

# **Eliminace nezaměstnanosti a bezdomovectví v Brně – služba Street-Paper**

Jana Sedláková

---

Bakalářská práce  
2011



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta humanitních studií

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

akademický rok: 2010/2011

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jana SEDLÁKOVÁ**  
Osobní číslo: **H08537**  
Studijní program: **B 7507 Specializace v pedagogice**  
Studijní obor: **Sociální pedagogika**

Téma práce: **Občanské sdružení Nový Prostor – sociální služba  
Street-Paper v regionech České republiky**

### Zásady pro vypracování:

**Zpracování rešerše a studium odborné literatury.**  
**Vymezení pojmů a teoretických východisek z oblasti sociální problematiky – sociálně handicapovaných osob.**  
**Příprava metodiky výzkumné části.**  
**Realizace kvalitativního a kvantitativního výzkumu pomocí rozhovorů a dotazníků.**  
**Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.**  
**Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.**

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

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

Seznam odborné literatury:

**CHRÁSKA, M. Metody pedagogického výzkumu. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1369-4.**

**PRŮDKOVÁ, T. Bezdomovectví. Praha: Triton, 2008. ISBN 978-80-7367-100-0.**

**ŠVARÍČEK, R. Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-313-0.**

**VÁGNEROVÁ, M. Psychopatologie pro pomáhající profesie. Praha: Portál, 2008. ISBN 80-7367-414-9.**

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Martina Růžicková**  
Ústav pedagogických věd

Datum zadání bakalářské práce: **20. ledna 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce: **6. května 2011**

Ve Zlíně dne 20. ledna 2011

prof. PhDr. Vlastimil Švec, CSc.  
*děkan*



Mgr. Soňa Vávrová, Ph.D.  
*ředitelka ústavu*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE


Beru na vědomí, že

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

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 2.5.2011

  
.....

<sup>1)</sup> Zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejněním zveřejněním práce.

<sup>2)</sup> Vyňatí díla nevydělečně zveřejňuje abstrakt, diplomové, bakalářské a magisterské práce, a jejichž probléma odhaluje včetně poznání upravení a výsledků obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění nastává v rámci právních vysokých škol.

(2) Dizertační, diplomová, bakalářské a magisterské práce odložené nebo zrušené k odložení nemít být (či nejvýše pět pracovních dnů před konáním obhajoby) zveřejněny k nabídnuté veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracovního újezdě školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ve zveřejněné práci pořádat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnožování.

(1) Platí, že se zveřejnění práce autor souhlasí se zveřejněním své práce pouze jednou zřízím, bez ohledu na výsledky obhajoby.

2) zákon č. 131/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších předpisů, § 35 odst. 2:

(3) Do práva autorského také nezahrnuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, vždy-li náleží za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního provozu k vytvoření díla vytvoření dílem nebo studentem ke zřízení školního nebo studijního povinnosti vyjádřené z jeho právního vztahu ke škole nebo školské či vzdělávacímu zařízení (školské dílo).

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

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za povolených podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Oproti-li autor uvolní dílo zadání vlastní bez vážného důvodu, mohou se tyto podmínky dohodnout nahrazení obvyklého procenta jako výše u rovnou. (Ustanovení § 45 odst. 3 zůstává nezměněno.

(2) Není-li stanoveno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licencovat, není-li to v rozporu s ujednáním výše školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výsledků jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licenční podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložil, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlíží ke všim výdělky dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

**ABSTRAKT**

Bakalářská práce se věnuje problematice poskytování sociálních služeb. Teoretická část poskytuje náhled do sociální politiky, nezaměstnanosti a ekonomických problémů současné české společnosti. Práce informuje o současném stavu nezaměstnanosti a bezdomovectví v Brně, o činnosti Občanského sdružení Nový Prostor v Brně, o činnosti Občanského sdružení Nový Prostor. Cílem empirické části práce je zjistit a zhodnotit do jaké míry je veřejnost seznámena s činností Občanského sdružení Nový Prostor, dále jaký důvod mají kupující si stejnojmenný časopis zakoupit a díky realizovaným rozhovorům zjistit v jaké oblasti změnil klientům prodej časopisu Nový Prostor životní situaci.

Klíčová slova: bezdomovec, hmotná nouze, socioterapie, sociální politika sociální vyloučení

**ABSTRACT**

The bachelor's work deals with the problems of providing social services. The theoretical part gives an overview into social policy, employment and economic problems of the current Czech society. Work informs about ongoing state of unemployment and homelessness in Brno and about work of the association of Novy Prostor. The target of the empirical work is to identify and evaluate how the public is familiar with the work of the association of Novy Prostor, what the reason is to buy the same named magazine and find thru realized interviews what selling of magazine has changed for client.

Keywords: homeless person, poverty (subsistence level), sociotherapy, social policy, social exclusion

*„Poděkování patří vedoucí bakalářské práce Mgr. Martině Růžičkové, za vstřícný přístup, cenné rady, připomínky a metodické vedení práce. Děkuji PhDr. Mgr. Ivaně Maráškové za velmi inspirující podnět k vypracování bakalářské práce. Zároveň děkuji svým nejbližším za podporu.“*

**OBSAH**

<b>ÚVOD</b> .....	<b>11</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>13</b>
<b>1 TERMINOLOGIE – KLÍČOVÁ SLOVA</b> .....	<b>14</b>
<b>2 SOCIÁLNÍ POLITIKA</b> .....	<b>15</b>
2.1    DEFINICE A PODSTATA SOCIÁLNÍ POLITIKY .....	15
2.2    HISTORICKÝ „EXKURZ“ .....	16
2.2.1    Vývoj sociální politiky všeobecně.....	16
2.2.2    Vývoj sociální politiky na území dnešní České republiky .....	17
2.3    WELFARE STATE – SOCIÁLNÍ STÁT .....	18
2.4    SOUČASNÝ STAV .....	19
2.4.1    Sociální doktrína České republiky .....	20
2.4.2    Sociální zabezpečení v sociálním systému společnosti.....	21
<b>3 PRACOVNÍ A EKONOMICKÉ PROBLÉMY</b> .....	<b>23</b>
3.1    CHUDOBA.....	23
3.1.1    Měření chudoby.....	23
3.1.2    Rok 2010 – Evropský rok boje proti chudobě.....	24
3.2    SOCIÁLNÍ VYLOUČENÍ.....	24
3.2.1    Příčiny sociálního vyloučení .....	25
3.3    NEZAMĚSTNANOST.....	25
3.3.1    Význam práce pro člověka .....	26
3.3.2    Příčiny nezaměstnanosti .....	27
3.3.3    Důsledky nezaměstnanosti .....	27
3.3.4    Služby nezaměstnaným v České republice.....	28
3.4    BEZDOMOVECTVÍ .....	29
3.4.1    Příčiny bezdomovectví .....	30
3.4.2    Formy bezdomovectví .....	31
3.4.3    Charakteristika bezdomovců .....	31
3.4.4    Přístup veřejnosti k bezdomovectví .....	32
3.4.5    Zdraví bezdomovců.....	32
3.4.6    Osobnost bezdomovce .....	33
3.4.7    Pomoc bezdomovcům .....	33
<b>4 NEZAMĚSTNANOST A BEZDOMOVECTVÍ V BRNĚ</b> .....	<b>36</b>
4.1    ODDĚLENÍ SOCIÁLNÍ PREVENCE A POMOCI.....	36
4.1.1    Projekty Oddělení sociální prevence a pomoci v Brně: .....	37
4.2    CENTRUM SOCIÁLNÍCH SLUŽEB BRNO .....	37
4.3    SČÍTÁNÍ BEZDOMOVců V BRNĚ .....	38
4.3.1    Sčítání bezdomovců v Brně 2010.....	38



4.4	NOČNÍ KRIZOVÁ CENTRA .....	38
4.5	NEZAMĚSTNANOST .....	39
<b>5</b>	<b>OBČANSKÉ SDRUŽENÍ NOVÝ PROSTOR.....</b>	<b>40</b>
5.1	HISTORIE V LETECH .....	40
5.2	STATUTÁRNÍ ORGÁN .....	41
5.3	ČASOPIS NOVÝ PROSTOR .....	41
5.3.1	Hlavní poslání: .....	42
5.3.2	Redakce .....	42
5.4	SÍDLA NOVÉHO PROSTORU O. S. ....	42
5.5	PARTNERSKÉ ORGANIZACE V REGIONECH:.....	43
5.6	POSKYTOVANÁ SOCIÁLNÍ SLUŽBA .....	43
5.7	CÍL SPOLUPRÁCE .....	43
5.8	ČINNOST KLIENTA NOVÉHO PROSTORU, O.S .....	44
5.9	KDO JE PRODEJCE NOVÉHO PROSTORU? .....	44
5.10	METODIKA PRÁCE PRO NOVÁČKA .....	44
<b>6</b>	<b>SOCIÁLNÍ SLUŽBA STREET PAPER VE SVĚTĚ .....</b>	<b>47</b>
<b>II</b>	<b>EMPIRICKÁ ČÁST .....</b>	<b>50</b>
<b>7</b>	<b>METODOLOGIE VÝZKUMU.....</b>	<b>51</b>
7.1	KVANTITATIVNÍ ŠETŘENÍ .....	51
7.1.1	Volba výzkumných technik a zpracování dat.....	51
7.1.2	Výzkumný vzorek .....	52
7.1.3	Struktura dotazníků .....	52
7.1.4	Realizace techniky.....	53
7.1.5	Analýza dat.....	53
7.2	KVALITATIVNÍ ŠETŘENÍ .....	53
7.2.1	Volba výzkumných technik a zpracování dat.....	53
7.2.2	Výzkumný vzorek .....	54
	<i>Tabulka 2 Složení výzkumného vzorku dle věku a doby spolupráce s o.s NP .....</i>	<i>54</i>
7.2.3	Základní informace o respondentech .....	54
7.2.4	Struktura interview .....	55
7.2.5	Realizace techniky.....	56
7.2.6	Analýza dat.....	56
<b>8</b>	<b>VÝSLEDKY VÝZKUMU A JEJICH INTERPRETACE.....</b>	<b>57</b>
8.1	VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK KVANTITATIVNÍ ČÁSTI.....	57
8.2	INTERPRETACE ZÍSKANÝCH DAT .....	60
8.2.1	Interpretace získaných dat .....	63
8.2.2	Vyhodnocení hypotéz a jejich interpretace .....	63

8.3	VYHODNOCENÍ VÝZKUMNÉ OTÁZKY KVALITATIVNÍ ČÁSTI A JEJÍ INTERPRETACE.....	65
8.3.1	Interpretace získaných dat .....	66
<b>9</b>	<b>SHRNUTÍ.....</b>	<b>68</b>
<b>10</b>	<b>DOPORUČENÍ PRO ORGANIZACI.....</b>	<b>69</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>70</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>71</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>	<b>75</b>
	<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>	<b>76</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>77</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>78</b>
	<b>PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK Č. 1.....</b>	<b>79</b>
	<b>PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍK Č. 2 .....</b>	<b>81</b>
	<b>PŘÍLOHA P III: DEVĚT KROKŮ K ÚSPĚŠNÉMU PRODEJI .....</b>	<b>83</b>
	<b>PŘÍLOHA P IV: ETICKÝ KODEX NOVÉHO PROSTORU, O.S.....</b>	<b>86</b>
	<b>PŘÍLOHA P V: VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ.....</b>	<b>90</b>

## ÚVOD

Ve své práci se věnuji především otázce podporovaného zaměstnání v Brně. Smyslem takové služby, je poskytnout zaměstnání lidem znevýhodněným na trhu práce. Do těžké sociální situace se může dostat každý z nás kdykoliv. Bohužel dnešní doba je dosti nejistá, co se týče stálého zaměstnání a tím i výdělku. Výdělku, za který si obstaráme přinejmenším osobní věci a střechu nad hlavou.

Když jsem se více do hloubky zamyslela, o jakém tématu chci psát svou bakalářkou práci, uvědomila jsem si, že to nebude až tak snadné. Sama jsem si vytvořila kritéria tématu, které si vyberu. Musí mě bavit a zajímat, musí být aktuální, výzkum užitečný.

Díky tomu, že jsem se před necelým rokem přistěhovala do Brna, jsem své téma objevila. Na ulici jsem začala potkávat lidi prodávající časopis Nový Prostor. Pro mě v té době ještě zcela neznámá seriálová publikace. Lidé využívající služeb Občanského sdružení Nový Prostor, mě začali více zajímat. A proto jsem si řekla, že se do této problematiky více ponořím v rámci své bakalářské práce.

Teoretická část sestává z šesti kapitol. V úvodu teoretické části své bakalářské práce se věnuji stručnému vysvětlení klíčových pojmů, jejichž význam je důležitý pro správné pochopení následujících kapitol a vzájemných souvislostí tématu. Druhá kapitola je menším exkurzem do sociální politiky - její historie a současného stavu v České republice. Ve třetí kapitole, která je již poněkud obsáhlejší se čtenář dozví o pracovních a ekonomických problémech současné české společnosti. K těmto problémům bezpochyby patří otázky chudoby a sociálního vyloučení, nezaměstnanosti a bezdomovectví, jakožto negativních, nežádoucích jevů. Vzhledem k tomu, že je má bakalářská práce zaměřená na jihomoravskou metropoli, získala jsem informace o průběžném stavu nezaměstnanosti a bezdomovectví v Brně. V následujících dvou kapitolách seznamuji čtenáře se samotným Občanským sdružením Nový Prostor a jeho úspěšně fungujícími zahraničními podobami.

Cílem empirické části této práce je podat zpětnou vazbu Občanskému sdružení Nový Prostor. Stěžejním zkoumaným problémem je konkrétně zjistit do jaké míry je veřejnost seznámena s činností tohoto Občanského sdružení Nový Prostor, dále jaký důvod mají kupující si stejnojmenný časopis zakoupit a díky realizovaným rozhovorům zjistit v jaké oblasti změnil klientům prodej časopisu Nový Prostor životní situaci.

Práce, jako informační brožura, je určena současným i budoucím zaměstnancům již zmiňovaného Občanského sdružení Nový Prostor, včetně jeho samotných klientů.

*„Umění žít není uměním hrát s dobrou kartou, ale uměním sehrát se špatnou kartou dobrou hru.“*

*R. L. Stevenson*

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 TERMINOLOGIE – KLÍČOVÁ SLOVA

K této kapitole jsem čerpala ze Slovníku sociální práce. Klasifikace dle Matouška (2003).

- Bezdomovec – člověk žijící bez stálého bydlení a obvykle bez stálého zaměstnání, odříznutý od zdrojů. Nejširší v Evropě užívaná definice zahrnuje mezi bezdomovce i osoby žijících v nedůstojných podmínkách, v ústavech a sociálních zařízeních, osoby, které nemají vlastní bydlení, a osoby, jimž hrozí ztráta bydlení.
- Hmotná nouze – stav nouze, kdy příjem posuzované osoby nedosahuje částek životního minima. Zároveň si tento člověk nemůže příjem zvýšit vzhledem ke svému věku, zdravotnímu stavu nebo z jiných závažných důvodů vlastním přičiněním, zejména vlastní prací nebo využitím majetku. Zabezpečení jeho základních životních potřeb je tak vážně ohroženo.
- Sociální vyloučení – nedostatečná účast jednotlivce, skupiny nebo místního společenství na životě celé společnosti, resp. nedostatečný přístup ke společenským institucím zajišťujícím vzdělání, zdraví, ochranu a základní blahobyť. Může mít různou úroveň a měnit se v čase. Fakticky znamená život v chudobě, bez účasti na trhu práce, bez přiměřeného bydlení, bez dostatečného příjmu, obvykle v izolaci či v malé skupině podobně deprivovaných lidí pohybujících se na okraji společnosti.
- Socioterapie – soubor opatření sloužících k příznivému ovlivnění stavu a situace osob, které jsou z hlediska vzniku a vývoje negativních jevů rizikové nebo jež se ocitly v sociální nouzi. Socioterapie směřuje k jejich sociální rehabilitaci a integraci. Součástí socioterapie je výcvik v psychosociálních dovednostech, tzv. psychosociální trénink, vedoucí ke zvyšování sociálních kompetencí.
- Sociální politika – soustavné a cílevědomé úsilí o změnu nebo o udržení nebo fungování sociálního systému. Po druhé světové válce zkoušela sociální politika ve většině západoevropských zemí realizovat ambiciózní projekt sociálně spravedlivé společnosti čili sociální stát, resp. sociální tržní hospodářství.

## 2 SOCIÁLNÍ POLITIKA

### 2.1 Definice a podstata sociální politiky

Sociální politika jako taková je v teorii a praxi různě interpretovaná. Lze ji charakterizovat z různých úhlů pohledu a úrovní. Mnoho autorů se ve svých publikacích zabývá tím, co sociální politika je a co není.

Tomeš (in Francová, Novotný, 2008) uvádí, že pojem sociální politika (angl. social polici) u nás zdomácněl na přelomu 19. a 20. století.

Dále Tomeš (in Francová, Novotný, 2008) definuje sociální politiku jako soustavné a cílevědomé úsilí jednotlivých sociálních subjektů, o změnu nebo udržení fungování svého nebo jiného sociálního systému.

Zpravidla se různí autoři shodují, že sociální politika zahrnuje politiku sociálního zabezpečení, rodinnou politiku, bytovou politiku, zejména její sociální aspekty, dále zdravotní, vzdělávací politiku a politiku zaměstnanosti. (Krebs in Francová, Novotný, 2008)

Sociální politika je také často chápána jako soubor aktivit, které zlepšují základní životní podmínky obyvatelstva, především konkrétních jeho skupin. Dále udržuje sociální suverenitu a sociální bezpečí v rámci politické a hospodářské situace dané země (Francová, Novotný, 2008).

„Dle Ottova slovníku naučného, sociální politika je praktickou snahou, aby společenský celek byl uspořádán co nejideálněji. Jako věda je v tomto případě chápána jako souhrn zásad směřujících k odstranění nebo zmírnění vad společenského života“, zejména těch, které lze nazvat sociální otázkou“ (Krebs, 2007, s. 20).

Český ekonom Josef Macek (in Krebs, 2007) uvádí, že sociální politika musí být politikou, při níž by zájmy lidí ve společnosti byly uspokojovány způsobem trvale prospěšným celku. Může být chápána jako ráz, směr, způsob, hledisko politiky vůbec, nikoli jen jako její část nebo obor.

Krebs (in Francová, Novotný 2008) rozlišuje mezi aktivní (perspektivní) sociální politikou, která má kurativní přístup (přednostně usiluje o prevenci sociálních problémů) a mezi pasivní (retrospektivní) sociální politikou, která má paliativní přístup (zaměřuje se na řešení již vzniklých sociálních problémů)

## 2.2 Historický „exkurz“

### 2.2.1 Vývoj sociální politiky všeobecně

Vývoj sociální politiky dle Krebse (in Francová, Novotný, 2008) lze dělit do dvou etap v závislosti na roli státu a jeho vlivu na hospodářskou politiku.

#### *První vývojová etapa*

Již v prvotních společnostech se zaznamenaly znaky pomoci sociálně slabým lidem. Tuto pomoc zajišťovala kmenová kultura (Navrátil in Francová, Novotný, 2008).

Také starověké civilizace znaly péči o chudé a nemocné. Pomoc byla tehdy zajišťována rodinou, institucí sousedství a náboženskými organizacemi (Opatrný in Francová, Novotný, 2008).

Ve středověku je péče o chudé intenzivnější. Katolická církev a šlechta měla v této neorganizované a nahodilé péči hlavní vliv. Postupem času se úloha státu a obcí pomalu ale jistě dostává do popředí. Důvodem je zvyšující se počet bezdomovců, žebrota i krádeže (Francová, Novotný, 2008).

Postupně se opouštělo od principů „jedni druhým“ či „dnes ty mně, zítra já tobě“. Liberální stát, který vznikl z průmyslových revolucí Holandska, Anglie a především Francie se řídil francouzským heslem „nech činiti, nech býti“ (Tomeš in Francová, Novotný, 2008).

Navrátil (in Francová, Novotný, 2008) se zmiňuje o novověku jako o období procesů „modernizace“. Podpůrné mechanismy jako byla rodina, sousedé, obce či komunity se silně narušily.

#### *Druhá vývojová etapa*

Dochází k budování nových institucí, jako reakce na narůstající chaos. (Francová, Novotný, 2008)

„Sociální politika, sociální instituce a instituty jsou vnímány jako nezbytná integrální součást společenského uspořádání. Nenastupují teprve tehdy, když ostatní nástroje selžou, nýbrž pomáhají ostatním institucím (rodině, sdružení, atp.), aby nesehaly“ (Francová, Novotný, 2008, s. 24).



V důsledku zvyšování výdajů na sociální politiku jsou střední vrstvy ve značné nevoli. Zprávy z této doby hovoří o tzv. sociálním břemeni, které musela ona střední vrstva nést. Situaci zhoršila první světová válka, kdy se začaly šířit různé choroby, rodiny často přišly o své živitele atd. Situaci dále zkomplikovala hospodářská krize datovaná na konec 20. a začátek 30 let (Krebs in Francová, Novotný, 2008).

Francová, Novotný (2008) uvádějí, že od 30. let 20. století se začíná hovořit o moderní sociální politice. Mnoho autorů toto období považuje za mezník ve vývoji sociální politiky. Sociální politika se vyvíjí ke komplexní soustavě institucí zabezpečujících lidská práva sociální zabezpečení, život, vzdělání apod. Stává se důležitým nástrojem k sociální integraci obyvatelstva.

### **2.2.2 Vývoj sociální politiky na území dnešní České republiky**

#### *První republika*

Jak uvádí Potůček (1995), dá se konstatovat, že v tomto období byla československá sociální politika na vysoké úrovni jak v teorii, tak i v praxi. Mohou za to zděděné tradice, nově vzniklé demokratické instituce a především filozofie prvního prezidenta T. G. Masaryka. Tento sociální reformátor dal lidem, kteří trpěli hmotným nedostatkem a nedostatkem vzdělání, šanci postarat se o sebe samé a o své bližní. Vznikly zákony o podporách v nezaměstnanosti, osmihodinové pracovní době, o vyplácení penzí válečným invalidům a jiným. Bohužel hospodářská krize v 30. letech mnohé zbrzdila. Nebylo dostatek financí.

#### *Období komunistické nadvlády*

Martin Potůček (1995, s. 14) ve své publikaci uvádí, že: „po skončení druhé světové války v roce 1945 se Československo ocitlo v mocenské sféře Sovětského svazu. Následoval komunistický převrat v roce 1948 a s ním i zásadní změny politického a hospodářského systému. Ty se výrazně promítly i do pojetí a uplatňovaných nástrojů sociální politiky.“ V roce 1948 byl přijat zákon o národním pojištění. Začátkem 50. let se ovšem finanční prostředky pro sociální zabezpečení začaly přerozdělovat přes státní rozpočet. Vznikl samostatný Úřad důchodového zabezpečení. Začala být udržovaná plná zaměstnanost díky zestátnění všech sektorů národního hospodářství a řízení regulace pohybu pracovní síly (Potůček, 1995).

Na komunistickou ideologii narážely jak výzkum sociální práce, který se nerealizoval, tak i praxe zůstala jen rutinou. Lidé museli začít žít v socialistické společnosti, ve které se sociální problémy vůbec nevyskytují a jejich všechny zájmové aktivity jsou pod kontrolou Národní fronty (Francová, Novotný, 2008).

Potůček (1995) se také zmiňuje o privilegovaných vrstvách populace, jejichž počet se stále zvyšoval. Jednalo se především o stranický a bezpečnostní aparát. Občané se stali pasivními příjemci služeb a zaměstnanci např. ústavů sociální péče, nemocnic, úřadů sociální správy měli minimum možností prosadit svůj názor či pohled na věc. Postupně docházelo ke státní zadluženosti z důvodu neefektivní ekonomiky.

Tím, že byl občanský sektor podřízen politické moci, se potlačila autonomie neziskových organizací, rodiny, aj. Církev či charita byly zcela vyloučeny (Potůček in Francová, Novotný, 2008).

O státu lze hovořit jako o monopolu. Vše bylo podřízeno státní moci a občan se stal pouhým objektem sociální politiky. Sociální chování všech nestátních subjektů bylo omezeno. Občané neměli možnost spolurozhodovat o kvalitě a rozsahu poskytovaných sociálních služeb. Výdaje na sociální opatření ze státního rozpočtu byly značně omezené. Přispělo k tomu do určité míry prioritní rozdělování financí na ekonomiku, armádu, politiku a stagnace ekonomického vývoje (Krebs, 2005).

Pod pojmem „**záchranná sociální síť**“ si dle Krebse (2005) představme minimální pomoc sociálně politických opatření státu občanům, nacházejících se v nepříznivých a závažných sociálních situacích. Tyto situace jsou ovšem státem uznané (nepříznivé důsledky ekonomické reformy a fungování tržního mechanismu). Jedná se o celospolečenskou solidaritu, která má humanitární charakter.

### 2.3 Welfare state – sociální stát

Tato dvě synonyma se používají již od druhé světové války. Názory na jejich definice se ovšem do dnešní doby stále mění. Proto je jejich přesné definiční vymezení nejasné a obtížné. Uvedme si zde alespoň několik pohledů významných autorů zabývajících se tímto tématem.

V knize Sociální politika od Krebse (2005) se dočteme, že jako první použil termín welfare state anglický lord sir W. H. Beveridge. Stalo se tak v roce 1942, kdy vypracoval koncept systému sociálního zabezpečení.

Večeřa (1996) ovšem uvádí, že pojem welfare state Beveridge nevytvořil. Skutečným autorem byl anglický duchovní, jež tento pojem použil na svém kázání.

Tento anglický termín má mnoho možností překladu. Proto je jeho význam ne zcela jasný. Může se chápat jako např. stát všeobecného blahobytu, sociální stát, sociální kapitalismus, stát veřejných sociálních služeb, asistenční stát, stát sociálního zabezpečení či všeobecné prosperity aj. (Francová, Novotný, 2008).

Potůček (1995) uvádí, že se osobně přiklání k překladu stát veřejných sociálních služeb.

Významný český sociolog Jan Keller (2005) využívá termínu sociální stát.

Co to vlastně sociální stát je?

Sociální stát je založen na principu určité sociální solidarity, sociální soudržnosti společnosti, předpokládající solidární vztah a solidární jednání ve prospěch sociálně potřebných občanů (Večeřa in Francová, Novotný, 2008).

## 2.4 Současný stav

Potůček (1995) se o změnách fungování sociálněpolitických institucí zmiňuje celkem stručně avšak výstižně:

- zrušení povinnosti pracovat a zároveň „práva na práci“
- zrušení státního monopolu v organizaci a poskytování sociálních služeb
- povinné pojištění (sociální zabezpečení a péče o zdraví)

Potůček (1995) informuje o změnách v životní úrovni podstatné části populace a tím i hrozcí chudobě těchto širokých vrstev obyvatelstva. Dále o vzniku dlouho tabuizované deklarované skupiny populace jako jsou např. toxikomani, dlouhodobě nezaměstnaní, kriminální recidivisté.

Krebs (2005) upozorňuje na skutečnost, že transformaci, která probíhala v 90. letech 20. stol., nemůžeme považovat za proces ukončený. I přesto, že nedošlo ve společnosti

k výraznějšímu sociálnímu napětí, se tato situace může kdykoliv změnit. Byla otevřena řada konfliktních problémů, které nelze vyřešit či odstranit v krátké době.

V Krebsově učebnici Sociální politiky se dočteme, že v České republice chybí koncepce sociální politiky. Dlouhodobý a vnitřně vyvážený program by měl neodkladně řešit situace např. mladých rodin a problém bydlení či problém reformy důchodového pojištění, nezaměstnanosti, pokles reálné úrovně příjmů a zchudnutí určitých skupin obyvatelstva. Mnozí lidé, kteří nemají možnost dostatečné adaptace na změny v sociálním systému, mohou úplně zcela ztratit své dosavadní životní hodnoty. Je dosti reálné, že namísto smíru dojde k sociálnímu napětí a neklidu (Krebs, 2007).

Osobně pevně věřím, že stát brzy zjistí, že pro zachování lidské důstojnosti a kvality lidského života není pouze materiální zabezpečení a dostatek financí, ale také řada jiných faktorů.

#### **2.4.1 Sociální doktrína České republiky**

Důležitým dokumentem, který charakterizuje cíle a vymezuje přístup k řešení sociálních otázek v České republice v širších souvislostech a v dlouhodobé perspektivě, je Sociální doktrína České republiky. Musí být koncipována tak, aby stimulovala a usnadňovala hledání těch nejlepších alternativ při řešení konkrétních sociálních problémů.

Páteří tohoto dokumentu je část zmiňující se o lidských a sociálních právech:

##### **III. Lidská a sociální práva**

Česká sociální doktrína vychází z občanských práv deklarovaných v Listině základních práv a svobod občanů. Základními nezadatelnými lidskými právy jsou právo na život, na lidskou důstojnost, na rovné zacházení bez jakékoliv diskriminace a právo na svobodu. Takto obecně formulovaná práva jsou jakýmsi sociálním minimem každé sociální doktríny.

Jednotlivé pilíře:

- Právo na práci
- Právo na uspokojivé pracovní podmínky
- Právo na důstojné životní minimum

- Právo na zdraví
- Právo na rodinu
- Právo na sociální zabezpečení
- Právo na svobodu a sdružování
- Právo na vzdělání

Českou sociální doktrínu nelze formulovat jednou provždy. Počítá se s její neustálou konfrontací s realitou a s jejím vývojem, a to v přímé závislosti na poznání, na společenském vývoji a na získávání zkušeností při správě veřejných záležitostí.

([www.sds.cz](http://www.sds.cz) [online])

#### **2.4.2 Sociální zabezpečení v sociálním systému společnosti**

Na pojem sociální zabezpečení či sociální ochrana, jak někteří autoři uvádějí, je možné pohlížet z několika pohledů. Oficiálně jako to uvádí zákon č. 100/1988 Sb. se v užším slova smyslu jedná o důchodové zabezpečení a o určité služby sociální péče. V širším pojetí tento pojem můžeme brát jako finanční a organizační nástroje a opatření, která kompenzují sociální problémy nebo díky nim, se těmto problémům předchází (Večeřa, 1996).

Krebs (2005) se o sociálním zabezpečení v širším slova smyslu zmiňuje jako o péči o zdraví, zabezpečení při dočasné neschopnosti pro nemoc a úrazy, zabezpečení matek v případě těhotenství a mateřství, pomoci při výchově dětí v rodině, zabezpečení při invaliditě, ve stáří a v nezaměstnanosti, aj.

Sociální zabezpečení v ČR stojí na třech základních systémech (Krebs, 2007):

- Sociální pojištění
- Státní sociální podpora
- Sociální pomoc

Na internetových stránkách ministerstva práce a sociálních věcí se píše o systémech:

- Sociální pojištění - nemocenské pojištění (upraveno zákonem č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění), základní důchodové pojištění (upraveno zákonem č. 155/1995 Sb., o důchodovém pojištění)

Jedná se o zajištění pro případ budoucí pojistné události jako je nemoc, mateřství, stáří, invalidita či ztráta živitele, kdy je ohrožen či ztracen příjem občana.

- Státní sociální podpora - zákon č. 117/1995 Sb., o státní sociální podpoře.

Poskytuje přídavek na dítě, rodičovský příspěvek, sociální příplatek, příspěvek na bydlení, porodné, pohřebné a dávky pěstounské péče.

- Pomoc v hmotné nouzi - zákon č. 111/2006 Sb., o pomoci v hmotné nouzi.

Pomoc osobám s nedostatečnými příjmy, motivující tyto osoby k aktivní snaze zajistit si prostředky k uspokojení životních potřeb. Je jedním z opatření, kterými Česká republika bojuje proti sociálnímu vyloučení. Vychází z principu, že každá osoba, která pracuje, se musí mít lépe než ta, která nepracuje, popřípadě se práci vyhýbá.

- Dávky sociální péče pro osoby se zdravotním postižením - vyhláška MPSV ČR č. 182/1991 Sb. Pomáhá uspokojovat specifické potřeby vyplývající z nepříznivého zdravotního stavu (mobilita, bydlení apod.)

([www.mpsv.cz](http://www.mpsv.cz) [online])

Péče o sociálně nepřízpůsobivé osoby má těžiště v zákoně č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, zákoně č. 110/2006 Sb., o životním a existenčním minimu a zákoně č. 111/2006 Sb., o pomoci v hmotné nouzi. (Tichý, 2007)

Do těchto částek se dle Matouška (2007) nepočítají náklady na bydlení, pouze náklady nutné k zajištění výživy a ostatních základních potřeb.

### 3 PRACOVNÍ A EKONOMICKÉ PROBLÉMY

#### 3.1 Chudoba

Rozlišujeme chudobu absolutní a chudoby relativní. Montoussé a Renouard popisují absolutní chudobu jako fenomén chudoby či životního minima. To znamená, že jedinec nemá dostatek finančních zdrojů, aby pokryl své základní životní potřeby a jeho rodiny. Relativní chudoba je podle těchto autorů situace jedince, který je zaměstnaný, ovšem jeho příjem je nedostačující na průměrný standard žití v rámci určité společnosti a je proto brán jako znevýhodněný (Montoussé, Renouard, 2005).

Podle Bartáka (2004) lze chudobu v České republice označit za relativní. Chudoba v ČR není zpravidla otázkou přežití ale důstojného života. Lze ji charakterizovat jako sociokulturní existenční minimum.

Průdková, Novotný (2008) dále rozlišují mezi subjektivní a objektivní chudobou. Subjektivně chudý je ten, kdo se cítí být chudým. To ovšem nelze brát jako indikátor oficiální chudoby. Objektivně chudý je ten, jehož příjem nedosahuje státem stanované hranice chudoby. Ta vychází z analýz sociálně ekonomických informací a makroekonomických souvislostí.

Chudoba je často spojována s nerovností. Chudobu můžeme chápat, jako extrémní nerovnost, jako distanci od bohatých a ostatní populace celkově. Ve vzájemném sepletí se jedná o souvislost (ne totožnost) (Mareš, 1999).

##### 3.1.1 Měření chudoby

Hlavním cílem měření a zkoumání je stanovení hranice životního standardu konkrétní společnosti, v daném okamžiku. Tato hranice stanovuje, kdy je tato životní úroveň nepřijatelná (Mareš, 1999).

Hlavními nástroji dle Krebse (2005) pro měření chudoby jsou: *příjmy a spotřeba*. U příjmů je rozhodující výše příjmů. Díky nim měříme chudobu nepřímou. Rozhodující je disponibilní příjem. U spotřeby je rozhodující přímá spotřeba statků a služeb. Tímto způsobem měříme chudobu přímo.

Dále se pro měření používají dvě metody: *normativní a relativní*. Tyto metody se v praxi mnohdy kombinují. Normativní metoda představuje absolutní metodu, ve které hrají roli základní potřeby, minimalizované spotřební koše (představují minimální životní standard) a potravinový poměr (vztah mezi výdaji na potraviny a ostatními výdaji). Metoda příjmů je relativní. Spočívá ve stanovení minimální částky pro uspokojení základních životních potřeb (Krebs, 2005).

### 3.1.2 Rok 2010 – Evropský rok boje proti chudobě

Evropská komise vyhlásila rok 2010 Evropským rokem boje proti chudobě a sociálnímu vyloučení. Cílem kampaně, na niž mělo být vynaloženo 17 milionů eur, bylo stvrdit politický závazek členských zemí unie k aktivnímu podílu na odstraňování chudoby. Prioritami v České republice v rámci tohoto programu jsou prevence sociálního vyloučení v důsledku předluženosti a usnadnění přístupu na trh práce znevýhodněným lidem včetně zvyšování úrovně jejich vzdělanosti a konkurenceschopnosti na trhu práce (*Odbor sociální péče MMB, 2010*).

## 3.2 Sociální vyloučení

Montoussé a Renouard (2005) se o sociálním vyloučení zmiňují jako exkluzi. Tento jev je sociální na rozdíl od chudoby, která je jevem ekonomickým. Od 20. stol. se začala rozlišovat chudoba a sociální vyloučení.

S tímto pojmem se poprvé setkáváme u sociologa Webera (Barták, 2004).

V sociologickém časopisu z roku 2008 se dočteme, že marginalizace či exkluze byly od nepaměti mechanismy sociální kontroly. Mareš (in Mareš, Sirovátka, 2008) tyto pojmy vysvětluje:

- odsouvání určitých osob a kolektivit na okraj společnosti – marginalizace
- odsouvání určitých osob a kolektivit mimo společnost – exkluze

FEANTSA (Evropská organizace zastřešující neziskové organizace bojující s bezdomovstvím) člení exkluzi v oblasti bydlení takto:

- nejisté bydlení (lidé ohrožení vystěhováním nebo domácím násilím, nelegálně obývané prostory, dočasné bydlení s přáteli apod.)



- neadekvátní bydlení (dočasné nebo nestandardní bydlení, bydlení nehodící se pro ubytování, extrémně přeplněné byty) (Baláš, et. al., 2010).

Podle Bartáka (2004) je bezdomovství považováno za nejzávažnější formu sociálního vyloučení nebo případně jako příklad extrémního vyloučení ze společnosti.

### 3.2.1 Příčiny sociálního vyloučení

Primární příčinou tohoto jevu je nedostatečná participace do pracovního světa (Montoussé, Renouard, 2005).

Krebs příčinu shledává v nedostatku příležitostí se do života společnosti začlenit - participovat a tím vzniká izolovanost. Nedochozí k rovnému přístupu k zaměstnání, bydlení, sociální ochraně, zdravotní péči a vzdělání (Krebs, 2007).

Podle Mareše a Sirovátky může k exkluzi vést také genderová, etnická, kulturní či náboženská odlišnost (Mareš, Sirovátka, 2008).

V literatuře se dle Bartáka (2004) setkáváme se třemi názorovými proudy:

- Individuální vlastnosti jedince (např. morální hodnoty, chování, atd.)
- Instituce a společenský systém (přechod od státu sociálních služeb ke společnosti vědění a postindustriální společnosti)
- Diskriminace určitých společenských skupin, problémy s implementací (naplněním) existujícího práva

### 3.3 Nezaměstnanost

V období konsolidace (1930 – 2. světová válka) se díky anglickému ekonomovi Johnovi M. Keynesovi změnil pohled na nezaměstnanost. Tu zdůvodnil tak, že peněžní a fiskální (daňová) politika státu je chybná, spojená s krácením veřejných výdajů. Lord Beveridge se k jeho postoji připojil a usiloval o státní intervenci (Večeřa, 1996).

Nezaměstnanost pro českou populaci nebyla dlouhou dobu součástí standardní zkušenosti. Jedná se o sociálně ekonomický problém, na něj nebyla česká společnost zvyklá – adaptovaná. S ním dochází k sociální degradaci (Vágnerová, 2008).

Mareš (in Večeřa, 1996) rozlišuje druhy tohoto strukturovaného sociálního jevu:

- Frikční – po krátké době se najde nové pracovní místo
- Sezonní – výkyvy ve výrobě (roční doba, počasí, kolísání poptávky, apod.)
- Dlouhodobá – hledání zaměstnání déle než jeden rok
- Strukturální – poptávka se nekryje s nabídkou určitých profesí
- Konjunkturální – cyklická změna dynamik hospodářství na makroekonomické úrovni

Krebs (2005) dále dělí nezaměstnanost na dobrovolnou a nedobrovolnou:

- dobrovolná: o pracovní místa není zájem z důvodu nízké mzdy nebo se pracovníkům nechce pracovat vůbec
- nedobrovolná: situace, kdy převyšuje počet pracovníků nad existencí pracovních míst

„Nezaměstnaností jsou nejvíce ohroženi starší lidé, lidé vstupující na trh práce, lidé s nízkou kvalifikací, příslušníci etnických menšin, lidé se zdravotním postižením a také ženy. Také lidé tzv. dlouhodobě nezaměstnaní, jejichž opětovný vstup na trh práce je stěžížován tím, že ztratili pracovní návyky spolu s motivací k práci“ (Matoušek, 2007, s. 79).

### 3.3.1 Význam práce pro člověka

Profesní role je podle Vágnerové (2008) svým způsobem identitou člověka. Především ve středoevropském prostředí se podle ní lidé posuzují a hodnotí. Frankl (in Vágnerová, 2008) uvádí faktory, které motivují člověka k práci:

- Peníze
- Aktivita
- Seberealizace
- Sociální kontakt
- Samostatnost a nezávislost

### 3.3.2 Příčiny nezaměstnanosti

Tento nežádoucí sociální jev, je ovlivněn několika faktory. Např. vzděláním, pohlavím či věkem žadatele o práci. Do jaké míry tyto faktory zaměstnanost ovlivňují, jsem se dočetla v publikacích od např. Vágnerové či Mareše.

Dlouhodobě nezaměstnanými se dle Mareše (1994) stávají často lidé, kteří měli stabilní místo. Tím se po ztrátě zaměstnání stávají nedostatečně pružní. Značnou roli hraje dosažené vzdělání. Čím nižší je, tím hůře si lidé hledají novou práci. Dle Mareše se jedná především o nekvalifikované ženy. Dále imigranti a příslušníci etnických minorit mají o něco větší problém se zaměstnáním než většina populace. Tito lidé bývají nedostatečně kvalifikováni. Ohrožení nezaměstnaností jsou lidé zdravotně postižení, lidé z venkovských oblastí a mladí zejména problémoví jedinci.

Vágnerová (2008) vidí příčiny nezaměstnanosti podobně jako Mareš.

Kirchler (in Vágnerová, 2008) informuje o nárůstu nezaměstnaných se středoškolským a vysokoškolským vzděláním v Rakousku a Německu.

Lze usuzovat, že vyšší vzdělání v dnešní době není zárukou v získání zaměstnání.

Vágnerová (2008) mezi příčiny nezaměstnanosti zařazuje i pohlaví a sociální patologii. Sociální (osobnostní) patologie představuje sklon k abúzu alkoholu či drog, identifikaci s kriminální subkulturou, neschopnost sociální adaptace. Projevy osobnostní patologie zvyšují riziko ztráty zaměstnání. U žen je riziko ztráty zaměstnání vyšší a následné navrácení do pracovního procesu obtížnější než je tomu u mužů. U žen lze brát jako handicap např. těhotenství a péči o malé děti.

### 3.3.3 Důsledky nezaměstnanosti

Nejvýznamnějšími dopady na životní situaci nezaměstnaných jsou psychické a ekonomické. Po psychické stránce: pokles sebevědomí, sociální izolace, obtížně se vyrovnávají s negativními reakcemi na jejich situaci (stávají se citlivějšími), mohou více prožívat negativní pocity, odcizení či vyloučení (Sirovátka et. al, 2009).

Dle Sirovátky et. al (2009) ekonomickými dopady bývají nejčastěji malá schopnost domácností vycházet s příjmem. Řešení – úsporné strategie, zadlužování, pomoc rodiny.

Vágnerová (2008) uvádí, že čím delší dobu nezaměstnanost trvá, tím horší jsou její psychosomatické dopady na člověka. V souvislosti s dlouhodobou nezaměstnaností se projevuje deprese, zoufalství, zlost, vztek, ponížení, lidé se mohou stát labilnější a zranitelnější.

Pod vlivem nezaměstnanosti se mění hodnoty, motivace, aspirační úroveň. Projevuje se potřeba smysluplné aktivity, smysluplného učení, seberealizace, citové jistoty, bezpečí, sociálního kontaktu, tvorby neformálních vztahů (Vágnerová, 2008).

Krebs (2005) vidí důsledky nezaměstnanosti takto:

- Ekonomické důsledky – produkce ekonomiky je nižší než by byla schopna vyrábět
- Sociální důsledky – vliv na společenský život, chování a postoje nezaměstnaných
- Vliv na životní úroveň – život z dávek a podpory znamená vždy pokles životní úrovně, při dlouhodobé nezaměstnanosti dochází k redukci sociálních kontaktů či vyloučení
- Vliv na rodinu – pokles příjmů je nejzásadnější, ovšem vliv na partnerský život, sňatečnost, plodnost je také značný, mění např. pozici a autoritu nezaměstnaného v rodině aj.
- Vliv na strukturaci času a vnímání času – narušen je časový režim pracovních návyků, čas se stává pro nezaměstnané nudou a často je proto naplněn pasivními, až nežádoucími aktivitami
- Vliv na zdraví – vyšší výskyt psychosomatických onemocnění. Člověk nezaměstnaností často ztratí sebedůvěru, pocit potřebnosti, užitečnosti a především sociální status.

### 3.3.4 Služby nezaměstnaným v České republice

Politiku zaměstnanosti realizují úřady práce. Tyto orgány státní správy zajišťují služby nezaměstnaným na konkrétním území. Plní základní funkce:

- Informační – poskytuje aktuální informace z daného území o mzdových požadavcích, volných místech, o struktuře nabídky pracovních sil a vývoji na trhu práce apod.
- Poradenskou – právní, ekonomické, sociální, psychologické poradenství apod.

- Zprostředkovatelskou – zprostředkování míst handicapovaným, rekvalifikací, práce uchazečům na základě evidence a evidence volných pracovních míst, aj.
- Podnikatelskou – finanční účast na tvorbě nových pracovních míst a pracovním uplatnění uchazečů o zaměstnání, zabezpečování rekvalifikace (Krebs, 2005).

Problémy, které z důsledku nezaměstnanosti vznikly, dále může řešit *sociální služba*, jejíž pomoci může využít i rodina nezaměstnaného. Dále existuje *psychoterapeutická péče*, která dle Kleinové (in Vágnerová, 2008) napomáhá navrácení sebedůvěry a osobní iniciativy, podporuje změny postojů k práci i zaměstnání (Vágnerová, 2008).

Reintegrace dlouhodobě nezaměstnaných probíhá ve dvou programech:

- I. – výcvik dospělých, programy pro mladistvé, poskytnutí informací ve formě „knowhow“ pro start samostatně podnikajících
- II. – zaměřené na zlepšování flexibility pracovní síly – zvyšování a rozšiřování kvalifikace zaměstnaných, rozvoj všeobecného a učňovského školství (Mareš, 1994).

### 3.4 Bezdomovectví

S pojmy bezdomovec a bezdomovectví se česká populace seznámila až po roce 1989. Do té doby lidé bez domova „neexistovali“ – jinými slovy, nemluvílo se o nich. Změna politicko-ekonomické situace byla natolik velká, že lidé, kteří neměli pevné zázemí, nebyli schopni dostatečné adaptace (Průdková, Novotný, 2008).

Vágnerová (2008, s. 748) popisuje bezdomovectví jako: „výsledek generalizovaného psychosociálního selhání spojeného se ztrátou většiny běžných rolí a úpadkem společenské prestiže.“

Bezdomovectví je v současné době považováno za závažný celosvětový sociální problém, se kterým se potýkají i nejvyspělejší státy světa (Johnsonová in Tichý, 2007).

Současná terminologie uvádí několik ekvivalentů pro sociálně neadaptované jedince. Například: problémové osoby, sociálně maladjustované osoby, marginalizované osoby, sociálně maladaptované osoby, osoby s poruchou v oblasti sociální adaptace, aj. (Tichý, 2007).

Evropská organizace zastřešující neziskové organizace bojující s bezdomovstvím (FEANTSA) vypracovala typologii ETHOS, která rozlišuje bezdomovství a exkluzi v oblasti bydlení. Kategorizuje bezdomovství bez střechy nad hlavou (lidé žijící v noclehárnách a na ulici) a bezdomovství bez domova (lidé v ubytovnách pro bezdomovce, v azylech, lidé v institucích, různé formy podporovaného bydlení a chráněného bydlení (Barták, 2004).

### 3.4.1 Příčiny bezdomovectví

- Vnější – tyto objektivní příčiny jsou ovlivněny sociální politikou státu (výsledek ekonomicko-politické situace) (Průdková, Novotný, 2008).

Schwarzová (in Tichý, 2007) mezi objektivní příčiny také zařazuje např. postavení etnických menšin, postoje majoritní společnosti k minoritám a marginálním kulturám, celospolečenské klima.

- Vnitřní – jedná se o subjektivní příčiny. Dle Vacínové (in Průdková, Novotný 2008) se jedná o materiální (ztráta bydlení, zaměstnání, zadluženost, ztráta živitele, aj.), vztahové (rozvod, rozpad rodiny, násilí v rodině, osamělost, aj.) a osobní podmínky (duševní, tělesné onemocnění, abúz alkoholu či jiných návykových látek, patologické hráčství, aj.) jednotlivců a rodin.

Schwarzová (in Tichý, 2007) se ještě zmiňuje o institucionálních faktorech, jako je např. propuštění z vězení, ústavů, léčeben, opuštění dětských domovů aj.

„Příčiny bezdomovectví se kvalitativně liší podle pohlaví. U mužů převažují faktory materiální a osobní. U žen převládají faktory vztahové, zejména problémy v partnerských vztazích“ (Tichý, 2007, s. 60).

Podle Průdkové, Novotného (2008) jsou nejvíce ohroženi lidé, kteří po dlouhé době strávené v institucionálním prostředí nejsou dostatečně připraveni žít život ve společnosti. Jsou zvyklí na pravidla a řád, který často omezuje osobní svobodu. Ovšem svoboda „venku“ potřebuje míru zodpovědnosti. Jedná se např. o mladé lidi opouštějící dětský domov či nápravné zařízení, lidé po výkonu trestu.

Dále častými příčinami ztráty bydlení je původní orientační rodina, která je dysfunkční nebo vůbec neexistuje. Absence sociálního zázemí hraje také velkou roli (Vágnerová, 2008).

Podle Vágnerové (2008) má mnoho bezdomovců omezené kompetence kvůli duševnímu onemocnění, poruše osobnosti, mentální retardaci či dlouholetého abúzu alkoholu a drog.

Fitzpatrick (in Barták, 2004) jako spouštěcí mechanismy bezdomovectví shledává také odchod z domu rodičů po hádce, manželský nebo partnerský kolaps, ovdovění, opuštění institucionální péče, finanční krizi spojenou s růstem dluhů, vyklízení z nájemného nebo vlastněného bytu.

### 3.4.2 Formy bezdomovectví

Zjevní bezdomovci – charakterizuje je zapáchající a znečištěný oděv, zanedbaný zevnějšek, nepřiměřená obuv, žebrání, přehrabování se v kontejnerech, apod. Chtějí si především opatřit jídlo, teplo, přístřeší (Vágnerová, 2008).

Skrytí bezdomovci – lidé žijící jako bezdomovci, ovšem na první pohled to není patrné. Své problémy skrývají. Dbají o svůj zjev, nosí padnoucí oděv. Distancují se od těch zjevných páč i mezi bezdomovci panuje jistá hierarchie. V zimě hledají sociální pomoc (Vágnerová, 2008).

Potenciální bezdomovci – těmto lidem bezdomovectví hrozí z mnoha důvodů. Největším problémem je nedostupnost vlastního bydlení (Haasová in Průdková, Novotný, 2008).

### 3.4.3 Charakteristika bezdomovců

Většina bezdomovců jsou muži v produktivním věku, kteří jsou rozvedení nebo nikdy nevstoupili do manželství (Průdková, Novotný, 2008).

Poměr mužů a žen je 6:1. Ovšem počet žen se navyšuje (Heczko, Heczková in Vágnerová, 2008).

Většina bezdomovců má nízkou úroveň vzdělání (základní škola, vyučení) (Hradecká, Hradecký in Průdková, Novotný, 2008).

Dle Průdkové a Novotného (2008) bezdomovci nepracují nebo pracují často nelegálně jen za stravu a ubytování. Z důvodu, že se nezdržují v místě trvalého bydliště, nemohou být vedeni na úřadech práce.

### 3.4.4 Přístup veřejnosti k bezdomovectví

Podle statistik Evropské unie postihuje chudoba každodenní život zhruba 16 % její populace. Evropané vnímají chudobu jako značný problém, jsou přesvědčeni, že jeden ze tří lidí v jejich oblasti žije v chudobě a že jeden z deseti dokonce trpí extrémní chudobou (*Odbor sociální péče MMB, 2010*).

Dle četných výzkumů, lze do roku 2000 sledovat apatii a ignorování problematiky bezdomovectví. Ovšem po roce 2000 se tato problematika dostává do popředí a všeobecně roste diskuze o problematice sociálního vyloučení (Barták, 2004).

18. prosince 2003 byl např. podepsán Národní akční plán sociálního začleňování České republiky. Cílem toho plánu bylo věnovat pozornost chudobě aj. sociálním problémům a přispět k jejich řešení (Barták, 2004).

Dle mého názoru v naší zemi chybí síla solidarity.

Pocit sounáležitosti příslušníků nějakého sociálního celku (např. sociální vrstvy). Pocit jinak vzájemně anonymních a osobnostně různých jedinců, kteří čelí vnějšímu tlaku okolností (Jandourek, 2001).

V empirické části této práce se solidaritě věnuji ve vztahu kupující versus prodávající časopisu Nový Prostor.

### 3.4.5 Zdraví bezdomovců

Rozlišujeme zdraví psychické a fyzické, a právě to psychické je u bezdomovců narušeno více. Kupodivu bezdomovce netrápí rýmy, chřipky, angíny, kožní onemocnění, obezita, cukrovka aj. tolik, jako ostatní jedince populace. Ovšem mnoho bezdomovců má psychiatrickou diagnózu a poruchu osobnosti. Psychózy, závislosti, neurózy a deprese jim komplikují návrat do společnosti (Průdková, Novotný, 2008).

Je důležité, ale zároveň obtížné rozlišit, které psychické změny jsou příčinou a které důsledkem jejich způsobu života. Hamid a kol. (in Vágnerová 2008) informuje o často otupělých a vyhaslých citech bezdomovců. Bývají častěji hostilní a depresivní.



### 3.4.6 Osobnost bezdomovce

Nízké sebevědomí a sebeúcta, rezignace na změnu, negativní obraz sebe samého. Takto popisuje sebepojetí bezdomovců Vágnerová (2008).

Podle Vágnerové (2008) mají lidé bez domova stejné potřeby jako ostatní lidé, kteří střechu nad hlavou mají. Ovšem tyto potřeby bývají často potlačeny, sníženy a neuspokojovány. Budoucnost tito lidé vnímají jako velice nejistou a proto o ní neuvažují, nic neplánují. Nové zkušenosti pro ně nemají smysl proto je potřeba stimulace snížena. Strádají v citové oblasti. Chybí jim pocit jistoty a bezpečí.

Od svých vlastních potíží často utíkají v monologu o filozofických nebo globálních problémech, který vedou bez ohledu na to, co říkají ostatní. Specifické je, že tito lidé mezi sebou komunikují ne spolu ale vedle sebe (Průdková, Novotný, 2008).

Celkový úpadek osobnosti vede k sociální izolaci. Vztahy bezdomovců jsou často povrchní. Jejich sdružování bývá účelové bez důvěry a jistoty. Dále podle Vágnerové (2008) bývají bezdomovci emočně oploštělí, egocentričtí a bezohlední, často sami k sobě a to vše je konsekvencí citové deprivace, duševní nemoci, abúzu psychoaktivních látek aj.

### 3.4.7 Pomoc bezdomovcům

Bezdomovci potřebují komplexní sociální pomoc. Tu poskytují státní i nestátní instituce a zařízení (Vágnerová, 2008).

Matoušek (2001) se o sociální práci vyjadřuje jako o důrazné podpoře sociálního fungování klientů. Sociální práce napomáhá klientovi při obnově či získání takových dovedností a informací, aby byl schopen sociálního fungování – zvládal požadavky prostředí.

Sociální služby se řídí obecnými Standardy kvality sociálních služeb, které byly doporučovány MPSV od roku 2002, se staly právním předpisem závazným od 1. 1. 2007. Dále se tyto standardy řídí vyhláškou č. 505/2006 Sb. ([www.mpsv.cz](http://www.mpsv.cz) [online])

Bezdomovci využívají služeb, které jsou postaveny na principu sociální prevence. Průdková a Novotný (2008) uvádějí tato sociální zařízení:

- Nízkoprahová denní centra - ambulantní služby obsahují pomoc při osobní hygieně (nebo poskytnutí podmínek pro osobní hygienu) poskytnutí stravy (nebo pomoc při zajištění stravy). Služba se poskytuje bezúplatně
- Noclehárny - ambulantní služby pro bezdomovce, kteří mají zájem o využití hygienického zařízení a přenocování. Služba obsahuje pomoc při osobní hygieně nebo poskytnutí podmínek pro osobní hygienu, poskytnutí stravy, poskytnutí ubytování, poskytnutí nebo zprostředkování informací. Služba se poskytuje za úplatu stanovenou poskytovatelem.
- Azylové domy - pobytové služby na přechodnou dobu (poskytnutí stravy nebo pomoc při zajištění stravy, poskytnutí ubytování nebo pomoc při zajištění bydlení, pomoc při prosazování práv a zájmů, výchovné, vzdělávací a aktivizační činnosti). Služba se poskytuje za úplatu.
- Chráněné byty – poslední stupeň integrace do společnosti, obec poskytne byt, který je pak převeden na klienta, problém v rozšíření této služby jsou finance
- Krizová lůžka - pobytová služba na přechodnou dobu (ohrožení zdraví nebo života). Služba obsahuje poskytnutí ubytování, poskytnutí stravy (nebo pomoc při zajištění stravy), terapeutické činnosti a pomoc při prosazování práv a zájmů. Služba se poskytuje bezúplatně.
- Ohřívárny pro bezdomovce – veřejné místo, kde jsou židle, toalety, odpadkové koše a možnost umělého osvětlení. Jedná se o relativně bezpečné místo pro přenocování. Sociální pracovník není stále přítomen. V praxi ovšem neexistují.
- Domovy se zvláštním režimem – pobytové služby pro lidi, kteří mají sníženou soběstačnost. Režim je zde přizpůsoben specifickým potřebám klientů.

Prospěšná je terénní sociální práce s bezdomovci (streetwork). Výhodou této služby je, že sociální pracovník vykonává sociální práci v přirozeném časoprostoru klientů. Efektivita spočívá v tom, že se vybudovává důvěrný vztah mezi klientem a pracovníkem. (Průdková, Novotný, 2008)

Pro zlepšení sociální adaptace u rizikových klientů, je také prospěšná úzká spolupráce s úřady (Tichý, 2007).

Důležitou roli v prevenci bezdomovectví hrají nestátní sektory – občanská sdružení - nestátní neziskové organizace (NNO). Mezi nejvýznamnější v České republice patří Armáda spásy (od r. 1865), Občanské sdružení Naděje (od r. 1990), Sdružení Česká katolická charita (obnovena od r. 1989), Občanské sdružení Nový Prostor (od r. 1999) (Průdková, Novotný, 2008).

Na mezinárodní úrovni funguje Evropská federace národních sdružení pracujících s bezdomovci (FEANTSA) (Nevřala in Tichý, 2007).

Tichý (2007) informuje mimo jiné také o službách zaměřených na reintegraci a soběstačnost. Patří zde např.:

- Chráněná a podporovaná zaměstnání (mezistupeň mezi sociální službou a otevřeným pracovním trhem)
- Veřejné prospěšné práce („odrazový můstek“ pro lidi bez praxe a kvalifikace)
- Sociální firmy (poskytují zaměstnání lidem trvale znevýhodněným na trhu práce)

Myslím si, že sociální práce je symbol kulturnosti a civilizovanosti. Je projevem toho, že společnost není lhostejná k osudu těch, kterým se z nejrůznějších důvodů nedaří.

## 4 NEZAMĚSTNANOST A BEZDOMOVECTVÍ V BRNĚ

### 4.1 Oddělení sociální prevence a pomoci

Osobám extrémně sociálně vyloučeným a lidem takovým vyloučením ohroženým v Brně poskytuje služby Odbor sociální péče Oddělení sociální prevence a pomoci (OSPP).

Toto pracoviště působí zejména jako koordinátor sociálních služeb a sociální péče v oblasti práce s lidmi na okraji společnosti ve městě Brně, dále také vykonává analytickou činnost, podporuje spolupráci s nestátními neziskovými organizacemi, působí osvětově ve vztahu k široké laické veřejnosti, realizuje terénní sociální práci, realizuje další projekty atd. (Ptáček, 2011).

Oddělení sociální prevence a pomoci dále klientům poskytuje: (Ptáček, 2011)

- komplexní poradenskou a sociálně terapeutickou individuální péči
- dávku Mimořádné okamžité pomoci z důvodu ohrožení stavem sociálního vyloučení
- služby azylového bydlení (noclehárny, ubytovny, bytové jednotky se sociální intervencí)
- bazální potřeby pro klienty (ošacení, strava, hygiena, nouzový nocleh, praní prádla)
- služby pracovní terapie a protidrogové sociální práce

Výše uvedené služby jsou poskytovány sociálními kurátory především. Dle Pedagogického slovníku (2009) se jedná o pracovníky státní správy, kteří ve vymezené lokalitě sledují život, rodinné, ekonomické a materiální poměry rodin s nižšími příjmy či z rizikových skupin obyvatelstva.

Publikace „Aktuální otazníky fenoménu bezdomovství“ (Baláš, et. al., 2010) informuje, komu jsou služby Oddělení sociální prevence a pomoci v Brně určeny především. Jedná se o osoby:

- propuštěné z výkonu trestu, z výkonu vazby,

- propuštěné ze zdravotnického zařízení, psychiatrické léčebny nebo léčebného zařízení pro chorobné závislosti,
- osoby propuštěné ze školského zařízení pro výkon ústavní či ochranné výchovy nebo z pěstounské péče po dosažení zletilosti,
- osoby, které nemají uspokojivě naplněny životně důležité potřeby vzhledem k tomu, že jsou bez přístřeší,
- které jsou ohroženy trestnou činností jiné osoby.

#### **4.1.1 Projekty Oddělení sociální prevence a pomoci v Brně:**

Motivované vyhledávání TBC u rizikových osob

Sociální šatník

Úprava padělků značkových oděvů

Pracovní terapie a Klub K20 (Baláš, et. al., 2010)

Rok 2010 Evropskou komisí vyhlášen za Evropský rok proti chudobě a sociálnímu vyloučení – OSPP přispělo projektem – Webový portál Sociální vyloučení

Nákup počítačů pro uživatele služeb OSPP

Sčítání bezdomovců 2010 (Ptáček, 2011)

Díky Oddělení sociální prevence a pomoci v březnu roku 2010 vznikl Projekt využití nepotřebného jídla pro lidi bez domova. Realizátorem a koordinátorem projektu je Centrum sociálních služeb, příspěvková organizace (Ptáček, 2011).

#### **4.2 Centrum sociálních služeb Brno**

Ministerstvo práce a sociálních věcí v rámci dotačního programu Evropského roku 2010 dvanáct projektů v celkové hodnotě 12,5 milionu korun. Jedním z nich je i vybudování Centra sociálních služeb v Brně (*Odbor sociální péče MMB, 2010*).

Zřizovatelem je Magistrát města Brna. Centrum vzniklo v roce 2000, transformací Městského ústavu sociálních služeb. Poskytuje 22 sociálních služeb dle zákona 108/2006 Sb. o sociálních službách a 3 služby dle zákona 359/1999 Sb. o sociálně-právní ochraně dětí. Zejména se jedná o služby denních stacionářů a domovů pro osoby se zdravotním postižením, azylové domy a manželské a rodinné poradny. Působnost v rámci celého Brna je celkem 15 samostatných organizačních složek s více jak 200 zaměstnanci. (<http://www.ey2010.cz> [online])

### 4.3 Sčítání bezdomovců v Brně

První sčítáním bezdomovců v České republice se uskutečnilo v roce 2004 v Praze. Brno se nechalo inspirovat a v roce 2006 také uskutečnilo toto systematické sledování lidí bez domova. Cílovou skupinou byli skupiny osob bez přístřeší a bez bytu (zjevné bezdomovectví) a skupiny osob, které využívají komerčních ubytoven (latentní forma bezdomovectví). Počet takto sečtených osob činil v roce 2006 *1179 osob – 852 mužů, 327 žen* (Baláš, et. al., 2010).

#### 4.3.1 Sčítání bezdomovců v Brně 2010

Projekt měl dva hlavní cíle:

- zjistit a aktualizovat dostupné kvantifikovatelné údaje o bezdomovectví v Brně
- přispět profesní komunitě k prohloubení znalostí

Jednalo se o terénní výzkum, do kterého byly tentokrát zahrnuty i obtížně dostupné lokality (zahrádkářské kolonie, opuštěné domy, odstavené vlakové soupravy atd.) (Baláš, et. al., 2010).

Vymezení cílové skupiny pro šetření bylo stejné, jako tomu bylo v roce 2006. Celkem bylo zaznamenáno *1354 osob - 980 mužů, 373 žen* (Baláš, et. al., 2010).

### 4.4 Noční krizová centra

V průměru jsou tato centra v provozu od prosince do března.

V Brně na přelomu roku 2010/2011, byla otevřena tato krizová centra (NKC):

- ul. Podnásepní 20, Centrum sociálních služeb; 20 míst

- ul. Vídeňská 4, Centrum sociálních služeb; 20 míst

- ul. Mlýnská 25, Armáda spásy,; 49 míst

- ul. Bratislavská 58, Oblastní charita Brno; 20 míst

Během celé zimní sezóny 2010/2011 se v brněnských nočních krizových centrech vystřídal 525 uživatelů (84% mužů a pouze 16 % žen). Uskutečnilo se v nich 9 561 noclehů, což je o 418 noclehů více než v loňské sezóně (*Odbor sociální péče MMB, 2010*).

#### 4.5 Nezaměstnanost

Jihomoravský kraj patří dlouhodobě do souborů krajů ČR vyznačující se vyšší mírou nezaměstnanosti. Ta na konci roku 2008 činila 6,8 % a byla o 0,8 procentního bodu vyšší než celostátní míra. V první polovině roku 2009 míra registrované nezaměstnanosti v ČR vzrostla z 6,0 na 8,0 %. ([www.metropolitan.cz](http://www.metropolitan.cz) [online])

Mladá fronta DNES 14. 3. 2011 informovala o poklesu nezaměstnanosti v okrese Brno-venkov o dvě desetiny procenta. V únoru 2010 bylo bez práce 8,6% lidí. Poklesla i nezaměstnanost u absolventů a na trhu práce se úspěšněji uplatnili i lidé s tělesným postižením. Přibýlo i volných pracovních míst. V současnosti je v nabídce úřadu práce 520 pozic. Stále je to však nedostatečné číslo. Na jedno volné pracovní místo totiž připadá téměř čtrnáct uchazečů. Situace by se však měla postupně zlepšovat. ([www.modernibrno.cz](http://www.modernibrno.cz) [online])

## 5 OBČANSKÉ SDRUŽENÍ NOVÝ PROSTOR

Nový Prostor, o.s. vzniklo 30. 12. 1998 za účelem vzniku street papers (noviny ulice) v České republice. Nulté číslo časopisu (tehdy pod názvem Patron) vyšlo 13. 12. 1999 a od té doby tato seriálová publikace vychází pravidelně. Časopis za devět let působení změnil nejen tvář a koncepci, tak i periodicitu – ze čtrnáctideníku na týdeník a zase zpět na čtrnáctideník. Časopis se prodává v několika městech ČR a jeho distribuce se neustále rozšiřuje. Do projektu je zapojeno průměrně okolo 150 prodejců v celé ČR. Nový Prostor o.s., je členem mezinárodní asociace International Network of Street Papers (INSP) sídlící v Glasgow a mezinárodní sítě European Anti Poverty Network (EAPN) sídlící v Bruselu (*Výroční zpráva Nový Prostor o. s. 2008*).

### 5.1 Historie v letech

- 1998 – registrace občanského sdružení Nový Prostor
- 1999 – začíná se prodávat časopis „PATRON“
- 2000 - vznikly regionální pobočky Ostrava, Brno, Plzeň
- 2002 – vznikly regionální pobočky Olomouc, Pardubice, České Budějovice, Ústí nad Labem, Uherské Hradiště
- 2001 – přejmenování časopisu na „Nový Prostor“
- 2003 - byl nastaven a spuštěn program rozvoje klíčových kompetencí
- 2004 - krizový režim, útlum grantů a dotací před startem ESF programů v ČR
- 2005 - vznik projektů financovaných z ESF
- 2006 - start projektu Equal, vznik projektu Aktivizace pracovního potenciálu, Street Papers - Nový Prostor Brno - Job Center, Kvalitní pracovníci, kvalitní služba, New Space - street papers
- 2007 - rozsáhlá reorganizace spojena s enormním nárůstem zaměstnanců v projektech, redesign časopisu a webových stránek.

2008 - realizace projektu Street Paper - sociální rehabilitace, dotažení a ukončení projektů: H/R/D/I = Human Resources Development Interface / Prostředí pro rozvoj lidských zdrojů ([www.novyprostor.cz](http://www.novyprostor.cz) [online])



## 5.2 Statutární orgán

- Valná hromada - Ing. Jiří Kocmánek, Robert Sztarovics, Dagmar Kocmánková
- Představenstvo - Robert Sztarovics, Dagmar Kocmánková (*Výroční zpráva Nový Prostor, o. s. 2009*)

### Personální zajištění

- Výkonná ředitelka - Dagmar Kocmánková
- Vedoucí denního centra - Alena Vosáhlová
- Sociální pracovník - Daniel Pick
- Junior asistent denního centra - Lucie Ehrenbergerová
- Koordinátorka projektu MPSV - Mgr. Leona Kerlová (*Výroční zpráva Nový Prostor, o. s. 2009*)

### Denní centrum Brno

- Pracovníci denního centra: Bc. Drahomíra Králová, Bc. Hana Míková ([www.novyprostor.cz](http://www.novyprostor.cz) [online])

## 5.3 Časopis Nový Prostor

Časopis čtivým způsobem nabízí alternativní pohledy na témata společenská, kulturní, ekologická, lidskoprávní, a na problematiku neziskového sektoru. Do jeho rubrik stabilně přispívají renomovaní novináři a odborníci (Jan Jandourek, Ota Ulč, Jan Keller, Jan Stern, Stanislav Komárek, Martin Kontra, Jan Jirák, Jiří Ptáček aj.). Nový Prostor se prodává na ulicích osmi velkých českých měst, prostřednictvím lidí, kteří jsou v sociální nouzi. Tento způsob distribuce podporuje ideu nezávislého street časopisu se sociálním zaměřením (*Výroční zpráva Nový Prostor, o. s. 2009*).

Nový Prostor, o. s. dává možnost pracovat všem, kteří pracovat chtějí a mohou, ale jinde příležitost nenašli. Pomáhá preventivně osobám, které se mohou dostat do tíživé životní situace. Realizuje sociálně prospěšné projekty. ([www.novyprostor.cz](http://www.novyprostor.cz) [online])

### 5.3.1 Hlavní poslání:

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

### 5.3.2 Redakce

Současná redakce se snaží využít nezávislosti na komerčních vydavatelstvích, distribuci a vlivných inzerentech k akcentování témat, která stojí na okraji zájmu naší mediální scény. Dívá se na věci kolem sebe nezatížen mediálními stereotypy, poskytuje prostor širokému spektru autorů a vytváří tak potřebnou alternativu k hlavnímu proudu. Prostřednictvím Nového Prostoru mají možnost k veřejnosti promlouvat i ti, jejichž hlas do sdělovacích prostředků jinak nepronikne nebo je velmi zkreslen. (Alexandr Budka, Tomáš Havlín, Martina Křížková, Zuzana Brodilová, Jaroslav Fiala) ([www.novyprostor.cz](http://www.novyprostor.cz) [online]).

## 5.4 Sídla Nového Prostoru o. s.

- Denní centrum Praha  
Řeznická 14 | 110 00 Praha 1
- Denní centrum Brno  
Příční 4 | 602 00 Brno ([www.novyprostor.cz](http://www.novyprostor.cz) [online])

## 5.5 Partnerské organizace

Azylový dům Matky Terezy (Hradec Králové)

Charita Ostrava - Azylový dům pro muže (Ostrava – Vítkovice)

Městská Charita Plzeň - Domov Sv. Františka (Plzeň)

Charita Olomouc (Olomouc)

Středisko křesťanské pomoci - Nízkoprahové denní centrum (Pardubice)

Městská charita České Budějovice

Dům sv. Pavla - azylový dům pro muže (České Budějovice)

Oblastní charita Znojmo (Znojmo)

Azylový dům pro ženy (Třinec) ([www.novyprostor.cz](http://www.novyprostor.cz) [online])

## 5.6 Poskytovaná sociální služba

Nový Prostor, o.s. je poskytovatelem sociální služby sociální rehabilitace, kterou v současné době v Brně využívá zhruba 30 klientů. Uživatelům poskytované služby NP, o.s. poskytuje nácvik pracovních dovedností (v souladu s § 70 zákona č. 108/ 2006 Sb.). Nejedná se tedy o žádnou z forem pracovně právního vztahu, ale o smluvní vztah mezi poskytovatelem sociální služby a jejím uživatelem. Uživatel služby sociální rehabilitace je v interních předpisech (metodikách) a komunikaci s pracovníky Nového Prostoru, o.s. nazýván prodejcem (*emailová korespondence, Dagmar Kocmánková*).

## 5.7 Cíl spolupráce

Prvním krokem ve spolupráci s prodejcem je dát mu práci, tzn. možnost si vydělat peníze (a to pouličním prodejem časopisu Nový Prostor), aby měl šanci vést důstojný život (z peněz si zajistit bydlení, jídlo, hygienické zázemí). V dalším kroku dochází k motivaci prodejce k práci na osobních tématech, která ho do příznivé osobní situace přivedla. V posledním kroku ty z našich prodejců, kteří jsou toho schopni, motivujeme k znovuzачlenění do standardního zaměstnání a normálního života (*emailová korespondence, Dagmar Kocmánková*).

## 5.8 Činnost klienta Nového Prostoru, o.s

- prodává na ulici časopis Nový Prostor – z prodeje každého výtisku má okamžitý příjem, který používá k zajištění základních životních potřeb (ubytování, strava, oblečení, hygiena), platbě povinného zdravotního pojištění, umořování dluhů atd.
- využívá zázemí Denního centra
- spolupracuje s pracovníky Denního centra
- stabilizuje a řeší svoji osobní situaci (*emailová korespondence, Dagmar Kocmánková*)

## 5.9 Kdo je prodejce Nového Prostoru?

Prodejce NP je člověk, který:

- je starší 19-ti let (registrace do služby je možná pro člověka od 16-ti dovršených let – mezi 16. a 19. rokem je uživatel zařazen do sociální služby sociální rehabilitace mimo projekt OP LZZ)
- se ocitl v obtížné životní situaci spojené s nedostatkem finančních prostředků, která by mohla vést k sociálnímu vyloučení
- má chuť a potřebu pracovat (*emailová korespondence, Dagmar Kocmánková*)

## 5.10 Metodika práce pro nováčka

- Nováčkovský program je určen těm prodejcům, kteří se do programu zaregistrovali poprvé (obnovená registrace znamená zařazení prodejce do běžného prodeje bez nároku na startovní výtisky zdarma)
- Nováček je při registraci do programu detailně seznámen s tím, jaká je jeho podstata a jaká jsou práva a povinnosti obou smluvních stran, a to takovou formou, aby mu bylo sdělení srozumitelné. Může se na cokoli zeptat, nechat si vysvětlit a upřesnit. Smlouvu o spolupráci mezi uživatelem sociální služby streetpapers – sociální rehabilitace a Novým Prostorem, o.s., podepisuje až v okamžiku, kdy si je jistý, že

podaným informacím porozuměl a na tomto základě je ochoten poskytnout dobrovolný informovaný souhlas se vstupem do programu.

- Do programu se může zaregistrovat i člověk, který nemá doklad totožnosti, a to za podmínky, že si během nováčkovského období doklad totožnosti vyřídí. Jestliže tak neučiní, další spolupráce není možná.
- Každý nováček má nárok na startovní výtisky – bezprostředně po registraci a vystavení průkazky prodejce obdrží 3 ks časopisů zdarma
- Všechny ostatní časopisy si již nováček nakupuje, a to za 25,- Kč. Z této sumy 20,- Kč patří Novému Prostoru a 5,- Kč pracovníci Denního centra nováčkovi zadržují z důvodu přípravy nováčka na tento způsob fungování v běžném prodeji, kde mají zadržované pětikoruny plní funkci motivační. Nováčkovi jsou první den prodeje nového čísla vyplaceny zadržované pětikoruny za všechny odebrané kusy časopisů právě ukončeného čísla.
- Nováček má právo pracovníky kdykoli požádat o pomoc a podporu při řešení problémů spojených s prodejem či osobních záležitostech, má právo požádat pracovníky denního centra o konzultaci se zkušenými prodejci
- Součástí registrace do služby je i to, že nováček obdrží informační leták sestavený z rad a doporučení zkušených prodejců, jak se chovat, aby se nováček stal úspěšným prodejcem (v souladu s Kodexem prodejce)
- Nováček nemá po dobu trvání nováčkovského programu povinnost si objednávat časopisy – objednávají je za něho pracovníci Denního centra
- Nováčkovi je vystaven index – papír, na který pracovníci při každém nákupu vyznačují počet zakoupených kusů časopisů. Index slouží čistě potřebám prodejce: podle záznamů nákupů v něm vedených si prodejce překontroluje, zda-li mu pracovníci správně vyplatili zadržované pětikoruny. Na každé číslo je vystavován index nový.
- Nováčkovský program trvá celkem 30 po sobě jdoucích dnů od data registrace. Jedná se o zkušební dobu, během které si nováček ujasňuje, zda-li tato sociální služba naplňuje jeho potřebu a očekávání, a pracovníci denního centra posuzují, zdali nováček pracuje v souladu s Kodexem prodejce a zda efektivně využívá svojí pracovní dobu.

- V případě dohody mezi prodejcem a pracovníkem o pokračující spolupráci po skončení třicetidenní zkušební doby je nováček převeden do modulu pro zkušené prodejce. Spolu s pracovníkem Denního centra vypracovává a podepisuje individuální plán.
- Od tohoto okamžiku se na prodejce váží povinnosti plynoucí z metodiky pro zkušené prodejce. S touto metodikou je prodejce povinen se seznámit a řídit se jí.
- Spolupráce mezi pracovníky a prodejci probíhá na základě dobrovolnosti.
- Jestliže se nováček cítí být na svých právech poškozen, má právo si stěžovat. S postupem pro podávání stížnosti ho seznámí pracovníci Denního centra, nebo si ho může přečíst na nástěnce v kontaktní místnosti (*emailová korespondence, Dagmar Kocmánková*).

## 6 SOCIÁLNÍ SLUŽBA STREET PAPER VE SVĚTĚ

Mezinárodní síť novin prodávaných na ulici (INSP)

International network of street papers (INSP)

Historie - vznik

První prodej novin na ulici se objevil v roce 1989 ve městě New York. Zde vznikla první myšlenka prodeje novin na ulici lidmi bez domova. V roce 1994 se pojem „prodej novin na ulici“ rozšířil a začalo se prodávat po celém světě.

New York City, 1989. Here's an idea. The world's first 'street paper' is born. It's 1994. Word has spread quickly and homeless vendors are taking to the streets of cities around the world ([www.street-papers.org](http://www.street-papers.org) [online]).

Mezinárodní síť prodeje novin na ulici je celosvětový motor pro podnikavé řešení místní chudoby po celém světě.

The International Network of Street Papers (INSP) is a global engine for local enterprising poverty solutions across the globe ([www.street-papers.org](http://www.street-papers.org) [online]).

INSP podporuje celosvětové projekty prodeje novin na ulici k vytvoření zaměstnání a školení pro lidi, kteří se potýkají s chudobou a bezdomovectvím. Projekt spojuje 100 novin ve 40 zemích a podporuje také nové projekty v rozvojových státech.

INSP supports street paper projects worldwide to create employment and training opportunities for people experiencing poverty and homelessness. The network connects over 100 street papers in some 40 countries and supports new projects in the developing World ([www.street-papers.org](http://www.street-papers.org) [online]).

- Street papers jsou nezávislé noviny a časopisy, které poskytují jedinečné možnosti zaměstnání pro lidi potýkající se s chudobou a bezdomovectvím. Prodejce nakupuje noviny a časopisy za poloviční cenu nebo nižší než jsou náklady na vydání. Po prodeji si výtěžek nechá. Mnoho INSP časopisů poskytuje prodejcům stálou sociální podporu.
- Street papers are independent newspapers and magazines that provide unique employment opportunities for people experiencing poverty and homelessness. Vendors

buy copies of the street paper at a price of 50% or lower than the cover price, then sell the street papers, keeping the proceeds. Many INSP street papers offer their vendors ongoing social support.

- INSP pomáhá posílit a vybudovat počty prodejců zprostředkováním cenné pomoci, rad, školení a přístupů ke zdrojům osvědčených technik. Díky INSP mohou sdílet rady a zkušenosti.
- INSP helps to strengthen and build the capacities of member street papers by providing valuable support, advice, training and access to best practice resources. They can share advice and experience.
- INSP už pomohlo od roku 1994 přes 200 000 prodejcům se zvláštním zaměřením na rozvojový svět.

INSP has assisted over 200,000 street paper vendors since 1994, with a particular focus on the developing World.

INSP také funguje jako společný hlas proti chudobě a nespravedlnosti. Tyto noviny mají různorodé čtenáře, 5-7 miliónů na jedno vydání.

INSP also acts as a united voice against poverty and injustice. INSP street papers are an important media resource with a combined readership of 5 - 7 million per edition ([www.street-papers.org](http://www.street-papers.org) [online]).

Street news service (SNS) je nezávislá informační agentura Mezinárodní síť novin prodávaných na ulici. Podstatou její práce je podpořit a posílit pohyb novinek. Poskytuje fórum na internetu pro světové noviny pro výměnu (sdílení) novinových obsahů a fotografií.

The SNS is the independent news agency of the International Network of Street Papers and a cornerstone of their work to foster a strong and united street paper movement. It provides a web-based forum for the world's street papers to exchange editorial content and photographs ([www.streetnewsservice.org](http://www.streetnewsservice.org) [online]).

SNS má rovněž za cíl informovat a vzdělávat veřejnost ohledně sociální a ekonomické spravedlnosti a obhajovat potřeby a práva lidí žijících v chudobě.



The SNS also aims to inform and educate public opinion surrounding issues of social and economic justice and advocates for the needs and the rights of people living in poverty ([www.streetnewsservice.org](http://www.streetnewsservice.org) [online]).

## **II. EMPIRICKÁ ČÁST**

## 7 METODOLOGIE VÝZKUMU

Pro praktickou část své práce jsem se rozhodla uplatnit smíšenou výzkumnou strategii. Díky těmto metodám jsem získala dostatek informací pro následnou formulaci odpovědí na výzkumné otázky. V praktické části jsem využila spolupráce jak kupujících časopisu NP tak náhodně vybrané veřejnosti, a samotných prodejců časopisu NP. Výzkum se uskutečnil v rámci jihomoravské metropole Brno. Dle Hendla (2005) tento výzkum označuji za aplikovaný. Výsledky z šetření jsem použila pro následná doporučení občanskému sdružení NP.

### 7.1 Kvantitativní šetření

#### 7.1.1 Volba výzkumných technik a zpracování dat

Kvantitativní výzkum používá statistických metod. Díky kvantitativnímu šetření můžeme studovat trendy, ověřovat hypotézy a porovnávat. Tato metoda bývá považována za reprezentativní. (Jandourek, 2008)

Kvantitativní výzkum probíhal tak, aby splňoval jeho metody a požadavky, formou dotazníkového šetření, jehož záměrem byla především predikce předem stanovených hypotéz. (Průcha, Walterová, Mareš, 2009)

#### Cíl kvantitativního šetření

Cílem kvantitativního šetření je zjistit, zda veřejnost ví o činnosti občanského sdružení Nový Prostor a jakou roli hraje solidarita kupujících k prodejcům časopisu.

#### Výzkumné otázky

- Zná veřejnost činnost občanského sdružení Nový Prostor?

Dílní výzkumné otázky: Ví veřejnost co je NP, o.s.?

Má veřejnost veřejnost, komu jsou jeho služby určeny?

Ví veřejnost, jaké služby poskytuje?

Je veřejnost informována o finanční stránce fungování prodeje časopisu NP?

- Hraje solidarita kupujících v koupi časopisu nějakou roli?

Dílčí výzkumné otázky: Co kupující motivuje ke koupi časopisu?

Je kupující ovlivněn osobností prodávajícího a formou jeho prodeje?

Hypotézy

- H1: Časopis si více kupují ženy než muži.
- H2: Nejčastějším důvodem pro koupi časopisu, je dobrý pocit z vykonaného skutku než obsah časopisu.
- H3: Převyšuje počet kupujících, kteří kupují časopis občas než pravidelně.

### 7.1.2 Výzkumný vzorek

Objektem pro dotazník č. 1 (viz. Příloha I) se stala široká veřejnost formou prostého náhodného výběru. Jednalo se o 52 respondentů.

Objektem pro dotazník č. 2 (viz. Příloha II) se stali kupující časopisu Nový Prostor a to formou záměrného (účelového) výběru. Ten vznikl kvótním způsobem. (Chráška, 2007) Tento dotazník vyplnilo 25 respondentů.

Následující tabulka 1 informuje o složení výzkumného vzorku podle pohlaví:

Dotazník	Muži	Ženy	Celkem
Č. 1	20	32	52
Č. 2	11	14	25

*Tabulka 1 Složení výzkumného vzorku dle pohlaví*

### 7.1.3 Struktura dotazníků

Dotazník č. 1 obsahoval 14 otázek. Jedna otázka byla otevřená bez nabídky odpovědi. Ostatní otázky byly uzavřené s danými možnostmi odpovědi (např. vzájemně se vylučující odpovědi, stupnicové položky).

Dotazník č. 2 obsahoval 20 otázek, z toho 4 byly otevřené bez nabídky odpovědi. Uzavřené otázky měly dané možnosti odpovědi, které měly např. vzájemně se vylučující nebo stupnicový charakter.

#### 7.1.4 Realizace techniky

Samotnému dotazníkovému šetření předcházela pilotáž ve formě kurzorického čtení, pro získání předběžných informací o zkoumané problematice, dále volných rozhovorů s několika prodejci časopisu Nový Prostor.

Dotazníkové šetření probíhalo na přelomu března/dubna 2011. Většinu dotazníků jsem osobně předávala s prosbou o jeho vyplnění. Instrukce pro vyplnění byly součástí každého dotazníku. Přednostně jsem respondenty informovala, že dotazník je zcela anonymní. Několik dotazníků jsem rozeslala pomocí emailové korespondence s prosbou o vyplnění a navrácení. Podobnou formu jsem použila při rozdělení dotazníků do schránek obyvatel panelového domu, ve kterém momentálně bydlím. Návratnost dotazníků byla ovšem v tomto případě minimální.

#### 7.1.5 Analýza dat

- Percentuální vyhodnocení – relativní četnost
- Výsečový graf, sloupcový graf

### 7.2 Kvalitativní šetření

#### 7.2.1 Volba výzkumných technik a zpracování dat

Díky kvalitativním metodám se výzkumníkovi daří pochopit svět každodennosti respondentů (pravidla, motivace a významy, které lidé svému jednání přiřklánějí. (Jandourek, 2008) Kvalitativní přístup mi umožnil získat větší množství dat prostřednictvím polostrukturovaného interview.

#### Cíl kvalitativní části

Cílem kvalitativního šetření je zjistit, zda změnil klientům prodej časopisu Nový Prostor životní situaci.

#### Výzkumné otázky

V jaké oblasti změnil klientům prodej časopisu Nový Prostor životní situaci?

Díličí výzkumné otázky: V jaké životní situaci se nacházeli, když se rozhodli o.s. NP navštívit?

- Co je motivovalo sdružení navštívit?
- Musí být prodejce zodpovědný?
- Přátelí se prodejce s ostatními klienty NP, o.s.?
- Jakou roli hraje rodina v životě prodejců časopisu?
- Považují prodejci tento přivýdělek jako běžné zaměstnání?
- Plánují si prodejci budoucnost, nebo žijí ze dne na den?
- Co prodejcům brání najít trvalé zaměstnání?
- Pokryje výdělek z prodeje za měsíc jejich základní osobní potřeby?
- Do jaké míry se Vaše životní situace změnila od doby, kdy začali prodávat?

### 7.2.2 Výzkumný vzorek

Výběr respondentů do výzkumného vzorku jsem prováděla záměrně formou výběru průměrných jednotek. Šetření se zúčastnili 3 klienti o. s. Nový Prostor v Brně.

Následující tabulka 2 informuje o složení výzkumného vzorku podle věku a délky spolupráce s o. s. NP:

Rozhovor	Věk	Klient NP - doba
Paní L.	47	6-7 let
Pan J.	58	7 měsíců
Paní M.	X	2-3 roky

*Tabulka 2 Složení výzkumného vzorku dle věku a doby spolupráce s o.s NP*

### 7.2.3 Základní informace o respondentech

Vzhledem k zachování anonymity respondentů jsem použila jen úvodní písmena jmen. Osoby, které byly milé a ochotné mi poskytnout rozhovor, popíši dle vnějších znaků. Popis se bude týkat míry ochoty poskytnout rozhovor, neverbálních a rušivých vlivů, vzhledu.

Paní L.

- ochotná poskytnout rozhovor se značnou mírou nedůvěry
- sympatická, usměvavá, seděla zcela v klidu, překřížené paže, často přímý pohled
- středně vysoká postava, prošedivělé dlouhé neupravené vlasy, dlouhé neupravené nehty
- oblečení nenápadné, odpovídající věku, během rozhovoru oblečená v bundě

Pan J.

- ochotný poskytnout rozhovor
- sympatický, upovídaný, značný extrovert, inteligentní, vykouřil tři cigarety
- středně vysoká postava, atletický typ, prošedivělé krátké vlasy, upravený, čistý, oholený
- oblečení čisté, praktické (teplý svetr, bunda)

Paní M.

- ochotná poskytnout rozhovor po chvíli rozmýšlení
- sympatická, nervózní, nejistá, citlivá, seděla klidně, vyhýbala se očnímu kontaktu
- menší, drobná postava, dlouhé upravené vlasy
- oblečení čisté, moderní, během rozhovoru oblečená v bundě

#### **7.2.4 Struktura interview**

Při kvalitativním šetření, jsem využila výzkumné metody polostrukturovaného rozhovoru pomocí návodu - otevřených otázek. Během rozhovoru jsem pořídila audiozáznam, který byl pro analýzu dat převeden do písemné podoby. Respondentům byl předložen informovaný souhlas, ve kterém podpisem stvrdili, že byli obeznámeni s podmínkami šetření. Jejich rozhodnutí bylo zcela svobodné a dobrovolné. Rozhovor měl 27 hlavních otázek, které byly rozšířeny o otázky doplňující.

### 7.2.5 Realizace techniky

Samotnému kvalitativnímu šetření předcházela pilotáž ve formě kurzorického čtení, pro získání předběžných informací o zkoumané problematice, dále volných rozhovorů s několika prodejci časopisu Nový Prostor.

Kvalitativní šetření probíhalo v dubnu 2011. Během návštěvy pobočky Nového Prostoru v Brně, mi bylo doporučeno několik klientů NP, kteří by eventuelně mohli být ochotni spolupracovat a poskytnout rozhovor. Na základě doporučení, jsem oslovila jednoho muže a dvě ženy. Po důkladném vysvětlení mého záměru uskutečnit rozhovor, za jakým účelem, o zachování anonymity, apod. všichni tři souhlasili. Rozhovory se následně realizovaly v prostředí restaurace.

### 7.2.6 Analýza dat

- Metoda vytváření trsů
- Otevřené kódování (analýzu dat provádím pro zkoumání rozložením celku na komponenty. Následně zkoumám vzájemné vztahy mezi těmito komponenty) (Hendl, 2005).

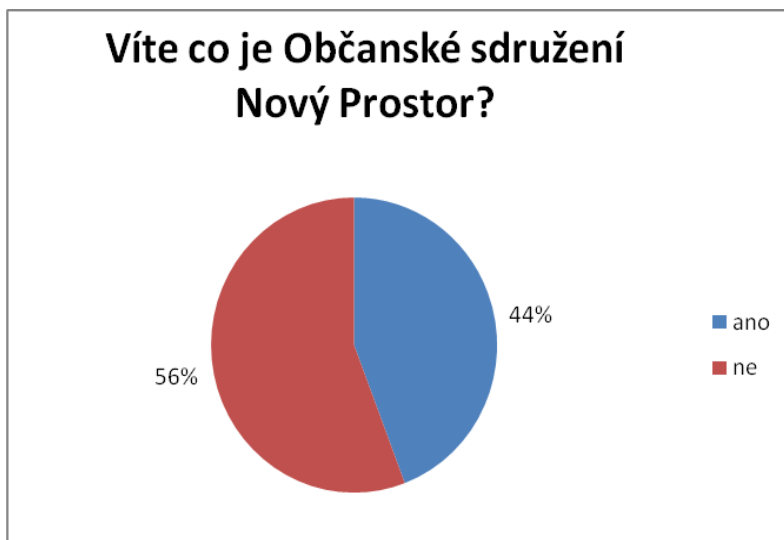


## 8 VÝSLEDKY VÝZKUMU A JEJICH INTERPRETACE

### 8.1 Vyhodnocení výzkumných otázek kvantitativní části

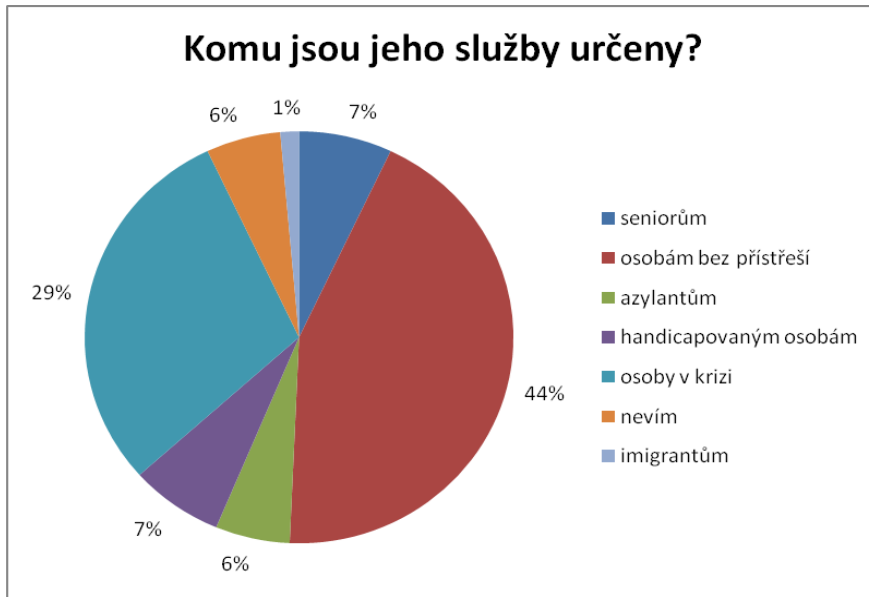
- Zná veřejnost činnost občanského sdružení Nový Prostor?

**Otázka č. 3 zjišťovala, zda respondenti znají Nový Prostor, o.s.** Převažovala hodnota negativní, to znamená, že více než polovina (56%) respondentů se nedostala do kontaktu s tímto názvem.



*Graf č. 1 Znalost Nového Prostoru, o.s.*

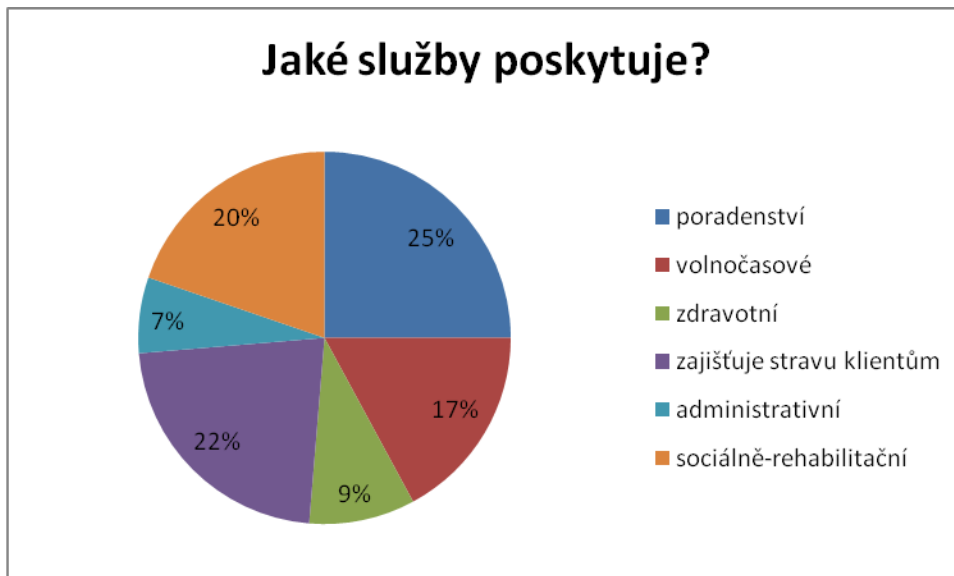
**V otázce č. 4 měli respondenti uvést cílovou klientelu Nového Prostoru, o.s.** Zajímavé je, že, přestože v předchozí otázce větší polovina respondentů uvedla, že neví co je Nový Prostor, 44% respondentů uvedlo jako cílovou klientelu osoby bez přístřeší, 29% jich uvedlo jako cílovou klientelu osoby v krizi. Z toho usuzují, že respondenti mají mírné ponětí o tom, komu jsou služby NP, o.s. určeny.



Graf č. 2 Klienti NP, o.s

**Otázka č. 5 se zaměřila na informovanost veřejnosti o činnosti Nového Prostoru, o.s.**

Z grafu lze konstatovat, že veřejnost nemá jasno v tom, jakou činnost a služby pro klienty poskytuje. Odpovědi jsou rozmanité. 45% respondentů odpovědělo správně, že poskytuje poradenství a sociálně-rehabilitační služby. Překvapující zjištění vyjadřuje fialová výseč grafu. 22% respondentů označilo odpověď o zajišťování stravy klientům.

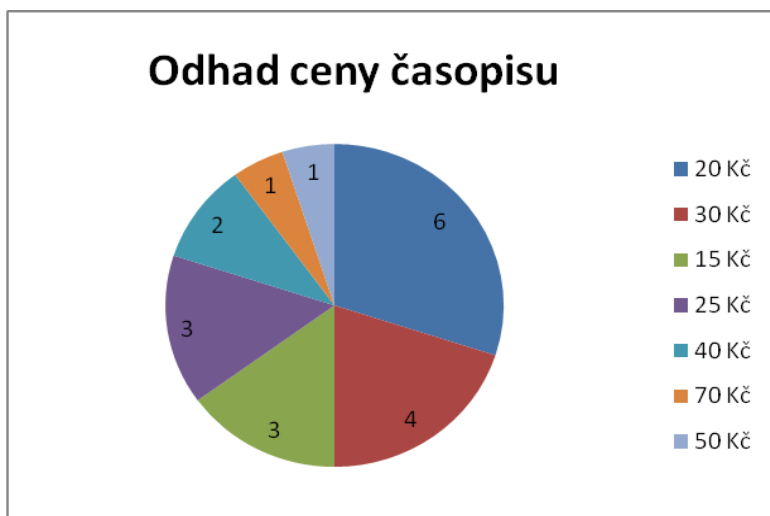


Graf č. 3 Služby, které NP, o.s. poskytuje

**Otázka č. 9 zjišťovala, zda respondenti znají cenu jednoho výtisku.** Lidé převážně cenu odhadovali. 86% respondentů nevědělo, kolik peněz časopis stojí. Z grafu č. 6 je patrné, že převažuje mínění o nižší ceně, než je cena reálná. Odhad ceny není uváděn v procentech.



*Graf č. 4 Přehled o ceně časopisu*



*Graf č. 5 Odhad ceny časopisu*

**Otázka č. 10 zjišťovala, zda respondenti mají představu, kolik peněz má prodejce z jednoho prodaného výtisku.** Cenu odhadovalo 13 respondentů. Z nich 5 uvádělo 20 Kč. Ostatní odhady byly nižší částky.



Graf č. 6 Odhad zisku prodejce

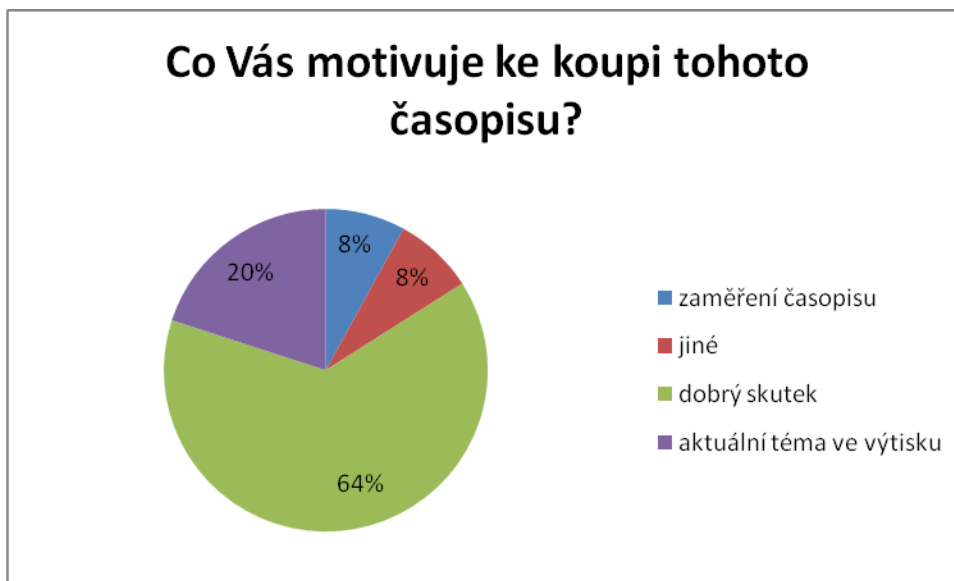
## 8.2 Interpretace získaných dat

Odpověď na výzkumnou otázku

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že většina respondentů nemá přehled o cílové klientele občanského sdružení Nový Prostor a neví, jaké služby toto sdružení poskytuje. To se dalo předpokládat ihned po vyhodnocení otázky č. 6 z dotazníku č. I. (viz. PŘÍLOHA IV) Z padesáti dvou respondentů si totiž časopis zakoupilo pouze jedenáct z nich. Tedy pouhých 21%. Z toho vyplývá, že převládaly odpovědi nahrávající nevědomosti veřejnosti o Novém Prostoru, o.s.

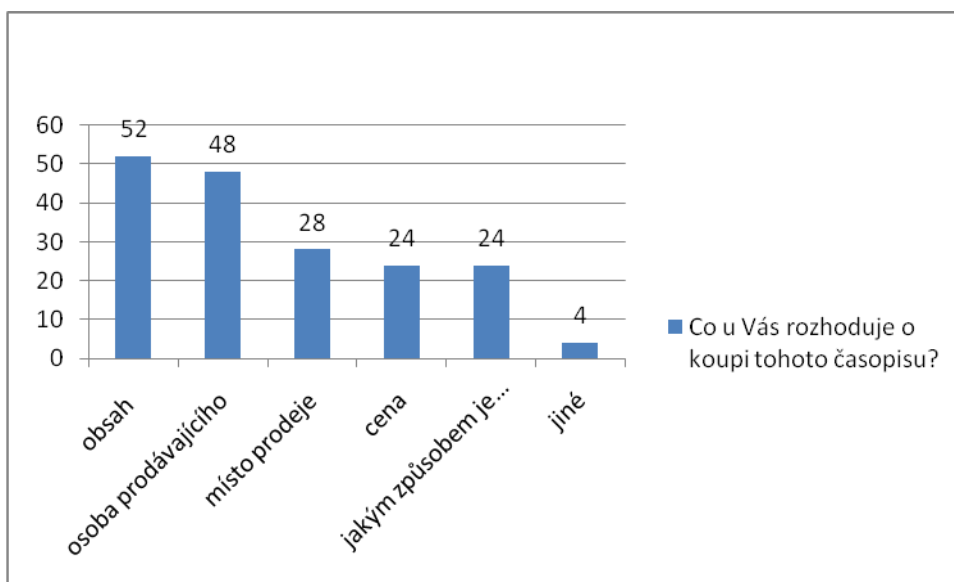
- Hraje solidarita u kupujících v koupi časopisu nějakou roli?

**Otázka č. 6 zjišťovala jaké motivy kupujících převyšují při koupi časopisu NP.** Dopátrala jsem se zajímavých výsledků. Větší polovina kupujících, si časopis koupí z důvodu vykonání dobrého skutku – 64% respondentů. Až poté lidé označovali odpověď: aktuální téma ve výtisku – 20%. Pouhých 8% respondentů si časopis koupí pro jeho zaměření.



Graf č. 7 Motiv pro koupi – kupující

**Otázka č. 15 zjišťovala, co rozhoduje u kupujících o koupi časopisu?** Hodnoty jsou uváděny v procentech. Osoba prodávajícího je na druhém (48%) místě z nabízených odpovědí. Pro výrazný projev solidarity bych považovala, kdyby nejvíce označených odpovědí bylo „osoba prodávajícího“.



Graf č.8 Co rozhoduje o koupi?

Otázka č. 16 zjišťovala, do jaké míry na ně působí osoba prodávajícího?



Graf č. 9 Osoba prodávajícího

Otázka č. 17 zjišťovala, jaký styl prodeje časopisu NP kupujícími vyhovuje. Rozdíl mezi odpověďmi není výrazný. Z grafu vyčteme, že kupující preferují pasivní styl prodeje. 8% respondentů do dotazníku uvedlo, že by jim vyhovoval kompromis mezi uvedenými styly prodeje.



Graf č. 10 Styl prodeje – kupující

### 8.2.1 Interpretace získaných dat

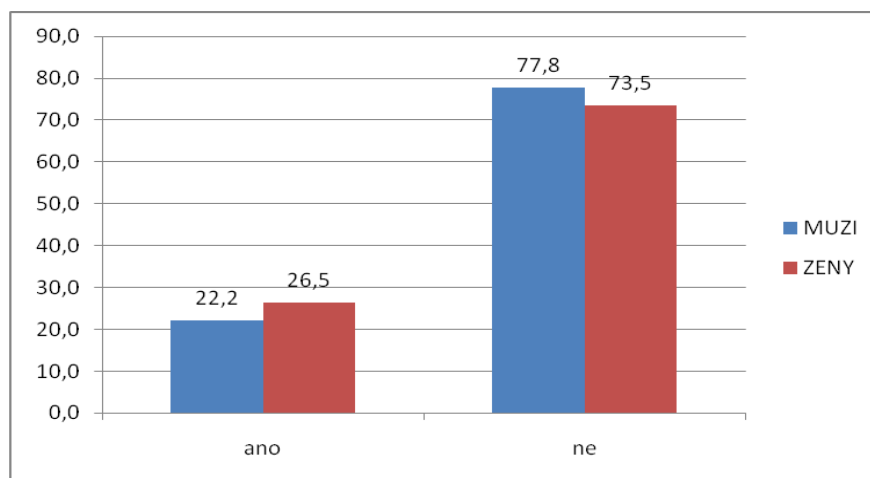
Odpověď na výzkumnou otázku

Projev solidarity jsem se pokoušela objevit v několika oblastech nákupu časopisu NP. Nedobrala jsem se jednoznačného výsledku. Zjišťovala jsem, zda mají kupující místa nebo prodejce, u kterých nákup časopisu preferují či nikoliv. Potvrdila se druhá varianta. Převládajícími odpověďmi „ne“ potvrdili další fakt, že prodejci nedají za časopis vyšší peněžní částku, než časopis stojí. Většina kupujících nepříjde s prodejci do bližšího kontaktu než je samotná koupě. Ovšem solidarita se projevila v oblasti motivace a rozhodujících faktorů pro koupi. Respondenti uváděli, že osoba prodávajícího a vykonání dobrého skutku jsou pro ně podstatnější než jiné nabízené odpovědi. Solidaritu vnímám také z vyhodnocených dat o tom, že by si časopis v běžných novinových stáncích nekoupili.

### 8.2.2 Vyhodnocení hypotéz a jejich interpretace

- H1: Časopis si více kupují ženy než muži.

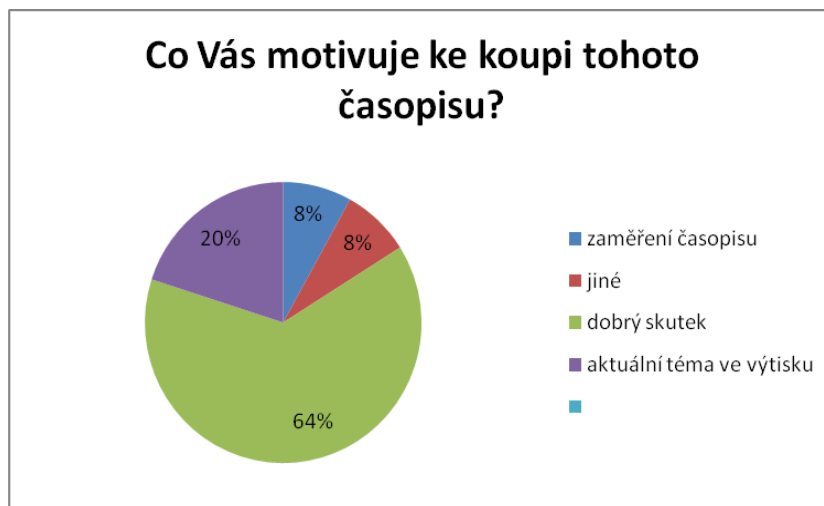
Díky otázce č. 1 o pohlaví respondentů a otázce č. 6 o tom zda si respondent koupil časopis v dotazníku pro náhodné respondenty, jsem vytvořila graf a tím vyhodnotila jednu z předem stanovených hypotéz. Rozdíl mezi muži a ženami v koupení časopisu NP je zanedbatelný. Tento výsledek mě překvapil, protože jsem si myslela, že časopis si kupují mnohem častěji ženy, pro svou větší míru empatie.



Graf č. 11 Hypotéza: časopis si více kupují ženy než muži

- H2: Nejčastějším důvodem pro koupi časopisu, je dobrý pocit z vykonaného skutku než obsah časopisu.

Tato hypotéza se potvrdila. Celých 64 % respondentů si koupí časopis pro vykonání dobrého skutku. Aktuální téma ve výtisku je směrodatné pro 20% respondentů a samotné zaměření časopisu pro 8% respondentů.

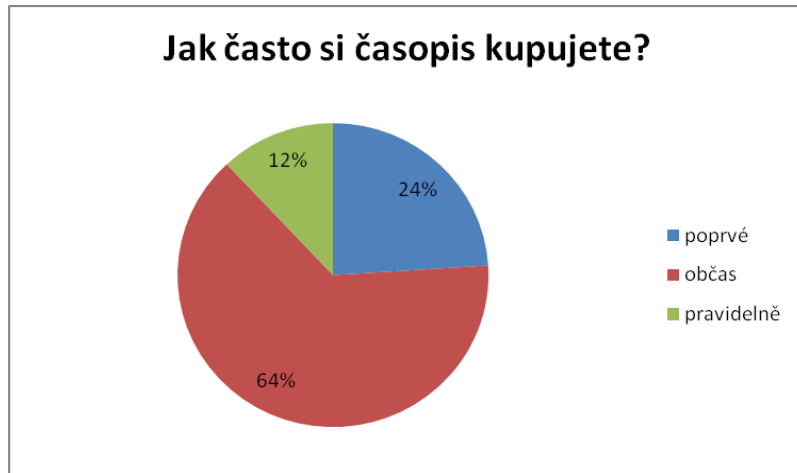


*Graf č. 12 Hypotéza: Nejčastějším důvodem pro koupi časopisu, je dobrý pocit z vykonaného skutku než obsah časopisu.*

- H3: Převyšuje počet kupujících, kteří kupují časopis občas než pravidelně.

Tato hypotéza se po vytvoření grafu potvrdila. 64% respondentů si časopis NP kupují občasně. Potěšilo mě zjištění, že se časopis rozšiřuje mezi nové čtenáře. Vypovídá o tom modrá výseč grafu, tedy 24% respondentů.





*Graf č. 13 Hypotéza: Převyšuje počet kupujících, kteří kupují časopis občas než pravidelně.*

### 8.3 Vyhodnocení výzkumné otázky kvalitativní části a její interpretace

Dílčí výzkumné otázky:

#### **V jaké životní situaci se respondenti nacházeli, když se rozhodli o.s. NP navštívit?**

Žádný z respondentů se nenacházel v lehké životní situaci. Neměli zázemí a dostatek finančních prostředků pro obživu.

#### **Co je motivovalo sdružení navštívit?**

Všichni tři respondenti se shodli na motivu přežití. Paní L. a pan J. v prodeji vidělo také příležitost odrazit se a žít lépe. Paní M. uvítala volnější pracovní dobu.

#### **Přáteli se prodejce s ostatními klienty NP, o.s.?**

Paní L. a pan J. jsou na první pohled rádi mezi lidmi. Potvrdilo se to i ze samotného rozhovoru. Oběma dalo občanské sdružení mnoho známých a přátel. Nejen mezi prodejci ale i mezi veřejností. Paní M. je spíše introvert. Vnímá prodejce pouze jako spolupracovníky.

**Mají respondenti příbuzné, se kterými jsou v kontaktu? (jaké mají vztahy s rodinou, podporují je její členové nějakým způsobem, změnil se vztah s rodinou od doby, co prodávají)**

Dozvěděla jsem se, že respondenti nemají pevné rodinné zázemí. Vztahy s rodinnými příslušníky nemají téměř žádné. Proto nelze říci, zda prodej časopisu NP změnil vzájemné vztahy. Paní L. a panu J. se rozpadlo manželství. S dětmi se buď nestýkají, nebo jen sporadicky. Dali dostatečně najevo, že je to mrzí. Paní L. žije s přítelem. Paní M. žije sama. Od přítele (otce syna) se odstěhovala pro neshody. Stýkají se ovšem dál.

### **Považují prodejci tento přivýdělek jako běžné zaměstnání?**

Respondenti si této možnosti přivýdělku váží a nestydí se takto pracovat. Pan J. zdůraznil: “Každá práce se má dělat nadoraz“.

### **Plánují si prodejci budoucnost, nebo žijí ze dne na den?**

Pan J. a paní L. mi sdělili, že nežijí ze dne na den. Pan J. počítá se zednickým zaměstnáním. Paní L. limitují finance, aby se mohla dostatečně realizovat. Paní M. tvrdí, že žije ze dne na den. Obává se, že by se naplánované nemuselo uskutečnit.

### **Co prodejčům brání najít trvalé zaměstnání?**

Každý z respondentů měl odlišnou odpověď a tedy i důvod, proč nemají trvalé zaměstnání. U paní L. je to zdravotní stav. U pana J. to byl příjezd do Brna na podzim, kdy se už stavební a zednické práce neprovádí. Po 7 měsících práce pro NP má již domluvenou práci na stavbě. Paní M. má problémy s hlídáním syna.

### **Pokryje výdělek z prodeje za měsíc jejich základní osobní potřeby?**

Prodejci tvrdí, že si z výdělku dokáží zabezpečit jídlo, ubytování. Ovšem Pan J. tráví noci v azylovém domě a dny na ulici, paní M. žije sice v podnájmu, ale s problémy splácet nájemné a narůstajícími dluhy. Paní L. žije v podnájmu díky příteli, který pracuje jako zedník.

### **Do jaké míry se jejich životní situace změnila od doby, kdy začali prodávat?**

Respondenti hodnotí situaci jako lepší, než tomu bylo v době, když s prodejem začínali. Paní L. je díky NP v psychické kondici, Paní M. dokáže zabezpečit syna, pan J. získal jistotu výdělku.

## **8.3.1 Interpretace získaných dat**

### **Odpověď na výzkumnou otázku**

V jaké oblasti změnil klientům prodej časopisu Nový Prostor životní situaci?

Z vyhodnocení rozhovorů jednoznačně vyplývá, že životní situace respondentů je lepší, než tomu bylo v době, když s prodejem časopisu NP začínali. Nelze ovšem jednoznačně definovat změnu společnou pro všechny respondenty. Každý z prodejců žije jiným způsobem života s jinými požadavky a představami o něm.

Paní L. si život bez spolupráce s NP, o.s. nedokáže představit. Je ráda mezi lidmi. Kontakt se společností ji udržuje v psychické pohodě. Přispívá tomu i pocit z jistého výdělku. Vždy si díky prodeji vydělá nějaké peníze. Je si vědoma svého handicapu – zdravotního stavu, proto je za tento přivýdělek vděčná.

Pan J. našel smysl života. Váží si uznání starších prodejců. Neztrácí naději a optimismus. Je vděčný za obdiv veřejnosti projevený jak slovem, tak činem za poctivost a pracovitost. Díky prodeji si zabezpečí nocleh, stravu, hygienu, tabák. Pro pana J. čtyři

Paní M. si tohoto přivýdělku váží. Vnímá jej ale spíše jako „zadní vrátka“. Díky prodeji žije v podnájmě a dokáže zabezpečit syna.

Kdyby respondenti nezačali pracovat pro Nový Prostor, o.s., těžko říci v jaké sociální situaci by se dnes nacházeli.

Pro nízký počet respondentů nelze výsledky této části výzkumného šetření zobecnit.

## 9 SHRNUTÍ

Empirická část byla zaměřena na několik výzkumných otázek a hypotéz.

Kvantitativní část zjišťovala informovanost veřejnosti o Novém Prostoru, o.s. ve městě Brně. Podařilo se mi zjistit, že veřejnost v prvním momentě nemá ponětí co NP, o.s. je, ovšem v dalších otázkách se projevila asociace s nabízenými odpověďmi a 73% respondentů označilo jako cílovou klientelu lidi bez domova a v krizi. O činnosti občanského sdružení má ponětí 45% respondentů. Cenu časopisu a výdělků prodejce za prodaný časopis ve větší míře odhadovali.

Další výzkumná otázka se zabývala solidaritou a její rolí ve vztahu kupující versus prodejce. Výsledky nelze zobecnit pro nízký počet respondentů. Výsledky nepoukazují jednoznačně na významný či zanedbatelný projev solidarity.

Kvalitativní část výzkumného šetření zjišťovala, v jaké oblasti se změnila životní situace prodejců od doby, co začali s prodejem časopisu NP.

Ani jednoho z respondentů netěší, že žije v chudobě. Žijí ve městě daleko od jejich původních domovů, pro jeho větší anonymitu a vyšší příležitost přivýdělků. Nový Prostor, o.s. je právě jedním z nich.

Všichni respondenti ztratili důvěru v lidi. Přesto, že se setkávají s ostatními prodejci, nikoho neoznačili jako dobrého přítele. Buď jsou zcela sami, nebo pouze s partnery. Svě rodiny opustili a nesnaží se vztahy obnovit či zpevnit. Tuto oblast jejich životů Nový Prostor, o.s. neovlivnil.

Z výzkumného šetření vyšlo najevo, že tito lidé neřeší problémy majoritní společnosti. Prioritou respondentů je zabezpečit životní potřeby jako je nocleh, strava, hygiena.

Nový Prostor, os. mnou vybraným prodejcům poskytuje možnost vydělat peníze na pokrytí přinejmenším životních potřeb. Díky Novému Prostoru, os. získali jistotu sociální podpory a „férového jednání“.

Možnost spolupráce s Novým Prostorem, o.s. je uspokojuje v oblasti smyslu života, zado-  
stiučnění, své snahy a vytrvalosti přežít.

## 10 DOPORUČENÍ PRO ORGANIZACI

Výsledky výzkumného šetření podaly informaci o tom, zda veřejnost zná činnost Nového Prostoru o.s. Občanské sdružení, by mělo provést kroky vedoucí k vyšší informovanosti veřejnosti o jeho činnosti, cílové klientele apod. a tím zvýšit možný zisk prodejců. Většinou veřejnost zanevřela na podobný prodej na ulici. Trh je totiž přesycen. Ovšem časopis NP by měl být výjimkou, protože efektivně vytváří sociální podporu velkému počtu lidí, kteří chtějí pracovat a tím si udržet životní úroveň.

Vím, že časopis není komerční periodikum a možná proto se jeho autoři vyhýbají medializaci. Doporučuji reklamu ve formě letáků v dopravních prostředcích městské hromadné dopravy města Brna.

Občasná reklama v Brněnském Metropolitánu by také zvýšila informovanost veřejnosti.

Dále bych navrhovala uvést v povinnost pro prodejce mít u sebe během prodeje brašnu na časopisy s logem Nového Prostoru. Veřejnost je nedůvěřivá k tomuto typu prodeje. Proto by logo ujišťovalo kupující v tom, že se na první pohled nejedná o podvodníky.

Z výzkumného šetření také vyplynulo, že kupující by ocenili změnu obsahu časopisu. Jako vhodnou bych shledala změnu ve volených tématech článků, které by mohly být obohaceny o inteligentní humor či vtip. Dále bych doporučovala zkrácení článků na úkor jejich kvality. Dnešní lidé internetu a spěchu preferují, pro svou lenost číst, kratší články.

Cena časopisu by měla být nižší. Toto usuzují také ze zjištěných informací. Velká část veřejnosti si časopis nekupuje nebo jen zřídka právě pro jeho vyšší cenu. Tento názor sdílí také samotní prodejci.

## ZÁVĚR

Tématem bakalářské práce je sociální služba Street-Paper v Brně. V úvodu teoretická část se nachází vysvětlení základních pojmů. Práce dále podává základní informace o sociální politice České republiky, sociálním vyloučení, o chudobě a nezaměstnanosti jak v rámci celé České republiky, tak i v rámci města Brna. Kapitola je věnována sociální službě Street-Paper ve světě a především v Brně prostřednictvím občanského sdružení Nový Prostor.

Pro empirickou část jsem použila smíšený výzkum. Je rozdělena na kvantitativní šetření a kvalitativní šetření. Díky kvantitativní metodě jsem zjišťovala odpovědi na dvě výzkumné otázky a tři hypotézy. Šetření se zúčastnily dvě skupiny respondentů – široká veřejnost (náhodný výběr) a kupující časopisu NP. Myslím, že se mi podařilo získat zajímavé informace. Procento respondentů, kteří znají NP, os. je velice nízké. Co se týče projevené solidarity kupujících k prodejcům, její existence nebyla vyloučena. Ovšem výsledky získané pro tuto výzkumnou otázku nelze zobecnit. Solidarita kupujících k prodejcům, se projevila jen v některých oblastech. Vyhodnocení hypotéz mé předpoklady potvrdilo. Převládá občasná koupě časopisu, ženy kupují časopis častěji a dobrý skutek je nejčastějším motivem koupě. Pevně doufám, že se během následujících několika let situace změní a veřejnost bude mít o této sociální službě jiné mínění a bude převládat počet těch, co občanské sdružení budou znát.

Pomocí kvalitativní metody (interview) jsem zjistila, že Nový Prostor, o.s. je pro prodejce významná sociální podpora, která jim poskytuje jistotu noclehu, stravy a hygieny. Dále pro některé z nich smysl života, „zadní vrátka“ nebo jedinou možnost výdělků – vše co před tím než začali prodávat, postrádali.

Přeji Novému Prostoru o.s. aby se mu nadále dařilo přinejmenším tak, jak tomu je dnes. Klienti, kteří díky prodeji časopisu NP nežijí v absolutní chudobě jsou důkazem toho, že činnost občanského sdružení Nový Prostor je smysluplná a efektivní.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- BALÁŠ, O. et al. *Aktuální otazníky fenoménu bezdomovství: Sčítání bezdomovců v Brně v roce 2010*. Brno: Centrum sociálních služeb, příspěvková organizace, 2010. ISBN 978-80-254-9015-0.
- FRANCOVÁ, H., NOVOTNÝ, A. *Sociální politika v základech*. Praha: Triton, 2008. ISBN 978-80-7387-125-3.
- CHRÁSKA, M. *Metody pedagogického výzkumu*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1369-4.
- JANDOUREK, J. *Sociologický slovník*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-535-0.
- KELLER, J. *Soumrak sociálního státu*. Praha: SLON: 2005, ISBN: 80-86429-41-5.
- KREBS, V. et al. *Sociální politika*. Praha: ASPI a. s., 2007. ISBN 978-80-7357-276-1.
- KREBS, V. et al. *Sociální politika*. Praha: ASPI a. s., 2005. ISBN 80-7357-050-5.
- MATOUŠEK, O. *Slovník sociální práce*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-549-0.
- MATOUŠEK, O. et al. *Sociální služby*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-310-9.
- MATOUŠEK, O. et al. *Základy sociální práce*. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-473-7.
- MIOVSKÝ, M. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2006. ISBN 80-247-1362-4.
- MONTOUSSÉ, M., RENOARD, G. *Přehled sociologie*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7178-976-3.
- POTŮČEK, M. *Sociální politika*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. ISBN 80-85850-01-X.
- PRŮCHA, J., WALTEROVÁ, E., MAREŠ, J. *Pedagogický slovník*. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-647-6.
- PRŮDKOVÁ, T., NOVOTNÝ, P. *Bezdomovectví*. Praha: Triton, 2008. ISBN 978-80-7387-100-0.

- PUNCH, K. F. *Základy kvantitativního šetření*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-381-9.
- SIROVÁTKA, T. et. al. *Nejistoty na trhu práce*. Brno: Albert, 2009. ISBN 978-80-7326-172-6.
- ŠVARŤÍČEK, R., ŠEĐOVÁ, K. et al. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-313-0.
- TICHÝ, M. *Práce se sociálně neadaptovanými osobami*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, Pedagogická fakulta, 2007. ISBN 978-80-7368-310-8.
- VÁGNEROVÁ, M. *Psychopatologie pro pomáhající profese*. Praha: Portál, 2008. ISBN 80-7367-414-9.
- VEČEŘA, M. *Sociální stát, východiska a přístupy*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1996. ISBN 80-85850-16-8.

#### ČASOPISY, VÝROČNÍ ZPRÁVY, SBORNÍKY

- BARTÁK, M. *Zdravotní stav populace bezdomovců v ČR a jeho determinanty I*. Kostelec nad Černými lesy: Institut zdravotní politiky a ekonomiky, 2004. ISSN 1213-8096.
- MAREŠ, P., SIROVÁTKA, T. Sociální vyloučení (exkluze) a sociální začleňování (inkluzie). *Sociologický časopis/ Czech Sociological Review*, 2008, č. 2, s. 113-138.
- ODBOR SOCIÁLNÍ PÉČE MMB. Evropa vyhlásila boj proti chudobě a sociálnímu vyloučení. *Brněnský Metropolitan*, 2010, č. 3, s. 12-13.
- ODBOR SOCIÁLNÍ PÉČE MMB. Město Brno řeší chudobu dlouhodobě. *Brněnský Metropolitan*, 2010, č. 3, s. 12-13.
- PTÁČEK, L., Zpráva o činnosti; Oddělení sociální prevence a pomoci Odboru sociální péče MMB a o práci s lidmi ohroženými extrémním sociálním vyloučením v kalendářním roce 2010. *Oddělení sociální prevence a pomoci*, 2011.



**INTERNETOVÉ ZDROJE**

Centrum sociálních služeb. In: Evropský rok boje proti chudobě a sociálnímu vyloučení [online]. [cit. 9. 04. 2011].

URL:<[http://ey2010.cz/uploads/file/EY2010\\_CSS\\_Brno.pdf](http://ey2010.cz/uploads/file/EY2010_CSS_Brno.pdf)> .

Kvalita sociálních služeb – standardy. In: Ministerstvo práce a sociálních věcí [online]. [cit. 17.03. 2011]. URL:< <http://www.mpsv.cz/cs/5963>>.

Sociální doktrína České republiky. In: strana demokratického socialismu [online]. [cit. 16.03. 2011]. URL:<[http://www.sds.cz/docs/prectete/e\\_kolekt/soc\\_dokt.htm](http://www.sds.cz/docs/prectete/e_kolekt/soc_dokt.htm)>.

Práce, sociální statistiky. In: Český statistický úřad [online]. [cit. 15.04. 2010]. URL:<<http://www.czso.cz/csu/edicniplan.nsf/aktual/ep-3#31>>.

Nezaměstnanost na Brněnsku. In: Moderní Brno [online]. [cit. 15.04. 2011]. URL:<<http://www.modernibrno.cz/aktualita.htm?aktualita=18449>>.

Mezinárodní síť novin prodávaných na ulici. In: International Network of Street Papers [online]. [cit. 1.05. 2011]. URL:<<http://www.street-papers.org/international-network-of-street-papers/>>.

Street new service. In: Street new service [online]. [cit. 1.05. 2011] URL:<<http://www.streetnewsservice.org/about-us/about-sns.aspx>>.

Výroční zpráva 2008. In: Nový Prostor [online]. Praha: Nový Prostor 2008 [cit. 1.05. 2011]. URL:< [http://www.novyprostor.cz/pdf/vyrocnizprava2008\\_NP\\_web.pdf](http://www.novyprostor.cz/pdf/vyrocnizprava2008_NP_web.pdf)>.

Výroční zpráva 2009. In: Nový Prostor [online]. Praha: Nový Prostor 2009 [cit. 1.05. 2011]. URL:< [http://www.novyprostor.cz/pdf/vyrocnizprava2009\\_NP\\_web.pdf](http://www.novyprostor.cz/pdf/vyrocnizprava2009_NP_web.pdf)>.

Historie, redakce, poslání, donátoři, partnerské organizace, kontakt, prodejci a prodejní místa, sociální služba Street-Paper. In: Nový Prostor, o.s. [online]. [cit. 25.03. 2011].

URL:<<http://www.novyprostor.cz/historie-np.html>>.

URL:< <http://www.novyprostor.cz/redakce.html>>.

URL:< <http://www.novyprostor.cz/poslani.html>>.

URL:< <http://www.novyprostor.cz/donatori.html>>.

URL:< <http://www.novyprostor.cz/partnerske-organizace.html>>.

URL:< <http://www.novyprostor.cz/kontakt.html>>.

URL:<<http://www.novyprostor.cz/socialni-sluzba-street-paper-jihomoravsky-kraj.html>>.

URL:<<http://www.novyprostor.cz/prodejci-a-prodejni-mista-jihomoravsky-kraj.html>>.

### **EMAILOVÁ KORESPONDENCE**

KOCMÁNKOVÁ, Dagmar. RE: *Etický kodex pracovníků NP a výtah z metodiky pro začátečnický* [elektronická pošta]. Message to: Jana Sedláková. 23. 3. 2011 [cit. 2011-3-28]. Osobní komunikace.

PTÁČEK, Ladislav. RE: *Noční krizová centra – Zima 2010/2011* [elektronická pošta]. Message to: Jana Sedláková. 6.4. 2011 [cit.2011-4-15]. Osobní komunikace.

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

Atd.	A tak dále
Aj.	A jiné
Apod.	A podobně
ČR	Česká republika
EU	Evropská unie
Et al.	Kolektiv
INSP	International Network of Street Papers
NP	Nový Prostor
Např.	Například
o.s.	Občanské sdružení
OSPP	Oddělení sociální pomoci a prevence
r.	Rok
SNS	Street news service
UTB	Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

**SEZNAM GRAFŮ**

<i>Graf č. 1 Znalost Nového Prostoru, o.s.....</i>	<i>57</i>
<i>Graf č. 2 Klienti NP, o.s .....</i>	<i>58</i>
<i>Graf č. 3 Služby, které NP, o.s. poskytuje.....</i>	<i>58</i>
<i>Graf č. 3 Přehled o ceně časopisu .....</i>	<i>59</i>
<i>Graf č. 4 Odhad ceny časopisu .....</i>	<i>59</i>
<i>Graf č. 5 Odhad zisku prodejce .....</i>	<i>60</i>
<i>Graf č.6 Motiv pro koupi – kupující .....</i>	<i>61</i>
<i>Graf č. 7 Co rozhoduje o koupi? .....</i>	<i>61</i>
<i>Graf č. 8 Osoba prodávajícího.....</i>	<i>62</i>
<i>Graf č. 9 Styl prodeje – kupující .....</i>	<i>62</i>
<i>Graf č. 10 Hypotéza: časopis si více kupují ženy než muži .....</i>	<i>63</i>
<i>Graf č. 11 Hypotéza: Nejčastějším důvodem pro koupi časopisu, je dobrý pocit z vykonaného skutku než obsah časopisu.....</i>	<i>64</i>
<i>Graf č. 12 Hypotéza: Převyšuje počet kupujících, kteří kupují časopis občas než pravidelně.....</i>	<i>64</i>

**SEZNAM TABULEK**

<i>Tabulka 1 Složení výzkumného vzorku dle pohlaví.....</i>	<i>52</i>
<i>Tabulka 2 Složení výzkumného vzorku dle věku a doby spolupráce s o.s NP.....</i>	<i>54</i>

## **SEZNAM PŘÍLOH**

PŘÍLOHA P I Dotazník č. 1

PŘÍLOHA P II Dotazník č. 2

PŘÍLOHA P III Devět kroků k úspěšnému prodeji

PŘÍLOHA P IV Etický kodex Nového Prostoru, o.s

PŘÍLOHA P V Vyhodnocení dotazníků

## PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK Č. 1

Vážená paní, vážený pane,

jsem studentkou 3. ročníku Fakulty humanitních studií na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a v rámci své bakalářské práce na téma „Občanské sdružení Nový Prostor – sociální služba Street-Paper v regionech České republiky“ se na Vás obracím s prosbou o vyplnění následujícího dotazníku\*, který se zaměřuje na zpětnou vazbu pouličního prodeje časopisu Nový Prostor. Tento dotazník je výhradně pro akademické účely a bude zcela respektovat Vaše právo na anonymitu; výsledky budou zpracovány s největší diskretností. Prosím, abyste na otázky odpověděli, co nejupřímněji.

Děkuji za Váš čas

\*dotazník - možnosti otázek, na které znáte odpověď, kroužkujte

- Pohlaví**  
žena muž
- Dosažené vzdělání**  
základní střední bez maturity střední s maturitou  
vyšší odborné vysokoškolské
- Víte co je Občanské sdružení Nový Prostor?**  
ano ne
- Komu jsou jeho služby určeny?**  
azylantům osobám bez přístřeší handicapovaným osobám  
seniorům imigrantům osoby v krizi
- Jaké služby poskytuje?**  
poradenství zdravotní administrativní  
volnočasové zajišťuje stravu klientům sociálně-rehabilitační
- Zakoupil/a jste si někdy časopis Nový Prostor od pouličního prodejce?**  
ano ne
- Pokud ano v jakých intervalech?**  
jednou občas pravidelně
- Jaký názor máte na službu Street paper – prodej novin na ulici (solidarita x opovržení)?**
- Víte kolik peněz stojí jeden výtisk?**  
vím (.....) nevím odhad (.....)
- Víte kolik peněz z prodeje jednoho výtisku má prodejce?**  
vím (.....) nevím odhad (.....)
- Kde/od koho jste se o časopisu Nový Prostor dozvěděl/a?**  
ulice zaměstnání přátelé

*internet*

*rodina*

*jiný zdroj (.....)*

12. **Kdy jste se dozvěděl/a, že se časopis Nový Prostor v Brně prodává?**

*od samého začátku (r. 2001)*

*letos*

*v jinou dobu (.....)*

13. **Co u Vás rozhoduje o koupi tohoto časopisu?**

*obsah*

*místo prodeje*

*jakým způsobem je nabízen*

*cena*

*osoba prodávajícího*

*jiné*

14. **Do jaké míry na Vás působí osoba prodávajícího?**

*hodně*

*málo*

*téměř ne*

*vůbec*



## PŘÍLOHA P II: DOTAZNÍK Č. 2

Vážená paní, Vážený pane,

Jsem studentkou 3. ročníku Fakulty humanitních studií na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a v rámci své bakalářské práce na téma „Občanské sdružení Nový Prostor – sociální služba Street-Paper v regionech České republiky“ se na Vás obracím s prosbou o vyplnění následujícího dotazníku\*, který se zaměřuje na zpětnou vazbu pouličního prodeje časopisu Nový Prostor.

Tento dotazník je výhradně pro akademické účely a bude zcela respektovat Vaše právo na anonymitu; výsledky budou zpracovány s největší diskrétností. Prosím, abyste na otázky odpověděli, co nejupřímněji.

Děkuji za Váš čas

\*dotazník - možnosti otázek, na které znáte odpověď, kroužkujte

- |    |   |                                  |                                 |
|----|---|----------------------------------|---------------------------------|
| 1. | <b>Pohlaví</b>  | <i>žena</i>                      | <i>muž</i>                      |
| 2. | <b>Dosažené vzdělání</b>  |                                  |                                 |
|    | <i>základní</i>   | <i>střední bez maturity</i>      | <i>střední s maturitou</i>      |
|    | <i>vyšší odborné</i>  | <i>vysokoškolské</i>             |                                 |
| 3. | <b>Víte co je Občanské sdružení Nový Prostor?</b>   | <i>ano</i>                       | <i>ne</i>                       |
| 4. | <b>Komu je služba Street-paper (pouliční prodej časopisu) určena?</b>                           |                                  |                                 |
|    | <i>azylantům</i>  | <i>osobám bez přístřeší</i>      | <i>handicapovaným osobám</i>    |
|    | <i>seniorům</i>   | <i>imigrantům</i>                | <i>lidem v krizi</i>            |
| 5. | <b>Jaké služby poskytuje?</b>   |                                  |                                 |
|    | <i>poradenství</i>  | <i>zdravotní</i>                 | <i>sociálně-rehabilitační</i>   |
|    | <i>volnočasové</i>  | <i>zajišťuje stravu klientům</i> | <i>administrativní</i>          |
| 6. | <b>Co Vás motivuje ke koupi tohoto časopisu?</b>  |                                  |                                 |
|    | <i>zaměření časopisu</i>  | <i>dobrý skutek</i>              | <i>aktuální téma ve výtisku</i> |
|    | <i>jiné</i>   |                                  |                                 |
| 7. | <b>Jak často si časopis kupujete?</b>   |                                  |                                 |
|    | <i>poprvé</i>   | <i>občas</i>                     | <i>pravidelně</i>               |
| 8. | <b>Máte svá místa (své prodejce) od kterých kupujete pravidelně?</b>                            |                                  |                                 |
|    | <i>prodejce</i>   | <i>místo</i>                     | <i>nemám</i>                    |
| 9. | <b>Jaký názor máte na službu Street paper – prodej novin na ulici (solidarita x opovržení)?</b> |                                  |                                 |

10. Stává se, že zaplatíte prodejci více než je cena časopisu?      *ano*      *ne*
11. Koupili byste si časopis i v případě, že by byl běžně k dostání v novinových stáncích?      *ano*      *ne*
12. Víte kolik peněz z prodeje jednoho výtisku má prodejce?  
*nevím*      *vím (.....)*      *odhad (.....)*
13. Stává se někdy, že se si začnete s prodejcem povídat?  
*stalo se jednou*      *stává se*      *nikdy se nestalo*
14. Kdy jste se dozvěděl/a, že se časopis Nový Prostor v Brně prodává?  
*od samého začátku (r. 2001)*      *letos*      *v jinou dobu (.....)*
15. Co u Vás rozhoduje o koupi tohoto časopisu?  
*obsah*      *místo prodeje*      *jakým způsobem je nabízen*  
*cena*      *osoba prodávajícího*      *jiné*
16. Do jaké míry na Vás působí osoba prodávajícího?  
*hodně*      *málo*      *téměř ne*  
*vůbec*
17. Jaký styl prodeje Vám nejvíce vyhovuje?      *aktivní prodejce*      *pasivní prodejce*
18. Jak se Vám líbí obsah časopisu?
19. Doporučujete změny?
20. Jaké druhy časopisů si nejčastěji kupujete?

## PŘÍLOHA P III: DEVĚT KROKŮ K ÚSPĚŠNÉMU PRODEJI



OPERAČNÍ PROGRAM  
LIDSKÉ ZDROJE  
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME  
VAŠI BUDOUCNOST  
[www.esfcr.cz](http://www.esfcr.cz)

## DEVĚT KROKŮ K ÚSPĚŠNÉMU PRODEJI (A JEDNA RADA DO ŽIVOTA)

### **BÝT SLUŠNÝ**

Pozornost okolí upoutáte příjemným, slušným a milým chováním. Vyniknete tak v davu, většina lidí je zamračených a uspěchaných, slušnost se bohužel moc nenosí. Z toho, že budete slušní a zdvořilí, si udělejte přednost, která Vám pomůže prodat časopisy. I když jste smutní, máte trápení, zkuste na ně po dobu prodeje zapomenout - utrápený obličej či podrážděné chování odrazuje. Také se nesnižujte k žebrání, lhaní anebo citovému vydírání kolemjdoucích. Součástí slušného chování je znalost a respektování Kodexu prodeje.

### **BÝT STŘÍZLIVÝ**

V pracovní době buďte střízliví – nepijte alkohol, nezneužívejte ostatní návykové látky a nebuďte pod jejich vlivem. Koukejte na to obchodně: lidé, kteří chodí kolem Vás, jsou Vaši potenciální zákazníci. V kapse mají peníze, které nelehko vydělávají v práci (anebo mají malou penzi). Proč by Vám je měli dávat? Proč by se dřeli a šetřili? Aby mohli dát peníze někomu, kdo je propije anebo profetuje? Nejsou blázni.

### **BÝT ČISTÝ A UPRAVENÝ**

Čistota a upravený zevnějšek prodává časopis. Dbejte na to, abyste měli čisté ruce a nehty, dbejte o své oblečení. Od špinavého, neupraveného a zapáchajícího prodejce zakoupí časopis leda tak zoufalec, zbytek lidí se obloukem vyhne. Na výdejně si vyžádejte obal na časopis. Nabízené časopisy udržujte v čistotě (nabízený kus si dejte do obalu) – špinavé či poškozené časopisy těžko prodáte.

## **BÝT VIDĚT**

Jste tady od toho, abyste prodali časopisy, proto odložte ostych a vyvolávejte anebo oslovujte kolemjdoucí lidi. Můžete například vyvolávat či říkat: „Dobrý den, Nový Prostor“, „Nový Prostor, zajímavé čtení, zajímavé reportáže“, „Kupte si Nový Prostor, nové vydání“ atd. Koukejte se lidem do očí. Časopis držte tak, aby byl z dálky viditelný. Po zapracování můžete požádat pracovníky o vydání pracovní vesty (oproti kauci 200,- Kč). Je červená, budete v davu nápadní barvou svého oblečení.

## **BÝT NA SPRÁVNÉM MÍSTĚ A VE SPRÁVNÝ ČAS**

Při prodeji je důležité si vychytat dobu, kdy chodí nejvíce lidí. To je na každém prodejním místě jiné. Někde je to lepší ráno, někde dopoledne, jinde odpoledne nebo večer. Buďte na prodejním místě každý (pracovní) den. Nestřídejte prodejní místa – zákazníci si na Vás nezvyknou. Na víkend si můžete na výdejně požádat o víkendové prodejní místo.

## **BÝT TRPĚLIVÝ**

Nenechejte se odradit tím, že Vám ze začátku prodej moc nepůjde. Trvá minimálně 14 dnů, než si na Vás lidé zvyknou. Na prodejním místě vydržte co nejdéle - i když se Vám prodej momentálně nedaří, neutíkejte. Prodej je nárazový, klidně se může stát, že dvě hodiny budete stát a neprodáte ani jeden časopis a za dalších deset minut prodáte čtyři. Pracovní doba je osmihodinová (pokud nemá prodejce kvůli zdraví anebo souběžném zaměstnání domluvenu s pracovníky Nového Prostoru zkrácenou pracovní dobu).

## **BÝT V OBRAZE**

Důležité je vědět, co prodáváte. Časopis si přečtěte anebo alespoň prolistujte – potřebujete znát alespoň hlavní téma, čemu je věnován. Zákazník se může dotazovat na obsah časopisu anebo na to, co jste zač. Musíte umět odpovědět, jinak snižujete svoji věrohodnost.

## **BÝT ZDRAVĚ SEBEVĚDOMÝ, VĚŘIT SI**

Nadává Vám někdo na ulici a posílá Vás dělat něco pořádného? Nic si z toho nedělejte – nejste první ani poslední prodejce, komu se to stalo. Pravděpodobně si na Vás dotyčný člověk vylévá svoje mindráky nebo naštvání. Neberte si to osobně, pusťte to jedním uchem dovnitř hlavy a druhým hned ven – kdybyste to nebyli Vy, slízl by špatnou náladu dotyčného někdo jiný. Jedním z Vašich základních úkolů je vybudovat si zdravé sebevědomí: prodej je práce jako jakákoli jiná a Vy se živíte poctivě. To je hodné úcty a ne hloupých řečí.

## **BÝT DOBRÝ A MOUDRÝ HOSPODÁŘ**

Potřebujete se naučit hospodařit tak, abyste vždy měli peníze na nákup časopisů. Platí pravidlo „nemám na časopisy = nemám si čím vydělat“. Časopisy jsou Vaše zboží, Váš zdroj obživy, potřebujete je mít, abyste si vydělali. Vydělané peníze použijte na bydlení, jídlo, oblečení, hygienu, splácejte z nich dluhy, plaťte si z nich pojištění atd. Nekupujete si za ně alkohol ani jiné drogy, nehážete je do výherních automatů – to ke šťastnému a spokojenému životu rozhodně nevede a v takových čertovinách Vás v žádné případě nehodláme podporovat.

## **RADA DO ŽIVOTA: BÝT ZODPOVĚDNÝ**

Naučte se plánovat a myslet na budoucnost: nejste naši zaměstnanci, ale uživatelé sociální služby, doba u nás strávená prací se nezapočítává do odpracovaných let potřebných pro výpočet starobního důchodu, nezdaňujeme Vaše příjmy (to je Vaše povinnost), stejně tak za Vás neplatíme povinné zdravotní pojištění (to je také Vaše povinnost – když si ho nebudete platit, zadlužíte se a zkomplikujete si přístup ke zdravotní péči). Berte nás jako přeštnou stanicí – dostaňte se z nejhoršího a začněte hledat standardní zaměstnanecký poměr.

Boris Šmejkal, Radek Tamók, Alena Vosáhlová

Nový Prostor, o.s.

leden 2010

## PŘÍLOHA P IV: ETICKÝ KODEX NOVÉHO PROSTORU, O.S.



OPERAČNÍ PROGRAM  
LIDSKÉ ZDROJE  
A ZAMĚSTNANOST

PODPORUJEME  
VAŠI BUDOUCNOST  
[www.esfcr.cz](http://www.esfcr.cz)

Etický kodex Nového Prostoru, o.s.

*aktualizace 20. 7. 2010*

### **Všeobecné etické zásady**

1. Pracovníci jsou při výkonu pracovních aktivit vázáni základními dokumenty, jako jsou např. Všeobecná deklaraci lidských práv, Charta lidských práv atd., dále pak zákony České republiky a v neposlední řadě dobrými mravy.
2. Pracovník respektuje jedinečnost každého člověka bez ohledu na jeho původ, etnicou příslušnost, rasu či barvu pleti, mateřský jazyk, věk, pohlaví, rodinný stav, zdravotní stav, sexuální orientaci, ekonomickou situaci, náboženské a politické přesvědčení.
3. Pracovníci jsou povinni dbát, aby vztahy mezi kolegy byly založeny na základě profesní koležiality, vzájemné úcty, respektování zásad slušného a korektního jednání; jakékoliv formy šikanování a obtěžování ze strany spolupracovníků či nadřízených jsou vyloučeny
4. Pracovníci mají zakázáno přesahovat profesní kompetence, které vyplývají z pracovního zařazení pracovníka
5. Všem pracovníkům bez ohledu na pracovní zařazení je výslovně zakázáno překračovat základní etické a profesní normy v kontaktu s uživateli sociální služby, jako jsou například: společné zneužívání alkoholu a jiných návykových látek, společné trávení volného času mimo aktivity naplánované v rámci poskytované sociální služby, umožnění přespávání uživatelů sociální služby v domácím prostředí pracovníka, navazování intimních vztahů s uživateli sociální služby atd.  
Pracovník se vyhýbá i v osobním životě takovému chování a jednání, které by mohlo snížit důvěru veřejnosti v nestrannost, spravedlnost a efektivnost, a které by činilo pracovníka vydíratelným.

Pracovník si pro svou vlastní potřebu nepřivlastňuje žádné finanční prostředky, zdroje nebo majetek sdružení a nepřispívá k tomu, aby tak činil někdo jiný.

6. Pracovník nakládá se svěřenými finančními prostředky, vybavením a zařízením šetrně, hospodárně a v souladu s vnitřními předpisy sdružení.
7. Pracovník se v maximální míře snaží zabránit jakékoliv činnosti či jednání, jež by poškozovaly dobré jméno sdružení. Tato zásada se vztahuje i na záležitosti, které se přímo netýkají výkonu pracovní činnosti pracovníka.
8. Vydáním etického kodexu vzniká všem pracovníkům povinnost prokazatelně se s tímto etickým kodexem seznámit a jeho zásadami se řídit. Pracovník má právo do etického kodexu kdykoliv nahlédnout.
9. Porušení zásad etického kodexu může být důvodem disciplinárního řízení vedoucímu až k ukončení pracovního poměru (*emailová korespondence, Dagmar Kocmánková*)

### **Rozšíření etického kodexu vzhledem ke specifikám sociální práce v Novém Prostoru, o.s.**

1. Každý sociální pracovník je seznámen s interními předpisy pro poskytování služby sociální rehabilitace, je v tomto směru dostatečně proškolen a zaučen, a zná všechna práva a povinnosti z poskytování služby pro obě strany vyplývající
1. Pracovník se při poskytování služby drží těchto základních zásad (všechny jsou obsaženy v interních předpisech pro poskytování služby):
  - zná a je identifikován s podstatou námi poskytované služby a umí jí předávat klientům
  - pracovníkovi je jasné, kdo spadá do naší cílové skupiny – kdo se může stát našim klientem
  - pracovníkovi je jasné, jaký je sankční řád klienta při nedodržování pravidel spolupráce
  - pracovník zná postup při vyřizování stížností klientů
  - pracovník je povinen srozumitelně a jednoznačně seznámit všechny klienty s podstatou námi poskytované služby a všemi pravidly, které s jejím poskytováním souvisí

2. Pracovník je povinen dbát o to, aby zajistil klientům rovný přístup k poskytované službě (pro všechny klienty platí stejná pravidla)
3. Pracovník při naplňování cílů služby vždy zohledňuje individuální situaci klienta. Činí tak formou individuálního plánování průběhu služby s klientem (kroky při řešení osobní situace, ale i pracovní doba, počet prodaných kusů časopisů za jedno číslo atd.)
4. Spolupráce mezi pracovníkem a klientem probíhá na základě dobrovolnosti. Klient může ukončit spolupráci s poskytovatelem kdykoli, a to i bez uvedení důvodu. Pracovník může spolupráci s klientem ukončit pouze tehdy, pokud klient závažným způsobem porušuje pravidla spolupráce anebo poskytování služby nenaplnuje základní cíl (klienta zapojení do služby poškozuje). Vyvazovací podmínky jsou součástí interních předpisů (Sankčního řádu).
5. Pracovník poskytuje klientovi jen takové služby, ke kterým je kompetentní, ve kterých je vzdělán, proškolen a kterými je zaměstnavatelem pověřen - nepřekračuje svoje pravomoci a kompetence
6. Pracovník klientovi nevytváří uměle nabídku služeb, které je schopné kvalitně poskytnout jiný poskytovatel – pracovník spolupracuje s institucemi návazné péče, je zorientován, kde může klient nalézt specializovanou péči, projeví-li o ni zájem, a klienta do těchto zařízení odesílá
7. Pracovník dbá o to, aby si klient během poskytování služby zachoval integritu svojí osobnosti, nevytvářel si na pracovníkovi či organizaci závislost a zachoval si vědomí, že je zodpovědný za svá rozhodnutí i život
8. Pracovník je povinen se průběžně vzdělávat s cílem zvyšovat své odborné kvality
9. Pracovník dbá o to, aby služby klientům poskytoval ku jejich prospěchu (sleduje zájmy klienta, nikoli naplňování svých cílů - je zorientován v potřebách a cílech klienta, na základě nabídky poskytované služby s klientem kontrahuje míru a podobu spolupráce)
10. Pracovník pracuje pod supervizí a používá další podpůrné prostředky pro kvalitní poskytování služby (intervize, individuální konzultace s kolegy atd.)
11. Sociální pracovník zasahuje do života uživatele (případně rodiny) jen v nejnútnejších krizových situacích a preventivně pouze v případě závažné společenské hrozby



12. Při konfliktu zájmů uživatele a jiného občana sociální pracovník postupuje nestranně a případně se obrátí na tým spolupracovníků.
13. Při konfliktu zájmu uživatelů a ostatní společnosti nebo při konfliktu mezi organizací a skupinou uživatelů se sociální pracovník obrátí na vedení organizace.
14. Při konfliktu mezi zaměstnavatelem a jeho sociálními pracovníky má sociální pracovník možnost diskutovat, zvažovat a analyzovat tyto problémy ve spolupráci s kolegy a zaměstnavatelem, eventuálně se obrátit na odborné společnosti či etické komise (taktéž i při řešení dalších možných závažných etických problémů).

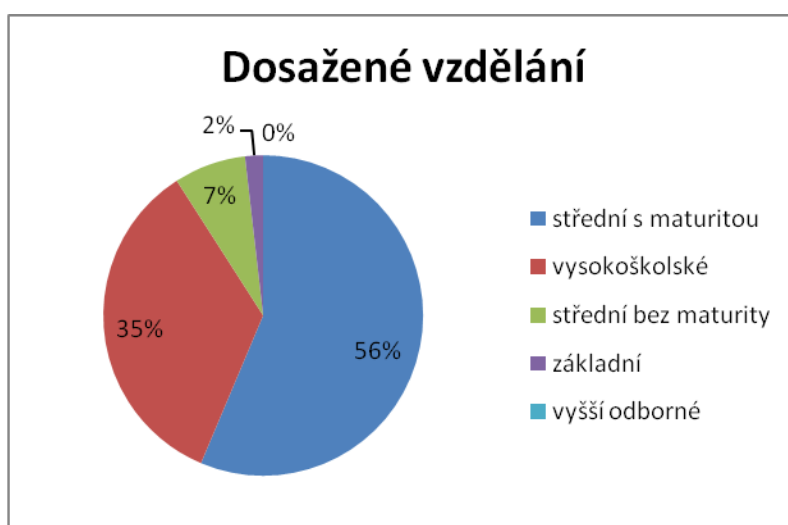
*(emailová korespondence, Dagmar Kocmánková)*

## PŘÍLOHA P V: VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ

### Dotazník č. 1

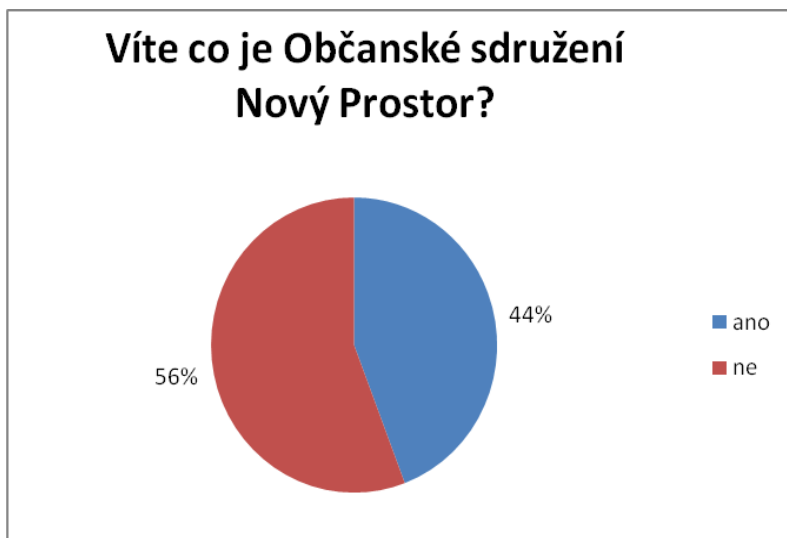
**Otázka č. 1 zjišťovala pohlaví respondentů** (viz. tab. č.1 – výzkumný vzorek). Údaj potřebný pro vyhodnocení hypotézy Zda si časopis kupují více ženy než muži.

**Otázka č. 2 zjišťovala jaké je nejvyšší dosažené vzdělání respondentů.** Pro všeobecný přehled o složení výzkumného vzorku a také pro následnou možnou spojitost vzdělání s nákupem časopisu.



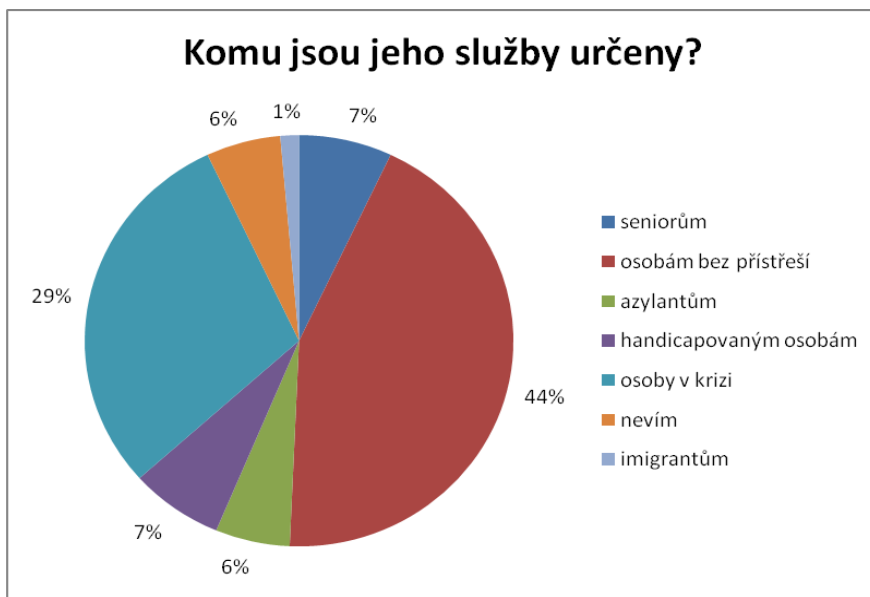
*Graf č. 1 Dosažené vzdělání respondentů*

**Otázka č. 3 zjišťovala, zda respondenti znají Nový Prostor, o.s.** Převažovala hodnota negativní, to znamená, že více než polovina respondentů se nedostala do kontaktu s tímto názvem.



Graf č. 2 Znalost Nového Prostoru, o.s.

**V otázce č. 4 měli respondenti uvést cílovou klientelu Nového Prostoru, o.s.** Zajímavé je, že, přestože v předchozí otázce větší polovina respondentů uvedla, že neví co je Nový Prostor, 44% respondentů uvedlo jako cílovou klientelu osoby bez přístřeší, 29% jich uvedlo jako cílovou klientelu osoby v krizi. Z toho usuzuji, že respondenti mají mírné ponětí o tom, komu jsou služby NP, o.s. určeny.



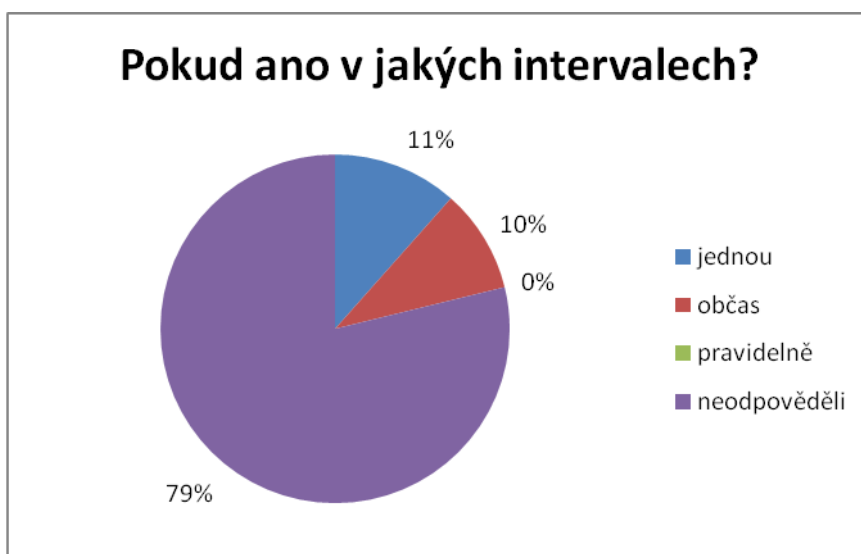
Graf č. 3 Klienti NP, o.s

**Otázka č. 6 zjišťovala, zda si respondent časopis Nový prostor někdy zakoupil či nikoliv.** Překvapilo mě, jak malé procento lidí z výzkumného vzorku si časopis koupilo.



Graf č. 4 Zakoupení časopisu NP

**Otázka č. 7 zjišťovala, jak často si respondenti časopis kupují.** Otázka se týkala pouze kupujících. Z grafu vyplývá, že 21% respondentů, kteří si časopis kupují, jej kupují zřídka. Pravidelnost se zde nepotvrdila.



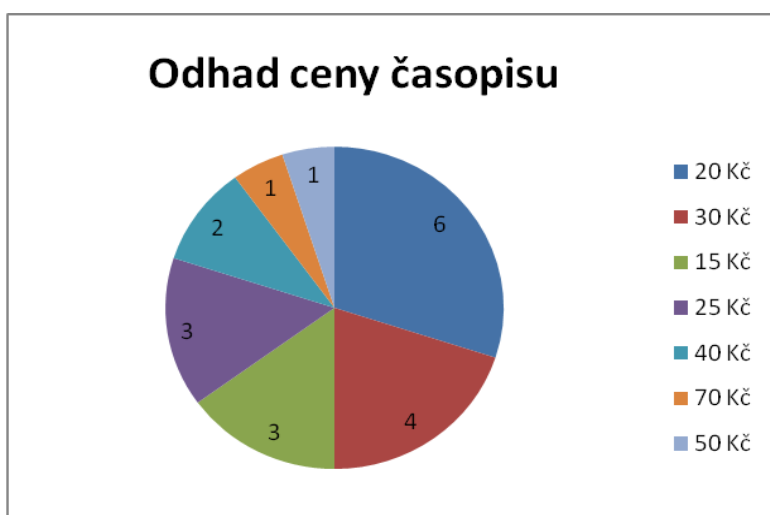
Graf č. 5 Intervaly nákupu časopisu NP

**Otázka č. 8 zjišťovala, jaký názor mají respondenti na službu Street-paper – prodej časopisu na ulici.** Otázka byla otevřená. Odpovědi byly různorodé. Mnohdy respondenti na tuto otázku nereagovali, proto ji nepovažují za kompetentní k vyhodnocení.

**Otázka č. 9 zjišťovala, zda respondenti znají cenu jednoho výtisku.** Lidé převážně cenu odhadovali. 86% respondentů nevědělo, kolik peněz časopis stojí. Z grafu č. 6 je patrné, že převažuje mínění o nižší ceně, než je cena reálná. Odhad ceny není uváděn v procentech.



Graf č. 6 Přehled o ceně časopisu



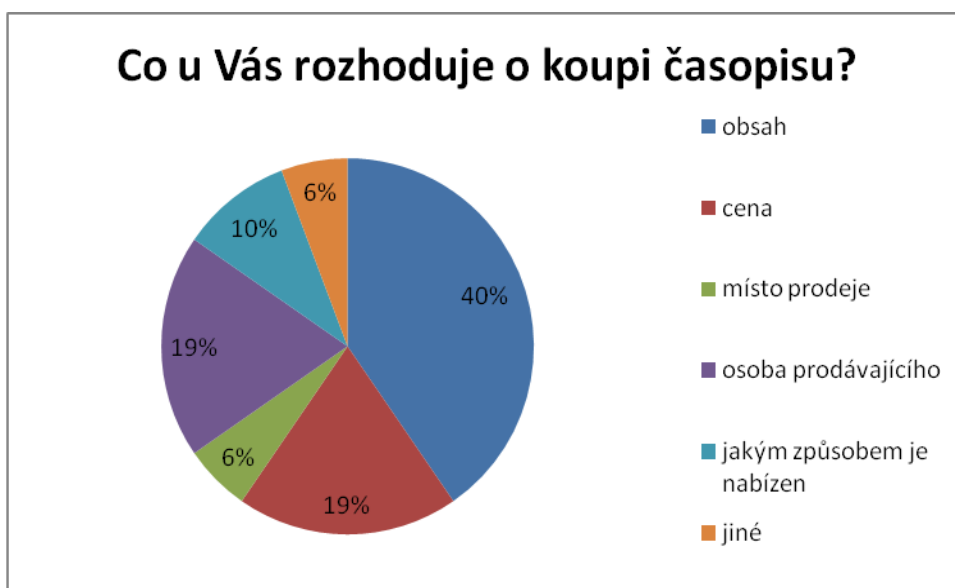
Graf č. 7 Odhad ceny časopisu

**Otázka č. 10 zjišťovala, zda respondenti mají představu, kolik peněz má prodejce z jednoho prodaného výtisku.**



Graf č. 8 Odhad zisku prodejce za jeden časopis

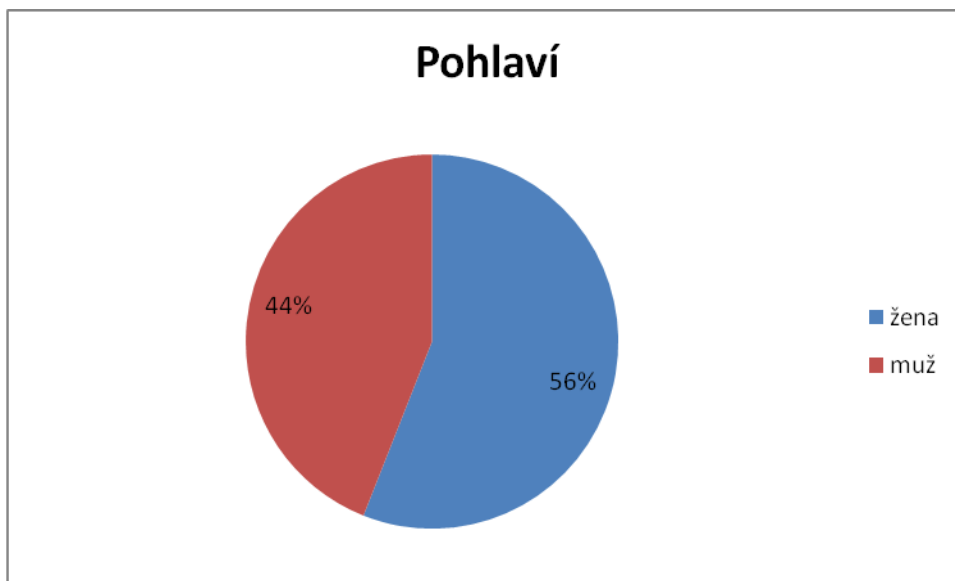
Otázka č. 13 se zaměřila na to, co u respondentů rozhoduje při koupi časopisu. Z grafu vyplývá, že nejvíce rozhodující je obsah a to u 40% dále cena u 19% respondentů.



Graf č. 9 Vliv na koupi časopisu

## Dotazník č. 2

Otázky č. 1 a č. 2 se zaměřily na přiblížení výzkumného vzorku. Z odpovědí na tyto otázky vyplynulo, že převažoval počet vysokoškolsky vzdělaných respondentů, hned další v pořadí byli středoškoláci. Pouhá 4% patřila lidem s vyšším odborným vzděláním. Graf č. zobrazuje rozložení výzkumného vzorku dle pohlaví. Počet žen převyšuje.

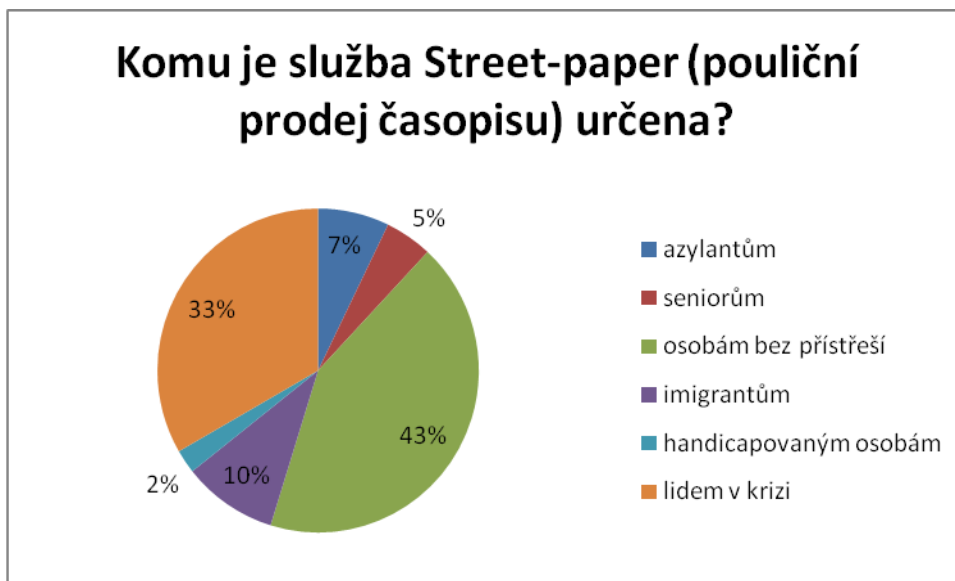


Graf č.10 Pohlaví - kupující



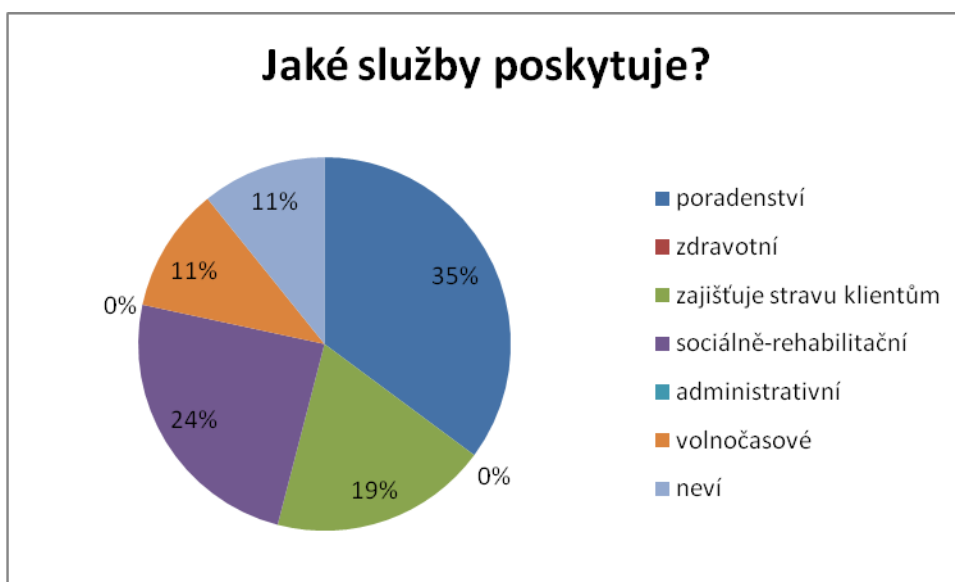
Graf č. 11 Dosažené vzdělání - kupující

**Otázka č. 4 se zaměřila, zda kupující má představu o tom, komu je služba Street-paper – prodej časopisu na ulici určena. Správné byly všechny dané možnosti odpovědí. Ovšem u respondentů převyšovala odpověď: osobám bez přístřeší – 43% a lidem v krizi – 33%.**



Graf č. 12 Komu je služba určena - kupující

**Otázka č. 5 zjišťovala informovanost respondentů o službách, které NP, o.s. poskytuje.** Zajímavé je, že si kupující myslí, že občanské sdružení zajišťuje stravu klientům. Toto si myslí přesně 19% kupujících. Což není zanedbatelný počet. Ovšem většinové odpovědi byly: poradenství – 35% a sociálně-rehabilitační – 24%. Nulová odpověď byla: zdravotní – 0%.

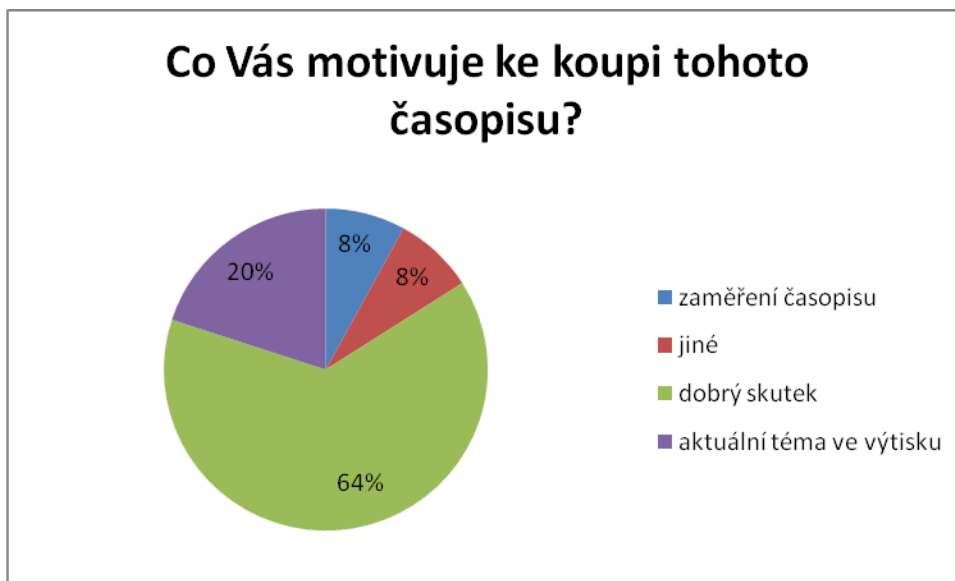


Graf č. 13 Jaké služby poskytuje – kupující

**Otázka č. 6 zjišťovala jaké motivy kupujících převyšují při koupi časopisu NP.** Dopátrala jsem se zajímavých výsledků. Větší polovina kupujících, si časopis koupí z důvodu vykonání dobrého skutku – 64% respondentů. Až poté lidé označovali odpověď:

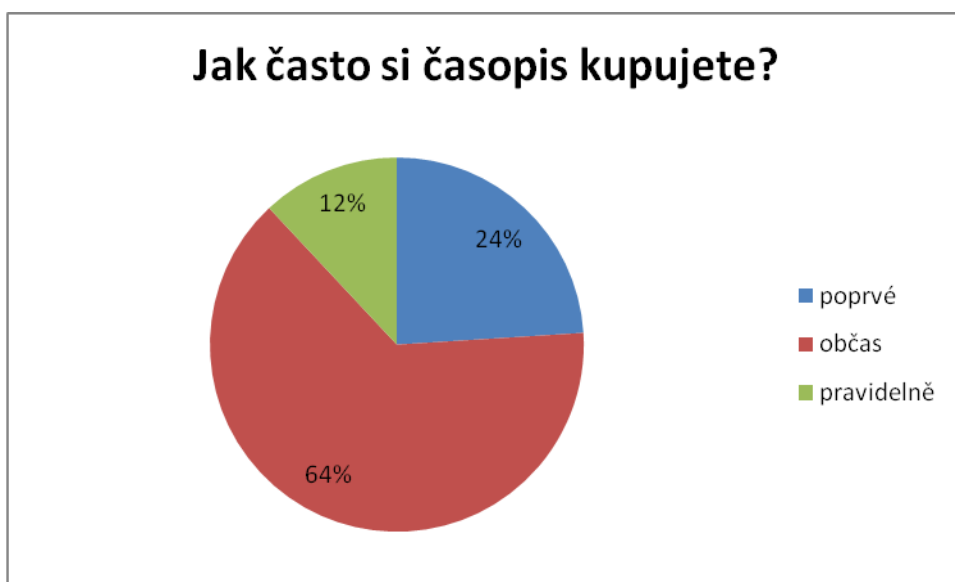


aktuální téma ve výtisku – 20%. Pouhých 8% respondentů si časopis koupí pro jeho zaměření.



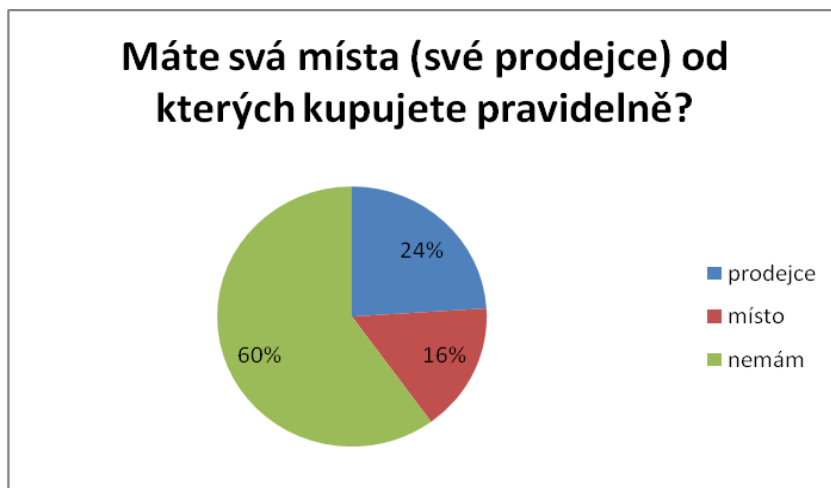
Graf č. 14 Motiv pro koupi – kupující

**Otázka č. 7 měla za cíl zjistit, jak často si respondenti časopis NP kupují.** Měli na výběr tři možnosti odpovědí. Z grafu je zřejmé, že 64% respondentů si časopis kupuje občas. 24% jsem oslovila, když si časopis zakoupili poprvé. 12% si časopis kupuje pravidelně.



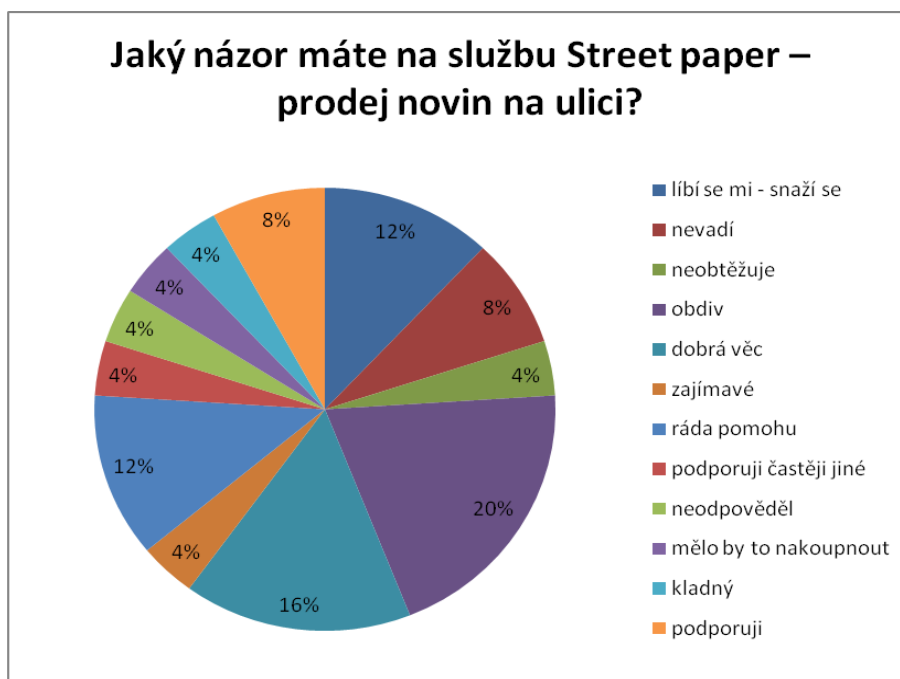
Graf č. 15 Jak často si časopis kupující zakoupí?

**Otázka č. 8 zjišťovala, zda mají kupující svá místa nebo prodejce, od kterých časopis kupují?** 60% kupujících uvedlo, že místo nebo prodejce časopisu, jsou u nich náhodné. 24% uvedlo, že časopis kupují nejčastěji u prodejců, které si nějakým způsobem vybrali.



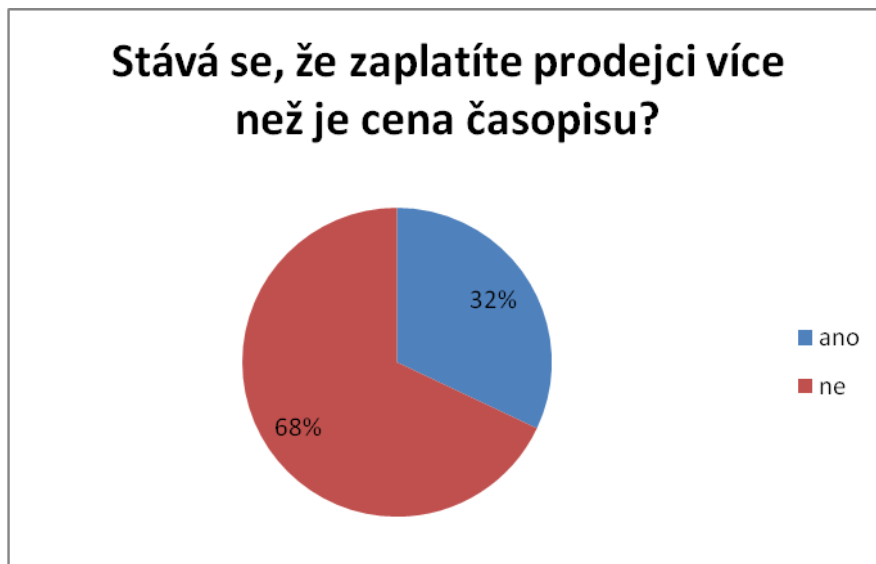
*Graf č. 16 Oblíbená místa nebo prodejci kupujících*

**Otázka č. 9** byla otevřená. Zaměřena byla na **názor kupujících na službu Street-paper – prodej časopisů na ulici**. Z výsledků je patrný kladný postoj k této službě. Kupující uvedli v největší míře – 20%, že k prodejcům vzhlíží s obdivem. 16% kupujících hodnotí službu jako „dobrou věc“.



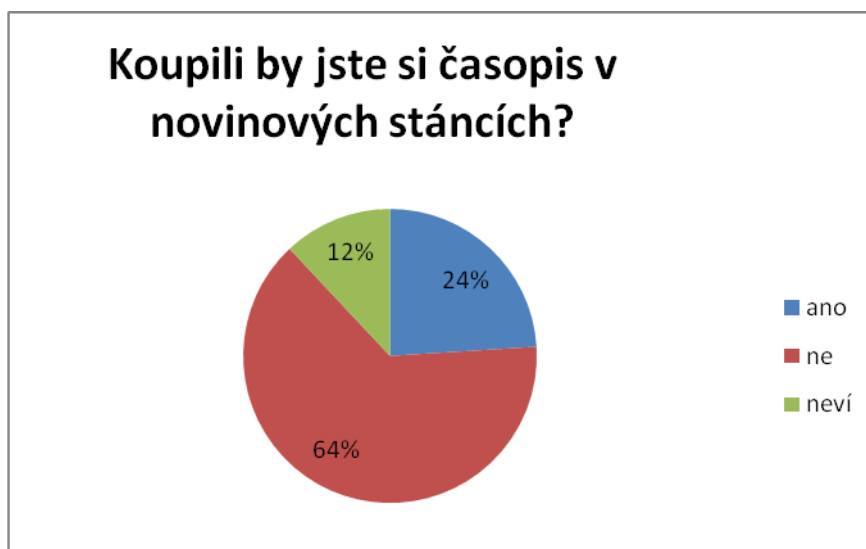
*Graf č. 17 Názor na službu Street-paper – prodej novin na ulici*

**Otázka č. 10 zjišťovala, zda se stává, že kupující zaplatí více než je cena časopisu?** Z grafu je zřejmé, že nikoli. Kupující častěji zaplatí přesnou cenu časopisu, než že zaplatí více. 68% respondentů odpovědělo, že nezaplatí prodejci více peněz.



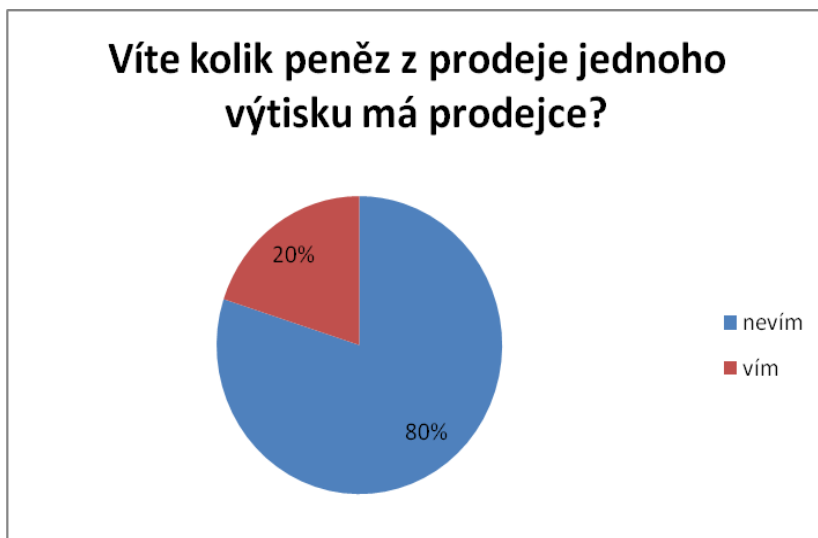
*Graf č. 18 Zaplatí kupující někdy více než je cena časopisu?*

**Otázka č. 11 zjišťovala, zda by si kupující časopis zakoupili, kdyby byl běžně k dostání v novinových stáncích?** Z grafu je patrné, že většina kupujících by si časopis nezakoupila.



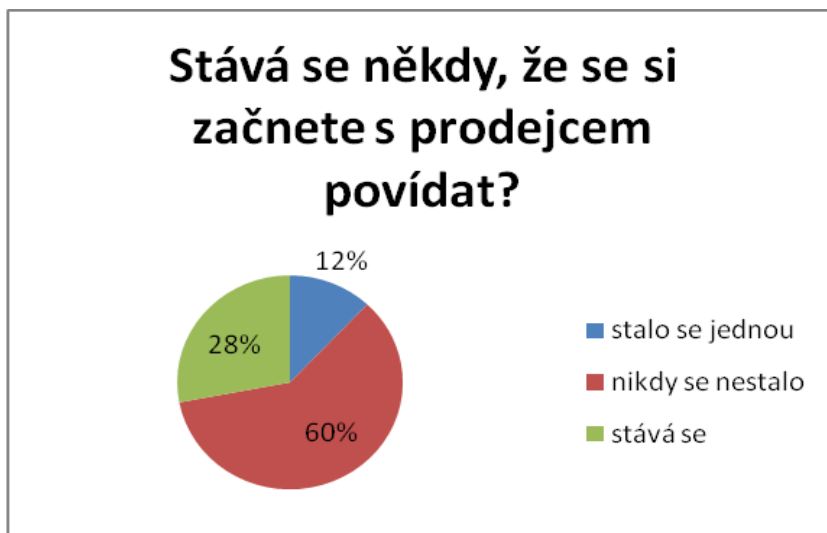
*Graf č. 19 Zakoupení NP v novinových stáncích*

**Otázka č. 12 se zaměřovala na zjištění, jestli kupující ví, kolik peněz má prodávající z jednoho výtisku?**



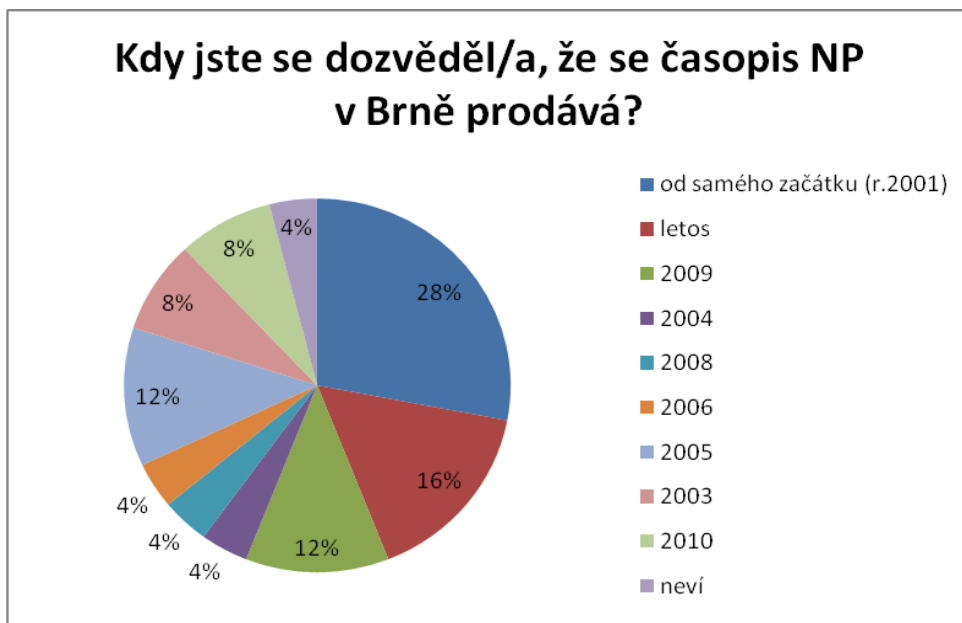
*Graf č. 20 Zná kupující výdělek z jednoho výtisku prodávajících?*

**V otázce č. 13 kupující uváděli, zda si někdy začali s prodejcem povídat.** 28% respondentů odpovědělo, že se tak stává. Ovšem většina respondentů uvedla, že se tak nikdy nestalo – 60%.



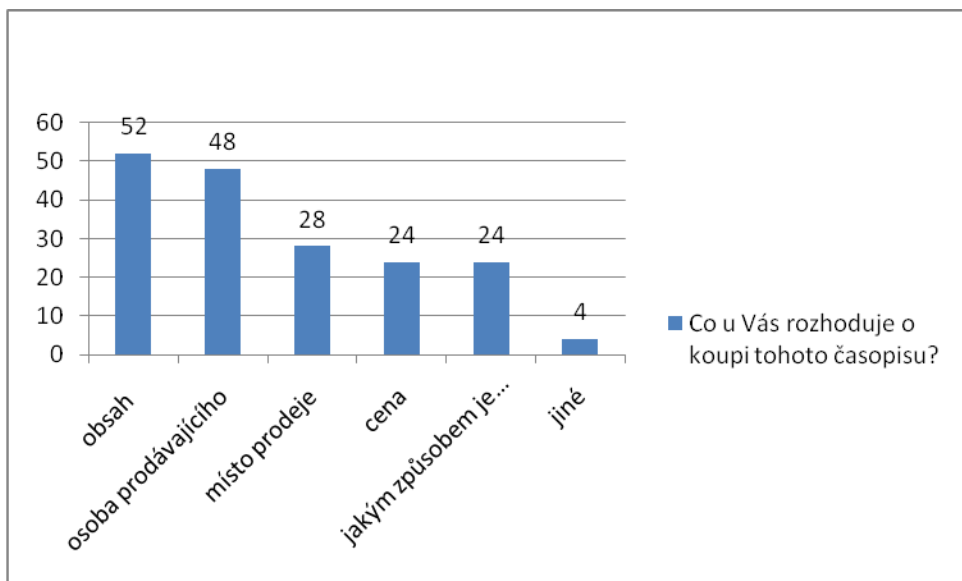
*Graf č. 21 Povídají si kupující s prodejci?*

**Otázka 14., se zaměřovala na dobu, kdy se respondenti o prodeji časopisu NP v Brně dozvěděli.** Uvedené letopočty byly uvedeny v otevřené možnosti odpovědi. Celých 68% kupujících se o prodeji dozvědělo v rozmezí roků 2003-2010. 16% respondentů uvedlo, že se seznámili s prodejem v letošním roce – 2011.



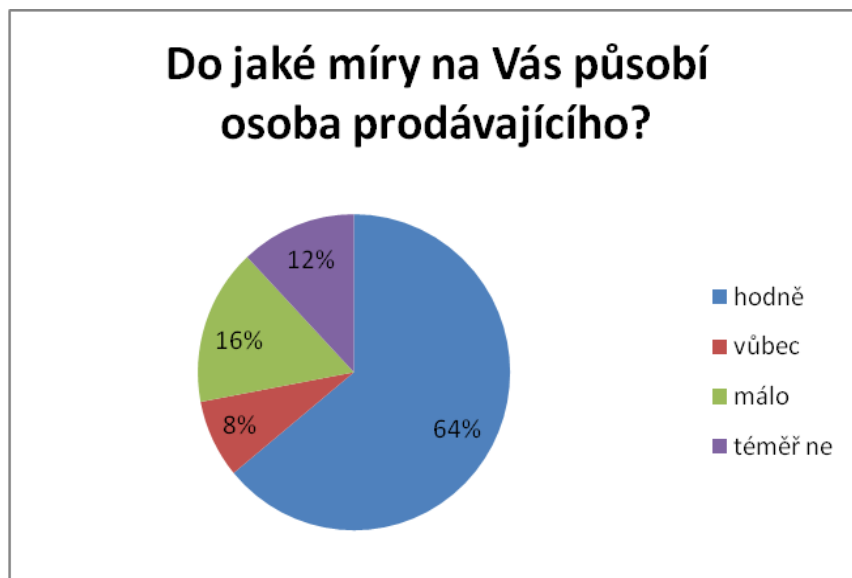
Graf č. 22 doba kdy se kupující o prodeji dozvěděli

**Otázka č. 15 zjišťovala, co rozhoduje u kupujících o koupi časopisu?**



Graf č. 23 Co rozhoduje o koupi?

**Otázka č. 16 zjišťovala, do jaké míry na ně působí osoba prodávajícího?**



Graf č. 24 Osoba prodávajícího

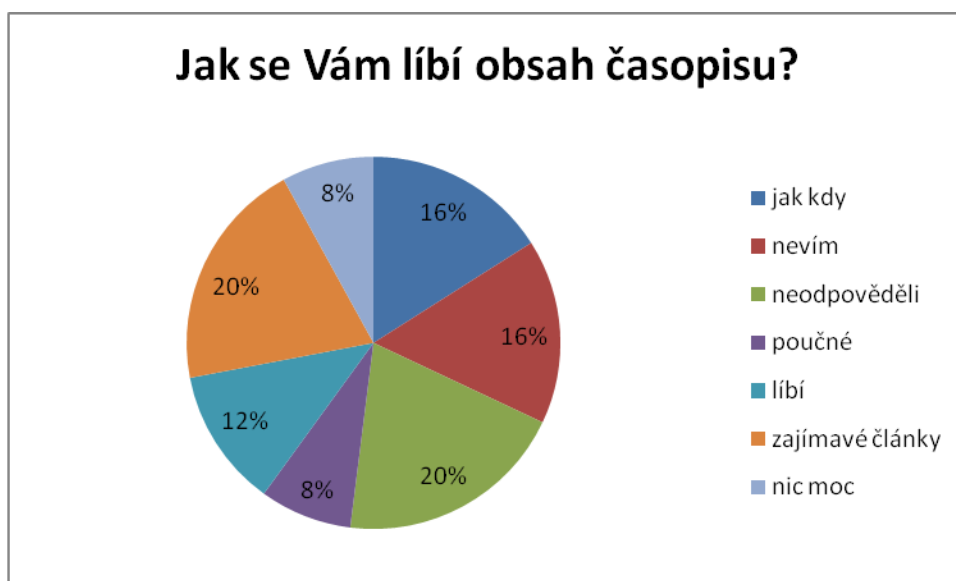
**Otázka č. 17 zjišťovala, jaký styl prodeje časopisu NP kupujícími vyhovuje.** Rozdíl mezi odpověďmi není výrazný. Z grafu vyčteme, že kupující preferují pasivní styl prodeje. 8% respondentů do dotazníku uvedlo, že by jim vyhovoval kompromis mezi uvedenými styly prodeje.



Graf č. 25 Styl prodeje – kupující

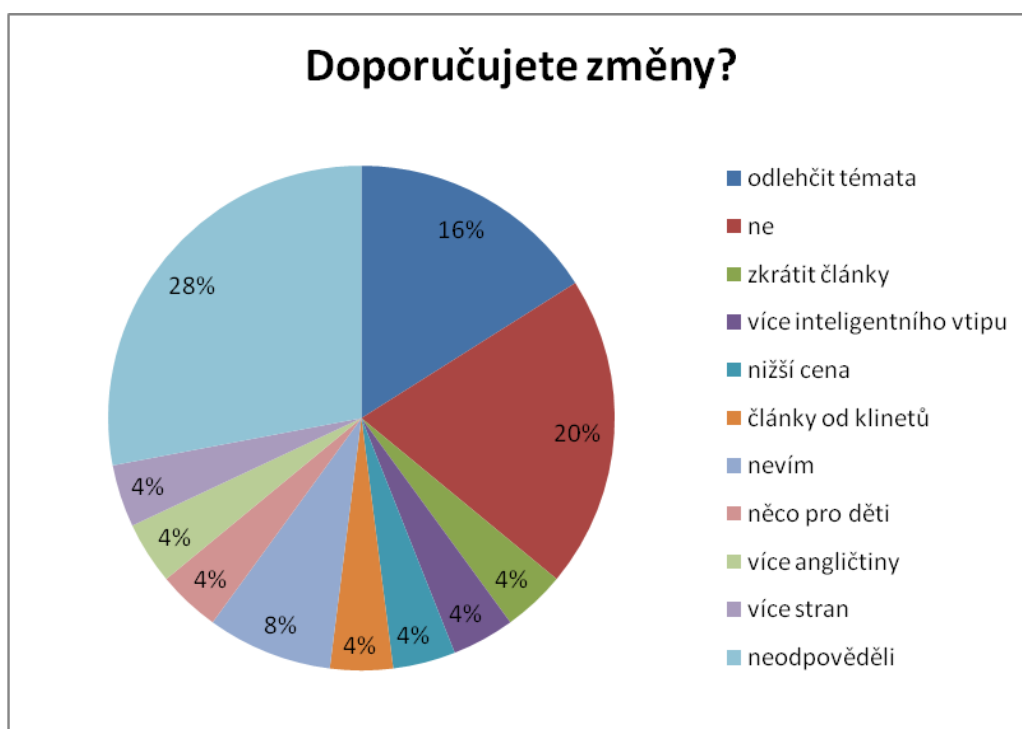
**Otázka č. 18 zjišťovala, zda se kupujícími časopis líbí.** Tato otázka měla otevřenou odpověď. Graf jsem z odpovědí vytvořila otevřeným kódováním. Odpovědi byly mnohdy významově podobné. Z grafu nelze jednoznačně vyvodit závěr protože 20% respondentů na otázku neodpovědělo vůbec a 16% nevědělo, jelikož si časopis koupili poprvé a

nenahlédli do něj. 24% respondentů se vyjádřilo negativně. 40% respondentů se vyjádřilo kladně.



Graf č. 26 Líbí se časopis? - kupující

**V otázce č. 19 se zjišťovalo, zda kupující doporučují nějaké změny.** Odpověď byla opět otevřená. Mnoho respondentů na otázku neodpovědělo – 28%. Rady respondentů byly rozmanité. Ovšem 20% kupujících by na časopisu nic neměnilo. 16% kupujících by odlehčilo témata článků, které jsou dle 8% kupujících mnohdy bez vtipu a příliš dlouhé.



Graf č. 27 Změny - kupující

**Otázka č. 20 zjišťovala, jaké druhy časopisů si respondenti nejčastěji kupují.** Respondenti uváděli do odpovědi i několik druhů periodik najednou. Převyšovaly tyto odpovědi: časopisy pro ženy – 28%, zpravodajství – 24%, respondenti, kteří časopisy běžně nekupují – 21%. Ostatní periodika jsou velice rozmanitá.



Graf č. 28 Jaké druhy kupující kupují?