal hodně bezstarostně a šťastně. Svěřil se mi, že chodí do Jakubského kostela každou neděli zvonit a večer tam ministruje. Dal se na víru a věří v Boha. To mu prý dává hodně síly.

Jelikož má pouze zvláštní školu, moc prací dělat nemůže. Pracoval v různých úklidových četách, na stavbách jako pomocný dělník. Bohužel narazil na takové firmy, které přestali platit a ještě mu dvě firmy dluží dohromady 35000 Kč, které již zcela jistě neuvidí. Říká, že ho podvedli a okradli.

Časopis Nový prostor prodává již 2 roky nepřetržitě, denně. Do práce nejde pouze když je nemocný. Prodej časopisu ho baví a cítí se užitečný, ale přece jen do budoucna by chtěl dělat něco jiného. Má sen být pracovníkem u hlídací agentury, které hlídají různé nákupní střediska. Tak snad se mu to splní, budu mu držet palce.

S ostatními prodávajícími se setkává pouze na firmě, když si jde vyzvednout časopisy. Jinak se nimi nestýká, když si chce s někým popovídat, jde do kostela a promlouvá s Bohem.

Pan Josef bydlí na ubytovně, kde se mu docela líbí. Není náročný, jak tvrdí, hlavně, že se má kde vyspat. V jídlu též není vybíravý, někdy prý mu i kolemjdoucí dají něco k snědku. Je za to moc vděčný. Je rád, že může být mezi lidmi, komunikovat s nimi. Už má mezi nimi i svoje stálé klienty, kteří si chodí kupovat časopis pravidelně. Byl moc rád, že jsem si časopis také koupila a nechal jsem mu nějaké drobné navíc. Byl to moc příjemný mladý člověk.

Muž, 50 let, maturita, nedokončená vysoká škola.

Již když jsem se blížila k panu Robertovi, říkala jsem si, že asi špatně vidím, to se mi zdá, protože tento muž vypadal velice kultivovaně, upraveně, sympaticky, dost dobře a pěkně čistě oblečen, nikdy bych ho nezařadila mezi bezdomovce. A přece je.

Pan Robert souhlasil s rozhovorem, ale chtěl raději jít trošku bokem, aby si mohl zapálit cigaretu, protože prý je chodí kontrolovat, nesmí kouřit a být pod vlivem alkoholu, jinak jim mohou strhnout nějaké peníze. Zdá se, že v Novém prostoru vládne docela přísný režim, ale to je dobře, tito lidé si musí vytvořit určité pracovní návyky, takže důslednost je na místě.

Tento muž je dost vzdělaný a inteligentní, má ještě další zaměstnání, dělá poštovního doručovatele ráno před tím, než jde prodávat časopis. Je již několik let rozvedený, protlouká se různě. Manželce nechal být, ale prý už toho lituje, že byl takový dobrák.

Pracoval v různých podnicích na různých pracovních pozicích, například jako manažer obchodu, vedoucí skladu a tak podobně. Bohužel ho postihla závažná nemoc a musel se podrobit několika operacím, což si vyžádalo dost dlouhou dobu léčení a bohužel firma si za něj našla náhradu.

Časopis Nový prostor prodává dva měsíce a denně, i soboty a neděle. S ostatními prodejci se nestýká, pouze při odběru časopisů. Prý by si s nimi neměl o čem povídat. Tuto práci dělá proto, aby měl co jíst a také aby měl na ubytování. Bydlel již různě, na noclehárnách, v domě sociální prevence. Nyní žije na ubytovně, ale moc se mu tam nelíbí, hlavně ostatní lidé, co bydlí na ubytovně. Vadí mu, že moc pijí a jsou potom moc hluční a agresivní. On je abstinent, ale kouří.

Pan Robert má jednoho syna, který vystudoval vysokou školu, shodou okolností také Sociální pedagogiku v Brně. Nyní žije v Austrálii a tam učí, je učitel. Se synem má velmi dobrý vztah, ale je bohužel moc daleko na to, aby mu mohl pomoci.

Pan Robert zastává názor, že člověk se má spoléhat především sám na sebe, nečekat pomoc od ostatních. Každý by jen natahoval ruku a sám pro zlepšení nic neudělá. Spoléhat na stát a jeho instituce je prý bláhové, možná tak pár hodných lidí pomůže. Byl dost pesimistický. Z jeho řeči bylo cítit zklamání ze systému, který je v naší republice.

Muž, 43 let, zvláštní škola.

Pan Jaroslav mi na otázku, zda je prodej časopisu jeho jediná práce, kterou kdy vykonával, odpověděl, že v žádném případě. Má sice jen zvláštní školu a invalidní důchod pro svoje mentální postižení, ale vždy se prý snažil nějakou práci najít. Naposledy pracoval jako dělník v balárnách. Byla to ale moc fyzicky náročná práce a pan Jaroslav je drobné malé postavy, takže tuto práci musel ukončit. Práce jako prodejce časopisu Nový prostor se mu moc líbí, je spokojený, cítí se být užitečný. Chce v této práci pokračovat co nejdéle to půjde. Nechce vykonávat jinou práci.

Časopis prodává již rok a pokud na nějaký čas tuto činnost přerušil, tak pouze ze zdravotních důvodů. Práce ho baví a je rád, že ji má. Na svém určeném stanovišti je denně, kromě sobot a nedělí, kdy chce mít volno a odpočinout si. Moc rád chodí po památkách, zajímá se o staré budovy a kostely, z finančních důvodů ale pouze po Brně a blízkém okolí, protože nemá dostatek peněz na dopravu.

Pan Jaroslav je velice vstřícný a kamarádký člověk. S ostatními prodejci se podle jeho slov setkává nejen při odběru časopisu, ale protože má mezi prodejci dost kamarádů, tak spolu zajdou i do hospůdky na pivko. Také se vzájemně navštěvují, posedí na lavičce a sdělují si svoje zážitky za celý den.

Jaroslav je ovšem také velice důvěřivý, a tak není divu, že naletěl nějakému podvodníkovi. Vznikly mu dluhy, které musí splácet. Invalidní důvod nemá velký a proto je rád, že splácení dluhů si může ještě trochu přivydělat prodejem časopisu Nový prostor. Dále finanční prostředky z tohoto zaměstnání používá na obživu, na jídlo a v neposlední řadě na ubytování, o které se dělí v azylovém domě ještě s jedním bezdomovcem.

O rodině moc mluvit nechtěl, říkal, že se nerozešli v dobrém. Celou svou rodinu má v Bzenci.

On sám ženatý nikdy nebyl a děti také nemá. Rodinu by podle svých slov uživit nedokázal. Pan Jaroslav také moc chválil pomoc ze strany sociálních pracovníků, kteří mu hodně pomohli a také, že dostal důvěru od Nového prostoru. Toho si moc váží.

Muž, 45 let, vyučen s maturitou.

Když jsem uviděla pana Miloše, chvíli jsem se zastavila a pozorovala ho. Nestál pouze na jednom místě a nedržel jen bez hnutí časopis před sebou. Chodil křížem krážem po ulici a oslovoval přímo kolemjdoucí a snažil se jim v rychlosti říci, co všechno si můžou v časopise přečíst, jaké jsou v něm zajímavé články a také kdy vychází další číslo. Nezapřel v sobě exhibicionistu, což mi bylo jasné za chvíli, kdy jsme spolu začali hovořit a on se mi svěřil, že hraje ochotnické divadlo. On vlastně i na té ulici trochu hrál.

Jeho poslední práci, kterou vykonával před tím, než začal prodávat časopis Nový prostor, byl traktorista mechanizátor, čímž je i vyučen. Bohužel došlo k propouštění a on nesehnal jinou práci. Ovšem prodej časopisu není jeho jediná práce, ještě se zabývá inzercí, které by se v budoucnu chtěl věnovat na plný úvazek. Práci prodejce bere jen jako přechodné zaměstnání, které dlouho vykonávat nechce.

Pan Miloš prodává časopis asi 3 měsíce, zatím nepřetržitě a denně.

S ostatními prodejci se prý scházejí dost často, má mezi nimi hodně přátel a proto si i zajdou do hospůdky, ale také si vzájemně pomáhají. Například když některý potřebuje třeba vymalovat nebo něco přestěhovat, tak se domluví a pomohou si navzájem.

Časopis Nový prostor začal prodávat hlavně proto, že má přítelkyni, která má tři děti. A proto je potřeba dost peněz na stravu, bydlení a uživení dětí. Potřebuje tedy peníze hlavně na domácnost. Rád také komunikuje s lidmi, co jdou kolem a všemožně se jim snaží časopis prodat. Říkal, že denně prodá tak 10 časopisů, což je pro něj výdělek 200 Kč. Moc rád ale vzpomíná na prodej ve vánoční svátky, to bylo moc dobré období na prodej časopisu. Lidé v tu dobu prý na nějakou korunu nekoukají a rádi si časopis koupí nebo dají finanční příspěvek jen tak, i když si nic nekoupí.

Pan Miloš se brání tomu, aby byl nazýván bezdomovec, protože bydlení má u přítelkyně a snaží se pracovat. Je rozvedený, se svou bývalou rodinou kontakt neudržuje. Vlastní děti nemá.