

Neziskové organizace v percepci studentů středních škol

Marta Tyrajová

Bakalářská práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav marketingových komunikací

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Marta Tyrajová**
Osobní číslo: **K22357**
Studijní program: **B0414P180003 Marketingová komunikace**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Neziskové organizace v percepci studentů středních škol**

Zásady pro vypracování

1. Zpracujte teoretická východiska práce na základě odpovídající odborné literatury se zaměřením na tematickou oblast bakalářské práce.
2. V kontinuitě s teoretickouází definujte cíl práce, zformulujte výzkumné otázky pro dosažení stanoveného cíle a stanovte metodiku práce.
3. Specifikujte cílovou skupinu a přibližte volbu středních škol.
4. Na základě odpovídající výzkumné metody zjistěte současnou úroveň znalostí s orientací na oblast neziskového sektoru v percepci středoškolských studentů.
5. V kontinuitě s výzkumem uveďte, jaké formy realizace aplikují vybrané střední školy v rámci spolupráce s neziskovými organizacemi.
6. Na základě získaných dat zodpovězte výzkumné otázky a vyvoďte závěry spolu s odpovídajícím doporučením.

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

Seznam doporučené literatury:

BAČUVČÍK, R. Marketing neziskových organizací. Zlín : VeRBuM, 2011. 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.
BERESIN, Eugene V. a OLSON, Cheryl K. (ed.). *Child and adolescent psychiatry and the media*. St. Louis: Elsevier, [2019]. ISBN 978-0-323-54854-0.
DOBROZEMSKÝ, Václav a STEJSKAL, Jan. *Nevýdělečné organizace v teorii*. 2., aktualizované vydání. Praha: Wolters Kluwer, 2016. ISBN 9788075521033.
KAVAN, Štěpán. *Nestátní neziskové organizace, dobrovolníci a možnosti spolupráce při mimořádných událostech*. Praha: NLN, 2022. ISBN 978-80-7422-833-9.
LEE, Nancy a KOTLER, Philip. *Social marketing: behavior change for social good*. Sixth Edition. International Student Edition. Los Angeles: SAGE, [2020]. ISBN 978-1-5443-7186-3.

Vedoucí bakalářské práce: **PaedDr. Marcela Göttlichová**
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání bakalářské práce: **31. ledna 2025**
Termín odevzdání bakalářské práce: **17. dubna 2025**

L.S.

Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 1. dubna 2025

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení bakalářské práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- 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;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít 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;
- pokud je výstupem bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá; neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že

- jsem na bakalářské práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autora

ABSTRAKT

Bakalářská práce se zabývá tím, do jaké míry studenti vybraných středních škol znají neziskové organizace. Cílovou skupinu tvoří dospívající jedinci náležející k tzv. Generaci Z. Cílem bakalářské práce je na základě dotazníkového šetření zjistit, zda jsou studenti ve školním prostředí vedeni k prosociálnímu chování, o jaké specifické oblasti neziskového sektoru se zajímají a zda mají zájem se do jeho aktivit zapojit.

Klíčová slova:

Neziskové organizace, dotazníkové šetření, střední školy, prosociální chování, Generace Z.

ABSTRACT

This thesis explores the extent to which students from selected secondary schools are familiar with non-profit organizations. The target group of this work consists of adolescents belonging to Generation Z. Using a questionnaire survey, the study investigates whether students are encouraged towards prosocial behavior within the school environment, which specific areas of the non-profit sector they are interested in and whether they are willing to engage in related activities.

Keywords:

Nonprofit organizations, questionnaires, secondary schools, prosocial behaviour, generation Z.

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	12
1 .NEZISKOVÝ SEKTOR	13
1.1 CHARAKTERISTIKA	13
1.1.1 HODNOTY	13
1.1.2 VEŘEJNÁ PROSPĚŠNOST	13
1.2 NEZISKOVÉ ORGANIZACE (NO)	14
1.3 TYPOLOGIE NO	14
1.3.1 OBECNĚ O PRÁVNICKÝCH OSOBÁCH	16
1.4 STÁTNÍ NEZISKOVÉ ORGANIZACE	17
1.4.1 VEŘEJNÉ VÝZKUMNÉ INSTITUCE	17
1.4.2 PŘÍSPĚVKOVÉ ORGANIZACE	17
1.5 NESTÁTNÍ NEZISKOVÉ ORGANIZACE (NNO)	18
1.5.1 FILANTROPIE	19
1.5.2 SPOLKY	19
1.5.3 NADACE A NADAČNÍ FONDY	20
1.5.4 ÚSTAVY	20
1.6 FINANCOVÁNÍ NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ	21
1.6.1 FINANCOVÁNÍ Z VEŘEJNÝCH ZDROJŮ	21
1.6.2 FINANCOVÁNÍ Z VLASTNÍCH ZDROJŮ	21
1.6.3 SPONZORING A FUNDRAISING	22
2. VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ V SOULADU S PROSOCIÁLNÍM CHOVÁNÍM	23
2.1 TEORIE PROSOCIÁLNÍHO CHOVÁNÍ	23
2.1.1 EGOISMUS – TEORIE SOCIÁLNÍ VÝMĚNY	23
2.1.2 SOCIÁLNÍ NORMY	24
2.1.3 EMPATIE	24
3 .DOSPÍVAJÍCÍ GENERACE	25
3.1 DEFINICE TERMÍNU, GENERACE‘	25
3.2 GENERACE Z	25
3.2.1 CHARAKTERISTIKA GENERACE Z	26
3.2.2 PROBLÉMY SPOJENÉ S GENERACÍ Z	26
3.2.3 VZDĚLÁVÁNÍ GENERACE Z	27
4. METODIKA	28

4.1	CÍL PRÁCE A ÚČEL VÝZKUMU	28
4.2	VÝZKUMNÉ OTÁZKY	28
4.3	METODY VÝZKUMU	28
4.4	OBJEKT VÝZKUMU	29
4.5	TIMING A ROZPOČET	29
II	PRAKTICKÁ ČÁST	30
	5. VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ.....	31
5.1	DOTAZNÍK	31
5.2	CHARAKTERISTIKA VYBRANÝCH ŠKOL	32
5.2.1	STŘEDNÍ ODBORNÁ ŠKOLA A GYMNÁZIUM STARÉ MĚSTO	32
5.2.2	STŘEDNÍ ŠKOLA BALTACI.....	32
5.2.3	STŘEDNÍ UMĚLECKOPRŮMYSLOVÁ ŠKOLA UHERSKÉ HRADIŠTĚ	33
5.2.4	OSLOVENÍ ŠKOL KE SPOLUPRÁCI	33
	6. VÝSLEDKY ŠETŘENÍ.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.1	STŘEDNÍ ODBORNÁ ŠKOLA A GYMNÁZIUM STARÉ MĚSTO.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.1.1	VYMEZENÍ POJMU ‚NEZISKOVÉ ORGANIZACE‘	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.1.2	PERCEPCE NEZISKOVÉHO SEKTORU STUDENTY	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.1.3	ZÁJEM STUDENTŮ O ZAPOJENÍ A JEJICH MOTIVAČNÍ FAKTORY ...	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.1.4	PŘÍSTUP STUDENTŮ K AKTIVITÁM NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ V RÁMCI ŠKOLY	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.1.5	SHRNUTÍ.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.2	STŘEDNÍ ŠKOLA BALTACI.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.2.1	VYMEZENÍ POJMU ‚NEZISKOVÉ ORGANIZACE‘	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.2.2	PERCEPCE NEZISKOVÉHO SEKTORU STUDENTY	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.2.3	ZÁJEM STUDENTŮ O ZAPOJENÍ A JEJICH MOTIVAČNÍ FAKTORY ...	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.2.4	PŘÍSTUP STUDENTŮ K AKTIVITÁM NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ V RÁMCI ŠKOLY	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.2.5	SHRNUTÍ.....	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.3	STŘEDNÍ UMĚLECKOPRŮMYSLOVÁ ŠKOLA UHERSKÉ HRADIŠTĚ	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.

6.3.1	VYMEZENÍ POJMU „NEZISKOVÉ ORGANIZACE“	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.3.2	PERCEPCE NEZISKOVÉHO SEKTORU STUDENTY	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.3.3	ZÁJEM STUDENTŮ O ZAPOJENÍ A JEJICH MOTIVAČNÍ FAKTORY ...	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.3.4	PŘÍSTUPNOST K AKTIVITÁM NO NA ŠKOLÁCH	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.3.5	SHRNUTÍ	CHYBA! ZÁLOŽKA NENÍ DEFINOVÁNA.
6.4	SHRNUTÍ CELKOVÝCH VÝSLEDKŮ ŠETŘENÍ	34
7.	ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK	59
7.1	VO1: ROZUMÍ STUDENTI STŘEDNÍCH ŠKOL POJMU „NEZISKOVÉ ORGANIZACE“?	59
7.2	VO2: MAJÍ STUDENTI ZÁJEM ZAPOJIT SE DO PROJEKTŮ NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ?	59
7.3	VO3: Z JAKÝCH DŮVODŮ SE STUDENTI CHTĚJÍ ČI NECHTĚJÍ ÚČASTNIT AKCÍ NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ?	59
7.4	VO4: O KTERÉ OBLASTI ČINNOSTI NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ MAJÍ STUDENTI NEJVĚTŠÍ ZÁJEM?	60
7.5	VO5: EXISTUJE VÝZNAMNÝ ROZDÍL VE VNÍMÁNÍ NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ MEZI STUDENTY RŮZNÝCH STUDIJNÍCH ZAMĚŘENÍ?	60
	ZÁVĚR	62
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	63
	SEZNAM GRAFŮ	68
	SEZNAM TABULEK	69
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	70
	SEZNAM PŘÍLOH	71
	PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK	72
	PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍKOVÉ OTÁZKY DO DETAILU	73
	DOTAZNÍK	73
	SEKCE 1 – ZÁKLADNÍ INFORMACE O RESPONDENTOVÍ	73
	SEKCE 2 – PERCEPCE NEZISKOVÉHO SEKTORU MEZI STUDENTY	73
	SEKCE 3 - PŮSOBNÍ NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ VE ŠKOLNÍM PROSTŘEDÍ	77
	SEKCE 4 – OSOBNÍ ÚČAST STUDENTŮ NA PROJEKTECH NO	79
	SEKCE 5 A 6 – DŮVODY NEZÁJMU O ÚČAST NA PROJEKTECH	79
	NEPOVINNÁ SEKCE 7 – OZNAČENÍ ZNÁMÝCH NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ	80

ÚVOD

Téma bakalářské práce jsem si zvolila z toho důvodu, že mě jako mladého člověka osobně zajímá. Od chvíle, kdy jsem vstoupila do školního systému mi je opakovaně zdůrazňováno, že každá změna začíná jednotlivcem – konkrétně tedy mnou a mými spolužáky.

Tato myšlenka byla pro mě – jakožto dospívající člověk procházející vnitřními turbulencemi – vysoce neatraktivní. Proč bych měla napravovat problémy, které jsem sama nezpůsobila? Postupem času si však stále více uvědomuji, že tehdejší slova pedagogů nebyla lživá. V současné době je skutečně nezbytností, aby si mladá generace začala svou budoucnost aktivně vytvářet sama.

S tímto myšlenkovým rozpoložením přistupuji k bakalářské práci s cílem zjistit, zda mají současní středoškoláci angažovanější postoj, než jsem v jejich věku měla já sama. Jsme generací, která vyrůstala v digitálním prostředí – teoreticky bychom tedy měli být lépe informováni o dění ve světě než generace předchozí. Informovanost však sama o sobě nic neznamená.

Předložená práce se proto snaží zodpovědět několik zásadních otázek: *Zajímá se dnešní dospívající generace o dobročinné aktivity neziskových organizací? Pokud ano, nabízejí jim školy příležitost k zapojení? A pokud se nezapojují, spočívá důvod v absenci zájmu nebo spíše v nedostatku času? O jaké oblasti neziskového sektoru mají mladí lidé největší zájem? A lze vypočítat rozdíly v přístupu studentů podle typu školy?*

Cílem bakalářské práce je pomocí dotazníkového šetření nalézt odpovědi na výše uvedené otázky. Výsledné hodnoty v kontinuitě budou následně analyzovány a závěry budou s případnými doporučeními poskytnuty vybraným školám, které se na realizaci šetření podílely.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 NEZISKOVÝ SEKTOR

První kapitola bakalářské práce se zabývá vymezením základních pojmů v kontextu neziskového sektoru – jeho charakteristikou, typologií, rozdílem mezi státními a nestátními neziskovými organizacemi, financováním a specifickými termíny v kontinuitě s realizací výzkumného šetření.

1.1 Charakteristika

Neziskový sektor se dá definovat jako soubor subjektů, které mají za prvotní cíl dosáhnout určitého přímého užitku (Klempová, 2020, s. 3). Jejich finanční zisk se totiž primárně vkládá zpátky do organizace, aby se mohla dále rozvíjet. Cílem není co nejvyšší zisk – je to podpora obyvatel státu. Zakladatele můžeme brát jako veřejné subjekty, které do dané organizace vkládají finance bez očekávání zisku.

Mezi nejběžnější neziskové organizace patří instituce jako např. školy, divadla, nemocnice, spolky, kluby a charity. Existuje jich opravdu mnoho a dají se vnímat jako základna demokratické a vyspělé společnosti. Jejich postavení a činnost upravuje legislativa, konkrétně zákon č. 218/2000Sb. (Jarošová, 2022).

Zcela nejzákladnější rozdělení závisí na tom, kdo neziskovou společnost založil a kdo ji financuje. Můžeme mezi ně zařadit organizace vládní a nevládní (Hobzová, 2019).

1.1.1 Hodnoty

Medlíková uvádí, že: „... hodnoty ovlivňují celý život organizace – nábor a výběr zaměstnanců, vedení a řízení lidí, etický kodex, hodnotící procesy, oslovení individuálních a firemních dárců, budování značky na veřejnosti, lobbying, ovlivňování trhu (2017, s. 100).“ Hodnoty jsou pro neziskovou organizaci nepostradatelné, neboť si díky nim vytváří image, která je nezbytnou součástí jejich financování.

1.1.2 Veřejná prospěšnost

Evropské země termín používají jako status pro organizace, které svou činností přispívají k blahu země. Organizace status potřebují k získávání státní podpory formou dotací či příspěvků anebo k získání benefitů, které souvisí především s úlevou na daních (Bečvářová, 2023).

Pojem veřejná prospěšnost není doposud v legislativě jednoznačně vymezený. První pokus Úřadem vlády o kodifikaci probíhal v období 2008-2011, velká část neziskového sektoru jej ale odmítla a legislativní proces byl následně ukončen (Kamenický, 2014)

V občanském zákoníku momentálně existuje pouze jediné ustanovení, které je specifikováno jako: „Veřejně prospěšná je právnická osoba, jejímž posláním je přispívat v souladu se zakladatelským právním jednáním vlastní činností k dosahování obecného blaha, pokud na rozhodování právnické osoby mají podstatný vliv jen bezúhonné osoby, pokud nabyla majetek z poctivých zdrojů a pokud hospodárně využívá své jmění k veřejně prospěšnému účelu (§ 146 zákona č. 89/2012).“

Existence statusu je důležitá především pro transparentnost a regulaci NNO a z toho důvodu může tato nevymezenost kodifikace způsobovat nedůvěru, a dokonce může vést i k jejímu zneužití – např. občanská sdružení nemají zákonnou povinnost vydávat výroční zprávy a statutární zástupci mohou zůstat anonymní. Zároveň není udán jasný rozsah výhod, který tento status přináší, neboť jej zákon nespecifikuje (Vít, 2015, s. 30).

1.2 Neziskové organizace (NO)

Neziskové organizace nejčastěji vznikají jako projev občanské iniciativy vyplnit mezeru státní správy v kontextu se sociální problematikou a obohacováním společnosti o kulturní či výchovné činnosti které dospívají k celkově spokojenější a demokratické společnosti. Jsou ztělesněním občanské iniciativy a vůle vylepšovat a rozvíjet svoje okolí.

Na rozdíl od ziskového sektoru se liší v rozdělování a charakterem statků a služeb. Pro neziskový sektor jsou typické statky, u kterých nelze odloučit jednotlivce od spotřeby – jedná se totiž o činnosti prospěšné pro veřejnost. Za tyto veřejné statky zpravidla občan neplatí. V ziskovém sektoru se statky rozdělují podle jejich tržní úspěšnosti a kvality, zatímco v neziskovém je to podle potřeby.

1.3 Typologie NO

Neziskové organizace je možné klasifikovat podle různých hledisek, jako jsou právní forma (zakladatel), typ členství, charakter poslání, způsoby financování nebo typ činnosti. Podle Ing. Radima Bačuvčíka, Ph.D. (2011, s. 48-49) lze rozdělení vymezit následovně:

Podle právní formy:

- *Veřejnosprávní organizace* – založené orgány veřejné správy (např. příspěvkové organizace, školy, městská policie).
- *Veřejnosprávní instituce* – založené soukromou fyzickou nebo právnickou osobou (např. spolky, nadace).
- *Soukromoprávní organizace* – zřízené zákonem (např. veřejné vysoké školy, Česká národní banka).

Podle typu členství:

- *Členské organizace* – disponují členskou základnou – nejčastěji se jedná o občanská sdružení nebo družstva. Nejčastěji se jedná o zájmové spolky či odborové organizace.
- *Nečlenské organizace* – nemají členskou základnu – místo členů v nich působí zaměstnanci, často z řad státní správy nebo odborných pracovníků.

Podle charakteru poslání:

- *Veřejně prospěšná NO* – poskytují služby nebo statky určené široké veřejnosti. Typicky působí v oblastech zdravotnictví, školství, sociální péče nebo ochrany životního prostředí.
- *Vzájemně prospěšná NO* – zaměřují se na podporu svých členů nebo konkrétní komunity. Jejich činnost může být kulturního, profesního či zájmového charakteru.

Podle způsobu financování:

- *Financování z veřejných rozpočtů* – organizace jsou financovány buď *zcela* z veřejných prostředků (např. organizační složky státu, příspěvkové organizace navázané na státní či obecní rozpočet) nebo *částečně*, přičemž mohou využívat i další finanční zdroje (např. politické strany).
- *Financování ze soukromých zdrojů* – zahrnuje příjmy z darů, členských příspěvků, grantů, sponzorských darů apod.
- *Financování z vlastní činnosti* – prostředky získané za poskytování služeb v oblastech, jako jsou např. sociální služby, kultura, či vzdělávání.

- *Vícezdrojové financování* – kombinace veřejných a soukromých zdrojů spolu s financemi získanými z vlastní činnosti.

Podle typu činnosti:

- *Servisní* – poskytují přímé služby klientům, nejčastěji v oblasti sociálních, zdravotnických či vzdělávacích služeb.

Mezi oblasti působnosti patří: sociální a zdravotní péče, humanitární pomoc, charitativní činnost, rozvojová spolupráce, kultura.

- *Advokační* – zaměřují se na prosazování práv specifických skupin obyvatelstva. Buď usilují o zavedení systémových změn, nebo chrání již existující zájmy – nejčastěji menšinových skupin. Věnují se také ochraně životního prostředí, právům zvířat a lobbistickým aktivitám.

Mezi oblasti působnosti patří: ochrana lidských práv, ochrana životního prostředí, rovnost příležitostí, práva menšin a boj proti korupci.

- *Zájmové* – nejrozšířenější typ, který nabízí volnočasové aktivity buď výhradně pro členy nebo i širší veřejnost. Obvykle jsou založeny na členském principu.

Mezi oblasti působnosti patří: kultura, sport, komunitní spolky, volnočasové aktivity a činnost v rámci spolků jako jsou včelaři, myslivci, zahrádkáři apod.

- *Filantropické* – zahrnují především nadace a nadační fondy. Jejich hlavním cílem je finančně či hmotně podporovat veřejně prospěšné projekty.

Mezi oblasti působnosti patří: poskytování grantů, darů a příspěvků.

1.3.1 Obecně o právnických osobách

Podle občanského zákoníku je právnická osoba definována jako „organizovaný útvar, o kterém zákon stanoví, že má právní osobnost, nebo jehož právní osobnost zákon uzná. Právnická osoba může bez zřetele na předmět své činnosti mít práva a povinnosti, které se slučují s její právní povahou“, které zároveň „podléhají zákonům, podle nichž byly zřízeny; ustanovení tohoto zákona se použijí jen tehdy, slučuje-li se to s právní povahou těchto osob“ (§ 20 zákona č. 89/2012).

Právní osobnost má „způsobilost mít v mezích právního řádu práva a povinnosti“ (§ 15 zákona č. 89/2012). Znamená to, že subjekt má určitá práva a povinnosti, mezi které patří možnost vstupovat do právních vztahů, jednání, možnost vystupovat před soudem atd.

1.4 Státní neziskové organizace

Státní, vládní či veřejné neziskové organizace primárně zabezpečují realizaci veřejné správy. Podílejí se tedy na výkonu veřejné správy na úrovni státu, regionu nebo obce.

Vládní organizace představují zejména rozpočtové a příspěvkové organizace, ale i politické strany a zájmová sdružení. Zabývají se především veřejně prospěšnými činnostmi – např. ve školství a zdravotnictví a jsou financovány státem nebo územně samosprávným celkem (Jarošová, 2022, s. 15).

Je důležité zdůraznit, že mají právní osobnost a jejich hospodaření je zřizováno zákonem o rozpočtových pravidlech. Z hlediska struktury se tedy v některých aspektech mohou podobat podnikatelským subjektům, přestože jejich hlavním cílem není generování zisku.

1.4.1 Veřejné výzkumné instituce

Zákon č. 341/2005 Sb. o veřejných výzkumných institucích je definuje takto:

„Veřejná výzkumná instituce je právnickou osobou, jejímž hlavním předmětem činnosti je výzkum, včetně zajišťování infrastruktury výzkumu, vymezený zákonem o podpoře výzkumu, vývoje a inovací. Veřejná výzkumná instituce svou hlavní činností zajišťuje výzkum podporovaný zejména z veřejných prostředků v souladu s podmínkami pro poskytování veřejné podpory stanovenými právem Evropských společenství.“

V České republice mezi tyto instituce patří například Centrum dopravního výzkumu, Ústav mezinárodních vztahů či různé ústavy zaměřené na humanitní a přírodní vědy. Zřizovateli těchto institucí může být Česká republika nebo územní samosprávný celek.

1.4.2 Příspěvkové organizace

„Příspěvková organizace je právnická osoba zřízena některým z ústředních orgánů státní správy za účelem plnění činností v rámci veřejného zájmu (Bačuvčík, 2011, s. 55).“

Forma příspěvkové organizace je v České republice velmi rozšířená, neboť se touto formou zřizují například školy, divadla, knihovny, muzea či nemocnice. V případě organizací zřizovaných státem jde například o Národní knihovnu nebo Národní muzeum. Nejčastěji se s nimi však setkáváme na úrovni územních samosprávných celků, kdy si například kraje zřizují vlastní školská zařízení.

1.5 Nestátní neziskové organizace (NNO)

Nestátní neziskové organizace (NNO), jinak také nazývány soukromý sektor, nejsou zřizovány státem – svojí existenci napravují vládní a tržní nedostatky, neboť doplňují nabídku o statky a služby, kterých má vládní systém určitý nedostatek (Dobrozemský a Stejskal, 2016, s.22).

Jejich existence závisí na dobročinnosti veřejných dárců, tudíž na principu filantropie. Jsou závislé nejen na finančních darech, mnohdy ale i na dobrovolné činnosti lidských zdrojů. Bývají zaměřené na specifické – užší okruhy. Sice nejsou přímo závislé na činnosti státu, jako organizace vládní, ale jsou jím podporovány prostřednictvím výhod. Můžeme tedy mezi ně započítat různé spolky, které se věnují např. humanitární činnosti či ochraně životního prostředí. Jsou to soukromoprávní subjekty, jejich práva a činnost je proto omezena pouze zákony (Tomaščáková, 2016).

Velmi často doplňují činnosti veřejné správy a místy i zajišťují a řídí služby místo státu samotného. Tyto organizace se mnohdy soustředí na pomoc sociálně slabým či jakkoliv ohroženým osobám

Principy jsou řešeny prostřednictvím veřejných financí – jejich cílem není nabytí zisku, ale dosažení užitku. Finance získávají pomocí fyzických či právnických osob, které své finance vkládají do organizace, a to bez očekávání finančního zisku.

Profesoři Salamon a Anheier rozdělují nestátní neziskové organizace podle uvedených 5 kritérií:

1. *institucionalizované organizace*, které mají jistou organizační skutečnost, a to bez ohledu na to, zda jsou formálně registrovány;
2. *nezávislé organizace*, tyto vytvářejí vlastní strukturu a vlastní postupy, kterými svoji společnost zvládají samy, tudíž nepotřebují podporu státu;
3. *soukromé organizace*, které jsou institucionálně odděleny od státní správy a jejich struktura je víceméně soukromá;
4. *neziskové organizace* neboli také *non-profit*, jsou založené na principu, při kterém jakýkoliv zisk musí být použit pro jejich misi a
5. *dobrovolné organizace*, které využívají formu dobrovolníků, a to buď ve formě

peněžních darů, nebo pracovní síly (1992, s. 127).

Existuje mnoho druhů nevládních neziskových organizací, ty nejběžnější jsou např. nadace, ústavy a spolky.

1.5.1 Filantropie

Toto slovo pocházející z řeckého ‚philanthropos‘, neboli láska k lidem, tvoří prvotní idealistickou základnu pro všechny soukromé, či nestátní neziskové organizace.

Filantropie bývá někdy zaměňována s charitou, avšak je důležité zdůraznit, že tyto pojmy nejsou totožné. „Zatímco charita je tradičně spojována s jednorázovou pomocí, almužnou či projevem milosrdenství, filantropie označuje systematické činnosti zaměřené na podporu veřejně prospěšných cílů (Hyánek, 2011, s. 17).“

Filantropické chování lze chápat jako souhrn společenských vztahů založený na dobrovolnické aktivitě jednotlivců, kteří jsou za tuto činnost podporováni státem – nejčastěji formou daňových zvýhodnění.

Jde o dobrovolné partnerství mezi těmi, kdo disponují finančními prostředky, časem či specifickými dovednostmi, a těmi, kteří těmito zdroji nedisponují (Hyánek, 2011, s.18).

Z uvedeného tedy vyplývá, že filantropie je formou individuálního a dobrovolného chování zaměřeného na veřejný prospěch, které by mělo být současně motivováno státní politikou.

1.5.2 Spolky

Spolky, dříve také občanská sdružení, jsou dobrovolným uskupením alespoň tří osob se společným zájmem. V České republice patří mezi ty nejvíce používané neziskové právnické osoby (Podnikavé duše, © 2024). Mají název, IČO a sídlo. Jejich název musí obsahovat slovo ‚spolek‘, nebo končit zkratkou z. s. Na jejich tvorbu a fungování není potřeba notářský zápis, spolková činnost se upravuje na základě občanského zákoníku (Stuchlíková, Komrsková, 2013, s. 10). Jsou založeny na členství.

Hlavní činností spolku je uspokojování a ochrana zájmů, kvůli kterým byl spolek založen. Podnikání a výdělečné aktivity jsou povoleny pouze jako vedlejší činnosti, také musí ale sloužit ku prospěchu hlavních spolkových zájmů. Z toho samozřejmě vyplývá, že i vydělaný zisk musí být uplatněn pouze pro spolkovou činnost.

Orgány spolku jsou statutární orgán a nejvyšší orgán, místy i komise (Stuchlíková, Komrsková, 2013, s. 15). Statutární orgán může být kolektivní, či individuální. Funkce a poslání vládních i nevládních organizací jsou stejné – poskytování specifických služeb pro veřejnost za účelem zvýšení celkového blahobytu společnosti. Důležité jsou také z toho důvodu, že se snaží zasahovat tam, kde je ekonomika v nerovnováze nebo je třeba ji posílit (Klempová, 2020).

1.5.3 Nadace a nadační fondy

Nadace je základním typem fundace. Vít Petr je popisuje v podobě právnické osoby, „která primárně spravuje majetek, jenž do ní vložil zakladatel, nebo který získala později, a z jeho výtěžků, případně i vlastní činnosti, přispívá k dosažení svého účelu“ (2015, s.182–183). Jedná se tedy o sdružení majetku zakladatelem, který jimi dosahuje hospodářsky nebo společensky užitečné cíle.

Nadace a nadační fondy nepomáhají přímým poskytováním služeb, ale prostřednictvím finanční podpory nebo propagace vybraných témat a iniciativ. Hlavním účelem jejich existence je poskytování finančních prostředků – tzv. grantů – třetím osobám.

Nejčastěji podporují znevýhodněné nebo ohrožené skupiny obyvatelstva – například děti se zdravotním postižením, seniory, onkologické pacienty či osoby v tíživé životní situaci.

Často se také zaměřují na oblast ochrany životního prostředí, práv zvířat nebo podporu vzdělávacích a kulturních projektů. Významně se mohou podílet i na řešení různých krizových situací

1.5.4 Ústavy

Ústav je právnická osoba, která v sobě spojuje prvky korporace i fundace. Za předpokladu, že vykonává společensky prospěšnou činnost, využívá jak lidský kapitál, tak složku majetkovou (Novotná, 2023). Zakladatelů může být více, nesmí ale v průběhu jejich činnosti přibírat další členy, což představuje rozdíl od spolku.

Výsledky činnosti ústavu jsou dostupné všem osobám, které splňují stanovené podmínky. Nejčastěji se ústav zaměřuje na výzkumnou, vzdělávací, kulturní či odbornou činnost.

1.6 Financování neziskových organizací

Významné pro neziskové organizace jsou metody, pomocí kterých mohou financovat svou existenci. Zisk není sice jejich primárním cílem, je ale pochopitelné, že nějak fungovat musí. Každý druh společnosti má zákonem určeno, jakým způsobem mohou finanční zdroje získávat, jednu věc však mají společnou – a to je jejich vícezdrojový charakter (Škarabelová, 2012, s. 37). Zisk nemohou generovat samotné organizace, ale musí jej získat z externích zdrojů.

Pro neziskové organizace jsou marketingové činnosti nezbytné, neboť právě díky nim jsou schopny přesvědčit společnost o své důležitosti, a tudíž tak získat příspěvek. Většina organizací totiž nezvládne existovat čistě ze státních příspěvků. Zjednodušeně řečeno, jejich financování můžeme rozdělit do dvou kategorií – vlastní a veřejné.

1.6.1 Financování z veřejných zdrojů

Za veřejné zdroje jsou považovány finanční a nefinanční prostředky, které si organizace vypůjčuje na určité období za předem stanovených podmínek (Klempová, 2020, s. 12). Na tomto financování se podílejí instituce veřejné správy.

Většina financí pochází tedy právě z veřejných zdrojů a rovněž z dotací státního rozpočtu – především z odvádění daní. Do této kategorie patří také banky a jiné soukromé osoby za přímo stanoveným účelem.

1.6.2 Financování z vlastních zdrojů

Samofinancováním se rozumí příspěvky pocházející přímo od členů organizace anebo finance vycházející z konkrétní činnosti, pro kterou byla organizace vytvořena. Mohou být zavedeny na nějaký časový úsek nebo při registraci – organizace si podmínky určuje sama.

Členský princip nejčastěji používají politické strany či občanská sdružení. Aby bylo členské příspěvky možno vybírat, je zapotřebí mít vše podloženo dokumentem po usnesení rady či výboru organizace (Klempová, 2020, s. 10). Tento princip používají i náboženské organizace.

Příjmy z vlastní činnosti se týkají hlavní či vedlejší činnosti organizace. Za hlavní činnost je považován prodej vlastního výrobku, čímž vzniká zisk. Jedná se např. o chráněné dílny pro tělesně postižené. Vedlejší činností organizace mohou být semináře, burzy či jiné akce. V tomto případě jde o podpůrnou činnost, která doprovází hlavní poslání a pomáhá

organizaci financovat. Tento způsob nejlépe funguje u zapsaných spolků, neboť zde lze zákon vykládat relativně víceznačně. U nadačních fondů tuto formu zisku zákon omezuje či zcela zakazuje.

1.6.3 Sponzoring a fundraising

Podle Boukala (2013) se dá fundraising popsat následovně: „Fundraising představuje systematické získávání finančních i nefinančních zdrojů, které nezisková organizace potřebuje k realizaci svého poslání prostřednictvím jednotlivých projektů. Jde o průběžnou plánovanou činnost naplňující finančně-ekonomickou strategii neziskové organizace s cílem zajistit zdroje v potřebné výši a struktuře.“ (2013, s. 106)

Zjednodušeně se jedná o získávání finančních či nefinančních zdrojů potřebných ke splnění poslání a vývoje organizace od vlády, jednotlivců či korporací. Tento proces nemusí sloužit čistě k získávání zdrojů, je to ale i důležitý nástroj pro získávání důvěry a udržování stability. Souvisí s marketingem a PR a pomáhá udržovat dobrou image organizace.

U sponzoringu hledáme dlouhodobou finanční či nefinanční podporu. Sponzor je ta osoba či firma, která organizaci přispívá buď finančně, či věcnými prostředky. Ti za to dostávají protislužbu, což bývá v případě neziskových organizací především pozitivní reklama. Název sponzora bývá pak zvýrazňován, tím je tedy propagován. Tento vztah je výhodný pro obě strany, neboť nezisková organizace získává potřebné finance a sponzor si vytváří pozitivní reputaci.

Jedná se o fundraisingovou metodu, při které nezisková organizace přímo spolupracuje se sponzorem a vytváří s ním blízký vztah. Je důležité dodat, že je rozdíl mezi sponzoringem a dárcovstvím – dárcovství je formou podpory neziskové organizace v rozličné podobě, zatímco sponzoring je vyšší formou dárcovství, neboť se jedná o těsnější vztah mezi sponzorem a neziskovou organizací (Opletalová, 2021, s. 7).

Další existující fundraisingové metody představují grantové projekty, u kterých lze na základě vypracované žádosti žádat o poskytnutí dotace či grantu. Projekty tohoto rázu bývají v mezinárodním či celostátním měřítku. Poslední metodou fundraisingu je fundraising na místní úrovni, který se většinou realizuje lokálně a v poměrně malém měřítku. Může to být osobní projekt, veřejná sbírka či nějaká kulturní akce.

2 VYMEZENÍ ZÁKLADNÍCH POJMŮ V SOULADU S PROSOCIÁLNÍM CHOVÁNÍM

Pro pochopení problematiky zkoumané v uvedené bakalářské práci je nezbytné porozumět principům pomoci druhým. Druhá kapitola se proto zaměřuje na teorii prosociálního chování a na faktory, které jej motivují.

2.1 Teorie prosociálního chování

Prosociální chování je obecně chápáno jako jakýkoliv akt vykonaný za účelem pomáhání druhým. Eisenberg (1986) princip popisuje takto:

„Prosociální chování je dobrovolné jednání určené ve prospěch druhého člověka. Existují různé druhy prosociálního chování, např. pomáhání, sdílení či poskytnutí útěchy. Uvedené chování může být motivováno řadou faktorů, zahrnující zájmy egoistické (zisk odměny, sociálního uznání), praktické (snaha předejít poškození či zničení objektu), orientace na zájmy druhých lidí, vyvstávající ze sympatie, či vlastní morální hodnoty, jejichž může být pomoc druhému člověku součástí (1986, s. 167)“.

Prosociální chování tedy nemusí vycházet výhradně z altruistických pohnutek – a v mnoha případech tomu tak skutečně není. Mezi nejdůležitější podněty prosociálního chování patří:

- egoismus,
- sociální normy a
- empatie.

2.1.1 Egoismus – teorie sociální výměny

Tato teorie vychází z předpokladu, že jakákoliv mezilidská interakce funguje na obdobném principu, stejně jako trh. Jedinec zvažuje míru vynaloženého úsilí v porovnáním s očekávaným ziskem (Hošťálková, 2008, s. 5). Každý člověk se snaží maximalizovat svůj zisk za předpokladu minimálních nákladů.

V praxi to znamená, že pomoc poskytnutá druhému bývá často motivována očekáváním určité formy protislužby v budoucnosti. Záleží i na vlastních egoistických zájmech pomáhajícího – cílem může být např. zmírnění pocitu viny nebo získání uznání okolím.

2.1.2 Sociální normy

Pojem norma označuje nástroj sloužící k posuzování toho, co je považováno za žádoucí či nežádoucí, správné či nesprávné (Urban, 2022, s. 559–561). Sociální normy představují obecně přijímaná, zpravidla nepsaná pravidla, která umožňují udržení sociální harmonie. Vymezuji, jaké chování je považováno za přijatelné v rámci sdílených sociálních hodnot.

Každá společnost je založena na určitém normativním systému, který představuje řadu pravidel a modelů chování. Odchýlení se od těchto norem se označuje jako deviace, která může mít buď negativní, nebo pozitivní charakter. Sociální deviace představuje porušení těchto uznávaných norem, které může být sankcionováno jak právně, tak morálně (Petrusek, 2020). Míra akceptovatelnosti deviace není univerzální – liší se napříč kulturami, historickými obdobími i jednotlivými sociálními skupinami.

Mezi negativní sociální deviace zahrnujeme např. alkoholismus, promiskuitu, drogové užívání, prostituci, rasismus, korupci a kriminalitu.

Mezi pozitivní sociální deviace zahrnujeme např. abstinenci, striktní dodržování zákonů, workoholismus, dále jsou to např. sportovci a intelektuálové.

2.1.3 Empatie

Empatie je schopnost člověka se emocionálně vcítit do situací a pocitu druhých. Představuje jeden z klíčových principů, který napomáhá vysvětlit prosociální chování.

Na rozdíl od sympatie, která souvisí s pocity soucitu nebo lítosti, je empatie schopností naladit se na emoční stav druhého s cílem hlubšího porozumění. Empatické prožívání může být navíc doprovázeno aktivací podobných fyziologických reakcí, jaké zažívá osoba, jejíž emoce vnímáme.

Je těžké odhadnout, zda je vztah mezi empatií a prosociálním chováním skutečně založen na čistém altruismu (bez předpokladu ‚odměny‘), nebo zda je spojen spíše s egoistickými motivy, například s potřebou zmírnit vlastní pocity nepohody. Nadměrné emocionální vcítění do utrpení druhých totiž může vést i k opačnému efektu – ke snížené ochotě pomoci.

3 DOSPÍVAJÍCÍ GENERACE

Cílovou skupinou bakalářské práce je současná generace dospívajících ve věkovém rozmezí 15–18 let. Jedná se jak o studenty, kteří právě nastoupili na střední školu, tak i o ty, kteří studium ukončují a případně pokračují dále na vysoké škole. Tuto skupinu lze označit jako tzv. Generaci Z.

Kapitola čerpá především z amerických studií, které se snaží popsat obecnou charakteristiku Generace Z, její zvyklosti, preference a postoje k dobročinným aktivitám.

3.1 Definice termínu, generace

Obecná charakteristika jednotlivých generací může být problematická, neboť definice nejsou jednotné a liší se v závislosti na vědecké disciplíně, z níž je daná problematika analyzována. Generace lze zkoumat z různých perspektiv – například z demografické, biologické, socioekonomické, kulturní či ekonomické.

Hlavní myšlenkou pojmu „generace“ je předpoklad, že každá věková skupina sdílí specifické hodnoty, vzorce chování a očekávání. Tyto charakteristiky nevznikají pouze v souvislosti s bezprostředním okolím, jako je rodina či přátelé, ale formují se také v kontextu širších socioekonomických a kulturních podmínek dané doby.

Nejvýraznější generační rozdíly dnešní doby se projevují zejména v oblastech technologické gramotnosti, ve vnímání ekologických a ekonomických otázek, ve spotřebním chování a ve způsobech trávení volného času.

Přestože se jedná o teorii, která může místy vést ke stereotypům, tato kategorizace slouží k upřesnění potřeb a způsobu myšlení jednotlivých generací. Tyto poznatky jsou dále využitelné napříč různými obory – od sociologie až po marketing.

3.2 Generace Z

„Generace Z je podle odborné literatury nejčastěji vymežována roky narození 1995–2010 (Bencsik, 2016, s. 92).“ Tato generace je označována jako tzv. „digitálně nativní“, neboť vyrůstala v technologicky vyspělém prostředí propojeném sociálními sítěmi, jako je například Facebook. Mezi další používané označení patří *internetová generace*, *děti nového tisíciletí*, *digitální domorodci* či *zomeři* (Indrová, 2024).

3.2.1 Charakteristika Generace Z

Pro děti vyrůstajících s mobilními zařízeními je technologicky vyspělé prostředí samozřejmostí – cítí se v něm komfortně a dokážou v něm efektivně manévrovat. Pokud mají mobilní zařízení po ruce, tak si zvládnou poradit s většinou problémů, se kterými se v každodenním životě setkají. Na druhou stranu se však bez telefonu často cítí bezradně – nedokážou si poradit v situacích, které předchozím generacím nečinily potíže.

Jedním z charakteristických rysů současné generace je orientace na konzumerismus – na rozdíl od předchozích generací se tito jedinci nestydí nakupovat i nad rámec jejich potřeby.

Internet poskytuje propojenost, na které Generace Z vyrůstala – díky tomu měla možnost se setkávat s rozmanitými lidmi i komunitami. Z tohoto důvodu bývá Generace Z vnímavější vůči společenským nespravedlnostem a jsou obecně tolerantnější než generace předchozí. Vyznačují se vysokou mírou flexibility, nízkou mírou tolerance vůči tradičním hierarchickým strukturám, preferencí autenticity a důrazem na rovnoprávnost.

Podle amerických statistik se každý pátý příslušník Generace Z identifikuje jako člen LGBTQ+ (Gallup, 2024).

Zda tato data souvisejí s generačními rozdíly nebo spíše s rozvojem zdravotnictví a šířením osvěty v oblasti duševního zdraví však nelze jednoznačně určit.

3.2.2 Problémy spojené s Generací Z

Přestože Generace Z je teprve na začátku své životní dráhy, tak již zažila řadu globálních krizí – Velkou recesi, teroristické útoky, ozbrojené konflikty, hromadné střelby a světovou pandemii.

Vyrůstá v době přesycené informacemi – včetně množství dezinformací, což ji vede k přirozené skepsi a potřebě si dostupné informace aktivně ověřovat prostřednictvím internetu. Tato schopnost kritického myšlení je nepochybně pozitivní, avšak může vést k uzavření v tzv. informačních bublinách – zejména v online prostředí ovlivněném influencery.

Celodenní zapojení digitálních technologií do života mladých lidí s sebou ale přináší i řadu nevýhod. Řada odborníků se shoduje, že aktivní používání sociálních sítí v období adolescence může mít negativní dopad na duševní zdraví.

Podle studie zveřejněné v roce 2023 (© Oliver Wyman) až 65 % respondentů přiznalo, že zažili alespoň jednu krizi spojenou s duševním zdravím. Další výzkumy zaměřené na Generaci Z a její sklony k úzkostem a depresím naznačují, že tato problematika se netýká pouze jednotlivců, ale celé generace.

Generace Z si velmi dobře uvědomuje závažnost environmentálních problémů. Přesto však mívá potíže tuto osvětu přenést do každodenního života – například v souvislosti s plýtváním potravin její zástupci sami přiznávají, že v téhle oblasti mají rezervy (Hladík, 2025).

Psycholog a psychoterapeut Daniel Wagner (2022) v rozhovoru s Českým Rozhlasem Radio Wave uvádí, že zvýšené množství depresí a úzkostí mezi mladými může souviset i se schopností Generace Z lépe rozpoznávat a zpracovávat vlastní emoce, než tomu bylo u starších generací: „Objevování emočního světa s sebou přináší nové věci. Jednou z nich je, že lidé víc pláčou, víc se ozývají, víc křičí, víc se vymezují. Říkají, co chtějí a co potřebují. Možná právě to může být chápáno tak, proč to prostě nevydrží. Jako že jsou méně odolní. Mladé generace více a více objevují emoční svět a učí se s ním pracovat.“

3.2.3 Vzdělávání Generace Z

Generace Z má díky digitálním technologiím neustálý přístup k obrovskému množství informací a bývá si velmi jistá svou schopností si vše potřebné dohledat. Z tohoto důvodu může být obtížné udržet jejich pozornost, zejména v tradičním školním prostředí.

Mnohem lépe se soustředí v prostředí podporujícím kolaborativní myšlení, kreativitu a interaktivitu. Oceňují vizuální a participativní formy výuky, jako jsou prezentace, diskuse či praktické aktivity. Preferují tedy flexibilní a interaktivní vzdělávací přístupy propojené s technologiemi.

Podle dotazníkového šetření Slovenské technické univerzity v Bratislavě z roku 2024 souhlasilo více než 50 % respondentů s výrokem, že „interaktivní forma výuky je výrazně zajímavější a zábavnější“ (Pavlíčková a spol., 2024. s. 75).

Překvapivě se však ukázalo, že studenti Generace Z i nadále preferují prezenční výuku před distanční – přičemž ale míra interaktivity učiva hraje klíčovou roli v jejich angažovanosti.

4 METODIKA

V rámci metodiky pozornost směřuje ke shrnutí metodických postupů nezbytných k vypracování praktické části bakalářské práce.

4.1 Cíl práce a účel výzkumu

Cílem bakalářské práce je zjistit, zda dnešní dospívající generace (Generace Z) rozumí pojmu nezisková organizace, zda a jakým způsobem účastní jejich aktivit a zda jim školy tuto možnost zprostředkovávají. Analýza bude dále rozvinuta o komparaci percepce neziskových organizací v závislosti na rozdílném zaměření jednotlivých středních škol. Výsledky šetření budou dle domluvy následně poskytnuty středním školám, které se výzkumu účastnily.

4.2 Výzkumné otázky

Vo1: Rozumí studenti středních škol pojmu „neziskové organizace“?

Vo2: Mají studenti zájem zapojit se do projektů neziskových organizací?

Vo3: Z jakých důvodů se studenti chtějí či nechťejí účastnit akcí neziskových organizací?

Vo4: O které oblasti činnosti neziskových organizací mají studenti největší zájem?

Vo5: Existuje významný rozdíl v percepci neziskových organizací mezi studenty různých studijních oborů?

4.3 Metody výzkumu

Pro účely bakalářské práce bude zvolena metoda kvantitativního výzkumu formou online dotazníku – neboli metodou CAWI (Computer Aided Web Interviewing). Tato forma je vybrána především z důvodu minimálních finančních nákladů a přístupnosti pro daný objekt výzkumu. V dotazníku budou použity tyto typy otázek:

1. Uzavřené trichotomické otázky, u kterých je možný výběr pouze ano/ne/nevím.
2. Uzavřené dichotomické otázky, u kterých je možný výběr pouze ano/ne.
3. Polytomické otázky výčtové (multiple choice) s možností výběru max. 3/4 odpovědí.
4. Polytomické otázky výběrové (single choice).

5. Otevřené otázky.

4.4 Objekt výzkumu

O vyplnění dotazníku budou požádáni studenti vybraných středních škol ve Zlínském kraji. Pozornost bude směřovat ke studentům 1.–4. ročníků maturitních oborů a 1.–3. ročníků oborů učebních.

V rámci možnosti komparace bude kladen důraz na rozmanitost studijních oborů a zaměření jednotlivých škol.

4.5 Timing a rozpočet

Příprava dotazníku je plánována na počátek roku 2025, přičemž bude na sběr odpovědí vymezen přibližně jeden měsíc. V případě komplikací s oslovením škol může být realizace dotazníku posunuta na konečnou hranici v průběhu března 2025.

Na tvorbu, šíření ani vyhodnocování dotazníku nebude nutné pořizovat žádný placený software, neboť budou využity volně dostupné nástroje.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

První kapitola praktické části bakalářské směřuje k přiblížení dotazníku a k prezentaci jednotlivých škol, které se účastnily šetření.

5.1 Dotazník

Rozeslaný dotazník je rozdělen do sedmi základních sekcí.

První sekce obsahuje úvodní otázky, které slouží k základní kategorizaci respondentů podle pohlaví, školy, délky studia a studovaného oboru.

Následuje nejrozsáhlejší část dotazníku – sekce druhá, jež se zaměřuje na to, do jaké míry studenti rozumí pojmu neziskové organizace, a prostřednictvím několika otázek se snaží vystihnout její podstatu. Součástí této sekce je také zjišťování, jaké oblasti činnosti studenti s neziskovým sektorem nejčastěji spojují.

Druhá část sekce druhé se soustředí na osobní motivaci studentů k zapojení – zjišťuje o jaké oblasti mají zájem, jakým způsobem by nejraději pomáhali a co je k účasti motivuje. Závěrem se respondenti vyjadřují i k tomu, odkud nejčastěji získávají o neziskovkách informace.

Třetí sekce se zaměřuje na školní prostředí – zjišťuje, zda školy studentům nabízejí možnost zapojit se do aktivit neziskových organizací, případně o jaký typ činností se jedná. Dále se studenti vyjadřují k oblastem, o kterých by se rádi dozvěděli více a k formám spolupráce mezi školou a neziskovým sektorem, které by je nejvíce zaujaly.

Čtvrtá sekce je určena pouze těm studentům, kteří uvedli, že se již nějaké neziskové aktivity zúčastnili. Jejich úkolem je specifikovat konkrétní činnost.

Pátá sekce je určena pouze respondentům, kteří uvedli, že o účast na aktivitách neziskových organizací nemají zájem. Cílem této části je zjistit konkrétní důvody jejich nezájmu. Na ni navazuje sekce šestá, která je obsahově totožná se sekcí třetí a znovu se věnuje tématu zapojení neziskových organizací ve školním prostředí.

Poslední, sedmá sekce je doplňková a nepovinná. Respondentům je předložen seznam vybraných neziskových organizací a jejich úkolem je označit ty, které znají nebo o kterých již někdy slyšeli.

Detailní znění s analýzou jednotlivých otázek je uvedeno v Příloze II.

5.2 Charakteristika vybraných škol

Tato dvoustranná sekce charakterizuje jednotlivé vybrané školy včetně důvodů jejich výběru. Součástí kapitoly je rovněž popis procesu a potíží při oslovování škol ve Zlínském kraji.

5.2.1 Střední odborná škola a Gymnázium Staré Město

Střední odborná škola a Gymnázium Staré Město (SošGSM) je státní střední škola, která sídlí ve dvou budovách – pracoviště v Uherském Hradišti, které je spojeno s rozsáhlou dílnou a probíhá zde výuka jak učebních oborů (Strojní mechanik, Mechanik opravář motorových vozidel, Truhlář a Obráběč kovů), tak jednoho oboru maturitního (Mechanik seřizovač).

Druhá budova se nachází ve Starém Městě při silnici na Velehrad a je určena pro výuku maturitních oborů Agropodnikání, Ekonomika a podnikání a Stavebnictví a Gymnázia.

Škola nabízí předměty jako Základy společenských věd, Člověk a prostředí, Občanský a společenskovědní základ a Občanská nauka. Každý studijní obor zahrnuje alespoň jeden předmět, který studenty vede k porozumění principům prosociálního chování.

Za ochotu a spolupráci děkuji paní Ing. Růženě Borkové. Škola byla do výzkumu zařazena z důvodů osobní známosti a rozmanitosti nabízených oborů.

5.2.2 Střední škola Baltaci

Střední škola Baltaci (sš Baltaci) je soukromá fakultní střední škola FAME UTB ve Zlíně. Nabízí výuku jak čtyřletých maturitních oborů – Lyceum 2.0, Informační technologie (IT) a Hotelnictví, tak tříletých maturitních oborů– Podnikání. Součástí školy je také tříletý učební obor zakončený výučním listem – Kuchař-číšník. Škola sídlí na Dřevnické ulici ve Zlíně.

Školní kurikulum nabízí předměty zaměřené na osobnostní rozvoj jako jsou Osobnostně sociální a etická výchova, Výchova ke zdraví a bezpečí a Základy společenských věd. Dále jsou vyučovány předměty jako Občanská nauka, Sociologie práce, Výchova k občanství a Člověk jako občan.

Velmi děkuji paní Ing. Bc. Ivetě Mrázkové za rychlou spolupráci a ochotu.

Důvodem výběru této školy byly jak zajímavé studijní obory, tak i pestrá nabídka předmětů zaměřených na prosociální chování.

5.2.3 Střední uměleckoprůmyslová škola Uherské Hradiště

SUPŠ:UH je střední škola v Uherském Hradišti zaměřená na přípravu výtvarně nadaných studentů na budoucí profesní dráhu umělce. Vyučování probíhá převážně prakticky, studenti se účastní místních i celostátních projektů a ze školy odcházejí plně připraveni pracovat v oboru.

Škola nabízí celkem 9 maturitních oborů – Užitá malba, Design obuvi, Design oděvů, Grafický design, Keramika, Multimedia, Průmyslový design, Sochařství a Užitá fotografie.

Školní kurikulum zahrnuje také předměty podporující prosociální chování, jako jsou Občanský základ a Ekologie. Předmět Dějiny výtvarné kultury navíc studenty motivuje k účasti na různých kulturních akcích.

Na základě osobní zkušenosti lze dodat, že pedagogové mnohdy studenty pobízejí k účasti na aktivitách podporujících společenskou odpovědnost.

Za spolupráci děkuji panu řediteli Mgr. Ivu Savarovi, zástupkyni Mgr. Věře Gabrhelíkové a Mgr. Andree Lángové.

5.2.4 Oslovení škol ke spolupráci

Proces oslovování jednotlivých škol probíhal prostřednictvím telefonické domluvy, následně doplněné o e-mailovou korespondenci – nejčastěji se zástupci vedení.

Celkem bylo kontaktováno 12 škol, z nichž 6 reagovalo pozitivně. Většina odmítnutí byla zdůvodněna snahou studenty nezahlcovat dotazníky.

K rozeslání dotazníku byla stanovena lhůta jednoho měsíce. Každý týden byl školám rozeslán e-mail připomínající předchozí telefonickou domluvu.

Přesto však dotazník nakonec rozeslaly pouze 3 školy, což vedlo k výrazně nižšímu počtu respondentů, než bylo původně plánováno. Jejich rozdílné zaměření však naštěstí zajistilo potřebnou variabilitu a nedošlo tak k výraznému ohrožení zodpovězení výzkumných otázek.

Dotazníky byly rozeslány v týdnu od 17. do 24. března 2025 a studenti je vyplňovali v období od 17. března do 5. dubna 2025.

6 VÝSLEDKY ŠETŘENÍ

Třetí kapitola praktické části bakalářské práce věnuje pozornost analýze výsledků dotazníkového šetření jednotlivých škol a současně přechází k souhrnné analýze celkových výsledků.

6.1 Střední odborná škola a Gymnázium Staré Město

Na dotazník ze SošGSM odpovědělo celkově 45 respondentů. Z toho 57 % tvořily **ženy** a 43% **muži**. Studenti z učebních oborů jsou výhradně muži.

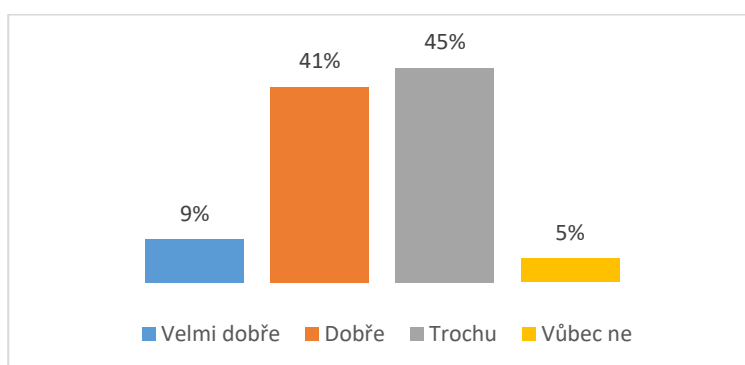
Celkem 89 % respondentů studuje **maturitní obor**, zbývajících 11 % studuje **obor učební**. Mezi maturitními obory převažuje Gymnázium (59 %), následuje obor ekonomika a podnikání (14 %). Učební obory jsou rozmanitější – jde se o truhláře, mechaniky a obráběče kovů.

6.1.1 Vymezení pojmu „neziskové organizace“

Ze skupiny studentů učebních oborů 100 % respondentů uvedlo, že pojmu rozumí **dobře**. U studentů maturitních oborů nejvíce převažovala odpověď **trochu** s 51 %, následovaná odpověď **dobře** (33 %), **velmi dobře** (10 %) a **vůbec ne** (5 %).

Celkově 45 % studentů označilo možnost **trochu**, 41 % **dobře**, 9 % **velmi dobře** a 5 % **vůbec ne**.

Převažující odpovědi *dobře* a *trochu* naznačují, že pro většinu studentů nejsou NO zcela neznámé – přinejmenším vědí, že existují (Graf 1).



Graf 1– Jak dobře rozumí student SošGSM pojmu NO?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Na SošGSM nebyla zaznamenána veliká korelace mezi porozuměním pojmu a zájmem o účast na činnostech neziskových organizací – pouze 17 % respondentů, kteří vybrali *velmi dobře* či *dobře*, projeví aktivní zájem.

Z nabízených 3 definicí 71 % respondentů označilo definici „**Nezisková organizace je instituce, jejímž cílem není tvorba zisku, ale poskytování služeb pro veřejnost nebo určitou skupinu lidí.**” jakožto tu nejpřesnější. Z toho lze usoudit, že většina studentů SošGSM neziskovky vnímá jako nevýdělečné instituce, jejichž činnost pomáhá veřejnosti. Finanční aspekt hraje v této definici zásadní roli.

Zbývajících 29 % respondentů zvolilo definici „**Neziskovky se zaměřují na veřejně prospěšné aktivity v oblastech jako sociální pomoc, vzdělávání, zdravotnictví nebo ekologie.**” Tato možnost nezmiňuje finanční aspekt, který, podle předchozích výsledků, tvoří výraznou součást vnímání neziskových organizací mezi studenty.

Na otázku *Znáš nějaké neziskové organizace či jejich projekty?* odpověděla většina respondentů (68 %) možností **ne**, zatímco 32 % zvolila **ano**.

Zajímavým zjištěním bylo, že 53 % respondentů, kteří uvedli, že žádnou neziskovou organizaci neznají, se již nějaké její aktivity zúčastnilo. Lze tedy předpokládat, že buď nevnímají, kterým organizacím přispívají – anebo si je jednoduše nepamatují (Tabulka 17).

Tabulka 1 – Studenti SošGSM neznají NO, ale účastní se jejich aktivit

Znáš nějaké neziskové organizace či jejich projekty?		Zúčastnil/a ses už někdy nějaké aktivity neziskové organizace?		
Ano	Ne	Ano	Ne	Nevím
14 (32 %)	30 (68 %)	16 (53 %)	9 (30 %)	5 (17 %)

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Respondenti, kteří v předchozí otázce zvolili *ano* je poté vypsali: **Sdružení TULIPAN, UNICEF, Charita, Na Dlani, ADRA, Dobrý anděl, Dům Ronalda McDonalda a nadace ČEZ.**

6.1.2 Percepce neziskového sektoru studenty

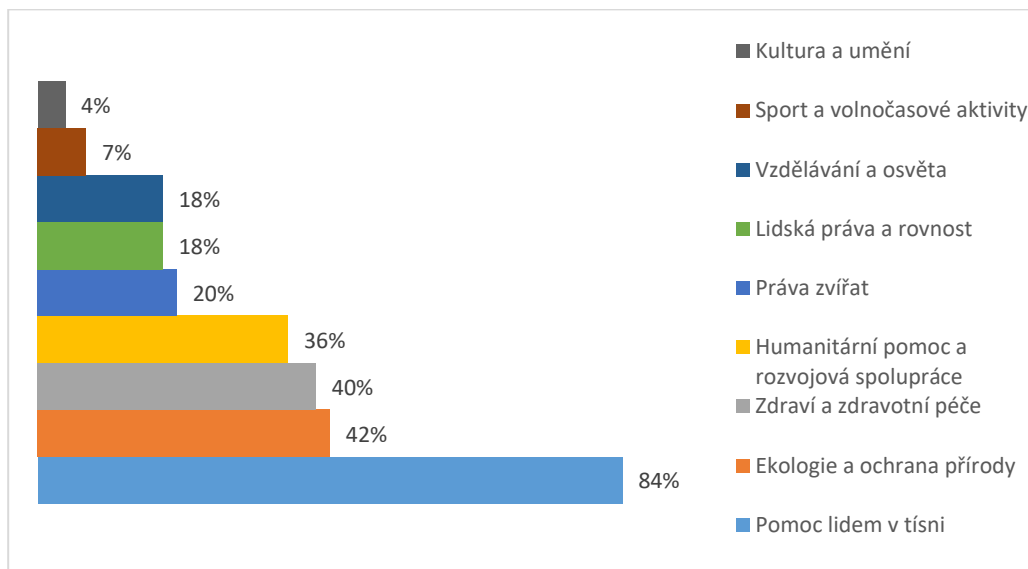
Výrazná většina studentů SošGSM věří, že neziskovky mají pozitivní dopad na společnost. Až 80 % odpovědělo na otázku *Myslíš si, že neziskové organizace mají pozitivní dopad na*

společnost? odpovědí **ano** – domnívají se tedy, že společnosti přispívají pozitivním způsobem. Dalších 18 % uvedlo, že **neví** a pouze 2 % respondentů se domnívalo, že neziskové organizace pozitivní dopad **nemají**.

Odpovědi na otázku *Máš dojem, že neziskové organizace dostávají dostatečnou podporu od státu?* naznačují, že studenti nemají zcela přesnou představu o tom, jakým způsobem jsou NO financovány. Polovina (50 %) respondentů uvedla, že **neví**. 41 % se domnívá, že stát dostatečně **nepomáhá**. Nejmenší podíl respondentů, 9 %, vybral odpověď **ano** a je přesvědčen, že státní podpora je přiměřená.

Podle výsledku šetření studenti SošGSM neziskovky vnímají především jako instituce, které **pomáhají lidem v tísní**. Na otázku *Jaké oblasti podle tebe neziskové organizace nejčastěji řeší?* zvolilo tuto odpověď 84 % respondentů. Mezi další často zmiňované oblasti patří **ekologie a ochrana přírody** (42 %), **zdraví a zdravotní péče** (40 %) a **humanitární pomoc a rozvojová spolupráce** (36 %).

Respondenti nevnímají **kulturní a volnočasové oblasti** jako klíčové. Lze tedy usoudit, že podle jejich názoru se neziskový sektor orientuje především na humanitární témata, nikoliv na zájmové aktivity (Graf 2).



Graf 2 – Jaké oblasti NO se podle studentů SošGSM nejčastěji řeší?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Na otázku *Odkud se nejčastěji dozvídáš o neziskovkách a jejich projektech?* 73 % respondentů uvedlo, že informace čerpají ze **sociálních sítí**. Překvapivě vysoký podíl (44 %) studentů však informace získává přímo ve **škole**.

Celkem 36 % respondentů uvedlo, že informace získávají z **televize či rádia** a 29 % od **rodiny a přátel**. Relativně malý podíl studentů (24 %) je ovlivňován influencery. 15 % respondentů tyto informace nevstřebává **vůbec**. Podle výsledků šetření se však jedná o tu skupinu, která zároveň neprojevuje sebemenší zájem o účast v rámci dobročinných akcí – je tedy racionální předpokládat, že informace o nich záměrně nevyhledávají.

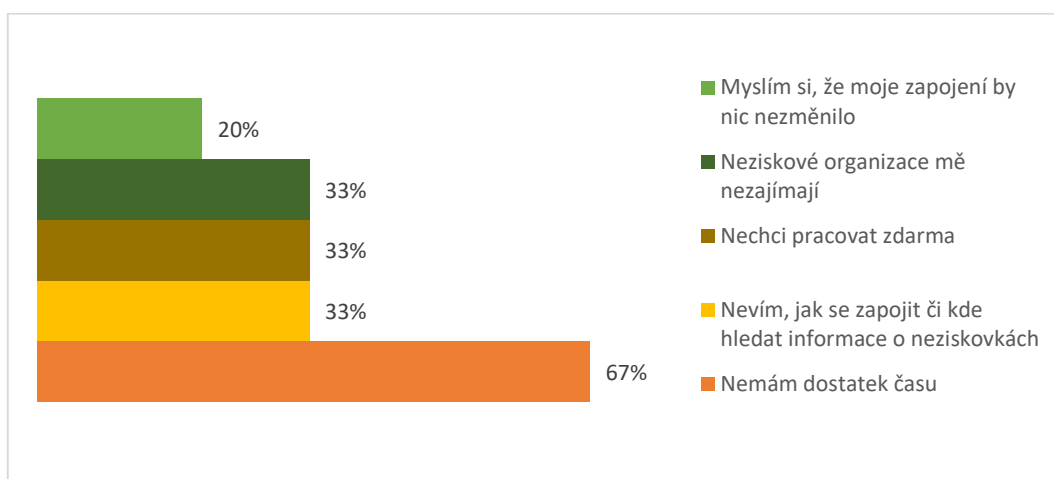
Z výsledků vyplývá, že SošGSM své studenty o dobročinných akcích aktivně informuje a že nejúčinnějším nástrojem pro zviditelnění neziskových organizací jsou sociální média.

6.1.3 Zájem studentů o zapojení a jejich motivační faktory

Další sada otázek se zaměřovala na zájem a motivaci jednotlivců.

Na otázku *Měl/a bys zájem se někdy zapojit do činnosti neziskové organizace?* odpovědělo kladně (**ano**) pouze 18 % respondentů. Zájem **neprojevilo** 32 % dotázaných – nejčastějším uváděným důvodem nezájmu byl **nedostatek času** (67 %) (Otázka: *Z jakého důvodu nemáš zájem se zapojit?*).

Z šetření rovněž vyplynulo, že problémem bývá **obtížná dostupnost** informací. Dalším uváděným důvodem je neochota pracovat **zadarmo**. Tento postoj však může souviset právě s *nedostatkem času* – studenti musí vybalancovat školní povinnosti s osobním životem a dobrovolná činnost bez odměny pro ně jednoduše není prioritou.



Graf 3 – Z jakého důvodu nemají studenti SošGSM zájem se zapojit?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Více než polovina této skupiny respondentů se již nějaké akce zúčastnila, avšak lze předpokládat, že v budoucnu se do podobných aktivit již nezapojí.

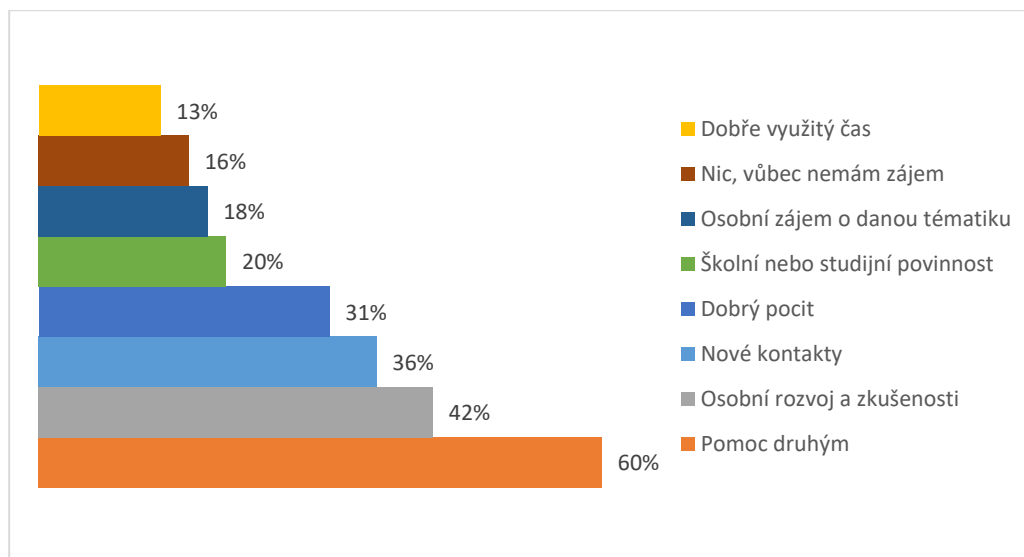
Polovina respondentů zvolila možnost možná – značná část studentů by tedy mohla být ochotná se akcí účastnit. Podle předchozí otázky navíc 86 % těchto respondentů věří, že neziskovky mají pozitivní dopad na společnost. Lze tedy předpokládat, že je možné tuto skupinu k přímé akci motivovat (Graf 3).

Na základě odpovědí na otázku *Zúčastnil/a ses už někdy nějaké aktivity neziskové organizace?* vyplynulo, že 58 % respondentů se již nějaké neziskové aktivity **zúčastnilo**.

U otázky *Vzpomeň si, jaké činnosti ses zúčastnil/a?* šlo nejčastěji o **finanční pomoc** (69 %), **uklizení veřejných prostor** (37 %) a o **příspěvní do potravinové banky** (35 %).

Celkem 31 % respondentů uvedlo, že se nikdy žádné aktivity **nezúčastnilo**. Polovina z nich zároveň neprojevila o neziskové organizace **žádný zájem**, zatímco druhá polovina by nejraději přispěla formou **darů**. Dalších 11 % respondentů si **není jisto svou účastí**.

Otázka, *Co by tě motivovalo k zapojení do neziskové organizace?* byla položena i respondentům, kteří o NO neprojevují zájem – měli k dispozici možnost *nemám zájem*. Zajímavé bylo, že polovina z nich tuto odpověď nevybrala, což naznačuje, že by bylo možné k účasti přesvědčit i ty studenty, kteří aktuálně zájem neprojevují.

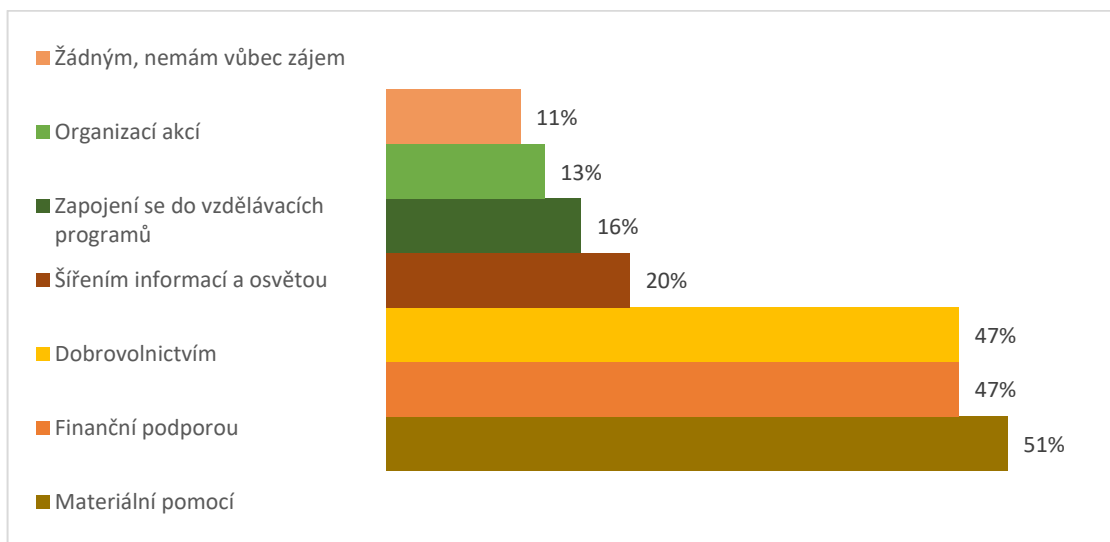


Graf 4 – Motivace studentů SošGSM

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Motivace k zapojení do neziskových činností jsou velmi rozmanité, přesto ale většina (60 %) respondentů uvedla, že by chtěla pomoci druhým. Dalších 42 % respondentů tyto činnosti vnímá jako příležitost k osobnímu rozvoji. Třetím nejčastějším důvodem byly nové kontakty – což naznačuje, že studenti SošGSM uvažují i o své budoucnosti (Graf 4).

Otázka – *Jakým způsobem bys nejraději pomohl/la?* ukázala, že studenti by nejraději pomáhali **materiální pomocí** – např. darováním starých plyšáků, oblečení, krmiva či potravin. Dále by rádi pomáhali formou **finanční podpory** nebo prostřednictvím **dobrovolnictví**. Tyto tři formy pomoci korelují s aktivitami, kterých se studenti již účastnili.



Graf 5 – Jakým způsobem by studenti SoSGSM nejraději pomohli?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Zajímavostí je, že žádný z respondentů nevybral možnost pomoci **podporou legislativních změn**. Lze předpokládat, že si studenti sami neuvědomují, jaký vliv NO mohou mít na legislativu (Graf 5).

Poslední dvě otázky jsou spíše doplňkového charakteru.

U první z nich – *Zapojili se někdy tvoji rodiče do činnosti neziskové organizace?* – je zajímavé, že 93 % respondentů s rodiči, kteří mají k NO kladný vztah, projevilo o NO zájem.

Tabulka 2 – Vliv rodičů SoSGSM

Zapojili se někdy tvoji rodiče do činnosti neziskové organizace?			
Ano, účastní se pravidelně	Ano, jednou/párkrát se zapojili	Ne	Nevím
2 (4 %)	13 (29 %)	9 (20 %)	21 (47 %)

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Finální otázka této sekce je nepovinná a jejím cílem bylo *zaškrtnout ty organizace, o kterých respondent už slyšel*. Ze 45 studentů SoSGSM odpovědělo na tuto otázku 38.

Výsledky ukázaly, že mezi nejznámější NO patří **Člověk v tísni** (82 %), **Nadační fond Dům Ronalda McDonalda** (71 %), **Charita Česká republika** (55 %) a **Armáda spásy** (44 %).

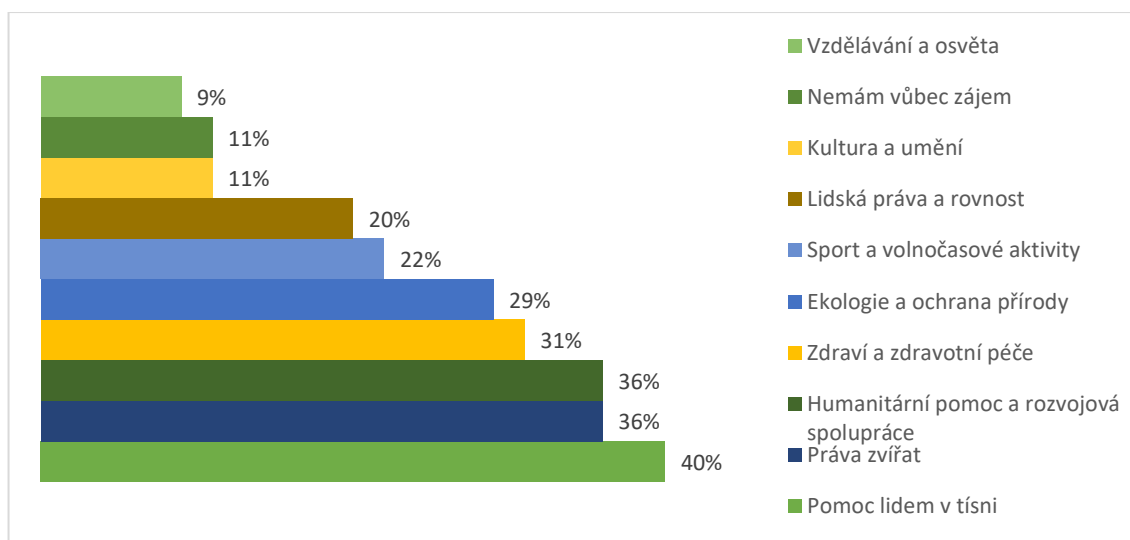
6.1.4 Přístup studentů k aktivitám neziskových organizací v rámci školy

Na otázku *Setkal/a ses někdy ve škole s aktivitou neziskové organizace?* odpovědělo 69 % respondentů **ano**, 22 % uvedlo **nevím** a 9 % odpovědělo **ne**. Převažující většina studentů maturitních oborů se s NO na škole již setkala. Naopak u učebních oborů zvolili všichni respondenti, až na jednoho, odpověď *nevím* či *ne*.

V otázce *Pokud ano, jaký typ akce spojené s neziskovkou se ve tvé škole konal?* se ukázalo, že někteří respondenti mají v této oblasti nejasnosti – i mezi těmi, kteří uvedli *nevím* či *ne*, se objevily konkrétní záznamy o uskutečněných aktivitách. Z toho důvodu jsou v následující analýze zohledněny pouze odpovědi studentů, kteří na předchozí otázku odpověděli možností *ano*.

Sbírku zaznamenalo 78 % studentů a **přednášku** nebo **workshop** uvedlo 38 % respondentů. Na škole pravděpodobně proběhl i **projektový den**, avšak bez povšimnutí.

Podle odpovědí na otázku – *Jaká forma spolupráce se školou by ti přišla nejzajímavější?* by si 51 % studentů SošGSM nejvíce přálo **přednášku nebo workshop**. Na druhém a třetím místě se umístily **exkurze** (33 %) a **dobrovolnické aktivity** (31 %). Nejméně oblíbenou formou jsou **sbírky**, což je poměrně ironické, neboť právě ty jsou podle předchozí otázky nejčastější realizovanou aktivitou na škole.



Graf 6 – Jaké oblasti NO zajímají studenty SošGSM nejvíce?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Předchozí graf (Graf 6) znázorňuje odpověď na poslední otázku dotazníku – *O jaké oblasti neziskovek by ses chtěl/a ve škole dozvědět více?* Studenty zde nejvíce zaujaly 3 oblasti – pomoc lidem v tísni, práva zvířat a humanitární pomoc. Z grafu ale vyplývá, že zájem o jednotlivá témata je poměrně rovnoměrně rozložený.

6.1.5 Shrnutí

Z výsledků je patrné, že škola studenty o prosociálních tématech aktivně informuje. Většina studentů pojmu NO rozumí a vnímají je pozitivně.

Polovina respondentů si myslí, že se s činností NO ještě nesetkala – při podrobnějším dotazování však vyšlo najevo, že se s jejich projekty již pravděpodobně setkali, nespojili si je ale s konkrétními organizacemi.

Studenti vnímají neziskovky především jako instituce zaměřené na pomoc lidem či ochraně přírody, avšak organizace zaměřené na kulturu či sport zůstávají mimo jejich povědomí.

Polovina studentstva se domnívá, že stát neziskovky podporuje nedostatečně, druhá polovina nemá o tomto tématu žádné informace.

Přímý zájem o účast je aktuálně nízký, avšak existuje potenciál k výraznému zvýšení – polovina studentů si totiž zatím není jistá. Nejčastějším důvodem nezájmu bývá nedostatek času.

K informacím o neziskovkách studenti nejčastěji přicházejí prostřednictvím sociálních sítí a školy.

Většina studentů se zúčastnila finanční sbírky. Menší část se zapojila do uklízení veřejných prostor nebo přispěla do potravinové banky.

K aktivní účasti na projektech studenty nejvíce motivuje snaha pomáhat druhým a také osobní rozvoj – včetně možnosti navazovat nové kontakty. Nejraději by se zapojili formou materiálních darů, finanční podpory nebo dobrovolnictví.

Většina studentů zaznamenala spolupráci NO se školou, nejčastěji formou sbírky. Ty jsou však zároveň nejméně oblíbenou formou dobročinné aktivity. Naopak největší zájem projevují o přednášky, workshopy a projektové dny a exkurze do prostorů NO.

Tematicky je nejvíce oslovuje pomoc lidem v tísni, práva zvířat a humanitární činnosti.

6.2 Střední škola Baltaci

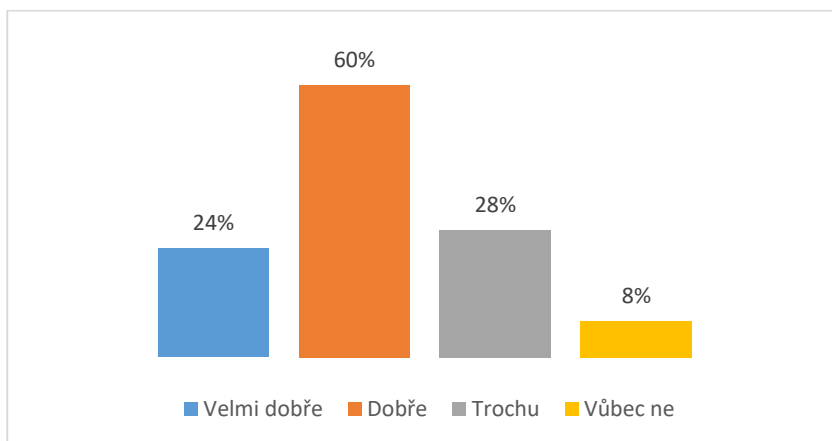
Na dotazník ze Střední školy Baltaci odpovědělo celkem 25 respondentů. Z toho 40 % tvoří **ženy** a 60% **muži**.

Většina respondentů (96 %) studuje **maturitní obor**, 4 % studuje **obor učební**. Mezi maturitními obory převažuje IT (60 %), následuje hotelnictví (40 %). Jediný učební obor zastoupený v šetření je Kuchař-číšník.

6.2.1 Vymezení pojmu ‚neziskové organizace‘

Svoje porozumění pojmu NO respondenti nejčastěji hodnotili jako **dobře** (60 %), dále jako **trochu** (28 %), **velmi dobře** (24 %) a **vůbec ne** (8 %).

Převažují odpovědi *dobře*, *trochu* a *velmi dobře* naznačují, že se studenti sš Baltaci v tématu NO alespoň částečně orientují (Graf 7).



Graf 7 – Jak dobře rozumí studenti ze sš Baltaci pojmu NO?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Z nabízených 3 podobných definic označilo 73 % respondentů jako nejpřesnější výroky „**Nezisková organizace je instituce, jejímž cílem není tvorba zisku, ale poskytování služeb pro veřejnost nebo určitou skupinu lidí.**” Lze tedy usuzovat, že většina studentů sš Baltaci vnímá NO jako nevýdělečné instituce zaměřené na pomoc lidem.

8 % zvolilo definici „**Neziskovky fungují nezávisle na státu i soukromém sektoru a usilují o pozitivní společenskou změnu**”. Tato formulace neklade výraz na financování, ale na nezávislost a hodnotové ukotvení NO.

Zbylých 19 % se přiklonilo k výkladu, že „**Neziskovky se zaměřují na veřejně prospěšné aktivity v oblastech jako sociální pomoc, vzdělávání, zdravotnictví nebo ekologie.**“. Tato možnost se zaměřuje na konkrétní oblasti působení.

Na otázku *Znáš nějaké neziskové organizace či jejich projekty?* odpovědělo 76 % respondentů, že žádnou **neznají**. Zbylých 24 % uvedlo, že **ano**.

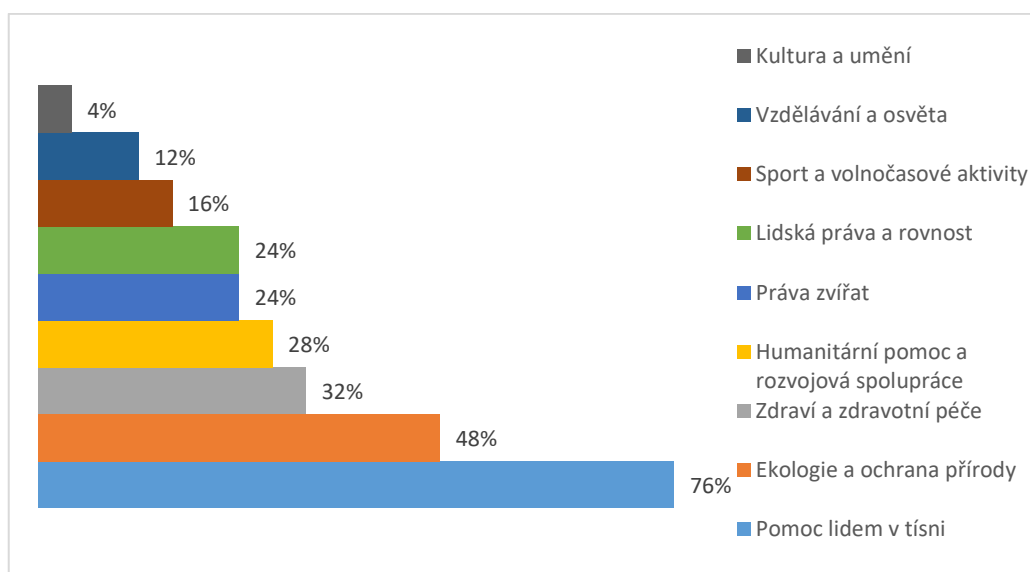
Opakuje se zde stejný trend, jako u SošGSM – 43 % z těch respondentů, kteří uvedli, že žádnou NO neznají, se již přesto nějaké aktivity její aktivity zúčastnilo.

Respondenti, kteří v předchozí otázce odpověděli *ano* je uvedli: **RadoVan, Charita, Kapka naděje a Člověk v tísni**.

6.2.2 Percepce neziskového sektoru studenty

Většina (68 %) studentů sš Baltaci se domnívá, že NO mají pozitivní dopad na společnost. Zbylých 28 % respondentů uvedlo, že **neví** a 4 % se domnívají že pozitivní dopad **nemají**. Přestože konkrétní organizace většina studentů nezná, tak je celkově vnímají spíše kladně.

Podle odpovědí na otázku *Máš dojem, že neziskové organizace dostávají dostatečnou podporu od státu?* se polovina (52 %) respondentů domnívá, se stát **nepřispívá** dostatečně. Dalších 36 % uvedlo, že o problematice nic **neví**, a 12 % se přiklání k názoru, že **ano**, stát přispívá přiměřeně.



Graf 8 – Jaké oblasti NO se podle studentů sš Baltaci nejčastěji řeší?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Jak ukázal předchozí graf (Graf 8) vnímají studenti sš Baltaci NO podobně, jako studenti SošGSM. Na otázku – *Jaké oblasti podle tebe neziskové organizace nejčastěji řeší?* opět převládla odpověď, že pomáhají lidem v tísní (76 %).

Narozdíl od SošGSM však větší podíl respondentů ze sš Baltaci považuje za důležitou oblast sport a volnočasové aktivity (16 %). Kulturní oblast zůstává – stejně jako u předchozí školy – téměř opomíjená.

Na otázku *Odkud se nejčastěji dozvídáš o neziskovkách a jejich projektech?* uvedlo nejvíce respondentů (68 %), že informace získávají prostřednictvím **sociálních sítí**. Téměř polovina (44 %) studentů uvedla jako zdroj informací školu.

Druhou nejčastější odpovědí jsou tentokrát **influenceři** (36 %), zatímco 24 % studentů uvedlo, že si NO vůbec **nevšímají**. Jedná se o stejnou skupinu respondentů, která neprojevuje žádný zájem o účast.

6.2.3 Zájem studentů o zapojení a jejich motivační faktory

Na otázku *Měl/a bys zájem se někdy zapojit do činnosti neziskové organizace?* odpovědělo **ano** pouze 2 % respondentů. 40 % uvedlo možnost **možná** – většina z nich se již v minulosti s nějakou aktivitou NO setkala.

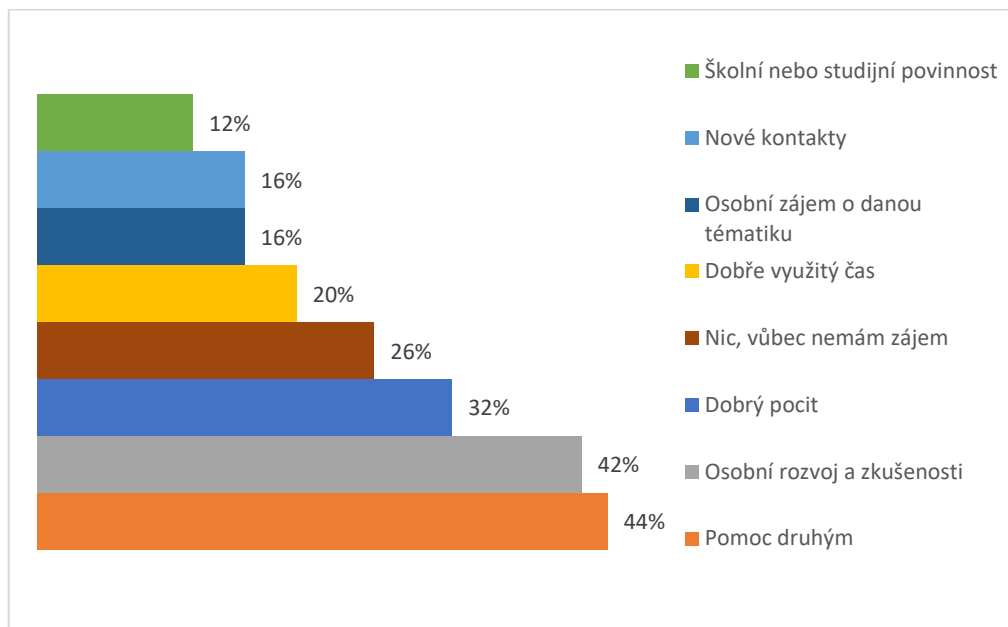
Zájem **nemá** 58 %, což představuje většinu. Nejčastěji uváděným důvodem je opět **nedostatek času** (67 %) (viz Otázka Z *jakého důvodu nemáš zájem se zapojit?*). Tato skupina se ve většině případů nikdy žádné aktivity nezúčastnila.

Na otázku *Zúčastnil/a ses už někdy nějaké aktivity neziskové organizace?* odpovědělo 44% kladně, tedy **ano**. Podle následující otázky *Vzpomeň si, jaké činnosti ses zúčastnil/a?* největší část (45 %) pomohla **finančně** a 27 % se podílelo na **organizaci eventu**.

Zbylých 56 % respondentů uvedlo, že se žádné aktivity **nezúčastnili**, přičemž drtivá většina této skupiny neprojevuje o NO **žádný zájem**.

U otázky – *Co by tě motivovalo k zapojení do neziskové organizace?* se odpovědi studentů sš Baltaci oproti SošGSM výrazně liší. O 20 % méně studentů uvádí jako hlavní motivaci **pomoc druhým**, naopak o 10 % více jich uvedlo, že nemá by je **nic** nemotivovalo a **nemají zájem**.

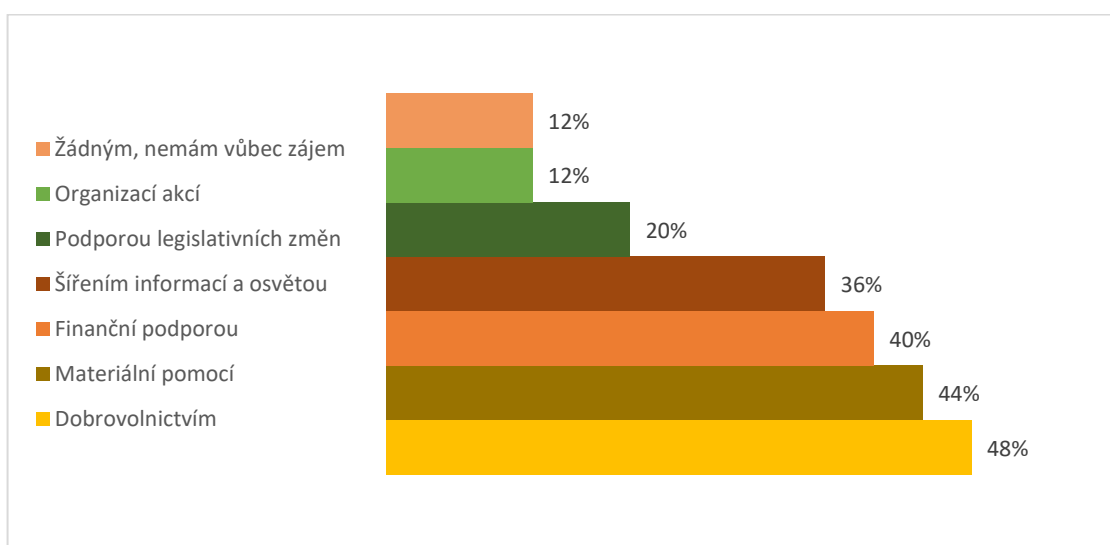
Osobní rozvoj spolu s **dobrym pocitem** nadále patří mezi hlavní motivační faktory. Nejméně často byla jako motivace označena **povinnost v rámci školy** – pouze 12 % respondentů (Graf 9).



Graf 9 – Motivace studentů sš Baltaci

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Následující otázka – *Jakým způsobem bys nejradši pomohl/la?* ukázala, že respondenti preferují **dobrovolnictví** (48 %). Dále následovala **materiální pomoc** (44 %) a **finanční podpora** (40 %).



Graf 10 – Jakým způsobem by studenti sš Baltaci nejraději pomohli?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Na rozdíl od studentů SošGSM vnímají studenti sš Baltaci i **podporu legislativních změn** jako legitimní způsob pomoci – tuto možnost zvolilo 20 % respondentů. Zvýšený zájem projeвили také o **šíření informací a osvětu**, což může souviset se studovaným oborem IT (Graf 10).

Více než polovina respondentů **neví**, zda se jejich rodiče někdy zúčastnili neziskových aktivit. Zajímavé je, že u dvou respondentů, jejichž rodiče se aktivitám *věnují pravidelně*, se neprojevil žádný zájem.

Tabulka 3 – Vliv rodičů sš Baltaci

Zapojili se někdy tvoji rodiče do činnosti neziskové organizace?			
Ano, účastní se pravidelně	Ano, jednou/párkrát se zapojili	Ne	Nevím
2 (8 %)	5 (20 %)	3 (12 %)	15 (60 %)

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Respondenti nejčastěji *zaškrtnli* tyto organizace: **Nadační fond Dům Ronalda McDonalda** (62 %), **Člověk v tísni** (52 %) a **Armáda spásy** (38 %).

6.2.4 Přístup studentů k aktivitám neziskových organizací v rámci školy

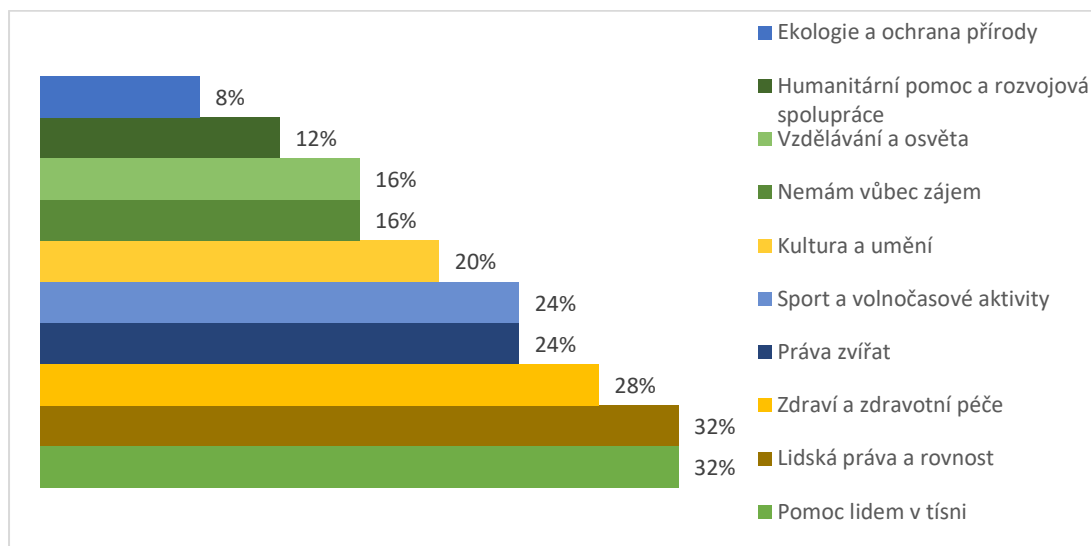
Na otázku „*Setkal/a ses někdy ve škole s aktivitou neziskové organizace?*” odpovědělo 80 % respondentů **ano** a zbývajících 20 % uvedlo **nevím**. Lze tedy předpokládat, že se na škole již nějaké aktivity spojené s neziskovým sektorem konaly.

Na navazující otázku „*Pokud ano, jaký typ akce spojené s neziskovkou se ve tvé škole konal?*” uvedlo 60 % respondentů, že šlo o **sbírku**. Téměř třetina respondentů také uvedla **projektový den, dobrovolnické aktivity a přednáška či workshop**. Výsledky naznačují, že na škole pravděpodobně proběhlo více typů neziskových aktivit.

Podle odpovědí na otázku – *Jaká forma spolupráce se školou by ti přišla nejzajímavější?* by si – stejně, jako u SošGSM – největší podíl studentů (64 %) přál **přednášku nebo workshop**.

Exkurzi zvolilo 42 % a **dobrovolnické aktivity** 40 % respondentů. Studenti sš Baltaci sice ke neprojevují **sbírkám** odpor, ale nejeví sebemenší zájem o **soutěže**, které jsou pro ně tou nejméně atraktivní formou spolupráce.

Odpovědi na otázku – *O jaké oblasti neziskovek by ses chtěl/a ve škole dozvědět více?* jsou oproti SošGSM rozmanitější – zájem studentů sš Baltaci se rozprostírá napříč všemi nabízenými oblastmi. Nejvíce je zajímavá **pomoc lidem a lidská práva** (32 %), zatímco zájem o **ekologii** je téměř nulový (Graf 11).



Graf 11 – Jaké oblasti NO zajímají studenty sš Baltaci nejvíce?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

6.2.5 Shrnutí

Většina studentů vnímá neziskovky pozitivně, avšak se do jejich aktivit příliš nezapojují a celkový zájem zůstává nízký. Pokračuje trend, kdy si studenti myslí, že žádnou neziskovku neznají, ačkoliv se již v minulosti zúčastnili některé z jejich aktivit.

Vnímají je jako instituce, které pomáhají lidem v nouzi a chrání přírodu.

Polovina respondentů se domnívá, že stát by měl neziskovky podporovat více. Druhá polovina se v této necítí být informována

Zájem studentů o účast na neziskových akcích je velmi nízký – více než polovina respondentů nejeví zájem. Druhá polovina zájem buď má, nebo si není jistá – což však otevírá prostor pro případnou motivaci k účasti.

Informace o neziskovém sektoru studenti opět nejčastěji získávají prostřednictvím sociálních médií a školy. Oproti předchozí škole se více studentů informuje skrz influencery.

Polovina studentů pomohla neziskovkám formou finančního příspěvku. Třetina se podílela na organizaci nějaké akce – stálo by za to dodatečně zjistit, zda šlo o aktivitu v rámci studia či o osobní iniciativu.

Pomáhání druhým a osobní rozvoj opět patří mezi ty nejvíce motivující faktory k účasti na dobročinných aktivitách. Zároveň však téměř třetina studentů o účast nejeví žádný zájem. Ti, kteří by se zapojit chtěli by tak nejradši učinili formou dobrovolnictví.

Téměř všichni studenti zaznamenali nějakou formu spolupráce školy s NO–nejčastěji šlo o sbírky. Na základě preferencí studentů by však stálo za zvážení uspořádání přednášky či workshopu, případně zorganizovat exkurzi nebo dobrovolnickou akci mimo školní prostředí.

Studenti nejeví výrazný zájem o ekologii, což může souviset s celkovým přehlcním touto problematikou. Právě ekologická témata mohou být jedním z důvodů celkového nezájmu o aktivity neziskovek. Větší pozornost věnují oblastem, jako jsou lidská práva, pomoci lidem v tísní a zdraví.

Výsledky ukazují, že většina studentů neprojevuje o neziskovky výrazný zájem. Je však pravděpodobné, že pomocí vhodně zvolených metod je možné část studentů motivovat k větší angažovanosti.

6.3 Střední uměleckoprůmyslová škola Uherské Hradiště

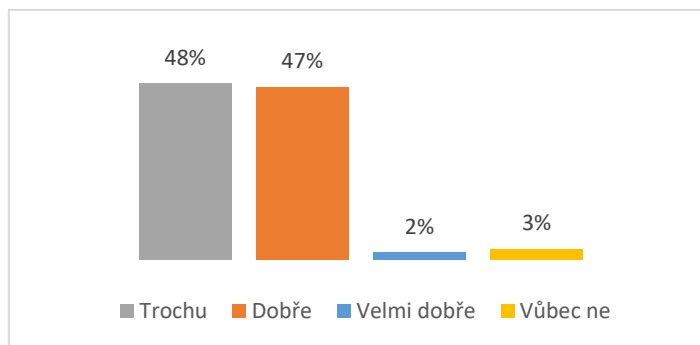
Na dotazník ze SUPŠ:UH odpovědělo celkem 62 respondentů. Z toho 78 % tvoří **ženy** a 22% **muži**. Na základě vlastní zkušenosti lze konstatovat, že škola je složena převážně ze studentek.

Škola vyučuje výhradně **maturitní obory**. Zastoupení jednotlivých (7) oborů bylo následující: 33 % *užitá malba*, 16 % *keramika*, 14 % *sochařství*, 11 % *průmyslový design*, 11 % *užitá fotografie*, 6 % z *design obuvi* a 5 % *design oděvů*.

6.3.1 Vymezení pojmu „neziskové organizace“

U respondentů nejvíce převažovala odpověď **trochu** s 48 %, následovaná odpovědí **dobře** (47 %), **vůbec ne** (3 %) a **velmi dobře** a (2 %.)

Opět převažující odpovědi *trochu* a *dobře* ukazují, že většina studentů má o neziskových organizacích alespoň základní povědomí (Graf 12).



Graf 12 – Jak dobře rozumí studenti ze SUPŠ:UH pojmu NO?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Na SUPŠ:UH byla tentokrát zaznamenána korelace mezi porozuměním pojmu a zájmem o účast na činnostech neziskovek – celkem 71 % studentů, kteří uvedli, že pojmu rozumí *dobře* či *velmi dobře*, projevilo zájem o zapojení.

Z nabízených 3 definicí 65 % respondentů označilo definici „**Nezisková organizace je instituce, jejímž cílem není tvorba zisku, ale poskytování služeb pro veřejnost nebo určitou skupinu lidí.**” jakožto tu nejpřesnější. I v případě studentů SUPŠ:UH lze usuzovat, že většina z nich vnímá neziskové organizace jako instituce *bez zisku*, jejichž činnost je zaměřena na pomoc veřejnosti.

Dalších 24 % respondentů zvolilo definici „**Neziskovky se zaměřují na veřejně prospěšné aktivity v oblastech jako sociální pomoc, vzdělávání, zdravotnictví nebo ekologie.**” Zbylých 11 % označilo jako nejpřesnější výrok, že „**Neziskovky fungují nezávisle na státu i soukromém sektoru a usilují o pozitivní společenskou změnu.**” Tato možnost byla nejméně populární napříč všemi třemi školami, pravděpodobně z toho důvodu, že neuvádí finanční aspekty a zároveň naznačuje nezávislost na státu – což nemusí odpovídat skutečnosti.

Na otázku „*Znáš nějaké neziskové organizace či jejich projekty?*” odpověděla polovina respondentů (50 %) možností **ano**, zatímco druhá polovina (50 %) zvolila **ne** – tímto se studenti SUPŠ:UH odlišují od předchozích škol.

Z následující tabulky lze vyznat, že obě skupiny respondentů – jak ti, kteří neziskové organizace *znají*, tak ti, kteří je *neznají*, se z velké části již nějakých z aktivit zúčastnili. Dosavadní trend naznačuje, že studenti umělecké školy mají k dobročinným činnostem přirozeně blízko.

Tabulka 4 – Blízký vztah studentů SUPŠ:UH k NO

Znáš nějaké neziskové organizace či jejich projekty?					
Ano			Ne		
31 (50 %)			31 (50 %)		
Zúčastnil/a ses už někdy nějaké aktivity neziskové organizace?			Zúčastnil/a ses už někdy nějaké aktivity neziskové organizace?		
Ano	Ne	Nevím	Ano	Ne	Nevím
22 (71 %)	6 (19 %)	3 (10 %)	18 (58 %)	7 (23 %)	6 (19 %)

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Respondenti, kteří v předchozí otázce zvolili *ano* je poté vypsali: **Skaut, Bílá pastelka, Jeden svět, UNICEF, Člověk v tísni, Charita, Greenpeace, Zdravotní klaun, Dobrý anděl, Radost až na kost, Zvířata nejíme a JAN – jdeme autistům naproti.**

Lze předpokládat, že organizace Bílá pastelka na škole již působila – znají ji totiž téměř všichni respondenti.

Mnoho studentů si sice nepamatovalo přesné názvy organizací, avšak uváděli, že znají více neziskovek zaměřených na pomoc a ochranu zvířat.

6.3.2 Percepce neziskového sektoru studenty

Výrazná většina studentů věří, že NO mají pozitivní dopad na společnost – až 85 % respondentů odpovědělo na otázku *Myslíš si, že neziskové organizace mají pozitivní dopad na společnost?* odpovědí **ano**. Zbýlých 15 % uvedlo, že **neví**.

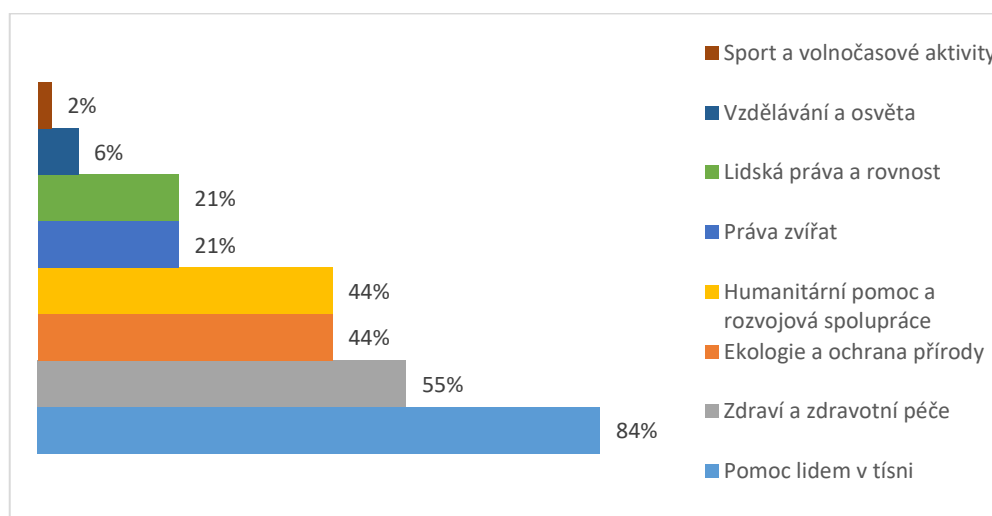
Odpovědi na otázku *Máš dojem, že neziskové organizace dostávají dostatečnou podporu od státu?* naznačují, že ani studenti, kteří jsou do činnosti neziskovek zapálení, nemají zcela přesnou představu o jejich financování. Téměř polovina (48 %) respondentů opět uvedla, že **neví**.

Přesto se velká část respondentů (49 %) domnívá, že je stát **nepodporuje** dostatečně. Pouhá 3 % uvedla, že je míra podpory podle nich v pořádku.

Odpovědi studentů SUPŠ:UH na otázku *Jaké oblasti podle tebe neziskové organizace nejčastěji řeší?* jsou téměř totožné s odpověďmi studentů SošGSM – neziskové organizace

vnímají především jako instituce, které **pomáhají lidem v tísní**. Tuto možnost zvolilo 84 % respondentů. Na druhém místě se umístila oblast **zdraví a zdravotní péče** (55 %) – lze předpokládat, že studenti uměleckých škol bývají citlivěji naladěni na emoční tematiku, a proto častěji vnímají organizace zaměřené na podporu mentálního zdraví.

Respondenti **sport a volnočasové oblasti** vůbec nevnímají jako důležité, **kulturní** překvapivě nezaznamenali. Lze tedy usuzovat, že podle jejich názoru se neziskovky především zaměřují na humanitární témata a zdravotní péči (Graf 13).



Graf 13 – Jaké oblasti NO se podle studentů SUPŠ:UH nejčastěji řeší?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Na otázku *Odkud se nejčastěji dozvídáš o neziskovkách a jejich projektech?* nejvíce (73 %) respondentů uvedlo, že informace čerpají ze **sociálních sítí**. Dalšími zdroji jsou **škola** (48 %), **rodina a přátelé** (31 %), **televize či rádio** (31 %) a **influenceri** (19 %).

Ačkoli dominují sociální sítě, značná část studentů informace získává i z offline prostředí.

6.3.3 Zájem studentů o zapojení a jejich motivační faktory

Na otázku *Měl/a bys zájem se někdy zapojit do činnosti neziskové organizace?* odpovědělo **ano** celých 32 %, což představuje největší podíl ze všech tří zkoumaných škol.

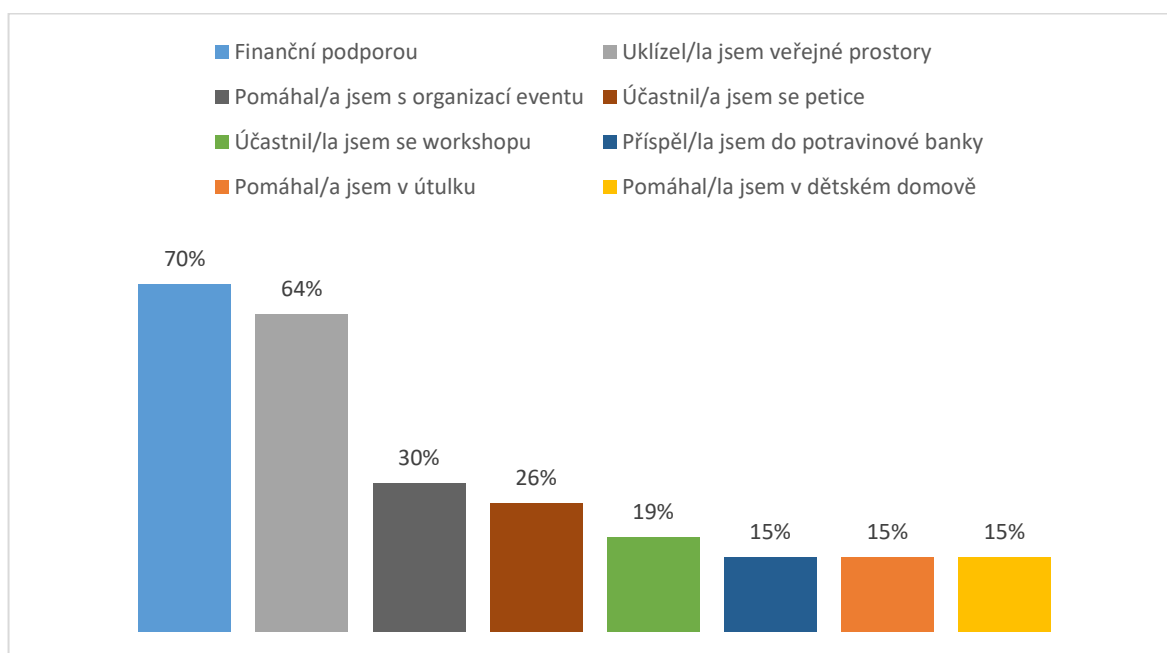
Největší část (56 %) respondentů uvedla, že si není jistá (**možná**). Vzhledem k celkově pozitivnímu postoji studentů SUPŠ:UH lze předpokládat, že by nemělo být příliš obtížné tuto skupinu nerozhodných motivovat a přesvědčit k účasti.

Většina těchto studentů nedokázala konkrétně vyjmenovat žádné neziskové organizace a zároveň si nebyli jisti, zda se již nějaké aktivity zúčastnili. Nikdo však neuvedl, že by o zapojení neměl zájem. Opakem je pravdou – výraznou motivací pro 76 % z nich je *pomoc druhým*.

Zájem **neprojevilo** pouhých 12 % dotázaných – uvedeným důvodem nezájmu je **nedostatek času** (100 %), viz. otázka *Z jakého důvodu nemáš zájem se zapojit?*

Na základě odpovědí na otázku *Zúčastnil/a ses už někdy nějaké aktivity neziskové organizace?* vyplývá, že 65 % respondentů se již nějaké neziskové aktivity **zúčastnilo**.

V navazující otázce *Vzpomeň si, jaké činnosti ses zúčastnil/a?* studenti uváděli nejrozličnější formy zapojení – od **finanční podpory** (70 %) a **uklizení veřejných prostor** (64 %) po **účasti na petici** (26 %) a **pomáhání v útulku** (15 %). Na rozdíl od předchozích škol studenti SUPŠ:UH vykazují pestřejší škálu zkušeností s neziskovým sektorem (Graf 14).



Graf 14 – Činnosti, kterých se studenti SUPŠ:UH zúčastnili

(Zdroj: Vlastní zpracování)

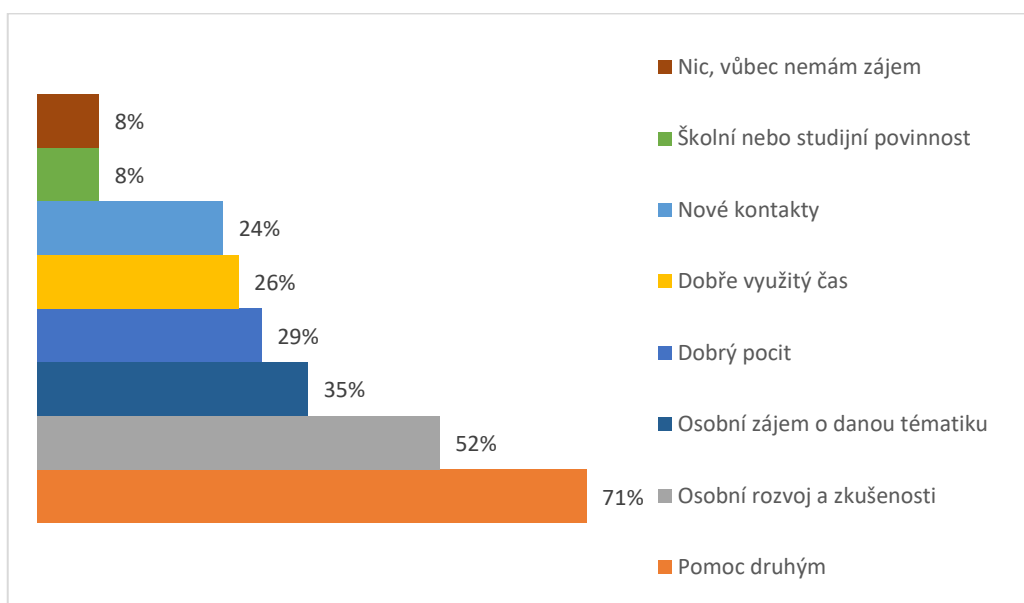
Celkem 20 % respondentů uvedlo, že se nikdy žádné aktivity **nezúčastnilo**. Zbýlých 15 % respondentů si **není jisto**, zda se někdy nějaké aktivity zúčastnili.

Na otázku – *Co by tě motivovalo k zapojení do neziskové organizace?* uvedlo pouze 5 % respondentů, že je nemotivuje *nic* a o zapojení **nemají zájem**.

Zajímavé je, že na tuto otázku odpověděli všichni studenti, včetně těch, kteří si nebyli se svým vlastním zájmem jistí.

Na základě výsledků lze konstatovat, že studenti SUPŠ:UH si přejí **pomáhat druhým** (71 %) a usilují o **osobní rozvoj** (52 %). Zároveň o neziskové činnosti projevují **osobní zájem** (35 %) a celkově z pomoci mají **dobrý pocit** (29 %).

Externí podněty, jako např. **školní povinnosti** pro ně nepředstavují dostatečnou motivaci (8 %).

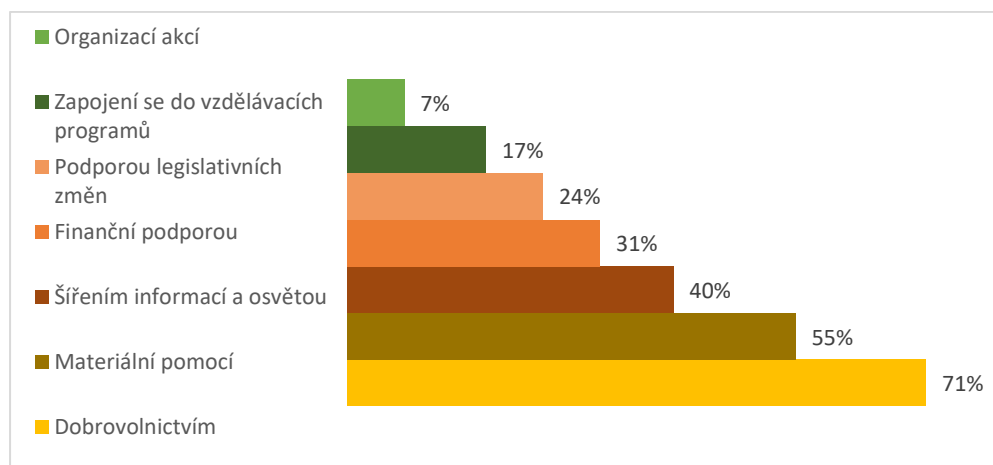


Graf 15 – Motivace studentů SUPŠ:UH

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Odpovědi na otázku – *Jakým způsobem bys nejraději pomohl/la?* ukázaly, že studenti preferují především osobní zapojení – 71 % by nejraději pomáhalo formou **dobrovolnictví**. Dalších 55 % respondentů by zvolilo **materiální pomoc** a 40 % by se rádo zapojilo prostřednictvím **šíření informací a osvěty**.

Zájem o osvětu může souviset s jejich uměleckým zaměřením – umění je přeci jen silným nástrojem pro zvýraznění sociální problematiky (Graf 16).



Graf 16 – Jakým způsobem by studenti SUPŠ:UH nejraději pomohli?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Na otázku *Zapojili se někdy tvoji rodiče do činnosti neziskové organizace?* odpověděla většina studentů buď možností **ano**, **jednou/párkrát se zapojili** (42 %) nebo **nevím** (32 %). Ve srovnání s předchozími školami však studenti SUPŠ:UH prokazují o něco lepší povědomí o tom, zda jsou jejich rodiče prosociálně aktivní.

Tabulka 5 – Vliv rodičů SUPŠ:UH

Zapojili se někdy tvoji rodiče do činnosti neziskové organizace?			
Ano, účastní se pravidelně	Ano, jednou/párkrát se zapojili	Ne	Nevím
11 (18 %)	26 (42 %)	5 (8 %)	20 (32 %)

(Zdroj: Vlastní zpracování)

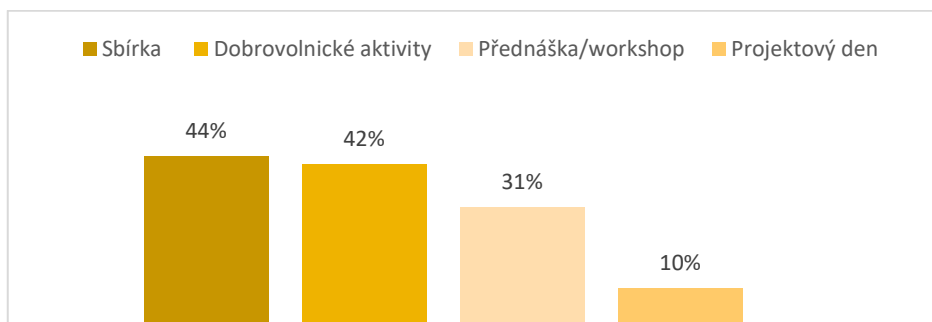
Cílem finální otázky této sekce je *zaškrtnout ty organizace, o kterých respondent už slyšel*. Ze 62 studentů SUPŠ:UH na ni odpovědělo 54 respondentů. Výsledky ukázaly, že mezi nejznámější organizace patří **Člověk v tísni** (80 %), **Charita Česká republika** (65 %) a **Armáda spásy** (65 %) a **Nadační fond Českého rozhlasu** (60 %).

6.3.4 Přístupnost k aktivitám NO na školách

Na otázku *Setkal/a ses někdy ve škole s aktivitou neziskové organizace?* odpovědělo 81 % respondentů **ano**, 11 % uvedlo **nevím** a 8 % odpovědělo **ne**. Lze tedy předpokládat, že ke spolupráci mezi školou a neziskovou organizací skutečně došlo.

Z odpovědí na otázku *Pokud ano, jaký typ akce spojené s neziskovkou se ve tvé škole konal?* vyplynulo, že se pravděpodobně jednalo o **sbírku** (44 %) a **dobrovolnické aktivity** (42 %)

Na škole pravděpodobně proběhla i **přednáška či workshop** (31 %) (Graf 17).

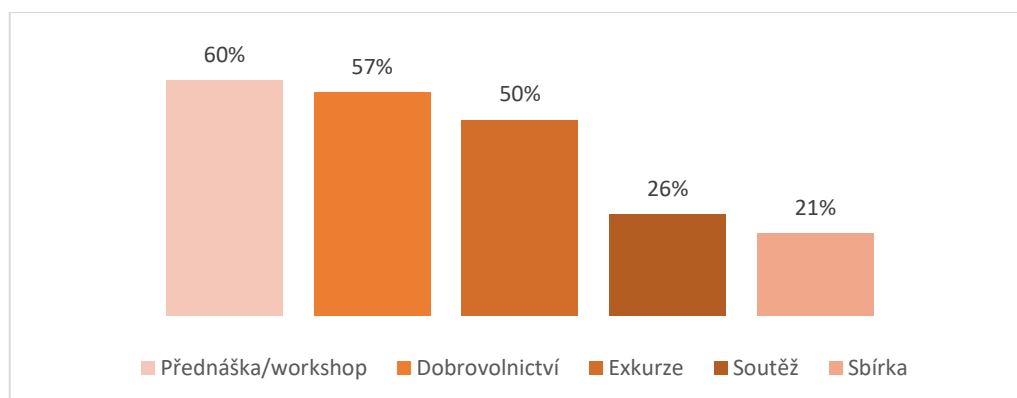


Graf 17 – Jaké aktivity se konaly na SUPŠ:UH?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Podle odpovědí na otázku – *Jaká forma spolupráce se školou by ti přišla nejzajímavější?* by si 60 % studentů nejvíce přálo **přednášku nebo workshop**.

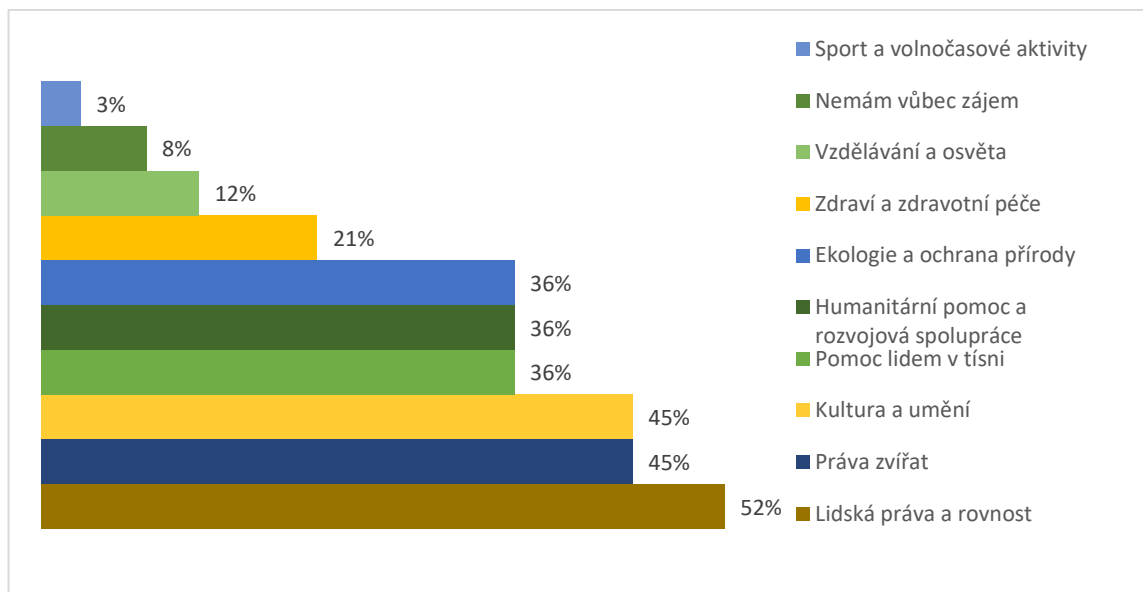
Na dalších místech se umístily **dobrovolnické aktivity** (57 %) a **exkurze** (50 %). **Sbírky** zůstávají i v tomto případě tou nejméně oblíbenou formou spolupráce (21 %), na rozdíl od studentů ostatních škol však studenti SUPŠ:UH neodmítají **soutěže** (Graf 18).



Graf 18 – O jakou formu spolupráce mají studenti SUPŠ:UH zájem?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Poslední otázkou celého dotazníku byla – *O jaké oblasti neziskovek by ses chtěl/a ve škole dozvědět více?* Studenty nejvíce zaujaly 3 oblasti – **lidská práva** (52 %), **práva zvířat** (45 %) a **kultura a umění** (45 %). Od ostatních škol se SUPŠ:UH zejména odlišuje vyšším zájmem o *kulturu a umění*, což je s ohledem na zaměření školy však přirozené (Graf 19).



Graf 19 – Jaké oblasti NO zajímají studenty SošGSM nejvíce?

(Zdroj: Vlastní zpracování)

6.3.5 Shrnutí

Silná většina studentů uměleckých oborů se problematice neziskových organizací věnuje i ve svém volném čase, a proto není překvapivé, že o tuto tematiku projevují zájem i ve škole.

Více než polovina studentů se s neziskovými organizacemi již setkala a většina z nich se také zúčastnila nějaké aktivity. Zajímavé je, že skutečný nezájem o tuto problematiku projevila pouze menšina respondentů.

Za určitý nedostatek lze ale považovat to, že si většina studentů nedokáže vybavit specifické názvy organizací.

Více než polovina studentů se domnívá, že stát neziskovky dostatečně nepodporuje. Neziskové organizace vnímají především jako nevýdělečné instituce pomáhající lidem v tísni, zatímco oblasti jako sport či volnočasové aktivity zůstávají zcela mimo jejich zájem.

Přímý zájem o účast je relativně vysoký a potenciál pro jeho další zvýšení lze hodnotit pozitivně – jen zřídka se mezi studenty najde někdo, koho témata neziskového sektoru vůbec nezajímají.

Sociální sítě se jeví jako ten nejvhodnější kanál pro šíření informací mezi studenty.

Studenti se zapojili do široké škály různorodých činností – přispěli finančně do sbírky, pomáhali v útulku, podíleli se na organizaci eventu, úklidu veřejných prostor, účastnili se workshopu i podepsali petici.

K aktivní účasti na projektech studenty nejvíce motivuje snaha pomáhat druhým, osobní rozvoj a zájem o samotnou tematiku.

Největší zájem studenti projevují o dobrovolnické aktivity, přednášky či workshopy a exkurze. Na rozdíl od ostatních škol nevykazují odpor k soutěžím a sbírky je zajímají nejméně.

Studenti by se chtěli více dozvědět o lidských právech, právech zvířat a kultuře a umění. Naopak témata spojená se sportem je příliš nezaujala, proto by bylo vhodné se jim při práci s touto skupinou spíše vyhnout.

6.4 Shrnutí celkových výsledků šetření

Závěrečná část praktické části slovně shrnuje klíčové výsledky dotazníkového šetření a z nich vyplývající dedukce.

Dotazník celkově vyplnilo 131 respondentů, přičemž největší podíl tvořili studenti SUPŠ:UH. Z hlediska genderového rozdělení převažovaly ženy – muži představovali pouze třetinu všech respondentů.

Většina účastníků šetření studuje maturitní obory – student učebního oboru se mezi respondenty objevil pouze výjimečně. Nejpočetnější skupiny tvořili studenti uměleckých oborů, gymnázií a informačních technologií.

Z výsledků šetření lze předpokládat, že většina studentů má alespoň základní povědomí o neziskových organizacích. Negativní postoje se vůči těmto organizacím objevuje pouze výjimečně, obecně jsou vnímány jako subjekty, které přinášejí společnosti prospěch. Nevýdělečnost je pro studenty jedním z klíčových faktorů, který si s neziskovkami spojují.

Většina studentů si není jistá, zda se jejich rodina aktivit neziskovek účastní. Výjimkou jsou studenti uměleckých oborů, u nichž má větší množství respondentů alespoň nějakou představu o postoji své rodiny. Z výsledků rovněž vyplývá, že studenti, jejichž sami rodiče jsou prosociálně aktivní, vykazují vyšší míru zájmu o neziskový sektor.

Studenti si nejvíce všímají těch neziskových organizací, které se zaměřují na pomoc lidem v tísní nebo lidem se zdravotními obtížemi. Tento výsledek není překvapivý, jelikož právě těmito oblastem se většina neziskového sektoru skutečně věnuje. Respondenti rovněž vnímají i organizace zaměřené na ekologii a humanitární pomoc v zahraničí

Přímý zájem studentů o účast na aktivitách neziskových organizací je bohužel relativně nízký. Jako hlavní důvod neúčasti uvádějí nedostatek času, což pravděpodobně ovlivňuje také nerozhodnost těch, kteří si nejsou jisti.

Většina studentů si tedy není jistá, zda se neziskových aktivit vůbec chce účastnit. Jedním z důvodů této nejistoty může být obtížná dohledatelnost relevantních informací.

Nejčastěji uváděnou motivací je chuť pomáhat druhým. Dalším důležitým faktorem je také osobnostní rozvoj, což potvrzuje, že studenti neziskové organizace vnímají pozitivně. Motivací rovněž bývá i zájem o navazování nových kontaktů.

Informace o neziskových organizacích studenti nejčastěji získávají prostřednictvím sociálních sítí. Překvapivě vysoký podíl respondentů však uvádí jako důležitý zdroj informací i školu.

Na školách se nejčastěji konaly sbírky, což není překvapující vzhledem k jejich organizační nenáročnosti. V některých případech se uskutečnily také přednášky, workshopy a ojediněle i aktivity spojené s dobrovolnictvím.

Zájem o sbírky je mezi studenty ale relativně nízký. Největší pozornost vzbuzují naopak přednášky a workshopy. Zaujala je i možnost exkurzí a dobrovolnických aktivit – pravděpodobně z toho důvodu, že představují aktivní formy zapojení mimo běžné školní prostředí.

Největší zájem studenti projevují o humanitární témata, zejména o pomoc lidem v tísní a nauku o lidských právech. Významné procento respondentů by se chtělo vzdělávat také v oblasti práv zvířat a ekologie – s výjimkou studentů ze SŠ Baltaci, které téma ekologie příliš nezaujalo.

Studenti se do pomoci nejčastěji zapojovali materiálně – buď finančně, nebo prostřednictvím darů, jako je staré oblečení či plyšové hračky.

Za překvapivé lze označit dva výsledné aspekty – poměrně vysoký počet studentů, kteří se podíleli na úklidu veřejných prostor, a naopak nízký počet těch, kteří se zapojili do podepisování peticí. Tento nízký počet může být způsoben tím, že je studenti nevnímají jako efektivní nástroj změny.

Zatímco technicky zaměřené obory o neziskový sektor projevují minimální zájem, u studentů uměleckých a humanitních oborů je zájem výrazně vyšší.

7 ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK

Poslední část bakalářské práce se věnuje zodpovězení pěti stanovených výzkumných otázek.

7.1 Vo1: Rozumí studenti středních škol pojmu „neziskové organizace“?

Studenti nejčastěji označovali, že pojmu „neziskové organizace“ rozumí buď dobře, nebo trochu. Z dalších otázek však vyplývá, že i značná část respondentů, které si původně mysleli, že žádné neziskovky ani jejich činnosti neznají, se již nějaké aktivity zúčastnila.

Informace o neziskových organizacích studenti získávají především ze sociálních sítí – což vzhledem k příslušnosti do „internetové generace“ dává smysl. Za pozornost ovšem stojí i to, že téměř polovina respondentů informace o neziskovkách získává prostřednictvím školy.

Za největší problém lze považovat určitou nejasnost ohledně názvů konkrétních organizací – studenti se sice projektu účastní, ale často nevědí, kdo daný projekt realizuje, ani kde dohledat další informace. Tento nedostatek přetrvává i u těch, kteří se neziskových aktivit účastní rádi a opakovaně.

7.2 Vo2: Mají studenti zájem zapojit se do projektů neziskových organizací?

Většina studentů si ve skutečnosti není vůbec jistá, zda o zapojení do neziskových aktivit zájem má – tento trend se konzistentně projevil napříč všemi třemi zkoumanými školami.

Přibližně čtvrtina studentů o účast v aktivitách neziskovek zájem nemá a na základě jejich odpovědí se jeví jako málo pravděpodobné, že by změnili názor.

Další čtvrtina studentů projevila zájem přímý – tento podíl byl výrazně ovlivněn odpověďmi studentů uměleckých oborů, kteří vykazovali nadprůměrnou míru zájmu.

7.3 Vo3: Z jakých důvodů se studenti chtějí či nechťejí účastnit akcí neziskových organizací?

Nejčastějším důvodem neúčasti na neziskových aktivitách bývá nedostatek času. Tento důvod je pochopitelný – studenti obvykle balancují mezi studiem a osobním životem a bez finanční motivace pro ně bývá obtížné najít čas na aktivity, které jsou zpravidla nevýdělečné a dobrovolné.

Poměrně častým jevem je i určitá míra pesimismu, s níž se Generace Z dívá na aktuální svět. Někteří studenti zastávají názoru, že zapojení se do dobrovolnických aktivit nemá skutečný dopad, a proto postrádají potřebnou motivaci.

Dalším častým důvodem neúčasti bývá nedostatek informací, případně jejich obtížná dohledatelnost. Tuto skutečnost studenti sami příliš neovlivní – zlepšení by mělo přijít spíše ze strany škol nebo samotných neziskových organizací.

Důvodem účasti bývá především touha pomoci druhým, která často souvisí také s potřebou osobního rozvoje. Významná část respondentů rovněž uvádí, že by ráda prostřednictvím těchto aktivit navázala nové kontakty.

7.4 Vo4: O které oblasti činnosti neziskových organizací mají studenti největší zájem?

Studenty nejvíce zajímají humanitárně zaměřené oblasti, jako jsou lidská práva, přímá pomoc lidem v tísní, zdraví a zdravotnictví či humanitární pomoc v rozvojových zemích.

Zařazení těchto témat do školního kurikula by nemělo být obtížné, neboť všechny tři zkoumané školy již vyučují předměty s prosociálním zaměřením. Každá z těchto škol se navíc již v minulosti do určité formy spolupráce s neziskovým sektorem zapojila, což naznačuje, že by pro ně začlenění těchto témat nebylo příliš náročné.

Vzdělávání v této oblasti by studentům nejen přiblížilo specifickou společenskou problematiku, ale současně by posílilo jejich empatii a sociální citlivost.

7.5 Vo5: Existuje významný rozdíl ve vnímání neziskových organizací mezi studenty různých studijních zaměření?

Na základě výsledků šetření lze usoudit, že studenti všeobecně vzdělávacích oborů (gymnází) projevují vyšší míru zájmu o činnost neziskových organizací. Naopak studenti technických oborů, zejména IT, vykazují výrazně nižší míru zájmu.

Ani studenti učebních oborů neprojevují výrazný zájem o činnost neziskovek. Navíc se tato skupina respondentů se v dotazníkovém šetření vyskytovala v nejmenším počtu.

Největší zapojení i zájem lze pozorovat u studentů umělecké školy, kde je nezájem spíše anomálií. Tento výsledek není překvapivý – studenti uměleckých škol jsou obecně citlivější a umělci historicky často stáli v čele společenských změn.

Rozdíly se projevují také v preferovaných způsobech pomoci. Studenti IT upřednostňují přímou akci – tedy dobrovolnictví-a zároveň projevují vyšší míru orientace v politicko-společenském kontextu.

Gymnazisté naopak častěji preferují podporu formou finančních a materiálních darů.

Studenti uměleckých škol dávají přednost osobnímu zapojení, podobně jako studenti IT, avšak kladou větší důraz na šíření osvěty – potenciálně prostřednictvím umění.

ZÁVĚR

Na závěr lze konstatovat, že i přes neúspěšnou domluvu s částí oslovených škol dopadlo celkové šetření poměrně pozitivně. Tuto zkušenost vnímám jako cenné ponaučení do budoucna – oslovování škol může být problematické, neboť vedení bývá často velmi přetížené. V rámci budoucího šetření by bylo vhodné školám na distribuci dotazníku poskytnout delší časovou lhůtu, popřípadě dotazník distribuovat fyzicky.

Výsledky mě příliš nepřekvapily – na základě vlastních zkušeností jsem předpokládala, že o neziskové organizace budou studenti uměleckých škol i gymnázií vykazovat vyšší míru zájmu. Naopak mě zaujalo, že značná část studentů uvedla, že žádnou organizaci nezná, ačkoli jejich propagace je ve veřejných prostorech poměrně častá a sama ji vídám téměř denně.

Poměr studentů, kteří projevíli přímý zájem o účast, pro mě byl poněkud zklamáním. Přesto se domnívám, že za využití vhodných nástrojů by bylo možné většinu z nich k zapojení efektivně motivovat.

V rámci budoucího šetření by bylo vhodné se konkrétněji zaměřit na vybrané neziskové kampaně a vyzkoumat, proč si je studenti nepamatují. Cílem doplňkového výzkumu by tak mohlo být odhalení konkrétních slabin těchto kampaní.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ANDERSON, Nathaniel W.; ZIMMERMAN, Frederick J.; MARKOWITZ, Anna J.; HALFON, Neal; EISENBERG, Daniel et al, 2023. Child and Adolescent Mental Health Outcomes Are Declining Despite Continued Improvements in Well-being Indicators. Online. © 2025 *ChildTrends*. Dostupné z: <https://doi.org/10.56417/3158p5450w>. [cit. 2025-03-18].

ANTONÍN, Antl, 2012. *Reklama a její možnosti v sociální oblasti*. Online, diplomová práce. Brno: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, fakulta Humanitních studií, Dostupné z: https://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/18787/antl_2012_dp.pdf?sequence=1&isAllowed=y. [cit. 5. 3. 2025]

BAČUVČÍK, Radim, 2011. Marketing neziskových organizací. Zlín : VeRBuM. 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.

BATSON, C. Daniel; LISHNER, David A. a STOCKS, Eric L, 2015. The Empathy–Altruism Hypothesis. Online. In: *The Oxford Handbook of Prosocial Behavior*. s. 259–281. Dostupné z: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195399813.013.023>. [cit. 2025-03-24].

BEČVÁŘOVÁ, Barbora, 22. 2. 2023. *Co je a co není veřejná prospěšnost*. Online. In: Šance dětem. Dostupné z: <https://sancedetem.cz/co-je-co-neni-verejna-prospesnost> . [cit. 2025-03-18].

BENCSIK, Andrea; HORVÁTH-CSIKÓS, Gabriella a JUHÁSZ, 2016. Tímea. Y and Z Generations at Workplaces. Online. *Journal of Competitiveness*. roč. 8, č. 3, s. 90-106. ISSN 1804-1728. Dostupné z: <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>. [cit. 2025-03-18].

BERESIN, Eugene V. a OLSON, Cheryl K. (ed.), 2019. *Child and adolescent psychiatry and the media*. St. Louis: Elsevier, ISBN 978-0-323-54854-0.

BOUKAL, Petr, 2013. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4487-2.

BOUŠKA, Petr, 4. 10. 2022. *Sněhové vločky, nevděčníci a fňukny. Jsou mladí lidé méně odolní než předchozí generace?* Online. Radio Wave. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/snehove-vlocky-nevdecnici-a-fnukny-jsou-mladi-lide-mene-odolni-nez-predchozi-8840367>. [cit. 2025-03-18].

COMPANIES.CZ, 17.10.2022. *Rozdíly mezi fyzickou a právnickou osobou*. Online. In: Companies.cz. Dostupné z: <https://www.companies.cz/aktuality/rozdily-mezi-fyzickou-a-pravnickou-osobou>. [cit. 2025-03-23].

ČESKO. Zákon č. 89 ze dne 22. března 2012, Zákon občanský zákoník. Online. In: *Zákony pro lidi*. 2010-2025. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#Top>. [cit. 5. 3. 2025]

ČESKO. Zákon č. 341 ze dne 13. září 2005, Zákon o veřejných výzkumných institucích. Online. In: *Zákony pro lidi*. 2010-2025. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2005-341>. [cit. 5. 3. 2025]

DITTRICHOVÁ, Bc. Lenka, 2014. *Marketing v neziskové organizaci*. Online, diplomová práce. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně Dostupné také z: https://theses.cz/id/fg454e/#panel_html. [cit. 2025-03-18].

DOBROZEMSKÝ, Václav a STEJSKAL, Jan, 2016. *Nevýdělečné organizace v teorii*. 2., aktualizované vydání. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 9788075521033.

EISENBERG, Nancy, 1986. *Altruistic Emotion, Cognition, and Behavior (PLE: Emotion)*. Londýn: Psychology Press. ISBN 9781315746135.

GANGULI, Rajorshi, PADHY, Suresh Chandra, SAXENA, Tanjul, 2022. The Characteristics and Preferences of Gen Z: A Review of Multi-Geography Findings. Online. *IUP Journal of Organizational Behavior*. vol. 21, issue 2. ISSN: 0972-687X. Dostupné z: <https://www.proquest.com/openview/ad8f66df6559aed549ff845fa066e699/1.pdf?cbl=2029985&pq-origsite=gscholar>. [cit. 2025-03-18].

GÖTTLICHOVÁ, Marcela, 2005. Masová média a sociální reklama. In: *Metody a prostředky přesvědčování v masových médiích. Sborník textů z mezinárodní vědecké konference, Ostrava 13.-15. 9. 2005: Filozofická fakulta Ostravské univerzity v Ostravě*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Filozofická fakulta, s. 73-78.

HARVARD, 3. 1. 2023. *On Edge: Understanding and Preventing Young Adults' Mental Health Challenges*. Online. In: Making Caring Common. Dostupné z: <https://mcc.gse.harvard.edu/reports/on-edge>. [cit. 2025-03-18]

HLADÍK, Jan. 9. 1. 2025. *Potraviny vyhazují i kvůli lenosti. Jak generace Z plýtvá jídlem*. Online. In: Seznam Zprávy. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-generace-z-plytva-jidlem-267629>. [cit. 2025-03-23].

HOBZOVÁ, Dana, 17. 9. 2019. *Co je to ta nezisková organizace?* Online. In: Mylaw.cz. Dostupné z: <https://mylaw.cz/clanek/co-je-to-ta-neziskova-organizace-761>. [cit. 2025-03-23]

HOŠŤÁLKOVÁ, Hana, 2008. *Experimentální ověření souvislosti mezi sourozeneckou konstelací a prosociálním chováním*. Online, Bakalářská práce. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/i_h95v/Bakalarska_prace.pdf. [cit. 2025-03-24].

HYÁNEK, Vladimír, 2011. *Neziskové organizace: teorie a mýty*. Online. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-5651-0. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/kniha/neziskove-organizace-teorie-a-myty-5201/>. [cit. 2025-04-07].

INDROVÁ, Jaroslava, 22. 4. 2024. *Generace Z, někdy M, také internetová generace, děti nového tisíciletí či zoomeri*. Online. In: IDnes.cz. Dostupné z: <https://blog.idnes.cz/indrova/generace-z-nekdy-m-take-internetova-generace-deti-noveho-tisicileti-ci-zoomeri.Bg24040741>. [cit. 2025-03-18].

JAROŠOVÁ, Tereza, 2022. *Příspěvkové organizace a organizační složky státu*. Bakalářská práce. Praha: Policejní akademie ČR v Praze, Fakulta bezpečnostního managementu. Dostupné také z: https://theses.cz/id/ygik30/Bakalarska_prace.pdf

JURANOVÁ, Ema, 20. 6. 2018. *Jak se učí generace*. Online. In: EDTECH KISK. Dostupné z: <https://medium.com/edtech-kisk/jak-se-u%C4%8D%C3%AD-generace-f762cbb92ad7>. [cit. 2025-03-18].

KAMENICKÝ, Ing. Jan, 2014. *Tisková zpráva ze semináře "Trendy a charakteristiky českého neziskového sektoru 10 let po vstupu ČR do EU": Veřejná prospěšnost ve vztahu k vývoji neziskových organizací*. Online. In: Vláda České republiky. s. 1-10. Dostupné z: <https://vlada.gov.cz/cz/ppov/rnno/aktuality/tiskova-zprava-ze-seminare-trendy-a-charakteristiky-ceskeho-neziskoveho-sektoru-10-let-po-vstupu-cr-do-eu-118780/>. [cit. 2025-04-06].

KAVAN, Štěpán, 2022. *Nestátní neziskové organizace, dobrovolníci a možnosti spolupráce při mimořádných událostech*. Praha: NLN. ISBN 978-80-7422-833-9.

KLEMPOVÁ, Michaela, 2020. *Hospodaření vybrané neziskové organizace: Financial Management of Selected Non-profit Organization*. Bakalářská práce. Karviná: Slezská

univerzita v Opavě, obchodně podnikatelská fakulta. Dostupné z: https://is.slu.cz/th/ckh9g/OPF_B_2020_46682_Klempova_Michaela.pdf. [cit. 2025-03-23]

LEE, Nancy R. a KOTLER, Philip, 2019. *Social Marketing: Behavior Change for Social Good*. 6 Revised edition. United States: SAGE Publications. ISBN 9781544371863.

LUCIE, Janoušková, 2008. *Sociální reklama: úvod do problematiky jednoho z komunikačních nástrojů informování o celospolečenských problémech*. Online, diplomová práce. Brno: Masarykova Univerzita, Fakulta filozofická. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/ve5vt/Diplomova_prace.pdf. [cit. 5. 3. 2025]

MEDLÍKOVÁ, Olga a ŠEDIVÝ, Marek, 2017. *Úspěšná nezisková organizace: 3., aktualizované a rozšířené vydání*. Online. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0249-5. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/kniha/uspesna-neziskova-organizace-4063/>. [cit. 2025-03-23].

OLIVER WYMAN FORUM, 2025. *What Business Needs To Know About The Generation Changing Everything*. Online. In: Oliver Wyman Forum. Dostupné z: <https://www.oliverwymanforum.com/content/dam/oliver-wyman/ow-forum/template-scripts/a-gen-z/pdf/A-Gen-Z-Report.pdf>. [cit. 2025-03-18].

OPLETALOVÁ, Ing. Alena, Ph.D. *Fundraising neboli využití vícezdrojového financování školy*. Studijní texty. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. Dostupné z: https://www.klus.upol.cz/wp-content/uploads/2021/02/vicezdrojove_financovani_opletalova-2.pdf. [cit. 2025-03-23].

PAVLÍČKOVÁ, Renáta; ŠKRABAL, Jaroslav a POLEDNA, Martin, 2024. *Inovácie v univerzitnom vzdelávaní: Interaktívni vzdelávaní generace Z*. Online. *MANEKO*. č. 2024, s. 74 -76. ISSN 1338-5127. Dostupné z: https://www.maneke.sk/casopis/pdf/k_2024.pdf#page=74. [cit. 2025-03-23].

PETRUSEK, Miloslav, 2022. *Deviace sociální*. Online. In: Sociologická encyklopedie. Dostupné z: https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Hlavn%C3%AD_strana. [cit. 2025-03-18]

PODNIKAVÉ DUŠE, © 2024. *Rozjíždíme neziskovku – členská sekce*. Online. Dostupné z: <https://podnikaveduse.cz/klientska-sekce/rozjizdime-neziskovku-clenska-sekce/druhy-neziskovek/>. [cit. 2025-04-06].

POLAČKOVÁ, Zuzana, 2005. *Fundraisingové aktivity: jak získat finanční prostředky od místní komunity*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-694-2.

REKTOŘÍK, Jaroslav, 2001. *Organizace neziskového sektoru. Základy ekonomiky, teorie a řízení*. 1. vydání. Praha: Ekopress, 177 s. ISBN 80-86119-41-6.

ROZVOJ VŠE ESF, 2023. *Veřejná výzkumná instituce*. Online. In: Rozvoj vše ESF.

Dostupné z: https://esf1.vse.cz/wpcontent/uploads/page/26/5RE403_Pekova_handout_2.pdf. [cit. 2025-03-23].

SALAMON, Lester M. a ANHEIER, Helmut K, 1997. *Defining the nonprofit sector: a cross-national analysis*. Michigan: Manchester University Press, ISBN: 978-0719049019.

SALAMON, Lester M. a ANHEIER, Helmut K, 1992. In search of the non-profit sector. I: The question of definitions. Online. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*. č. 3, s. 125–151. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/BF01397770>. [cit. 2025-04-06]

ŠKARABELOVÁ, Simona a REKTOŘÍK, Jaroslav, 2002. *Když se řekne nezisková organizace: Příručka pro zastupitele krajů, měst a obcí*. Příručka. Brno: Masarykova univerzita. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/fss/podzim2008/ENS214/um/komplet_prirucka_new.pdf. [cit. 2025-03-23].

STUHLÍKOVÁ, Helena, KOMRSKOVÁ, Sofia, 2013. *Zdaňování neziskových organizací: zejména příspěvkových organizací, krajů, obcí, občanských sdružení, nadací, veřejných vysokých škol, veřejných výzkumných institucí a obecně prospěšných společností: s příklady z praxe*. Olomouc: Anag. ISBN 978-80-7263-774-4

TOMAŠČÁKOVÁ, Marcela, 2016. *Dopady nového občanského zákoníku na nestátní neziskové organizace v teorii a (hlavně) v praxi*. Online. In: Annojmk.cz. Dostupné z: https://www.annojmk.cz/sites/all/files/2016_dopady-noz-na-nno-teorie-praxe.pdf. [cit. 2025-04-06]

URBAN, Lukáš, 2022. *Sociologie: Klíčová témata a pojmy*. Online. 2. doplněné a aktualizované vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-3056-6. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/kniha/sociologie-10971/>. [cit. 2025-04-09].

VÍT, Petr, 2015. *Praktický právní průvodce pro neziskové organizace*. Online. Manažer. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5477-2. Dostupné z: <https://www.bookport.cz/kniha/prakticky-pravni-pruvodce-pro-neziskove-organizace-1287/>. [cit. 2025-04-07].

WITTE, Melissa De. *Gen Z are not ‘coddled.’ They are highly collaborative, self-reliant and pragmatic, according to new Stanford-affiliated research*. Online. In: StanfordReport, 2022. Dostupné z: <https://news.stanford.edu/stories/2022/01/know-gen-z>. [cit. 2025-03-18].

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 – Jak dobře rozumí student SošGSM pojmu NO?	34
Graf 2 – Jaké oblasti NO se podle studentů SošGSM nejčastěji řeší?	36
Graf 3 – Z jakého důvodu nemají studenti SošGSM zájem se zapojit?	37
Graf 4 – Motivace studentů SošGSM	38
Graf 5 – Jakým způsobem by studenti SošGSM nejraději pomohli?	39
Graf 6 – Jaké oblasti NO zajímají studenty SošGSM nejvíce?	40
Graf 7 – Jak dobře rozumí studenti ze sš Baltaci pojmu NO?	42
Graf 8 – Jaké oblasti NO se podle studentů sš Baltaci nejčastěji řeší?	43
Graf 9 – Motivace studentů sš Baltaci	45
Graf 10 – Jakým způsobem by studenti sš Baltaci nejraději pomohli?	45
Graf 11 – Jaké oblasti NO zajímají studenty sš Baltaci nejvíce?	47
Graf 12 – Jak dobře rozumí studenti ze SUPŠ:UH pojmu NO?	49
Graf 13 – Jaké oblasti NO se podle studentů SUPŠ:UH nejčastěji řeší?	51
Graf 14 – Činnosti, kterých se studenti SUPŠ:UH zúčastnili	52
Graf 15 – Motivace studentů SUPŠ:UH	53
Graf 16 – Jakým způsobem by studenti SUPŠ:UH nejraději pomohli?	54
Graf 17 – Jaké aktivity se konaly na SUPŠ:UH?	55
Graf 18 – O jakou formu spolupráce mají studenti SUPŠ:UH zájem?	55
Graf 19 – Jaké oblasti NO zajímají studenty SošGSM nejvíce?	56

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 – Studenti SošGSMneznají NO, ale účastní se jejich aktivit.....	35
Tabulka 2 – Vliv rodičů SošGSM.....	39
Tabulka 3 – Vliv rodičů sš Baltaci.....	46
Tabulka 4 – Blízký vztah studentů SUPŠ:UH k NO	50
Tabulka 5 – Vliv rodičů SUPŠ:UH.....	54
Tabulka 6 Otázka sekce 2 č. 1	73
Tabulka 7 Otázka sekce 2 č. 2	74
Tabulka 8 Otázky sekce 2 č. 3 a 4	74
Tabulka 9 Otázka sekce 2 č. 5	74
Tabulka 10 Otázka sekce 2 č. 6	75
Tabulka 11 Otázky sekce 2 č. 7 a 8	75
Tabulka 12 Otázka sekce 2 č. 9	75
Tabulka 13 Otázky sekce 2 č. 10 a 11	76
Tabulka 14 Otázka sekce 2 č. 12	76
Tabulka 15 Otázka sekce 2 č. 13	77
Tabulka 16 Otázka sekce 3 č. 1	77
Tabulka 17 Otázka sekce 3 č. 2	78
Tabulka 18 Otázka sekce 3 č. 3 a 4.....	78
Tabulka 19 Otázka sekce 4 č. 1	79
Tabulka 20 Otázka sekce 5 č. 1	80
Tabulka 21 Sekce 7 - nepovinná otázka	80

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

NO Nezisková organizace

NNO Nestátní nezisková organizace

SošGSM Střední odborná škola a Gymnázium Staré Město

SŠ Střední škola

SUPŠ:UH Střední uměleckoprůmyslová škola Uherské Hradiště

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Dotazník

Příloha P II: Dotazníkové otázky do detailu

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

<https://forms.gle/HLaWqYxuDSxapt7y7>

PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍKOVÉ OTÁZKY DO DETAILU

Dotazník

Zvolená forma šetření pro účely bakalářské práce byla ve formě elektronicky rozesílaného dotazníku. Cílová skupina dotazníku byla předem rozdělena do dvou skupin – studenti maturitního a studenti učebního oboru.

Školy byly vybrány takovou metodou, aby vyváženě reprezentovaly reálné názory studentů různých oborů na problematiku neziskových organizací. Celkem bylo osloveno 12 středních škol, z nichž pouze 6 odpovědělo pozitivně.

Dotazník byl rozdělen do 7 sekcí.

Sekce 1 – Základní informace o respondentovi

Sekce 1 obsahuje 4 úvodní otázky. Ty slouží především k jednoduchému rozdělení studentů podle školy, pohlaví, délky studia a specifického oboru (demografických kritérií).

Pohlaví, školu a délku studia (maturitní či učební obor) studenti volili prostřednictvím výběrové otázky. Otázka týkající se konkrétního oboru byla otevřená a respondent jej vypsál sám.

Sekce 2 – Percepce neziskového sektoru mezi studenty

Sekce 2 představuje nejrozsáhlejší část celého dotazníku. Obsahuje jak výběrové, tak výčtové polytomické otázky a uzavřené otázky trichotomické i dichotomické.

Otázky jsou rozděleny do tří oblastí – základní vymezení NO, osobní percepce NO a zájem o zapojení spolu s motivací.

Tabulka 6 Otázka sekce 2 č. 1

Jak dobře rozumíš pojmu, nezisková organizace'?			
Velmi dobře	Dobře	Trochu	Vůbec ne

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Cílem první otázky bylo zjistit, jak respondent sám hodnotí úroveň svých znalostí v oblasti neziskového sektoru v rozmezí velmi dobře až vůbec ne.

Tabulka 7 Otázka sekce 2 č. 2

Která z následujících definic podle tebe nejlépe vystihuje podstatu neziskových organizací?		
Nezisková organizace je instituce, jejímž cílem není tvorba zisku, ale poskytování služeb pro veřejnost nebo určitou skupinu lidí.	Neziskovky fungují nezávisle na státu i soukromém sektoru a usilují o pozitivní společenskou změnu.	Neziskovky se zaměřují na veřejně prospěšné aktivity v oblastech jako sociální pomoc, vzdělávání, zdravotnictví nebo ekologie.

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Druhá otázka nabízí tři obdobné správné odpovědi – první je formulována formálněji a zaměřuje se na tvorbu zisku, druhá odpověď se týká právní formy a třetí se soustředí na konkrétní oblasti působení neziskových organizací.

Tabulka 8 Otázky sekce 2 č. 3 a 4

Znáš nějaké neziskové organizace či jejich projekty?		Pokud jsi vybral "ano", jaké?	
Ano	Ne	Vybral jsem "ne"	-vlastní odpověď-

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Třetí a čtvrtá otázka na sebe přímo navázaly – jejich zjištění směřovalo k tomu, zda respondent zná konkrétní organizace a zda si pamatuje jejich názvy.

Tabulka 9 Otázka sekce 2 č. 5

Měl/a bys zájem se někdy zapojit do činnosti neziskové organizace?		
Ano	Ne	Možná

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Pátá otázka orientovala pozornost na zájem respondenta o zapojení se do jakékoliv činnosti neziskové organizace. V případě, že respondent odpoví *ne*, tak po této sekci následuje sekce 5.

Tabulka 10 Otázka sekce 2 č. 6

Zúčastnil/a ses už někdy nějaké aktivity neziskové organizace? např. sbírky, dobrovolnictví, charitativní akce apod.		
Ano	Ne	Nevím

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Šestá otázka předložila konkrétní případy aktivit, které mohly pomoci i nejistým respondentům vybavit si své aktivity v kontinuitě s NO. Pokud byla vybrána odpověď *ano*, tak po této sekci následuje sekce 4.

Tabulka 11 Otázky sekce 2 č. 7 a 8

Myslíš si, že neziskové organizace mají pozitivní dopad na společnost?			Máš dojem, že neziskové organizace dostávají dostatečnou podporu od státu?		
Ano	Ne	Nevím	Ano	Ne	Nevím

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Sedmá a osmá otázka byly podobného charakteru – zaměřily se na podporu neziskovek ze strany státu. Cílem bylo zjistit, zda respondenti neziskové organizace vnímají z pohledu pozitivního vlivu na společnost a zda jim podle nich stát poskytuje dostatečnou podporu.

Tabulka 12 Otázka sekce 2 č. 9

Zapojili se někdy tvoji rodiče do činnosti neziskové organizace?			
Ano, účastní se pravidelně	Ano, jednou/párkrát se zapojili	Ne	Nevím

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Devátá otázka zjišťovala, zda respondenti vnímají prosociální chování svých rodičů. Lze totiž předpokládat, že v domácnostech, ve kterých je účast na neziskových projektech běžná, mají studenti větší zájem se neziskových aktivit účastnit.

Tabulka 13 Otázky sekce 2 č. 10 a 11

Co by tě motivovalo k zapojení do neziskové organizace? (max 3)	Jakým způsobem bys nejradši pomohl/la? (max 3)
Osobní rozvoj a zkušenosti Pomoc druhým Dobrý pocit Nové kontakty Dobře využitý čas Osobní zájem o danou tematiku Školní nebo studijní povinnost Nic, vůbec nemám zájem	Finanční podporou Dobrovolnictvím, Organizací akcí Šířením informací a osvětou Materiální pomoci (darování oblečení, krmiva pro zvířata apod.) Podporou legislativních změn Zapojení se do vzdělávacích program Žádným, nemám vůbec zájem

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Následující otázky měly výčtový charakter – v desáté a jedenácté otázce mohli respondenti vybrat až 3 odpovědi. Cílem bylo zjistit, co je motivuje k zapojení a jakým způsobem by nejraději pomáhali.

Tabulka 14 Otázka sekce 2 č. 12

Jaké oblasti podle tebe neziskové organizace nejčastěji řeší? (max 3)	Ekologie a ochrana přírody Pomoc lidem v tísní Kultura a umění Práva zvířat Vzdělávání a osvěta Lidská práva a rovnost Zdraví a zdravotní péče Sport a volnočasové aktivity Humanitární pomoc a rozvojová spolupráce
---	--

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Dvanáctá výčtová otázka se zaměřila na oblasti, které podle názoru respondenta neziskové organizace nejčastěji řeší. Cílem bylo zjistit, v jakých oblastech se s nimi respondenti nejčastěji setkávají. Bylo možné zvolit až 3 odpovědi.

Tabulka 15 Otázka sekce 2 č. 13

Odkud se nejčastěji dozvídáš o neziskovkách a jejich projektech? (max 4)	Sociální sítě Webové stránky neziskovek Televize, radio Noviny, časopisy, online články Škola Rodina, přátelé "Outdoor" reklamou (plakáty, billboardy, reklama na autobusech) Influencery Odnikud, nevšímám si
--	---

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Poslední výčtová otázka této sekce sledovala, odkud respondenti získávají informace o neziskových projektech. V rámci celého šetření patřila mezi nejdůležitější, neboť pomohla identifikovat nejefektivnější způsob, jak studenty oslovit.

Sekce 3 - Působení neziskových organizací ve školním prostředí

Sekce 3 obsahuje pouze 4 otázky týkající se aktivit neziskovek a jejich realizace ve školním prostředí. S výjimkou první uzavřené trichotomické mají zbylé tři výčtový charakter.

Tabulka 16 Otázka sekce 3 č. 1

Setkal/a ses někdy ve škole s aktivitou neziskové organizace?		
Ano	Ne	Nevím

(Zdroj: Vlastní zpracování)

První otázka zjišťovala, zda respondent zaznamenal jakýkoliv typ spolupráce své školy s NO. Na tento dotaz navázala zbývající část sekce 3.

Tabulka 17 Otázka sekce 3 č. 2

Pokud ano, jaký typ akce spojené s neziskovkou se ve tvé škole konal?	Žádná akce se nekonala Přednáška či workshop Sbírka Dobrovolnická aktivity Projektový den -vlastní odpověď-
---	---

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Druhá otázka se zaměřila na specifické typy akcí, které se mohly na škole odehrát. Počet odpovědí nebyl omezen.

Tabulka 18 Otázka sekce 3 č. 3 a 4

Jaká forma spolupráce se školou by ti přišla nejzajímavější? (max 3)	O jaké oblasti neziskovek by ses chtěl/a ve škole dozvědět více? (max 3)
Přednáška či workshop Sbírký Dobrovolnické aktivity Exkurze do neziskové organizace Soutěžní projekty -vlastní odpověď-	Nemám vůbec zájem Ekologie a ochrana přírody Pomoc lidem v tísní Kultura a umění Práva zvířat Vzdělávání a osvěta Lidská práva a rovnost Zdraví a zdravotní péče Sport a volnočasové aktivity Humanitární pomoc a rozvojová spolupráce

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Třetí otázkou bylo zjišťováno, jaká forma spolupráce by respondentu zaujala nejvíce. Na ni navázala čtvrtá a zároveň poslední otázka této sekce, která se vrátila k jednotlivým oblastem neziskových organizací. Aby byly výsledky přehlednější, tak byla nabídka odpovědí identická s nabídkou otázek u dvanácté otázky sekce 2. U obou otázek bylo možné vybrat maximálně 3 odpovědi.

Sekce 4 – Osobní účast studentů na projektech NO

Sekce 4 byla přístupná pouze respondentům, kteří odpověděli *ano* na otázku *„Zúčastnil/a ses už někdy nějaké aktivity neziskové organizace?“* v sekci 2. Obsahovala jedinou výčtovou odpověď zaměřenou na specifické činnosti, kterých se respondent osobně účastnil. Bylo možné vybrat až 4 odpovědi.

Tabulka 19 Otázka sekce 4 č. 1

Vzpomeneš si, jaké činnosti ses zúčastnil/a? (max 4)	Finančně jsem přispěl/la do sbírky Pomáhal/la jsem v útulku Uklízel/la jsem veřejné prostory či odpad v přírodě Pomáhal/la jsem v domovech pro seniory Účastnil/la jsem se konkrétního workshopu Pomáhal/la jsem v dětském domovu Přispěl/la jsem koupí jídla do potravinové banky Zřizoval/la jsem sociální síť neziskovek Pomáhal/la jsem s organizací eventu Účastnil/la jsem se petiční kampaně -vlastní odpověď-
--	---

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Sekce 5 a 6 – Důvody nezájmu o účast na projektech

Sekce 5 byla přístupná pouze respondentům, kteří odpověděli *ne* na otázku *„Měl/a bys zájem se někdy zapojit do činnosti neziskové organizace?“* v sekci 2. Tato sekce rovněž obsahovala pouze jedinou výčtovou otázku zaměřenou na důvody nezájmu o účast na neziskových projektech. Respondent mohl zvolit až 3 odpovědi.

Sekce 6 byla totožná se sekci 3, tudíž nebylo nutné ji dále rozvádět.

Tabulka 20 Otázka sekce 5 č. 1

Z jakého důvodu nemáš zájem se zapojit? (max 3)	Nemám dostatek času Nevím, jak se zapojit či kde hledat informace o neziskovkách Myslím si, že moje zapojení by nic nezměnilo Nemám vůči neziskovým organizacím důvěru Nechci pracovat zdarma Měl/la jsem s neziskovkou špatnou zkušenost Neziskové organizace mě nezajímají -vlastní odpověď-
--	---

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Nepovinná sekce 7 – Označení známých neziskových organizací

Poslední sekce 7 pobízela studenty k označení těch neziskovek, které z předem přichystaného seznamu poznávají. Jednalo se o nejznámější organizace v České republice. Počet odpovědí nebyl omezen a studenti měli možnost připsat vlastní organizaci. Otázka byla nepovinná – sloužila pouze jako doplňující zajímavost k bakalářské práci.

Tabulka 21 Sekce 7 - nepovinná otázka

Zaškrtni organizace, které znáš nebo o kterých jsi už slyšel/a
Žádnou z vyjmenovaných neziskovek neznám -vlastní odpověď- Člověk v tísni Česká unie sportu Charita Česká republika Armáda spásy Arnika Nadace Partnerství Nadační fond Dům Ronalda McDonalda Nadační fond Českého rozhlasu (např. projekt Světluška) Nábor hrdinů Česká federace potravinových bank z.s.

(Zdroj: Vlastní zpracování)