

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Zdravotně sociální fakulta

**Reakce osob vyzvaných k účasti v dobročinné sbírce s ohledem na
možné motivy jejich souhlasu nebo nesouhlasu**

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Mgr. Václav Šnorek

Autor: Markéta Skálová

2010

ABSTRAKT

Reakce osob vyzvaných k účasti v dobročinné sbírce s ohledem na možné motivy jejich souhlasu nebo nesouhlasu

Po politických a společenských změnách v roce 1989 došlo v České Republice k značnému rozvoji neziskového sektoru. S tím souvisí i problematika veřejných sbírek, kterých stále přibývá. Obzvláště ve velkých městech není výjimkou situace, kdy je člověk během opravdu krátkého časového úseku vícekrát osloven kvůli žádosti o příspěvek na dobročinnou sbírku. Reakce veřejnosti coby potenciálních dárců se také vyvíjejí, jsou ovlivněny více proměnnými.

Mezi cíle této práce patří zjištění skutečnosti, zda v případě žádosti o příspěvek na dobročinnou sbírku oslovený jedinec spíše souhlasí, nebo nesouhlasí, společně s definováním reflektovaných motivů tohoto souhlasu či nesouhlasu. Dalším cílem je zjištění, jak hodnotí organizátoři veřejných sbírek celkovou situaci v tomto odvětví a nakonec ověření, jak hodnotí osoby působící coby žadatelé o příspěvek na dobročinnou sbírku svou úlohu a pozici. K upřesnění tohoto účelu byly stanoveny dvě hypotézy a dvě výzkumné otázky

Pro výzkum byla použita jak kvantitativní, tak kvalitativní strategie. Kvantitativní část byla realizována pomocí dotazníkového šetření pro potenciální dárcy z řad veřejnosti a dále pro organizátory či koordinátory dobročinných sbírek, kvalitativní prostřednictvím pozorování z pozice žadatele o příspěvek na dobročinnou sbírku a položených rozhovorů s dalšími žadateli o příspěvek. Při vybírání respondentů z řad veřejnosti byla použita metoda náhodného výběru, neboť nešlo o specifickou skupinu, jediným omezením byla dolní věková hranice patnácti let. Organizace, od kterých jsem získávala informace prostřednictvím dotazníku pro organizátory dobročinných sbírek, byly vybrány na základě soupisu dobročinných sbírek realizovaných na území města České Budějovice v roce 2009. Osoby, které působí jako žadatelé o příspěvek v oblasti dobročinných sbírek, byly vytipovány na základě mých kontaktů s dobrovolníky působícími v této oblasti.

Výsledky ukázaly, že v případě žádosti o výzvu k účasti v dobročinné sbírce většina oslovených osob vyhoví, hypotéza číslo 1 tedy byla potvrzena. Druhá hypotéza, která definuje, že účastníci sbírky nereflektují motivy, proč na oslovení k účasti ve sbírce reagují pozitivně, oproti tomu byla vyvrácena. Coby hlavní motivy při rozhodování ohledně účasti v dobročinné sbírce uváděli respondenti na prvním místě informace o sbírce, v těsném závěsu následuje cílová skupina sbírky, kde prvenství získaly děti a oběti přírodních katastrof. Tyto informace se částečně shodují se zkušenostmi organizátorů dobročinných sbírek, kromě preferencí cílových skupin. Organizátoři hodnotí celkovou situaci v oblasti dobročinných sbírek v této republice z pohledu posunu reakcí veřejnosti na dobročinné sbírky ve srovnání s dobou jejich profesních začátků v této oblasti spíše negativně, většina se však domnívá, že v České Republice jsou dobré podmínky pro realizaci dobročinných sbírek. Osoby působící jako žadatelé o příspěvek hodnotí své působení převážně jako něco nad rámecového, často též jako zdroj dobrého pocitu ze smysluplnosti prováděné činnosti.

Ze zjištěných výsledků je patrné, že v oblasti dobročinných sbírek existuje velký deficit stran mediální prezentace a lepšího povědomí veřejnosti o sbírkách, společně s transparentností, tedy možností relevantní zpětné vazby ohledně toku získaných finančních prostředků. Na tento fakt narážely všechny tři skupiny respondentů. Bylo též poukazováno na přesycenost prostředí množstvím sbírek, o kterých nejsou žádné validní informace. Je tedy evidentní, že v těchto oblastech existují velké rezervy, na kterých je třeba zapracovat. Podaří-li se to, je velká pravděpodobnost snížení podezřívavosti veřejnosti k dobročinným sbírkám a s tím spojené zvýšení finančních prostředků získaných takovýmto způsobem ve prospěch konkrétních cílových skupin.

ABSTRACT

Responses of people invited to participate in charitable collection with regard to possible motives for their acceptance or rejection

Non-profit making sector has been developing substantially in the Czech Republic since the political and social changes of 1989. This also involves the issues of public collections, which are still more frequent. Particularly in big cities you might be asked for a contribution to a charitable collection several times within a really short time period. Response of the public as potential donators are also developing and are affected by a number of parameters.

This thesis wants among others to find out whether an individual asked for a contribution to a charitable collection is more likely to accept or reject it, and to define reflected motives for such an acceptance or rejection. Another aim is to find out how organizers of charitable collections evaluate the overall situation in this sphere and finally to find out how the collectors themselves assess their role and position. Two hypotheses were suggested and two questions formed for specification of the purpose.

Both, quantitative and qualitative strategies were applied to the research. The quantitative part was implemented by means of a questionnaire survey for potential donators from the public and then for organizers or coordinators of public collections, the qualitative part by means of observation from the position of a collector asking for a contribution and of semi controlled interview with further applicants for a contribution. A random selection method was applied to selection of respondents from the public, as there was no specific group, the age over 15 was the only limitation. The organizers I gained the information from by means of the questionnaires for charity collection organizers were selected upon a list of charity collection organised at the territory of České Budějovice in 2009. Persons acting as applicants for contribution in the field of charitable collections were selected upon my contacts with volunteers active in the sphere.

The results showed that most of the people invited to participation in a charitable organization agree, hypothesis No.1 was thus confirmed. The second hypothesis stating that collection participants do not reflect the motives why they react positively to an invitation to participation was on the other hand refuted. The respondents mostly mentioned information of a collection as the main motive for decision on participation in a charitable collection, a target group for which children and victims of natural disasters were the most important was nearly as large. This information is partially identical with the experience of collection organizers with the exception of the target group preferences. The organizers perceive the overall situation in the field of charitable collections in this country from the point of view of the shift of public response to charitable collections compared to the times of their beginnings rather negatively, however most of them are persuaded that the conditions for implementing charitable collection are good in the Czech Republic. The people acting as applicants for contributions perceive their position as something extra, often as a source of good feeling from performing a meaningful activity.

The research results show that a large deficit of media presentation and general public awareness of collections exists in the sphere of charitable collections, as well as of transparency, i.e. the possibility of relevant feedback in terms of the flow of the funds raised. All the three groups of respondents mentioned this fact. Saturation of the environment with a number of collections without any valid information was also pointed out. It is thus obvious that big reserves exist in this sphere and they should be dealt with. If this succeeds, the suspiciousness among the public against charitable collections is likely to decrease, which will lead to an increase of funds raised for the benefit of particular target groups this way.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Reakce osob vyzvaných k účasti v dobročinné sbírce s ohledem na možné motivy jejich souhlasu nebo nesouhlasu vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s §47b zákona č. 111/1998 Sb. V platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě, elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne

.....

Markéta Skálová

Poděkování

Chtěla bych poděkovat panu Mgr. Václavu Šnorkovi za vedení a usměřování této práce, dále paní Radce Bílé za poskytnutí informací ohledně oblasti dobročinných sbírek na území města České Budějovice a za motivaci, pracovníkům organizací pořádajících tyto sbírky za jejich čas, který si udělali na osobní konzultaci či vyplnění dotazníku a cenné informace a dále všem dalším respondentům, bez kterých by nemohla vzniknout výzkumná část práce. V neposlední řadě děkuji celé své rodině a blízkému okolí za podporu a motivaci nejen při psaní této práce a po dobu studia, ale v průběhu celého dosavadního života

OBSAH

| | |
|--|----|
| Úvod..... | 8 |
| 1. Současný stav..... | 10 |
| 1.1 Vztah mezi pojmy „altruismus“, „prosociální chování“ a „pomáhání“..... | 10 |
| 1.1.1 Altruismus..... | 10 |
| 1.1.1.1 Altruistické chování..... | 10 |
| 1.1.1.2 Motivace altruistického chování..... | 13 |
| 1.1.2 Prosociální chování..... | 15 |
| 1.1.2.1 Biologická rovina..... | 16 |
| 1.1.2.2 Individualistický přístup..... | 16 |
| 1.1.2.3 Interpersonální přístup..... | 18 |
| 1.1.2.4 Přístup zaměřený na sociální systémy | 19 |
| 1.1.2.5 Pravděpodobnost prosoc. chování v různých situačních kontextech..... | 22 |
| 1.2 Veřejné sbírky..... | 23 |
| 1.2.1 Právní úprava v ČR..... | 23 |
| 1.2.2 Význam dobrovolníků v oblasti dobročinných sbírek..... | 25 |
| 1.2.3 Legisl. zakotvení dobrovolnictví ve vztahu k dobročinným sbírkám..... | 27 |
| 1.2.4 Srovnání materiální a nemateriální pomoci..... | 28 |
| 1.2.5 Osoba dárce..... | 29 |
| 1.3 Vztah mezi dárce/sponzorem, pořadatelem sbírky, žádostí a reakcí na ni..... | 29 |
| 1.3.1 Získávání možných dárců ke spolupráci..... | 31 |
| 1.3.2 Vliv osoby žadatele o příspěvek na reakci osloveného | 33 |
| 1.3.2.1 Komunikace mezi žadatelem o příspěvek a potenciálním dárce..... | 33 |
| 1.3.2.1.1 Verbální komunikace..... | 34 |
| 1.3.2.1.2 Nonverbální komunikace..... | 36 |
| 1.3.2.1.3 Možné komunikační problémy..... | 37 |
| 1.3.3 Některé další možné fenomény ovlivňující reakci potencionálního dárce..... | 38 |
| 1.3.3.1 Kulturní vzorce..... | 38 |
| 1.3.3.2 Stereotypy | 39 |

| | |
|--|-----|
| 1.3.3.3 Motivace..... | 39 |
| 1.3.3.4 Intencionalita..... | 40 |
| 2. Cíl práce, hypotézy a výzkumné otázky..... | 41 |
| 3. Metodika..... | 42 |
| 4. Výsledky..... | 44 |
| 4.1. Kvantitativní výzkum..... | 44 |
| 4.1.1 Dotazník pro respondenty z řad veřejnosti..... | 44 |
| 4.1.2 Dotazník pro organizátory dobročinných sbírek..... | 63 |
| 4.2 Kvalitativní výzkum | 77 |
| 4.2.1 Polořízený rozhovor s žadateli o příspěvek..... | 77 |
| 4.2.2 Výzkum v terénu..... | 92 |
| 4.2.2.1 ADRA ČR..... | 92 |
| 4.2.2.2 Historie..... | 92 |
| 4.2.2.3 Velikonoční sbírka 2010..... | 93 |
| 4.2.2.4 Působící faktory..... | 94 |
| 4.2.2.5 Časté reakce oslovených osob..... | 94 |
| 5. Diskuze..... | 97 |
| 6. Závěr..... | 110 |
| 7. Seznam použitých zdrojů..... | 113 |
| 8. Klíčová slova..... | 117 |
| 9. Seznam příloh..... | 118 |

ÚVOD

Dobročinné sbírky se pomalu staly téměř každodenní realitou. Obzvláště pro obyvatele větších měst nebývá výjimkou, že je každý den osloví minimálně jeden žadatel o příspěvek a pokud náhodou ne, může si být jistý, že narazí alespoň na pevnou kasičku umístěnou například v obchodě, nákupním centru či některé veřejné instituci, popřípadě na jinak formulovanou prosbu o příspěvek, třeba billboard, plakát, letáček, odvysílaný spot v televizi či v rádiu a dále.

Není to tak dávno, co se v České Republice pravidelně opakovaly sbírky, které byly dostatečně mediálně známé a postupem let i zavedené, čas od času se vyskytlo něco nového, většinou formou zřízení konta na pomoc konkrétní osobě, jejíž příběh byl dostatečně medializován a řadou lidí sledován. Postupem času však začalo přibývat dobročinných sbírek a prodejních akcí tím způsobem, že jen málokdo má přehled o tom, na co všechno a jakými způsoby může přispět. Zachovaly se některé sbírky z prvních let rozmachu neziskového sektoru, přibyly další, které o sobě mohou tvrdit, že mají jméno a dostaly se do povědomí veřejnosti, spolu s nimi však existuje a stále vzniká řada sbírek, o kterých se toho moc neví. Může jít o jednorázové aktivity, o sbírky s místním významem či první ročník sbírky, která se později stane známější – to nelze předem odhadnout. Čas od času také proniknou informace o tom, že některá sbírka vlastně nebyla až tak dobročinná, jak se tvářila, že finanční prostředky její pomocí získané ke svým údajným příjemcům nedoputovaly vůbec, nebo v mnohem menší míře, než bylo avizováno. Tímto způsobem se na pole dobročinnosti a aktivit s ní souvisejících pomalu, ale jistě proklubaly pochybnosti a nedůvěra, která u některých jedinců přerostla až v principiální pochybování o veškerých činnostech, které se ubírají tímto směrem, což také souvisí s jakousi pomyslnou „přesyceností trhu“, pokud tedy v oblasti dobročinných sbírek o trhu mluvit.

Reakce lidí na tyto opakující se výzvy bývají různé. Někdo už z principu odmítá přispět na cokoliv, jiný si vybírá, kterým organizacím či na které cílové skupiny přispěje a na které naopak ne. Někdo se vyhýbá dárcovství prostřednictvím přímého oslovení žadatele o příspěvek a raději pravidelně přispívá na účty zřízené pro něj důvěryhodnými

organizacemi či nadacemi, jiný to řeší odlišným způsobem, záleží na konkrétním jedinci. Ambicí mé bakalářské práce je zkusit alespoň trochu osvětlit tyto reakce, přičemž důraz bude kladen na možné motivy souhlasu či nesouhlasu oslovených potenciálních dárců. Myslím, že identifikace těchto motivů by mohla být prospěšná pro budoucí organizátory veřejných sbírek, neboť na základě zjištěných informací by bylo možné organizovat sbírku tak, aby byly některé negativní faktory eliminovány a ty pozitivní naopak podpořeny, což může přinést vyšší výnosy sbírky. Na danou problematiku se pokouším nahlížet ze dvou stran, a to jak z pohledu potenciálních dárců, tak z pohledu osob, které se veřejnými sbírkami zabývají – v tomto případě jde o žadatele o příspěvek a o koordinátory či organizátory sbírek. Uvidíme, kde se jejich názory minou nebo střetnou a co z výsledku tohoto střetu vyplyne.

1. SOUČASNÝ STAV

1.1 Vztah mezi pojmy „altruismus“, „prosociální chování“ a „pomáhání“

Jako altruismus je označováno „*myšlení, cítění a jednání, které bere ohled na ostatní lidi, nezištný, neprospěchářský a nesobecký vztah k lidem.*“ (7, str. 18). Coby jeho protiklad je většinou autorů uváděn egoismus.

Co se prosociálního chování týče, „...z biologického hlediska se jedná o ekvivalent altruistického chování, z hlediska sociální psychologie je vymezení užší než altruistické chování, jelikož cílem snah je zlepšit situaci příjemce pomoci, přičemž iniciátor pomoci není povinen pomáhat.“ (11, str. 54).

Je prokázáno, že k tomu, aby pomáhal, může být jedinec veden různou motivací – lze uvažovat o kalkulaci se sociální odměnou, počítání investic a výdajů či ztrát, ať už časových, morálních či ekonomických, snaha o zachování reciprocity v sociálních vztazích či praktické důvody. (33)

Grafické znázornění tohoto vztahu je uvedeno v příloze č. 1.

1.1.1 Altruismus

Slovo altruismus obsahuje latinský kořen alter, který lze do češtiny přeložit jako druhý či jiný. Prvotní úvahy o otázkách týkajících se pomáhání druhým byly soustředěny kolem pojmů typu laskavost, soucit a přátelství. Až Auguste Comte proti sobě postavil altruismus a egoismus coby dva diametrálně odlišné motivy lidského jednání, přičemž na jednání motivované altruismem nahlížel jako na sociální chování orientované na nesobeckou pomoc druhým. (32)

Lze rozlišit takzvaný altruismus reciproční a příbuzenský. (9) Reciproční altruismus je dle Trivese, (1971, in 11) vymezen následujícími podmínkami: Jedinec před poskytnutím pomoci zhodnotí, zda se mu pomoc vrátí, pokud usoudí, že se oplacení nedočká, ustoupí od aktu pomoci. Jedinec svou pomoc či podporu investuje jen v případě, že zisk, který z ní vyplyne, bude mnohonásobně vyšší než vynaložené

náklady. Poslední podmínkou je vyloučení jedinců, kteří pomoc neoplácejí, pouze berou sami pro sebe. Cosmides a Tooby, (1992, in 11) na tuto podmínku navázali tezí, která praví, že základem recipročního altruismu je rekognice podvodníků a škůdců, kterým je třeba se vyhýbat. V realitě se často stává, oblast dobročinných sbírek nevyjímaje, že altruistické chování jednotlivců či určitých skupin je doslova zneužíváno druhými. (11) Oproti tomu v případě příbuzenského altruismu jedinec ke spolupráci přistoupí tehdy, kdy se k vzájemnému prospěchu obou stran přidávají ještě příbuzenská pouta, přičemž platí, že čím bližší, tím větší šance na poskytnutí pomoci je. (11)

Altruismus je dnes studován nejen v kontextu motivace. Studie zaměřené na altruistické chování zkoumají souvislosti mezi hodnotami, dispozičními osobnostními charakteristikami a altruismem. (32)

1.1.1.1 Altruistické chování

Přirozenou součástí každé sociální struktury odpradáвна byla a stále je určitá forma prosociální činnosti. (31) Na takovýto způsob jednání je v každé kultuře nahlíženo kladně. (32)

Na altruismus však existují i diametrálně odlišné názory – například dle filosofie v Americe působící filosofky Ayn Randové je propagace altruismu chybný názor, který je přijímán tak universálně a samozřejmě, že lze jen sotva najít jiný chybný názor, který by byl více rozšířen. Nenajdete populárnější chybný názor než altruismus. Nikdo ho plně neuplatňuje, nikdo se jím důsledně neřídí, nikdo ho s radostí nepřijímá, ale každý souhlasí s jeho obsahem a myšlenkou jako takovou. (23)

Na altruistické chování můžeme nahlížet jak z hlediska evolučního, kdy jde o chování, které přispívá ke zdatnosti jiných jedinců za investic ze zdatnosti daného jedince, tak z pohledu sociální psychologie, která tento pojem chápe jako „*chování, pro něž je příznačné zaujímání hlediska druhého a empatie se záměrem prospět jiné osobě, ačkoliv iniciátor pomoci není nucen podporu poskytnout*“. (11, str. 54)

Leeds (1963, in 20) definoval následující tři znaky altruistického chování: Jednání není zaměřeno na vlastní zisk, má účel pouze samo v sobě, působí dobro a je

prováděno dobrovolně. Oproti tomu dle Nekonečného (19) jsou někteří psychologové toho názoru, že altruismus či prosociální jednání je zvláštní formou egoismu, kdy pomáhající osoba pomáhá vlastně pro svůj osobní pocit či veřejný obraz.

E. A. Witte (1989, in 20) zdůrazňuje vztah chování přinášejícího pomoc k osobní morálce. Toto chování rozdělil do následujících kategorií:

- plánovaná formální pomoc – určují ji řídicí principy morálky, které také definují krizovou situaci, kdy je tato pomoc nutná
- pomoc v nouzové situaci – sociální humanismus, který zde figuruje, je určován konativním aspektem v podobě schopnosti pomoci a aspektem kognitivní, který rozpozná krizovou situaci
- pomoc v každodenní situaci – zde je klíčová empatie a jedincův smysl pro sociální odpovědnost
- nepřímá pomoc – řídí ji osobní morálka, předpokládá přítomnost sociálního humanismu a vnímání nouzové situace
- přímá pomoc – jejím hnacím motorem je soucit, nutná je též přítomnost empatie
- anonymní pomoc – určují ji morální principy za přítomnosti sociální odpovědnosti a předpokladu rozpoznání nouzové situace.

Witte dále uvádí takzvaný průběhový model, který je aplikovatelný na situaci pomoci, která je definována klasifikací nezávislého pozorovatele. Dle specifické situace se v jedinci aktivuje kognitivní, afektivní či konativní systém, nebo různé kombinace těchto systémů. Čím silnější tato aktivace je, tím spíše nastoupí do vědomí specifická pravidla interakce, kterými jsou v tomto případě morální postoje, a dojde k vytvoření vztahu mezi příjemcem pomoci a pomocníkem. Čím silněji jsou morální postoje uvědoměny, tím více vzrůstá pravděpodobnost situačně specifického jednání, které směřuje k poskytnutí pomoci. (20)

V současných konceptualizacích altruismu je zdůrazňován motivační stav související s tímto typem jednání. Cílem altruistického chování je zlepšit blaho druhých. K dosažení tohoto cíle je třeba splnit určité podmínky: jedinec musí vnímat situaci druhé osoby jako negativní, tuto druhou osobu pak jako někoho, kdo potřebuje pomoc.

Poskytnutí pomoci by pak mělo být hlavním cílem prosociálně jednajícím jedincem, nikoliv prostředkem k dosažení jiného cíle. (32)

1.1.1.2 Motivace altruistického chování

Motivace morálního jednání může být komplikovaná – například Nakonečný polemizuje s motivy jistých mecenášů a organizátorů dobročinných akcí – domnívá se, že by mohlo jít hlavně o akt společenské nutnosti a povinnosti, která pramení z jejich veřejného postavení. Funkce ani vývoj osobní morálky nebyly dosud zcela vysvětleny, ač na toto téma existuje řada studií, namátkou například Piaget, Kohlberg a další (20)

Bergius, (1976, in 20) definoval faktory, které k tomuto morálnímu jednání vedou. Jsou jimi situační činitelé, myšleno zejména ve vztahu přítomnosti jiných osob, neboť *„zásah přihlížejícího je mnohem pravděpodobnější tam, kde se vyskytuje méně lidí, než na místě, kde proudí velký, anonymní dav“* (11, str. 58). Dále pak osobnostní charakteristika daného jedince, minulé zkušenosti ze situací vyžadujících pomoc – Campbell, (1965, in 20) udává, že člověk je geneticky vybaven egoistickými i altruistickými rysy, socializační zkušenosti, charakteristika situace z pohledu osobnostní odpovědnosti, znaky osoby, které má být pomoc poskytována – například vnější vzhled, přisuzované vlastnosti (viz teorie atribuce) a reaktance – *„motivační stav zaměřený na uhájení svobody jedince ve vztahu k určité situaci, události, nátlaku“* (28, str. 222).

Osobní morálka dává altruistickému jednání zdroj motivace. Významně zde figurují i morální normy společnosti a morální imperativy coby vnější společenské požadavky. Velký vliv má také socializace či sociální učení na základě identifikace. (20)

Staub (1982, in 20) uvádí, že průběžné vnímání podobnosti s jiným jedincem či skupinou má za následek vyšší pravděpodobnost přejímání jejich cílů či silnější participaci v oblasti jejich zájmů.

Schwarz (in 11) chápe altruismus v rámci prosociálního chování jako motivovaný osobními normami vycházejícími z vlastních internalizovaných hodnot jedince.

Jako další klíčový faktor v oblasti altruistického chování lze uvést koncept internalizace, který Freud (1938, in 20) chápe jako stav, kdy subjekt určitý jev vstřebává do té míry, že se stane součástí jeho vnitřního světa. Dojde-li pak k selhání funkce Superega a jedinec nejedná dle této internalizované normy, objevuje se takzvaná morální úzkost, která ústí v pocit viny. Tento stav může vést až k neúprosnému (nevědomému) sebetrestání, které tento negativní pocit eliminuje. Dle Maccobyho (1968, in 20) se zde uplatňuje tendence k dosažení sebeznání a vyhnutí se sebeodsouzení.

Sociální normy pak představují regulátory určující správnost konkrétního typu chování v dané situaci. Určují přípustné varianty chování za daných podmínek v daných situacích.

který typ chování je v dané situaci správný. Tyto normy se mohou internalizovat, pak se stávají principem, vlastním přesvědčením, které vstupuje do procesu rozhodování o způsobu chování.

V oblasti motivace altruistického chování figurují též emocionální a kognitivní koncepty internalizace, kognitivní disonance (rozhodování mezi dvěma nesouhlasnými a neslučitelnými podněty, které však mají relativně stejnou váhu) (7) a dále.

Významnou roli může hrát též svědomí, které dává člověku možnost morálně hodnotit své chování a jeho důsledky. Současná filosofická antropologie v poslední době v této souvislosti vyzdvihuje hlavně odpovědnost člověka, psychologie potom samotnou internalizaci norem. Dle sociologických přístupů závisí svědomí na často velice rozdílných sociokulturních normách. V oblasti svědomí má velký význam také sebehodnocení, které dle Janovského v praxi funguje většinou tak, že v případě pociťovaných nedostatků u své vlastní osoby člověk často sahá po různých ospravedlňujících prostředcích, kterými je například racionalizace, projekce a dále.

Oproti tomu například filosofie Ayn Randové si na otázku, proč se lidé chovají altruisticky, klade následující odpovědi: Jde – li o spojitost altruismu s náboženstvím, které vyzdvihuje sebeobětování v té či oné formě, přičemž podotýká, že víra jako taková je fundamentálním a nejhlubším aktem sebeobětování, takže náboženský základ a důvod pro altruismus víceméně uznává, ptá se však, proč altruismus široce přijímá i

sekulární část společnosti, jejíž důvody jsou tedy nenáboženské, obzvláště vzhledem k tomu, že náboženství v naší kultuře zdaleka není přijímáno v takové míře jako doktrína altruismu. Uznává, že altruismus má jakousi přitažlivost z psychologického hlediska, přesněji řečeno souvisí s určitým typem psychologie. Chápe altruismus coby prostředek uspokojení tužeb těch jedinců, kteří se necítí být schopni zabezpečit vlastní živobytí svým vlastním úsilím, je prostředkem připoutání ostatních k sobě, prostředkem k získání nevydělaného a nezaslouženého prospěchu. Altruismus dále může být prostředkem usmiřování a udobřování si společnosti, omlouvání se za své vlastní schopnosti prohlášením, že tyto schopnosti budou využity ve službě lidem, kteří je nemají a zazlívají je těm, kdo je mají. Altruismus může také být prostředkem uspokojování touhy po moci – těch, kteří se snaží zakrýt nedostatek sebeúcty pomocí mocenského ovládnutí ostatních. Filosofie Ayn Randové předpokládá, že altruismus působí na lidi svou intelektuální přitažlivostí – společnost jej přijímá, protože si myslí, že je pravdivý. Egoismus oproti tomu chápe jako normální postoj, který je v souladu se zdravým lidským rozumem. Dle této filosofie by samozřejmou odpovědí na otázku „měl bych ve svém životě sledovat své hodnoty nebo bych se jich měl vzdávat?“ měl být egoismus, nikoliv sebeobětování. Egoismus by měl být chápán jako přirozený a altruismus jako bizarní, protože právě altruismus člověku říká, aby jednal proti tomu, co jeho život vyžaduje. (23)

1.1.2 Prosociální chování

Prosociální chování vymezuje poměrně širokou kategorii, kam je možné přiřadit velkou škálu aktivit. Patří sem prostě pomáhání, sdílení, obětování se, utěšování a dále. Tento způsob jednání může vycházet ze zájmu, sympatie, touhy pomoci. Jeho motivy však mohou být také zcela egoistické.

Slaměník a Janoušek chápou prosociální chování coby jakýkoliv akt chování vykonaný ve prospěch druhého jedince či určité skupiny, jehož smyslem je poskytnout pomoc či přinést užitek druhým. Jako další vymezení vzhledem k altruismu bývá používán termín sebeobětování – někteří autoři s ním altruismus přímo spojují, zatímco

jiní považují altruismus především za motivaci, prosociální chování pak za vzorec chování. (28)

Existují různé formy prosociálního chování, například Wispé (1972, in 28) udává následující: Darování peněžních či materiálních darů, sympatie a porozumění pro druhého, který se ocitl v tíživé situaci, pomoc k dosažení konkrétního cíle, nabídka ke spolupráci a konečně poskytování podpory, ať už s cílem dosažení určitého cíle či naopak zabránění ztráty.

Jedinec může prosociálně jednat vůči známým či cizím osobám – samotný fakt známosti může výrazně modifikovat toto chování jak ve smyslu rychlosti, míry, výsledného dojmu na okolí a podobně – z pochopitelných důvodů je větší váha přisuzována aktu prosociálního chování konaného vůči cizí osobě. (28)

Při hledání odpovědi na otázku, proč si lidé pomáhají, je nutno pátrat hned v několika rovinách, a to biologické, individuální, interpersonální a v oblasti sociálních systémů. (28)

1.1.2.1 Biologická rovina

Tento přístup osvětluje prosociální chování z hlediska genetických predispozic a vrozených tendencí. Jedna z možných tezí zní, že je výsledkem přirozeného výběru v tom případě, pokud převážně zvyšovalo naději jedince a jeho příbuzných na reprodukci – za tohoto předpokladu by klíčový podíl na vývoji a udržení takového chování mělo upřednostňování příbuzných jedinců společně se vzájemností. (28)

1.1.2.2 Individualistický přístup

Tento směr nahlíží na problematiku z hlediska tendencí jedince pomáhat, oproti předchozímu přístupu však genetickou stránku věci zanechává v pozadí a předpokládá, že tato schopnost byla získána v procesu sociálního učení. Individualistický přístup se dále dělí na dva směry, kterými je fenomén nálady a podmíněnost rysy a vlastnosti konkrétní osobnosti. (28)

Vyhodnocením výsledků empirických výzkumů zabývajících se touto oblastí bylo zjištěno, že dobrá nálada významně podporuje pomáhání. Například Isen, Horn a Resenham (1973, in 28) dokázali, že děti, jejichž naladění je pozitivní, se intenzivněji podílejí na dobročinných akcích, mají-li tu možnost. Podpoření ochoty zachovat se prosociálně bývá však krátkodobé. Dle Bowera, 1981 a Virgase (1992, in 11) lze při interpretaci vycházet z modelu podněcování emocí, jehož nosnou myšlenkou je teze, že dobrá nálada vyvolává pozitivní myšlenky, jejichž důsledkem jsou pozitivní činnosti, mezi něž se řadí i prosociální chování. Dle jiného náhledu je nálada použita jako jedna z informací, na jejichž celkovém vyhodnocení se zakládá finální reakce, kterou je v tomto případě souhlas či nesouhlas s poskytnutím pomoci. (28)

Náladu je dle Schwarze (1990, in 111) možno pojmout i jako ukazatel bezpečnosti situace, přičemž platí, že v případě dobré nálady se jedinec cítí v dané situaci bezpečně, tudíž mu nic nebrání pomoc poskytnout, zatímco špatná nálada signalizuje problémy a potencionální nebezpečí, zároveň může prostřednictvím připomínek nákladů nutných vynaložit na pomoc podrývat altruistické či prosociální tendence.

Dle Virgase (1992, in 11) vyvolává pozitivní nálada silnější reakce než naladění negativní, podněcuje také jejich dotažení do konce.

Dalším způsobem motivace, který rovněž stojí za pozornost, je pak pocit viny pomáhajícího, ač jde o negativní emoci, je svým účinkem poměrně specifická. (11) Estrada-Hollenbeck a Heatherton (1998, in 28) se domnívají, že má-li pomáhající osoba vůči jedinci, který pomoc v dané situaci poskytuje, pocit viny, intenzita prosociálního chování dosahuje maxima, zatímco v opačném případě, ublížil-li daný jedinec pomáhající osobě, je intenzita prosociálního chování nejnižší. (11)

Osobnostní podmíněnost prosociálního chování se nejvíce projevuje v dlouhodobém kontextu. Allen a Rushton (1983, in 11) se domnívají, že osobnostními rysy jedince je determinována spíše dlouhodobá prosociální činnost, projevující se například působením v oblasti dobrovolnictví či práci v dobročinných organizacích, než spontánní pomoc. (11)

Jedinci, jejichž ochota zachovat se prosociálně je zakotvena v jejich osobnostním vybavení, mají určité společné rysy. Jde například o sociální odpovědnost, empatii, vnitřní místo kontroly, představa spravedlivého světa. Co se představy spravedlivého světa týče, Miller (1977 in 11) se při výzkumech dobral k závěrům, že silná představa spravedlivého světa působí na prosociální chování kladně jen v tom případě, kdy jedinec dokáže problém na její bázi úspěšně vyřešit – tento stav ochotu pomáhat podstatně zvyšuje. V opačném případě, kdy jedinec není schopen pomoci, osobu, která pomoc potřebuje, spíše devaluje, aby si sám pro sebe odůvodnil špatný osud, který ji potkal. Při očekávání vysoké pravděpodobnosti úspěchu je tedy zvýšená pravděpodobnost prosociálního chování, zatímco při nízké naději na úspěch lze očekávat spíše pasivní přístup. (11)

Model prosociální osobnosti dle Hewstona a Stroebe (15) uvádím v příloze č. 3

1.1.2.3 Interpersonální přístup

Tento pohled je vystaven na vzájemné závislosti mezi lidmi. Klade si otázky, jaké výhody a nevýhody může případná spolupráce či jiná interakce podobného směru přinést oběma stranám, přičemž struktura jejich vztahu je vymezena na základě výsledků. Interpersonální přístup předpokládá tendenci osob maximalizovat zisky za minimalizace nákladů. Existuje takzvaná teorie výměny, jejímž autory jsou Homans, Thibaut, Kelley a Blau – dle jejich názoru je klíčovou motivací jedinců v sociálních situacích maximalizace pozitivních výsledků pro sebe samé. Tato teorie byla dále rozšířena o definici teorie vzájemné závislosti, která předpokládá možnost přeměny vzájemného vztahu ve vztah prosociální., je-li pro vzájemné osoby tato prosociální transformace výhodná. V této situaci je klíčová změna původního egoistického pravidla rozhodování „udělám to, co je nejlepší pro mě“ v prosociální pravidlo rozhodování „udělám to, co je nejlepší pro druhého“. Jedním z faktorů umožňujících tuto prosociální transformaci je též dlouhodobá perspektiva vzájemné závislosti. (11)

Clark a Mills (1993, in 11) se podrobněji zabývají rozlišením výměnného vztahu a skupinové reciprocit – výměnný vztah, který se vyznačuje usilováním každého

jedince jen a pouze o vlastní prospěch, je významně motivován egoistickými pohnutkami, zatímco v případě skupinové reciprocity hraje prim solidarita, soudržnost a vzájemná harmonie, kdy jedinec jedná tak, aby se druhému vedlo dobře – důležitou pohnutkou zde může být touha zmírnit utrpení oběti. Je logické, že skupinová reciprocity se může daleko snáze vyvinout u jedinců, kteří jsou spojováni něčím společným – například podobným osudem, osobní zangažovaností, příbuzenskými či partnerskými vztahy a podobně. (11)

Další výzkumy prokázaly, že za skutečnosti, kdy je žádná či pouze malá pravděpodobnost, že jedinec, který v dané chvíli potřebuje pomoc, bude moci tuto pomoc někdy v budoucnu oplatit, osoby, které jsou angažováni ve skupinové reciprocity, jsou ochotnější pomoci než lidé ve výměnných vztazích. Clark a kol. (1987, in 11) dále vyslovil hypotézu, že jedinci nacházející se ve stavu skupinové reciprocity pohotověji reagují na náladu druhých, protože jsou nastaveni na vnímání potřeb okolí, jejich prožívání empatie je daleko silnější. (11)

1.1.2.4 Přístup zaměřený na sociální systémy

V každé společenském systému jsou nastaveny určité normy a pravidla, psaná i nepsaná, která udávají, jak by se jedinci, chtějí-li v dané společnosti bez problémů obstat, měli chovat. Společnost sdílí normy z oblasti kultury, hodnot, jsou jí vlastní určité rituály. Zástupci různých sociálních rolí se chovají určitým způsobem a totéž očekávají od ostatních, tak, aby role byly naplňovány, práva a povinnosti jednotlivců plynou z tradic a všeobecných etických pravidel. To vše se podílí na výsledném chování jedinců v dané společnosti. (11)

Jedním z těchto pravidel či očekávání je pravidlo sociální odpovědnosti. Předpokládá, že by lidé měli pomáhat těm, kteří jejich pomoc potřebují či jsou na ní přímo závislí. (11)

Výzkumy na toto téma ukázaly přímou úměrnost mezi stupněm pomoci a mírou závislosti – pomáhající jedinec se angažoval tím více, čím více na něm byla osoba přijímající pomoc závislejší. Na základě těchto výsledků byla nastíněna hypotéza, že

„vnímání závislosti druhého v jedinci aktivuje pravidlo sociální odpovědnosti a jedinec se podle něj zachová, uskuteční se tedy prosociální reakce.“ (11, str. 349). Tato teze naznačuje provázanost prosociálního chování s případnými oběťmi a ústupky – dle Berkowitz (1978, in 11) lze výrazné zatížení jednoho jedince eliminovat rozložením odpovědnosti, tedy samozřejmě za předpokladu, že jsou v situaci přítomny další osoby.

Schwarz (1977, in 11) předpokládá, že během procesu socializace si každý jedinec osvojuje kulturní normy a hodnoty jinak a v jiném rozsahu, v konečném výsledku je tedy kognitivní soubor individuálních hodnot pro každého zcela jedinečný.

Hodnotu v kladném slova smyslu lze chápat jako subjektivně pojaté dobro – může jí tedy být například zdraví, bezpečí, sebeúcta, způsob života, rodina, osobní svoboda a dále. Jako potřebu lze definovat absenci určité hodnoty. Zdroj motivace podněcovaný hodnotami je poměrně významný, zvláště s přihlédnutím k faktu, že člověk se snaží sám na sebe působit takovým způsobem, aby dosáhl ideálních představ o svém reálném já a nedostal se tak do intrapersonálního konfliktu. Řadu hodnot jedinec přejímá od svého sociálního prostředí, které si s přibývajícím věkem přetváří ve vlastní žebříček hodnot závislý na míře osobního poznání a prožitých zkušeností. (12)

Schwarz a Howard (1981, in 11) stanovili model altruismu, který se sestává z pěti po sobě následujících fází: pozornost → motivace → zhodnocení → obhajoba → chování. Tento model funguje dle autorů následujícím způsobem: V první fázi osoba zjistí, že někdo potřebuje pomoci. Zde hodnotí momentální kontext celé situace, míru spěchu, volbu nejvhodnější reakce a svou kompetentnost k validní pomoci. V následující fázi motivace figurují osobní normy definované na základě pocitu morální odpovědnosti a sociálních hodnot. Ve fázi zhodnocení jedinec zvažuje potenciální zisky a důsledky altruistického jednání v porovnání se svými očekávanými investicemi, ať už materiálními, fyzickými, sociálními či morálními. Fáze obhajoby je klíčová pro případnou formulaci důvodů pro odmítnutí odpovědnosti, kdy dle Montady může dojít k upřednostnění vlastních zájmů jedince, vyhodnocení požadavku jako neoprávněného či konfliktu sociální odpovědnosti s dalšími povinnostmi či jinou zodpovědností, popřípadě k vyhodnocení vlastních zdrojů coby nedostatečných. Poslední fáze celého

procesu, kterou je akt vlastního chování, potom obsahuje jednání oproti absenci tohoto jednání, která závisí na výsledku celého rozhodovacího procesu, který byl popsán výše.

K prosociálnímu chování se dle Schwarze (1994, in 11, str. 350) váží dvě následující vlastnosti: laskavost, kterou autor definuje jako „*udržování a posilování blaha lidí, s nimiž je jedinec v častém kontaktu*“ a universalismus, což je „*vnímání, ocenění, respektování a zajišťování blaha všech lidí a přírody jako takové.*“ Dle Feathera (1995, in 11) ovlivňují hodnoty kognitivně-afektivní hodnocení situací a míru atraktivity volby z nabízených možností – zde se pak laskavost váže k zodpovědnému chování, zatímco universalismus se pojí se sociální spravedlností.

Hodnoty definuje Schwarz coby určité přesvědčení, na jehož základě osoba dospěje k výsledkům, které jsou žádoucí, přesáhne konkrétní situaci a získá vodítko k výběru a posouzení chování ostatních lidí a probíhajících událostí. Všechny položky zde jsou podstatné, nelze říci, že by danému jedinci některé z nich byly lhostejné.

Každý jedinec má určitá očekávání ohledně odměn a nákladů, které si zasluhuje. Dle Hoffmana (1990, in 11) by teoreticky v situaci, kdy je někdo znevýhodněn či mu je ublíženo, mělo okolí zareagovat empatií.

Miller (1977, in 11) zkoumal vztah mezi spravedlivou investicí, nadměrnou investicí a prosociálním chování v zájmu těch jedinců, kteří jsou znevýhodněni. Z jeho výsledků je patrné, že altruismus se stává pohotovou reakcí v tom případě, že nedochází k ohrožení osobní normy spravedlivé odměny daného jedince za investované úsilí. Na základě těchto závěrů byl stanoven dvoufázový model egoismus – altruismus – konkrétní osoba nejdříve zváží, jaký spravedlivý podíl jí přísluší, je-li naplněn standard spravedlivého ocenění, prožívá empatii a jedná altruisticky. Vzklíčí-li naopak v jedinci dojem nespravedlnosti, je altruistické jednání ohrožené. Z toho lze vyvodit, že lidé, kteří jsou dle svých vlastních měřítek oceněni spravedlivě, dokáží na nespravedlivou situaci druhých reagovat velice citlivě.

1.1.2.5 Pravděpodobnost prosociálního chování v různých situačních kontextech

Prosociální chování bývá silně ovlivněno konkrétní situací, prostředím a sociální podmínky významně podmiňují pravděpodobnost prosociální intervence v dané situaci, přičemž na první pohled triviální situační proměnné zde mohou mít velký vliv. (11)

Darley a Baton (1973, in 11) provedli na toto téma výzkum, který prokázal, že je menší pravděpodobnost prosociálního jednání v situaci, kdy jedinec chvátá, přičemž nezáleží na vážnosti důvodu tohoto spěchu.

Další výzkumy (Latané, Nida, 1981, in 11) prokázaly vyšší ochotu pomoci v tom případě, kdy je jedinec na místě sám, neboť rozložení odpovědnosti snižuje míru altruismu. V případě váhání více jedinců může dojít k rozvoji modelu pasivity, který vede k tomu, že dle názoru druhých situace není tak vážná. Tento způsob jednání je označován pojmem pluralistická ignorance. (11)

Také vliv sociálního tlaku je významný – přítomnost druhých může v jedinci na jednu stranu vyvolat nejistotu, ale na stranu druhou též zvýšit pravděpodobnost prosociálního chování. (11)

Klíčovou roli má také fakt, komu má být pomoc poskytnuta, přičemž aspektů, které zde vstupují do hry, je více. Můžeme hovořit například o posouzení příčiny tíživé situace, pocit závazku vůči jedinci či cílové skupině, gendrově podmíněné rozdíly v prosociálním chování a vnitřní či vnější podobnost mezi poskytovateli a příjemci pomoci. Důležitou roli hrají též postoje a předsudky konkrétních jedinců – pokusy například prokázaly, že například v případě, kdy by do hry mohla vstoupit rasová motivace, dají lidé přednost jedinci opačného etnika z důvodu, aby nemohli být nařčeni z rasismu. (11)

Velice záleží také na hlubších dimenzích situace a názorech, postojích a přesvědčení daných osob. (19)

1.2 Veřejné sbírky

1.2.1 Právní úprava v ČR

Problematiku veřejných sbírek pro území České Republiky upravuje zákon č. 117/2001 Sbírky o veřejných sbírkách a změně některých zákonů v platném znění. (29)

§ 1 definuje, že veřejnou sbírkou se rozumí získávání a shromažďování dobrovolných peněžitých příspěvků od předem neurčeného okruhu přispěvatelů pro předem stanovený veřejně prospěšný účel, zejména humanitární nebo charitativní, rozvoj vzdělání, tělovýchovy nebo sportu, nebo ochrana kulturních památek, tradic nebo životního prostředí. Sbírkou je oprávněna konat za podmínek stanovených zákonem č.117/2001 Sbírky o veřejných sbírkách a změně některých zákonů pouze právnická osoba. Sbírkou není možné pořádat k účelu, který je v rozporu bezpečností státu, ochranou veřejného pořádku, ochranou majetku nebo ochranou práv a svobod druhých. (29)

Dle §2 logicky vyplývá, že za sbírku nemůže být považováno shromažďování finančních prostředků organizované politickými stranami či hnutími, odbory, spolky, společnostmi, svazy a jinými občanskými hnutími mezi svými členy za účelem dosažení prostředků k náplni své činnosti, ani shromažďování těchto prostředků náboženskými společnostmi a církvemi registrovanými dle příslušného právního předpisu k náboženským a církevním účelům, je-li vybíráno v místech určených k provádění náboženských obřadů, bohoslužeb a úkonů. (29)

§3 stanoví, že veřejnou sbírku může konat obec či kraj, ostatní právnické osoby pak pouze v tom případě, že mají sídlo na území České Republiky a splňují podmínky stanovené tímto zákonem. (29)

§4 upravuje ohlašovací a organizační podmínky konání veřejné sbírky následovně: Právnická osoba, která se rozhodne vykonat veřejnou sbírku, podléhá ohlašovacím a organizačním povinnostem uvedeným v zákoně č. 117/2001 sbírky O veřejných sbírkách a změně některých zákonů, jejich podrobnější rozvádění však není účelem této práce. V zákoně je upravuje §5. (29)

Změnit účel konané sbírky je možné pouze v tom případě, kdy původní účel zanikl. Stane – li se tak ještě před zahájením sbírky, vybírat se jednoduše nezačne. Dojde-li k zániku účelu v průběhu konání sbírky či po jejím skončení v době, kdy ještě nebyl použit celý čistý výtěžek či jeho zbytek, je zřizovatel sbírky povinen oznámit využití těchto finančních prostředků – jiný účel či změnu účelu, ke kterému se sbírka koná, musí odsouhlasit příslušný krajský úřad. (29)

V zákonem vymezených případech je právnická osoba provádějící sbírku povinna její průběh neprodleně zastavit. (29)

Tatáž právnická osoba nesmí konat několik sbírek ke stejnému účelu souběžně, další podobný počín může být oznámen příslušnému krajskému úřadu až po ukončení a řádném vyúčtování předchozí sbírky. (29)

Kontrola a dozor nad konáním sbírek provádí příslušný krajský úřad, kterému příslušná právnická osoba výtěžek sbírky také vyúčtovává. Nedodržení či zanedbání těchto povinností podléhá pokutě dle trestního řízení. Koná-li sbírku kraj či hlavní město Praha, kompetence příslušného krajského úřadu jsou převedeny na ministerstvo. (29)

Fyzická osoba, která byla pověřena konáním sbírky, musí být schopna se v případě potřeby či na požádání prokázat plnou mocí právnické osoby, která je zřizovatelem sbírky. Prováděním sbírky nelze pověřit fyzickou osobu mladší patnáct let, to samé se týká fyzické osoby, která byla v důsledku rozhodnutí soudu zbavena způsobilosti k právním úkonům v plném či částečném rozsahu. (29)

Způsobů konání sbírek existuje více, mohou se i vzájemně kombinovat. Zákon v §9 uvádí následující:

- a) Shromažďování příspěvků na předem vyhlášeném zvláštním bankovním účtu zřízeném speciálně pro tento účel, a to po dobu uvedenou v oznámení o konání sbírky.
- b) Sběracími listinami, které musí obsahovat další speciální náležitosti uvedené v zákoně.
- c) Pokladničkami v místech určených k přijímání příspěvků.
- d) Prodejem předmětů, je-li příspěvek zahrnut v jejich ceně.

- e) Prodejem vstupenek na veřejná kulturní či sportovní vystoupení pořádané za účelem získání příspěvku, je-li příspěvek zahrnut v ceně vstupného.
- f) Pronájmem telefonní linky určené ke shromažďování příspěvku po dobu uvedenou v oznámení o konání sbírky.

Vzhledem k orientaci této práce směrem k interakci žadatel – potenciální dárci se budu zabývat zejména pokladničkami, prodejem předmětů a vstupenek, sběracími listinami a shromažďováním příspěvků na předem vyhlášeném bankovním účtu, za předpokladu, že tomuto shromažďování předchází přímé oslovování dárců ústní formou. (29)

1.2.2 Význam dobrovolníků v oblasti dobročinných sbírek

Dobrovolníkem se rozumí člověk, která bez nároku na finanční ohodnocení poskytuje svou energii, čas, získané dovednosti a zkušenosti ve prospěch společnosti či konkrétních jedinců. (24)

OSN definuje dobrovolnictví jako „*neziskovou, neplacenou a nekariérní činnost, kterou jednotlivci provádějí za účelem pomoci svým bližním, své komunitě či společnosti jako celku*“. (35) OSN stanovila rok 2001 rokem dobrovolníků, 5. prosince pak mezinárodním dnem dobrovolníků – oba tyto počiny mají sloužit k ocenění práce a osobních investic dobrovolníků a jejich přispění ke zkvalitňování společnosti a životů lidí napříč celým světem. (34)

V různých státech má dobrovolnictví různě hluboké a rozsáhlé kořeny, například v USA či Kanadě je jeho tradice rozšířená a je na ně nahlíženo jako na něco v podstatě samozřejmého jak v rámci různých spolků a organizací, tak v rámci samostatné aktivity jedinců, v Evropě se dobrovolnictví odvíjí od práce církevních charitativních organizací a rozvoje spolkových hnutí v době průmyslového rozmachu. (24)

V České Republice zaznamenalo dobrovolnictví rozmach zejména v 19. století a následně po vzniku samostatného Československa, tento vývoj byl přerušen německou okupací a po válce následujícím vznikem socialistického státu. Teprve po roce 1989 se zde neziskový sektor opět začal rozvíjet, což mimo jiné souvisí se znovuobjevením

lidské potřeby pomáhat ostatním a touze objevit nekariérové způsoby seberealizace za využití již získaných znalostí a dovedností. (24)

Dobrovolnictví nebylo dlouhou dobu nijak legislativně upraveno či zakotveno, změnu přinesl až zákon č. 198/2002 Sbírky O dobrovolnické službě. Významným podnětem pro vznik tohoto zákona bylo již výše uvedené stanovení roku 2001 rokem dobrovolníků. (24)

Od roku 2001 v ČR existuje Koalice dobrovolnických iniciativ, což je volné sdružení nestátních neziskových organizací, které se podílejí na dobrovolnických projektech a programech v České Republice, za zachování plné nezávislosti všech zde působících subjektů. Toto sdružení bylo vytvořeno za účelem reprezentace dobrovolnictví, navenek jej reprezentuje Národní dobrovolnické centrum HESTIA. (1)

V oblasti dobročinných sbírek je na dobrovolnictví možno nahlížet ze dvou různých úhlů pohledu. Dárcovství samotné se považuje za jednu z forem dobrovolnictví, například dle servisního a informačního portálu o dobrovolnictví www.dobrovolnik.cz slouží coby poměrně jednoduchá pasivní forma, jak jednorázově uspokojit své vlastní svědomí a zároveň vložit peníz na dobrý účel. (4) Pro mnoho organizací, které dobročinné sbírky pořádají, jsou dobrovolníci nezastupitelnými subjekty, což v případě konání jednorázové sbírky platí mnohonásobně – řada těchto organizací, například ADRA, Diecézní charita a další, jednorázově nabírá dobrovolníky právě pro příležitost konání konkrétní sbírky.

Oproti tomu někteří pořadatelé dobročinných sbírek, zejména těch, které jsou realizovány kontinuálním prodejem drobných předmětů, nebo získávání pravidelných přispěvatelů na účet konkrétní neziskové organizace, poskytují žadatelům o příspěvek finanční odměnu – takovéto akce bývají často využívány studenty jako poměrně bezproblémová možnost přivýdělku, na webových stránkách, které se zaměřují na zprostředkování brigád, o takovéto nabídky nebývá nouze.

1.2.3 Legislativní zakotvení dobrovolnictví ve vztahu k dobročinným sbírkám

Zde je klíčový zákon číslo 198/2002 Sbírky o dobrovolnické službě a o změně některých zákonů, který upravuje podmínky, za kterých stát podporuje dobrovolnickou službu organizovanou podle tohoto zákona a vykonávanou dobrovolníky bez nároku na odměnu. (30) Jeho smyslem je vytvářet co nejpříznivější prostředí pro dobrovolnické aktivity na území České Republiky. (3)

Odstavec b §2 uvádí dobrovolnickou službu jako činnost, při které dobrovolník poskytuje pomoc při přírodních, ekologických nebo humanitárních katastrofách, při ochraně a zlepšování životního prostředí, při péči o zachování kulturního dědictví, při pořádání kulturních nebo sbírkových charitativních akcí pro osoby nezaměstnané, sociálně slabé, zdravotně postižené, seniory, příslušníky národnostních menšin, imigranty, osoby po výkonu trestu odnětí svobody, osoby drogově závislé a osoby trpícím domácím násilím. Tato činnost se nemůže týkat uspokojování osobních zájmů, nebo být vykonávána v rámci podnikatelské či jiné výdělečné činnosti nebo v pracovněprávním vztahu, služebním či členském poměru – pak nejde o dobrovolnictví. (30)

§3 zákona udává následující informace o osobě dobrovolníka: jedná se o fyzickou osobu starší 15 let, jde-li o výkon dobrovolnické služby na území České republiky, nebo starší 18 let, jde-li o výkon dobrovolnické služby v zahraničí. Tato osoba se na základě svých vlastností, získaných znalostí a dovedností svobodně rozhodne poskytovat dobrovolnickou službu. Tato služba je dle Občanského zákoníku vykonávána na základě smlouvy uzavřené s vysílající organizací. Je-li fyzická osoba v pracovněprávním vztahu, služebním poměru, členském poměru nebo je-li žákem nebo studentem, vykonává jako dobrovolník dobrovolnickou službu mimo tyto závazky. (30)

§4 pojednává o vysílajících organizacích, kterými ze zákona mohou být právnické osoby se sídlem v České republice, které dobrovolníky vybírají, evidují, připravují pro výkon dobrovolnické služby a uzavírá s nimi smlouvy o výkonu

dobrovolnické služby. Vysílající organizace musí mít udělenou akreditaci, kterou uděluje Ministerstvo vnitra České Republiky na návrh akreditační komise. Tato akreditace bývá vždy na dobu tří let udělována občanským sdružením, obecně prospěšným společností, církvím či náboženským společností nebo jejich právníkům osobám, evidovaným dle zákona číslo 3/2002 Sbírky o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností a o změně některých zákonů. Organizace musí doložit, že je schopna s ohledem na kvalifikační složení svých orgánů, zaměstnanců nebo členů, konkrétní projekty nebo programy dobrovolnické služby a finanční způsobilost organizovat přípravu a provádění dobrovolnické služby a plnit další povinnosti vyplývající ze zákona číslo 198/2002 Sbírky o dobrovolnické službě a o změně některých zákonů. (30)

1.2.4 Srovnání materiální a nemateriální pomoci

Musil se domnívá, že cíle prosté materiální pomoci jsou méně ambiciózní. Výsledkem je poskytnutí momentální péče a zajištění aktuálních potřeb příjemce, což lze přirovnat k jakési první pomoci. (17)

Oproti tomu charakter nemateriální pomoci bývá dlouhodobější, procesuální. Ideálním cílem je zlepšení schopnosti klienta zvládat či zlepšovat situaci především svými vlastními silami. K tomu mohou vést některé formy psychosociální pomoci, jako například emocionální provázení, psychologická podpora sociálního fungování, pomoc a podpora při posilování schopnosti zvládat role a konkrétní úkoly a podobně. (17) Dle Laana je klíčovou podstatou těchto postupů učení, díky kterému si klient může osvojit nové schopnosti. (25)

Laan soudí, že nástroje materiální pomoci mohou být využívány ke zprostředkování a dosažení cílů pomoci nemateriální, s čímž však řada organizací nepracuje – jejich pracovníci dle autora často nedokáží klientům účinně pomoci, pokud nevidí souvislost mezi problémy materiálního a nemateriálního charakteru či efektivně propojit pomoc materiální a nemateriální. (25)

1.2.5 Osoba dárce

Shleton (2004, in 15) definuje následující charakteristiky “dobrého dárce“: Jeho život je v harmonii s určitým standardem dobrého života, což znamená, že zrcadlí jakýsi kulturní a morální kontext v prosociálním směru, přičemž úmysl pomoci či obdarovat vychází z vlastního nitra tohoto dárce. Formu a způsob pomoci volí v souladu s empatickým cítěním, s ohledem na situaci, případně i zájmy a potřeby obdarovaného. Jeho zásadou je úcta a respekt k ostatním lidem, určitým pozitivem může být i myšlenková otevřenost. (15)

1.3 Vztah mezi dárce/sponzorem, pořadatelem sbírky, žádostí a reakcí na ni

Čepelka uvažuje o třech stupních vztahu žádosti k dárci či sponzorovi. První je očekávání čistého daru v případě, kdy iniciátor nemůže nic nabídnout. O této formě by se dalo hovořit v případě těch dobročinných sbírek, kdy dárce daruje určitý předmět či peněžní obnos, aniž by si cokoli odnesl nebo získal. (6)

Ve druhém případě však dochází k nabídce určité protihodnoty, která je však podstatně nižší než výše daru – pro tento vztah se vžil název kvazipartnerství, o kterém můžeme mluvit například v situaci, kdy dárce, souhlasí-li, dostane drobný předmět, jehož cena zdaleka neodpovídá věnovanému obnosu či hodnotě hmotné věci. (6)

V poslední variantě jde taktéž o protihodnotu, která je však srovnatelná s darem – například relevantní veřejná propagace sponzorské firmy, získání určitých výhod a podobně.

Čepelka též rozlišuje osobní motivy jednotlivých dárců, které mohou být následující: Altruismus jako takový, smysl pro solidaritu, splátka pomyslného vlastního dluhu společnosti, větší společenské uznání až jakési „vytahování se“, snaha zavděčit se, vyhnoutí se možné výčitce v případě odmítnutí, strach z toho, že se mu stane něco špatného, pokud do sbírky nepřispěje, jedná-li se o firmy, může jít též o příležitost snížení daňového základu, upoutání pozornosti a dále. (6)

Co se vykupování vlastního špatného svědomí týče, nelze nevzpomenout prodej odpustků, který byl ve středověku vyčítán katolické církvi. Tento motiv dle Čepelky využívá řada veřejných sbírek, jejichž hlavním hnacím motivem je jakési pohodlí v oblasti dělání dobrých skutků – určitě je mnohem jednodušší poskytnout určitý obnos a o věc se dále nestarat, než kdyby si každý jednotlivý dárcem měl vyhledávat, komu konkrétně a pro jaký účel co věnuje. Mnozí jedinci si tímto způsobem také mohou vylepšovat svůj sebeobraz. (6)

Existuje rozdíl mezi potencionálním dárcem, který je na účelu daru jakkoliv osobně zainteresován, například na základě osobní zkušenosti s podobnou situací a mezi dárcem, který takovýto specifický motiv nemá. Na tento fakt by měly organizace pořádající sbírky dbát hlavně v přípravné fázi – důležité je zodpovězení otázky, existuje-li okruh lidí či institucí, u nichž se dá předpokládat zvláštní zájem či důvod podpory konkrétního záměru a pokud ano, jak je oslovit. Pořadatelé by měli mít na mysli, že příval proseb, výzev a žádostí je rok od roku větší, jejich příjemci tím pádem můžou v tomto směru poněkud otupět.

Těž není jedno, pro jaký účel je sbírka pořádána. Dle Čepelky reagují dárci kladně nejčastěji tehdy, jde-li o konkrétní osudy určitého jedince, který se stal obětí události na něm nezávislé – může jít například o vrozenou vadu, onemocnění, nehodu, živelnou pohromu a podobně. Zavánějí-li informace ohledně sbírky a využití jejího výtěžku anonymitou, část potencionálních dárců tento fakt odradí. Hůře se vybírá též na „nepopulární“ skupiny typu bezdomovci, HIV pozitivní, alkoholici, narkomani a podobně – někteří respondenti reagují negativně, někdy za slovního doprovodu typu „vždyť si za to mohou sami.“

Jde-li o sbírku spojenou s dobročinnou akcí, kterou Čepelka (6) definuje jako *prostředky komunikace s cílovými skupinami, které jsou založeny na mimoslovním či komplexním jednání*, profitují jak pořádající organizace, které získají výtěžek pro zvolený účel, návštěvníci, kteří přispějí na dobrou věc a ještě získají osobní zážitek, a také účinkující, kterým vystupování na dobročinné akci může přinést zviditelnění a celkovou reklamu.

Důležitá je samozřejmě také efektivnost fundraisingové aktivity a podílu režijních nákladů, aby samotná organizace a propagace sbírky nestála pořádající organizaci stejně nebo dokonce více, než je vybraný obnos. (6)

Hewstone a Stroebe si kladou otázku, zda sociální pomoc opravdu chrání jedince před nežádoucími důsledky negativních sociálních okolností. Možné odpovědi na tuto otázku byly konfrontovány v souvislosti s duševním zdravím, některými duševními stavy a všeobecným pocitem spokojenosti. Cihien a Wills (1985) se domnívají, že sociální pomoc v určité míře opravdu nabízí ochranu v obtížných obdobích či situacích, Nadler a Fischer (1986) soudí, že vliv sociální pomoci na příjemce může být jak pozitivní, tak negativní. (11)

1.3.1 Získávání možných dárců ke spolupráci

Křivohlavý se domnívá, že v obecné rovině je možné získávat partnery pro spolupráci dvěma základními způsoby, kterými jsou manipulace a vlastní získávání ke spolupráci. (16)

Manipulace je dle Křivohlavého forma vzájemného styku a jednání s druhým založená na soupeření, příkazech, rozkazech, zastrašování, donucování a triků, což vede k poddání se nátlaku, zatímco získávání lidí ke spolupráci se zakládá na navazování spolupráce nenásilnými postupy a prostředky. Jejím základním kamenem je respekt vůči komunikačnímu partnerovi a vzájemná úcta.

William McGuir (1967, in 16, str. 39) definoval proces získávání lidí ke spolupráci v následujících pěti fázích: 1. Získávání partnerovy pozornosti, 2. Porozumění partnerovým zájmům, 3. Přesvědčování partnera, 4. Pomoc potenciálnímu partnerovi udržet v paměti jen to podstatné, o čem byla řeč, 5. Akce (v tomto případě příspěvek na dobročinnou sbírku).

Myers přikládá podobný algoritmus získání člověka ke spolupráci: 1. Podařilo-li se vám získat partnerovu pozornost pro věc, pokračujte, pokud ne, vše končí. 2. Pochopil-li partner správně váš námět a porozuměl mu, pokračujte, pokud ne, vše končí. 3. Uvěřil-li partner vašemu námětu a jeho dobrému úmyslu, pokračujte, pokud ne, vše

končí. 4. Pamatuje-li si partner vše podstatné, o co šlo, pokračujte, pokud ne, vše končí.
5. Podařilo-li se vám získat partnera pro svůj záměr, přejděte k dalším podrobnostem, pokud ne, vše končí. (18)

Úspěšná komunikace by měla splňovat požadavek funkčnosti a kvality. Vymětal shrnuje následující pravidla pro vedení úspěšného a kvalitního rozhovoru dle Rogerse:

- 1) Mluvíme přirozeně, tak, aby komunikační partner rozuměl.
- 2) Tvoříme věty spíše kratší – ty delší mohou posluchače odvádět od obsahu ke sdělované formě
- 3) Vyhýbáme se odborným a cizím výrazům
- 4) Druhé straně ponecháváme dostatek prostoru pro rozvíjení rozhovoru.

Rogers dále doporučuje neschovávat se za určitou fasádou, nepoužívat slovního spojení „měl bych“, neplnit očekávání okolí na úkor vlastní svobody, nesnažit se v komunikaci někomu za každou cenu zavděčit, přijímat vše jako proces změn (ekvivalentní Platonovu „panta rei“), být otevřený vůči zážitkům, mít dostatek sebedůvěry a vytyčit si vlastní autonomii za dodržení akceptace druhých. (27)

Borg klade velký důraz na jakési úvodní předeslání tématu, které shrnuje pobídkou „Řekněte, o čem budete mluvit.“ Může to velice napomoci udržení pozornosti a získání zapamatovatelnosti a srozumitelnosti zprávy, obzvláště za předpokladu, že „tazatel“ sdělí téma tak, aby bylo pro „respondenta“ zajímavé. Na rozvedení do detailů pak zůstává čas v dalším průběhu komunikace. (5)

Upřímnost dodává komunikaci na přesvědčivosti a kvalitě. Je velice důležitá pro práci s empatií. Důvěra může vzniknout pouze mezi lidmi, nikoliv v lidech, ač o některých jedincích lze říci, že jsou sami o sobě důvěřivější než jiní. Borg uvádí rovnici $\text{empatie} + \text{upřímnost} \rightarrow \text{přesvědčení}$. Velice důležitá je také jak inter-, tak intrapersonální inteligence, neboť pochopení komunikačního partnera i schopnost vhledu do vlastních myšlenkových procesů může usnadnit rozvinout komunikaci tak, aby pro oba partnery byla kvalitní a uspokojivá. (5)

1.3.2 Vliv osoby žadatele o příspěvek na reakci osloveného

Jakákoliv lidská komunikace je ovlivněna vědomými i neuvědomovanými mentálními reprezentacemi jejích účastníků. Funguje zde také stereotypizace druhých, celkové sebepojetí každého účastníka komunikace a v neposlední řadě též kontext či více kontextů, v nichž se daná situace odehrává. Komunikace je nástrojem k tlumení či posílení emocí, k formulaci postojů. Její pomocí lze šířit pravdu i roznášet lež tak, aby působila zcela věrohodně. (26) Dle Beavenové, Jacksona a Watzlawicka dokonce pojem „komunikace“ poměrně splývá s pojmem „chování“ – „*Nejen řeč, nýbrž všechno chování je komunikací a každá komunikace – včetně komunikativních aspektů každého kontextu – ovlivňuje chování.*“ (1969, str.23, in 26, str. 18)

Velice však záleží také na stylu a způsobu podání konkrétní informace. Dle Leona Festingera (in 26) budí dva nekompatibilní poznatky tenzi, kterou se jedinec svým nevědomím i vědomím snaží zmírnit změnou jednoho z těchto poznatků či integrací obou. Může tak dojít ke změně poznatku, kterému osoba do té doby věřila – příkladem může být „napálení“ při přispívání do veřejné sbírky nebo setkání s nekompetentní osobou žadatele. (26)

Při mezilidském setkání se uplatňují dvojí signály, a to zvenčí (z nás samotných) a z vnějšku (od komunikačního partnera). Vnitřní signály mají původ v centrech emocí, somatických oblastí, z paměti a z hluboko uložených kongitivních schémat, což se velice úzce dotýká oblasti mentální reprezentace, která „*uchovává informace o objektech a interpretaci objektů a událostí ve světě a...existuje v systému reprezentací, který zahrnuje mentální procesy vymezené těmito reprezentacemi*“. (McNamara, 1994, in 26, str. 55)

1.3.2.1 Komunikace mezi žadatelem o příspěvek a potenciálním dárcem

V procesu komunikace hraje klíčovou roli možnost obrácení toku informací, cirkularita koloběhu sdělování a synchronicita či sériovost. Neopomenutelné jsou rovněž emoce, které mají na komunikační akt obrovský vliv, dále také poznávací

procesy a v neposlední řadě zkušenosti, které mohou být ovlivněny také procesem stereotypizace. (26)

Dle Vybírala se komunikace dá popsat pomocí čtyř hlavních funkcí, kterými jsou: (26)

1. Informovat
2. Instruovat
3. Přesvědčit
4. Pobavit

Za zmínku rozhodně stojí i fakt, že každá zpráva obsahuje tři stupně. Prvním z nich je rámcové sdělení, které funguje v prvních několika vteřinách komunikačního aktu – například to, že nás na ulici někdo osloví či už je jasné, že něco takového hodlá podniknout (zde si lze všimnout například vykročení naším směrem, úsměvu či „významného“ pohledu i dalších faktorů vycházejících z oblasti nonverbální komunikace. Jako druhá komunikační rovina nastupuje vnější sdělení, kdy už je nám jasné, že nás dotyčný chce oslovit a všímáme si dalších daností, například jeho výrazu, vzhledu, předmětů, které má u sebe...Samotné sdělení informace a případná následující výměna názorů se již týká třetí fáze, kterou je takzvané vnitřní sdělení. (26) Toto rozfázování zprávy do tří rovin by nemělo být žadateli o příspěvek opomíjeno – je jasné vidět, nakolik záleží na jakémisi prvním dojmu, na způsobu navázání komunikace a dalších podobných záležitostech – samotná doba prvních několika okamžiků průběhu komunikace tvoří celé dvě fáze ze tří.

1.3.2.1.1 Verbální komunikace

Studiu verbálního chování se věnuje psycholingvistika. Snaží se popsat, jak slova ovlivňují naši mysl a emoce. Mluví chce svému komunikačnímu partnerovi něco sdělit. V jeho mysli se tedy vytvoří jakýsi obraz, který přeneseme do slov. Coby kodér pak tato slova přeneseme k přijímajícímu, který ze funguje jako dekodér. Ten slova kodéra přeneseme opět do svého vlastního obrazu – v jeho mysli tedy nastane interpretace. Pokud

spolu oba mentální obrazy nekorrespondují, komunikace nebyla efektivní a může dojít k nedorozumění. (5)

Problémem, který s tímto tématem poměrně souvisí, je předpokládání. Jde o situaci, kdy si člověk na základě určitého kontextu či zkušeností vytvoří předpoklad a dle něj reaguje dříve, než si otestuje jeho platnost. (5) Důležité je tedy předat verbální obsah ve správný čas a pomocí těch správných slov – pravděpodobnost úspěchu je pak mnohokrát vyšší.

Ve verbálním komunikačním aktu a jeho významové struktuře lze dle Janouška rozlišit do následujících podskupin: motivace mluvčího, záměr mluvčího, smysl sdělení pro mluvčího, rozhodování mluvčího o podobě zprávy spjaté s jejím kódováním, promluva s věcným obsahem sdělení, rozhodování příjemce o přijetí zprávy spjaté s jejím dekódováním, smysl sdělení pro příjemce, odhad záměru či motivace mluvčího příjemcem a efekt sdělení na příjemce včetně jeho motivace. (14)

Kvalita rozmluvy a její psychologickou hloubku určují tyto proměnné: Záleží na důkladnosti přípravy na rozhovor (opakem je povrchnost a nepromyšlenost), iniciativa v rozhovoru a její případné předávání mezi komunikačními partnery, role účastníků komunikace, jejich reakce, kontext, akceptace pocitů a stereotypy v myšlenkových pochodech. (26) Jsou – li v komunikaci přítomny konflikty, nemusí tomu tak být na úkor kvality – v určitých situacích je naopak vítáno se o téma a názor přit, popřípadě vyvracet partnerovy argumenty, samozřejmě na základě reálných faktů. Nikdy by však nemělo dojít k takzvaným „slovním faulům“, které převádějí boj o téma nebo názor do osobní roviny. (26)

Rozhovorem Janoušek rozumí záměrný jazykový styk, při němž se různé osoby střídají v promluvách a který probíhá v konkrétní předmětné a sociální situaci. Dialog je pak vymezen společným soustředěním komunikace zaměřeným na dosažení konkrétního cíle či vyřešení problému. Podrobněji je dle Janouška charakterizován tématickou cílově – úkolovou orientací, vnější recipitou a vnitřní vzájemností (začlenění vzájemných vztahů do komunikace a jejich reflexe) a propojením tématické cílově – úkolové orientace a vzájemnosti. Řešení společného úkolu je tedy

zprostředkováno porozuměním vzájemných vztahů, což zprostředkovává řešení společného úkolu. (14)

Původní příjemce sdělení pak má tři možnosti aktivity. Může reaktivně odpovědět na promluvu původního mluvčího, nebo nereagovat vůbec či obrátit role a sám se stát mluvčím, což je odlišné od pouhého odpovídání. Velkou roli zde hrají psychické procesy obou komunikačních partnerů, obzvláště co se anitcipace týče. (14)

Zároveň platí další dílčí pravidla, která obvykle dodržují účastníci hovoru, který se odehrává pro specifický účel – jsou to pravidla na bázi morálky, etiky a sociálního cítění. Na tento fakt je také třeba dbát. (8)

1.3.2.1.2 Nonverbální komunikace

Interpersonální komunikace realizovaná gestikou, posturikou a proxemikou nese více informací než jakákoliv jiná komunikační metoda. (22) Většina badatelů, kteří se tímto tématem zabývali, se shodne na tom, že verbální složka komunikace vyjadřuje zejména prosté informace, zatímco ta neverbální hlavně mezilidské postoje. (22)

Dle sociálních psychologů je obzvláště důležitý první dojem z několika počátečních minut setkání. Vnímány pak jsou veškeré aspekty vzhledu, kam patří osobní charakteristiky těchto aspektů, oblečení a řeč těla. (5)

Vybíral shrnuje některé známé poznatky o nonverbální komunikaci člověka, pro účely této práce jsem vybrala následující: Každé chování v přítomnosti druhého člověka má povahu sdělení, určeného tomuto člověku (Watzlawick in 26). Nesynchronizovaná produkce řeči a gest působí na příjemce rušivě. Každý jedinec používá své vlastní nonverbální tempo, které však může částečně ovládat (self-pacing). Úsměv facilituje chování příjemce již pouhým spuštěním zpětné vazby, jeho chybění naopak působí inhibitivně. (26)

Každý jedinec má kolem sebe jakýsi osobní prostor, jehož velikost se odvíjí od hustoty zalidnění míst, kde vyrůstal – lze tedy říci, že velikost osobní zóny je kulturně podmíněná (22) Vstup cizí osoby do intimního či osobního prostoru většina lidí hodnotí

jako negativní a následuje adekvátní reakce organismu, psychiky a konečně chování – na tuto skutečnost by měl být brán zřetel. (22, 35)

Dalším důležitým fenoménem je oční kontakt. E Hess (in 22, str. 79) tvrdí, že oči jsou tím nejpřesnějším signálem, který nejvíce prozrazuje, protože jsou ústředním bodem těla a zornice pracují nezávisle na vůli jedince. Jejich signály bývají ihned vyhodnocovány, ať už vědomě či nevědomě. Délka a způsob pohledu jsou rovněž kulturně podmíněny. Pohled dokáže komunikaci vychýlit z původního směru, ať už pozitivním či negativním způsobem. Dle Borga budí nedostatek očního kontaktu dojem, že mluvčí hovoří pouze na lidi, nikoliv s lidmi. (5)

Další z kapitol nonverbální komunikace, která se jeví být aplikovatelná pro zefektivnění komunikace v oblasti veřejných sbírek, je napodobování a zrcadlení. Pokud komunikant nevědomky zaujímá stejný postoj jako komunikátor a používá obdobná gesta, lze z toho vyčíst, že souhlasí s jeho myšlenkami a názory. (22)

Paraverbální komunikace či paralingvistika operuje se týká tónu hlasu a jeho variacemi, například hlasitostí, tempu promluvy, tónu, výšce a modulaci hlasu. Slovům může dodat pozitivní či negativní význam, záleží na konkrétní práci s hlasem. (5)

1.3.2.1.3 Možné komunikační problémy

Problémy v komunikaci mohou být jak na straně komunikátora, tak na straně komunikanta. Způsobit je může řada faktorů, jak vnitřních, tak vnějších. Do vnitřních faktorů spadají například neurotické potíže na straně jednoho či obou komunikačních partnerů. Mitscherling (1971, in 26) je dokonce ve zvýšené míře přiřazuje obyvatelům velkých měst. Dle jeho názoru bývají tyto lidé často roztržití, mrzutí či prchlíví až neshášenliví a prokazují nedostatek soustředění. Toto chování se dokonce může stát vzorcem, ke kterému se jedinec často uchyluje. Mitscherling sem přiřazuje i neurotické projevy v komunikaci, která se tím pádem může stát hysterická, pro niž je typická výrazná emocionalizace témat a problémů, nutkavá, kdy mluvčí opakuje stále totéž, fobická, kterou může doprovázet až panická reakce a také úzkostná, jejímž nosným projevem je akutní a intenzivní úzkost.

Dalším faktorem, který může komunikaci uškodit, je požadování rozumového vysvětlení, které obvykle evokuje slovo „proč“. U komunikačního partnera pak velice často převládnu obranné tendence a stavění se do opozice, spíše než směrem k možným alternativám se cítí být povinen se bránit. Kritika a rady totiž odrazují účastníky komunikace od analyzování důvodů svého chování. (5) Úspěšnou komunikaci nepodpoří ani takzvané uzavřené styly výpovědí, kterými jsou rezolutní prohlášení, přehánění a donucování. (26)

Další z případů, kdy komunikace nemusí proběhnout uspokojivým způsobem, může být zapříčiněn rušivým či nevhodným prostředím, kdy se komunikační partner nemůže soustředit na předkládané téma, nebo stres či momentální nastavení (únava, nachlazení, „jiné myšlenky“ a tak dále). (26)

1.3.3 Některé další možné fenomény ovlivňující reakci potencionálního dárce

1.3.3.1 Kulturní vzorce

Vzorce typické pro konkrétní kulturu ovlivňují i naše nevědomá očekávání v průběhu komunikace či těsně před jejím započatím – někteří lidé velice úspěšně komunikují své požadavky z toho důvodu, že používají přesně tu formu způsobu sdělování, kterou od nich příjemce podvědomě očekává, takže často ani nepřemýšlí nad tím, co vlastně bylo řečeno. (10) S tím souvisí také osobní konstrukty, které jsou dle Kellyho tím, co predisponuje naše anticipace (předvídaní, očekávání a předpoklady). Jsou utvářeny nevědomě, a to na základě zkušeností, přičemž platí, že témata, se kterými se jedinec setkává častěji, mají na toto anticipování silnější vliv, což znamená, že předem očekává, že událost proběhne opět tím samým způsobem jako v minulosti. Tyto konstrukty jsou dichotomií, hierarchizované, inkompatibilní, individuální, avšak se sklonem ke konformitě a také se neustále korigují novými zkušenostmi, přičemž u některých dochází k velké rezistenci. (26)

Velice také záleží na tom, v jaké situační roli se komunikace odehrává. Je velký rozdíl, jde-li o dyadickou komunikaci v soukromí či projev na veřejném prostranství,

jednostranně řízenou dyadickou komunikaci mimo soukromí či komunikaci v malé primární skupině, komunikaci na veřejném prostranství, kdy je chráněn anonymitou davu, komunikaci v organizaci či při obchodování, komunikaci prostřednictvím masmédií a podobně. Každá z těchto situací si od komunikujícího žádá trochu jiný přístup, vtělení do jiné role.. Role souvisí se sebepojetím člověka, přičemž prestižní role, tj. taková, která se setkává s oceněním veřejnosti i vnitřním přijetím daného jedince, toto sebepojetí posiluje – u podřadné role pak platí pravý opak. Identifikace s rolí se zvyšuje, zažívá-li člověk v jejím rámci libé pocity. (26) Se změnou role souvisí také aktuální změna vyjadřování – dle Hayesové je v různých rolích adekvátně používán některý z pěti základních řečových registrů: deklamační, formální, informativní, familiární a intimní. (10)

1.3.3.2 Stereotypy

Stereotypizací dochází k tvorbě zjednodušených úsudků, které často disponují výrazným emočním doprovodem. Jde o výsledek přirozeného třídění, zobecňování a zjednodušování okolního světa. (26) Atkinsonová chápe stereotyp coby množinu úsudků o osobnostních rysech či fyzických vlastnostech celé skupiny, které mohou být zavádějícími vodítky pro sociální interakce. (2) Stereotyp je kognitivně – emoční kategorií, ve které může převládnout buď složka kognitivní, nebo emoční. (26) Mnoho lidí má zafixováno, že ve veřejných sbírkách nejde o nic jiného než o to, aby z nich žadatel vytáhl co nejvíce peněz, které potom dále zneužije. Záleží na tom, za jaké situace se stereotyp vytvořil a potvrzoval, jak pevně je uložen v podvědomí jedince a jaké faktory na něj dále působí.

1.3.3.3 Motivace

Motivace se podílí na každé komunikaci, bývá označována i jako její latentní funkce, přičemž v průběhu hovoru se objevuje v různé intenzitě, která často kolísá. Existuje více druhů, uplatňuje se komunikace kognitivní, jejímž hlavním motivem je sdělovací či vyjadřovací potřeba, sdružovací, která vede k uspokojení potřeby kontaktu

a sounáležitosti, sebezpotvrzovací, adaptační, která funguje v rámci rolových stereotypů a komunikačních her, přesilová, jejímž hnacím motorem je potřeba uplatnit se a strhnout na sebe pozornost, existenciální, která by měla zaplašovat pocity bezsmyslnosti a opuštěnosti, dále pak komunikace požitkářská, jejímž hlavním cílem je rozptýlení a mnohé další druhy komunikace. (26) Také při komunikaci v rámci interakce žadatel – potenciaální dárce probíhá hned několik těchto motivačních rovin: Určitě sem patří ona kognitivní, žadatel má potřebu oslovenému sdělit informace ohledně sbírky, kterou koná, sdružovací, neboť hlavním cílem je navázání alespoň krátkodobého komunikačního vztahu – zde je velice důležitá osobnost žadatele, přičemž komunikativnější lidé jsou v této oblasti úspěšnější, sebezpotvrzující, kdy s každým dalším úspěchem může stoupat další motivace a hodnocení o sobě v roli žadatele – na to přímo nasedá motivace adaptační – v této roli se člověk v naprosté většině případů chová jinak než například v roli syn či dcera, rodič, partner, kamarád, student a tak dále. Zde však také velice záleží na míře osobní angažovanosti směrem k účelu sbírky – dovedu si představit zapáleného žadatele, jak svým přátelům barvitě popisuje, co dělá, jaký to má smysl a pro co je to dobré. (26)

Někdy se stává, že člověka na přechodnou dobu opustí jakákoliv chuť a potřeba komunikace – častěji se tak děje u osob, které pravidelně hovoří s množstvím dalších lidí, což pro žadatele rozhodně platí. (14)

1.3.3.4 Intencionalita

Intence coby další pojem s komunikací související označují zaměření či záměr komunikujícího sdělit určité obsahy a skutečnosti. Stav intencionality propůjčuje komunikaci nejen úmysl či strategii, ale také energii. Velkou část komunikace by bylo možno označit jako intencionalní, tedy takovou, ve které „o něco jde“. (17)

V oblasti veřejných sbírek je toto zaměření poměrně jasné – tato energie, která je podmíněna intencionalitou, se pak může lišit dle vnitřního přesvědčení „tazatele“ a mnoha dalších náležitostí spočívajících například v krátkodobém či dlouhodobém celkovém vyladění, osobě komunikanta, prostředí, času a dále – některé z těchto určujících prvků již byly popsány výše.

2. CÍL PRÁCE, HYPOTÉZY A VÝZKUMNÉ OTÁZKY

2.1 Cíl práce

Výzkum reakcí osob vyzvaných k účasti v dobročinné sbírce s ohledem na možné motivy jejich souhlasu nebo nesouhlasu.

Cíl 1 – Zjistit, zda v případě žádosti o příspěvek na dobročinnou sbírku oslovený jedinec spíše souhlasí, nebo nesouhlasí.

Cíl 2 – Zjistit možné motivy tohoto souhlasu či nesouhlasu.

Cíl 3 – Zjistit, jak hodnotí organizátoři dobročinných sbírek celkovou situaci v tomto odvětví.

Cíl 4 – Zjistit, jak hodnotí osoby působící coby žadatelé o příspěvek na dobročinnou sbírku svou úlohu a pozici.

2.2 Hypotézy

H1: Většina oslovených osob žádosti o účast ve sbírce vyhoví.

H2: Účastníci sbírky nereflektují motivy, proč na oslovení k účasti ve sbírce reagují pozitivně.

2.3. Výzkumné otázky

1. Jsou motivy osob, kteří na dobročinnou sbírku přispějí, konkrétní, nebo spíš převážně obecně altruistické?

2. Shodují se motivy, poznatky a očekávání osob působících coby organizátoři dobročinných sbírek, žadatelů o příspěvek a potenciálních dárců z řad veřejnosti?

3. METODIKA

Ke zpracování výzkumné části práce byla využito kombinace kvalitativní a kvantitativní výzkumné strategie. Kvantitativní část byla realizována pomocí dotazníkového šetření pro potenciální dárce z řad veřejnosti a organizátorů či koordinátorů dobročinných sbírek, kvalitativní prostřednictvím pozorování z pozice žadatele o příspěvek na dobročinnou sbírku a polořízených rozhovorů s dalšími žadateli o příspěvek. Dotazník i otázky kladené v polořízeném rozhovoru byly vypracovány na základě stanovených cílů a hypotéz a informací zjištěných z odborné literatury. Respondentům byla zajištěna anonymita.

3.1 Kvantitativní část výzkumu

Dotazník pro potenciální žadatele z řad veřejnosti se sestával ze sedmnácti otázek. První tři byly identifikační, dále dotazník obsahoval osm uzavřených otázek, dvě polouzavřené, dvě otevřené a dvě škálové. Bylo rozdáno 160 dotazníků, z tohoto počtu se mi jich vrátilo 138, návratnost tedy činila 84 %.

Dotazník pro organizátory veřejných sbírek čítal dvacet dva otázek, z nichž bylo patnáct uzavřených, jedna polouzavřená, pět otevřených a jedna škálová. Byl rozeslán osmnácti organizacím, nazpět se vrátilo 15 vyplněných dotazníků, návratnost tedy činila 83 %.

Obě formy dotazníkového šetření probíhaly od poloviny března do poloviny dubna 2010. Znění obou dotazníků přikládám v příloze.

3.2 Kvalitativní část výzkumu

Coby kvalitativní strategie bylo použito zúčastněné pozorování v terénu v pozici žadatele o příspěvek na dobročinnou sbírku. Pozorování se uskutečnilo 23. března 2010 v rámci Velikonoční sbírky, kterou každoročně organizuje organizace ADRA. Samotnému konání sbírky předcházelo jednání s pracovníky organizace, po jejím

ukončení následovala zpětná vazba v podobě rozhovoru o průběhu sbírky a výši získaných finančních prostředků.

Další částí kvalitativního výzkumu byly polořizené rozhovory s osobami působícími jako žadatelé o příspěvek, při kterých jsem kladla patnáct základních otevřených otázek.

Během jednání s organizátory veřejných sbírek se mi naskytlo několik příležitostí rozhovoru s vedoucími pracovníky organizací, které tuto činnost provádějí, tuto příležitost jsem využila a některé informace, kterých se mi takto dostalo, použiji k interpretaci výsledků, tyto rozhovory tedy volně řadím ke kvalitativní části výzkumu.

3.3 Charakteristika výzkumného souboru

Kvantitativní část výzkumu byla realizována formou dotazníkového šetření pro veřejnost. Při vybírání respondentů jsem zvolila formu náhodného výběru, neboť nešlo o žádnou specifickou skupinu, omezení jsem stanovila pouze jediné, a to dolní věkovou hranici, která nesměla být nižší než patnáct let. Šlo v převážné většině o osoby z mého okolí, tedy z Jihočeského a Středočeského kraje.

Organizace, od kterých jsem získávala informace prostřednictvím dotazníku pro organizátory dobročinných sbírek, byly vybrány na základě soupisu dobročinných sbírek realizovaných na území města České Budějovice v roce 2009. Tento soupis mi byl poskytnut paní Radkou Bílou, pracovnící magistrátu města České Budějovice. Uvádím jej v příloze.

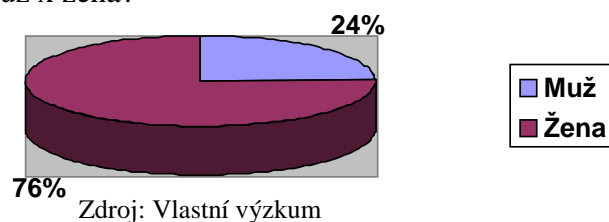
Osoby, které působí jako žadatelé o příspěvek v oblasti dobročinných sbírek, byly vybrány na základě mých kontaktů s dobrovolníky realizujícími se v této oblasti. Šlo převážně o osoby z Jihočeského kraje a Hlavního města Prahy.

4. VÝSLEDKY

4.1 Kvantitativní výzkum

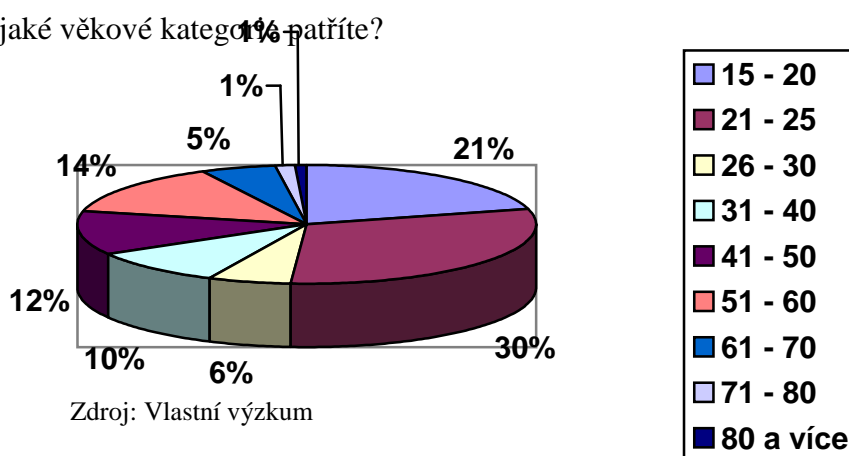
4.1.1 Dotazník pro respondenty z řad veřejnosti

1. Jste muž x žena?



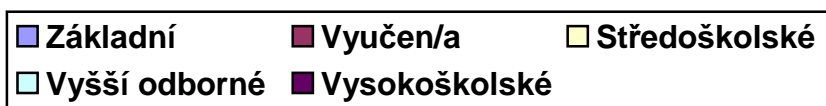
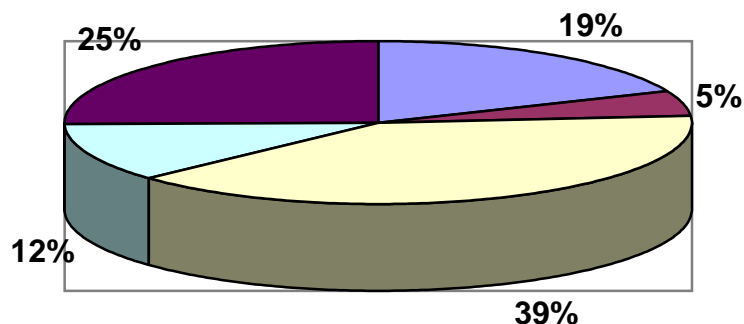
Z celkového počtu respondentů výrazně převažují ženy. Je jich 76 % oproti mužů, jejichž počet v tomto případě představuje pouhých 24 %.

2. Do jaké věkové kategorie patříte?



Nejvíce respondentů se řadí k věkové kategorii 21 – 25 let. Co se týče početního zastoupení, v kategorii 15 – 20 let bylo sesbíráno 28 dotazníků, v kategorii 21 – 25 let 41 dotazníků, v kategorii 26 – 30 let 8 dotazníků, v kategorii 31 – 40 let 13 dotazníků, v kategorii 41 – 50 let 16 dotazníků, v kategorii 51 – 60 let 19 dotazníků, v kategorii 61 – 70 let 7 dotazníků, v kategorii 71 – 80 let 2 dotazníky, k věku 80 let a více se přihlásil 1 respondent.

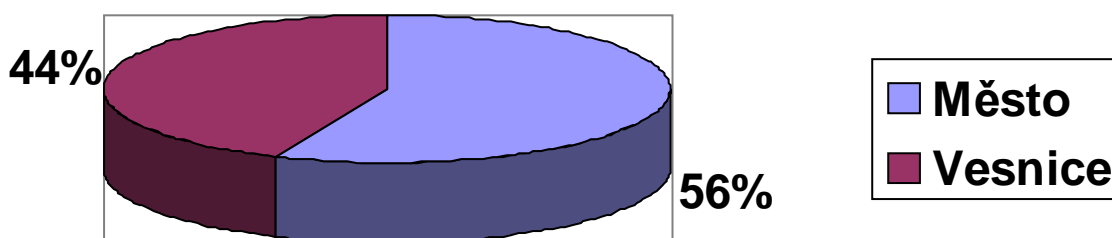
3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?



Zdroj: Vlastní výzkum

Výzkumný soubor tvoří 25 respondentů, kteří mají základní vzdělání, 7 vyučených, 53 respondentů se středoškolským vzděláním, 16 respondentů s vyšším odborným vzděláním a 34 respondentů, jejichž vzdělání je vysokoškolské.

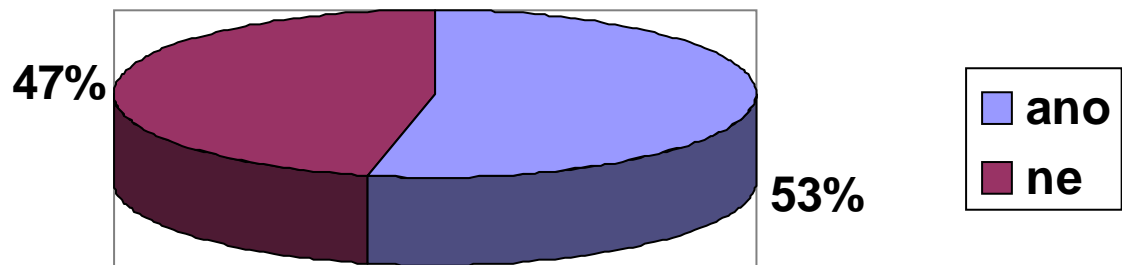
4. Bydlíte ve městě x na vesnici?



Zdroj: Vlastní výzkum

Větší počet respondentů, konkrétně 76, bydlí ve městě, zbývajících 59 na vesnici.

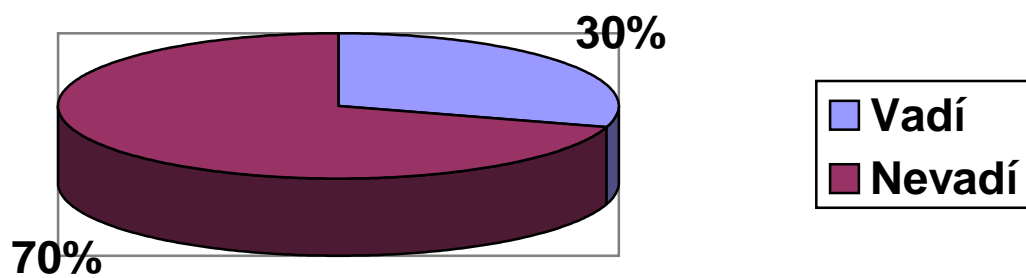
5. Jste často oslovováni kvůli dobročinným sbírkám?



Zdroj: Vlastní výzkum

72 respondentů uvedlo, že jsou často oslovováni kvůli dobročinným sbírkám, 63 osob tento fakt popřelo.

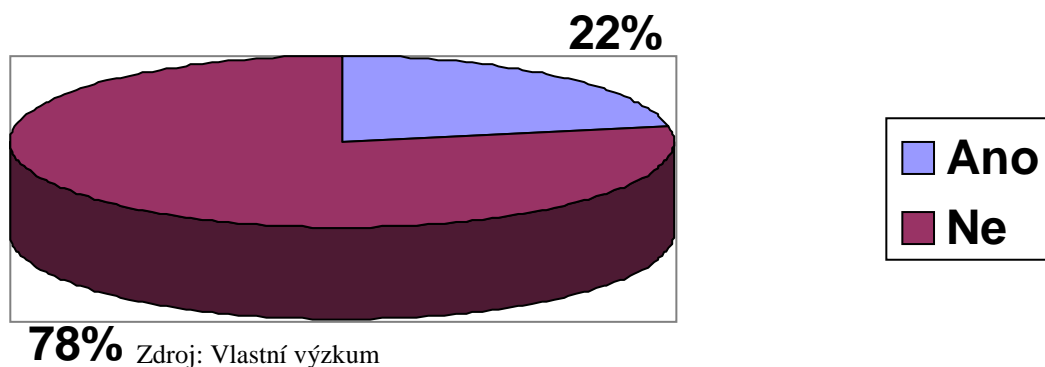
6. Toto oslovování Vám: Vadí x nevadí?



Zdroj: Vlastní výzkum

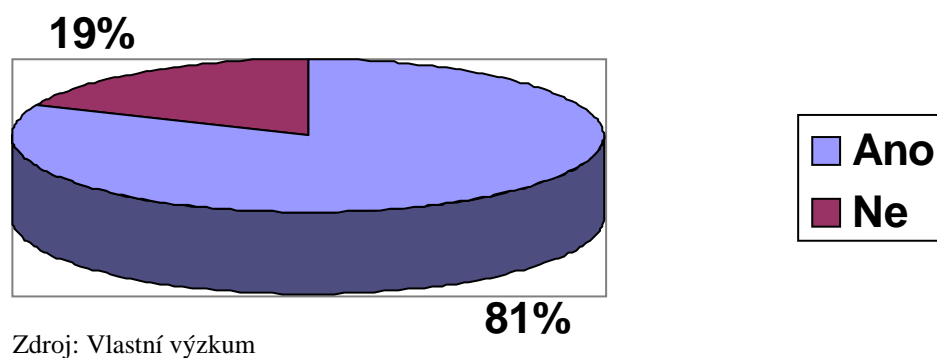
Většina respondentů, konkrétně 95, odpověděla, že jim toto oslovování nevadí, 40 osobám je naopak nepříjemné.

7. Už se Vám někdy stalo, že jste při přispívání na dobročinnou sbírku „naletěl/a“?



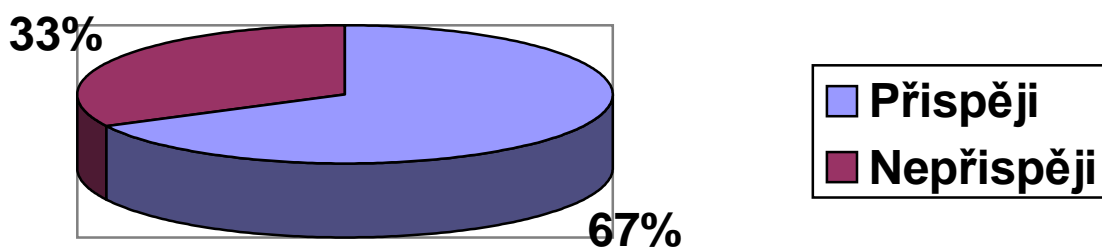
105 dotázaných osob se domnívá, že při přispívání na dobročinnou sbírku nikdy „nenaletělo“, 30 respondentů uvádí, že ano.

8. Myslíte se, že příspěvkem na dobročinnou sbírku můžete doopravdy pomoci?



Většina, tedy 110 respondentů, se domnívá, že darovaným příspěvkem na dobročinnou sbírku lze doopravdy pomoci, 25 osob je zcela opačného názoru.

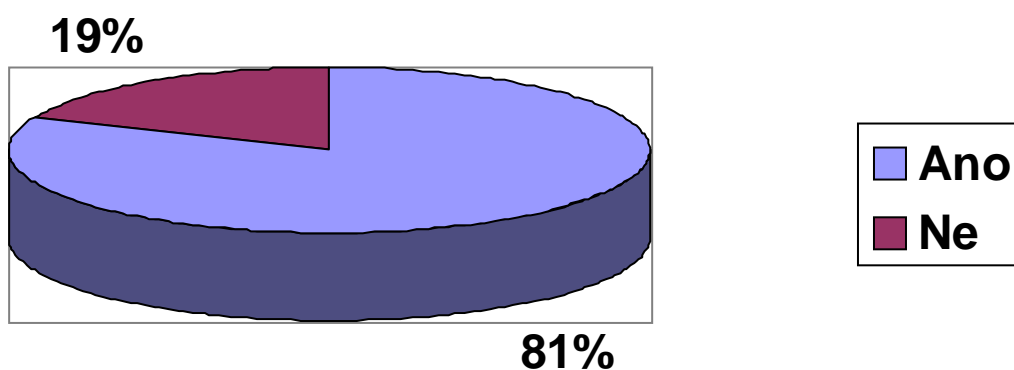
9. Jaká je Vaše nejčastější reakce na výzvu k příspěvní do dobročinné sbírky?



Zdroj: Vlastní výzkum

Většina respondentů uvádí, že v případě žádosti o příspěvek do dobročinné sbírky vznesené vůči jejich osobě nejčastěji přispějí. Konkrétně tak odpovědělo 91 osob, 44 jedinců oproti tomu většinou nepřispěje. Motivy těchto reakcí jsou rozvedeny níže.

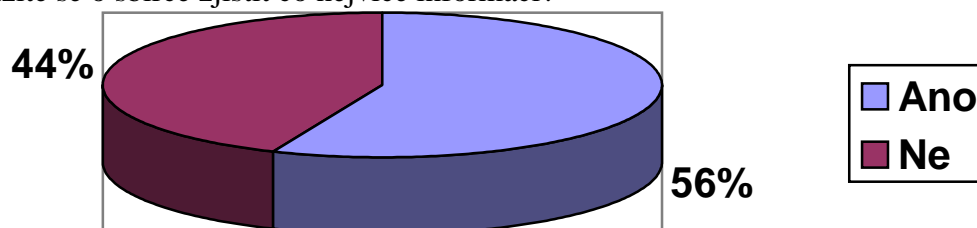
10. Vybíráte si, na kterou veřejnou sbírku přispějete a na kterou ne?



Zdroj: Vlastní výzkum

110 respondentů si vybírá, na kterou dobročinnou sbírku přispěje a na kterou nikoliv, 25 respondentů tuto volbu nečiní.

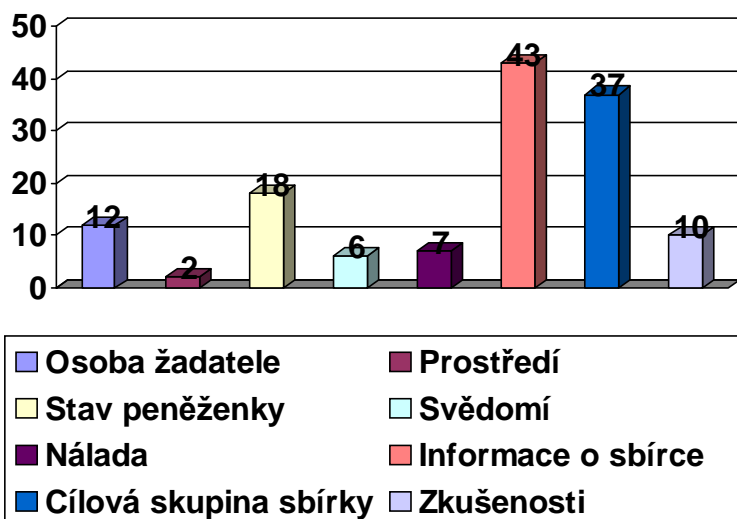
12. Snažíte se o sbírce zjistit co nejvíce informací?



Zdroj: Vlastní výzkum

76 dotazovaných osob se v případě žádosti o účast v dobročinné sbírce snaží o dané akci zjistit co nejvíce informací, 59 respondentů po těchto informacích nepátrá.

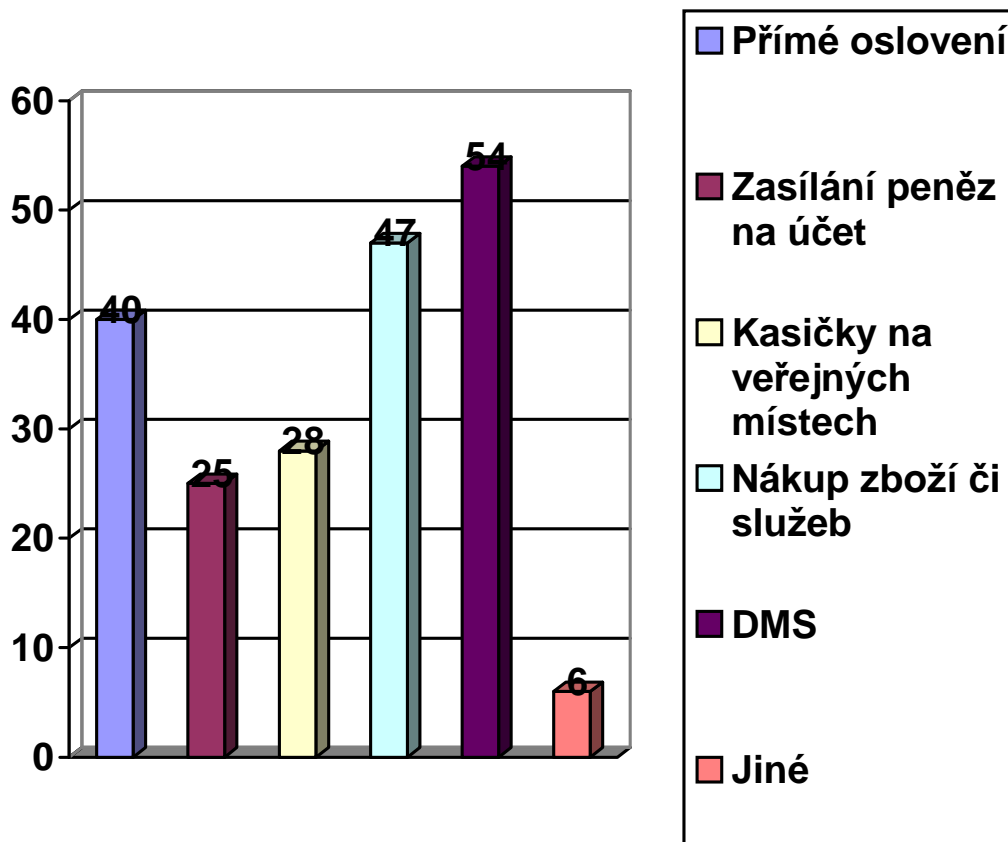
11. Podle čeho se rozhodujete, na kterou dobročinnou sbírku přispějete a na kterou ne?



Zdroj: Vlastní výzkum

Proměnné, které mohou potenciální dárce vést k rozhodnutí přispět na dobročinnou sbírku, byly respondenty dle důležitosti seřazeny následovně: Coby nejvíce rozhodující byly uvedeny informace o sbírce, dále cílová skupina sbírky, stav peněženky, osoba žadatele o příspěvek, předchozí zkušenosti respondentů s dobročinnými sbírkami, nálada, ve které se respondent v okamžiku oslovení žadatelem o příspěvek nachází, svědomí potenciálního dárce a nakonec prostředí, ve kterém je respondent osloven.

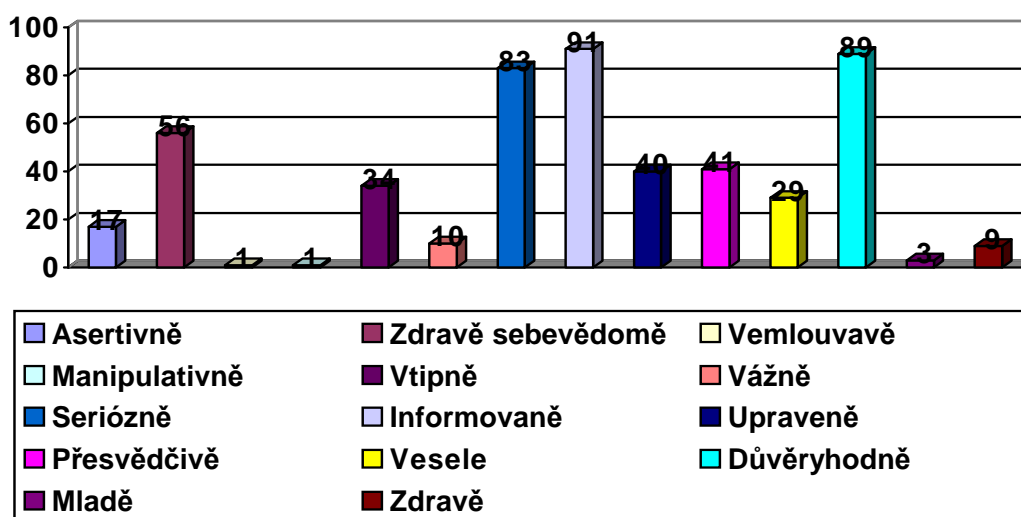
13. Jaké formy sbírky jsou pro Vás nejschůdnější?



Zdroj: Vlastní výzkum

Coby nejschůdnější formy sbírky byly respondenty zvoleny DMS, dále pak nákup zboží či služeb, kdy část utržených peněz jde na konto sbírky, přímé oslovení žadatelem o příspěvek, kasičky na veřejných místech, zasílání peněz na účet zřízený o účelu sbírky a nakonec jiné formy. Pod jinými formami byla uvedena přímá pomoc, dobrovolnictví, nákup vánočního dárku pod stromeček dětem z dětských domovů dle jejich konkrétních přání.

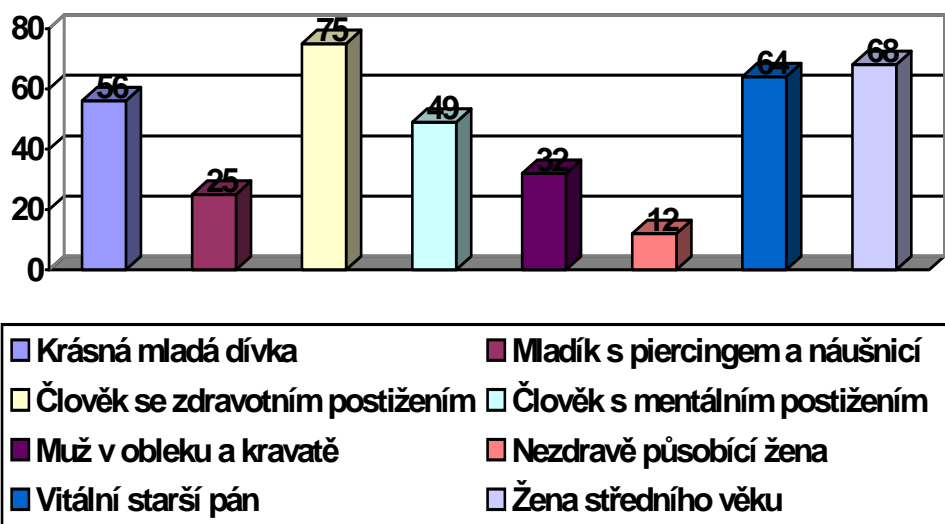
14. Jak by měl působit žadatel o příspěvek, abyste přispěl/a na sbírku, kterou propaguje?



Zdroj: Vlastní výzkum

Respondenti přikládali největší význam informovanosti v těsném závěsu s důvěryhodností a seriózností, následovalo zdravé sebevědomí, přesvědčivost, upravenost, vtipnost, veselost, asertivita, vážnost, zdraví, mládí, vemlouvavost a manipulativnost. Možnosti Nesměle, Hlučně, Zanedbaně, Smutně, Podezřele a Jinak nebyly zvoleny ani v jednom případě.

15. Přispěl/a byste na sbírku, kdyby Vás za tímto účelem oslovil/a...?

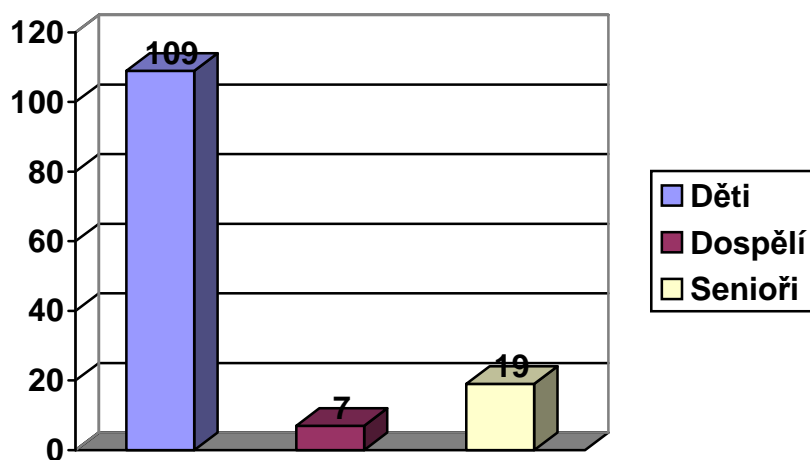


Zdroj: Vlastní výzkum

V oblasti preferencí respondentů ohledně osoby žadatele o příspěvek byl v největším počtu případů zvolen člověk se zdravotním postižením, dále žena středního věku, vitální starší pán, krásná mladá dívka, člověk s mentálním postižením, muž v obleku a kravatě, mladík s piercingem a náušnicí, nejméně respondentů potvrdilo, že by na dobročinnou sbírku přispěli po žádosti nezdravě působící ženy.

16. Preference příspěvku dle cílových skupin sbírky

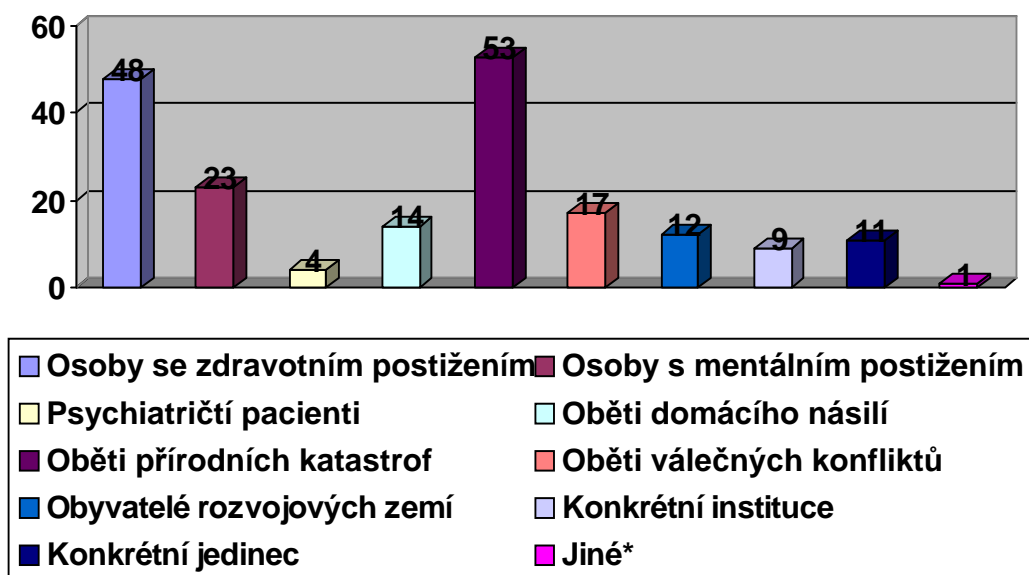
a)



Zdroj: Vlastní výzkum

Co se týče preference příspěvku na dobročinnou sbírku dle základních cílových skupin, naprostá většina respondentů uvedla na prvním místě děti, s velkým rozstupem pak následovali senioři a za nimi dospělí lidé.

b)

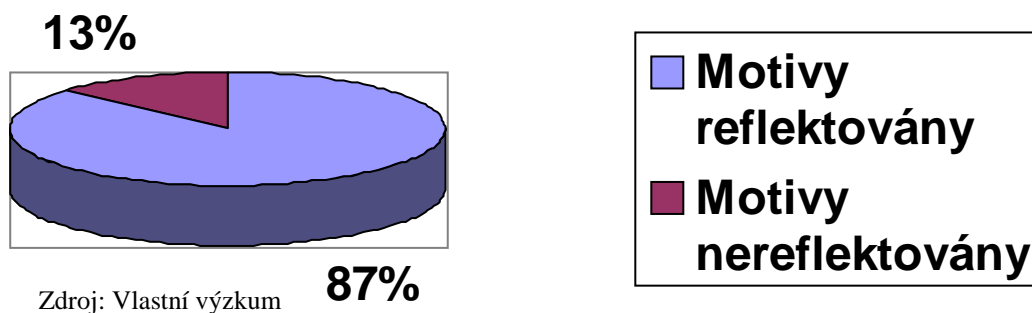


Zdroj: Vlastní výzkum

Co se týče preference příspěvku na dobročinnou sbírku dle blíže definovaných cílových skupin sbírky, nejvíce respondentů na prvním místě uvedlo oběti přírodních katastrof, za nimi následují osoby se zdravotním postižením, osoby s mentálním postižením, oběti válečných konfliktů, oběti domácího násilí, obyvatelé rozvojových zemí, konkrétní jedinec, konkrétní instituce, psychiatričtí pacienti a jiné cílové skupiny. V grafu je patrný vysoký rozdíl v preferencích prvních dvou kategorií (oběti přírodních katastrof, osoby se zdravotním postižením), kde jsou hodnoty nápadně vysoké, u dalších kategorií nejde o tak markantní rozdíly.

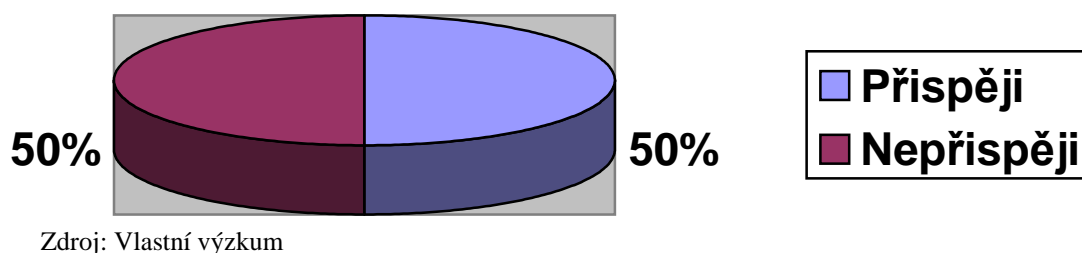
* Pod položkou Jiné byly respondenty doplněny následující údaje: Zvířata, Výzkum a léčba obtížně léčitelných chorob (myelom)

9. Motivy reakce na výzvu k účasti v dobročinné sbírce



18 respondentů z celkového počtu 135 nevedlo, jaké motivy je vedou k tomu, že na dobročinnou svírku přispějí či nepřispějí.

Reakce respondentů, kteří své motivy nereflektovali



U oněch 18 respondentů, kteří nereflektovali své motivy k přispění či nepřispění na dobročinnou sbírku, 9 osob vyjádřilo, že při oslovení přispěje, 9 naopak přispět odmítne, jejich poměr je tedy vyrovnaný.

Motivy, na kterých se respondenti nejčastěji shodovali:

a) Směřující k poskytnutí příspěvku:

- *Chůť či touha pomoci cílové skupině („chci pomoci“, „snad to pomůže“, „pomoc potřebným“, „pomoc“, „pomoc ostatním, kteří to potřebují“, „řeknu si, že je třeba pomoci“, „ráda pomohu, pokud mohu“, „chůť pomoci“, „pomoc bližnímu svému“, „pomoc druhým“, „ochota pomoci“, „chci pomoci, i když jenom malou částkou, ještě nejsem natolik odrazena od formy tohoto přispívání, i když vím, že je to těžko ověřitelné“ „chci pomoci, ale záleží jak přesvědčivě na mě působí organizace, na kterou má příspěvek padnout“, „udělat něco pro lidi v těžké situaci“, „touha pomoci potřebným lidem“, „snaha pomoci“, „snaha přispět malou kapkou“)*
- *Pomoc žadatelům o příspěvek („pomoc prodávajícím“)*
- *Předmět, který je zas příspěvek možné získat („líbí se mi to, co prodávají“)*
- *„Pro dobrou věc“ („je to pro dobrou věc“, „chci přispět na dobrou věc a alespoň touto cestou pomoci“)*
- *Lítost („lítost“, „lítost nad neštěstím druhých“)*
- *Účast*
- *Soucit („soucit“, „soucit s cílovou skupinou“)*
- *Solidarita („ostatní mi nejsou lhostejní“, „solidarita, empatie, pomoc“.)*
- *Empatie („dokážu se snadno vcítit do situace lidí, na které přispívám, tak jim chci pomoci“, „empatie“)*
- *Vlastní zkušenosti („manželka byla dlouhodobě nemocná, snažil jsem se pomoci jí i jiným“, „vím, jaké to je, pokud potřebuje někdo pomoci a nikdo nepomůže“, „snažím se přispět, protože ze své praxe vím jak to v zařízeních chodí a jak se každá finanční částka potřebná“, „pokud po vás nechtějí konkrétní cenu (př. 50 Kč), ale jakoukoliv částku – ráda přispěji, protože ráda bych pomohla a navíc jsem byla mnohokrát na druhé straně, kdy jsem se snažila získat nějaké finance pro př. určitou organizaci“, „Většinou se jedná o známou organizaci a já mám docela přehled o připravovaných sbírkách, tudíž nemám obavu, že bych naletěla. Jako studentka střední školy jsem se účastnila jako dobrovolník sama*

podobných sbírek a vím, jak se tazatelé cítí, takže k nim přistupuji rovnou sama a s úsměvem a mám pro ně vždy několik povzbudivých slov. Není lehké žádat lidi o peníze, bývají často nedůvěřiví. Tudíž mým motivem je přispět a zároveň ukázat tazatelům, že jejich činnost má smysl – povzbudit je.“)

- *Vlastní pocit („v podstatě pro (tak trochu sobecky) vlastní pocit dobročinnosti“, „mám opravdu pocit, že pomáhám a má to smysl“, „pocit, že pomohu“, „mám dobrý pocit“)*
- *Možnost návratnosti („jednou se mi to třeba vrátí“, „nikdy nevím, co se může stát mně“, „mohu se dostat také do situace, kdy budu prosit o pomoc“)*
- *Vlastní spokojený život („Dobře se mi daří, jsem v životě spokojená, ráda pomohu jiným – i s riskem, že se to nedostane na místo určení.“, „mám se lépe než ti, pro které se sbírka pořádá“, „mám se dobře, tak ať se tak můžou mít i ostatní“)*
- *Pomoc jako samozřejmost („prostě přispívám“, „chci přispět“, „je to potřebná věc“, „řeknu si, že je třeba pomoci“, „je správné pomoci“ „je to lidské“, „pomoc se neodmítá“, „je pro mě samozřejmostí pomáhat“, „byla jsem tak vychována“)*
- *Občasnost a nevelikost příspěvku („není to často“, „přispívám vždy jen málo, takže nějaká ta desetikoruna se vždycky najde a doufám, že někomu pomůže“, „poměrně malý obnos peněz jako příspěvek“)*
- *Působení žadatele o příspěvek („Záleží na důvěryhodnosti vybírajícího – když se mi zdá důvěryhodný, přispěji rád a věřím, že se peníze dostanou tam, kam mají.“, „jak je výzva formulována“, „jak na mě působí osoba, která o to žádá“, „seriózní a důvěryhodné působení žadatele o příspěvek“)*
- *Informace o sbírce („přispívám pouze na sbírky, o kterých něco předem vím“, „informace o sbírce“, „známost sbírky“, „přispívám jen na osvědčené věci (nedělní sbírka v kostele), ostatních se neúčastním“, „Kytičkový den, Škola v Africe, Bílá pastelka“, „vybírám si jen některé dvě až tři sbírky, na které tradičně přispívám“, „Přispívám málokdy, jen pokud je to známá sbírka, v médiích zveřejňovaná jako např. koupě žlutých kytíček, srdíček, pastelek pro*

Světlušku apod....Lidí, kteří vybírají peníze s kasičkou, je mnoho.“, „Pokud je sbírka známá tak přispějí za účelem pomoci finančně nějaké organizaci. Uvědomuji si, že částka se k těm nejpotřebnějším nedostane nikdy celá, ale i kdyby to byla jen malá kapka, tak to za to stojí. Také mám ráda předměty, které za přispěné peníze dostanu.“, „přispějí, když vím, o co jde“)

- *Cílová skupina sbírky („Cílová skupina a sbírka sama dává smysl a dá se jí věřit“, „doufám, že se to dostane na to, na co má“, „dle druhu a účelu sbírky“, „podle toho, komu je sbírka určena“, „způsob využití peněz – komu jsou určeny“, „záleží, o jakou věc se jedná“, „Záleží na typu sbírky a cílové skupině, pro kterou má příspěvek být - nejčastěji přispívám do sbírek pro postižené děti.“)*
- *Negativně zabarvené motivy („chci, aby mě neotravovali“, „časté a dlouhé přemlouvání plus hra na city“)*

b) směřující k odmítnutí žadatele o příspěvek

- *Nejistota využití poskytnutých financí („nevím, zda peníze budou dobře využity“, „Motivem pro tuto moji reakci je to, že člověk si nemůže nijak zkontrolovat jestli peníze opravdu šly tam, kam by měly jít, dost lidí se na tom může přiživit“, „minimum financí jde ve skutečnosti tam, kam má, většinu si bere administrativa“, „protože většinou vím, že na danou věc jde jen malé procento peněz, které se vybírají“)*
- *Nedůvěra („nevěřím, že by pomoc přišla tam, kde je potřeba“, „nevěřím, že se peníze dostanou tam, kde je třeba – vlastní zkušenost“, „nedůvěra“, „nedůvěřuji“, „nevěřím tomu“, „Nevěřím, že se peníze dostanou tak, kam je to potřeba. Raději volím formu osobní angažovanosti v dané oblasti než finanční podporu.“, „těmto sbírkám nevěřím“, „Nevěřím. Toto může v dnešní době udělat kdokoliv. Vezme si kasičku na krk, vytiskne si letáčky o nějaké fiktivní organizaci či jméno nějaké známé organizace klidně zneužije a vybírá. Myslím, že je slušné obohacení. Domnívám se, že takových falešných lidí, kteří vybírají peníze..je mnoho. Myslím, že tomu nelze ani nijak předcházet. Pokud se nato*

přijde, tak dotyčný v mžiku zmizí i s penězi.“ „Mým motivem je tedy to, že nevěřím a dále je to též ovlivněno momentální náladou. Kdoví, kde peníze nakonec skončí!!!“, „Povětšinou nepřispívám jenom tak na ulici, když nevím, co se za akcí skrývá. Vzít si kasičku a připravit si dojemný příběh může kde kdo.“)

- *Nedůvěryhodnost žadatele o příspěvek („nedůvěra v oslovujícího“, „nedůvěryhodnost vybírajících lidí z té organizace“, nedůvěryhodné osoby“, „někdy bývají výběrčí nepřijemní“, „nedávám peníze, když lidé neumí pořádně říci na co přispívám – např. informace „na nevidomé“ není pro mě úplná..chci vědět, kam a na co peníze půjdou.“)*
- *Nedostatek informací o sbírce („nemám dost informací“, „neznalost, o jakou sbírku jde a kam půjdou přispěné peníze“, „neznámá sbírka“)*
- *Nedůvěra v prospěšnost konceptu dobročinné sbírky („nemyslím si, že takto doopravdy pomůžu“, „nejsem přesvědčená, že takto můžu DOOPRAVDY pomoci“, „V budoucnu budu těmto potřebným lidem, kvůli kterým se sbírka koná, pomáhat fyzicky, krom toho platové ohodnocení této mé činnosti nebude valné, takže necítím žádnou potřebu podporovat je ještě materiálně, fyzická pomoc, o které se zmiňuji, bude mnohem užitečnější.“, „nepřispívám ze zásady“)*
- *Příliš mnoho dobročinných sbírek („Těchto sbírek je hrozně moc a to hlavně v Praze a často ani nevím na co ty peníze jdou. Není možné přispívat všem, je to přesycené.“, „někdy přispěji, ale když se mi ptají po každých sto metrech, je mi to nepřijemné“, „Sbírek je mnoho a často jsou v jednom období, proto nemohu přispívat všem“, „Když mě zastaví tak nemám čas, nemůžu přispívat každému kdo mě osloví, pomáhám s organizací sbírek v našem městě (Kytíčkový den, Postavte školu v Africe, Velikonoční skautské kuřátko-Pomozte dětem!, Tříkrálová sbírka) a na tyto sbírky také přispívám a věřím jim“, „No, poprvé, když je mi vysvětleno na co přispívám, tak dám...ale když mě během nákupu v krámě osloví 5x s jednou sbírkou tak bohužel.“)*

- Nedostatek financí („nemám peníze navíc“, „dle stavu osobních financí“, „nemám peníze“, „nemám u sebe tolik peněz“, „nedostatek peněz“, „mám zrovna po ruce jen papírové peníze“)
- Nezáměr („nemám zájem“, „nejsem příznivcem dané sbírky“, „daná sbírka mě nezaujme“)
- Nedostatek času („často chvátám a nemám moc času, když mě oslovují“, „spěchám“, „podle času“, „nemám čas“)
- Podle nálady („nemám náladu“, „záleží na náladě“)
- Nelibost („obtěžuje to“, „vadí mi to“)

17. Chtěl/a byste ještě něco dodat?

„Vše je prospěšné a má to svůj účel, když to není zneužito.“

„Lidé si mají pomáhat – v nouzi poznáš přátele.“

„Podat pomocnou ruku by mělo být jednou z předních vlastností lidí.“

„Bohužel se mi často stává, že nemohu přispět kvůli momentálnímu stavu peněženky, ale mám-li možnost, přispěji vždy.“

„Nepřispívám bezdomovcům, protože nikdy nevíte, jak se do svého stavu dostali.“

„O vše by se měl starat stát, současná společnost je moc tržní, mnohdy je otázka, jak se získanými penězi bude naloženo.“

„Všelijaké sbírky bývají organizovány především na pomoc sociálně vyloučeným lidem nebo na podporu všelijakých sociálních projektů. Já si myslím, že takové věci by měl řešit stát (od toho tu je – aby se staral o občany) a jemu platím prostřednictvím daní. A že to není málo. Stejně se podle mě vyberou poměrně bezvýznamné částky, které spolkne neefektivní administrativa, apod.“

„Ani tak nezáleží, jak žadatel o příspěvek vypadá (pokud nepůsobí jako bezdomovec), ale hlavně jak působí (nejen vzhledově).“

„Na vzhledu nezáleží, důležitá je osoba.“

„V dnešní době je spousta lidí co má piercing a nemusí to znamenat že tento člověk není důvěryhodným aktérem, nebo muž v obleku – zda se mu to nakazuje nebo ne, nebo chce zapůsobit.“

„Můj osobní názor na danou sbírku a její účel, Asi, že je to na dobrou věc, že mohu někomu pomoci.“

„Mělo by být víc kasiček.“

„Některé sbírky doopravdy pomohou, jiné zase ne. Je to v rozhodnutí samotného dárce, zda věřit konkrétní organizaci a přispět.“

„Uznávám, že v některých případech jsou peníze potřeba „hned teď“ a tehdy je „nárazová sbírka“ rozumným řešením, ale principiálně si myslím, že je užitečnější pravidelné přispívání konstantní částky konkrétní instituci – ta pak má možnost nějak plánovat do budoucna a její činnost je mnohem lépe sledovatelná, takže přispívající má možnost udělat si obrázek o tom, na co je potřeba vynaložit peníze (osobně takto přispívám na konto Člověka v tísní v rámci kampaně „Skuteční lidé potřebují skutečnou pomoc“ – přijde mi to jako dobré využití mých byť skromných příspěvků).“

„Motivy k přispění do veřejné sbírky? Jestliže ano, jelikož se moc nedozvídám o probíhajících sbírkách – nevím zda svojí vinou nebo zda je špatná informovanost, většinou tyto akce vídám na ulici, ale jsem již opatrnější a dívám se po průkazech – mnohokrát jsem slyšela o zneužívání (viz příběh o nakoupení předmětu v IKEA a prodávání a vydávání je za předměty k dobročinným účelům) motiv tedy bývá pomoci druhým, ať se to týká pouličního prodávání předmětů nebo posílá dárcovských SMS – i když zde je také se zamyslet nad tím, zda doopravdy částka poputuje kam má a jestli také v plné výši, v dnešní společnosti je věřit velmi těžké... nebo podpořit danou skupinu /situaci / pomoci v těžkých chvílích.“

„Rozhduji se podle toho, zda jsem už na tuto sbírku přispívala, zda ji znám, zda jsou tazatelé označeni a vědí, na co peníze vybírají, zda se mi cena kterou vybírají zdá úměrná mým možnostem, apod. Rovněž se nedá jednoznačně určit, jestli příspěvkem do veřejné sbírky opravdu pomohu či nikoliv. Je to hlavně podle toho, co o které sbírce vím, jak je věrohodná, medializovaná a funguje, podle toho také buď přispěji, nebo ne. Myslím si, že větší šanci na úspěch mají sbírky, které jsou medializované, mají dlouhou

tradici, jsou propagované známými osobnostmi a lidé jim tím pádem více důvěřují nežli sbírkám, které připravuje nějaká nezisková organizace, která sice pracuje s úctyhodným nasazením a cílem, ale nikdo ji nezná.“

„Nepřispívám na léčení AIDS, závislostí a všech onemocnění, které si člověk svým životem sám způsobí. Jsem kuřák a vím, že si ničím zdravím, a přesto kouřím, ale jsem abstinent – závislost na alkoholu nechápu, v těžkých životních situacích – 27.12.09 jsem ovdověl po 43 letech společného života a útěchu v alkoholu jsem nehledal, ač mě samota tíží.“

„Je velice důležité, abych organizaci či danou konkrétní sbírku znala (proto např. jejich medializace je velice důležitá) a samozřejmě je důležitá osoba, která se snaží získat finance.“

„Přispěji, když vím, o co jde (Srdíčkový den, den narcisů...) ale častokrát daný člověk ani nevysvětlí, na co by se peníze měly použít, někdy nevypadá důvěřivě, nebo se někdy stane, že mám po ruce jen papírové peníze, v tom případě nepřispěji.“

„Již jsem několikrát naletěl, a proto nemám moc důvěru. Přispěl bych jedině, pokud by tuto veřejnou sbírku zastupovala osoba, která je obecně známá, nebo ji zastupuje člověk mně blízký.“

„Při hledání brigády jsem narazila na možnost přivydělat si prodejem drobných předmětů vyrobených v chráněných dílnách-nemyslím si, že by podstatná část peněz měla připadnout prodejci jako gáže za vykonanou práci, moje romantická představa o jakémsi fundraisingu pro neziskovky zahrnuje dobrovolníky.“

„Dobročinné sbírky potkávám téměř denně. Ve většině případů se jedná o pochybné sbírky, kde těžko říci, zda se peníze dostanou do potřebných rukou. Přispívám ráda, ale ve většině jen na známé celorepublikové sbírky.“

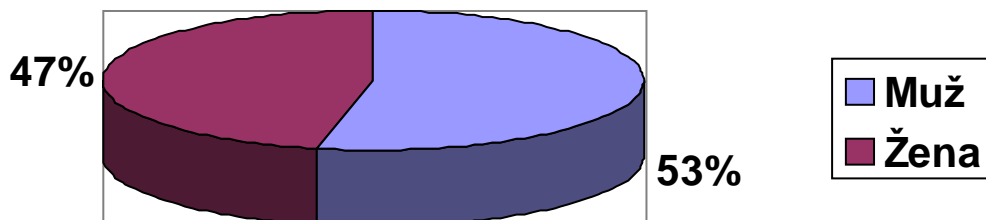
„Rád bych věděl, jak sbírky pomohly.“

„Chtěla bych, aby všechny vybrané peníze přišly tam, kam byly určeny.“

„Bylo by motivující, kdyby se vždy nějakým prostředkem informovalo, kolik se nasbíralo na konkrétní sbírku a zda pomohla, či nestačila a bylo by zapotřebí pomoci znovu. Bez jakýchkoliv dalších informací o „koncích“ sbírek nebývá člověk pocitu, že se vybrané peníze (například) nedostaly tam, kam měly.“

4.1.2 Dotazník určený organizátorům a koordinátorům dobročinných sbírek působícím v pořádajících organizacích.

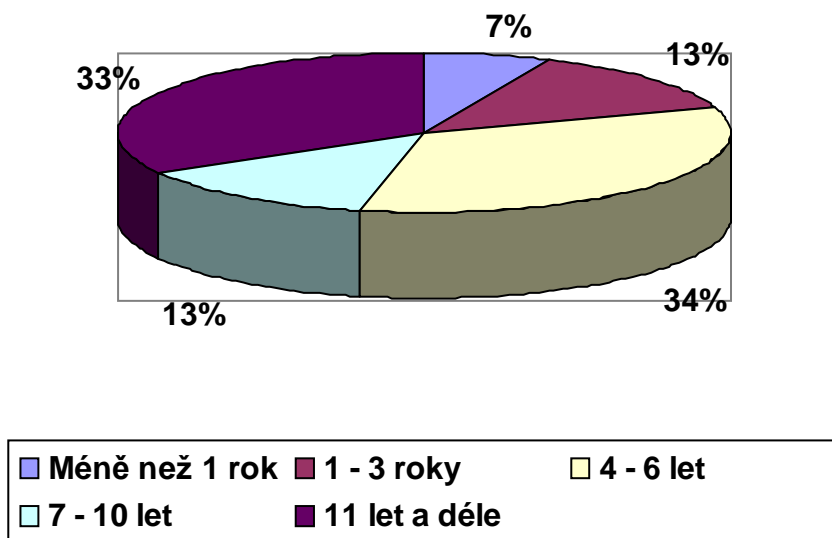
1. Jste muž x žena?



Zdroj: Vlastní výzkum

Respondenty z řad osob, které se v dotázaných organizacích zabírají pořádáním a koordinací dobročinných sbírek, byly v 8 případech ženy, v 7 muži.

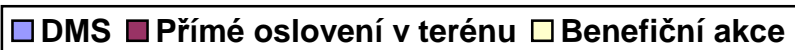
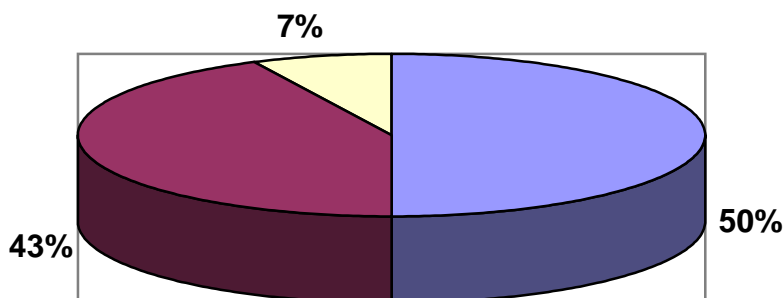
19. Jak dlouho působíte v této profesní oblasti?



Zdroj: Vlastní výzkum

Co se týče délky působení dotázaných osob v oblasti dobročinných sbírek, 1 tuto činnost vykonává méně než 1 rok, 2 respondenti 1 – 3 roky, 5 respondentů 4 – 6 let, 2 respondenti 7 – 10 let a 5 respondentů 11 let a déle.

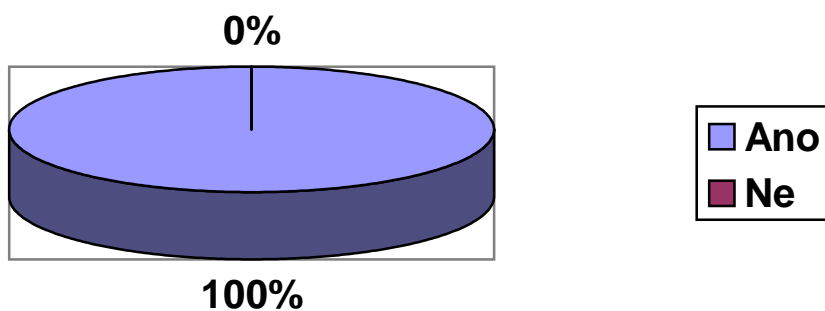
2. Jaká forma sbírky má dle Vašeho názoru nejvyšší úspěšnost?



Zdroj: Vlastní výzkum

Polovina respondentů uvedla, že dle jejich názoru má nejvyšší úspěšnost sbírka prováděná formou DMS, poté následovala přímé oslovení v terénu a nakonec benefiční akce. Ač šlo o otevřenou otázku, všichni respondenti uvedli některou z těchto tří odpovědí.

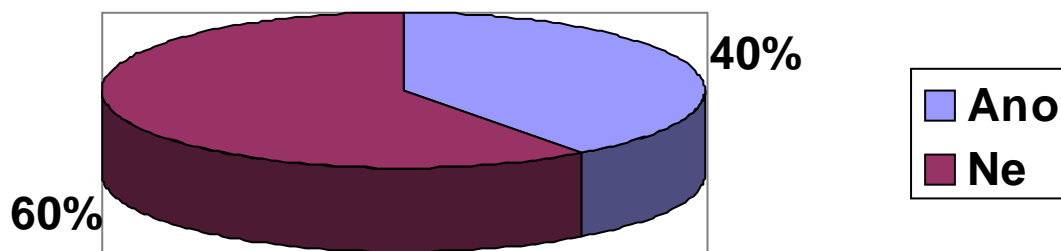
3. Má dle Vašeho názoru osoba žadatele o příspěvek vliv na reakci osloveného?



Zdroj: Vlastní výzkum

Všechny dotázané osoby se domnívají, že osoba žadatele o příspěvek má vliv na reakce osloveného potenciálního dárce.

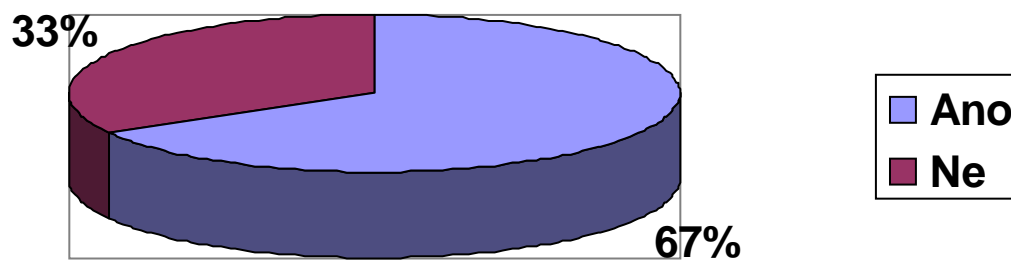
4. Vybíráte žadatele o příspěvek dle vnějších charakteristik?



Zdroj: Vlastní výzkum

9 respondentů nevybírání žadatele o příspěvek podle vnějších charakteristik, 6 naopak ano.

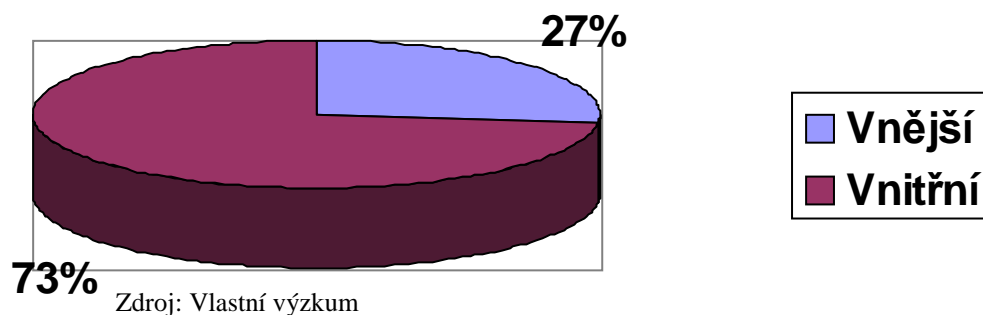
5. Vybíráte žadatele o příspěvek dle vnitřních charakteristik?



Zdroj: Vlastní výzkum

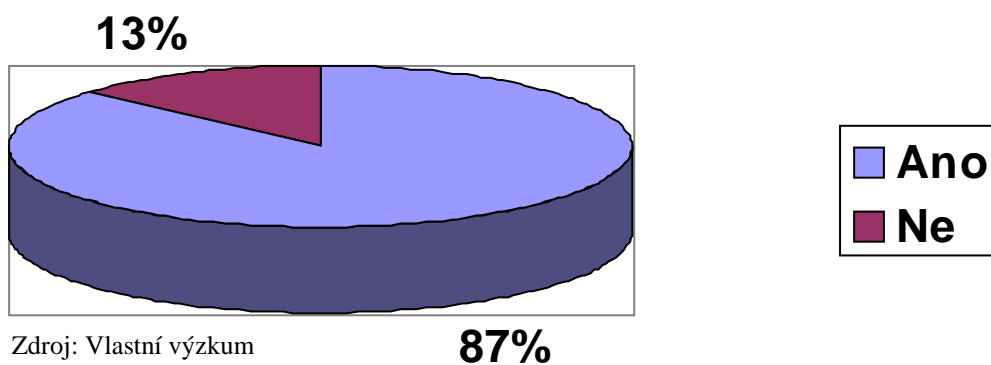
10 respondentů vybírá žadatele o příspěvek dle vnějších charakteristik, 5 jich tak nečiní.

6. Které z těchto charakteristik převažují?



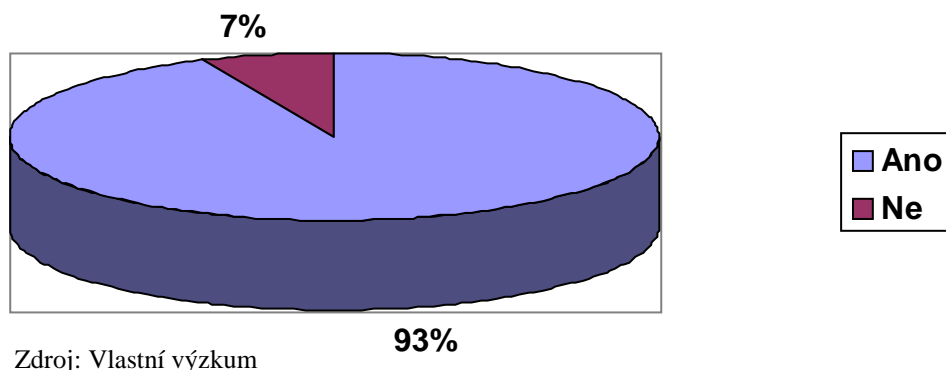
4 dotázané osoby se při volbě žadatele o příspěvek řídí především vnějšími charakteristikami, zbytek, tedy 11, upřednostňují charakteristiky vnitřní.

8. Školíte žadatele o příspěvek před započítáním sbírky?



13 dotázaných osob své žadatele o příspěvek před započítáním sbírky školí, 2 nikoliv.

9. Snažíte se žadatele o příspěvek motivovat?

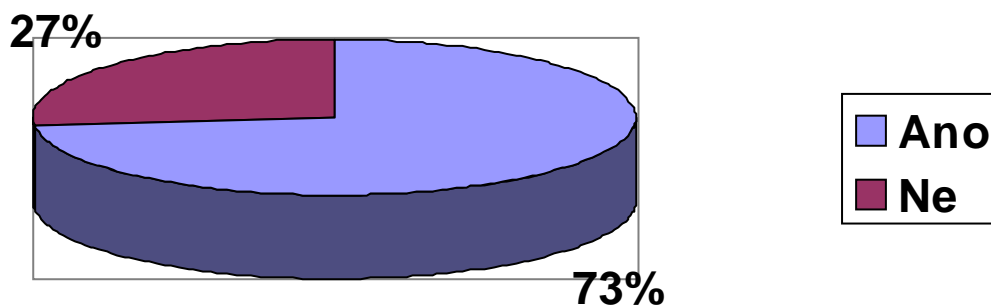


14 respondentů se snaží žadatele o příspěvek motivovat, 1 nikoliv. Způsoby a prostředky motivace jsou uvedeny dále.

10. Pokud ano, jak je motivujete?

- *Drobné dárky*
- *Předchozí úspěchy – snaha je překonat*
- *Využití vybraných finančních prostředků (pozitivní efekt)*
- *Stravenky*
- *Lístky do divadla*
- *„Školení, vysvětlení smyslu sbírky, výsledky z minulých sbírek*
- *„Tvoříme skupinu, která je spolu ráda i ve volném čase, pomáháme si svými povoláními,,*
- *„Finančně, stravenky a tak dále.“*
- *„Vysvětlit smysl sbírky, objasnit využití získaných prostředků, uvést příklady, jak komu výtěžek sbírky pomohl.“*
- *„Provedením po zařízení, seznámení s organizací a lidmi, kterým je výtěžek sbírky určen.“*
- *„Finanční prostředky putují konkrétnímu postiženému – žadatel zná jméno a formu postižení, prodáváme hlavně v oblasti, kde postižený bydlí.“*

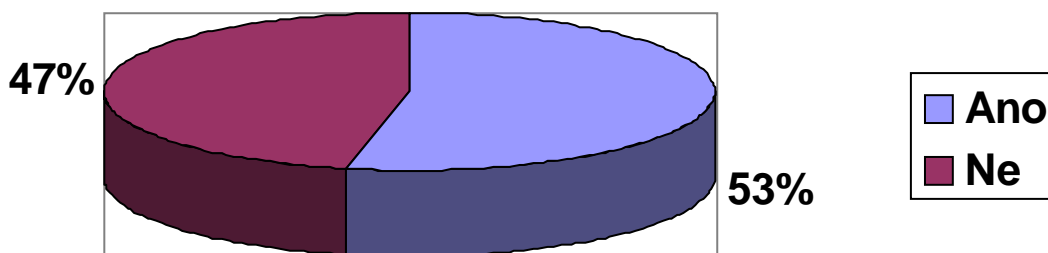
11. Hodnotíte po skončení sbírky společně s žadatelem o příspěvek její průběh a výsledky?



Zdroj: Vlastní výzkum

11 respondentů po hodnotí po skončení sbírky společně s žadatelem o příspěvek průběh a výsledky celé akce, 4 toto společné hodnocení neprovádějí.

12. Zkusil/a jste si někdy v minulosti působit jako žadatel o příspěvek?

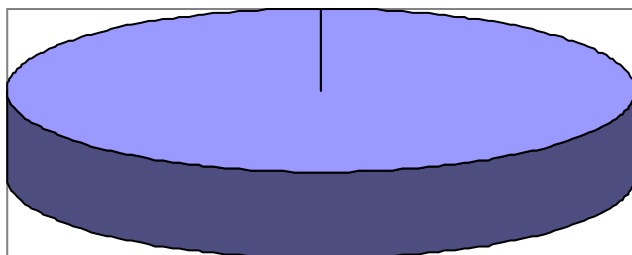


Zdroj: Vlastní výzkum

8 dotázaných osob, které nyní působí v pozici organizátorů či koordinátorů dobročinných sbírek, si někdy v minulosti vyzkoušelo působit jako žadatel o příspěvek 7 nikoliv.

13. Propagujete sbírky i jinými způsoby, než přímým oslovováním osob v terénu?

0%

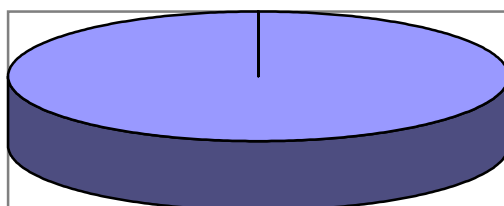


Zdroj: Vlastní výzkum **100%**

Všechny dotázané osoby propagují sbírky, na kterých pracují, i jinými způsoby než přímým oslovováním potenciálních dárců v terénu.

14. Je podle Vás důležité umět na požádání poskytnout podrobné informace o sbírce?

0%

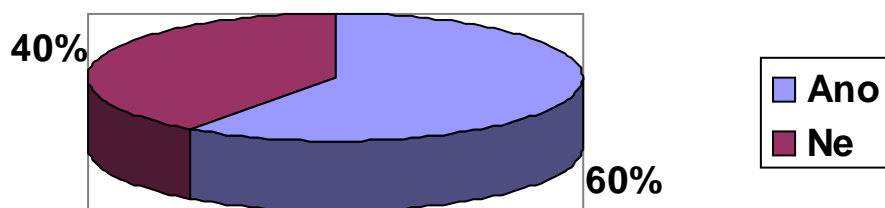


100%

Zdroj: Vlastní výzkum

Dle všech respondentů je důležité umět na požádání poskytnout podrobné informace o sbírce.

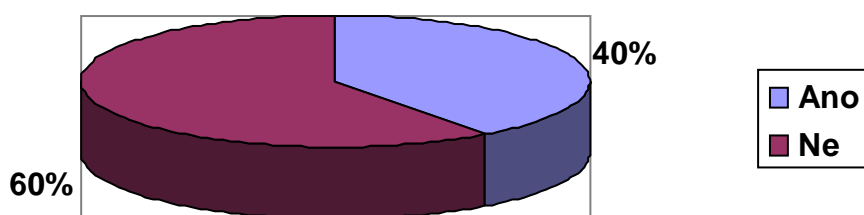
15. Máte pocit, že je problém domluvit případné místo na umístění pevné kasičky?



Zdroj: Vlastní výzkum

Dle 9 respondentů je problém domluvit případné místo na umístění pevné kasičky, 6 tuto situaci jako problémovou nehodnotí.

16. Setkal/a jste se v oblasti dobročinných sbírek s problémy při případné spolupráci s dalšími organizacemi?

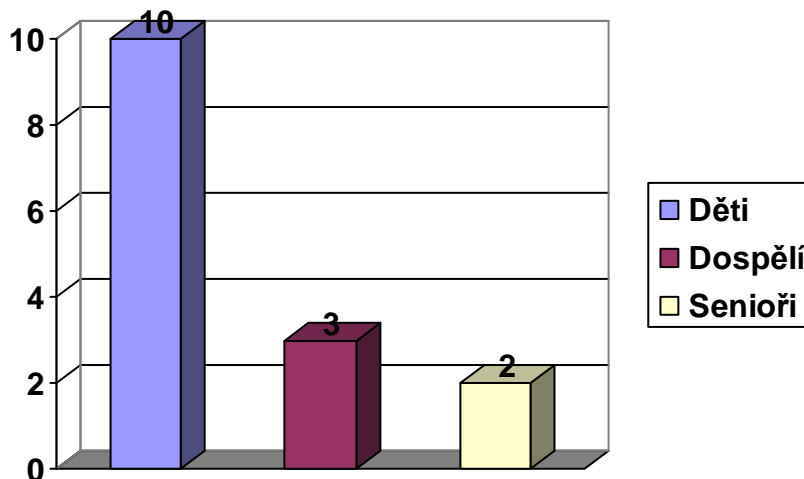


Zdroj: Vlastní výzkum

6 dotázaných osob se v oblasti dobročinných sbírek setkala s problémy při případné spolupráci s dalšími organizacemi, 9 nikoliv, avšak ne všechny mnou dotazované organizace s někým dalším pravidelně spolupracují.

17. Preference veřejnosti dle cílových skupin sbírky

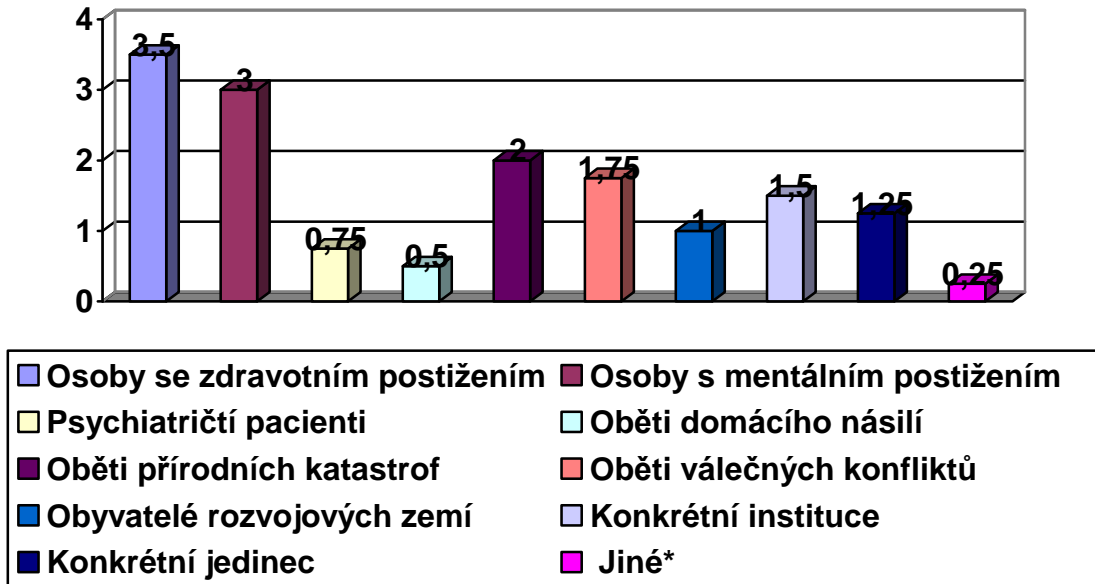
a)



Zdroj: Vlastní výzkum

Dle zkušeností dotázaných organizátorů a koordinátorů dobročinných sbírek je u veřejnosti, co se cílové skupiny pro příspěvek na dobročinnou sbírku týče, nejpreferovanější skupina děti, za kterými následují dospělí a senioři. Tento výsledek se nápadně shoduje s výsledkem, který uváděly osoby z řad veřejnosti – opět je možné si všimnout velké propasti mezi první cílovou skupinou a dvěma zbývajícimi, které se mezi sebou v počtu preferencí liší minimálně.

b)



Zdroj: Vlastní výzkum

Veřejnost dle zkušeností respondentů v případě příspěvků na dobročinně sbírky nejvíce preferuje cílovou skupinu osob se zdravotním postižením, dále pak následují osoby s mentálním postižením, oběti přírodních katastrof, oběti válečných konfliktů, obyvatelé rozvojových zemí, konkrétní instituce, konkrétní jedinci, psychiatričtí pacienti, oběti domácího násilí a jiné.

*Pod pojmem Jiné byla uvedena následující možnost: Dětské domovy

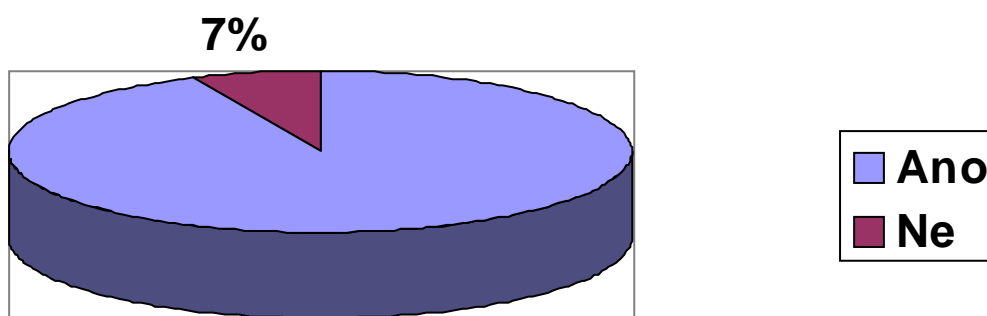
7. Jak by dle Vás měl na první pohled působit úspěšný žadatel o příspěvek?

Respondenti uvedli na následující vlastnosti:

- „důvěryhodně a prokazatelně“
- „důvěryhodný a asertivní“
- „příjemné vystupování“
- „nevnucovat, asertivní, neagresivní“

- „veselý, optimistický, plný energie a nikdy neklesající na myslí“
- „Milý, nevtíravý, ale nesmí se zase nechat moc jednoduše a rychle odmítnout.“
- „mladý, hovorný, informovaný“
- upravený, pozitivně naladěn“
- „Na první pohled sympaticky a otevřeně, měl by mít čisté běžné oblečení (žádné kravaty ani tepláky), optimisticky (nemít zoufalý výraz).“
- „slušné vystupování a dostatečná artikulace bez zbrklého a rychlého projevu“
- „jednotný vzhled (příslušnost k organizaci)“
- „Jde-li o vnější projev pak slušně oblečen (nemusí být nutně oblek)“
- „dostatečné znalosti o účelu sbírky“
- „Měl by být dobře obeznámen s tím o čem mluví na co se ptá, aby neváhal a působil jistě. Proto je důležité, aby byl organizací pro kterou vybírá dobře motivován.“
- „Nelze rozdělovat a dát na první dojem – každý má svůj systém oslovení.“

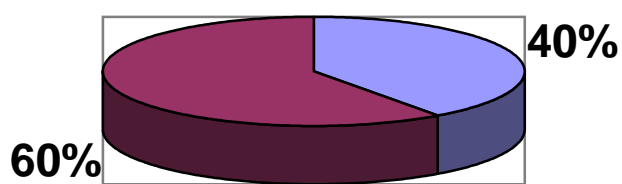
18. Je dle Vás znát posun v reakcích veřejnosti na dobročinné sbírky ve srovnání s dobou Vašich začátků v této oblasti a teď?



Zdroj: Vlastní výzkum

14 respondentů si uvědomuje, že se reakce veřejnosti na dobročinné sbírky ve srovnání s dobami jejich začátků v této oblasti změnilo, jeden si toho nevšiml.

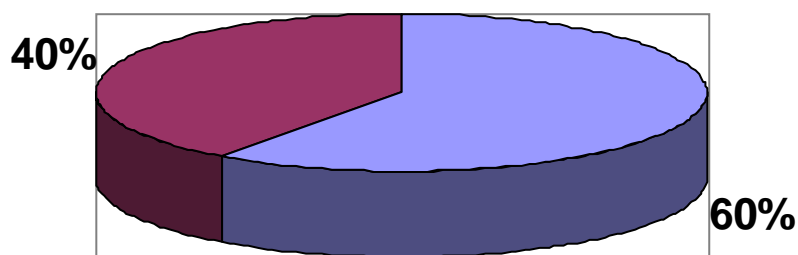
19. Jak tento posun hodnotíte?



Zdroj: Vlastní výzkum

Většina, tedy 9 respondentů, tento posun hodnotí spíše negativně, podle zbývajících 6 respondentů je tento posun spíše pozitivní.

20. Jsou dle Vás v ČR dobré podmínky pro realizaci dobročinných sbírek?



Zdroj: Vlastní výzkum

9 respondentů se domnívá, že v ČR jsou nastaveny dobré podmínky pro realizaci dobročinných sbírek, 6 dotázaných osob je opačného názoru.

21. Co byste v tomto ohledu změnil/a?

- „*Mediální prezentaci*“
- „*Informovanost veřejnosti*“
- „*Více informací z jednoho zdroje o zřízení sbírky, vedení a účtování o sbírce, vyúčtování sbírky.*“
- „*Zvýšit zaměstnanost lidí a prosperitu firem.*“
- „*Výchova ve školách k charitativní práci*“
- „*Smýšlení lidí*“
- *reálně nejde moc věcí změnit, problém je v lidech – a to se změnit nedá;*
- „*Aby se ze sbírek nemusela odvádět daň*“
- „*Zákon je velmi obecný, nedává žádný konkrétní návod jako pomůcku při vedení sbírky, zato však za každou (i neúmyslnou) chybu je nepřiměřeně vysoká pokuta.*“

22. Na čem dle Vašeho názoru závisí úspěšnost dobročinné sbírky?

- „*PR a marketing – jak kampaň ke sbírce, tak PR dané organizace.*“
- „*PR, pozitivní odezva a informovanost v médiích*“
- „*PR, tradice, počet dobrovolníků*“
- „*Informovanost veřejnosti o sbírce*“
- „*Na povědomí veřejnosti o pořádající organizaci a mediální propagaci sbírky.*“
- „*Zejména na delší dobré zkušenosti se seriózností garanta sbírky.*“
- „*Kvalita projektu a kvalita NNO projekt realizující (rozhodně ve smyslu kvality, jak je nahlížena laickou veřejností)*“
- „*Datum, aby nebyla před tím nebo potom nějaké jiná větší a známá sbírka, dobré počasí.*“
- „*Na počasí, ročním období, vyškolení žadatele o příspěvek a jeho motivaci, zajímavá věc, která se prodává (ne moc předražená)*“

- „Na aktuální hospodářsko – ekonomických podmínkách v oblasti konání sbírky, na kvalitním PR organizace.“
- „Na ekonomické situaci obyvatel, vhodném načasování a propagaci v médiích, spojení se známou tváří a u terénních sbírek i na počasí.“
- „Téma sbírky – cílová skupina“
- „Na tématu sbírky – oběti katastrof, děti x alkoholici, drogově závislí.“
- „Dobře označení a proškolení prodejci, počet sběračů, místo konání“
- „Na nápadu, vizuálnosti, nabídce, souhře náhod, časovosti a načasování.“

23. Chtěl/a byste ještě něco dodat?

„Klademe velký důraz na motivaci. Pro sbírku, kdy studenti prodávají např. 6 hodin, je školíme předem přibližně 60 minut. Školení probíhá následovně: seznámení s koordinátorkou sbírky a asistenty v jednotlivých městech, poté pouštíme krátký dokument o celém středisku, pro které vybírají. Součástí školení je poskytnutí informací o samotné sbírce: úspěšnost, výtěžek za minulé ročníky, dále pak účel sbírky, jak bude probíhat, co mají mít u sebe, jak nabízet a koho kontaktovat. Následuje vyplnění potřebných dokumentů a pověření.“

„Preferujeme individuální fundraising „na ulici“ – získat trvalý příkaz na podporu činnosti NNO přímo od lidí z ulice (v tomto případě je ovšem vhodné, aby daná NNO a její činnost byla známá na veřejnosti a všeobecně uznávaná).“

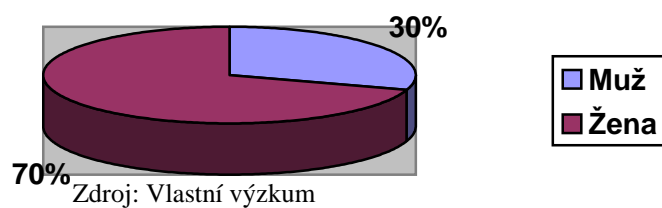
„I v charitě sílí konkurenční prostředí, roste počet katastrof a nadací (díky soutěžím různých Miss), roste počet televizních charitativních přenosů a úspěšné firmy podporují především úspěšné.“

4.2 Kvalitativní výzkum

4.2.1 Polořízený rozhovor s osobami působícími jako žadatelé o příspěvek v oblasti dobročinných sbírek

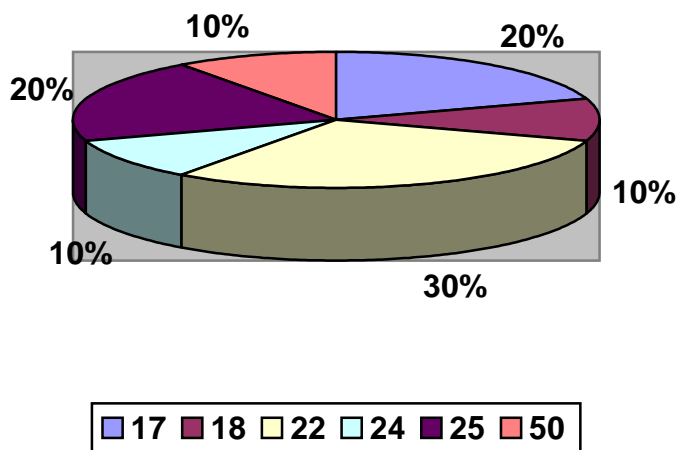
1. Struktura respondentů

a) Pohlaví



Ve skupině respondentů převažují ženy tvořící 70 % oproti mužů, jichž je zde 40 %.

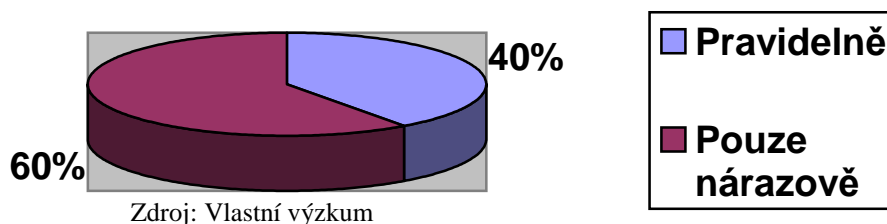
b) Věk



Zdroj: Vlastní výzkum

3 respondenti jsou ve věku 22 let, 2 ve věku 17 let, ostatní věkové skupiny (18, 24, 25 a 50 let) obsahují vždy jednoho respondenta.

c) Působení v pozici žadatele o příspěvek



60 % respondentů působí coby žadatel o příspěvek pouze nárazově, nikoliv pravidelně.

3. S jakými reakcemi veřejnosti se nejčastěji setkáváte?

„...vesměš jsou pozitivní, i když tedy někteří lidé jsou dost podezřívaví, setkal jsem se i s velice vulgárními reakcemi.“

„...co si pamatuji, tak šlo o reakce neutrálně odmítavé nebo kladné, vyloženě negativní nebyl snad nikdo.“

„...mám štěstí na kladné reakce, asi to souvisí s tím, že vybírám ve sbírce, která je dostatečně známá a zavedená, lidé o ní ví a i docela přispívají.“

„...setkala jsem se i s tím, že mě oslovený úplně ignoroval, ani se neobtěžoval se na mě podívat, natož něco říct, ale docela dost lidí přispívá.“

„...většina lidí reaguje kladně, jen výjimečně jsou zcela negativní – ale to potom opravdu stojí zato.“

„...spousta lidí byla ochotna ihned přispět, ale zároveň jsem se setkala s nemalou skupinou lidí, kteří reagovali nedůvěřivě, chtěli vědět kolik z vybrané částky se skutečně dostane k lidem, na které je akce zaměřena.“

„...většinou s kladnými, ale myslím, že je to dáno tím, že většinou sbírku organizuji v místě bydliště, kde oslovené lidi přímo znám a nedovolí si tedy nějaké velmi negativní reakce. Většinou přispějí a pokud ne, pak mě v celku slušně odmítnou. Avšak pokud se jednalo o lidi, které neznám, bylo to v cizím prostředí, pak reakce lidí byla

vesměs odmítavá nebo možná spíš nevšímavá. Lidé místo příspěvku raději sklopí oči a odejdou.“

„...moc ráda na to nevzpomínám, hodně z těch lidí, co jsme oslovovali, byli dost hnusní.“

„...reakce byly spíš chladné, ale asi to bylo tím, že jsem se do toho neuměla pořádně vžít a styděla jsem se na někoho pořádně promluvit.“

„...nikdy jsem neměl problém s nějakými opravdu negativními reakcemi, když byl náhodou někdo nepříjemný, nijak jsem si to nebral, nejsem ten typ, tak je dost možné, že už si to nepamatují. Ale hodně těch lidí bylo naopak milých, ať už na sbírku něco dali, nebo ne.“

4. Čím jsou dle Vás tyto reakce ovlivněny?

„...určitě předchozími zkušenostmi. Myslím, že počet takovýchto institucí (myšleno ve smyslu pořadatelů dobročinných sbírek) roste, lidé jsou z toho možná už někdy otráveni, hlavně ve velkých městech.“

„...asi hodně momentální náladou, znalostí organizace, kterou propagují a taky mým působením a vystupováním – jestli jsem pro ně důvěryhodná a příjemná, nebo ne.“

„...hodně záleží na tradici a celkovém PR, spolupráci s médii a třeba i takové té sousedské vzájemnosti a provázanosti. Je taky hodně důležité, aby lidé měli možnost vidět, jak se peníze vracejí zpět – třeba při záplavách tady pomohla naše sbírka 1, 5 milionem korun, lidé si tedy ověřili, že to, co dali, se nastřádalo a opravdu jim to hodně pomohlo – taková ta koncepce „sbírky pro lidi“, jestli mě chápete. Pak je také hodně důležité uvést příslušný mikroregion, když obnos půjde někam jinam, protože sbírek třeba „na Afriku“ je poměrně dost. A samozřejmě také strašně záleží na takovém tom celkovém nastavení ve společnosti, jak jsme si schopni pomáhat a něco udělat nejen pro sebe, ale pro druhé. Důležité je taky načasování – dobré jsou třeba Vánoce a Nový rok, kdy asi hodně lidí má potřebu vykročit jaksi s čistým štítem, k čemuž si sami v sobě můžou pomoci i tím, že pro někoho něco udělají, třeba že přispějí, což je pro ně poměrně pohodlná forma. V rámci naší sbírky hodně pracujeme s dětmi – ty jsou

většinou dobře ovlivnitelné, což teď nemyslím nijak špatně, hodně z nich se pro tu myšlenku, že by pro nás vybíralo, samo o sobě nadchne, problémem pak mohou být rodiče, obzvláště takoví ti „tatíci z hospod“, kteří nadšenému synkovi vysvětlí, ať s takovými kravinami příště ani nezačíná. Situace je lepší na vesnici, kde lidé ještě více drží pospolu, ve městech je to o něco horší.“

„...co jsem si všimla, tak momentální náladou, finanční situací a předchozími zkušenostmi.“

„...určitě zkušenostmi člověka s těmito sbírkami, pokud se v minulosti někdy spálil, znovu až asi přispívat nebude. Taky může záležet na tom, má-li v rodině postiženého – pak to pro něj bude něco, co zná z vlastní zkušenosti. A taky záleží na prvním dojmu z žadatele na příspěvek – dle mých zkušeností jsme na to perfektní mycoby studenti gymnázia, protože působíme důvěryhodně a dost lidí nás tady třeba zná.“

„...V dnešní době jsou lidé prakticky neustále oslovováni někým, kdo chce přispět. A tím že se vyskytly případy, kdy byla některá sbírková akce zneužita a výtěžek nešel na avizovaný cíl, ale někam úplně jinam – to si pak lidi jakékoliv přispívání rozmyšlí.“

„...jak už jsem řekla před chvílí, myslím, že to je známostí. No a pokud mě ti lidé neznají, pak to je ovlivněno jejich rozpoložením, náturou, jejich vztahem ke sbírkám, také tím o čem a pro koho sbírka je. Když jsem například dělala sbírku pro děti v Africe, setkala jsem se několikrát s tím, že lidé řekli, že na děti v Africe nedají, že mám přijít, až budu dělat sbírku pro naše děti v ČR, že máme v republice svých problémů dost a ještě posílat peníze jinam... Podobně to bylo se sbírkou na seniory. Lidé podle mých zkušeností nejraději přispívají na děti v ČR (nemocné či z dětských domovů).“

„...myslím, že hodně záleží na tom, jestli člověk žije ve velkém městě nebo na vesnici – město je takové anonymnější, lidi hodně spěchají a nikdo se o druhé nijak zvlášť nezajímá. Zase na druhou stranu jsou lidi ve městech na sbírky zvyklejší, myslím, že spousta z nich přispěje jen proto, že jsou osloveni a nějaká ta dvacka je nevytrhne, vůbec je nezajímá, kam peníze potom půjdou. To je výhoda i nevýhoda, protože je sbírek tolik, někdo už je na nějaké oslovování a žádání přímo alergický a pak dovede být i docela nepříjemný.“

„...podle mně hrozně záleží na tom, jaký je den – když svítí slunce a je třeba i teplo, lidé jsou ochotnější, třeba se s vámi i zastaví a popovídají, jsou i ochotnější pomoci, ale když je zataženo nebo prší, nikdo se s nějakou sbírkou moc nezaobírá, ale to dopředu neovlivníte. Taky je dobré, když jde o známou sbírku nebo třeba o organizaci, která na tom místě, kde se vybírá, působí, protože lidi mají pocit větší známosti a bezpečí, že se peníze dostanou tam, kam mají.“

„...důležité je, co má ten člověk v sobě – někdo se s vámi zastaví, i kdyby kdovíjak spěchal, jiný ani omylem. Někdo je prostě nastaven spíš prosociálně, někomu jsou druzí lidé ukradení, ale i ten někdy přispěje, prostě jen proto, aby měl pokoj. A taky je dobré, když lidé o sbírce už předem ví, pár z nich už je jaksi skoro kultovních – třeba srdíčka, nebo ty květiny se stužkou – spoustu lidí to sbírá, můžete vidět, jak to mají třeba v kanceláři vyvěšené na nástěnce za několik let zpátky. A je to asi i jistější, než přispívat jen tak na nějakou neznámou sbírku.“

5. Dovedete dopředu odhadnout, jak bude který člověk reagovat?

„...vesměs ano, důchodci bývají většinou velice podezřívaví, lidé středního věku většinou přispějí, hlavně maminky s kočárky.“

„...většinou ano, s přibývajícými zkušenostmi se to zlepšuje, ale základní je stejně takový ten všeobecný odhad – prostě kouknu a vidím...ale i tak mě někdo občas překvapí.“

„...ano, důležité je forma a prostředí, kde člověka oslovujete. Myslím, že takové ti náhodní kolemjdoucí moc otypovat nejdou, samozřejmě až na takové ty základní znamení jako výraz, věk, jestli někam chvátají nebo ne. Takhle na ulici je prostor jen pro opravdu nejzákladnější informace. Ale když na někoho zazvoníte u dveří, hned ta interakce získává jinou kvalitu, můžete si s tím člověkem více popovídat, povysvětlit a je to celé takové osobnější.“

„...ano, v některých případech.“

„...příliš ne, i některé na první pohled usměvavé a pozitivně naladěné maminky reagovaly negativně.“

„...jen v málo případech, žádný expert na to nejsem.“

„...jelikož mám poměrně dost zkušeností, dokáži už alespoň přibližně odhadnout, avšak mnohdy mě můj odhad zklame! Člověk, který se mi zdá na pohled nepříjemný, neustrojený... přispěje třeba jen 20kč, které má náhodou v kapse a naopak žena středního věku, která vyjde z obchodu s drahým prádlem, vypadá usměvavě a dobře naladěná, nepřispěje nic. To je pak člověk trochu zklamaný.“

„...přiznám se, že spíš vždycky počítám s tím, že to nedopadne, vím, že to není ideální, ale dělá mi docela problém oslovovat lidi a mám pocit, jako bych se jim už jen za to měla omlouvat, takže moje odhady asi nijak zvlášť reprezentativní vzorek netvoří.“

„...dá se to podle mě docela odhadnout, i když zase jak u koho – hodně lidí má nasazené takové ty „poker face“, které působí spíš negativně, ale člověk by se tím neměl nechat odradit – v nejhorším případě nebude reagovat nebo řekne, že nemá zájem, to zas taková tragédie není, ne?“

„...co jsem si tak vyzkoušel, docela se mi i daří to odhadovat. Když si můžu vybrat, jestli oslovím někoho, kdo se usmívá a vypadá příznivě naladěně, nebo někoho zamračeného, schouleného do sebe a ještě spěchajícího, je volba jasná, ale když proti mně jde jen jeden člověk, nějakým odhadováním se moc nezdržuji a prostě to zkusím...ale je fakt, že většinou dopředu tuším, jak to dopadne.“

6. Podle čeho se při tomto odhadování řídíte?

„...podle vzhledu, věku, odhadnuté nálady, prostě jak na mě ten člověk na první pohled celý působí.“

„...nejvíc asi podle vzhledu a výrazu člověka, někdy podle pohlaví a věku, dobrým ukazatelem je také rychlost jejich chůze – ten, kdo spěchá, se se mnou většinou moc bavit nechce.“

„...podle prostředí, věku a výrazu – většinou přispívají starší lidé, kteří nikam nechvátají - ale snažím se oslovit každého a nepaušalizovat, protože uspořádání hodnot není vidět.“

„...hlavně podle vnějších znaků – když se vám člověk třeba schválně vyhne, ani ho neoslovuji, někdo se na vás zase naopak nějakou dobu dívá, k tomu pak jdu a většinou se domluvíme. Taky lidé v produktivním věku, případně když jsou s dětmi, většinou přispívají, starší lidé také přispívají vždy, i když spíš menší obnos.“

„...tím, jakým dojmem člověk působí, jestli má dnes úsměv na tváři, jestli si třeba veze kočárek a tak dál.“

„...taky podle výrazu tváře se dá hodně odhadnout, na některých lidech je předem vidět, že ani nemá cenu se jich ptát.“

„...hmm, nejvíc podle nějakého nespecifikovatelného celkového dojmu: podle věku (např. oslovovat důchodce, který má tak akorát na své živobytí, není příjemné), podle nálady (veselý člověk většinou přispěje víc, ale stalo se mi už, že sám nějaký smutný člověk přišel, začal si povídat, zajímat se o sbírku a nakonec přispěl), podle vzhledu a upravenosti (těžko mi nějaký bezdomovec přispěje, naopak od lidí „bohatého“ vzhledu očekávám, že by přispět mohli...)... a teď si tak uvědomuji, že důležitým faktorem jsou oči - pokud se na vás ten kolemjdoucí podívá, poznáte, jestli má zájem něco se dozvědět, přispět, jestli je zvědavý a nebo nic.“

„...hodně záleží na tom, jak se tváří, na rychlosti chůze, také na tom, jestli má s sebou děti nebo ne, ale i třeba jestli někam nejde – kdyby někdo například šel někam na úřad a u vchodu se přehraboval v papírech, nezdržovala bych ho.“

„...vždycky si toho člověka celkově otypuji – co má na sobě, co si nese s sebou, jak se tváří, jestli spěchá nebo ne...určité typy totiž často reagují podobně, třeba maminky s kočárkem většinou přispívají, důchodci moc často ne, kravaťáci nejsou taky nic extra, studenti většinou taky přispějí a tak dál.“

„...to se těžko popisuje, většinou prostě kouknu a vidím – dívám se na výraz, chůzi, prostě na to, jak na mně ten člověk celkově působí.“

7. Berete toto své působení jako pouhou práci, nebo Vám dává něco víc?

„...zatím jsem prováděl pouze pár sbírek, asi to na mně nijak zvlášť nezapůsobilo.“

„...dává mi to něco víc – ten pocit, že jsem součástí něčeho, co může pomáhat a opravdu pomáhá, ten se mi opravdu líbí a je pro mně stále důležitější. Mám radost z toho, jak se lidi dokážou pro dobrou věc spojit nebo něco darovat, i když je mi jasné, že jejich motivy jsou různé, ale to je přece jedno, ne?“

„...určitě mi dává víc. Jsem věřící, myslím, že sociálně mám poměrně hluboce zakotvené v sobě, je pro mě důležitá taková ta všeobecná soudržnost.“

„...není to práce, dává mi dobrý pocit pomoci ostatním a taky dobře využitého času.“

„...beru to jako práci, ale zároveň mi to dává zkušenosti v práci s lidmi obecně.“

„...u mně je to spíš o dobrém pocitu, že pomůžu s něčím důležitým a že to někomu prospěje.“

„...jako práci určitě ne, za práci by člověk dostal alespoň nějakou mzdu. Sbírkou dělám zadarmo, dobrovolně a většinou ještě sama přispívám, kupuji si tričko akce apod. takže je to spíš prodělečná činnost... ale baví mě to! Dává mi to pocit, že alespoň něco dělám, abych těm potřebným pomohla, že jen tak nesedím s rukama v klíně a nenaříkám... myslím, že organizovat sbírku je moc prospěšné a dělám to ráda, protože tam mohu mnohem víc přispět, než když „jen“ hodím peníze do kasičky nebo pošlu DMS (což je ale také velmi důležité).“

„...upřímně řečeno, myslím, že tohle byla moje poslední sbírka, fakt na to nejsem ten správný typ, dělá mi problémy někoho oslovovat a něco po něm chtít, na to fakt moc nejsem, převažují spíš ty negativní pocity.“

„...mám dobrý pocit, z toho, že se účastním něčeho, co může pomoci, ne že bych se v tom nějak extrémně vyžívala, ale je to pro mě fajn.“

„...určitě mi to dává něco víc – mám radost, že i dneska lidé dovedou něco darovat jinému, i když vím, že ty částky nejsou vysoké, ale už z principu – že to vůbec jde. Dodává mi to jakousi naději, že to s tím dnešním prohnilým světem až tak horké nebude.“

8. Věříte, že Vámi vybrané peníze opravdu pomohou tam, kde by měly?

„...ano.“

„...většinou ano.“

„...ano, mám totiž jistotu transparentnosti.“

„...ano, jinak bych danou věc nemohla dělat pořádně.“

„...sbírky, kterých jsem se zúčastnila, byly i v televizi, mají dlouholetou tradici a působí velmi důvěryhodně, strach ze zneužití tedy opravdu nemám.“

„...věřím, do akce které bych na 100% nevěřila, bych nešla.“

„...jinak bych to nedělala!“

„...podporuji sbírky, u nichž vím, kam peníze jdou a vidím výsledky. Například jsem u nás ve městě organizovala skautskou sbírku Postavme školu v Africe (už 4x) a tam vím přesně, kam peníze putují a že opravdu pomáhají. Stejně tak další projekty jako Kapka, Velikonoční kuřátko... vlastně bych měla dodat, že se na těchto sbírkách podílím zejména v rámci Junáka. Mimo něj se pouze jako „pěšák“ účastním Tříkrálové charitativní sbírky.“

„...vždycky doufám.“

„...určitě, bez toho bych to dělat rozhodně nemohl.“

9. Jaké typy sbírek jsou dle Vašich zkušeností nejúčinnější?

„...určitě známé sbírky, ať už je jejich zaměření jakékoliv – třeba Bílá pastelka, Květinový den a tak dál. Neznámým lidé moc nevěří.“

„...myslím, že nejschůdnější jsou jednorázové příspěvky, nejlépe ještě, je-li sbírka známá. Lidé si docela rádi kupují různé ty kytičky, srdíčka, magnetky a podobně, taky myslím, že dost slyší i na organizace jako je Greenpeace, Amnesty International a další takové. Když jsem získávala dárce pro pravidelné přispívání, už to tak horké nebylo – možná to bylo i tím, že jsme po nich na místě chtěli vyplnit smlouvu, kam se psalo rodné číslo a číslo občanky, což mnozí odmítali, ale obecně si myslím, že je pro lidi snazší někam jednorázově přispět, než se někomu uvázat, i když nešlo o částku nijak vysokou, minimum byla stovka měsíčně.“

„...určitě přímé vybírání na ulici – zorganizovat třeba pravidelné přispívání na účet bych se asi docela bál.“

„...když lidi za ty peníze dostanou i nějaký upomínkový předmět a když je dřívější propagace sbírky v médiích, třeba v rozhlase a novinách.“

„...ty, které jsou známé a dlouholeté.“

„...rozhodně ty medializované, protože akce předem propagované, které vejdou ve všeobecné povědomí, jsou pro oslovované lidi důvěryhodnější, jsou pak ochotnější přispět a často se i připravují na to, že bude akce probíhat, jako např. Srdíčkový den, Květinový den, Kuře apod.“

„...sbírky spojené s prodejem nějakých předmětů, ať už vyrobených ručně (kuřátka) nebo reklamních. Také mám dobrou zkušenost, pokud se v rámci sbírky uspořádá nějaká akce, která sbírku představí, jen tak se procházet s kasičkou mi přijde hloupé! Lidé mnohem více ocení, když je v rámci sbírky navíc výstava, karneval, nebo alespoň stánek s prezentací sbírky, fotkami, odkazy a tak dál.“

„...určitě je dobré, když mají lidi o sbírce nějaké informace, nebo znají organizaci, která to pořádá. A jinak bych řekla, že jsou lepší spíš takové ty jednorázové příspěvky, jako děláme my, co vím, tak přemlouvám někoho, aby někam přispíval pravidelně, je o dost těžší, lidi se nechtějí vázat.“

„...takové ty přímé, pak také ještě dárcovské SMS.“

„...myslím, že má velký úspěch, když je to takové provázanější – lidi si třeba koupí lístek na dobročinný koncert, výstavu nebo podobnou akci, přispějí na účel sbírky a ještě si u toho užijí ten kulturní zážitek. To je ale docela náročné na osobní nasazení a přípravu, takže je podmínka, aby u organizace byli lidé, kterým opravdu jde o co největší pomoc, což taky bohužel není všude.“

10. Jaké cílové skupiny se dle Vašich zkušeností u veřejnosti setkávají s největším ohlasem?

„...nejlíp se mi peníze vybíraly na rakovinu, AIDS, sirotky v Africe a taky na sbírky pro tělesně postižené.“

„...lidé zasažení živelnou pohromou, nejlépe nějakou opravdu aktuální, o které se mluví a píše ve zprávách, třeba jako teď bylo Haiti, nebo to zemětřesení. Také lidi docela přispívají na nábožensky či osobně utlačované skupiny, třeba oběti domácího násilí, nebo špatný politický režim.“

„...na prvním místě jsou určitě děti, na ty slyší snad úplně každý. Potom senioři a postižení – tam je podle mě jedno, jestli mentálně nebo tělesně, řada laiků to totiž vůbec nerozlišuje, postižení je pro ně prostě postižení a detaily neřeší.“

„...určitě děti.“

„...typy sbírek pomáhající především nemocným nebo postiženým dětem.“

„...jednoznačně děti.“

„...jak už jsem zmínila dříve, jsou to místní děti a většinou je jedno zda nemocné či třeba z dětského domova.“

„...ty, které se týkají nějakého aktuálního dění, z těch klasických cílových skupin určitě děti.“

„...děti a lidé s postižením, ať už tělesným nebo mentálním. Potom i třeba země zasažené nějakou živelnou pohromou.“

„...ty, které vzbuzují soucit – takže hlavně děti, lidé zasažení třeba zemětřesením nebo povodněmi, nějaké ty vážné nemoci jako třeba rakovina, postižení lidé a chronicky nemocní.“

11. Máte nějaké své vlastní metody, kterými zvyšujete úspěšnost sbírky?

„...asi nic zvláštního, snad jen být příjemný, ne vlezlý ani vtíravý, ale trochu přesvědčivý. Nebýt hrubý při negativních reakcích, vždy poděkovat.“

„...působit asertivně a sebevědomě, což znamená stát rovně, decentně se usmívat, nepoužívat negativní slova - třeba místo „nechcete“ vždycky říkám „chcete“, místo „nemáte“ „máte“ – bylo těžké si na to zvyknout, ale od té doby, co si to hlídám, se počet těch, co přispějí, o trochu zvedl a už jsem si na to tak nějak zvykla a není to pro mě nepřírozené. Taky je dobré uvádět hodně konkrétní příklady, komu má sbírka pomoci nebo už pomohla.“

„...kromě příjemného a důvěryhodného působení na oslovené dáváme důraz hlavně PR a propagaci – to nejhorší, co pro sbírku je, je anonymita.“

„...je pro mě důležité najít si dobré místo, kterým projde hodně lidí.“

„...ano, odkazujeme se na studium gymnázia, které tu má výbornou pověst, u lidí, kteří s sebou mají děti, zdůrazňujeme, že je to sbírka na pomoc dětem.“

„...milý a příjemný úsměv a žádné výstřední oblečení, člověk musí vypadat důvěryhodně.“

„...přidat ke sbírce nějakou akci, prezentaci... a možná takovou malou výhodou je, že mám většinou za pomocníky děti z oddílu a přeci jen dětem se asi těžko příspěvek odmítá, jsou roztomilé, upřímné a nebojí se oslovit kohokoli... A jsou nápadité – jednou mi vyprávěly při sbírce na školu v Africe, že oslovily jednoho pána, který nechtěl přispět a byl protivný. Požádaly ho, aby jim přečetl text, co měly na info lístečku o sbírce, pochválily ho. Poprosily ho, aby jim spočítal lehoučký příklad a pochválily ho. Potom mu řekly, že to je lehké, ale chudáci ty děti v Africe tohle vůbec neumí, protože nemají školu! Nakonec prý pán (myslím, že patřičně těmi dětmi zahanben) do kasičky narval celou stokorunu. Tohle by, myslím jen tak někoho nenapadlo...“

„...na nic jsem zatím nepřišla.“

„...snažím se působit mile, usmívat se, ale zase to nepřehánět. A samozřejmě, že když oslovuji chlapa, dělám to trochu jinak, než když zastavím nějakou paní – u té zase mají výhodu kluci.“

„...snažím se o přístup na rovinu – nic jim nepodsouvat, neškemrat, ale prostě vysvětlit, pokud se na něco zeptá, tak co nejlíp odpovědět, ale nijak ho nepřemlouvát.“

12. Přispějete do sbírky, kterou zrovna realizujete?

„...ano.“

„...ano.“

„...ano, zlákám i rodinné příslušníky, sousedy a známé – zapojují se všichni.“

„...ano – souvisí to i s tím, že sbírce věřím.“

„...vždycky, obvykle si koupím třeba i tři předměty, které prodáváme.“

„...určitě.“

„...ano, vždy.“

„...ano, hned na začátku – ono to i vypadá líp, když někoho oslovujete a už v kasičce něco máte.“

„...záleží, jak se mi líbí to co prodáváme.“

„...ano, vždycky si to nechávám na konec, když už se vracíme.“

13. Jste-li sám jiným tazatelem požádán o příspěvek do dobročinné sbírky, přispějete?

„...většinou ano, ale záleží to hlavně na jeho důvěryhodnosti.“

„...většinou ano, pokud to není vyloženě podezřelá sbírka nebo vybírající.“

„...pokud mě někdo osloví, chci vidět průkazku a zapečetěnou pokladničku, zeptám se na účel – třeba vybírat tady v Budějovicích na dětský domov v Ústí nad Labem podle mě nemá smysl, to už bystrím a odcházím. Přispěji také tam, kde vím, že tok peněz je adekvátní a s vybranými prostředky se neplýtvá na administrativu a podobné záležitosti, že to půjde opravdu k těm lidem, kteří to potřebují.“

„...ano, většinou.“

„...vždy.“

„...ne vždy, některé sbírky jsou nevhodně realizované, tazatelé nepůsobí, že opravdu vybírají na něco důležitého a když se u nich zastavíte, ani neřeknou, o co jde...“

„...jak kdy a podle toho o jakou sbírku se jedná. Srdíčka, kytičky apod. kupuji pravidelně, přispívám i na jiné, ale nějaké úplně neznámé většinou ne. Věřím, že peníze pomáhají, avšak musí to být ověřená sbírka. Někomu jen tak na neznámou „hurá“ akci bych nepřispěla, totéž posílat peníze na neověřené konto... v dnešním světě je velké množství podvodníků, kteří chtějí vydělat i na neštěstí druhých.“

„...ano, ani se ho moc nevyptávám, protože vím, jaké to je a že to někdy není zrovna jednoduché.“

„...záleží, jestli vypadá důvěryhodně a ta sbírka má smysl.“

„...většinou ano, pokud tedy mám u sebe peníze nebo někam nespěchám. Asi je v tom i takový ten pocit sounáležitosti s tím, kdo mě zastaví.“

14. Co byste z pozice žadatele o příspěvek v oblasti veřejných sbírek změnil/a?

„...asi by pomohla větší mediální prezentace daných sbírek, lidé by asi více věřili. Možná doložení důkazů o smyslu dané sbírky, třeba příběhy konkrétního člověka, kterému sbírka pomohla, nebo něco v tom smyslu.“

„...určitě bych přidala v oblasti všeobecné propagace, potom bych se taky zaměřila na volbu více frekventovaných míst – třeba obchodní centra jsou perfektní, ale organizace většinou nemají smlouvy s majiteli, tak se tam vybírat nesmí, maximálně tam vidíte nějakou tu pevnou kasičku.“

„...určitě celkové smýšlení lidí – aby všichni mysleli na své vlastní stáří, které jednou přijde, možné nemoci a problémy. Každý by měl zvážit, zde mu právě tento účel sbírky někdy v životě nemůže pomoci. Vidím v této oblasti poměrně markantní krátkozrakost, dnešní čtyřicetiletí a pětáctyřicetiletí zaujímají pozici, že se svého důchodu nedožijí, ta hranice se dost posunula. Je důležité myslet víc dopředu a přemýšlet o životě obecně, se zahrnutím variant možných chorob, úrazů a dál – ne se toho začít bát, ale připustit si, že tahle varianta může nastat opravdu u každého.“

„...asi tu předchozí reklamu, aby o tom bylo víc vědět.“

„...určitě bych zlepšila informovanost lidí o sbírce.“

„...všechny sbírky by měly být předem zveřejněny, aby lidé věděli, že jsou skutečné.“

„...Informovanost o jednotlivých sbírkách a množství. Někdy mě až zaráží, kolik těch sbírek vlastně je a když člověk jde po ulici ve větším městě a během hodiny ho 3-5x osloví, což v Praze není problém, pak není úplně nadšený a myslím, že to stěžuje situaci všech. Podobně se složenkami sbírek, které mně naštěstí nechodí, ale mám známou, která jednou takhle poslala peníze na nějaký projekt Charity a od té doby jí chodí měsíčně několik složenek různých organizací. Myslím, že už to pak musí trochu

otravovat život, navíc ta známá chce pomoc všem a nakonec je nešťastná, když vyhazuje prázdné složenky bez příspěvku.“

„...myslím, že těch sbírek je už tak moc, že lidi už jsou úplně přesycení a často otrávení, že po nich někdo už zase něco chce. Možná by pomohlo to nějak sjednotit, aby nevybíralo milion malých organizací, ale aby těch sbírek bylo jen pár, ale o to větších, třeba provázaných i s jinými akcemi jako jsou koncerty nebo dovadla, takové benefiční trhy by také nemusely být špatné. Že by to pořádalo vždycky víc organizací a ty by si vybrané peníze pak mezi sebou rozdělily, s tím, že by zase byl věnován mnohem větší prostor prezentaci v médiích, aby lidé o sbírce věděli dopředu. A taky by asi dost pomohlo, kdyby šlo si nějak zpětně ověřit, jak byly peníze využity a co konkrétně přinesly.“

„...víc bych o sbírkách mluvila v běžném životě, aby to lidé nebrali jen jako jednorázovou akci, ale uvědomovali si třeba i ty hlubší návaznosti – že je tady vždycky někdo, kdo potřebuje pomoci, že se ten výtěžek sbírky jen tak nepromrhá, ale opravdu pomůže. A aby si mohli uvědomit, že jsou to zrovna oni, kdo svou troškou přispěl tam, kde to byla potřeba a že je to dobrá věc, něco, na co by mohl být hrdý. Třeba by to lidi přivedlo i na jiné formy, jak můžou pomoci, zaměřovat se jen na sbírky by bylo asi trochu málo.“

„...dal bych mnohem větší prostor diskusi nad zdravotními a sociálními tématy obecně. Přijde mi docela škoda, že je to směřováno jen na ten příspěvek, spousta lidí přispěje jen proto, že to po nich chcete a ještě si za to pak třeba nadávají. Spousta žadatelů o příspěvek ani nevysvětluje, na co vybírají, zaměřují se jen na to, že prostě vybírají. Sám to u sebe taky často pozoruji, je jasné, že když chci vybrat co nejvíc, měl bych oslovit co nejvíc lidí, ale třeba by bylo prospěšnější si s někým, u koho vidím, že má o celou problematiku zájem, někam v klidu sednout, třeba jen v parku na lavičku a zkusit to s ním pořádně probrat, dát mu třeba nějaké kontakty na jiné organizace, říct mu o možnosti dobrovolnictví, materiální pomoci a tak dále. Víím, že na tohle určitě není každý, ale myslím si, že i kdyby to sem tam někoho přivedlo k nějaké soustavnější pomoci, bylo by to perfektní a ten člověk by z toho třeba také mohl mít dobrý pocit. Jsme zalezlí každý ve své ulitě, chtělo by to podívat se i někam jinam.“

4.2.2 Výzkum v terénu

Jedním z důvodů, proč jsem si vybrala toto téma bakalářské práce, bylo, že jsem ve svém životě absolvovala několik dobročinných sbírek, při kterých jsem působila jako žadatel o příspěvek. Začátky se vztahují ještě k dobám mého studia na gymnáziu (Srdíčkový den 2005), v následujících letech jsem sbírala další zkušenosti, jak osobní, tak od svého okolí, z nějž několik lidí v této oblasti také působilo.

4.2.2.1 ADRA ČR

Coby hlavní část pozorování jsem zvolila tradiční Velikonoční sbírku humanitární organizace ADRA, které jsem se letos zúčastnila jako dobrovolník, kromě toho jsem měla tu možnost pohovořit si na toto téma s organizátory sbírky, za což jim velice děkuji.

Na následujících řádcích se pokusím nastínit základní informace o organizaci ADRA a Velikonoční sbírce jako takové, pak už se budu věnovat vlastnímu průběhu sbírky a výsledkům mého pozorování.

4.2.2.2 Historie

ADRA je mezinárodní humanitární organizace, která byla roku 1956 založena v USA, odkud se během let rozšířila dále. Roku 1997 jí byl Ekonomickou a sociální radou OSN udělen statut vrchního poradce. Zkratka ADRA znamená Adventist Development and Relief Agency. Činnost organizace ADRA je spjata s církví Adventistů sedmého dne. V současné době působí ve 125 státech.

V České Republice působí ADRA od roku 1992, v roce 1994 bylo založeno občanské sdružení ADRA, které se věnuje humanitární, sociální a rozvojové pomoci v České Republice i v zahraničí.

V současné době realizuje ADRA dlouhodobé rozvojové projekty na podporu vzdělání, zaměstnanosti a dále a pomoc v případě mimořádných událostí. Základním konceptem je pomoc lidem v nouzi tak, aby mohli znovu získat kontrolu nad svými

životy a efektivně využívat existující zdroje, zvyšování životní a zdravotní úrovně. Samozřejmostí je rovný přístup bez ohledu na pohlaví, rasu, vyznání či náboženské přesvědčení. (21)

4.2.2.3 Velikonoční sbírka 2010

Základní ideou Velikonoční sbírky je koncept přerozdělování získaných finančních prostředků, přičemž jedna třetina výtěžků zůstává v České Republice, kde jde na rozvoj, jedna třetina odchází na zahraniční projekty a jedna třetina se ukládá pro případ náhlých událostí typu živelné pohromy, vypuknutí válečného konfliktu a podobně.

Letošní devátý ročník Velikonoční sbírky proběhl ve dnech 23. a 24. března 2010. Hlavní motto sbírky zní „Pomáhat je radost“. Velice důležitou úlohu zde měli dobrovolníci, ať už z řad pravidelných spolupracovníků organizace, nebo mimořádní, kteří v rámci organizace fungovali pouze při této příležitosti.

Akce se ve stejné době konala na více místech republiky, já budu popisovat sbírku v Českých Budějovicích, která proběhla dne 23. března. Den poté vybírala českobudějovická pobočka ADRY v Třeboni.

Sraz všech účastníků byl v den konání sbírky v devět hodin dopoledne v místě sídla ADRY. Rozsadili jsme se ke stolům a byli přivítáni pracovníky organizace, vyslechli jsme si krátký úvod k velikonoční sbírce a následně shlédli dvě instruktážní videa, přičemž první bylo o činnosti a poslání organizace, druhé už se týkalo konkrétně Velikonoční sbírky.

Po skončení videa jsme byli upozorněni i na další náležitosti, byl prostor i na dotazy a poté jsme se spárovali do dvojic, provedli další potřebné úkony a mohlo se vyrazit.

Žadatelé o příspěvek pocházeli převážně z řad středoškolských studentů, dále byli přítomni i vysokoškolští studenti, žáci základních škol, zaměstnanci organizace a jejich rodinní příslušníci.

Co se prodejních předmětů týče, nabízeli jsme odznáčky s logem organizace – malé za třicet korun, velké za padesát, kromě toho ještě magnety na ledničku se třemi různými motivy, záložky do knihy a nafouklé balonky na tyčce – všechny tyto atributy byly za volnou cenu, ohraničeny byly pouze odznáčky.

Výtěžek sbírky konané dne 23. března v Českých Budějovicích činil 23 799 korun.

4.2.2.4 Působící faktory

V průběhu celého konání sbírky působila řada proměnných týkajících se prostředí a sbírky jako takové, ale i skutečnosti na straně žadatelů o příspěvek a potenciálních dárců. Jejich výčet zde uvedený zdaleka není úplný.

Co se týče faktorů prostředí, nelze nezmínit počasí, které bylo v ten den velice příznivé, dále též lokalita (v mém případě okolo Střeleckého Ostrova) a čas, s jehož postupným plynutím se měnil charakter osob pohybujících se na daném území.

Pozitivní bylo také to, že organizace ADRA patří mezi největší humanitární organizace (21) a pro její působení například při povodních v roce 2002 je ve městě České Budějovice poměrně známá. Tradice sbírky byla také výhodou, rušit mohla naopak vysoká hustota žadatelů o příspěvek na malém území.

Reakce oslovených jedinců se lišily dle věku, nálady, aktuální finanční situace, předchozích zkušeností s dobročinnými sbírkami a povědomí o organizaci, osobnostního nastavení jednice a faktu, zda daná osoba právě někam spěchala či nikoliv.

4.2.2.5 Časté reakce oslovených osob

Některé reakce potenciálních dárců, které jsme oslovili, se opakovaly. Zde se pokusím shrnout jejich znění, možnou motivaci a frekvenci, s jakou se vyskytovaly.

„*Děkuji, nemám zájem*“ – tato reakce byla typická u lidí, kteří neměli zájem se zastavit a vyslechnout si ani základní informace o organizaci či o sbírce. Co se jejich

motivace týče, lze ji pro neexistenci podkladů získaných dalším rozhovorem pouze odhadovat. Mohl by jí být spěch, principiální nedůvěra v podobně organizované dobročinné sbírky, nechť být zrovna v tomto okamžiku někým zastaven a podobně. Odhadem se tato reakce vyskytovala u patnácti procent námi oslovených kolemjdoucích.

„*Nemám u sebe peníze*“ – takto odpovídali většinou studenti, kteří si jen odskočili ven na dobu pauzy mezi vyučováním, nebo lidé, kteří jen vyběhli do parku vyvenčit psa – ne každý s sebou vždy nosí peněženku.

„*Bohužel nemám drobné, nemohli byste mi rozměnit?*“ Ač zde většinou byla patrna ochota daného jedince přispět na sbírku, jeho žádosti jsme nemohli vyhovět, protože kasička s penězi byla zapečetěná, takže rozměnit větší bankovku jsme mu opravdu nemohli. Dali jsme mu tedy alespoň letáček s kontaktem na organizaci a odkazem na webové stránky, kde jsou uvedeny další možnosti, jak lze přispět.

„*Jen sotva vyjdu s tím, co mám*“ – takto odpovídali většinou senioři, kteří poukazovali na svůj nízký důchodový příjem. Reakce se vyskytla přibližně u deseti procent oslovených. Interakce skončila většinou touto replikou a naším poděkováním a rozloučením, s výjimkou jednoho pána, který nám dvacet minut líčil svou těžkou situaci a potíže při shánění práce. I toho jsme vyslechli, vypadalo to, že se potřeboval vypovídat.

„*Půjde to na pomoc dětem?*“ Tato poměrně specifická otázka v několika případech padla, rozhodla jsem se ji sem proto také zahrnout. Lze z ní vyvodit domněnku, že na pomoc dětem hodně lidí nejvíce slyší. Osobám, které se takto ptaly, jsme vysvětlili třetinové pravidlo přerozdělování peněz s tím, že na pomoc dětem se část také dostane. Všechny poté přispěly.

„*To jste vy, kdo staví školu v Africe?*“ Opět poměrně okrajová otázka, která se však rovněž vyskytovala v několika případech. Může ukazovat směrem k dobré informovanosti veřejnosti o projektu „Postavme školu v Africe“.

„*Pravidelně přispívám na účet jiné organizace / vhazuji peníze pouze do pevných kasiček.*“ – tato reakce se vyskytovala přibližně u osmi procent oslovených. Důvod

jsme samozřejmě akceptovali, daného jedince ocenili, že se zajímá o prospěch druhých a poděkovali mu.

„Zkraťte to, řekněte mi, kolik chcete a já půjdu.“ – lidé, kteří takto reagovali, neměli zájem se dozvědět nic o tom, jak s jejich penězi bude nakládáno. Pravděpodobně jsou zvyklí být takto oslovováni, nedělá jim problém nějaké drobné darovat, ale na cílové skupině či směru, kam jejich pomoc poputuje, jim nezáleží. V těchto případech jsme se pokoušeli poskytnout alespoň hrubé informace ohledně organizace a hlavně dalšího toku financí, aby jedinec získal alespoň letmý přehled o tom, na co vlastně právě přispěl. Podobnou reakci bylo možno pozorovat v deseti procentech případů.

„Ano, rád/a vám přispěji.“ – tuto reakci jsme coby žadatelé o příspěvek samozřejmě slyšeli nejraději. Někdy následovala až po podání informací o nadaci ADRA a Velikonoční sbírce, v případech, kdy lidé ADRU znali a měli s ní dobré zkušenosti, leckdy i ještě předtím. Takto reagovala většina oslovených, odhadem šedesát dva procent. Lišila se výše příspěvku – většina lidí si od nás koupila malý odznak za třicet korun, nebo si za stejnou částku vybrala něco jiného, část lidí přispěla menším obnosem a pár jedinců dokonce vyšším – maximum, které jsem zaznamenala, bylo sto dvacet korun.

5. DISKUSE

Obecným cílem této práce je výzkum reakcí osob vyzvaných k účasti v dobročinné sbírce s ohledem na možné motivy jejich souhlasu nebo nesouhlasu. Následující kapitola blíže rozvádí výsledky uvedené v předchozí části a srovnává je jak s teoretickými poznatky, tak mezi sebou navzájem.

Po zprůměrnování odpovědí na identifikační otázky u dotazníku vytvořeného pro veřejnost, pomyslným průměrným respondentem je žena mezi 21 až 25 lety, která do dosavadní doby dosáhla středoškolského vzdělání. Mezi respondenty je nápadně málo mužů, ač jim byly dotazníky také rozdávány. Zde je možné učinit srovnání se zmínkou ohledně genderově podmíněnými rozdíly v prosociálním chování, kterou uvádí Hewstone a Stroebe (11). Pro tento účel by stálo za zvážení, zde není možné rozšířit tyto rozdíly i do oblasti zájmu o samotné téma prosociálního chování, nikoliv pouze o akt tohoto chování jako takový.

Co se týče místa bydliště respondentů, 76 uvedlo, že bydlí ve městě, zbývajících 59 pak na vesnici. S tímto zjištěním lze dát do souvislosti další otázku v dotazníku, která se týkala četosti oslovování respondenta kvůli dobročinným sbírkám. 72 respondentů uvedlo, že jsou oslovováni často, zbývajících 63 pak nikoliv. Dají-li se výsledky odpovědí na obě zmiňované otázky do konfrontace, je patrné, že počet osob bydlících ve městě se blíží počtu těch, kdo uváděli, že jsou kvůli dobročinným sbírkám oslovováni často. Samozřejmě zde vstupují do hry další faktory, na které v dotazníku nebyl prostor, například místo, kde se konkrétní respondent nejčastěji pohybuje – například je zcela běžné, že jedinec sice bydlí na vesnici, ale pracuje ve městě, kde tedy tráví poměrně mnoho času.

Většině respondentů oslovování kvůli dobročinným sbírkám nevadí, zároveň však 30 dotázaných osob uvádí, že při přispívání na dobročinnou sbírku už někdy v minulosti „naletělo“. Otázkou zůstává, jak se daní jedinci k této informaci zpětně dostali. Zde je možné poprvé otevřít problém malé transparentnosti ohledně využití prostředků získaných prostřednictvím dobročinných sbírek – na tento fakt bylo mnoha respondenty poukazováno jak ve volných otázkách poskytujících prostor na vlastní

připomínky, tak i přímo v uzavřené otázce zabírající se přímo problematikou „napálení se“ – poměrně dost respondentů označilo odpověď „ne“, přičemž do jako poznámku spontánně doplnilo „alespoň doufám“.

Podobná situace se opakovalo u následující uzavřené otázky, která se ptala, zda si dotazovaná osoba myslí, že svým příspěvkem na dobročinnou sbírku může skutečně pomoci – většina, konkrétně 110 respondentů, označila odpověď „ano“, často však následovanou dopsanými přípodotky jako například „snad“, „alespoň doufám“ a podobně.

Následující sekvence otázek se týká rozhodnutí, zda respondent přispěje do konkrétní sbírky. Většina, konkrétně 110 respondentů, si vybírá, na kterou z aktuálně probíhajících dobročinných sbírek přispěje a na kterou ne (otázka č. 10), „informace o sbírce“ byly zvoleny jako hlavní faktor při procesu rozhodování, zda příspěvek bude poskytnout (otázka č. 11), avšak celých 44 % respondentů v otázce č. 12 uvádí, že se o sbírce nesnaží zjistit co nejvíce informací, což může působit jako rozpor.

Co se týče některých možných motivů, kterými se respondenti řídí při rozhodování, zda příspěvek ve prospěch dobročinné sbírky věnují či ne, byly dle výsledků otázky 11 seřazeny následovně: Coby nejvíce rozhodující jsou považovány již výše zmiňované dostupné informace o sbírce, dále cílová skupina sbírky, momentální stav peněženky respondenta, osoba žadatele o příspěvek, předchozí zkušenosti respondentů s dobročinnými sbírkami, nálada, ve které se respondent v okamžiku oslovení žadatelem o příspěvek nachází, svědomí potenciálního dárce a nakonec prostředí, ve kterém je respondent osloven.

Hewstone a Stroebe (11) zmiňují pravidlo sociální odpovědnosti, které předpokládá, že by lidé měli pomáhat těm, kteří jejich pomoc potřebují či jsou na ní přímo závislí. Toto tvrzení potvrzuje jednak skutečnost, že cílová skupina sbírky se umístila na pomyslném druhém místě co se možných motivů týče, dále pak fakt, že při samotném zjišťování preference cílových skupin sbírky v otázce č. 16 se ze obecných cílových skupin na prvním místě umístily děti, tedy bytosti, které jsou na základě svých bio-psycho-socio-spirituálních charakteristik vnímány jako bytosti zranitelné a závislé, s drtivou převahou oproti dalším skupinám, které tvořili senioři a dospělí. Co se

týče bližšího definování cílových skupin, respondenti z řad veřejnosti uvedli na prvním místě skupinu „*oběti přírodních katastrof*“, tedy jedince, kteří se ve své situaci ocitli nezávisle na vlastním přičinění a v naprosté většině případů došlo na místě katastrofy k alespoň dočasnému zániku dosud existujících možných vlastních zdrojů pomoci, takže lidé na území postiženém živelnou pohromou jsou bezesporu odkázáni na pomoc zvenčí. Na posledním místě se naopak, kromě nespécifické kategorie „*jiné*“, umístili psychiatričtí pacienti, což může potvrzovat stále panující mýty v této oblasti, popřípadě souviset s malou četností této skupiny coby cílové v oblasti dobročinných sbírek. Zajímavé by určitě bylo zařadit do nabídky také skupiny tradičně chápané coby rizikové, konkrétně HIV pozitivní, alkoholiky a drogově závislé, což jsem po zjištění, že otázka by pro respondenty po zahrnutí těchto dalších třech možností byla příliš rozsáhlá a obtížná, neudělala.

Jako třetí se umístil motiv „*momentální stav peněženky*“ – i na tento faktor bylo naráženo v prostoru pro vlastní volnější vyjádření respondenta – zejména osoby spadající do věkové kategorie 15 – 20 let, tedy ti, u kterých se, vzhledem k ostatním věkovým kategoriím, nejméně předpokládá pravděpodobnost, že by už byli samostatně výdělečně činní, poměrně často udávaly, že se jim čas od času stává, že by na dobročinnou sbírku přispěli, ale momentální stav jejich financí to nedovoluje, popřípadě zrovna nemají peníze u sebe. U starších věkových kategorií se tento pohled nevyskytoval, jejich zástupci naopak poskytovali komentáře typu „*není to často*“, „*přispívám vždy jen málo, takže nějaká ta desetikoruna se vždycky najde a doufám, že někomu pomůže*“, „*poměrně malý obnos peněz jako příspěvek*“.

Jako další se umístil motiv „*osoba žadatele o příspěvek*“, který je možný zkonfrontovat s výsledky otázek 14 a 15, které se zabývaly působením žadatele o příspěvek na potenciálního dárce a preference při výběru některých typů možných tazatelů. Co se týče působení žadatele na osloveného, respondenti přikládali největší význam dojmu informovanosti v těsném závěsu s důvěryhodností a seriózností, následovalo zdravé sebevědomí, přesvědčivost, upravenost, vtipnost, veselost, asertivita, vážnost, zdraví, mládí, vmlouvavost a manipulativnost. Další nabízené možnosti „*nesměle*“, „*hlučně*“, „*zanedbaně*“, „*smutně*“, „*podezřele*“ a „*jinak*“ nebyly

zvoleny ani v jednom případě. Samotní žadatelé o příspěvek, se kterými jsem měla možnost hovořit v rámci polořízeného rozhovoru, na otázku, zda používají nějaké speciální metody, kterými zvyšují úspěšnost dobročinné sbírky, udávali snahu působit dle těchto preferencí. Mezi jejich popisované strategie patří například „...*být příjemný, ne vlezlý ani vtíravý, ale přesvědčivý.*“ „...*působit asertivně a sebevědomě, což znamená stát rovněž, decentně se usmívat*“ „...*kromě příjemného a důvěryhodného působení na oslovené dáváme důraz hlavně PR a propagaci*“, „...*milý a příjemný úsměv a žádné výstřední oblečení, člověk musí vypadat důvěryhodně.*“ Co se týče preferencí konkrétní osoby žadatele o příspěvek spadající do některého z nabízených typů, byl největším počtem respondentů zvolen člověk se zdravotním postižením, což by mohlo ukazovat na reálnou existenci konkrétního jedince či zařízení, kam výnos sbírky poputuje. Dále pak žena středního věku a vitální starší pán – takto vysoké preference zmíněných typových osob byly poměrně překvapivé, vzhledem ke skutečnosti, že coby žadatelé o příspěvek v naprosté většině případů figurují mladí lidé, převážně z řad studentů středních, méně často vysokých škol. Následuje krásná mladá dívka – tento fakt koresponduje se soudobou preferencí mládí a atraktivity, kterému je často přisuzována důvěra a sympatie (11), člověk s mentálním postižením – v tomto případě byla několika respondenty vyjádřena obava, aby vybírání příspěvků a jejich následné odevzdání „zvládl“, jedla dotázaná osoba přímo uvedla, že by tomuto jedinci přispěla „...*jen když by tam s ním někdo byl*“. Objevily se též vyšší preference muže v obleku a kravatě před mladíkem s piercingem a náušnicí – ač několik respondentů v poznámkách uvedlo, že na vzhledu žadatele o příspěvek nezáleží, objevila se i varianta, že: „...*v dnešní době je spousta lidí co má piercing a nemusí to znamenat že tento člověk není důvěryhodným aktérem, nebo muž v obleku – zda se mu to nakazuje nebo ne, nebo chce zapůsobit.*“, vyhodnocení dotazníkové odpovědi může v tomto případě ukazovat trvajících sklony k aplikování labellingu či stereotypizace tak, jak ji chápe například Atkinsonová - coby množinu úsudků o osobnostních rysech či fyzických vlastnostech celé skupiny, které mohou být zavádějícími vodítky pro sociální interakce na osoby vzhledově se lišící (2) – zajímavé by mohlo být zjištění, jak tyto tendence souvisí s věkem, popřípadě dalšími identifikačními údaji. Oproti tomu osoba

muže v obleku a kravatě bývá v našich podmínkách, dle mého názoru a zkušeností, spojována spíše s manažerskými pozicemi, kancelářským či podobným zaměřením, což se zde však neprokázalo. Nejméně respondentů potvrdilo, že by na dobročinnou sbírku přispěli po žádosti nezdravě působící ženy, což lze přičítat obavám o možné zavinění nepříznivého stavu její vlastní osobou – například drogy, alkohol a dále.

V pořadí dalším zvoleným motivem pro zvážení, zda respondent na dobročinnou sbírku přispěje či nikoliv, jsou předchozí zkušenosti v této oblasti. S tímto faktem se shodují reflektované názory respondentů, což bylo zjištěno i při pozorování v terénu, kde pár oslovených osob na žádost o příspěvek slušně, leč důrazně odpovědělo, že dobročinným sbírkám nevěří z důvodu předchozích špatných zkušeností, proto na ně od té doby nepřispívají. S tímto tématem také souvisí již výše zmiňovaná transparentnost a dostupnost informací o sbírce – v případě, že se dárci dozví, kam jeho příspěvek putoval, popřípadě jak pomohl, je velká pravděpodobnost, že dojde k eliminaci obdobných negativních zkušeností.

Individualistický přístup k hledání motivů prosociálního chování operuje s faktem, že při očekávání vysoké pravděpodobnosti úspěchu je zvýšená pravděpodobnost prosociálního chování, zatímco při nízké naději na úspěch lze očekávat spíše pasivní přístup. (11) S tímto tvrzením se ztotožňuje i Campbell (in 11). Tento fenomén souvisí kromě případných předchozích špatných zkušeností či „napálením se“ při přispění či přispívání na dobročinnou sbírku také s přesvědčením potenciálního přispěvatele, zda prostřednictvím svého příspěvku může cílové skupině relevantně pomoci.

Jako následující rozhodující motiv uváděli respondenti svou momentální náladu. Tento faktor coby motiv lze porovnat s výsledky výzkumů prováděných například Bowerem, Clarkem a Schwarzem - na jejich výsledcích byly založeny předpoklady, že dobrá nálada vyvolává pozitivní myšlenky, jejichž důsledkem jsou pozitivní činnosti, mezi něž se řadí i prosociální chování. Dle jiného náhledu je nálada použita jako jedna z informací, na jejichž celkovém vyhodnocení se zakládá finální reakce, kterou je v tomto případě souhlas či nesouhlas s poskytnutím pomoci. (28)

Za momentální náladou následuje motiv svědomí, které dle Jankovského (13) dává člověku možnost morálně hodnotit své chování a jeho důsledky. Autor dále uvádí, že v oblasti svědomí má velký význam také sebehodnocení, které v praxi funguje většinou tak, že v případě pocíťovaných nedostatků u své vlastní osoby člověk často sahá po různých ospravedlňujících prostředcích. Toto tvrzení koresponduje s výrokem jednoho respondenta z řad žadatelů o příspěvek: „...*dobré jsou třeba Vánoce a Nový rok, kdy asi hodně lidí má potřebu vykročit jaksi s čistým štítem, k čemuž si sami v sobě můžou pomoci i tím, že pro někoho něco udělají, třeba že přispějí na dobročinnou sbírku.*“

Jako nejméně rozhodující byl uváděn motiv prostředí, ve kterém k oslovení žadatelem o příspěvek dojde. Dále je možné pod tuto položku volně zařadit i fakt, zda oslovený právě spěchá či ne, neboť je zřejmé, že na některých místech, jako například před kanceláři, úřady, ale i obchodními centry v období „nákupní špičky“ bude vyšší koncentrace spěchajících osob než například v parku, na dětském hřišti a podobně. V tomto kontextu nemůžu nezmínit poznatek, který mi sdělila jedna organizátorka veřejných sbírek při osobním rozhovoru. Říkala, že si před několika lety mysleli, jaký udělali dobrý krok, když se jim podařilo domluvit umístění pevné kasičky na příspěvky do jednoho nákupního centra v Českých Budějovicích na měsíc prosinec, kdy se dá předpokládat obrovská cirkulace lidí, nadcházející vánoční nálada by rovněž mohla být prospěšná. Tato kasička však při závěrečném sčítání obsahovala úplně nejméně prostředků, což dobrovolnice, které ji v obchodním centru hlídaly proti oslovení, vysvětlily tím, že každý jenom proběhl kolem obtížen nákupními taškami a nerozhlížel se nalevo ani napravo, takže drtivá většina zákazníků kasičku minula. Na druhou stranu je ale důležité, aby v místě, kde veřejná sbírka probíhá, byl dostatečný počet oslovitelných potenciálních dárců. S tím počítají i někteří žadatelé o příspěvek, jak vyplynulo z položeného rozhovoru: „...*je pro mě důležité najít si dobré místo, kterým projde hodně lidí.*“. Oproti tomu Bergius (1976, in 11, str. 58) definoval mezi faktory vedoucí k altruistickému chování situační činitele, zejména ve vztahu přítomnosti jiných osob, neboť „*zásah přihlížejícího je mnohem pravděpodobnější tam, kde se vyskytuje méně lidí, než na místě, kde proudí velký, anonymní dav*“. Darley a Batson (1973, in 15)

provedli výzkum, který prokázal, že je menší pravděpodobnost prosociálního jednání v situaci, kdy jedinec chvátá, přičemž nezáleží na vážnosti důvodu tohoto spěchu. Tento fakt byl potvrzen také prostřednictvím vyjádření respondentů – mnozí z nich uváděli spěch coby faktor, kvůli kterému na dobročinnou sbírku nepřispějí. Při výzkumu v terénu se tato skutečnost rovněž potvrdila, spěchající osoby bylo možné rozdělit do tří pomyslných kategorií – první z nich doopravdy spěchali, nebo tak alespoň vypadali, zastavit se nenechali. Druzí po oslovení oznámili, že spěchají, ať tedy svůj projev zkrátím – většina z nich do sbírky nakonec přispěla. Třetí skupina „spěchajících“ se na spěch evidentně pouze vymlouvala, možná z toho důvodu, že jim jiný důvod odmítnutí připadal hloupý – tempo jejich chůze bylo velice pomalé a po odmítnutí bližšího kontaktu s námi coby žadateli o příspěvek tím, že spěchají, v tomto duchu setrvalo.

Otázka č. 13 se zabývala schůdností různých forem sbírky. Respondenti z řad veřejnosti zvolili coby nejschůdnější variantu sbírku pomocí dárcovských textových zpráv, tedy DMS – v této preferenci se shodovali se zkušenostmi organizátorů dobročinných sbírek, v jejichž případě byla v otázce na formu sbírky, která má dle jejich názoru nejvyšší úspěšnost, na prvním místě uváděna také DMS. U dotázaných osob z řad veřejnosti byl coby druhá nejschůdnější forma sbírky zvolena možnost „*nákup zboží či služeb, kdy část utržených peněz jde na konto sbírky*“, zatímco organizátoři dobrovolných sbírek uváděli na stejné pozici přímé oslovení v terénu, které však respondenti z řad veřejnosti uvedli až na třetím místě – zde tedy panuje drobná neshoda obou skupin v oblasti přikládání významu sbírky formou přímého oslovení žadatelem o příspěvek, ve variantě DMS je patrná naprostá shoda.

Jedna z nosných otázek celého dotazníku (otázka č. 9) se respondentů tázala, jaká je jejich nejčastější reakce na výzvu k poskytnutí příspěvku pro dobročinnou sbírku. Většina z nich, konkrétně 67 %, uvádí, že na tuto žádost reagují kladně, tudíž přispějí. Tím byla ověřena hypotéza č. 1 ve znění „*Většina oslovených osob žádosti o účast ve sbírce vyhoví.*“ 33 %, tedy 44 osob, na dobročinnou sbírku po takovéto výzvě zpravidla nepřispěje.

Zbývající část dotazníku pro respondenty z řad veřejnosti se týká přímo motivů souhlasu či nesouhlasu na výzvu k účasti v dobročinné sbírce. Naprostá většina tyto své

motivy, nebo alespoň některé z nich, reflektovala, pouhých osmnáct osob tuto reflexi vynechalo, přičemž devět z nich uvedlo, že na dobročinné sbírky spíše přispívá, zbývajících devět nepřispívá. Tím pádem se nepotvrdila hypotéza číslo 2, jejíž obsah zní: „*Účastníci sbírky nereflektují motivy, proč na oslovení k účasti ve sbírce reagují pozitivně.*“

Na tyto motivy byla zaměřená otevřená podotázka (druhá část otázky č. 9), získané údaje jsou pro větší přehlednost rozděleny do dvou skupin, přičemž první obsahuje motivy směřující k poskytnutí příspěvku na dobročinnou sbírku, druhá motivy, které naopak směřují k tomu, že potenciální dárce nepřispěje. Do první uvedené skupiny patří okruhy motivů týkající se chuti či touhy pomoci cílové skupině nebo žadatelům o příspěvek, oblibě předmětů nabízených za příspěvek, touha udělat něco „pro dobrou věc“, lítost, účast, soucit, solidarita, empatie, vlastní zkušenosti, vlastní příznivý pocit, vlastní spokojený život, možnost návratnosti příspěvku v budoucnu, pomoc jako samozřejmost, občasnost a nevelikost příspěvku, pozitivní působení osoby žadatele o příspěvek, informace o sbírce, cílová skupina sbírky a negativně zabarvené motivy, například: „*chci, aby mě neotravovali*“, či „*časté a dlouhé přemlouvání plus hra na city*“.

Zde je rozsáhlý prostor pro srovnávání získaných výsledků s poznatky pramenícími z odborné literatury. Zjevně lze souhlasit s tvrzením Záškové a Kubicové, že přirozenou součástí každé sociální struktury odpradávná byla a stále je určitá forma prosociální činnosti. (31) Sem lze volně přiřadit tezi Záškové a Mlčáka, že na takovýto způsob jednání je v každé kultuře nahlíženo kladně (32), což je však v rozporu například s názory stoupců filosofie Ayn Randové (23).

Lze také souhlasit s E. A. Wattem (1989, in 20) který rozdělil chování přinášející pomoc do kategorií plánovaná formální pomoci, pomoci v nouzové situaci, pomoci v každodenní situaci, přímé, nepřímé a konečně anonymní pomoci, neboť uvedené motivy je možné volně rozčlenit do zmíněných kategorií.

Zášková, Mlčák a Kubicová uvádějí, že k dosažení cíle altruistického chování, tedy zlepšit blaho druhých, je třeba splnit určité podmínky: jedinec musí vnímat situaci druhé osoby jako negativní, tuto druhou osobu pak jako někoho, kdo potřebuje pomoc.

Poskytnutí pomoci by pak mělo být hlavním cílem prosociálně jednajícím jedincem, nikoliv prostředkem k dosažení jiného cíle. Oproti tomu lze postavit domněnku, kterou uvádí například Nakonečný, že altruismus či prosociální jednání je zvláštní formou egoismu, kdy pomáhající osoba pomáhá vlastně pro svůj osobní pocit či veřejný obraz. (20) K tomuto tvrzení je možné přiřadit některé motivy uvedené respondenty z řad veřejnosti, spadající do okruhu „*vlastní dobrý pocit*“, konkrétně například: „...v podstatě pro (tak trochu sobecky) vlastní pocit dobročinnosti.“

Některé z motivů je možné vztáhnout i k recipročnímu altruismu, o kterém hovoří například Trives, který tento typ altruismu vymezuje mimo jiné podmínkou, že jedinec před poskytnutím pomoci zhodnotí, zde se mu pomoc vrátí, pokud usoudí, že se oplacení nedočká, ustoupí od aktu pomoci. Toto tvrzení lze aplikovat na motivy směřující k možnosti návratnosti, konkrétně například: „*jednou se mi to třeba vrátí*“, „*nikdy nevím, co se může stát mně*“, „*mohu se dostat také do situace, kdy budu prosit o pomoc*“.

Lze souhlasit také s tvrzením, že mezi výčtem motivů k altruistickému chování významně figurují i morální normy společnosti a morální imperativy coby vnější společenské požadavky. Velký vliv má také socializace či sociální učení na základě identifikace. (20) Do této skupiny se řadí motivy narážející na jakousi běžnost až samozřejmost pomoci druhému - „*je pro mě samozřejmostí pomáhat*“, „*byla jsem tak vychována*“.

Miller (1977 in 11) se při výzkumech dobral k závěrům, že silná představa spravedlivého světa působí na prosociální chování kladně jen v tom případě, kdy jedinec dokáže problém na její bázi úspěšně vyřešit – tento stav ochotu pomáhat podstatně zvyšuje. S touto skutečností lze srovnat uváděné motivy vlastního spokojeného života – například: „*mám se dobře, tak ať se tak můžou mít i ostatní*“.

Druhou kategorií respondenty uváděných motivů byly takové, které směřují k neposkytnutí příspěvku – sem patří následující okruhy: Nejistota využití poskytnutých financí, nedůvěra, nedůvěryhodnost žadatele o příspěvek, nedostatek informací o sbírce, nedůvěra v prospěšnost konceptu dobročinné sbírky a příliš mnoho dobročinných sbírek.

Skutečnost, zda se jedinec zachová prosociálně či nikoliv, je mimo jiné značně podmíněna konkrétním situačním kontextem – například Darley a Batson (1973, in 11) provedli na toto téma výzkum, který prokázal, že je menší pravděpodobnost prosociálního jednání v situaci, kdy jedinec chvátá, přičemž nezáleží na vážnosti důvodu tohoto spěchu. Dalším ze situačních kontextů může být také výskyt dalších osob na místě, kde je jedinec žadatelem o příspěvek osloven - například Bergius (1976, in 11, str. 58) uvádí, že „...*zásah přihlížejícího je mnohem pravděpodobnější tam, kde se vyskytuje méně lidí, než na místě, kde proudí velký, anonymní dav*“. Toto tvrzení se mi ověřit nepodařilo, ač z výsledků vyznívá, že lidé pohybující se ve větších městech, kde lze logicky předpokládat zvýšenou koncentraci osob, jsou často přesyceni počtem dobročinných sbírek a tím pádem na ně reagují negativněji, hlavní motiv případného odmítnutí přispět bych přisuzovala právě této přesycenosti, nikoliv vysoké koncentraci lidí jako takové.

Posledním z motivů je už mnohokrát nastiňovaná nedůvěra, popřípadě předchozí špatné zkušenosti - Cosmides a Tooby (1992, in 11) uvádějí, že základem recipročního altruismu je rekognice podvodníků a škůdců, kterým je třeba se vyhýbat. V realitě se často stává, oblast dobročinných sbírek nevyjímaje, že altruistické chování jednotlivců či určitých skupin je doslova zneužíváno druhými. Na tento fakt naráží také mnoho respondentů z řad veřejnosti i organizátorů dobročinných sbírek – tato oblast v České Republice v současné době rozhodně není transparentní, s čímž ruku v ruce kráčí nedůvěra a obavy ze zneužití či neefektivního využití prostředků získaných prostřednictvím dobročinných sbírek.

V poslední otázce (otázka č. 11) dotazníku měli respondenti prostor, aby se k tématu volně vyjádřili, pokud by chtěli ještě něco dodat. Mnoho z těchto příspěvků směřovalo právě k nejistotě a nedostatku informací ohledně toku získaných prostředků a jejich dalšího využití. Další se dotýkaly, jak již bylo zvyšováno výše, finanční situace respondenta - v několika poznámkách bylo vyjádřeno, že by jedinec sice rád přispěl, ale někdy u sebe nemá dostatek peněz. Následující okruhy odpovědí se týkaly nesouhlasu s dobročinnými sbírkami jako takovými – od nedůvěry ve validitu takovéto pomoci po přání, aby tuto roli převzal stát, kterému občané platí prostřednictvím daní.

Další vymykající se odpověď vyjadřovala názor, že dotyčná respondentka na dobročinné sbírky nepřispívá z toho důvodu, že v budoucnosti se chystá pomáhat znevýhodněným cílovým skupinám fyzicky ve své profesi, nevidí proto důvod, proč by se měla realizovat v dobročinných sbírkách, fyzickou a zcela konkrétní pomoc vnímá jako relevantnější. Na to lze navázat zmínkou o další odpovědi, která uvádí, že dotyčný respondent preferuje přímou materiální pomoc a dobrovolnictví před „pouhým“ darováním finančních prostředků. Tuto možnost lze postavit vedle názoru Musila, který se domnívá, že cíle prosté materiální pomoci jsou méně ambiciózní. Výsledkem je poskytnutí momentální péče a zajištění aktuálních potřeb příjemce, oproti tomu charakter nemateriální pomoci bývá dlouhodobější, procesuální. (17)

Optimisticky a velice nadějně působí také ty příspěvky, které volají po samozřejmosti a běžnosti mezilidské pomoci, ale i v těchto dodatcích je patrné volání respondentů po větší transparentnosti a informovanosti v této oblasti, což je ovšem téma, které se prolíná celým výzkumem k tomuto tématu.

Druhá část dotazníkového šetření se týkala respondentů působících coby organizátoři dobročinných sbírek na základě soupisu těchto sbírek uskutečněných na území města České Budějovice v roce 2009. Otázky, které slouží k porovnání s výsledky dotazníku pro veřejnost, byly rozvedeny výše, v následující části budou tedy rozvedeny spíše na ty odpovědi, které zde ještě zmiňovány nebyly.

V počtu organizátorů sbírek převažovali muži, kterých bylo 8, zatímco žen 7. Co se týče délky působení v této oblasti, převažovaly dvě skupiny, první vymezoval časový úsek 4 – 6 let, druhou 11 let a déle, méně než 1 rok v odvětví působí pouze jeden respondent – je tedy patrné, že dotazované osoby disponují určitými profesními zkušenostmi získanými na základě dlouhotrvající praxe v oboru.

Všichni respondenti se v odpovědi na otázku č. 3 shodli na tom, že osoba žadatele o příspěvek má vliv na reakce osloveného potenciálního dárce. Z následujících odpovědí na otázky č. 4, 5 a 6 vyplývá, že při volbě osoby, která bude působit jako žadatel o příspěvek na dobročinnou sbírku, převažuje výběr dle vnitřních charakteristik daného jedince. K vnějším charakteristikám je také přihlíženo, rozhodně však v menší míře.

Naprostá většina organizátorů sbírek své žadatele o příspěvek předem školí, kromě toho se je také snaží motivovat. Formy této motivace bývají různé – například stravenkami, drobnými dárky, ale hlavně vysvětlením a pochopením smyslu sbírky, seznámením s konkrétními osobami, kterým výtěžek sbírky pomohl a podobně. Většina respondentů, konkrétně 73 %, hodnotí po skončení sbírky společně s žadatelem o příspěvek průběh a výsledky celé akce, což s motivací rovněž souvisí. Otázka, zda si nynější organizátoři dobročinných sbírek někdy v minulosti zkusili působit v roli žadatele o příspěvek, byla položena hlavně z důvodu představy, zda se dokáží plně vžít do této role. 8 dotázaných osob si toto působení v minulosti vyzkoušelo, 7 nikoliv.

Ptala jsem se také na to, zda je problém dohodnout případné místo na umístění pevné kasičky pro vybírání příspěvků, 9 respondentů už se s problémy v této oblasti setkalo. Co se pevných kasiček týče, při jednom z rozhovorů realizovaných v rámci výzkumu jsem se setkala s poznatkem, že v místech, kde jsou stabilní kasičky na očích, je možné vysledovat ty lidi, kteří zřejmě kasičky „naplňují“. Například v lékárnách to bývají většinou senioři, nebo například v pobočkách McDonald převážně mladí lidé, kteří dokážou nastřádat také pěkné sumy. Jednotlivé příspěvky do těchto kasiček nebývají vysoké, ale opakující se, často pravidelné, což se projevuje na výsledných částkách, které jsou takto získány.

Většina respondentů se domnívá, že se reakce veřejnosti na dobročinné sbírky ve srovnání s dobami jejich začátků v této oblasti změnila, přičemž tuto změnu hodnotí jako spíše negativní. Tento podtext lze vystopovat také v otevřené otázce, která se respondentů táže, co by v této oblasti změnili. Několikrát jsou zde zmiňovány faktory ukazující k lidskému smýšlení a celkovému nastavení hodnot společnosti, popřípadě poukázání na zhoršující se sociálně ekonomickou situaci v návaznosti na politiku zaměstnanosti a podobně. 60% dotázaných osob je zároveň toho názoru, že v ČR panují dobré podmínky pro realizaci dobročinných sbírek, vytýkána bylo akorát přílišná obecnost zákona, odvod daně z výsledné částky a nepřiměřeně vysoké pokuty stanovené zákonem. Byl vyjádřen také názor, že i v prostředí dobročinných sbírek o nestátních neziskových organizacích stoupá konkurence a tím pádem i rivalita.

U dalších volných otázek se většina respondentů rovněž shodla na faktu, že v oblasti dobročinných sbírek je v současné době velice málo konkrétních jasných informací směrem k veřejnosti a že si situace žádá kladení mnohem většího důrazu na mediální prezentaci a celkovém PR pořadající organizace jako takové i samotné sbírky tak, aby se dostala do povědomí veřejnosti.

Co se týče položených rozhovorů s osobami působícími jako žadatelé o příspěvek, šlo ve většině případů o ženy, početně nejvíce zastoupená byla skupina ve stáří 22 let. 60 % těchto respondentů působí coby žadatelé o příspěvek pouze nárazově, nikoliv pravidelně. Tito respondenti uvádějí, že se při svém působení setkávají spíše s pozitivními či neutrálními reakcemi, které jsou dle jejich názorů zapříčiněné z velké části právě dostatkem či nedostatkem informací oslovovaných osob o dané sbírce či pořadající organizaci, čímž se shodují s výsledky respondentů z řad veřejnosti a organizátorů dobročinných sbírek. Dostupné informace o sbírce jsou dle názoru dotázaných žadatelů o příspěvek také jedním z hlavních kritérií úspěšnosti sbírky. Většina respondentů dovede dopředu odhadnout, zda bude oslovený potenciální dárcce reagovat spíše pozitivně či negativně, jako hlavní znaky, dle kterých takto usuzují, uvádějí celkové vzezření, výraz tváře a tempo, jakým se daná osoba pohybuje.

Všichni tito respondenti věří či (v jednom případě) alespoň doufají, že jimi vybrané peníze doopravdy pomohou tam, kde je avizováno. Velice často také uvádějí, že jinak by donou činnost provádět nemohli. Co se týče hodnocení tohoto působení na jejich vlastní osobu, vyskytli se mezi respondenti ti, kteří vnímají dobrý pocit, který jim tato činnost přináší, radost, že mohou někomu takto pomoci, ale i ti, které pozice žadatele o příspěvek rozhodně nenaplnuje či dokonce odpuzuje. Převažovalo však kladné hodnocení a osobní přínos.

Při výzkumu v terénu, který byl proveden při příležitosti konání Velikonoční sbírky organizace ADRA, bylo možné porovnat reálnou situaci s teoretickými poznatky a výsledky výzkumu - ve většině případů shodují s výše rozvedenými skutečnostmi.

6. ZÁVĚR

Při vyslechnutí informace, že se chystám zpracovávat téma „*Reakce osob vyzvaných k účasti v dobročinné sbírce s ohledem na možné motivy jejich souhlasu nebo nesouhlasu*“ jsem u okolí narážela na převážně negativní reakce typu „*To by mě zajímalo, jak to vůbec chceš dělat. Všichni jsou už na nějaké dobročinné sbírky alergičtí, natož aby se jim chtělo podílet se na nějakém výzkumu. Spousta sbírek je jen prostředkem, jak si jejich organizátoři vydělávají na neštěstí druhých, často jde o podvrh.*“ Musím se přiznat, že mne tyto negativní postoje trochu vyděsily, nicméně už bylo pozdě od tématu couvnout. Nakonec všechno dopadlo nadmíru pozitivně, neměla jsem problémy se sháněním respondentů z řad veřejnosti, pořadatelů dobročinných sbírek ani osob, které pravidelně či příležitostně působí jako žadatelé o příspěvek na dobročinnou sbírku. Spíš naopak jsem byla překvapena, kolik lidí mi vyšlo vstříc, zejména co se týče pracovníků mnou oslovených organizací – několik z nich mi nabídlo osobní rozhovor, který jsem s povděkem přijala, dotazníky se mi ve většině případů vracely zpátky s přípodotkem, ať se v případě, že budu ještě něco potřebovat, určitě ozvu. Ty organizace, které mi například pro personální změny nemohly pomoci, se alespoň omlouvaly. Organizace ADRA mi dokonce poskytla podmínky pro provádění výzkumu v terénu přímo při pořádání Velikonoční sbírky. Komunikace s žadateli o příspěvek byla také poměrně bezproblémová – výsledky, ke kterým jsem došla, by bez ochoty těchto osob nemohly být zjištěny, za což všem výše zmíněným patří můj velký dík.

Při výzkum reakcí osob vyzvaných k účasti v dobročinné sbírce s ohledem na možné motivy jejich souhlasu nebo nesouhlasu jsem splnila všechny cíle, které znějí následovně: Zjistit, zda v případě žádosti o příspěvek na dobročinnou sbírku oslovený jedinec spíše souhlasí, nebo nesouhlasí, dále pak možné motivy tohoto souhlasu či nesouhlasu, hodnocení organizátorů dobročinných sbírek celkovou situací v tomto odvětví a konečně to, jak hodnotí osoby působící coby žadatelé o příspěvek na dobročinnou sbírku svou úlohu a pozici. Hypotéza H1 předpokládající, že většina oslovených osob žádosti o účast ve sbírce vyhoví, byla ověřena, hypotéza H2 obsahující

tvrzení, že účastníci sbírky nereflektují motivy, proč na oslovení k účasti ve sbírce reagují pozitivně, byla naopak vyvrácena. Co se týče výzkumných otázek spadajících pod kvalitativní část výzkumu, ukázalo se, že motivy osob, kteří na dobročinnou sbírku přispějí, jsou spíše než konkrétní převážně obecně altruistické. Druhá výzkumná otázka, která se týkala shody motivů, poznatky a očekávání osob působících coby organizátoři dobročinných sbírek, žadatelů o příspěvek a potenciálních dárců z řad veřejnosti, byla na základě vyhodnocení a vzájemném porovnání výsledků zodpovězena kladně, tedy tak, že tyto motivy, poznatky a očekávání se, kromě drobných odlišností, které jsou podrobněji rozebrány v diskuzi, ve většině případů shodují. Na základě zodpovězení těchto otázek je možné stanovit odpovídající hypotézy pro další výzkum v této oblasti.

Celou výzkumnou částí práce prostupuje téma, které se ukázalo být v této oblasti nejvýraznější a nejpalcivější, a to dostupné informace o dobročinných sbírkách a organizacích, které je pořádají, včetně volání po větší transparentnosti a ověřitelnosti validního využití získaných prostředků, obzvláště v kontextu stále stoupajícího množství probíhajících dobročinných sbírek. Dostupné informace jsou hlavním motivem, který vede potenciální dárci k tomu, zda na konkrétní sbírku přispějí či nepřispějí, většina z nich by uvítala, kdyby těchto informací bylo více. Mnoho respondentů z řad veřejnosti uvádí, že na sbírku sice přispějí, ale vůbec si nejsou jistí, zda výtěžek sbírky dostane tam, kam má, tento faktor je také často uváděn jako hlavní motiv situace, kdy jedinec v případě oslovení žadatelem o příspěvek na sbírku nepřispěje. Organizátoři dobročinných sbírek tento deficit rovněž vnímají, uvědomují si, že na celkovém PR organizace a propagaci sbírky velice záleží, osoby působící jako žadatelé o příspěvek měly příležitost si tento fakt mnohokrát ověřit v praxi, nicméně i přesto není u většiny dobročinných sbírek situace v této oblasti zrovna ideální.

Z této skutečnosti by se dalo do budoucna vycházet při organizaci a realizaci dobročinných sbírek, určitě by bylo potřebné zvážit, jakým způsobem by informace měly být poskytovány tak, aby se sbírky či organizace, jež je pořádají, zapsaly do povědomí veřejnosti, tato oblast stala transparentnější a pro potenciální dárci více důvěryhodná, zároveň by došlo k eliminaci rizika falešných sbírkových akcí. Za zmínku by stál také nástin řešení přesycenosti prostředí dobročinnými sbírkami, který

v potenciálních dárcích často budí nechuť. Výsledkem by byly vyšší výnosy dobročinných sbírek a tedy větší míra prostředků určených k pomoci konkrétním cílovým skupinám.

7. SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. *Adresář Koalice dobrovolnických iniciativ* [online]. www.dobrovolnik.cz [citováno 2010-03-27]. Dostupné z: <http://www.dobrovolnik.cz/adresar.htm>
2. *Dobrovolnická služba* [online]. Ministerstvo vnitra České Republiky [citováno 2010-03-27]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/dobrovolnicka-sluzba-981911.aspx?q=Y2hudW09MQ%3d%3d>
3. *Druhy dobrovolnictví* [online]. www.dobrovolnik.cz [citováno 2010-03-27]. Dostupné z: http://www.dobrovolnik.cz/d_druhy.shtml
4. ATKINSON, Rita L. *Psychologie*. 2. Praha : Portál, 2003. 751 s. ISBN 80-7178-640-3.
5. BORG, James. *Umění přesvědčivé komunikace : jak ovlivňovat názory, postoje a činy druhých*. 1. Praha : Grada, 2007. 177 s. ISBN 978-80-247-1971-9.
6. ČEPELKA, Oldřich. *Práce s veřejností v nepodnikatelském sektoru*. 1. Liberec : Nadace Omega, 1997. 243 s. ISBN 80-902376-0-6.
7. GEIST, Bohumil. *Psychologický slovník*. 2. Praha : Vodnář, 2000. 425 s. ISBN 80-86226-07-7
8. GRICE, Paul. *Aspects of reason*. 1. Oxford : The Clarendon Press, 2001. 136 s. ISBN 0-19-824252-2.
9. HARTL, Pavel. *Stručný psychologický slovník*. 1. Praha : Portál, 2004. 312 s. ISBN 80-7178-803-1.

10. HAYES, Nicky. *Základy sociální psychologie*. 4. Praha : Portál, 2007. 166 s. ISBN 978-80-7367-283-6.
11. HEWSTONE, Miles; STROEBE, Wolfgang. *Sociální psychologie*. 1. Praha : Portál, 2006. 776 s. ISBN 80-7367-092-5.
12. HUBINKOVÁ, Zuzana, et al. *Psychologie a sociologie ekonomického chování*. 1. Praha : Grada, 2008. 280 s. ISBN 978-80-247-1593-3.
13. JANKOVSKÝ, Jiří. *Etika pro pomáhající profese*. 1. Praha : Triton, 2003. 223 s. ISBN 80-7254-329-6.
14. JANOUŠEK, Jaromír. *Verbální komunikace a lidská psychika*. 1. Praha : Grada, 2007. 169 s. ISBN 978-80-247-1594-0.
15. KŘIVOHLAVÝ, Jaro. *Psychologie vděčnosti a nevděčnosti*. 1. Praha: Grada, 2007. 120 s. ISBN 978-80-247-1838-5
16. KŘIVOHLAVÝ, Jaro. *Tajemství úspěšného jednání*. 1. Praha : Grada, 1995. 168 s. ISBN 80-85623-84-6.
17. MUSIL, Libor. *"ráda bych Vám pomohla, ale"* : *Dilemata práce s klienty v organizacích*. 1. Brno : Marek Zeman, 2004. 243 s. ISBN 80-903070-1-9.
18. MYERS, David. *Social psychology*. 6. Boston : McGraw-Hill, 1999. 737 s. ISBN 0-07-290217-5.
19. NAKONEČNÝ, Milan. *Motivace lidského chování*. 1. Praha : Academia, 1997. 270 s. ISBN 80-200-0592-7.

20. NAKONEČNÝ, Milan. *Sociální psychologie*. 1. Praha : Academia, 2000. 287 s. ISBN 80-200-0690-7.
21. *Oficiální stránky organizace ADRA* [online]. www.adra.cz [citováno 2010-04-02]. Dostupné z: <http://www.adra.cz/adra/cz/>
22. PEASE, Allan. *Řeč těla : jak porozumět druhým z jejich gest, mimiky a postojů těla*. 1. Praha : Portál, 2001. 144 s. ISBN 80-7178-582-2.
23. SCHWARTZ, Peter. *The Appeal of Altruism*. Záznam přednášky, 2001. dostupné z www: <http://www.aynrand.cz/view.php?cisloclanku=2006032201>
24. TOŠNER, Jiří; SOZANSKÁ, Olga. *Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích*. 2. Praha : Portál, 2006. 152 s. ISBN 80-7367-178-6.
25. VAN DER LAAN, Geert. *Otázky legitimace sociální práce : pomoc není zboží*. 1. Boskovice : Albert, 1999. 260 s. ISBN 80-85834-41-3.
26. VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie lidské komunikace*. 1. Praha : Portál, 2000. 263 s. ISBN 80-7178-291-2.
27. VYMĚTAL, Jan ; REZKOVÁ, Vlasta. *Regersovský přístup k dospělým a k dětem*. 2. Praha : Portál, 2001. 236 s. ISBN 80-7178-561-X.
28. VÝROST, Jozef ; SLAMĚNÍK, Ivan. *Sociální psychologie : 2., přepracované a rozšířené vydání*. 1. Praha : Grada, 2008. 408 s. ISBN 978-80-247-1428-8.
29. Zákon č. 117/2001 sbírky, o veřejných sbírkách a změně některých zákonů ve znění pozdějších předpisů

30. Zákon číslo 198/2002 Sbírky o dobrovolnické službě a o změně některých zákonů ve znění pozdějších předpisů

31. ZÁŠKODNÁ, Helena ; KUBICOVÁ, Alina. Prosociální chování u pomáhajících profesí. *Kontakt*. 2008, 10, 1, s. 150-158. ISSN 1212-4117.

32. ZÁŠKODNÁ, Helena; MLČÁK, Zdeněk. Prosociální chování a altruismus v nouzové situaci. *Kontakt*. 2007, 9, 2, s. 325-330. ISSN 1212-4117.

33. ZÁŠKODNÁ, Helena; MLČÁK, František; KUBICOVÁ, Alina: Altruismus. In *Prosociální chování a jeho vazby na altruismus, afiliaci a empatii*. [s.l.] : [s.n.], [cit. 2010-03-30]. Dostupné z www: <<http://apps.zsf.jcu.cz/data/zaskodna/altruismus.html>>.

34. ZÁŠKODNÁ, Helena; MLČÁK, Zdeněk; KUBICOVÁ, Alina: Prosociální chování. In *Prosociální chování a jeho vazby na altruismus, afiliaci a empatii*. [s.l.] : [s.n.], [cit. 2010-03-30]. Dostupné z www: <http://apps.zsf.jcu.cz/data/zaskodna/prosoc_chov.html>.

35. *Zprávy 2000: 5. prosince: Mezinárodní den dobrovolníků* [online]. Informační centrum OSN v Praze, 5.12.2000 [citováno 2010-03-27]. Dostupné z: <http://www.osn.cz/zpravodajstvi/zpravy/zprava.php?id=675>

36. *Zprávy 2000: 2001: Mezinárodní rok dobrovolníků* [online]. Informační centrum OSN v Praze, 21.12.2000 [citováno 2010-03-27]. Dostupné z: <http://www.osn.cz/zpravodajstvi/zpravy/zprava.php?id=667>

8. KLÍČOVÁ SLOVA

Altruismus

Cílová skupina

Dobročinná sbírka

Motivy souhlasu či nesouhlasu

Prosociální chování

Reakce na výzvu k účasti v dobročinné sbírce

Žadatel o příspěvek

9. SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Vztahy mezi pojmy pomáhání, prosociální chování a altruismus

Příloha č. 2: Model prosociální osobnosti

Příloha č. 3: Přehled sbírek realizovaných v roce 2009 na území města České Budějovice

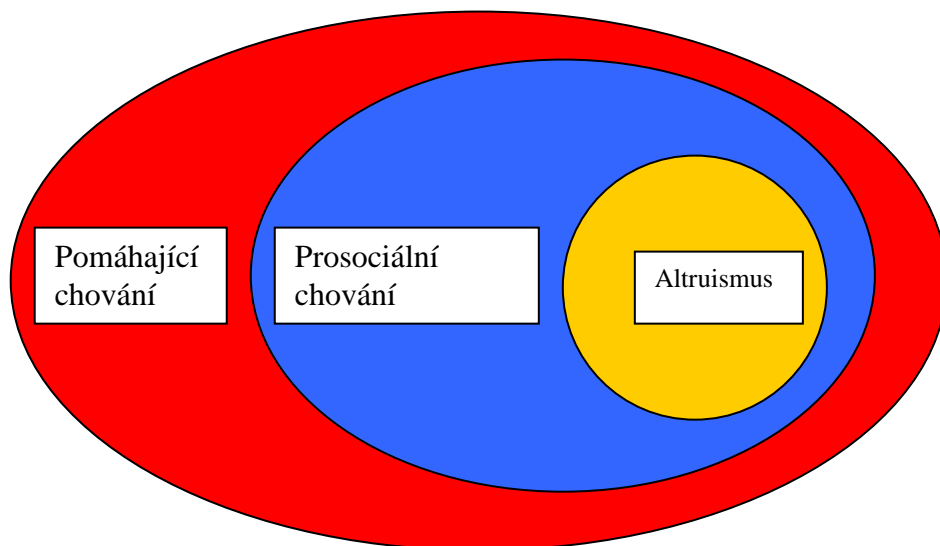
Příloha č. 4: Dotazník určený respondentům z řad veřejnosti

Příloha č. 5: Dotazník určený respondentům z řad organizátorů a koordinátorů dobročinných sbírek

Příloha č. 6: Otázky kladené osobám působícím jako žadatelé o příspěvek v polořízeném rozhovoru

Příloha č. 1

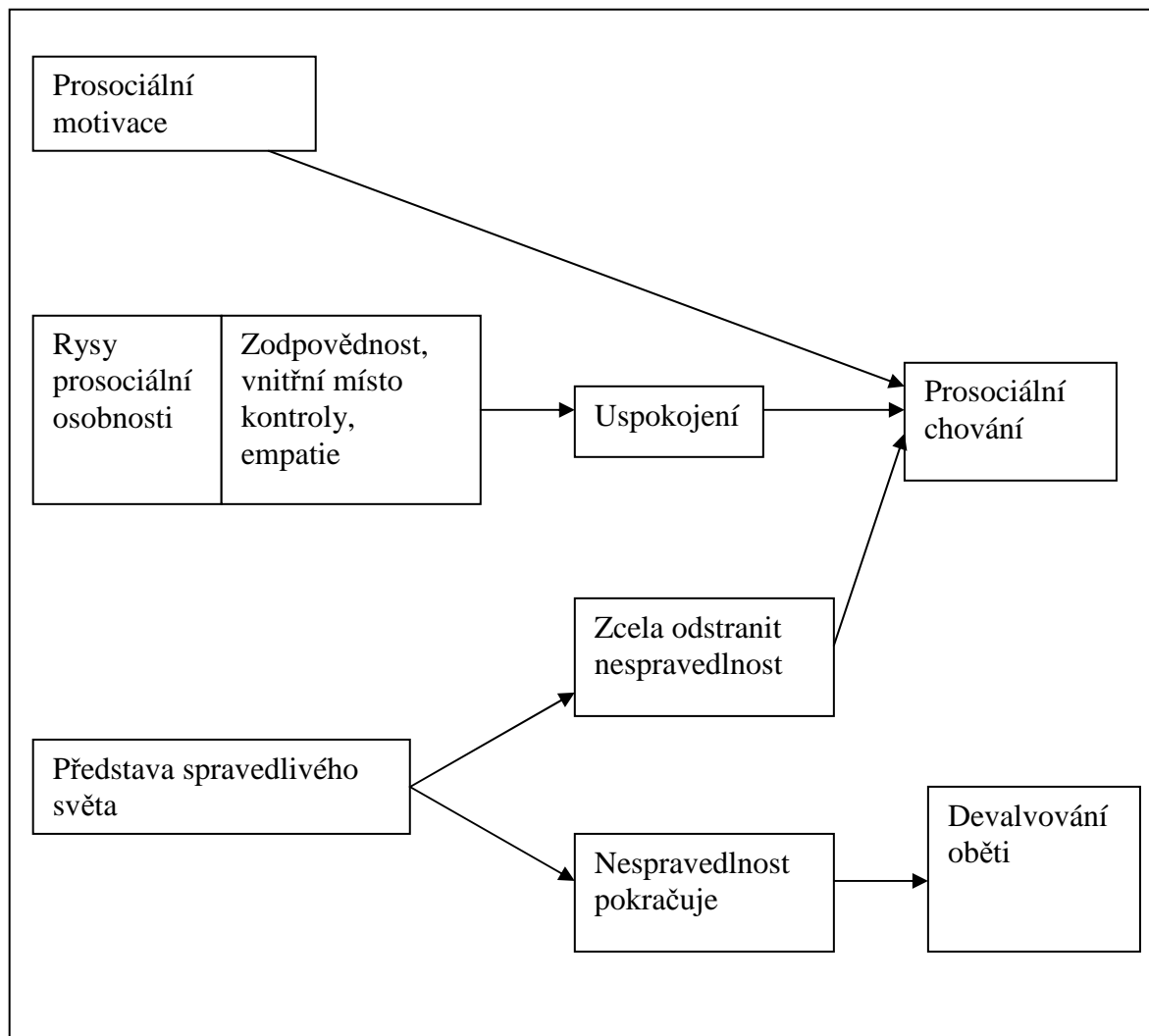
Vztahy mezi pojmy pomáhání, prosociální chování a altruismus



Zdroj: Hewstone, Stroebe (2006), str.333

Příloha č. 2

Model prosociální osobnosti



Zdroj: Hewstone, Stroebe (2006), str. 341 (11)

Příloha č. 3

Přehled sbírek realizovaných v roce 2009 na území města České Budějovice

| Pořádající organizace | Typy pokladniček | Datum počítání | Částka v Kč | Umístění |
|--|-------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------|
| Kinematograf bratří Čadíků | 2 pokladničky | 10.7.2009 | 13385,00 | |
| Nadace Terezy Maxové | stabilní kasička | 3.12.2009 | 12472,00 | Lékárna České Vrbné |
| Tříkrálová sbírka | 56 přenosných kasiček | 12.1.2009 | 228 860,50 | |
| Fond ohrožených dětí | stabilní kasička | 3.6.2009 | 1 866,00 | lékárna Rožnov |
| | stabilní kasička | 29.4.2009 | 8 300,00 | lékárna Šumava |
| | stabilní kasička | 5.11.2009 | 6 453,00 | lékárna Šumava |
| | stabilní kasička | 25.11.2009 | 3 120,00 | lékárna U Trojice |
| | | | 19739,- | |
| Česká alzheimerská společnost | 8 přenosných kasiček | 18.6.2009 | 4 560,00 | |
| Junák - postavme školu v Africe | 12 přenosných kasiček | 8.10.2009 | 63 079,00 | |
| Český červený kříž | stabilní kasička | 21.12.2009 | 6 034,00 | PK JIH |
| | stabilní kasička | 21.12.2009 | 11 286,00 | Vánoční strom |
| | | | 17320,- | |
| Rolnickové dny | 40 přenosných kasiček | 25.3.2009 | 55 578,00 | |
| Wort & Tat všeobecná misijní společnost o.s. | stabilní kasičky | 25.6.2009 | 5 530,00 | IGY |
| | prodejny | 19.10.2009 | 6 850,00 | Gěčko |
| | Deichmann - obuv | 22.10.2009 | 3 946,00 | IGY |
| | | 28.12.2009 | 2 125,00 | Gěčko |
| | | 31.12.2009 | 206,00 | IGY |
| | | | 18657,- | |
| Nadace pro transplantaci kostní dřeně | 12 přenosných kasiček | 27.3.2009 | 16 557,00 | |
| | 15 přenosných kasiček | 25.11.2009 | 25 397,00 | |
| | | | 41954,- | |
| Ronald McDonald Charity o.p.s. | stabilní kasička | 24.3.2009 | 14 920,00 | Strakonická |
| | stabilní kasička | 7.4.2009 | 12 100,00 | Lannova |
| | stabilní kasička | 23.7.2009 | 13 719,00 | Strakonická |
| | stabilní kasička | 23.10.2009 | 10 737,00 | Lannova |
| | stabilní kasička | 24.11.2009 | 9 888,00 | Strakonická |
| | | | 61364,- | |
| ADRA, o.s. | 25 přenosných kasiček | 2.4.2009 | 22 340,00 | |
| | 2 přenosné kasičky | 7.7.2009 | 7 000,00 | |
| | | | 29 340,- | |
| | | | | |

| | | | | |
|--------------------------|----------------------------|------------|-------------------------------------|------------------------------|
| Nadace Jedličkova ústavu | Stabilní kasička | 25.6.2009 | 578,00 | Albert - Prior |
| | stabilní kasička | 19.9.2009 | 673,00 | Elektro Havlíček |
| | stabilní kasička | 19.9.2009 | 4 889,00 | OBI |
| | | | 6140,- | |
| Světýlko o.p.s. | stabilní kasičky | 4.9.2009 | 8 346,00 | prodejny Takko v ČB |
| | stabilní kasičky | 6.10.2009 | 4 408,00 | prodejny Takko v ČB |
| | | | 12754,- | |
| Městská charita ČB | stabilní kasička - koncert | 18.12.2009 | 1 846,00 | |
| Pomozte dětem | jednorázová akce | 2.4.2009 | 430,00 | Tesco |
| | jednorázová akce | 21.7.2009 | 384,00 | E.ON Energy Truck Tour |
| | jednorázová akce | 14.12.2009 | 3 585,00 | Běh kolem Sokolského ostrova |
| | | | 4399,- | |
| | | | Celkem 750 313, 00 | |

Zdroj: Radka Bílá, správní obor Magistrátu města České Budějovice

Příloha č. 4

Dotazník určený respondentům z řad veřejnosti

Dobrý den,

jmenuji se Markéta Skálová a studuji na Zdravotně sociální fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích obor Rehabilitačně psychosociální péče. V současné době zpracovávám bakalářskou práci na téma *Reakce osob vyzvaných k účasti v dobročinné sbírce s ohledem na možné motivy jejich souhlasu nebo nesouhlasu*. K tomuto účelu slouží i dotazník, který se Vám právě dostal do ruky. Je zcela anonymní, Vaše odpovědi budou statisticky vyhodnoceny a zahrnuty do výzkumné části mé práce.

Odpověď, která je Vám nejbližší, u každé otázky, prosím, zaškrtněte, popřípadě doplňte, je-li v nabídce tato možnost.

Děkuji Vám za spolupráci.

1. Jste muž x žena ?

2. Do jaké věkové kategorie patříte?

- 15 – 20
- 21 – 25
- 26 – 30
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 – 60
- 61 – 70
- 71 – 80
- 80 a více

3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Vyučen
- Středoškolské
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

4. Bydlíte ve městě x na vesnici?

5. Jste často oslovováni kvůli dobročinným sbírkám? Ano x Ne

6. Toto oslovování Vám: Vadí x Nevadí

7. Už se Vám někdy stalo, že jste při přispívání na dobročinnou sbírku „naletěl/a“?
Ano x Ne

8. Myslíte si, že příspěvkem na dobročinnou sbírku můžete doopravdy pomoci?
Ano x Ne

Jaká je Vaše nejčastější reakce na výzvu k přispění do dobročinné sbírky?
Přispěji x Nepřispěji

9. Jaké bývají motivy této Vaší reakce?

.....
.....
.....

10. Vybíráte si, na kterou dobročinnou sbírku přispějete a na kterou ne? Ano x Ne

11. Pokud ano, podle čeho se rozhodujete? Očíslujte, prosím, dle důležitosti (1 – nejdůležitější, nejvyšší číslo – nejméně důležité). Každé číslo použijte, prosím, pouze jednou.

- Osoba žadatele o příspěvek
- Prostředí, ve kterém jste dotázáni
- Momentální stav peněženky
- Svědomí
- Momentální nálada
- Dostupné informace o konkrétní sbírce
- Cílová skupina, na kterou je sbírka zaměřena
- Vaše dřívější zkušenosti

12. Snažíte se zjistit o sbírce co nejvíce informací? Ano x Ne

13. Jaká forma sbírky je pro Vás nejschůdnější?

- Přímé oslovení žadatelů v terénu
- Zasílání peněz na účet k účelu sbírky zřízený
- Kasičky na veřejných místech
- Nákup zboží či služeb, kdy část utržených peněz jde na konto sbírky
- DMS (dárcovské SMS)
- Jiné – prosím, uveďte

14. Zaškrtněte, prosím, jak by měl působit tazatel, abyste přispěl/a na sbírku, kterou propaguje. Lze i více možností.

Nesměle, asertivně, zdravě sebevědomě, vmlouvavě, manipulativně, vtipně, vážně, seriózně, informovaně, upraveně, hlučně, přesvědčivě, zanedbaně, smutně, vesele, podezřele, důvěryhodně, mladě, zdravě, jinak – prosím, doplňte

15. Přispěl/a byste na sbírku, kdyby vás za tímto účelem oslovil/a:

- Krásná mladá dívka
- Mladík s piercingem a náušnicí v uchu
- Člověk se zdravotním postižením
- Člověk s mentálním postižením
- Muž v obleku a kravatě
- Nezdravě působící žena
- Vitální starší pán
- Žena středního věku

16. Očíslujte, prosím, v oddílu a) i b), na kterou cílovou skupinu byste v rámci dobročinné sbírky spíše přispěl/a (1 – určitě ano, nejvyšší číslo – určitě ne) Každé číslo použijte, prosím, pouze jednou.

a)

- Děti
- Dospělí
- Senioři

b)

- Osoby se zdravotním postižením
- Osoby s mentálním postižením
- Psychiatričtí pacienti
- Oběti domácího násilí
- Oběti přírodních katastrof
- Oběti válečných konfliktů
- Obyvatelé rozvojových zemí
- Konkrétní instituce
- Konkrétní jedinec (konto Míša,...)
- Jiné – prosím, uveďte

17. Chtěl/a byste ještě něco dodat?

.....
.....
.....
.....
.....

Děkuji za Váš čas a ochotu

Příloha č. 5

Dotazník určený respondentům z řad organizátorů a koordinátorů dobročinných sbírek

Dobrý den,

jmenuji se Markéta Skálová a studuji na Zdravotně sociální fakultě Jihočeské univerzity v Českých Budějovicích obor Rehabilitačně psychosociální péče. V současné době zpracovávám bakalářskou práci na téma *Reakce osob vyzvaných k účasti v dobročinné sbírce s ohledem na možné motivy jejich souhlasu nebo nesouhlasu*. K tomuto účelu slouží i dotazník, který se Vám právě dostal do ruky. Je zcela anonymní, Vaše odpovědi budou statisticky vyhodnoceny a zahrnuty do výzkumné části mé práce.

Odpověď, která je Vám nejbližší, u každé otázky, prosím, zaškrtněte, popřípadě doplňte, je-li v nabídce tato možnost.

Děkuji Vám za spolupráci.

1. Jste muž x žena ?
2. Má dle Vašeho názoru osoba žadatele o příspěvek vliv na reakci osloveného?
Ano x Ne
3. Vybíráte žadatele o příspěvek dle vnějších charakteristik? Ano x Ne
4. Vybíráte žadatele o příspěvek dle vnitřních charakteristik? Ano x Ne
5. Které z těchto charakteristik převažují? Vnější x Vnitřní
6. Jak by dle Vás měl na první pohled působit úspěšný žadatel o příspěvek?

.....
.....

7. Školíte žadatele o příspěvek před započítáním sbírky? Ano x Ne

8. Snažíte se žadatele o příspěvek motivovat? Ano x Ne

9. Pokud ano, jak?

.....
.....

10. Hodnotíte po skončení sbírky společně s žadatelem o příspěvek její průběh a výsledky? Ano x Ne

11. Zkusil/a jste si někdy v minulosti působit jako žadatel o příspěvek? Ano x Ne

12. Propagujete sbírky i jinými způsoby než přímým působením žadatelů o příspěvek v terénu? Ano x Ne

13. Je podle Vás důležité umět na požádání poskytnout podrobné informace o sbírce?

Ano x Ne

14. Očíslujte, prosím, v oddíle a) i b), jak dle Vašich zkušeností reaguje veřejnost na následující cílové skupiny sbírky. (1 – nejlépe, nejvyšší číslo – nejhůře)

a)

- Děti
- Dospělí
- Senioři

b)

- Osoby se zdravotním postižením
- Osoby s mentálním postižením
- Psychiatričtí pacienti
- Oběti domácího násilí
- Oběti přírodních katastrof
- Oběti válečných konfliktů
- Obyvatelé rozvojových zemí
- Konkrétní instituce
- Konkrétní jedinec (konto Míša,...)
- Jiné – prosím, uveďte.....

15. Jak dlouho působíte v této profesní oblasti?

- Méně než 1 rok
- 1 – 3 roky
- 4 – 6 let
- 7 – 10 let
- 11 let a déle

16. Je dle Vás znát posun v reakcích veřejnosti na dobročinné sbírky ve srovnání s dobou Vašich začátků v této oblasti a teď? Ano x Ne

17. Jak hodnotíte tento posun? Jako spíše pozitivní x Spíše negativně

18. Jsou dle Vašeho názoru v ČR dobré podmínky pro realizaci veřejných sbírek?
Ano x Ne

19. Co byste v tomto ohledu změnil/a?

.....
.....

20. Na čem dle Vašeho názoru závisí úspěšnost veřejné sbírky?

.....
.....

21. Chtěl/a byste ještě něco dodat?

.....
.....

Děkuji za Váš čas a ochotu.

Příloha č. 6

Otázky kladené osobám působícím jako žadatelé o příspěvek v polořízeném rozhovoru

1. Identifikační údaje – muž x žena, věk
2. Jak dlouho působíte v pozici žadatele o příspěvek v rámci dobročinných sbírek?
3. S jakými reakcemi veřejnosti se nejčastěji setkáváte?
4. Čím jsou dle Vás ovlivněny?
5. Dovedete dopředu odhadnout, jaký člověk bude jak reagovat?
6. Podle čeho se při tomto odhadování řídíte?
7. Berete toto své působení jako pouhou práci, nebo Vám dává něco více?
8. Věříte, že Vámi vybrané peníze opravdu pomohou tam, kde by měly?
9. Jaké typy sbírek jsou dle Vašich zkušeností nejúčinnější?
10. Jaké cílové skupiny se u veřejnosti setkávají s největším ohlasem?
11. Máte nějaké vyzkoušené vlastní metody, kterými zvyšujete úspěšnost sbírky?
12. Přispějete většinou do sbírky, kterou zrovna realizujete?
13. Jste-li sám jiným tazatelem požádán o příspěví do veřejné sbírky, přispějete?
14. Co byste z pozice tazatele v oblasti veřejných sbírek zlepšil/a?
15. Chtěl/a byste ještě něco dodat?