

Zborník zo 6. ročníka

súťaže o najlepšiu diplomovú alebo bakalársku
prácu na tému **filantropia, dobrovoľníctvo
a tretí sektor**



cpf

CENTRUM PRE
FILANTROPIU

2012

Tri grácie, nazývané aj charitky, sú pôvabné, ľúbezné a milé, láskavé k ľuďom.

Táto skupina troch ženských postáv, má starú tradíciu v gréckom, rímskom aj súčasnom umení. V každom historickom období sú charitky zobrazované rôzne: niekedy ako sen, inokedy ako kypré ženy...

Charitky sú však zobrazované vždy v trojici, pretože dobrodenie treba vedieť dať, prijať aj vrátiť. Charitky sa držia za ruky, pretože dobrodenie ako reťaz prechádza z ruky do ruky.

Zborník zo 6. ročníka

súťaže o najlepšiu diplomovú alebo bakalársku prácu
na tému filantropia, dobrovoľníctvo a tretí sektor

2012

Zoznam študentských prác:

- 1. Janíčková Nikola, Mgr.**
názov diplomovej práce:
Online fundraising v České republice 4
- 2. Jobbágyová Rozália, Bc.**
názov bakalárskej práce:
Ideály a realita vo filantropii v minulosti a v súčasnosti 12
- 3. Borovský Branislav, Mgr.**
názov diplomovej práce:
**Globálne firemné dobrovoľníctvo ako nástroj
stratégie CSR firiem** 20
- 4. Masaryková Martina, Bc.**
názov bakalárskej práce:
**Rozvoj sociálnych kompetencií dobrovoľníka
v občianskom združení** 28
- 5. Dikantová Ivana, Mgr.**
názov diplomovej práce:
**Pôsobenie Slovenských rímskokatolíckych
misionárov v Rusku po rozpade Sovietskeho zväzu** 36
- 6. Vašků Michaela, Bc.**
názov bakalárskej práce:
**JOURNEY FROM ILLNESS. The Project on
Publishing an International magazine by
the Clients of Mental Care Centres Iskérka
(the Czech Republic) and Stichting De Boei (the Netherlands)** 43

Mená posudzovateľov, ktorí
hodnotili predložené študentské
práce:

Alžbeta Mračková
Platforma dobrovoľníckych
centier a organizácií

Pavol Pánik
Združenie Orava pre
demokraciu vo vzdelávaní

Svetlana Waradzinová
Divadelná fakulta VŠMU

Natália Tomeková
konzultantka pre CSR

Katarína Slezáková
konzultantka pre PR

Elena Hybská
Union poisťovňa, a.s.

Boris Strečanský, Milica Danková
Centrum pre filantropiu, n.o.

Vydalo:
Centrum pre filantropiu, n. o., roku 2012
Zostavila: Zuzana Thullnerová
Grafická úprava: Webmin, s. r. o.
Neprešlo jazykovou korektúrou

cptf
CENTRUM PRE
FILANTROPIU

Úvod

Už šesť rokov vždy na konci augusta s napätím očakávame koľko prác a v akej kvalite sa prihlási do našej súťaže Ceny Centra pre filantropiu.

Každý rok sa snažíme urobiť viac pre šírenie informácie o tejto cene. Oslovujeme katedry na vysokých školách, kontaktujeme priamo školiteľov, robíme informačné prednášky na vysokých školách. Už dva roky je súťaž otvorená aj pre českých študentov vysokých škôl a univerzít študujúcich na Slovensku, v Čechách, ale i v zahraničí.

V tomto roku sme súťaž rozšírili od témy filantropie a dobrovoľníctva aj o tému tretieho sektora.

Napriek tematickému rozšíreniu bolo predložených o polovicu menej prác ako minulý rok. Sedem prihlásených absolventských prác hodnotiaca komisia posudzovala podľa vopred vyhlásených kritérií. Pri hodnotení predložených prác berieme do úvahy ich odbornú kvalitu, použitú literatúru, spracovanie dát, kritický prístup a vlastný vklad autora/autorky, no a predovšetkým celkový prínos práce k téme.

Cena za najlepšiu študentskú prácu o filantropii bola udelená Nikole Janíčkovéj za diplomovú prácu „Online fundraising v České republice“.

Cena za najlepšiu študentskú prácu o treťom sektore bola udelená Michaele Vaškú za bakalársku prácu „JOURNEY FROM ILLNESS. The Project on Publishing an International magazine by the Clients of Mental Care Centres Iskérka (the Czech Republic) and Stichting De Boei (the Netherlands)“.

Udelili sme dve ceny českým študentkám, pretože sa venovali inovatívnym témam, ich práce boli s prehľadom najkvalitnejšie, použili premyslenú metodológiu a obsahovo boli prepracované do hĺbky.

Zborník, ktorý držíte v rukách, pozostáva zo skrátených verzií súťažných prác, z ktorých vyberáme pasáže rozširujúce znalosť v oblasti darcovstva, dobrovoľníctva a tretieho sektora a nadväzujúce na predchádzajúce ročníky. Kompletne študentské práce si je možné prehliadnuť v knižnici Centra pre filantropiu alebo na našej web stránke.

Příjemné čítanie.

Milica Danková

Autorka: Bc. Nikola Janíčková

Univerzita Karlova v Praze, Fakulta humanitních studií, Katedra studií občanské společnosti

Název diplomové práce: Online fundraising v České republice

Študijní program: Humanitné štúdiá

Ročník: V., šk. rok 2011/2012

Vedúci diplomovej práce: Mgr. Markéta Krausová

Úvod

Fundraising představuje jeden ze základních předpokladů fungování neziskových organizací, bez něhož nemohou organizace realizovat cíle, kvůli kterým byly založeny. V současné době získává fundraising na mnohem větší důležitosti, protože v roce 2013 bude výrazně omezen příliv dotací z Evropské unie a české neziskové organizace se tak budou muset začít soustředit spíše na soukromé zdroje. Online fundraising tak českým neziskovým organizacím nabízí jednu z největších příležitostí rozvoje jejich zdrojů.

Diplomová práce je rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou část.

Na teoretickou část této diplomové práce je možné nahlížet také jako na příručku, která může sloužit neziskovým organizacím, fundraiserům, studentům či jiným zájemcům o toto téma. Práce samotná je inspirovaná mnohými zahraničními manuály a příručkami a detailně seznamuje čtenáře s tématem online fundraisingu a základními oblastmi, které toto téma definují.

V teoretické části se na úvod věnuji samotnému kontextu online fundraisingu. Zabývám se definicí samotného pojmu a představení jeho základních souvislostí, jako je revoluce ve filantropii, vliv vývoje internetu na vývoj online fundraisingu, nový typ dárců a základní technický předpoklad online fundraisingu – online platby. Následuje obsáhlá kapitola, která seznamuje se základními nástroji online fundraisingu jako je web, e-mail, online reklama, detailně popisuje též různé druhy fundraisingových portálů a nakonec představuje nový fenomén sociálních sítí. Online fundraisingové nástroje však mohou účinně fungovat pouze ve správné kombinaci s offline nástroji, proto ve třetí kapitole představuji téma integrace offline a online nástrojů ve fundraisingu. Ve čtvrté kapitole jsou diskutovány přínosy a negativa online fundraisingu. Podstatnou součástí tohoto tématu je také řešení etické stránky, protože internet přináší nová etická úskalí. S etickými kodexy a standardy seznamuje pátá kapitola. Poslední kapitola teoretické části přináší informace z oblasti evaluace a vyhodnocování jednotlivých online nástrojů a projektů.

Empirická část diplomové práce nejprve stručně popisuje výzkumnou otázku, hypotézy, zvolenou

metodu a výzkumný vzorek, aby mohly být představeny výsledky výzkumu. Struktura výzkumu se v podstatě odráží ve struktuře teoretické části. Nejprve je popsán zkoumaný vzorek, následně jsou představeny základní faktory a kategorie úspěšnosti v online fundraisingu a identifikována povaha a charakteristika organizací úspěšných v online fundraisingu. Dále se zaměřuji na ověření hypotéz týkajících základních předpokladů úspěšnosti ve vztahu k jednotlivým nástrojům, propagaci, integraci a evaluaci. Na závěr empirické části je diskutována definice online fundraisingu z pohledu českých organizací a nakonec jsou představeny zajímavé tipy a inspirace od českých neziskových organizací.

Diplomová práce si po představení online fundraisingu klade za cíl zjistit také jeho stav mezi českými neziskovými organizacemi, zjistit, jaké neziskové organizace jsou úspěšné a dozvědět se, jak se těmito úspěšným organizacím daří získávat dary a dárce online. Výzkumná otázka, kterou jsem si v rámci výzkumu kladla, zní: „**Jaké neziskové organizace jsou v online fundraisingu úspěšné, a jak tohoto úspěchu dosáhly?**“ Nejprve je mým cílem selekce a identifikace charakteristik českých organizací úspěšných v online fundraisingu. Následně se zaměřuji na zjištění, zda se tyto úspěšné organizace při uplatňování online fundraisingu řídí základními pravidly online fundraisingu a zda se mezi nimi uplatňují faktory úspěšnosti identifikované v zahraničí. Nakonec je záměrem výzkumné části získat též osvědčené rady a tipy přímo z českého neziskového prostředí.

Online fundraising – definice, vývoj a souvislosti

Ať se setkáme s pojmem online fundraising, internet fundraising, e-fundraising, www-fundraising, popřípadě cyber či digital fundraising, vždy se jedná o fundraising v kontextu internetu, tedy na a prostřednictvím internetu. Tento způsob zahrnuje nejen prezentaci organizace na webu či využívání e-mailu, ale také se může jednat o využívání internetu k získání podkladů pro marketingové analýzy. „Jedná se o cílené, jasně měřitelné jednání zaměřené na oslovení cílové skupiny prostřednictvím online nástrojů, jehož účelem je dosažení finančních cílů neziskové organizace.“¹⁵ Úspěšný online fundraising se skládá ze dvou hlavních částí. Základ tvoří informativní,

interaktivní webová stránka a e-mailová komunikace, která organizacím pomáhá budovat vztahy s návštěvníky jejich webových stránek a lidmi, kteří se upíší k jejich odebírání jejich elektronického newsletteru. Druhou část, často přehlíženou, představuje strategie přilákání nových příznivců, zejména potenciálních dárců na webovou stránku organizace tak, aby mohl začít proces budování vztahů.²¹

Dá se říci, že v online fundraisingu platí stejné zásady jako v tradičním fundraisingu. „Kdo o dar nepožádá, nic nedostane.“¹⁶ Online fundraising je založený na vztazích, stejně tak jako klasický offline fundraising. Získávání darů online není založeno na technologii, stejně jako získávání darů prostřednictvím direkt dialogu není založeno na papíru, je to založeno na vztazích mezi organizací a dárce, který chce podpořit konkrétní věc. Lidé, kteří darují online, se neliší od ostatních dárců v tom, že očekávají vztah - ne jen transakci - s organizací, kterou podporují.¹⁴

Během několika posledních let interaktivní technologie masivně expandovaly. Přes 90 procent populace má přístup k internetu, digitální televizi či 3G telefonu. Dle tiskové zprávy NetMonitor z května 2011 je polovina české populace uživatelem internetu, 5,95 miliónů obyvatel v ČR je online.¹² Internet jakožto základní zdroj interaktivity se postupně vyvinul v každodenní prostředek komunikace, práce, vyhledávání informací a zábavy pro milióny lidí po celém světě. Významná změna nejen pro fundraising přichází se vznikem webu 2.0, protože tento web představuje opravdový web určený uživateli samotným. Teprve nyní si uživatelé mohou jeho obsah upravovat sami, mohou vytvářet komunity a komunikovat s lidmi, s nimiž by se v běžném životě nikdy nepotkali. Až s webem 2.0 tak přichází skutečný počátek úspěšného online fundraisingu.

Nový druh dárců

Internet nezměnil jenom způsob, jakým jsou poukazovány dary organizacím. S jeho používáním se mění i chování dárců. Právě internetová revoluce a následný rozvoj webu 2.0 zapříčinily vznik zcela nové skupiny online dárců, která se rodí z nové generace, jež s internetem a sociálními sítěmi vyrůstá. Tato generace bývá též nazvána e-generací. A bez této generace dárců by online fundraising nenabýval takových rozměrů.

Spolu s touto generací vzniká nový druh dárců, jejichž nedílnou součástí života tvoří internet, a kteří tráví čas ve vlastních online komunitách. Preference těchto dárců se v mnohém liší od klasických dárců a na tyto preference, které nový druh dárců charakterizují, by se měl online fundraising zaměřit a využít je:¹⁹

1. Vítá interaktivitu.
2. Oceňuje možnost zůstat v anonymitě.
3. Oceňuje jednoduchost, rychlost a pohodlí.
4. Očekává personalizovaný přístup.
5. Očekává pravdivý a autentický obsah.

6. Má motivace k darování.

7. Je ochotnější darovat jednorázově.

8. Upřednostňuje e-mail před tzv. snail-mail.

9. Daruje vyšší sumy, než jsou průměrné dary do kasičky, či přes direct mailing.

10. Předpokládá, že dostane okamžitou odpověď.

Fundraising 2.0

Fundraising 1.0., který je nyní považován za starší formu online fundraisingu, symbolizuje jakožto hlavní nástroj tlačítko „daruj“. Předpokládalo se, že pokud organizace umístí tlačítko na svůj web, dárce přijdou sami, ale oni samozřejmě nepřišli. První forma webu byla limitovaná na jednosměrnou komunikaci. Webové stránky byly spíše statické, prezentovaly jen obsah a informace jeho návštěvníkům. Druhá forma webu naopak přidává prvek dvousměrné komunikace. Tzn., že příznivci, nejen že získají informace online, ale také mohou s organizací interagovat prostřednictvím různých online nástrojů. Kdežto třetí forma webu zahrnuje více směrnou komunikaci, a to nejen mezi nestátními neziskovými organizacemi (NNO) a jejími podporovateli, ale také mezi lidmi navzájem, kteří tak spolu mohou komunikovat díky vzniku online komunit a sociálních sítí.⁵ V současné době pomalu přichází nová vlna fundraisingu, která je ovlivněna zrodem sociálních médií. Dle autorů nastává období online fundraisingu 2.0., které je založeno na budování smysluplných vztahů. Fundraising a friendraising tak jdou ruku v ruce.⁷

Autoři Huges, Lincol a Saxton⁷ popsali charakteristiky tohoto nového přístupu, které se mají uplatňovat v interakci s e-generací:

- **Dejte dárce roli** – Nechte dárce ujmout se vašeho případu, podpořte jeho zájem poskytnutím rad, zdrojů a zábavných nástrojů a chovejte se k nim jako k partnerům.
- **Dostihněte dárce na jejich oblíbených místech** – Je nutné znát demografii potenciálních dárců. Nečekejte, až oni přijdou k vám, nalákejte je, a když přijdou, pamatujte si, že vaše společná cesta teprve začala.
- **Inspirujte dárce** – Budte osobní, podněcujte jejich empatie a inspirujete je přilákat další dárce.
- **Prezentujte vaši image** prostřednictvím vyprávěním skvělých a akčních příběhů.
- **Nakládejte s vaší stránkou, jako by patřila vašim návštěvníkům ne vám** – Přemýšlejte o vašich dárkách, co chtějí vidět, číst a zejména dělat. Interakce představuje klíč k navázání vztahu.

Jak již bylo popsáno výše, nutnost navázání vztahu s potenciálním dárce je totožná jak pro offline tak i pro online formy fundraisingu. To, co internet nabízí, jsou nové formy navazování a udržování tohoto vztahu a také nové, často nezávaznější či zábavné formy a zároveň levný způsob, jak navazovat vztah s početnou skupinou lidí.

Online platby

Online platební metody nabývají stále většího významu při úhradách zboží či služeb na internetu a jsou využívány zejména pro jejich jednoduchost a rychlost. Rovněž v online fundraisingu přináší dárčům možnost darovat prostřednictvím internetu v podstatě okamžitě a představují tak jednu z jeho základních technických podmínek. Janicki, Finn a Maher⁸ uvádí hlavní důvody, proč NNO stále častěji akceptují online platby: (a) online dary jsou jednou z dalších možností, jak darovat a podporovat NNO; (b) s neustále rostoucím počtem uživatelů internetu by na NNO mohlo být nahlíženo v negativním světle, pokud by tuto službu neposkytovaly; (c) proces online darování není tak finančně nákladný jako klasické dary.

S online platbami se však také pojí mnoho rizik. Mezi zásadní příčiny rizik patří:

- Nedostatečné zabezpečení na straně uživatele.
- Nedostatečné zabezpečení transakce.
- Nemožnost ověřit autenticitu.
- Nedostatečné zabezpečení dat odeslaných na server.

Většinu z těchto rizik lze však eliminovat dodržováním doporučených pravidel a správným nastavením systému. Zcela zásadní je ochrana proti virům a jiným škodlivým programům. Prostřednictvím bezpečnostních certifikátů lze technicky zabezpečit autenticitu navštívených stránek. Další důležitý krok představuje zabezpečení, aby se odeslaná data nedala přečíst a zneužít. K tomuto účelu slouží technologie zabezpečených přenosů. Rovněž stránky s formulářem pro zadávání citlivých údajů musí být řádně chráněny protokolem.¹⁸

Přehled nástrojů online fundraisingu

Online fundraising se skládá z velmi široké škály nástrojů a pouze pokud jsou všechny nástroje sladěné v rámci jednoho konceptu, může být úspěšný. V následující části budou představeny klasické nástroje online fundraisingu, jimiž jsou webová stránka, e-mail, online reklama a dárcovské portály, ale i nový fenomén sociálních sítí.

Webová stránka

Webová stránka bývá často nazývána duší či srdcem online fundraisingu a proto je potřeba jí věnovat dostatek pozornosti. Webová stránka bývá nejčastěji využívána jako informační zdroj pro potenciální dárce. Obsah webu musí návštěvníka nejprve zaujmout, poté aktivizovat a zapojit a nakonec vést k darování. Nielsen¹³ se ve svém průzkumu zaměřil na to, jaké informace jsou pro návštěvníky webové stránky důležité a jak tyto předpoklady vybrané webové stránky splňují. Z průzkumu jasně vyplynulo, že zásadní otázky, které si návštěvníci kladou, jsou „Čeho chcete dosáhnout a jak naše peníze využijete?“ Nielsen¹³ tak na základě průzkumu došel k závěru, že by organizace na svém webu měly jasně prezentovat poslání, cíle, činnosti

organizace a způsob využívání darů a příjmů. Bohužel jen 43% zkoumaných webových stránek mělo na stránce zveřejněný první předpoklad (poslání, cíle, činnosti) a pouze směšná 4% zveřejňovala na webu, jak s dary zachází.

Autoři se shodují, že webová stránka musí zaujmout okamžitě, dle Teda Harta⁶ máte jen 10 sekund na zaujetí. Návštěvníci se rozhodují během prvních sekund, zda se obsahu budou věnovat důkladněji nebo ne, a stačí dokonce jen dvacetina sekundy, aby si návštěvník udělal první obrázek o webu. Stránka by měla být členěná jasně a tematicky, aby se uživatel mohl snadno orientovat. Design webové stránky může mít velmi silný vliv na návštěvníkův první dojem o organizaci. Organizace může mít nejhodnotnější poslání na světě, ale pokud nebude dostatečně jasně a atraktivně prezentováno, nebude mu nikdo věnovat pozornost.

Design webové stránky by se měl řídit následující marketingovou strategií, jejímž cílem je zajistit, aby návštěvník stránku navštěvoval opětovně, k čemuž je nutné dodržovat tyto čtyři kroky. Prvním krokem je probuzení zájmu, následně je potřeba návštěvníka aktivizovat, třetí krok by ho měl aktivně zapojit a čtvrtý již úspěšně vést k darování. Při vytváření webové stránky je potřeba myslet také na to, jak návštěvníky zabavit a jak je do webu aktivně zapojit, aby si webovou stránku zapamatovali, mluvili o ní a vrátili se rádi zpět. Tuto funkci mohou účelně splnit dotazníky, hlasování, kvízy, ankety a hry, které mohou návštěvníka zároveň i vzdělávat. Dalšími nástroji jsou např. kalendář událostí, online petice, e-cards, tell-a-friend, které nabízí možnost podělit se o zajímavou informaci na stránce s přáteli a známými.²¹

Základem je nabídnout snadnou a bezpečnou možnost darovat online. Dárci by měli mít možnost vybrat si z více způsobů plateb, jako je trvalý příkaz, kreditní karta, internetový platební systém nebo platba z účtu. Allen²¹ upozorňuje na neopomenutí možnosti darovat také klasickým způsobem, protože někteří lidé stále ještě nejsou ochotni darovat online.

Neopomenutelným nástrojem webu je tlačítko „Daruj!“. Toto tlačítko samo o sobě, ať je sebevětší a sebebarevnější, nefunguje. Nejprve je nutné dárce vůbec přesvědčit, aby daroval, a k tomu je potřeba zodpovědět tyto čtyři základní otázky: „Proč já? Proč teď? Na co? Komu?“

Základem je, žádost o podporu byla dostatečně viditelná. Dokonce dle zahraniční zkušenosti dokonce by žádost o dar měla být první zprávou, kterou potenciální dárce na stránce uvidí. Jan Kroupa¹¹ při porovnávání webových stránek známých neziskových organizací z České republiky a Anglie narazil na zajímavý rozdíl. Anglické organizace již na domovské stránce jakožto primární zprávu prezentují možnost podpory organizace. Navíc se jedná o různé druhy podpory prostřednictvím různých forem plateb. Na rozdíl od nich

zkoumané české organizace sice také nabízí možnost darovat, ale nejedná se o primární zprávu na webu, v některých případech dokonce poměrně složitě nalezitelnou. Autor toto hodnotí jako nedostatek sebedůvěry českých organizací, které se domnívají, že nejprve musí dárce přesvědčit o své činnosti a až poté je požádat o dar.

Online reklama

Ve světě internetu se pohybuje velký počet uživatelů a z toho důvodu by neziskové organizace neměly zapomínat na propagaci prostřednictvím reklamních internetových nástrojů, které jsou v některých případech mnohem efektivnější a levnější než offline reklamní nástroje. Např. bannery na webu, které představují digitální ekvivalenci tištěných inzerátů, jsou oproti tištěným reklamám interaktivní, umožňují uživatelům ihned reagovat, kliknout a dostat se na požadovanou stránku. Navíc je úspěšnost této formy reklamy oproti tištěné reklamě jasně měřitelná.

Avšak bannerová reklama většinou nebývá na rozdíl od ostatních internetových nástrojů příliš efektivní, především proto, že lidé, kteří často surfují na internetu, se jí naučili ignorovat. V současnosti na banner klikne asi 0,5% a méně lidí. Proto je současným trendem ústup od těchto klasických bannerů.

Velmi perspektivní a v současnosti opět využívanou formu reklamy představuje textová reklama, která v podstatě splývá s běžným obsahem stránek. Jedná se o propagaci formou reklamního textu nebo odkazů, které směřují na propagované stránky. Inzerent ušetří peníze díky tomu, že nemusí vytvářet grafickou podobu reklamy, zároveň textová reklama zaujme ty uživatele, kteří se grafické reklamě záměrně vyhýbají, a návštěvníky webu neotravuje.¹⁷

Fundraisingové portály

Fundraisingové portály tvoří také velmi významnou součást online fundraisingu a pro neziskové organizace je většinou výhodné zaregistrovat se na známém portálu, protože získají možnost zřídit online platby, e-shopy či charitativní aukce, aniž by z jejich strany byly vyžadovány vysoké počáteční náklady a odborné zkušenosti.

Existují různé druhy portálů a autoři²¹ se je pokusili seskupit do různých typů, z nichž v online fundraisingu zásadní roli hrají tyto čtyři následující:

- o **Dárcovské portály** – Cílem těchto portálů je vytvořit na internetu prostor, kde návštěvníci mohou realizovat bezpečné online dary a vybírat si organizace dle projektů, poslání, lokality atd.

- o **Charitativní e-shopy** – Neziskové organizace mohou získat určité procento z tržby na známých elektronických obchodech jako je např. amazon.com.

- o **Online charitativní aukce** – Tyto aukce fungují stejně jako klasické aukční portály, avšak s tím rozdílem,

že část tržby je určena neziskovým organizacím.

- o **Click to Donation** – Jedná se o zajímavý sponzorský model, kdy inzerenti platí za každé kliknutí návštěvníka na odkaz poplatky určené na charitativní účely.

Sociální sítě

Sociální sítě jsou fenoménem několika posledních let s významným potenciálem pro online fundraising. Průměrný uživatel sociální sítě má pár stovek a více „přátel“, s nimiž komunikuje. Toto pro neziskové organizace představuje velkou šanci, kterou by byla velká škoda nevyužít, protože značná většina respondentů (84%) ve studii Convio - Next Generation of American Giving odpověděla, že za nejúčinnější formu žádosti o dar považují žádost prostřednictvím přítele.¹⁴

Sociální sítě nevyžadují žádné počáteční náklady a mohou je úspěšně využívat i malé neziskové organizace. Nejčastější důvod jejich využívání představuje zvyšování povědomí o organizaci (92%), tři čtvrtiny organizací je využívá pro budování komunity a 68% pro zvýšení návštěvnosti jejich webové stránky.²⁰

Sociální sítě fungují jako elektronická verze tzv. word-of-mouth, což je nejlepší reklama, jakou si každý může přát. Na Facebooku velmi účinně funguje virální efekt, pokud uděláte něco zajímavého, Facebook vaši myšlenku šíří efektem sněhové koule. Facebook však nabízí také placenou formu reklamy tzv. Fleyer, což je kombinace malého obrázku, názvu stránky a krátkého popisku do 135 znaků, platba probíhá metodou pay-per-click (platba pouze za proklik uživatele), rovněž je možné si nastavit denní finanční limit, který chcete do reklamy investovat.⁹

Sociální sítě mají také mezi obyvateli České republiky své místo a počet českých uživatelů sociálních sítí neustále roste. Tedy i v ČR představují sociální sítě a zejména Facebook velký potenciál pro české neziskové organizace. Počet českých uživatelů na Facebooku začal od ledna 2009 růst, dle dat z října 2009 bylo aktivních uživatelů z ČR na Facebooku 1 668 000 a nyní ke konci dubna 2012 se jejich počet zdvojnásobil na 3 625 180 uživatelů.

Propojení online a offline fundraisingu

Organizace si často kladou otázku, zda trvat na tradičních metodách fundraisingu, či se jich vzdát ve prospěch nových technologií. Ani jeden z těchto kroků však není správný. Odpovědí na tuto otázku je tzv. integrated či multichannel fundraising, tzn. propojení online a offline metod.

Navzdory prvotním tvrzením některých autorů, že tradiční metody fundraisingu budou velmi rychle nahrazeny online dárcovstvím a e-mailovým marketingem, se většina expertů shoduje, že skutečně úspěšné budou organizace, které se budou snažit o vývoj strategií, jejichž cílem bude integrace obou,

online i offline aktivit napříč celou organizací. Design všech médií musí být koherentní, protože to zvyšuje synergický efekt všech médií.

Autoři Hart, Greenfield, Johnson⁴ uvádí zásadní důvody, proč kombinovat online a offline média. Podle nich integrovaný fundraising neziskové organizaci přinese:

- Zvýšení návratnosti investic,
- zvýšení úspěšnosti odpovědí a
- vytváří silnější vazby s organizací.

Klasický model – dárce dostane dopis, pošle šek – se mění. Ale na druhou stranu není možné se spoléhat pouze na e-mail. Ideálně by to mělo vypadat takto: Dárce dostane dopis, navštíví web, upíše se k newsletteru, dostane e-mail a daruje online nebo pošle šek. Tento nový model však budí mnoho otázek. „Co skutečně zapříčinilo, že dárce daroval?“, „Jaká je nejlepší metoda komunikace pro různé typy podporovatelů?“⁵ To bohužel není možné jednoznačně říci, přestože existují určité ověřené formy kombinací, pro každou organizaci a její dárce platí něco jiného. Každá organizace by si měla vyzkoušet, jaká metoda funguje nejlépe, co funguje u jedné, nemusí však platit pro druhou.⁶

Nezbývá, než se řídit starým, ale stále platným marketingovým pravidlem „Testuj, testuj, testuj a opět znovu testuj.“ Proto je důležitou součástí online fundraisingu také pravidelná evaluace, které věnuji samotnou kapitolu v této diplomové práci.

Přínosy online fundraisingu

Fundraising ve spojení s internetem je pro neziskové organizace velmi přínosný a perspektivní a přináší jim spoustu výhod. Online fundraising v podstatě vyžaduje minimální či téměř žádné vstupní náklady na jeho rozvoj, je velmi levný, poměrně jednoduchý, dobře měřitelný a spousta aktivit ve spojení s databází je proveditelných téměř automaticky. Dle průzkumu realizovaného v roce 2010 mezi 370 německými neziskovými organizacemi působícími ve zcela odlišných oblastech bylo zjištěno, že jako největší přínos online fundraisingu hodnotí organizace jeho jednoduchost a rychlost (19%), dalšími jmenovanými přínosy byly virální efekty internetu (15%), flexibilita (15%) a transparentnost (14%). Mnoho odborníků se shoduje, že online fundraising je díky svým charakteristikám dostupný všem neziskovým organizacím. „V každém případě je to nové, významné a flexibilní médium, které je na rozdíl od televize či rádia finančně dostupné pro většinu neziskovek.“ (Gilbert, 2005) Ale také představuje především šanci pro menší neziskové organizace, protože současné komunikační technologie jsou mnohem levnější, dostupnější a jednodušší ve srovnání s velkými offline kampaněmi a „dovolují organizacím dělat více s méně prostředky: získat nové publikum, vytvořit nové služby a dosahovat jejich cílů mnohem efektivněji.“⁷ Komunikace prostřednictvím internetu je

mnohem levnější než offline komunikace, např. posílání e-mailu fakticky nic nestojí oproti poslání dopisu, odpadají hlavní náklady na tisk a poštovné. Kromě toho však online fundraising v kombinaci s databází šetří též náklady na čas i práci, protože většinu činností je tak možné realizovat automaticky, transparentně a bez chyb.²¹ Vyjma toho umožňuje internet neziskovým organizacím zasáhnout a získat přístup k mnohem širší a diverzifikovanější skupině příznivců a dárců.

Dalším významným přínosem online fundraisingu je jeho rychlost, což hraje velmi zásadní roli při humanitárních katastrofách. U katastrof je potřeba neustále informovat téměř každou hodinu, ne-li minutu, co se děje a mimoto je možné velmi rychle prostřednictvím internetu vybírat poměrně vysoké částky na pomoc. Např. při tsunami, ve stejný den byla 19.14 vyhlášena výzva k sbírce a ve 20.30 už proběhl první online dar.¹ Rychlost znamená také možnost komunikovat např. prostřednictvím e-mailu v podstatě bez velkých časových prodlev. Informace, které jsou neustále aktualizované, jsou na internetu dostupné kdykoliv a odkudkoliv. Právě až 65% dárců využívá informace z internetu před tím, než daruje, ať už online nebo offline.¹⁰ Pokud se však na online fundraising jako takový podíváme z širšího hlediska a z pohledu jeho přínosů pro samotnou společnost, je online fundraising v podstatě technickým předpokladem pro zapojení mnohem většího počtu běžných uživatelů internetu do občanské společnosti. Přičemž v tomto případě nejdůležitější roli hraje právě nový fenomén sociálních sítí a s ním spojené virální efekty, které umožňují, aby se lidé navzájem upozorňovali na aktuální problémy a kauzy, diskutovali o nich, okamžitě šířili tyto informace mezi sebou dále a nakonec se též velmi rychle zmobilizovali a zapojili se do pomoci. Právě internet a jeho nástroje umožňují neziskovým organizacím zacílit své kampaně a projekty na mladou generaci, která je online téměř neustále. Internet a zejména virtuální komunity tak podporují budování sociálního kapitálu a občanské angažovanosti především u současné mladé generace, z níž se může během několika let vytvořit filantropicky silná skupina.

Rizika, negativa a chyby spojené s online fundraisingem

Online fundraising má samozřejmě i svá negativa, některá z nich vychází z internetu samotného, s nímž se pojí mnohá rizika, např. týkající se bezpečnosti online plateb, jak již bylo popsáno v první kapitole, či etických zásad, které jsou předmětem následující kapitoly. Určitou etickou nevýhodou je anonymita a neosobní jednání, které nemusí všem potenciálním dárcům vyhovovat. Ne všichni dárce si přejí být kontaktováni online a darovat prostřednictvím online plateb. Online fundraising má také své odpůrce, např. díky studii z března 2008 bylo zjištěno, že 21% lidí, kteří dostávají fundraisingový materiál prostřednictvím e-mailu nebo

online, ho považují za velmi otravný a 15% lidí smaže e-mail s žádostí o dar hned, jakmile ho dostane.⁷ Toto by měly mít neziskové organizace na paměti a nepřecházet zcela jen na online metody, ale též nabízet dárčům klasické formy darování, aby těchto 20% dárců neztratili.

Ted Hart⁶ upozorňuje, že většina problémů při využívání internetu pro fundraising vyplývá z toho, že neziskové organizace zapomínají na to, že by online fundraising měl začít důkladnou komunikací a aktivitami zaměřenými na budování vztahů ještě předtím, než dojde na fundraising samotný. (GrantStation, 2005) Většina negativ tak vychází ze základních chyb, kterých by se neziskové organizace měly vyvarovat:¹²

- **Chyba první: Nefungující tlačítko „daruj“.** Někteří lidé si stěžují, že tlačítko „daruj“ nefunguje, protože na něj nikdo nekliká. Ale nestačí umístit tlačítko na web a myslet si, že máte vyhráno, musíte aktivně jednat.
- **Chyba druhá: Narcismus neziskových organizací.** Chybou, kterou některé organizace dělají je, že se neorientují na dárce, ale samy na sebe. Dárčům jsou posílány výzvy pouze s informacemi o tom, co organizace potřebuje, ale ne, proč organizace dárce potřebuje, jak může pomoci a co mu to přinese.
- **Chyba třetí: Výzva k nečinnosti.** Mnoho kampaní je neúspěšných, protože nemají žádnou nebo slabou výzvu k akci. Výzvy musí být jasně specifikované, uskutečnitelné a mít vysokou prioritu.
- **Chyba čtvrtá: Smrt nevědomosti.** Dárči dostávají denně spousty výzev, ale málo informací o tom, jak jejich peníze pomohly. Děkujte dárčům minimálně třikrát, když provedou dar, když dostanou potvrzení o daru a pár dní poté.
- Domnívám se, že negativa a rizika online fundraisingu vychází z toho, že nejsou dodržována jeho základní pravidla a předpoklady. Na druhou stranu může také internet a jeho vlastnosti negativně ovlivnit dárčovství a fundraising jako takové, jak upozorňují Hart, Greenfield, Johnston⁴ citací od Ursuly Franklin, která rozhodně stojí za zamyšlení: „*Internet usnadňuje možnost darovat obětem zemětřesení na druhé straně světa, ale také usnadňuje zapomenout na lidi bez domova přímo v naší ulici. Nenaruší internet čas a prostor, pokud se jedná o starost o druhé v naší vlastní komunitě?*“

Etické kodexy a standardy online fundraisingu

Za etickým kodexem, jehož hlavní zásadou je, že etika, zajištění ochrany osobních údajů a zabezpečení transakcí nesmí být jen frází, stojí ePhilanthropy Foundation, jejímž cílem je zaručení vysokého etického standardu online fundraisingu, zavedením etických standardů do praxe všech neziskových organizací provozujících tuto formu fundraisingu a vytvořením důvěryhodného prostředí pro dárce, kteří využívají pro realizaci svých darů online platby.

Etický kodex online filantropie:

- Jasně a srozumitelně představte a popište činnost organizace na webových stránkách.
- Využívejte takové nástroje, které manifestují pravdivost, důvěryhodnost, transparentnost a usilují o záruku veřejné důvěry.
- Usilujte o důvěryhodnost všech online transakcí.
- Umožněte dárce darovat anonymní dar.
- Usilujte o maximální možnou míru zabezpečení všech online transakcí tak, aby byly chráněny osobní údaje dárce.
- Zveřejněte identitu organizace nebo poskytovatele, který realizuje online transakce.
- Garantujte, že jméno a e-mailová adresa nebudou bez výslovného souhlasu uvedeny v žádných adresářích, které jsou předmětem výměny, prodeje či sdílení s jinými organizacemi.
- Poskytujte dostatečnou ochranu, aby dárce byl ochráněn před veškerými problémy, které mohou nastat při transakci prováděné přes web organizace.
- Obratem a ochotně reagujte na všechny legitimní připomínky a stížnosti.
- Zajistěte, aby všechny dary a příspěvky byly využity k těm účelům, na jaké byly věnovány.
- Zajistěte, aby zákonná kontrola příspěvků nebo procesů online transakcí byla převedena přímo na organizaci v nejbližší době.
- Zajistěte, aby společnosti, které realizují online transakce, zajistili bezchybný a včasný přenos dat z online transakce.
- Sledujte a informujte se o nových a vhodnějších způsobech, jak zajistit maximální bezpečnost a ochranu osobních údajů dárců.
- Dodržujte myšlenky i psané předpisy všech odpovídajících zákonů a právních předpisů.
- Zajistěte, aby všechny příslibené služby, informace a další sliby uvedené na vašich webových stránkách v souvislosti s darem či finanční transakcí byly dodrženy.²¹

Záver

Dle mého názoru zásadní závěr, k němuž jsem v rámci výzkumu došla, je ten, že online fundraising v České republice zatím nemá příliš dlouhou tradici. Jen čtvrtina organizací se mu věnuje déle než tři roky, ostatní kratší dobu. Tento fakt tak ovlivňuje ostatní výsledky výzkumu. Online fundraising netvoří zatím příliš velkou část příjmů českých organizací, u většiny z nich maximálně 10% celkových příjmů organizace. Stejně tak počet online darů se u většiny pohybuje mezi jedním až padesáti online dary za rok. Protože se organizace online fundraisingu věnují velmi krátce, nebylo možné ověřit hypotézy vztahující se ke strategickým a organizačním záležitostem online fundraisingu, tedy strategii vytvořené pro online fundraising a rozpočtu vyčleněnému přímo na internetové nástroje a online propagaci. Naopak rozhodující se zdá být vztah mezi

velikostí organizace a úspěšností v online fundraisingu. Přičemž je zajímavé, že online fundraising v České republice představuje potenciál nejen pro velké organizace, ale zejména pro středně velké organizace. Nakonec velmi důležitou roli v úspěšnosti hraje to, zda se organizace věnuje fundraisingu samotnému, tedy zda mu věnuje alespoň jeden měsíční úvazek a rozmyšlí strategii pro rozvoj zdrojů a komunikaci s dárci. Což dokládá fakt, že online fundraising představuje jen další formu a jednu ze základních součástí fundraisingu, a že není možné offline a online fundraising od sebe zcela odlišovat. Předpoklad velikosti, strategie pro fundraising a úvazku věnovanému fundraisingu v organizaci se v tomto výzkumu ukázaly jako jedny z faktorů, které mají rozhodující vliv na úspěšnost v online fundraisingu.

Co se týká již konkrétních online nástrojů, zkoumané organizace je z velké většiny aktivně využívají, zejména webovou stránku, e-mail, dárcovské portály a sociální síť. Považuji za velmi přínosné, že se organizace soustředí na více nástrojů najednou a propojují je navzájem, jelikož každý slouží k jiným účelům. Pozitivním faktorem je také integrace offline a online nástrojů, kterou zkoumané organizace poměrně často realizují, snaží se tyto nástroje propojovat, odkazovat na ně navzájem a kombinovat je. Organizace většinou na internetu nabízí základní požadované údaje, jako jsou kontakty, posílání, informace o hospodaření a online nástroje splňují základní funkčnosti. Na druhou stranu zcela či většinou již chybí možnosti, jak návštěvníka webu, sociální sítě či jiného nástroje aktivně zabavit, vtáhnout jej do dění a udržet na webové stránce či profilu Facebooku co nejdéle a začít budovat vztah. To, že jsou webové stránky či stránka na sociální síti pravidelně aktualizované bohužel nestačí. Při budování vztahu s dárcem však zásadní roli hraje též poděkování za dar, což si též uvědomují téměř všechny organizace, ale již jen polovina z nich dbá na transparentnost a dárci poté informuje, jak dar využila. Více než polovina organizací stále ještě nenabízí možnost online plateb, přestože v současné době jsou již překonány drahé bankovní poplatky za platby kartou. Většina NNO stále ještě nevyužívá zcela jednoduché a efektivní funkce, které jim internet nabízí, ať už se jedná o zvyšování databáze e-mailů či evaluaci. Jako zcela zásadní chybu hodnotím nedostatek či absenci evaluace, jelikož bez evaluace není možné žádný nástroj úspěšně využívat a žádný online projekt úspěšně realizovat. Přičemž internet nabízí mnoho, často velmi snadno dostupných a bezplatných nástrojů, které je možné automatizovat. Podle mého názoru tento fakt souvisí s tím, že většina organizací s online fundraisingem začíná a tyto funkce ještě nezná.

Velmi zajímavým zjištěním je též vnímání online fundraisingu mezi českými neziskovými organizacemi. Necelá polovina dotázaných organizací definuje online fundraising jakožto získávání finančních prostředků

prostřednictvím internetu, avšak zcela opomíjí důležitost vztahu s dárci. Význam budování vztahů s dárci si uvědomuje pouze méně než čtvrtina organizací. Online fundraising však organizacím nabízí nástroje, které jim umožňují přiblížit se ke svým dárcům v prostředí, kde se v současné době pohybují nejčastěji, komunikovat a interagovat s mnohem větší počtem potenciálních dárců mnohem jednodušeji a efektivněji než s offline nástroji. Online fundraising se tak v ničem těchto kromě nástrojů neliší od klasického fundraisingu.

Domnívám se, že české organizace stále ještě nemají dostatek zkušeností s internetem a jeho funkcemi, které by mohly efektivně využívat, což však ukáže až čas. Na druhou stranu s tím, jak se internet a jeho nástroje nepřetržitě vyvíjejí je potřeba být neustále v obraze, protože většina současných internetových dárců se velmi rychle adaptuje na nové funkce a aplikace, které moderní komunikační technologie přinášejí. Již v tuto chvíli úspěšně fungují nové mobilní aplikace propojené s internetem, které do online fundraisingu vnesou opět nový rozměr. Proto by české neziskové organizace neustále měly sledovat nové trendy a inspirovat se na internetu samotném a zejména zahraničních příkladech, aby se svými dárci neztratili krok.

Podle mého názoru by bylo vhodné obdobný výzkum zopakovat za několik let, jelikož jsem online fundraising zachytila na jeho samém začátku. Zároveň by bylo zajímavé též zjistit, co si organizace představují pod pojmem fundraising a zda dbají na budování vztahů s dárci také offline. Pokud ne, je toto další rozměr, na který by se organizace vedle internetových dovedností měly zcela jistě soustředit, protože jen to je může dovést k dlouhodobému úspěchu.

Zoznam bibliografických odkazov

1. FRANZ, Christopher. 2006. „Die Bedeutung des Internets im Fundraising von Kinderhilfswerken in Deutschland“. *FUNDiERT WISSEN* [online] 1 [cit. 15. srpna 2011]. Dostupné z: <http://www.fundraising-forum.de/fileadmin/gfs-forum/pdf-files/FUNDIERT_WISSEN_Ausgabe01.pdf>
2. GILBERT, Michael. 2005. Fundraising on-line: Rozhovor s ředitelem UK Fundraising Howardem Lakem [online]. Praha: Econnect. [cit. 16. srpna 2011]. Dostupný z <<http://nno.ecn.cz/index.stm?apc=nN1x1--&x=229338>>
3. GRANTSTATION. 2005. On-line fundraising: Rozhovor s prezidentem ePhilantropy Foundation Tedem Hartem [online]. Praha: Econnect. [cit. 16. srpna 2011]. Dostupný z <<http://nno.ecn.cz/index.stm?apc=nN1x1--&x=221600>>
4. HART, Ted, James M. GREENFIELD, Michael JOHNSTON (eds). 2005. *Nonprofit Internet Strategies. Best Practice for Marketing, Communications, and Fundraising Success*. New Jersey: John Wiley & Sons. ISBN: 0-471-69188-7
5. Hart, Ted, James M. Greenfield, Sheeraz D. Haji (eds). 2007. *People to People Fundraising. Socialnetworking and Web 2.0. for Charities*. New Jersey: John Wiley & Sons. ISBN-13: 978-0-470-12077-4

6. HART, Ted, Steve MACLAUGHLIN, James M. GREENFIELD, Philip H. GEIER JR. (eds.). 2010. *Internet Management for Nonprofits. Strategies, Tools & Trade Secrets*. New Jersey: John Wiley & Sons. ISBN: 978-0-470-53956-9
7. HUGHES, Sarah, Sarah LINCOLN, Joe SAXTON. 2008. *Passion, persistence, and partnership: the secrets of earning more online* [online]. Richmond: MissionFish. [cit. 15. srpna 2011]. Dostupné z: <http://www.missionfish.org.uk/downloads/pdf/PPP_research_fullReport.pdf>
8. JANICKI, Thaddeus, Seth FINN, Jill MAHER. 2007. *Deciding to Give Online to Cultural Nonprofits: Affiliation, Attitudes, and Demographics* [online]. Mount Olive: Mount Olive College [cit. 15. srpna 2011]. Dostupné z: <http://www.moc.edu/images/uploads/tsb_files/Deciding_to_Give_Online.pdf>
9. JINDŘÍŠEK, Tomáš. 2010 „Jak využít FACEBOOK pro komunikaci neziskové organizace“ [online]. *Konference INSPO 2010*. 13. března 2010, Praha: INSPO. [cit. 15. srpna 2011]. Dostupné z: <http://www.helpnet.cz/data/articles/down_35181.pdf>
10. KINTERA. 2005b. *Kintera Luth Nonprofit Trend Report* [online]. [cit. 2. ledna 2012]. Dostupný z <<http://artsandsciences.virginia.edu/kipps/documents/KinteraNonprofitTrends05.pdf>>
11. KROUPA, Jan. 2012. „Transparency and Accountability in Communication of NGDOs with Their Donors.“ In: Ján Mihálik (ed.) *Hearts and Money blond Borders. Fundraising from individuals for development and relief*. PDCS, 243-254.
12. Mediaresearch, 2011. Návštěvnost internetu v květnu 2011 [online]. [cit. 15. srpna 2011]. Dostupné z: <<http://www.netmonitor.cz/navstevnost-internetu-v-kvetnu-2011>>
13. NIELSEN, Jacob. 2009. *Donation Usability: Increasing Online Giving to Non-Profits and Charities* [online]. Network for Good. [cit. 15. srpna 2011]. Dostupné z: <<http://www.fundraising123.org/article/donation-usability-increasing-online-giving-non-profits-and-charities>>
14. OLSEN, Kate, Geoff LIVINGSTON. 2010. *Cause Marketing through Socil Media. 5 Steps to Successful Online Campaigns* [online]. Network for Good & Zoetica. [cit. 15. srpna 2011]. Dostupný z: <<http://www1.networkforgood.org/ckfinder/userfiles/files/CauseMarketingThroughSocialMedia.pdf>>
15. RIECHENBACH, Thilo. 2008. *Online Fundraising: Instrumente, Erfolgsfaktoren, Trends* [online]. Bonn: ebook. [cit. 15. srpna 2011]. Dostupný z: <<http://www.online-fundraising.org/files/online-fundraising.pdf>>
16. STEPHENS, Jani L., R. Wilburn CLOUSE. 2002. „Impact of e-Fundraising for Nonprofit organizations: An enterpreneurial approach.“ *Academy of Entrepreneurship* 8 (1): 49-56.
17. TETIVA, Tomáš, Martin HLADÍK, Lucie SLAUKOVÁ. 2005. *Webová prezentace NNO: Plánujeme, vytváříme a provozujeme webové stránky* [online]. Praha: Econnect. [cit. 16. srpna 2011]. Dostupný z <<http://nno.ecn.cz/index.stm?x=220712>>
18. TICHÝ, Marek, Lucie SLAUKOVÁ. 2005. *Bezpečnostní hlediska on-line plateb* [online]. Praha: Econnect. [cit. 16. srpna 2011]. Dostupný z <<http://nno.ecn.cz/index.stm?apc=nN1x1--&x=219524>>
19. TVRDOŇOVÁ, Martina, Juraj JAVORSKÝ. 2010. „Hľadajte e-fundraiserov, nielen darcov.“ *Slovensko-česká konferencia o fundraisingu*. 11. listopadu 2010. Bratislava: Slovenské centrum fundraisingu.
20. VENTURENEER. 2010. *Nonprofits and Social Media: It ain't Optional* [online]. Ventureneer. [cit. 31. března 2011]. Dostupné z: <http://www.ventureneer.com/sites/default/files/nonprofits-and-social-media-it-aint-optional_0.pdf>
21. WARWICK, Mal, Ted HART, Nick ALLEN (eds.). 2001. *Fundraising on the Internet: The ePhilanthropyFoundation.org's Guide to Success Online*. 2. Vydání. San Francisco: John Wiley & Sons. ISBN-0-7879-6045-4

Autorka: **Rozália Jobbágyová**

Trnavská univerzita v Trnave, Fakulta zdravotníctva a sociálnej práce, Katedra sociálnej práce

Názov bakalárskej práce: **Ideály a realita vo filantropii v minulosti a v súčasnosti**

Študijný program: **Sociálna práca**

Ročník: **III., školský rok 2011/2012**

Študijný odbor: **Sociálna práca**

Vedúci záverečnej práce: **prof. Ing. Libuša Radková, PhD.**

Úvod

Dobročinnosť bola definovaná už v dávnej antike ako cnosť a získala svoje meno „*filantropia*“. Prejav súčasnej filantropie majú svoje korene v minulosti, kedy sa filantropia začala prejavovať z dôvodov chudoby. Filantropia má svoju históriu a počas svojho vývoja sa dopracovala až do súčasnej modernej podoby. Z globálneho hľadiska je filantropia neoceniteľná forma pomoci a pre ľudstvo znamená záchranu. Mnoho filantropov vedelo, ako správne a zodpovedne disponovať svojim majetkom, aby mohli darovať značnú časť finančných prostriedkov na pomoc ľuďom v núdzi.

Osobná motivácia k zvolenej téme je presvedčenie, že pomáhať je prirodzené, normálne a v konečnom dôsledku správne. Cieľom bakalárskej práce je analyzovať formy filantropie a jej aplikácie v podmienkach súčasnej spoločnosti. Bakalárskou prácou chceme poukázať na potrebnosť a dôležitosť sociálnych projektov zameraných na humanitárne ciele so snahou pomáhať, zmierňovať, odstraňovať nepriaznivé životné udalosti a v konečnom dôsledku zachraňovať holé ľudské životy. Snaha a potreba vynaloženej energie k praktizovaniu humanitárnych projektov je obrovská, vo svojej veľkosti a ľudskosti nenahraditeľná. Preukázaná pomoc a podpora, inšpiruje nadnárodné organizácie, uplatňuje bohatstvo klientov, ich znalosti a nadšenie k tomu, aby sa vytýčené ciele naplnili.

Bakalárska práca je rozvrhnutá do štyroch hlavných kapitol.

V prvej kapitole sa zaoberáme hlavnými pojmami filantropie, významom darovstva, dávnou históriou filantropie a podporou altruizmu z pohľadu svetových náboženstiev.

Druhá kapitola opisuje právne formy tretieho sektora, ako rieši tretí sektor sociálne problémy, prejav filantropie u nás s porovnaním so svetom a dobrovoľníctvo ako fenomén. Predstavujeme filozofiu humanitárnych projektov Vysoké školy zdravotníctva a sociálnej práce svätej Alžbety, ktorá uskutočňuje misie vo viacerých krajinách sveta.

Tretia kapitola so svojím obsahom predstavuje filantropiu v súčasnosti ako darovstvo, zamýšľa sa nad motiváciou darcov, opisuje formy darov a významné osobnosti vo filantropii.

V štvrtej kapitole predstavujeme humanitárne

a globálne projekty, ktoré prispievajú k zachovaniu života ľudí v treťom svete, lekárov bez hraníc a ich cieľavedomé zdravotné aktivity, pri záchrane a pomoci ľudí postihnutých nepriaznivými životnými udalosťami a vojnovými konfliktami. Predstavujeme projekty zelenej filantropie, ktoré rešpektujú prírodu, ochraňujú a zachovávajú svojimi činmi život ľudí na Zemi. Porovnávame súčasnú realitu s ideálnymi možnosťami, ktoré sa prejavujú v priebehu poskytovania a vykonávania sociálnych filantropických činov, pri všetkej vynaloženej snahe, úsilí a solidarite.

História filantropie

„Rozdávať peniaze len tak, je jednoduché a dokáže to každý. Ale rozhodnúť sa, komu dať peniaze, koľko, kedy a prečo, to nevie každý a už vôbec to nie je jednoduché.“ (Aristoteles)

V systéme etiky Aristoteles vedome formuloval a posúval vnímanie dávania od reciprocity k cnostiam tým, že zvýrazňoval praktický rozmer dávania (správne sumy na správny účel). Cnosti predstavujú vnútorné hodnoty, ako napríklad hľadanie šťastia, ktoré dávajú zmysel.⁴

Filantropia má kresťanské korene v prvom a druhom prikázaní nového zákona: *„Milovať budeš Pána, svojho Boha, z celého svojho srdca a z celej svojej duše a z celej mysle a z celej svojej sily. Milovať budeš blížneho ako seba samého. Nad tieto niet iného, väčšieho prikázania“*.¹

V ranom období stredoveku platila zásada, že o poddaných sa postará pán, veľké problémy so zabezpečením živobytia mali väčšinou ľudia o ktorých sa nemal kto postarať. Boli vylúčení zo systému a tým prišli o šancu podieľať sa na procese rozdeľovania. Chudoba bola aj v minulosti sociálnym a politickým problémom. Ľudia, ktorí sa ocitli v nepriaznivej životnej situácii, by bez pomoci z vonku vzniknutú situáciu ťažko zvládli. Starostlivosť ktorá im bola v tom čase poskytovaná mala *filantropický charakter*. Tieto filantropické činnosti neboli riadené systémom, ale sa prejavovali náhodne, dobrovoľne a individuálne. Kresťania a celá Rímskokatolícka cirkev od najstarších čias podporovala a poskytovala pomoc chudobným a trpiacim. Pomoc bola poskytovaná jednotlivo, (súkromná dobročinnosť) a verejne (cirkev-verejná dobročinnosť). Jednotlivci

prispievali peňažnými alebo naturálnymi darmi, tie sa prerozdeľovali a použili na charitatívnu činnosť. Na bohoslužbách sa kládli na oltár obetné dary a po bohoslužbách sa prerozdeľovali chudobným podľa potreby. Pomoc smerovala najmä matkám, vdovám, malým deťom, sirotám, chorým a práceneschopným chudobným. Cirkev podporovala aj cudzincov, pobešných, ktorí sa dostali do ťažkostí, boli vzdialení od domova a potrebovali pomoc. V kláštoroch bola poskytovaná starostlivosť pre starých, nevládných, chorých chudobných (formou stravovania a ošatenia). Počas vojen, hladomorov a epidémií lokálny charitatívny systém slabol a chudobné obyvateľstvo migrovalo. Obce sa zbavovali cudzích chudobných a podporovali len miestnych chudobných a preto začali vznikať strediská, charity, ktoré slúžili širšiemu regiónu.⁶

Už v stredoveku vznikali nadácie (fondy, poručenstvá, základiny) z darov panovníka, šľachty, rôznych združení a spolkov. Nadobudnuté prostriedky v podobe kapitálu alebo naturálií v správe združenia boli použité na stavbu dobročinných sociálnych zariadení (najmä na vzdelávanie). Zriaďovateľmi škôl sa stávali cirkev, mestá alebo šľachtici. Okrem príspevkov zriaďovateľa dostávali školy ďalšie dobrovoľné príspevky v podobe študijných podpôr pre študentov i naturálií (potraviny, kurivo, ošatenie).¹¹

Kresťanstvo neodmietalo majetok ako taký, pokiaľ neprispievalo k záhube ľudí. Mnoho filantropov vedelo ako správne a zodpovedne disponovať svojim majetkom, aby mohli darovať značnú časť finančných prostriedkov na pomoc ľuďom v núdzi. Tieto dary sa prerozdelili medzi ľudí, ktorí dreli biedu a tým ich zbavili útrap a zachránili ich pred prípadnou smrťou. V Novom Zákone sa majetok nepovažuje za skazený alebo zlý, inak by sa nerozdel medzi núdzných. Medzi najvyššie a najcnostnejšie formy dobročinnosti sa považuje taká forma pomoci chudobným, aby si pomohli sami sebe bez straty sebaúcty. Láska k blížnemu sa má prejavovať skutkami a nesmie sa naslepo rozdávať. Starý Zákon chváli bohatstvo v tom prípade, ak by bolo výsledkom čestnej práce a radosť z bohatstva sa má pociťovať iba vtedy, *ak by bolo prejavom milosrdenstva a pomoci biednym*. „Starý Zákon si chudobu nevážil iba vtedy, ak bola výsledkom ľudskej lenivosti, alebo keď viedla k nepokojom“.⁶

Prah filantropie prekročili niektoré reformné kresťanské smery, ktoré sa usilovali o sociálnu rovnosť. Medzi nimi bolo významné husitstvo – Ján Hus mal vypracovanú koncepciu zameranú nielen smerom k náboženstvu, ale aj na národné a sociálne otázky. Martin Luther mal súcit s utrpením chudobných a prišiel s myšlienkou, aby sa obce a mestá starali o svojich chudobných. V konečnom dôsledku ani sama cirkev nedisponovala dostatočným zdrojom, aby mohla pokryť aspoň základné životné potreby všetkých tých, ktorí sa na cirkev obrátili o pomoc.

Formy ako sa dnes filantropia prejavuje

V súčasnosti sa filantropia prejavuje v súvislosti so sociálne zodpovedným správaním jednotlivcov a podnikateľských subjektov. Je to fenomén konca 19. storočia ktorý trvá až doteraz. Pojem filantropia je zaužívaný v medzinárodnom meradle. Mnohé spoločnosti realizujú filantropiu strategicky, pretože týmto spôsobom naplňajú vytýčené ciele sociálne (vzdelávanie, kultúra) aj politické. K tomu im napomáha práve medializácia, ktorá tvorí dôležitý článok k vytváraniu vzťahov s verejnosťou. Medializácia je pre filantropiu dôležitá, pretože poukazuje, posúva ďalej a predovšetkým rieši ten ktorý príbeh v kladnom či v zápornom slova zmysle. Mimovládne organizácie vstupujú do sveta, pretože chcú niečo prospešné presadiť a zmeniť. Média sú najdôležitejšou súčasťou vzťahov s verejnosťou, organizácie o svojich aktivitách poskytujú určité informácie a takto poskytnuté informácie médiám robia pre verejnosť organizáciu dôležitou. Je v priamej kompetencii každého subjektu rozhodnúť sa, nakoľko chce využívať medializáciu, nakoľko prijateľné či neprijateľné sú pre subjekt pravidlá, s ktorými sa neziskový sektor nie vždy stotožňuje. Prostredníctvom médií získavajú ľudia informácie, na základe ktorých sa rozhodujú. Mediálna činnosť môže prispieť k tomu, ako bude verejnosť vnímať mimovládne organizácie a nakoľko budú predstavitelia charity alebo aktivisti pre verejnosť vierohodní. Keď je mediálne vykreslený obraz organizácie pre širokú verejnosť, odzrkadľuje sa to do názorovej i finančnej podpory verejnosti. Spojenie filantropie s televíznym prenosom je zábavné, známe osobnosti z kultúrneho a spoločenského života priniesli vždy veľa krásnych chvíľ a dojímavých momentov. Tí, ktorí pomoc potrebujú, sa na chvíľu stali súčasťou sveta tých, ktorí im chcú pomôcť. Účinkujúci i volajúci vytvorili pevnú reťaz vzájomnej solidarity a rešpektu vytvorenú s cieľom pomôcť deťom a následnou informáciou ako vyzbierané peniaze pomáhajú deťom a ich rodinám.

Nesprávna interpretácia vzťahov s verejnosťou môže poškodiť aktivity dobrovoľníkov, a tým stratia podporu verejnosti. Vzťahy s verejnosťou môžu byť reaktívne, prejavujú sa reakciou na podnet a ochraňuje dobré meno a povesť. Proaktívne vzťahy s verejnosťou sú založené na vzájomnom pochopení organizácie a verejnosti (subjekt vie čo chce a ako to dosiahne). Pomocou dobrých vzťahov s verejnosťou sa získava nielen sympatia, ale aj podpora verejnosti a to je krok k úspešnému a efektnému procesu legislatívnych procesov a potrebných zmien.

Mediálni partneri poskytujú priestor na prezentáciu organizácii aj jednotlivcov. Prostredníctvom nich sa oslovujú rodiny ktoré pomoc potrebujú, a tým získavajú okruh priaznivcov, fanúšikov a podporovateľov.

Medializované relácie televízie Markíza pod

názvom *Reflex a Modré z neba*, (kde sa plnia sny a túžby obyčajných ľudí) má mnoho ohlasov u divákov v kladnom, ale i v zápornom slova zmysle. Nájst správnu hranicu únosnosti pri zasahovaní do krehkého a zraniteľného prostredia hendikepovaných, alebo inak ťažkou životnou udalosťou postihnutých rodín, prostredníctvom ich životných príbehov je niekedy veľmi ťažké. Emotívnosť príbehov a ich prežívanie, ktoré relácia divákovi predkladá, je chápaná väčšinou kladne, ale niektoré životné príbehy, ktoré sa končia tragicky a s negatívnym dopadom sú kritizované a odsudzované.

Tretí sektor v riešení sociálnych problémov

Tretí sektor pri riešení sociálnych problémov vykonáva rôzne druhy činností, ktoré potrebujú k tomu, aby dostatočne fungovali finančné prostriedky.

Riešením sociálnych problémov v spoločnosti sa zaoberá štátny sektor - štátny rozpočet, súkromný sektor, ktorý je nezávislý od štátu (tvorba zisku) a mimovládny - neštátny sektor. Neštátny sektor je neziskový, neprofituje, to znamená, že nie je zriaďovaný za účelom zisku.

Mimovládne organizácie pôsobiace v sociálnej oblasti sa podieľajú na kvalite ľudského života, vzdelávania sa, získavania schopností, zručností, kultúrnej vyspelosti a sociálnej inklúzie. Zastrešujú záujmy občanov v spektre využívania voľného času mládeže, proti zneužívaniu drog a na zlepšovanie života bezdomovcov. Výhodou mimovládnych organizácií je, že vznikajú a reagujú na konkrétny problém a majú komplexný prístup pri riešení sociálnych problémov. Viac zdrojové financovanie prináša pozitívne dopady, rozvíja zmysel pre filantropiu a altruizmus.²

Pre mimovládne organizácie je charakteristické, že sú organizované, súkromné, majú neziskový charakter a sú dobrovoľné.

Mimovládne organizácie vykonávajú rozmanité činnosti, poskytujú služby, presadzujú súkromné a verejné záujmy, budujú komunity. Poskytujú potrebný priestor pre jednotlivcov na uplatnenie svojich schopností, ochraňujú ľudské hodnoty, majú inovačné, filantropické, charitatívne funkcie a pomáhajú znevýhodneným skupinám. Sociálna práca vníma dobrovoľníctvo ako formu pomoci človeku pri riešení problémov jednotlivcov, skupín a komunít. Prispieva k stabilite v spoločnosti, preventívne pôsobí pred vznikom konfliktov, uvoľňuje napäté situácie a integruje ľudí späť do spoločnosti, z ktorej boli vylúčení. *Stav tretieho sektora poukazuje aj na stav spoločnosti. Tretí sektor, charita, filantropia, spolková činnosť, dobrovoľníctvo sú súčasťou histórie. Dvadsať storočie prinieslo neoceniteľnú lekciu o vzájomnom vzťahu politiky a nezávislých neziskových organizácií. Ukázalo sa, že obdobia slobody a demokratického smerovania vždy viedli k rozmachu nezávislého tretieho sektora. Neziskové organizácie majú rôznorodú podobu*

nadšených skupín ľudí, profesionálnych tímov a expertov, ktorí dobrovoľne slúžia tým, čo to najviac potrebujú. Možnosť vidieť, porozumieť a podieľať sa v procese rozhodovania v sociálnej politike nám umožňuje vidieť sociálna participácia. Je to prostriedok k dosiahnutiu sociálnej spravodlivosti a umožňuje jednotlivcom, skupinám a komunitám prevziať zodpovednosť sami za seba. Každý jednotlivec, subjekt je povinný priebežne zdokonaľovať spôsob svojho života a prijať zodpovednosť za svoj život (sociálna subsidiarita). Ak túto možnosť nemá, môže pomôcť rodina, priatelia, obec alebo charita, na poslednom mieste je štát.

Filantropia u nás v porovnaní so svetom

„Medzi zákonmi, ktoré vládnu ľudskej spoločnosti, existuje jeden, ktorý sa zdá presnejší a jasnejší ako všetky ostatné. Ak majú ľudia ostať civilizovaní alebo ak sa takými majú stať, musí narastať umenie spoločného združovania sa a zlepšovať sa v takom istom pomere, ako sa zvyšuje rovnosť podmienok.“⁴

Barát⁴ ďalej uvádza, že pred viac ako sto päťdesiatimi rokmi prišiel Francúz Alexis de Tocqueville do Spojených štátov, aby pochopil, ako funguje demokracia. Dospel k záveru, že najdôležitejšou podmienkou jej fungovania je fungujúci systém súkromných združení, ktoré by sme dnes označili pojmom súkromný neziskový sektor.

Na Slovensku majú mimovládne dobrovoľnícke aktivity dlhodobú tradíciu. Po zmene politického režimu v novembri 1989, popri štátnom a podnikateľskom sektore vznikol aj tretí sektor, nastúpilo obdobie rozmachu tretieho sektora a dobrovoľníctva. Transformácia spoločnosti dala do pohybu celospoločenský potenciál, vzrastali dosiaľ nepoznané sociálne problémy (nezamestnanosť, bezdomovci) na základe čoho sa začal vytvárať priestor pre rôzne formy sociálnej pomoci, dobročinnosti, vzrastala solidarita a filantropia. Tretí sektor si začal budovať potrebné vzťahy so samosprávou aj so štátom. Význam dobrovoľníctva sa dostáva do popredia, prieskumy verejnej mienky potvrdzujú, že verejnosť kladne hodnotí organizácie, ktoré sa zaoberajú zdravotnou a sociálnou starostlivosťou. Po zmene politického systému nastala invázia mimovládnych neziskových organizácií, bolo zaregistrovaných 17844 neziskových organizácií (nadácie, občianske združenia, neinvestičné fondy). Mimovládne organizácie pôsobia na celom území Slovenska v rôznych oblastiach, čím evidujeme značné rozdiely v počtoch v jednotlivých regiónoch.⁷

Vo vyspelých demokratických krajinách napríklad v *Českej republike*, bolo vytvorenie Zákona o dobrovoľníctve veľkým prínosom hlavne z finančného a sociálneho hľadiska. Zabezpečuje sa tým finančná podpora a sociálna ochrana pre organizácie a samot-

ných dobrovoľníkov. *Spojené kráľovstvo* – udeľuje dobrovoľnícke víza pre dobrovoľníkov, ktorí prichádzajú zo zahraničia. Dobrovoľníci majú definovaný status a úrady sa riadia podľa predpísaných postupov. *Švédsko* – dobrovoľníci po vyplnení formulára majú zabezpečenú zdravotnícku starostlivosť, akú dostávajú občania Švédska. *Holandsko* – príjem dobrovoľníkov je zdanený a suma príjmu je 700,00 EUR na rok. Ak je uvedená suma presiahnutá, považuje sa ako nezdaniteľná čiastka. *Taliansko* – má Zákon o rozvoji a spolupráci v dobrovoľníctve, ktorým vláda koriguje dobrovoľnícku službu v krajinách tretieho sveta. *Maďarsko* – má Národné dobrovoľnícke centrum, ktoré je funkčné od septembra 2003. Centrum poskytuje poradenstvo, školenia a podporu pre organizácie, ktoré sa zaoberajú koordinovaným dobrovoľníctvom.¹³

Filantropia v súčasnosti ako darcovstvo

Filantropické dávanie chápeme predovšetkým ako rozvojový typ dávania. Tieto sociálne inovácie vychádzajú z princípu „*nedaj rybu, ale nauč chytať rybu*“, alebo „*pomáhať tým, ktorí sú si sami schopní a ochotní pomôcť*“.⁴

Filantrop môže byť jednotlivec, ktorý vymyslí alebo podporí verejnoprospešný nápad a snaží sa ho realizovať. K realizácii sú potrebné financie, vynaloženie energie a potrebného času na vopred stanovený cieľ. V súčasnosti na Slovensku prebiehajú za finančnej pomoci občanov humanitárne projekty:

- Nadácia pre deti Slovenska Hodina deťom vyhlásila 13. ročník Grantového programu *Hodina Deťom*.
- „*Dobrý Anjel*,“ (filantropi Andrej Kiska a Igor Brossmann) pomáha rodinám s deťmi, ktoré sú vo finančnej tiesni, alebo vážnej zdravotnej situácii (rakovina, chronické zlyhanie obličiek, cystická fibróza, detská mozgová obrna, Downov syndróm, svalová dystrofia). Tento projekt podporuje relatívne malými, pravidelnými, mesačnými čiastkami veľké množstvo darcov „*Dobrych anjelov*“. Pomoc putuje tisícom vážne chorým. Dobrý Anjel poskytuje pravidelnú humanitárnu finančnú pomoc ľuďom, bez ohľadu na ich etnický pôvod, náboženstvo a politické vyznanie.
- „*Úsmev ako dar*,“ (zakladateľ pán Július Hron, predseda spoločnosti MUDr. Jozef Mikloško) je najstaršia a najväčšia dobrovoľnícka mimovládna organizácia, ktorá podporuje detí žijúce v detských domovoch. Benefičné vianočné koncerty sa konajú už dvadsaťpäť rokov. Zbierky sa uskutočňujú na celom Slovensku, výťažok putuje na rozvojové projekty pre deti z detských domovov a pre náhradne rodiny.
- „*Srdce pre deti 2011*“ názov charitatívneho

programu (najemotívnejší prenos TV JOJ), využíva systém darcovstva pod názvom „*Dobrá krajina*“ v spolupráci vydavateľstva Ringier a Nadácie Pontis. Táto zbierka registrovaná Ministerstvom vnútra SR prispela sumou 760 645 EUR pre hendikepované deti s vrodenými vývojovými poruchami a poskytla pomoc rodinám s deťmi, ktoré sa ocitli v zlej sociálnej situácii. Cieľom akcie bola v prvom rade pomoc deťom, ktoré to nemajú v živote ľahké, ale aj pomôcť otvoriť oči všetkým ľuďom, aby nebrali život na ľahkú váhu a vážili si ho. Charitatívna akcia bola podporovaná známymi tvármi z hudobného sveta, moderátormi a prostredníctvom odoslanej prázdnej textovej správy sa mohlo prispieť.¹⁴

Nadácie sú dotované z verejných zdrojov, výnosy získavajú od súkromných spoločností, zahraničných darcov, individuálnych darcov, z verejných zbierok. Na zrealizovanie verejnoprospešných aktivít sa poskytujú granty do programu sa môže zapojiť každý kto spĺňa kritéria.

Výnosy z 2% daní fyzických a právnických osôb sa môžu použiť na všestranné účely ako napríklad - ochrana ľudských práv, životného prostredia, ochrana a podpora zdravia, občanov zdravotne postihnutých, poskytovanie sociálnej pomoci, rozvoj a ochrana duchovných hodnôt, podpora vzdelávania, športu detí, mládeže, ochrana prírodných a kultúrnych hodnôt.¹⁵

Filantropia ako darcovstvo sa pokúša riešiť problémy slabších či handicapovaných v širších súvislostiach, s tendenciou organizovať celý systém starostlivosti o tieto problematické skupiny. Dáva nádej, poskytuje starostlivosť, vedie ľudí k spolupráci a k aktívnym životným postojom. Filantropia ako darcovstvo predstavuje takú formu pomoci, ktorá sústreďuje energiu a prostriedky s účelom koordinovanej a efektívnejšej pomoci, ktorá je zameraná na dopredu určený cieľ.

Organizovaná filantropia poskytuje darcom v moderných spoločnostiach možnosť angažovať a zapájať sa do oblastí, ktoré sú opomenuté, a tak sa „človek darca“ stáva angažovaným. Filantropiu v súčasnosti možno označiť ako súhrn činností s formou správania sa, ktoré vedome podporujú jednotlivca, skupinu, alebo organizáciu za účelom dosiahnutia vyššej kvality života jednotlivca a spoločnosti.

Individuálna filantropia je súhrn zdrojov získaných od individuálnych darcov - jednotlivcov. Táto metóda získavania finančných prostriedkov je najstabilnejšia metóda fundraisingu a oproti firemnej filantropie má veľkú výhodu v tom, že strata jedného alebo dvoch darcov organizáciu nepoloží. Je to akýkoľvek altruistický čin, ktorý smeruje k podpore dobra alebo zlepšenia kvality života.

Filantropia, darcovstvo, dobročinnosť, charita, mecenášstvo sú pojmy založené na nezištnom darovaní. Pohľad na „dar“ od dávnej minulosti z hľadiska morálky sa považoval za princíp spravodlivosti. Podiel na bohatstve a šťastí, by mali slúžiť chudobným a deťom. Na úroveň darcovstva má vplyv vzdelanie, najväčší podiel darcov je medzi vysokoškólakmi, najmenej darcov je medzi osobami so základným vzdelaním. Podiel darcov sa zvyšuje aj stúpajúcim vekom, z vyšších spoločenských vrstiev a veriacich. Ďalší potenciálni darcovia by peniaze darovali, keby mali istotu, že budú použité k správneému účelu.⁸

Humanitárne projekty

„Keď som si prečítal, že alžírski povstalci zmasakrovali istú dedinu a deťom poodtínali nohy a ruky, zašiel som nahnevaný do kostola a zlosť a smútok som si začal vylievat' na Všemohúceho: Ty nemôžeš existovať, ak by si existoval, tak by si bol tie nevinné deti zachránil, kde si bol keď ich zabíjali, kde si bol keď ich vyhánali z domov. Obraz sa ani nepohol, z oltára však stroho zaznelo: a kde si bol Ty, kde ste boli Vy, Vy všetci?“⁵

Mimovládna medzinárodná a humanitárna zdravotná organizácia (MSF) – *LEKÁRI BEZ HRANÍC - Médecins Sans Frontières (MSF)* je nezávislá, neutrálna a svojho druhu najväčšia organizácia na svete. Bola založená v roku 1971 francúzskymi lekármi a toho času zamestnáva cez 2 500 medzinárodných dobrovoľníkov a 25 000 miestnych pracovníkov. Výjazd na misiu je dobrovoľný, pracovníci poskytujú svoj čas a svoje profesionálne schopnosti ľuďom, ktorí sú v núdzi. Je to práca náročná a tvrdá, vyžaduje obetavosť, vzdať sa času a životnej úrovne. Dobrovoľníci poskytujú kvalifikovanú odbornú starostlivosť, prevádzajú výcviky a potrebné školenia miestnym lekárom, zdravotným sestram a celému personálu. Programy sú zamerané predovšetkým na takzvané ignorované choroby (malária, tuberkulóza, HIV/AIDS a spavá choroba). Pomoc sa sústreďuje na obeť, ktoré žijú v chudobných štvrtiach - deti ulice, kde sú rozšírené epidémie z dôvodov vojnových konfliktov, alebo prírodnej katastrofe. Pomoc sa poskytuje všetkým obetiam bez rozdielu vierovyznania, rasy a pohlavia, či rozdielného politického názoru. Organizácia má rovnocenný prístup ku všetkým ľuďom v núdzi na svojich humanitárnych misiách po celom svete. Okrem záchranných misií sa zameriavajú aj na obnovu zdravotníckych systémov zdevastovaných konfliktami, poskytujú informácie o porušovaní základných ľudských právach a o zločinoch, ktoré sa páchajú na obyvateľoch. Príjmy pre fungovanie organizácie pochádzajú zo súkromných zdrojov, ktoré tvoria viac ako 90% všetkých príjmov organizácie.¹⁶

V rozvojových krajinách žije 4,8 miliardy ľudí z celkového počtu 6 miliárd ľudí na svete. Asi jeden a pol miliardy z nich trpí hladom, dve miliardy je nakazených

tuberkulózou, 600 miliónov detí sa nakazí maláriou a asi 50 miliónov ľudí je infikovaných HIV. Desiatky miliónov detí zomiera na tieto najčastejšie infekcie a ďalších desať miliónov zomiera hladom. Smrť sa odstrániť nedá, ale lekári bojujú proti utrpeniu. Práca pre chudobných ľudí v rozvojových krajinách si vyžaduje človeka ochotného pracovať v chudobných životných podmienkach v náročnom klimatickom podnebí. Je veľmi dôležité si uvedomiť, prečo chceme ísť do projektu a do akej miery vydržíme znášať záťaž prostredia.

„Úprimná vďaka všetkým, lekárom, sestram, logistom, sociálnym pracovníkom, ale aj referentom, úradníkom, šoférom, starým a chorým, ktorí sa za nás modlia. Je jedno, či nám posielajú tisíce eur alebo jeden Otčenáš. Podstatné je, že cítia solidaritu s druhými.“ Profesor MUDr. Vladimír Krčméry, DrSc, zriaďovateľ Vysokej školy zdravotníctva a sociálnej práce svätej Alžbety.

Humanitárne a rozvojové projekty, ktorých je viac ako päťdesiat sú zamerané predovšetkým na zdravotníctvo, školstvo a sociálnu prácu. V súčasnosti žije v ponižujúcich a ničivých podmienkach extrémnej chudoby viac než miliarda ľudí. Cieľom misie je prispieť k rozvoju a pozdvihnúť chudobných ľudí pôsobením činností.

Projekty Kambodža: Klinika sv. Maximiliána Kolbeho, *House of Family*, Phnom Penh hlavný sponzor a realizátor projektu je Vysoká škola zdravotníctva a sociálnej práce svätej Alžbety, n.o., a Ministerstvo zahraničných vecí Slovenskej republiky (sponzor projektu). Projekt vznikol v roku 2003 sirotám a polosirotám poskytuje liečbu vysokoaktívnu antiretrovirálnu terapiu (HAART), ktorá zastavuje vírus imunitnej nedostatočnosti (HIV) a deťom predlžuje život. Kapacita detí je 50, deťom sa poskytuje ubytovanie a celodenná starostlivosť, školské a voľnočasové aktivity. Po piatich rokoch sa kapacita zvýšila na vyše 100 detí a rodinných príslušníkov. *Daniela's House of Family* pre deti s HIV/AIDS Sihanoukville HOF, s kapacitou 30 detí, od roku 2008 sponzoruje Vysoká škola zdravotníctva a sociálnej práce sv. Alžbety na čele s profesorom Krčmérym spolu s *Nadáciou a občianskym združením Dvojfarebný svet Daniely Hantuchovej*, s finančnou podporou pre siroty a polosiroty z Kambodže, ktoré sú HIV pozitívne. Všetky finančné prostriedky ktoré získala fotením kalendárov, poukázala na liečbu HIV pozitívnym deťom do Kambodže. O deti sa 24 hodín denne sústavne stará tím lekárov, výsledky sa dostavia za dva až tri mesiace a sú viditeľné. Lekári tvrdia, že majú radosť z liečby, nakoľko skutočne pomáha a predlžuje životy a skvalitňuje prežitie malým pacientom. Starostlivosť zabezpečujú lekári a sociálni pracovníci zo Slovenska, ale aj domáci pracovníci. *House of Family Sihanoukville* vznikol v roku 2011 z dôvodu prekročenia kapacít predchádzajúcich dvoch liečebných

domov. Prostredníctvom programu „Dom na polceste“ sa učia staršie deti samostatnosti. Školský projekt *Kommar Chlad AnDong v Phnom Penh, Kambodža* zabezpečuje základné vzdelanie pre deti z chudobných rodín, ktoré nenavštevujú školu pre zlú ekonomickú a sociálnu situáciu.¹⁷

Globálne projekty

Na otázku ako dlhodobo znižovať chudobu a podporovať rozvoj v chudobných oblastiach na Zemi, neexistuje jednoduchá odpoveď. Zo skúseností vieme, že jestvuje celý rad spôsobov ako bojovať proti chudobe. Jedným zo spôsobov je rozvojová pomoc a spolupráca, znižovanie dlhov v rozvojových oblastiach, (priame investície) politické reformy spojené s demokraciou. Na jednej strane sa vykazuje úspešnosť, (štatistika zachránených životov, zmeny života ľudí k lepšiemu) na strane druhej existuje rozsiahla kritika voči rozvojovej pomoci. Efektívna rozvojová pomoc je často založená na politických zmenách a sociálnych situáciách, či sa jedná o obec, región alebo štát. Z toho dôvodu rozvojová pomoc musí rozhodovať koho svojím programom podporí, s kým bude musieť spolupracovať a za akú cenu, kto získa a kto stratí. Určujúcim faktorom, kto bude z pomoci ťažiť je proces a aktéri, ktorí určujú kam a ako bude pomoc smerovaná.

Medzi najväčších globálnych poskytovateľov rozvojovej pomoci sa zaraďuje Európska únia. Európsky konsenzus uznáva, že chudoba zahŕňa celý rad dimenzií, vrátane ľudských potrieb (zabezpečenie potravín, zdravotnej pomoci, vzdelávania, práv a bezpečnosti). Poukazuje na rozmanitosť podmienok jednotlivých rozvojových oblastí, pripravuje nové nástroje pre rozvojovú spoluprácu a humanitárnu pomoc.

Medzinárodné hnutie Červeného kríža a Červeného mesiaca je humanitárna organizácia s celosvetovou pôsobnosťou, je neutrálna, nezávislá so sídlom v Ženeve. Vzniklo v roku 1863 na 183 miestach sveta. Činnosť hnutia je zameraná predovšetkým na materiálnu pomoc zraniteľným skupinám obyvateľstva, humanitárne dodávky liekov, zdravotníckeho materiálu a potravín. Prvoradá je zdravotnícka starostlivosť, prevoz zdravotníckych zariadení a protetických centier do krízových oblastí a zaistenie pitnej vody budovaním vodovodov.¹⁰

Slovenský Červený kríž sa riadi v zmysle siedmich princípov: *humanita*, (pomoc pre zranených na bojiskách bez rozdielu, zmierňovanie ľudského utrpenia) *nestrannosť*, *neutralita*, *nezávislosť*, *dobrovoľnosť*, (dobrovoľná, nezištná pomoc) *jednota a svetovosť*. Hnutie je celosvetové s právnou povinnosťou vzájomne si pomáhať. Medzinárodný výbor v Ženeve uznal samostatnú národnú spoločnosť Slovenského Červeného kríža 25. augusta 1993 a 25. októbra bol v Birminghame prijatý za člena. Na základe

medzinárodného práva poskytuje organizovanú ochranu a pomoc obetiam, vojnovým zajatcom, civilným osobám, raneným, chorým, presídlencom a osobám žijúcim na okupovanom území. Uskladňuje transport humanitárnej pomoci, získava potraviny nákupom alebo darmi a dopravuje pomoc na cieľové miesto. Udržiava dôležité vzťahy s darcami, vládami, národnými a špecializovanými organizáciami.⁹

Jednotlivcom a rodinám, ktoré sa stali obeťami živelnnej pohromy Slovenský Červený kríž poskytuje sociálne služby v zmysle zákona o sociálnej pomoci. Poskytuje opatrovateľské, prepravné služby, spoločné stravovanie, pranie bielizne a ošatenie. Zabezpečuje útulok pre ľudí bez prístrešia, v domoch pre osamelé matky s deťmi. Pre zdravotne postihnutých poskytuje možnosť zapožičania kompenzačných a rehabilitačných pomôcok. Kladie dôraz na protidrogovú prevenciu, taktiež na primárnu prevenciu HIV a AIDS. Zamestnanci v týchto zariadeniach majú potrebnú kvalifikáciu na výkon týchto odborných činností.

Medzi každoročné aktivity Slovenského Červeného kríža sa zaraďuje darcovstvo krvi. Na podporu darcovstva sa každý rok vyhlasuje celoštátne humanne podujatie *Študentská kvapka krvi*. Pre Slovenský Červený kríž pracuje vo svojom voľnom čase približne 20 000 dobrovoľníkov niekoľko hodín ročne, združuje mládež v počte 3493 členov a 139 skupín. „Medzi členov medzinárodných vodných záchranárov (International Life Saving Federation) patrí *vodná záchranná služba*, ktorá združuje na celom svete 25 miliónov členov“.⁹

Mimovládna organizácia pod názvom *AGENTÚRA PRE TECHNICKÚ SPOLUPRÁCU A ROZVOJ (ACTED)* so sídlom v Paríži (Francúzsko) v roku 1993. Zamestnáva 150 medzinárodných pracovníkov a viac ako 2000 miestnych pracovníkov. Má zastúpenie v 5 zónach: Ázia, Afrika, Amerika, Európa, Stredný východ a v 20 krajinách: Afganistan, Čad, Kongo, demokratická republika Kongo, Haiti, India, Indonézia, Irak, Kirgizsko, Lisabon, Macedónsko, Nikaragua, Pakistan, Palestína, Srbsko, Srí Lanka, Sudán, Tadžikistan, Uganda, Uzbekistan. Prvé projekty začali v roku 1993 v Kábule a pre postihnuté územie mali priniesť úľavu obyvateľom, ktorí žili viac ako 15 rokov v konflikte. Organizácia pokračovala v expanzii a otvárala pobočky v Strednej Afrike, v roku 1997 s cieľom pomôcť postihnutému obyvateľstvu Kongo-Brazzaville. Konflikt v Strednej Amerike v roku 1998 po katastrofe „Hurikáne Mitch“, na Balkáne po konflikte v Kosove a na Strednom východe v roku 2003 na podporu Irackého obyvateľstva. V roku 2004 sa organizácia naďalej zúčastnila na otvorení misie v Čade a v Sudáne, reagovala na krízu v Darfúre. V roku 2005 sa začali rekonštrukčné aktivity v južnej Ázii po cunami a teraz pracuje v Indii a na Srí Lanke.³

Zelená filantropia

Zelená filantropia predstavuje také aktivity a projekty, ktoré prispievajú k zachovaniu života na našej planéte. Jeden projekt nemusí mať veľký význam, ale ak sa to znásobí tisíc, alebo milión krát, prináša obdivuhodné výsledky pre farmy, parky, komunitné záhrady, hory, lesy, rieky, jazerá, či potoky. Zelená filantropia pre rodiny s deťmi je súbor jednoduchých spôsobov, ako ľudia všetkých vekových kategórií praktizujú a preukazujú svojimi činmi láskavosť k ľuďom a k Zemi. Jednotlivci, rodiny, skupiny a organizácie celého sveta, ktorí sa pripojili k hnutiu vybudovať spravodlivejší a trvalo udržateľný rozvoj svetovej komunity.

Veľa detí nevie čo znamená slovo filantropia, ale naučili sa zopár osožných návykov pre zelenú filantropiu, akými sú: úcta k Zemi a životu na nej, vychovávať a vážiť si život na Zemi. Zapojiť sa do projektov a podujatí môžu aj deti spolu s rodičmi, doma vo svojej záhrade (obrábať pôdu a plody darovať miestnej potravinovej banke). Zelená filantropia znamená milovať a rešpektovať spoločenstvo, ku ktorému patríme, ochraňovať ho a zachovávať pre budúce generácie. Postupnosť krokov v skupinách je taká, že sa vytvorí plán, vypracuje sa jeden alebo dva projekty, akcia získavania peňazí na činnosť projektu, ktorý vyžaduje finančné prostriedky, vytvorenie zelenej filantropickej banky.

Organizácia *WORLD WILD FUND* (WWF), vynakladá globálne úsilie na ochranu voľne žijúcich tvorov a ich biotopov. Popredná svetová ochrannárska organizácia pracuje v 100 krajinách a je podporovaná (má takmer 5 miliónov členov). Jej poslaním je splniť misiu, ochrániť prírodu, prírodné oblasti a voľne žijúce populácie rastlín a živočíchov vrátane ohrozených druhov. Podporovať a obnovovať prírodné zdroje, efektívne využívať zdroje a energie, maximálne zníženie znečistenia. Zaviazali sa zvrátiť degradáciu životného prostredia našej planéty a budovať budúcnosť, v ktorej sú ľudské potreby v súlade s prírodou. Prezident a generálny riaditeľ Carter Roberte stanovuje víziu pre WWF: zachrániť planétu Zem a zlaďiť potreby človeka k potrebám druhých, ktoré spolu zdieľajú. Snaha o praktizovanie ochrany, ktorá je ľudská v najširšom slova zmysle, je inšpirovať komunitné nadnárodné organizácie od tých najmenších po tie najväčšie. Uplatňovať bohatstvo klientov, znalosti a nadšenie k tomu, aby bol život bohatší v duchu k prírode.

Záver

Téma filantropia je zaujímavá z toho dôvodu, že ľudia okolo nás sa dokážu prispôbiť ťažkým životným situáciám, ktoré sú nepredvídateľné a vo väčšine prípadov neodvratiteľné. V určitých časových životných etapách sa každému z nás s určitosťou stalo to, že musel podať pomocnú ruku, či už svojím blízkym, alebo iným

ľuďom v núdzi. Zapájame sa do humanitárnych činností, vieme sa obetovať pre dobro vecí a chápeme pomoc ako samozrejmosť. Nerozmýšľame o tom, či budeme z toho profitovať, ale ponúkame pomoc z nezištných dôvodov preto, lebo cítime potrebu pomáhať a tým preukazovať svoje schopnosti a šikovnosť. Zaujímavosťou je, že sa dobrovoľne hlási k pomoci čím ďalej, tým viac mladých ľudí, čo je veľmi pozitívne a obdivuhodné.

V súčasnej dobe sa dá aj u nás cestovať do zahraničia, nadväzujú sa nové kontakty, priateľstvá. Dobrovoľníci sa zdokonaľujú po všetkých stránkach a čo je na tom všetkom pozoruhodné je fakt, že z vykonanej pomoci majú pocit zadosťučinenia. Humanitárna pomoc smeruje do rôznorodých oblastí našej planéty, najmä do oblastí postihnutých prírodnými udalosťami, chudobou, hladomorom a z toho vyplývajúcich veľmi závažných, nevyliciteľných smrteľných chorôb. Týka sa to každého z nás, je to celosvetový problém ľudí celého sveta, všetci môžeme pomôcť pri týchto nešťastných situáciách. Pomoc je samozrejmosť, lebo nikdy nevieme, kedy ju budeme potrebovať my samy, naše deti a rodina. Prejavuje sa pri zachraňovaní životov, poskytovaní zdravotnej starostlivosti, dodávky jedla, pitnej vody a oblečenia pre ľudí postihnutých nepriaznivou sociálnou situáciou. Pomoc je aj to, keď prispejeme malou čiastkou na veľkú vec. Ideálne by bolo, keby si všetci ľudia uvedomili a precítili vo svojom vnútri podstatu života a vnímali aj druhú stranu, ktorá sa nie svojou vinou dostala do nepriaznivej situácie. Ľudské činy, morálne zásady a princípy sa dotýkajú našich vzťahov, pracovných činností, etiky a v konečnom dôsledku celej spoločnosti. Ľudskosť nás vedie k hľadaniu úcty v pomáhajúcich profesiách. Hodnoty každého z nás sú v závislosti od filozofie nášho života, humanizmus je zdôrazňovanie súcitu a lásky. Človek nežije iba pre seba, ale aj pre širšie okolie, rodinu a spoločnosť v ktorej sa pohybuje. Preukazujeme pri svojej profesii záujem o potreby ľudí v núdzi, prejavujeme dobrú vôľu a svedomitosť pri výkone povolania. V súčasnosti filantropické sociálne činy pre ľudstvo a celú planétu znamenajú záchranu a nedajú sa vyvážiť žiadnym bohatstvom, pretože práve oni sú najvzácnejšie poklady sveta.

Zoznam bibliografických odkazov

1. BIBLIA Písmo sväté Starej a Novej zmluvy. 1990. Vyдалa: Slovenská evanjelická cirkev a.v., 1990. 266 s. ISBN: 0 564 03222 0, (Biblia)¹ Mk 12, 29-31, 1990, s.46)
2. Bednářová, Z., Pelech, L. 2003. Slabikář sociální práce na ulici. Praha: Nadace Open Society Fund, 2003. 104 s. ISBN 80-7239-148-8
3. Books, LLCR. 2011. PHILANTHROPY, Reference Series, Memphis. USA, 2011. 116 s. ISBN: 9781156565568
4. Barát, J a kol. 2000. Čítanka pre pokročilé neziskové organizácie [online]. Bratislava: Centrum prevencie a riešenia konfliktov. Partners for Democratic Change-

- Slovakia. 2000. 307s. ISBN 80- 968095-3-9 [cit.2011-10-29].
Dostupné na internete:
http://www.pdcs.sk/files/file/CITANKA_2.pdf
5. Čtvrtletník akademické obce JU v Českých Budejoviciach.
2006. České Budejovice: Rektorát Jihočeskej univerzity,
2006. 47. S. ISSN 1214-7869
6. Ondrušová, Z. a kol. 2009. Základy sociálnej práce. Brno:
MSD, 2009. 139 s. ISBN 978-80-7392-109-5
7. Radková, L. 2003. Sociálna práca v treťom sektore.
Fakulta zdravotníctva a sociálnej práce Trnavskej univerzity,
Katedra dobrovoľníctva, 2003. 70 s.
8. Skovajsa, M. a kol. Občanský sektor: organizovaná
občanská spoločnosť v České republike. Praha: Portál, s.r.o.,
2010. s. 376. ISBN 978-80-7367-681-0
9. Štefánková, T. a kol. 2004. Červený kríž a Červený
polmesiac portrét medzinárodného hnutia. [online].
Bratislava: Príroda, s.r.o., 2004. 35 s. ISBN 80-07-01187-0.
[cit.2012-03-15].
10. Waisová, Š. (ed), 2006. Chudoba a bohatství v
současné světe. Plzeň: Aleš Čeněk, s.r.o., 2006. 159 s.
ISBN 80-86898-86-5

Zoznam internetových odkazov

11. www.dejiny.sk/eknihy/gd.htm
12. www.nds.sk/aktivity/filantropia/
13. www.mvro.sk/sk/dobrovolnictvo/dobrovolnictvo-v-sr-a-vo-svete
14. www.joj.sk/2011-srdce-pre-deti/epizody/2011-12-04-2011-srdce-pre-deti.html
15. www.cpf.sk/sk/akym-sposobom-je-mozne-darovat/
16. www.lekari-bez-hranic.cz/
17. www.vssvalzbety.sk/projekty/humanitarne-projekty/projekty

Autor: Bc. Branislav Borovský

Univerzita Komenského v Bratislave, Fakulta managementu, Katedra manažmentu

Názov diplomovej práce: Globálne firemné dobrovoľníctvo ako nástroj stratégie CSR firiem

Študijný program: Manažment

Ročník: V., šk. rok 2011/2012

Vedúci diplomovej práce: prof. PhDr. Anna Remišová CSc.

Úvod

Spoločenská zodpovednosť firiem (CSR) je trendom posledných rokov. Čím ďalej, tým viac firiem si uvedomuje, že ich činnosť má dopad na spoločnosť. Takisto sú si vedomé aj toho, že ich cieľom nie je len vytvárať zisk, ale že zmysel ich činnosti prekračuje výlučne ekonomickú hranicu a ekonomické ciele. Ekonomická činnosť je nevyhnutná, avšak nie je jedinou hybnou silou firmy a jej činnosti.

CSR nemožno vnímať povrchné. Ak by CSR znamenalo len vonkajšie správanie firmy, niečo ako public image, budovanie reputácie a dobrého mena, tento koncept by bol ochudobnený. V prípade, že CSR sa inštitucionalizuje vo firme a stane sa súčasťou jej hodnotového systému, vnútorných vzťahov vo firme (medzi zamestnancami, manažmentom), ako aj vonkajších vzťahov (vzťah interní a externí stakeholderi), firma sa začína správať zodpovedne vo vzťahu k spoločnosti a tým spĺňa svoje poslanie – budovať spoločnosť a prispievať do nej. To robí dvojakou formou: jednak vytváraním ekonomickej hodnoty, jednak rozvojom ľudí, ktorí sa na aktivitách firmy priamo zúčastňujú (v prvom rade zamestnanci, potom zákazníci, miestne komunity, atď.).

CSR nespočíva len vo vytváraní profitu. CSR znamená pomáhať riešiť spoločenské problémy. To z toho dôvodu, že firmy sú súčasťou spoločnosti a nemožno ich fungovanie chápať autonómne, bez akejkoľvek prepojenosti na spoločnosť.

A práve naliehavé spoločenské problémy sú predmetom filantropie, dobročinnosti. Filantropické prejavy ľudí voči potrebám iných boli a aj v súčasnosti sú charakteristickou črtou ľudskej prirodzenosti. Nemocnice, útulky, azyly, domovy pre deti a iné spoločenské zariadenia, ktoré sa vybudovali v priebehu dejín, sú dôkazom toho, že utrpenie druhých sa dotýka každého človeka.

Význam práce spočíva v tom, že sa v nej analyzuje koncept globálneho firemného dobrovoľníctva (GFD), ktorý ešte nebol spracovaný v slovenskej literatúre. V praxi firiem na Slovensku sa len okrajovo dostal do povedomia (IBM s programom Corporate Service Corps). Tým nemáme v úmysle kriticky sa vyjadrovať o slovenských pomeroch v oblasti firemného dobrovoľníctva. Práve naopak, slovenská kultúra sa

vyznačuje vyššou mierou kolektivistickú orientácie a jej obyvatelia majú spoločenské cítenie, ktoré sa prejavuje formami dobrovoľnej pomoci v prospech spoločnosti.

Typy firemného dobrovoľníctva

V tabuľke sú zobrazené základné typy FD, ktoré vykazujú spoločné črty, ale zároveň sa od seba líšia určitými znakmi.

Typy firemného dobrovoľníctva¹¹

- **Jednodňové dobrovoľníctvo /Done-in-a-day-projects, Social days, „one-offs“/** - Dobrovoľnícke aktivity trvajúce jeden deň v roku, do ktorých je zaangažovaná celá firma (bez ohľadu na stupne riadenia vo firme, od radových zamestnancov po top manažérov. Často organizované za účelom zvýšenia motivácie zamestnancov a team-buildingu.

- **Rozvojové projekty /Team development assignments/** - Projekty vytvorené miestnou organizáciou v spolupráci s firmou. Cieľom je pomôcť miestnej komunite a zároveň aj firme, ktorá z pomoci komunity ťaží: team-building, osobný rozvoj zamestnancov, spokojnosť a lojalita zamestnancov, atď.

- **Pravidelné dobrovoľníctvo /Regular volunteering/** - Zamestnanec na základe dohody pravidelne navštevuje (alebo môže aj na diaľku prostredníctvom informačných technológií) školu, sirotinec, alebo iné zariadenie, ktorému poskytuje svoje odborné znalosti. Prvok pravidelnosti je charakteristickou črtou (napr. 2x do mesiaca).

- **Znalostné dobrovoľníctvo /Skill-based volunteering, competency-based volunteering/** - Zamestnanci prispievajú do komunity svojimi profesionálnymi znalosťami, kompetentnosťami a skúsenosťami (napr. konzultácie, poradenstvo, finančné poradenstvo, projektový manažment, marketing, zlepšenie komunikácie, personálny manažment know-how)

- **Ne-riadiace roly /Non-executive roles/** - Zamestnanci na báze dobrovoľníctva pôsobia v miestnej organizácii ako dôvernici, správcovia, členovia komisií, pokladníci, atď.

- **Služobné pobyty /Secondments/** - Zamestnanci pracujú na plný úväzok ako členovia miestnej organizácie s tým, že plat a všetky výdavky im poskytuje firma a nie miestna organizácia.

Z uvedených typov firemného dobrovoľníctva sa pri globálnom firemnom dobrovoľníctve využívajú najmä služobné pobyty a rozvojové projekty.² Pravidelné dobrovoľníctvo a znalostné dobrovoľníctvo takisto úzko súvisia s uvedenými typmi GFD.

Strategické dobrovoľníctvo

David Halley, riaditeľ britskej organizácie Business in the Community, tvrdí: „Stále rastie počet významných firiem, ktoré si začínajú uvedomovať zreteľné spojenie medzi prosperitou a ziskovosťou ich podnikania a zdravím a všeobecným spoločenským blahobytom v komunite, v ktorej realizujú svoje komerčné aktivity. Najväčším zdrojom akéhokoľvek podnikania sú schopnosti a znalosti vlastných zamestnancov. Nasadenie zamestnancov v neziskovom sektore môže byť prínosnejšie než priama finančná podpora.“¹²

Veronica Scheubel, zakladateľka Scheubel Development, európskej poradenskej firmy špecializujúcej sa na spoločenskú zodpovednosť, udržateľnosť a angažovanosť v spoločnosti, považuje strategické dobrovoľníctvo za jedinú formu firemného dobrovoľníctva, ktorá môže mať skutočný dopad na spoločnosť a firmu.¹⁴

Strategické dobrovoľníctvo je úzko špecifickou formou firemného dobrovoľníctva. Ako bolo vysvetlené na inom mieste tejto práce, firemné dobrovoľníctvo môže mať rôzne podoby, od nekvalifikovaného dobrovoľníctva (sadenie stromov manažérmi, čistenie lesov IT technikmi, kŕmenie dôchodcov personalistami, atď.) po znalostné/strategické dobrovoľníctvo.

Podstata strategického dobrovoľníctva

Strategické dobrovoľníctvo úzko súvisí so znalostným dobrovoľníctvom (skills-based employee volunteering, competency-based volunteering), angažovanosťou firiem v spoločnosti (Corporate Community Involvement) a globálnym firemným dobrovoľníctvom (GFD). Rôznosť týchto termínov je podmienená prístupom firiem.

Ak má mať firemná dobrovoľnícka aktivita skutočný dopad na spoločnosť a firmu, nemôže prebiehať tradičným spôsobom. Pod tradičným spôsobom sa má na mysli čisto filantropická, dobrovoľnícka aktivita, v rámci ktorej sa zamestnanci odreagujú inou pracovnou náplňou, akú zvyknú vykonávať na svojich pracovných zaradeniach vo firme. Ide o sadenie stromov manažérmi, čistenie parkov a pod. Tieto aktivity nepochybne pomáhajú spoločnému blahu a vybraným cieľovým skupinám (napr. vymaľovanie škôlky zamestnancami IT firmy. Škola nemá dostatok zdrojov na financovanie vymaľovania a preto firma poskytne svojich ľudí bezodplatne). Takisto tradičné dobrovoľnícke podujatia sú v mnohom prospešné aj pre samotných zamestnancov: spokojnosť s tým, že mohli pomôcť

dobrej veci, forma oddychu, posilnenie tímovej spolupráce, budovanie lepších vzťahov v rámci firmy a iné. Väčšina firiem (nielen na Slovensku a v Česku, ale aj v ostatných európskych krajinách a aj USA) vníma firemné dobrovoľníctvo takto:¹⁰

- A. musí byť altruistické,
- B. je väčšinou neplatené, vykonávané zadarmo (zamestnanci vykonávajú dobrovoľnícku aktivitu vo voľnom čase, alebo v rámci pracovného času),
- C. je dobrovoľné (zamestnanci si sami vyberú dobrovoľnícku aktivitu).

Odborníci^{3,11,13,15,16} v oblasti strategického dobrovoľníctva tvrdia, že ľudský potenciál vo firemnom sektore môže byť využitý na riešenie najzávažnejších spoločenských problémov a zároveň pozdvihnúť civilizačnú úroveň danej miestnej komunity. Ak zamestnanci poskytnú svoje odborné znalosti pri riešení týchto problémov, pôjde o výhru pre všetky zúčastnené strany (firmu, zamestnancov, spoločnosť, MVO, vládu) a dopad sa maximalizuje. Preto strategické dobrovoľníctvo pokračuje tam, kde tradičné firemné dobrovoľníctvo skončilo: pri transformácii nekvalifikovanej práce v prospech spoločnosti na kvalifikovanú. Predpokladom pre strategické dobrovoľníctvo je fakt, že nekvalifikovaná dobrovoľnícka práca sa zmení na kvalifikovanú „nútenú prácu“. Nútenú v tom zmysle slova, že zamestnanec si nemôže vybrať akúkoľvek aktivitu, ale len tú, ktorú mu poskytne jeho firma. Tento prechod predstavuje tretí vývojový stupeň firemného dobrovoľníctva.

Rozdiely medzi tradičným a strategickým dobrovoľníctvom

Najväčšie rozdiely medzi tradičným dobrovoľníctvom a strategickým dobrovoľníctvom možno vidieť v prístupe. Tradičné dobrovoľníctvo si síce vyberá spoločenský problém, na ktorého riešení sa chce podieľať, avšak neorientuje sa strategicky. Nezohľadňuje podnikateľskú stratégiu firmy a veľakrát nie je vopred vypracovaný plán, čo sa má konkrétnou dobrovoľníckou aktivitou dosiahnuť (nie sú stanovené ciele).

Na prvom mieste samotný význam slova firemné dobrovoľníctvo implikuje skutočnosť, že má ísť o niečo altruistické, filantropické, niečo, čo napíňa zamestnanca i spoločnosť, ktorá z jeho pomoci profituje. Pripomeňme si jeho charakteristické znaky:

- a) Dobrovoľná činnosť vykonávaná zamestnancom v prospech verejného blaha.
- b) Zamestnanec sa sám rozhoduje, ktorý verejne prospešný projekt podporí.
- c) Väčšinou vykonáva neodbornú prácu, ktorá nesúvisí s bežnou prácou vykonávanou na pracovisku zamestnancom.

- d) Ide o jednorazovú, krátkodobú činnosť, ktorá slúži ako teambuildingová akcia.

Všetky písmená, s výnimkou a), sa nezhodujú so strategickým dobrovoľníctvom. Dochádza tak k napätiu medzi týmito dvoma pohľadmi na firemné dobrovoľníctvo.

Črty strategického dobrovoľníctva:^{3,14,15}

- a) Dobrovoľná činnosť vykonávaná zamestnancom v prospech verejného blaha.
- b) Táto činnosť nie je dobrovoľná, nakoľko zamestnanci nemajú možnosť si vybrať medzi dobrovoľníckymi aktivitami. Firma vytvorí projekt (podobne ako podnikateľský plán), ktorého naplnenie smeruje k dosiahnutiu čo najefektívnejšieho spoločenského a firemného dopadu. Firma chce prostredníctvom SD zvýšiť ekonomický úspech a tým môže generovať väčší úžitok pre spoločnosť. Zamestnanec samozrejme nie je nútený proti svojej vôli, aby sa na danom projekte zúčastnil, avšak keď sa na projekte rozhodne zúčastniť, musí postupovať podľa plánu a nie svojvoľne.
- c) Plne využíva nástroje znalostného dobrovoľníctva. Zamestnanci prispievajú svojou odbornou prácou, využívajú schopnosti a kompetentnosti vyplývajúce z ich pracovného zaradenia v prospech spoločnosti.
- d) Založená na dlhodobých partnerstvách, ide buď o pravidelne opakujúce sa dobrovoľnícke aktivity v krátkom časovom horizonte, alebo o dlhodobé vyslanie (tzv. služobný pobyt, rozvojový projekt) v dĺžke niekoľkých mesiacov.
- e) Nie je „bezcitné“, „neetické“, aj keď sa tak navonok môže javiť. Pod tradičným dobrovoľníctvom si predstavujeme emócie, dobrú náladu, chuť odreagovať sa s kolegami pri naplňovaní verejnoprospešných cieľov a pod. Naopak SD pôsobí navonok chladne, ale vo vnútri je etické. To z toho dôvodu, že pri maximalizácii ekonomických dopadov na firmu prameniacich z dobrovoľníckej aktivity firma dosahuje maximalizáciu pozitívnych dopadov na spoločnosť. A toto je podstata pomoci spoločnosti: pomáhať čo najefektívnejšie. Odborné zručnosti zamestnancov a strategické smerovanie programov sú adekvátnymi nástrojmi.

V poradí druhým diferenciačným znakom je fakt, že strategické dobrovoľníctvo vychádza z podnikateľského plánu firmy, t. j. slúži na naplnenie strategických cieľov firmy. V tomto ohľade sa absolútne líši od tradičného vnímania firemného dobrovoľníctva, ktoré sa javí byť filantropickejšie, etickejšie. Avšak vďaka strategickému smerovaniu programov strategického

dobrovoľníctva sú dobrovoľnícke dopady oveľa účinnejšie, tak na spoločnosť, ako aj na firmu samotnú. A predsa sa môže vzniesť námietka: firma sa obohacuje na úkor spoločnosti, využíva spoločnosť na dosahovanie svojich ekonomických cieľov. Samozrejme, strategické dobrovoľníctvo sa dá zneužiť. Tým by však daná firma nedosiahla dlhodobé úspechy v rámci CSR aktivít, nakoľko spoločnosť by sa proti týmto vplyvom bránila a dôveryhodnosť firmy by sa vytratila. Firma by neuspokojovala všetkých stakeholderov a tým by jej CSR profil razantne klesol.

Ďalším kritickým argumentom zástancov tradičného dobrovoľníctva je ten, že dobrovoľnícke aktivity nemôžu byť štruktúrované, vykonávané disciplinované a byť kontrolované ako riadny pracovný výkon. Veď predsa dobrovoľníctvo predstavuje odreagovanie sa, formu oddychu a zmenu pracovnej náplne zamestnancov.

Podľa nášho názoru sú všetky argumenty zo strany zástancov tradičného dobrovoľníctva opodstatnené. Slovo dobrovoľníctvo implikuje všetky znaky tradičného dobrovoľníctva (altruizmus, filantropiu, dobrovoľnosť, krátkodobosť a pod.). Preto považujeme za nutné používať iné označenie pre strategické dobrovoľníctvo. Stotožňujeme sa s názorom tej časti akademickej obce¹⁸, ktorá tvrdí, že slovo dobrovoľníctvo musí byť nahradené iným slovným spojením. Preto sa spomínaní autori prikláňajú k termínu ako angažovanosť firiem v spoločnosti (Corporate Community Involvement), angažovanosť zamestnancov v spoločnosti (Employee Community Engagement) alebo angažovanosť v spoločnosti (Community Engagement). To z toho dôvodu, aby kvôli strategickému smerovaniu týchto programov nepôsobilo slovo „dobrovoľný“ mäťúco, keďže si pod ním predstavujeme iné atribúty ako tie, ktorými sa vyznačuje strategické dobrovoľníctvo. Jazyková zmena má veľký význam a už aj prax firiem začína meniť túto paradigmu tým, že slová „dobrovoľný“ a „dobrovoľníctvo“ zámerne nepoužíva. Jasným príkladom sú Corporate Service Corps a On Demand Community pôsobiace v IBM, iCats programy firmy Liechtenstein Global Trust, GSK Pulse firmy Glaxosmithkline, Volkswagen Pro Ehrenamt, Digital Opportunity Trust a iné.

Organizácia Ethical Corporation na summite⁹ v Londýne v roku 2007 nepoužívala v súvislosti so znalostným dobrovoľníctvom, alebo inak povedané strategickým dobrovoľníctvom, slovo dobrovoľný. Namiesto neho hovorila o budovaní kapacít (Capacity Building) a spoločenskom výkone manažmentu (Social Performance Management). Z uvedeného vyplýva, že na scénu CSR prichádzajú stále nové a nové výrazy, ktoré sú v mnohých prípadoch len synonymom už starších výrazov, alebo staršie výrazy rozvíjajú do nových foriem. Preto považujeme za nevyhnutné skúmať

charakteristické znaky a črty jednotlivých výrazov v rámci firemného dobrovoľníctva a na základe porovnaní dospieť k týmto záverom:

- I. Dané výrazy sú len synonymá, obsah je ten istý (napr. zamestnanecké dobrovoľníctvo a firemné dobrovoľníctvo).
- II. Dané výrazy na seba nadväzujú, t. j. jeden výraz vychádza z druhého a rozvíja ho pridaním nových znakov (napr. strategické dobrovoľníctvo je vyšším štádiom tradičného firemného dobrovoľníctva).

Globálne firemné dobrovoľníctvo ako nástroj stratégie

Globálne firemné dobrovoľníctvo (GFD) a strategické dobrovoľníctvo majú spoločný cieľ: maximalizovať ekonomické dopady na firmu a zároveň maximalizovať spoločenské dopady. Strategické smerovanie je jadrom tohto druhu CSR aktivít: firma nemá záujem podporiť akúkoľvek spoločenskú potrebu, ale výlučne len tú, ktorá je vo sfére vplyvu jej kľúčových podnikateľských aktivít. To z toho dôvodu, že daná firma má väčší potenciál pomáhať pri riešení spoločenského problému/potreby ako iné firmy, alebo neziskové organizácie, ktoré nemajú dostatočný know-how, odborné znalosti, kompetentnosti, špeciálne na to školených zamestnancov a pod.

GFD nepredstavuje filantropiu v tradičnom zmysle slova. Tradičná filantropia je vo väčšine prípadov nestrategicky orientovaná. Hoci zamestnanci marketingového oddelenia čistením parkov pomáhajú eliminovať konkrétny spoločenský problém a dokonca naplňajú aj niektoré strategické ciele firmy ako udržanie si zamestnancov (retencia), spokojnosť, motivácia, tímová spolupráca, atď., ich dopady nie sú maximálne, nakoľko pri čistení parkov nevyužívajú v plnom rozsahu svoje odborné znalosti. V konečnom dôsledku hocikto, kto je schopný manuálne pracovať, sa môže na tejto dobrovoľníckej aktivite zúčastniť. Nepotrebuje k tomu odborné znalosti vlastné jeho profesii.

Pokúsme sa o načrtnutie situácie z pohľadu GFD/SD:

V miestnej komunite je veľkým problémom znečisťovanie verejného parku. Sily určené na pravidelné čistenie nie sú schopné si s daným problémom poradiť. Vždy, keď daný park vyčistia, na ďalší deň je už znečistený. Nepoužívajú efektívne metódy, postupy, nástroje a nemajú na to ani dostatočne kvalifikovaných ľudí. O problém sa začala zaujímať nezisková organizácia X, ktorej náplňou práce je chrániť životné prostredie. Firma Y, ktorá sa dlhé roky venuje službám v oblasti manuálnych prác pri čistení verejných priestranstiev, vyrába na to príslušné stroje a má na to odborníkov, sa rozhodne pomôcť riešiť spomínaný problém. Na základe spolupráce s neziskovou organizáciou Y školí zamestnancov tejto organizácie, poskytuje im know-how, nástroje, postupy

a metódy, ktoré tvoria jadro firemných podnikateľských aktivít. Týmto spôsobom sa firma dostáva do povedomia (získava si rešpekt v spoločnosti, ktorej pomáha, zvyšuje svoju dôveryhodnosť). Čez dobrovoľnícku aktivitu získava dobré meno a potenciálnych zákazníkov, ktorí si jej služby všimajú. Otvára sa jej tak možnosť preniknúť na nové trhy. Firma je zároveň ekologicky zodpovedná. Využíva svoje core competences. Zamestnanci firmy sa cítia byť súčasťou spoločnosti a poskytovaním odbornej pomoci pracovníkom neziskovej organizácie vidia, že ich práca má hlboký zmysel a môžu ňou pomôcť. Nezisková organizácia profituje a vďaka nej aj miestna komunita, ktorá sa cíti príjemnejšie v čistejšom parku. Činnosť dobrovoľníkov firmy nie je jednorazová, ale pravidelná, opakujúca sa. Nejde o neodbornú pomoc, ale o vysoko profesionalizovaný prístup. Dobrovoľníci pracujú tým istým spôsobom, ako na svojej pracovnej pozícii. Prakticky nedochádza k žiadnej zmene. Na záver projektu firma kontroluje výsledky a porovnáva ich s plánom projektu. Zároveň vyhodnocuje dopad svojich aktivít.

Do tohto bodu išlo o strategické dobrovoľníctvo. GFD kopíruje všetky spomínané znaky, avšak pridáva jeden navyše: globálny rozmer. Predstavme si, že daná firma nepôsobí len na lokálnej úrovni, ale medzinárodnej. Má pobočky vo viacerých európskych, aj mimoeurópskych krajinách. Do dobrovoľníckeho projektu sa zapoja zamestnanci firmy z rôznych kútov sveta, aby pomohli lokálnej komunite. Projekt bude celkovo trvať päť mesiacov. Za tento čas budú dobrovoľníci firmy platení, ako keby pracovali vo firme. Tým, že dobrovoľníci nepochádzajú z jednej kultúry, ale viacerých, vzájomne sa obohacujú, a rovnako obohacujú zamestnancov neziskovej organizácie. Zamestnanci nadobudnú nové pracovné a životné skúsenosti, zvýšia svoju odbornosť, posilnia tímovú spoluprácu a komunikáciu. Keď dokončia projekt, vrátia sa do svojich krajín obohatení.

Na tomto príklade sme chceli demonštrovať rozdiely medzi tradičným firemným dobrovoľníctvom a strategickým/globálnym firemným dobrovoľníctvom. Takisto nám príklad poslúžil na zdôraznenie rozdielu medzi strategickým dobrovoľníctvom a globálnym firemným dobrovoľníctvom. Ten spočíva práve v globálnom rozmere – zapojenie do dobrovoľníckej akcie dve a viac krajín/kontinentov/kultúr/dobrovoľníkov.

Je potrebné zdôrazniť, že GFD sa žiadnym spôsobom nechce nadradzovať a ani znevažovať tradičné FD. Snaží sa však povzbudiť firmy a celkovo občiansku spoločnosť k tomu, aby si uvedomili, že ich vzájomná spolupráca na znalostnej a strategickej báze môže byť prínosnejšia pre všetky zúčastnené strany.

Globálne firemné dobrovoľníctvo podľa neziskovej organizácie Sila rozvoja predstavuje „zapojenie kvalifikovaných pracovníkov do sociálno-

ekonomického rozvoja chudobných spoločností. Vhodné využitie týchto programov môže byť silným nástrojom na zvýšenie účinnosti boja proti chudobe po celom svete, pričom poskytovanie firemných dobrovoľníkov, ich konfrontácia s novými úlohami a výzvami, prinesie prospech aj samotnej firme.

Globálne firemné dobrovoľníctvo ako nástroj personálneho manažmentu

21. storočie je presiaknuté nezvyčajným nárastom medzinárodného dobrovoľníctva. To je spôsobené tým, že čím ďalej, tým viac firiem sa snaží zapojiť svojich zamestnancov do nových foriem dobrovoľníctva. V dôsledku globalizácie a internacionalizácie nie je prekvapujúce, že dobrovoľnícke projekty sa v mnohých prípadoch realizujú v zahraničí. Sledujú sa tým strategické ciele, ktoré v zahraničí možno dosiahnuť: vstup na nové trhy, realizovanie CSR aktivít, získanie know-how. Zároveň sa tým sleduje jeden z hlavných cieľov personálneho manažmentu: dosiahnutie identifikácie zamestnancov so svojou firmou.

Pri analyzovaní GFD je potrebné spomenúť aj nevýhody. Najvýraznejšou z nich je skutočnosť, že GFD nie je zadarmo. Práve naopak, firmu to stojí nemálo peňazí. O to viac v čase globálnej, hospodárskej krízy naberajú tieto námietky na vážnosti. Napriek finančnej náročnosti, ktorá je spätá s GFD, sa firmám oplatí investovať do svojich ľudí. Skutočnosť, že rozvoj zamestnancov nie je lacnou záležitosťou personálneho manažmentu, asi dnes nikoho neprekvapí.

Ďalšou nevýhodou GFD môže byť fakt, že aj napriek investovaniu do zamestnancov nemá firma záruku, že zamestnanci skutočne vo firme zotrývajú. Môže sa stať, že celý dobrovoľnícky tím, ktorý bol vyslaný na projekt do Afriky, projekt síce úspešne dokončí, ale po mesiaci dajú všetci dobrovoľníci v danej firme výpoveď. Preto existencia rizík je vždy prítomná, nemožno ju úplne eliminovať. Domnievame sa, že keby bolo GFD zbavené akýchkoľvek rizík, len málokterá firma by ho nerealizovala.

Potenciálne výhody globálneho firemného dobrovoľníctva

GFD v sebe zahŕňa potenciál týchto dlhodobých výhod:^{2,14}

- Zvýšená ziskovosť a produktivita (ako následok vstupu na nové trhy, zlepšenie dobrého mena a povesti firmy, dôveryhodnosť).
- Zvýšená morálka zamestnancov (svojou odbornou, kvalifikovanou prácou prispievajú priamo do spoločnosti pri riešení konkrétneho problému).
- Viac uznania, že firma je spoločensky zodpovedná (v tom ohľade, že jej pozitívne dopady na spoločnosť sú väčšie ako pri tradičnom, nekvalifikovanom dobrovoľníctve).

- Lepšia sieť kontaktov (s neziskovými organizáciami, vládou, zákazníkmi, dodávateľmi, distribútormi, atď.).
- Vyšší potenciál pre inovácie (riešenie najrozmanitejších spoločenských problémov v rôznych kútoch sveta predstavuje výzvu prichádzať s novými nápadmi a netradičnými, inovatívnymi riešeniami).
- Etickejší a zároveň ekonomickejší profil firmy (situácia „výhra-výhra“). V prosperujúcej spoločnosti je pre firmu väčší ekonomický potenciál a predpoklad, že sa jej bude dariť. Naopak zaostalé spoločnosti (rozvojové krajiny) ponúkajú len veľmi málo potenciálu pre ekonomický úspech firmy. Na tomto mieste však nehovoríme o vykorisťovaní, ktoré je neetické (napr. firma dosahuje ekonomické ciele na úkor využívania lacnej pracovnej sily v rozvojových krajinách). Tento príklad zneužívania dominantného postavenia je konceptu GFD cudzí.

Zámerne sme kládli dôraz na slovo „potenciál“, keďže uvedený katalóg výhod GFD nie je automatickým následkom zavedenia týchto dobrovoľníckych aktivít. Každá firma má však možnosť využiť potenciál SD alebo GFD. Dokonca ani samotní autori², ktorí zastávajú a propagujú koncept znalostného dobrovoľníctva, nikdy netvrdili, že existuje stopercentná záruka na dosiahnutie spomínaných výhod. Taktiež neexistuje všeobecný model alebo postup v praxi, ktorý by mali firmy aplikovať pri zavádzaní a realizovaní foriem znalostného dobrovoľníctva. Hoci Bea Boccalandro³ na základe empirických výskumov 500 najúspešnejších firiem (Fortune 500) zostrojila model Maximalizácie efektivity zamestnaneckého dobrovoľníctva³, záverom jej výskumu je, že ani tento model nemôže byť považovaný za absolútny a jediný správny. Model skôr poskytuje rámcové pohľady a odporúčania, ktoré by firmy mali vziať do úvahy pri plánovaní, implementovaní a kontrole znalostného dobrovoľníctva.

Nevýhody globálneho firemného dobrovoľníctva

Podstatu strategického dobrovoľníctva sme vysvetlili na inom mieste. Globálne firemné dobrovoľníctvo obsahuje tie isté znaky, čo strategické dobrovoľníctvo. Preto všetko, čo sa vzťahuje na strategické dobrovoľníctvo, je v plnej miere súčasťou globálneho firemného dobrovoľníctva. Jediný rozdiel medzi dvoma typmi firemného dobrovoľníctva je ten, že pri GFD pristupuje globálny prvok. Ten spočíva v strete viacerých kultúr, národov a pod. Napr. zamestnanci z Európy sú vyslaní na niekoľko mesačný dobrovoľnícky projekt do Afriky. Ich cieľom je poskytnúť neziskovej organizácii alebo priamo miestnej vláde svoje odborné kompetentnosti (napr. advokátska korporácia

Allen&Overy vyslala do Rwandy niekoľko svojich špičkových advokátov, aby pomáhali vláde pri budovaní spravodlivého právneho systému).

Najzreteľnejšou slabinou GFD je jeho samotný názov. Výraz GFD obsahuje slovo dobrovoľníctvo. Avšak znaky GFD (podrobne popísané pri strategickom dobrovoľníctve) neimplikujú tradičný pohľad na firemné dobrovoľníctvo. Pre tradičné FD sú charakteristické tieto črty: altruizmus (dobrovoľníci nie sú platení, pomáhajú v tom, v čom chcú pomáhať; výber práce je ponechaný na dobrovoľníkovi), účasť je vždy dobrovoľná, vysoký dôraz na súkromie a nízky na kontrolu. Podľa tradičného vnímania dobrovoľníctvo musí byť dobrovoľné. S týmto názorom sa v plnej miere stotožňujeme. Avšak GFD vykazuje prvky, ktoré sú v rozpore s dobrovoľnou prácou.

Ďalšou nevýhodou je pomerne vysoká finančná náročnosť na programy GFD. Treba zobrať do úvahy skutočnosť, že počas práce na projekte pre neziskovú organizáciu sú firemní dobrovoľníci platení v tej miere, v akej sú platení na svojich pracovných miestach v domovskej krajine. Pre nich táto forma dobrovoľníctva nepredstavuje neplatenú činnosť, ako to spravidla býva pri tradičnom FD. Okrem výdavkov na mzdy musí firma zabezpečiť adekvátne ubytovanie, stravu, cestovné a pod. Tým, že programy GFD trvajú dlhší čas (min. 1 mesiac, niektoré trvajú až rok), firma si musí veľmi dôkladne rozmyslieť, či do toho ísť, alebo nie. Ďalším problémom sa môže javiť nedôveryhodnosť danej neziskovej organizácie a riziko zlyhania v oblasti vzájomnej spolupráce medzi firmou a neziskovou organizáciou. Výber spoľahlivého partnera je kľúčový.

Lojálnosť zamestnanca, do ktorého firma investuje týmto spôsobom, nie je zaručená. Zamestnanec môže podľa platnej právnej úpravy v Slovenskej republike dať výpoveď kedykoľvek, dokonca i bez uvedenia dôvodu.¹⁹ Zamestnávateľ musí jeho rozhodnutie jednoducho rešpektovať. Preto na pôde GFD vzniká vážny problém. Firma investuje do zamestnanca a ten po návrate z projektu firmu opustí.

Uvedenými nevýhodami sme chceli poukázať na to, že GFD nie je stopercentne spoľahlivé a účinné. Firmy žiaľ neuvádzajú negatívne dôsledky GFD, skôr majú tendenciu vyzdvihovať len pozitívne stránky. Cieľom záverečnej práce je kritické analyzovanie a hodnotenie GFD, nie jeho propagovanie.

Záver

Cieľom práce bolo analyzovať GFD ako jednu zo strategických CSR aktivít firiem. V práci sme dospeli k niekoľkým záverom a odporúčaniam, ktoré tu zhŕňame.

V prvej kapitole sme sa venovali firemnej filantropii a jej dvom častiam: firemnému darcovstvu a firemnému dobrovoľníctvu (FD). Charakter firemného darcovstva spočíva v peňažných daroch; firemné

dobrovoľníctvo má podobu nepeňažných darov. FD vnímajú slovenské firmy takto: musí byť altruistické; väčšinou neplatené, vykonávané zadarmo (zamestnanci vykonávajú dobrovoľnícku aktivitu vo voľnom čase, alebo v rámci pracovného času); dobrovoľné (zamestnanci si sami vyberú dobrovoľnícku aktivitu, firma sa neorientuje len na vybrané spoločenské problémy). FD smeruje k podpore verejne prospešných projektov, ktoré slúžia spoločnosti.

Názory autorov (Boccalandro, Crane, Kotler, Matten)^{2,3,6,7,8,13,14} sa v prevažnej miere zhodujú v tom, že firemné dobrovoľníctvo je primárne záležitosťou USA. Avšak opomínajú skutočnosť, že už aj v období totality na slovenskom území (ako aj v iných okupovaných krajinách východného bloku) bolo firemné občianstvo na pomerne vysokej úrovni. Aj keď nemožno hovoriť o dobrovoľnom charaktere prác, firemné dobrovoľníctvo našlo na Slovensku priaznivé podmienky po nežnej revolúcii (rok 1989). Slovenská kultúra je spoločensky a kolektivisticky orientovaná (Tomáš Baťa, subotníky a BSP sú toho dôkazom). V záverečnej časti prvej kapitoly sme uviedli spoločensky orientované programy firemného dobrovoľníctva. Engage, Hlavy pomáhajú a NESsT nie sú len čisto filantropické aktivity. Najmä Hlavy pomáhajú a NESsT sú orientované strategicky, preto možno o nich hovoriť ako o aktivitách strategického dobrovoľníctva. Ich podstata spočíva v dlhodobej pomoci neziskovej organizácii, poskytovaní odborných zručností a know-how. Možno tak hovoriť o pravidelnom dobrovoľníctve, v niektorých prípadoch aj o znalostnom dobrovoľníctve (predstavuje vyšší stupeň firemného dobrovoľníctva). Prvky globálneho firemného dobrovoľníctva zo Slovenských organizácií propaguje len združenie Sila rozvoja.

Prvá polovica druhej časti práce bola zameraná na CSR. Vychádzali sme z poňatia CSR podľa autoriek Búciovej⁵ a Remišovej¹⁷, ktoré rozlišujú tri zodpovednosti: etickú, ekonomickú a právnu. Firemné dobrovoľníctvo je založené na všetkých troch zodpovednostiach. Dôraz sa kladie najmä na etickú zodpovednosť. V anglosaských krajinách sa zvykne firemné dobrovoľníctvo zaraďovať medzi nástroje firemného občianstva (Corporate Citizenship). V slovenských podmienkach prevažuje názor, že firemné dobrovoľníctvo patrí medzi CSR aktivity. S týmto názorom sa stotožňujeme.

Strategické dobrovoľníctvo je jednou z foriem firemného dobrovoľníctva. Jeho podstata spočíva v poskytovaní odbornej pomoci zo strany zamestnancov-dobrovoľníkov. Strategické dobrovoľníctvo úzko súvisí so znalostným dobrovoľníctvom (skills-based employee volunteering, competency-based volunteering), angažovanosťou firiem v spoločnosti (Corporate Community Involvement) a globálnym firemným dobrovoľníctvom (GFD). Rôznosť týchto termínov je podmienená prístupom firiem. Môže sa stať, že firma má vo svojom portfóliu aktivít strategické

dobrovoľníctvo (v tom význame, ktorý mu pripisujeme v práci), ale nazýva ho firemným dobrovoľníctvom. Iná firma môže použiť výrazy zapojenie zamestnancov, angažovanosť firmy v spoločnosti, pomoc spoločnosti, pro bono služby a pod. Mnohorakosť termínov môže byť kameňom úrazu pre objasnenie strategického dobrovoľníctva. Napriek týmto nevýhodám sa pod strategickým dobrovoľníctvom rozumie činnosť vykonávaná v prospech verejného blaha, pri ktorej sú využívané nástroje znalostného dobrovoľníctva. Ide o dlhodobú činnosť (niekoľko mesačné projekty, počas ktorých sa zamestnanci angažujú pri riešení konkrétnych spoločenských problémov). SD nie je „bezcitné“, „neetické“, aj keď sa tak navonok môže javiť. Pod tradičným dobrovoľníctvom sa majú na mysli emócie, dobrá nálada, chuť odreať sa s kolegami pri naplňovaní verejnoprospešných cieľov a pod. Naopak SD pôsobí navonok chladne, ale vo vnútri je etické. To z toho dôvodu, že pri maximalizácii ekonomických dopadov na firmu prameniacich z dobrovoľníckej aktivity (firma pomáha svojimi kľúčovými kompetenciami prostredníctvom zamestnancov) firma dosahuje maximalizáciu pozitívnych dopadov na spoločnosť. A toto je podstata pomoci spoločnosti: pomáhať čo najefektívnejšie. Odborné zručnosti zamestnancov a strategické smerovanie SD sú adekvátnymi nástrojmi CSR firmy. Firma chce podporiť rozvoj svojich zamestnancov a zároveň pomôcť spoločnosti (win-win). Kvôli nedobrovoľnému charakteru SD (zamestnanci si nemôžu vybrať projekty, ale majú len možnosť zúčastniť sa projektu, ktorý za nich vybrala firma zo strategických dôvodov) navrhujeme nepoužívať výraz strategické dobrovoľníctvo v praxi firiem. Podľa nášho názoru je adekvátnejšie používať výrazy ako angažovanosť firiem v spoločnosti (Corporate Community Engagement), zapájanie zamestnancov do komunity, angažovanosť zamestnancov v spoločnosti a iné. To z toho dôvodu, že slovné spojenie strategický a dobrovoľníctvo môže pôsobiť máľúco a vôbec neodráža význam tohto výrazu tak, ako bol charakterizovaný v príslušnej kapitole. Aj Nadácia Pontis má ten istý názor, že je lepšie používať výrazy, v ktorých absentuje slovo dobrovoľný (napr. Engage, Venture philanthropy, pro bono služby). Korporácia IBM je ďalším dôkazom toho, že vyhýbanie sa slovu dobrovoľný je za istých okolností vhodné (ich program sa nazýva Corporate Service Corps). Avšak pre akademické účely navrhujeme používať výraz GFD, ako aj strategické dobrovoľníctvo, nakoľko zahraničná akademická obec ich bežne používa.

Tradičné dobrovoľníctvo (TD) má svoj význam a dôležitosť pre firmu a celú spoločnosť. Filantropické aktivity, na ktorých je TD založené, dlhé roky pretrvávajú v slovenskej kultúre. Myslíme si, že na Slovensku je veľa spoločenských problémov, ktoré môžu miestne firmy pomáhať riešiť. Pri využití prvkov GFD sa tak zo

Slovenska môže stať krajina, do ktorej budú prichádzať zamestnanci z iných kultúr a budú mať možnosť použiť svoje odborné znalosti pri riešení spoločenských problémov. Slovensko určite nepatrí medzi rozvojové, už vonkoncom nie zaostané krajiny, avšak spoločenské problémy sú tu prítomné a ich riešenie je výzvou pre firmy.

Tretia kapitola sa zaoberá globálnym firemným dobrovoľníctvom. Zistili sme, že tento výraz sa snažia propagovať najmä anglosaské krajiny a v neposlednom rade niektoré rakúske, španielske, slovenské, české a maďarské neziskové organizácie a firmy. Zmienili sme sa o tzv. potenciálnych výhodách GFD. Chceli sme tak zdôrazniť fakt, že využívanie strategických nástrojov GFD nie je automatickou zárukou dosiahnutia úspechu. Práve naopak, s GFD je spojených niekoľko nevýhod: náročnosť na zdroje a čas; neistota v tom, či zamestnanci, do ktorých firma investuje formou GFD, zotrávajú vo firme; výber nevhodného projektu a partnerskej neziskovej organizácie; GFD je určené primárne pre veľké korporácie a nie pre malé a stredné podniky.

Potenciálne výhody GFD sú zvýšená ziskovosť a produktivita (ako následok vstupu na nové trhy, zlepšenie dobrého mena a povesti firmy, dôveryhodnosť); zvýšená morálka zamestnancov (svojou odbornou, kvalifikovanou prácou prispievajú priamo do spoločnosti pri riešení konkrétneho problému a tým sa ich práca stáva uspokojivejšou); viac uznania, že firma je spoločensky zodpovedná (v tom ohľade, že jej pozitívne dopady na spoločnosť sú väčšie ako pri tradičnom, nekvalifikovanom dobrovoľníctve); lepšia sieť kontaktov (s neziskovými organizáciami, vládou, zákazníkmi, dodávateľmi, distribútormi, atď.); vyšší potenciál pre inovácie (riešenie najrozmanitejších spoločenských problémov v rôznych kútoch sveta predstavuje výzvu prichádzať s novými nápadmi a netradičnými, inovatívnymi riešeniami); etickejší a zároveň ekonomickejší profil firmy (situácia výhra-výhra-výhra pre firmu, zamestnancov a spoločnosť). Hlavným dôvodom zavedenia GFD je snaha o zvýšenie odbornej úrovne a celkový rozvoj zamestnancov. Ide tak o strategický nástroj personálneho manažmentu. Nemenej dôležitým dôvodom je zveľaďovanie spoločnosti. GFD sa riadi zásadou: v zdravej spoločnosti je vyššia pravdepodobnosť, že firma bude prosperovať.

Medzi strategickým dobrovoľníctvom a globálnym firemným dobrovoľníctvom je len jeden rozdiel: globálny rozmer. Výrazy strategické dobrovoľníctvo a znalostné dobrovoľníctvo (skills-based volunteering, competency-based volunteering) sú zhodné. Takisto medzinárodne dobrovoľníctvo (international volunteering) a globálne firemné dobrovoľníctvo sú zhodné. Rovnako sú synonymami zamestnanecké dobrovoľníctvo a firemné dobrovoľníctvo. Vyplýva to z ich analýzy a vzájomného porovnania.

Z veľkých korporácií pôsobiach na Slovensku, ktoré využívajú GFD, aj keď ho tak priamo nenazývajú, sú Allen&Overy, Glaxosmithkline a IBM. Všetky tri korporácie využívajú GFD ako strategický nástroj pre rozvoj svojich zamestnancov a zároveň ako nástroj na maximalizáciu spoločenského dopadu týchto aktivít. CSR týchto firiem má dominantný strategický a spoločenský prístup podľa rozdelenia, ktorého autorom je Argandoña.¹ GFD tak nie je na Slovensku úplne neznámym termínom. Sme toho názoru, že GFD ako výraz, ktorý sa vyprofiloval zo strategického dobrovoľníctva, vznikol v rámci reakcie na vlnu globalizácie, pre ktorú je charakteristický začiatok 21. storočia.

Cieľom práce bolo podrobiť výraz GFD kritickej analýze a porovnať ho s inými výrazmi. Tento cieľ bol splnený. Čo sa týka prieskumu firiem pôsobiach na Slovensku, nepodarilo sa nám získať údaje priamo od nich, ale len prostredníctvom sprostredkovaných skúseností a praktík zozbieraných Nadáciou Pontis. Okrem štruktúrovaného rozhovoru boli zdrojmi poznatkov webové stránky, prednášky a konferencie. Výskum sa podaril splniť, avšak nie úplne podľa očakávaných predstáv. To z toho dôvodu, že nami dvadsať vybraných a oslovených firiem nemalo čas na zodpovedanie krátkeho dotazníka a preto nadviazanie spolupráce s nimi bolo problematické.

Zoznam bibliografických odkazov

1. ARGANDOÑA, A. 2010. *Corporate social responsibility in the encyclical „Caritas in Veritate“*. IESE, Working Paper, WP-878, september 2010. [online] [cit. 5.3.2011] Dostupné z <<http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0878-E.pdf>>
2. BOCCALANDRO, B. 2011. *A Productive End to Employee Volunteering*. CorporAID Konferenz Global Corporate Volunteering, 28.11.2011 Wien. JARVIS, CH. – PARKER, J. 2011. *The Business Benefits of Corporate Volunteering: An Examination of the Business Benefits Resulting from the Effects of Employee Volunteer Programs*. CorporAID Konferenz Global Corporate Volunteering, 28.11.2011 Wien.
3. BOCCALANDRO, B. 2010. *The End of Employee Volunteering: A necessary step to substantive Employee Engagement in the Community*. Berlin : Centrum für Corporate Citizenship Deutschland, 2010. 20 s. [online] [cit. 5.3.2011] Dostupné z <<http://www.cccdeutschland.org/sites/default/files/CCCDebatte%2007%20engl%20final2.pdf>>
4. BOCCALANDRO, B. 2009. *Mapping Success in Employee Volunteering: The Drivers of Effectiveness for Employee Volunteering and Giving Programs and Fortune 500 Performance*. Chestnut Hill, Massachusetts : Boston College Center for Corporate Citizenship, 2009. 44 s.
5. BÚCIOVÁ, Z. 2008. *K problematike chápania spoločenskej zodpovednosti podnikov*. In : *CD s recenzovanými príspevkami z Mezinárodní Baťovy konference pro doktorandy a mladé vědecké pracovníky 2008*. [CD-ROM] Zlín : Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2008. ISBN 978-80-7318-664-7.
6. CRANE, A. – MATTEN, D. 2007. *Business ethics*. Second Edition. Oxford : Oxford University Press, 2007. 566 s. ISBN

978-0-19-928499-3.

7. CRANE, A. – McWILLIAMS, A. – MATTEN, D. – MOON, J. – SIEGEL, D. S. 2008. *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. New York : Oxford University Press, 2008. ISBN 978-0-19-921159-3.
8. CRANE, A. – MATTEN, D. – MOON, J. 2008. *Corporations and citizenship: Business, responsibility and society*. New York : Cambridge University Press, 2008. ISBN 978-0-521-61283-8.
9. *Responsible Business in Emerging Markets Summit* v Londýne (2007). <http://csr-news.net/main/2007/06/28/responsible-business-in-emerging-markets-summit/>
10. <http://www.donorsforum.cz>, <http://www.blf.cz>, <http://www.dobrovolnictvo.sk>, <http://www.zapojimse.cz>, <http://www.nasemesto.sk>, <http://www.dobrovolnik.cz>.
11. HANDY, Ch. – CNAAN, R. A. – BRUDNEY, J. L. – ASCOLI, U. – MEIJS, L. C. M. P. – RANADE, S. 2000. *Public Perception of „Who is a Volunteer“: An Examination of the Net-Cost Approach from a Cross Cultural Perspective*. In : *Voluntas International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, roč. 11, január 2000.
12. HALLEY, D. 2003. *Spolupráce komerčního a neziskového sektoru*. In : HESTIA NDC, OTEVŘENÁ SPOLEČNOST, O.P.S. *Posílení kapacity vzdělávání nestátních neziskových organizací*. Praha : Hestia, 2003, s. 10-44.
13. KOTLER, P. – LEE, N. 2005. *Corporate social responsibility : doing the most good for your company and your cause*. Hoboken, N.J. : Wiley, 2005. 307 s. ISBN 0-471-47611-0.
14. LAKIN, N. – SCHEUBEL, V. 2010. *Corporate Community Involvement: The Definitive Guide To Maximizing Your Business' Societal Engagement*. Aizlewood's Mill : Greenleaf Publishing, 2010. ISBN 978-8080-477-17-40.
15. MATTEN, D. a kol. 2008. *A to Z of Corporate Social Responsibility : A Complete Reference Guide to Concepts, Codes and Organisations*. Chichester : John Wiley & Sons, 2008. 576 s. ISBN 978-0-470-72395-1.
16. PUTMAN, R. 2000. *Bowling Alone*. Second edition. New York : NY Simon & Schuster, 2000. ISBN 0-7432-0304-6.
17. REMIŠOVÁ, A. 2011. *Etika a ekonomika*. Tretie vydanie. Bratislava : Kalligram, 2011. ISBN 978-80-8101-402-4.
18. STEBBINS, R. A. – GRAHAM, M. M. 2004. *Volunteering as Leisure/Leisure as Volunteering: An International Assessment*. Wallingford, Oxon, UK : CAB International, 2004.
19. § 67 zákona č. 311/2001 Z. z. (Zákonník práce) v znení neskorších predpisov.

Autorka: **Martina Masaryková**

Trnavská univerzita v Trnave, Pedagogická fakulta, Katedra pedagogických štúdií

Názov bakalárskej práce: **Rozvoj sociálnych kompetencií dobrovoľníka v občianskom združení**

Študijný program: **Sociálna pedagogika a výchovateľstvo**

Študijný odbor: **Pedagogika**

Ročník: **III., školský rok 2011/2012**

Vedúci záverečnej práce: **PaedDr. Naďa Bizová, PhD.**

ÚVOD

O nezištnom a veľkodušnom dávaní sa dočítame vo Svätom písme, kde apoštol Pavol hovorí: „*Vo všetkom som vám ukázal, že treba takto pracovať a ujiť sa slabých a pamätať na slová Pána Ježiša; lebo on povedal: Blaženejšie je dávať, ako prijímať.*”

Sk 20,35

Mnohých ľudí, veriacich i neveriacich, vnútorne viac napína dobrý pocit z pomoci a nezištného dávania druhému. Skúsenosť, že niekto potrebuje našu pomoc, že sme pre niekoho užitoční, je pre nositeľa pomoci veľmi potrebná a zároveň i podnetná. Na poskytovaní pomoci, dávaní, dobroprajnosti, altruizmu aj obetavosti stojí činnosť, ktorá sa nazýva dobrovoľníctvo.

V dobrovoľníctve sa môžeme úplne realizovať, vložiť do nej svoje ja, vybrať si oblasť, ktorá nás najviac zaujíma. Aktívnym spôsobom využívať voľný čas, učiť sa novým zručnostiam, zodpovednosti, rozhodnutiam i komunikácii. Túžba spoznať nových ľudí, rozvíjať svoje talenty, rozšíriť si okruh informovanosti a mnoho iných dôvodov vedie dobrovoľníkov k tejto činnosti. Vďaka dobrovoľníctvu si naše nadobudnuté schopnosti, zručnosti a kompetencie, môžeme neustále rozvíjať a tým našej osobnosti poskytnúť rast.

Hlavným cieľom práce je sprostredkovať všeobecné poznatky a informácie o dobrovoľníctve, taktiež aj osobné skúsenosti vybraných dobrovoľníkov, ktorí pracujú pre občianske združenie eRko.

Bakalárska práca je rozdelená na tri kapitoly. V prvej sa zaoberáme teoretickým vymedzením pojmov súvisiacich s dobrovoľníctvom, bližšie definujeme históriu, motiváciu i neziskové organizácie. V druhej poskytujeme poznatky o sociálnych kompetenciách, na ktoré nadväzujeme v tretej kapitole. V nej prostredníctvom kvalitatívnej metodológie, vo vybranom občianskom združení sa snažíme priblížiť a napomôcť rozvoju zvolených sociálnych kompetencií.

Dobrovoľníctvo

Dobrovoľníctvo predstavuje profesionálnu organizáciu, ktorá nestráca svoju spontánnosť. Jej spoľahlivou a pravidelnou pomocou je nezištná práca, ktorú zabezpečujú dobrovoľníci, s nimi sa spolupracuje a popritom je im poskytnutý osobnostný rast,

dostatočný počet zážitkov, nové skúsenosti, príležitosti i priateľstvá.¹² V odbornej literatúre sa uvádza viacero definícií dobrovoľníctva, McCurley a Lynch⁸ poukazujú na ich spoločné znaky prostredníctvom všeobecnej definície:

- Dobrovoľníctvo je nevynútenou aktivitou.
- Pomoc druhému je hlavným zámerom tejto aktivity.
- Finančný zisk v dobrovoľníctve nie je prvoradý.
- Táto aktivita je prácou, nie hrou.

Dobrovoľník bez nároku na finančnú odmenu poskytuje svoj čas, vedomosti, energiu a schopnosti v prospech ostatných ľudí či spoločnosti. Týmto človekom môže byť každý vo svojej cirkvi, organizácii či komunite.⁹ Rolou dobrovoľníka je, aby sa príjemca pomoci na ňu mohol v dohodnutom čase spoľahnúť. Dobrovoľník môže byť braný ako spoľahlivý pomocník, na ktorého je možné mať podobné nároky ako na plateného zamestnanca. Zároveň však je potrebné povedať, že i profesionálne dobrovoľníctvo si môže zachovať spontánnosť a neformálnosť, ktoré sú pre dobrovoľníctvo tak dôležité. „*Slobodná a dobrovoľne zvolená aktivita a pomoc sú tým, čo robí z dobrovoľníka nositeľa procesu zmien v spoločnosti. Jeho tvorivá energia je silou, ktorá pomáha hľadať a otvára zdroje a možnosti nových riešení. Tým sa stáva mostom v procese spolupráce a medzi štátom, komerčným sektorom a sektorom neziskových organizácií.*”¹²

Ľudia sa stávajú dobrovoľníkmi a majú na to rôzne dôvody. Najčastejšie sa uvádza túžba nezištné pomáhať a slúžiť ľuďom, s tým spojené náboženské presvedčenie, čo som dostal, chcem posunúť ďalej, túžba obetovať sa pre druhých, zmeniť svet, nebyť egoistom. Táto charakteristika predstavuje altruizmus, pričom tieto dôvody sa spájajú i s osobnými záujmami:

- Keď človek túži získať nové skúsenosti, niečo sa naučiť.
- Chce stretnúť nových priateľov, zapojiť sa do nových činností.
- Spoznávať nový životný štýl, kultúru.
- Výsledným javom dobrovoľníctva je radosť, ktorú jedinec zakúša.
- Človek nemôže fungovať sám, potrebuje druhých.
- Dobrý spôsob ako tráviť čas s rodinou.
- Byť príkladom svojim deťom.

Historický vývoj dobrovoľníctva

Vývoj dobrovoľníctva má pomerne dlhú históriu. V jednotlivých obdobiach sa raz pomáhalo zakladaniu a fungovaniu spolkov, inokedy ich spoločnosť dehonestovala a zneužívala solidaritu, vzájomnú pomoc a prácu ľudí. Podľa Radkovej¹⁰ „už v histórii slovanských národov pozorujeme dávny zvyk spoločne a dobrovoľne pracovať pre spoločný prospech zúčastnených.“ Významná tu bola sebestačnosť, členovia rodiny museli zvládnuť pracovný proces bez účasti iných, ktorých by bolo potrebné platiť. Keďže nie každá rodina si mohla zabezpečiť prácu na svojom hospodárstve sama, mala viaceré možnosti, ako sa o to postarať. Mohli si odpracovať potrebnú časť na susednom poli alebo zvoliť spoluprácu, ktorá bola založená na rovnocenných vzťahoch, spoločenskej kontrole a bezplatnosti. Týkalo sa to výpomoci, svojpomoci, obecných, či spolkových prác. Ich realizácia sa odohrávala na základe príslušnosti k obci, spolku, združeniu. Patrili sem výstavby budov, mostov, udržiavanie ciest, výzdoba kostolov, kosenie, zber sena a pod.²

Zakladateľmi jednotlivých dobrovoľníckych spolkov boli podľa Radkovej¹⁰ členovia cirkvi, mníšskych rádov, ale i panovníci a remeselníci, ktorí sa riadili stavovskými princípmi. Avšak tieto spolky boli pre verejnosť uzavreté.

V 19. storočí nastala výrazná zmena v spoločenskom, politickom a ekonomickom živote. Začali pribúdať spolky, neziskové organizácie, športové kluby a iné, v ktorých ľudia vykonávali prevažne činnosť na báze dobrovoľníctva.³ Zakladali ich príslušníci z nižších sociálnych vrstiev – remeselníci, robotníci, učitelia, ženy. Spájali ich najmä spoločný cieľ, silná motivácia a vízia. V mnohých prípadoch išlo aj o túžbu osobne sa rozvíjať.²

Po druhej svetovej vojne komunistické strany paralyzovali demokratické slobody, bola prerušená tisícročná kontinuita kresťanskej a západnej vývinovej línie. Zásahy totalitného štátu viedli k zániku spolkov. Niektoré zostali, tie však išli pod Národný front a on získal nad nimi neobmedzenú kontrolu.¹⁰ Po roku 1989 sa činnosť dobrovoľníckych združení znova rozvíja, narastá počet mimovládnych neziskových organizácií, ktoré boli nútené prispôbiť sa podmienkam, ktoré stanovila demokratická spoločnosť.

Na porovnanie historického vývoja vám poskytujeme názor Tošnera a Sozanskej¹², ktorí hovoria o dvoch modeloch, aby prehľad histórie dobrovoľníckych aktivít bol jednoduchší:

- Európsky model dobrovoľníctva – komunitný – je charakterizovaný tým, že členovia resp. dobrovoľníci sa spontánne stretávajú v spoločenstve, akým je cirkev, detská alebo športová organizácia. Z niektorých komunít sa stávajú i profesionálne dobrovoľnícke centrá, ktoré sa zameriavajú na určitú vekovú, sociálnu skupinu či konkrétny druh dobrovoľnej činnosti.

Takto vybudované centrum si i naďalej drží svoje charakteristiky komunity, dobré vzájomné vzťahy, ktoré sú dôležitou a nosnou silou zvolenej činnosti.

- Americký model dobrovoľníctva – manažérsky – v profesionálne vedených dobrovoľníckych centrách pracujú s altruisticky zameranými občanmi, ktorým poskytujú dobrovoľníctvo v rôznych oblastiach i v rôznych organizáciách. Centrum stojí na profesionáloch, ktorí majú dostatok emocionálnej inteligencie, sociálneho cítenia a empatie, aby sa mohli venovať tejto profesii a úspešne ju vykonávať.

U nás sa vyskytujú oba modely, pričom komunitný prevláda tam, kde sú dobré medziľudské vzťahy, kde je dobre zadefinovaný cieľ a poslanie organizácie. Tento model prevláda v rôznych humanitárnych a charitatívnych organizáciách, ako je cirkev a náboženské spoločnosti. Záber manažérského modelu je väčší a širší, má svoje miesto vo väčších mestách a je účinne prepojený s potrebami dobrovoľníckej pomoci.¹²

Sociálne kompetencie

Byť kompetentný, t.j. mať určité právomoci, schopnosti a spôsobilosti, je potrebné pri výkone každej práce, či už sme pedagógmi, lekármi alebo právnikmi. Výnimkou nie je ani dobrovoľníctvo.

Pojem kompetencia (z lat. competentia) podľa Hupkovej⁴ znamená právomoc, dosah právomoci a spôsobilosť vykonávať určitú činnosť. Model sociálnej kompetencie zohľadňuje základné sociálno-komunikačné schopnosti ako „stavebné kamene“, ktoré vytvárajú globálnu sociálnu kompetenciu.⁷ Môžeme ju charakterizovať ako komplexnejšie zachytenie osobnosti, vzťahov a jej vnútorných i vonkajších prejavov. Ide aj o všeobecnú schopnosť jednotlivca úspešne a efektívne interagovať so sociálnym prostredím. Prejavuje sa v efektívnom riešení sociálnych situácií, správaní sa v konkrétnych podmienkach. Pričom nejde o samostatnú dimenziu (črtu alebo vlastnosť) osobnosti, ale ide o jej všeobecnú schopnosť adaptovať sa na vzniknutú situáciu a vedieť zvoliť si účinné formy i postupy. Zahŕňa to v sebe schopnosť nielen vzniknutú situáciu pochopiť, ale aj účastníkov situácie, ich záujmy a potreby vzhľadom na situáciu riešiť kompetentne.⁶

Sociálne kompetencie sa spájajú aj so zrelosťou osobnosti, t.j. so sociálnou zrelosťou. Podľa Kollárika⁶ predstavuje sociálna kompetencia dimenziu osobnosti, ktorá v sebe spája také osobnostné vlastnosti, ktoré umožňujú jej celkové pôsobenie v interakcii. Globálnym ukazovateľom je to, ako je jednotlivec spôsobilý vstupovať do sociálnej interakcie, a ako je schopný riešiť sociálne situácie.

Zložky sociálnej kompetencie

Podľa Bakošovej¹ medzi zložky (kategórie) sociálnej kompetencie sa zaraďujú: schopnosť kooperovať, presviedčať, názorne predvádzať, objasňovať, poskytovať príklad – vzor, zvyšovať citlivosť na seba aj iných, poskytovať pomoc, podporu, ľudský vzťah, empatiu, akceptáciu, schopnosť efektívne komunikovať a pod. Tieto časti sociálnych kompetencií aplikovala Bakošová¹ na sociálneho pedagóga a jeho pôsobenie v praxi. Keď sa však zamyslíme nad týmito kategóriami sociálnej kompetencie, vidíme, že jednotlivé zložky môžeme i prakticky využiť v činnosti dobrovoľníka. Obsah sociálnych kompetencií potrebných pre dobrovoľníctvo v praxi môžu predstavovať nasledujúce zložky sociálnej kompetencie:

- aktívne sa zapájať do spoločných činností, byť vo vzťahoch otvorený, k problémom pristupovať zdvorilo, citlivo i tolerantne, k druhým pristupovať pozitívne, udržiavať rovnováhu v činnosti t.j. vedieť kooperovať,
- rozvíjať individuálne stanoviská, aby sa pre druhých stali zvnútorňovanou potrebou v kontexte zložiek sociálnych kompetencií znamená persúziu alebo presviedčanie,
- nezištnú pomoc, ktorej cieľom je podporiť dobré stránky osobnosti a stavať na nich, upevňovať a podporovať človeka v tom, čo koná pozitívne znamená poskytovať pomoc a podporu,
- ľudský vzťah – vzťah dobrovoľníkov je založený na humanistickom prístupe, pre ľudí je prirodzené patriť do určitého sociálneho prostredia, preto vyhľadávajú jednotlivé organizácie, občianske združenia, to sa prejavuje citom spolupatričnosti,
- empatiu - schopnosť vcítiť sa do pocitov, myšlienok, prežívania iných, ide o ochotu pozeráť sa na problém očami toho druhého a ochotu porozumieť mu,
- akceptáciu t.j. bezvýhradné prijímanie ľudí, detí, členov, takých akí sú. Akceptácia vytvára vhodnú atmosféru na riešenie problémov,
- nadhľad nad problémami, schopnosť rozlíšiť fakty od dojmov i schopnosť zachovať pokojnú atmosféru je typické pre schopnosť riešiť konflikty,
- vecné, stručné, vyjadrovanie, používanie asertívnej komunikácie, aktívne počúvanie znamenajú predpoklad pre efektívne komunikovanie s druhými.¹

Za kompetentného dobrovoľníka môžeme považovať toho, kto má osvojené sociálne kompetencie, je vybavený právomocou na výkon danej profesie, napríklad je absolventom odborného vzdelávania, má dobre zvládnutú profesionálnu rolu. Ale taktiež tie

zložky osobnosti, ktoré sú ovplyvniteľné vôľou, takže to, že dobrovoľník na nich môže pracovať sám, a tak sa môže rozvíjať a zdokonaľovať.

Vyššie uvedené sociálne kompetencie spoločne aj s inými (komunikačnými, občianskymi, pracovnými, kultúrnymi a pod.) sú kľúčovými kompetenciami, ktoré nie je možné rozvíjať oddelene, nezávisle jednu od druhej, pretože jednotlivé kompetencie sa navzájom prelínajú a dopĺňajú. Prostredníctvom sociálnych kompetencií podporujeme svoj osobný rozvoj, obohacujeme druhých a nachádzame sa v procese neustáleho učenia.

Keďže sa dobrovoľníci pracujúci v občianskom združení stretávajú s problémami, no niekedy nevedia, ako by ich v danej situácii mohli riešiť, je na mieste hovoriť o sociálnych kompetenciách, ktoré predstavujú predpoklady kvalitnej dobrovoľníckej činnosti. Podľa výskumov, ktoré sa realizovali na našom území, môžeme vidieť, že mnohí dobrovoľníci pomáhajúci organizácii, sú bez vzdelania zameraného na danú oblasť. Avšak ľudia pracujúci v dobrovoľnej sfére majú záujem a chuť pracovať na sebe, zdokonaľovať sa a tým skvalitňovať svoju činnosť i kompetencie, a tak obohacovať organizáciu, pre ktorú pracujú.¹¹

Rozvoj sociálnych kompetencií dobrovoľníkov v občianskom združení eRko

Občianske združenie eRko

Združenie eRko, v ktorom bol vykonávaný prieskum, je združením pôsobiacim na Slovensku od roku 1990. Združuje viac ako 8000 členov, patrí k najväčším organizáciám na tomto území. Do činnosti zapája veľké množstvo dobrovoľníkov z viac ako 250 obcí. Čas venovaný deťom využívajú na trávenie spoločných chvíľ na stretnutiach tzv. stretkách, rôznych výletoch, púťach a táboroch. Cieľom združenia je vychovávať, formovať a neformálne vzdelávať deti a mladých ľudí vo voľnom čase. Prostredníctvom osvojovania kresťanských hodnôt sú deti vedené k osobnému dozrievaniu a zrelosti. Berie sa ohľad aj na to, že v budúcnosti sa ony sami budú podieľať na rozvoji spoločnosti. Osobný príklad mladých dobrovoľníkov, ktorí s nimi prežívajú život v spoločenstve, je vhodným aspektom, ako uskutočňovať poslanie eRka. Tento príklad sa vyníma i v motte: „*Radostnou cestou svedectva viery kráčame spolu malí i veľkí.*“ Podstatnými hodnotami OZ sú: živá viera, radostná služba, otvorenosť, priateľstvo, láska, dôvera a prijatie na stretnutiach, úctivý a zodpovedný postoj k životu.¹⁴

Vzdelávanie dobrovoľníkov eRka

Dobrovoľníci eRka majú možnosť vzdelávať sa, osobnostne rásť a systematicky pracovať. Na takéto rozvoj im slúžia kurzy, na ktorých získavajú vedomosti z oblasti pedagogiky, psychológie a metodiky.

Dobrovoľníkom združenie poskytuje kurzy:

Začíname – je úvodný kurz pre nádejných dobrovoľníkov eRka. Ponúka pestrú paletu interaktívnych prednášok a aktivít, ktoré im pomôžu zorientovať sa v dobrovoľníckej činnosti, v hodnotách eRka, v nácviku piesní, tancov, ukazovačiek, v jednotlivých pojmoch a výchovných princípoch. Dobrovoľníci majú príležitosť i duchovne porásť. Nadväzujúcim je Základný kurz, v ktorom sa nadobudnuté poznatky z úvodného kurzu prehĺbujú, rozširujú o témy násilia, agresivity a riešenia konfliktov.

O táboroch – dobrovoľníci sa oboznámia so základnými organizačnými a programovými pravidlami pre prípravu letného tábora.

Na ceste – ponúka mladým ľuďom nové pohľady, vedomosti a súvislosti v problematike jedinečnosti muža, ženy a ich vzájomných vzťahov. Poukazuje na hodnotu človeka ako celku.

Kurz Dobrej noviny – poskytuje informácie o príprave koledovania, o fungovaní tretieho sveta a dáva do popredia projekty, ktoré môžu napomôcť rozvoju týchto krajín.

Ďalšími vzdelávacími kurzami sú Dobrovoľnícka univerzita, zameriavajúca sa na rozvoj zručností, ako objavovať, komunikovať, kooperovať, byť zodpovedným a vedieť pracovať so skupinou. Farbičky čarbičky rozširujú zručnosti vo výtvarnej a umeleckej sfére. Taktiež Tvorivo realizuj vieru, Stretko v kurze, Dieťa v kurze a eRkár v kurze sú vzdelávacie a zdokonaľovacie možnosti, ktoré dobrovoľníci majú k dispozícii a prostredníctvom nich sa môžu vzdelávať a rozvíjať.¹⁴

Dobrovoľníci eRka majú k dispozícii aj jednotlivé materiály⁵, ktoré napomáhajú ich vzdelaniu a rozhľadenosti pri práci s deťmi. Obsahujú rady, ako realizovať a plánovať stretnutia, podporujú ich v tvorivosti, dávajú im námety, ako zaujať deti. Urbaníková¹³ poskytujú námety na hry, ktoré podporujú rozvoj komunikačných schopností a sebavyjadrenia, posilňujú sebavyjadrenie a dôveru. Taktiež podávajú informácie ako riešiť vzniknuté konflikty a podávať spätnú väzbu.

Človek, ktorý poskytuje svoj čas pre rôzne organizácie, združenia, aj pre už spomínané OZ eRko by mal prechádzať postupným rastom a dozrievaním. Myslíme si, ale vychádzame i z vlastných skúseností, že kvalitná a efektívna komunikácia v medziľudských, pracovných a dobrovoľníckych vzťahoch spojená s konštruktívnym riešením problémov a vzájomnou spoluprácou v skupine sú dôležitými sociálnymi kompetenciami, ktoré by sa mali podporovať a rozvíjať u ľudí dobrovoľne pracujúcich v občianskych združeniach i v eRku. A na tieto tri časti sociálnych kompetencií sme sa zamerali i v našom výskume.

Ciele prieskumu

Cieľom prieskumu bolo zistiť, či dobrovoľníctvo osobnostne rozvíja dobrovoľníka. Zamerali sme sa na

analýzu sociálnych kompetencií dobrovoľníkov, pôsobiach v občianskom združení eRko. Položili sme si základné otázky: Napomáha dobrovoľníctvo osobnostnému rastu? Sú nadobudnuté sociálne kompetencie dostačujúce? Je ich rozvoj potrebný a možný?

V prieskume sme poukázali na tri časti sociálnych kompetencií, ktoré by svojím rozvojom mohli zefektívniť činnosť a prácu dobrovoľníkov. Ide o komunikáciu, spoluprácu a efektívne riešenie konfliktov. Z toho nám vzišli jednotlivé čiastkové ciele:

- Ktoré sociálne kompetencie by dobrovoľník nerozvíjal, keby sa nevenoval dobrovoľníckej činnosti?
- Aké zmeny by boli prospešné pre rozvoj sociálnych kompetencií dobrovoľníkov v občianskom združení eRko?

Vyhodnotenie prieskumu

Vo vyhodnotení prinášame informácie a výsledky z nášho prieskumu. Prostredníctvom zrealizovaného interview sme mohli spracovať a rozanalyzovať odpovede dobrovoľníkov, ktoré poskytujeme v jednotlivých bodoch, každá oblasť je rozdelená na dve vekové kategórie do 18 rokov a od 19 rokov.

a) Osobné presvedčenie

· *Význam dobrovoľníctva a čas strávený dobrovoľnou činnosťou*

1. kategória – vek účastníkov prvej kategórie bol 14 – 18 rokov. Dobrovoľníckej činnosti sa venovali 1 až 3 roky. Ako uvádzali, dobrovoľná činnosť, ktorej sa venovali, vyplývala z ich osobných pozitívnych skúseností, keď oni sami boli členmi eRka, zúčastňovali sa stretnutí, rôznych výletov a akcií. V období dospievania mladí ľudia hľadajú pochopenie, záujem, radosť, priateľov, prijatie. Toto im bolo ponúknuté v občianskom združení. Práve táto skúsenosť ich ovplyvnila natoľko, že dobrovoľníctvo brali ako príležitosť dať niečo zo seba druhým, byť im nápomocný, budovať a prehĺbovať vzťahy, a preto sa rozhodli pokračovať ako dobrovoľníci. To, čo dostali, chceli šíriť ďalej.

2. kategória – účastníci tejto kategórie boli vo veku 19 - 35 rokov. V prieskume uvádzali, že skúsenosti s dobrovoľníctvom mali 4 až 15 rokov. Dobrovoľníctvo pre nich znamená starostlivosť, službu a pomoc druhým, dobre a plnohodnotne využitý čas, cez ktorý môžu spríjemňovať čas druhým. Mnohé odpovede sa zhodovali v tom, že dobrovoľníctvo nie je len dávanie a obohacovanie druhých, no predstavuje i osobnostný rast, priestor pre vlastnú realizáciu, ktorá je ohodnotená vďakou, dobrým pocitom a nezabudnuteľnými zážitkami. Pri práci s deťmi sa dobrovoľníci dokážu natoľko vložiť do činnosti, zábavy a hier, že sami často zabúdajú na vlastné problémy, tým že dávajú kúsok zo

seba, robia deti šťastnejšími, dávajú im priestor pre radosť, nové zážitky, vedú ich k morálnym a kresťanským zásadám, neraz sa im táto obeta vracia ako pocit zadostučinenia, radosti a osobnej pomoci.

· *Hlavný dôvod výkonu dobrovoľníctva a rozvoj osobnosti*

1. kategória – respondenti prvej vekovej kategórie uviedli medzi hlavné motivačné činitele svojich starších súrodencov, rodičov alebo dobrovoľníkov (animátorov) eRka, ktorí im boli príkladom vo viere, pomáhali im, vychovávali ich, ukazovali im pravé kresťanské a morálne hodnoty, boli im oporou v rôznych životných situáciách. Dobrovoľníci boli priatelia a vzory, s ktorými zažili veľa pekných a podnetných chvíľ, preto sa rozhodli svoje zážitky, osobné skúsenosti, dary a talenty nenechať len pre seba, ale v tejto činnosti pokračovať a deliť sa s nimi s ďalšími.

2. kategória – dobrovoľníci uvádzali medzi hlavné motivačné dôvody evanjelizáciu, lásku, radosť, spoločenstvo, možnosť byť tvorivý, rozvíjať túto schopnosť i u druhých, to čo dostali, chcú dávať druhým. Dôvody na výkon dobrovoľnej činnosti boli i organizačné. Zmeny vo vedení spoločenstva a zboru, ktorý po odchode bolo potrebné prenechať novej zodpovednej osobe. Najskôr povinnosť, neskôr zmena vo forme naplnenia svojej osobnosti, prerastajúca do radosti a uvedomenia si dôležitosti a zmyslu tejto činnosti.

Môžeme si všimnúť, že obe vekové kategórie udávali pozitívne skúsenosti, vzory predchádzajúcich dobrovoľníkov, s ktorými sa dostali do kontaktu. Na základe toho, chcú rozdávať lásku, radosť a všetky nehmotné dary, ktoré dostali.

b) Rozvoj prostredníctvom dobrovoľníctva

· *Dobrovoľníctvo - nástroj, ktorým rozvíjame osobnosť*

1. kategória - keďže združenie ponúka širokú škálu kurzov a dobrovoľníci majú príležitosť sa ich zúčastňovať, práve v tomto vidia možnosť rastu. Kurzy sú obohacujúce nielen v oblasti dobrovoľníctva, ale i v osobnom a duchovnom živote. Mnohým mladým dobrovoľníkom vykonávaná dobrovoľná činnosť napomáha pri rozhodovaní sa, aké povolanie, zamestnanie je pre nich to pravé. Samotnou účasťou a pomocou pri realizácii stretnutí, táborov, výletov majú možnosť osobnostne sa rozvíjať a napredovať.

Spoločenské, komunikačné a pohybové schopnosti si už dobrovoľníci stihli počas svojej činnosti osvojiť. Naučili sa vystupovať pred rodičmi a staršími ľuďmi. Komunikácia a spoločná dohoda s nimi sa značne vylepšila. Taktiež osvojenie trpezlivosti pri práci s deťmi priniesla mladým dobrovoľníkom dobré výsledky.

2. kategória – dobrovoľníci boli vykonávanou

činnosťou natoľko motivovaní, že sa rozhodli svoje nadobudnuté skúsenosti, zručnosti a vedomosti využiť v zamestnaní, a tak sa vydali smerom humanitným a pomáhajúcim. Mnohí dobrovoľníci sa stali pedagógmi či vychovávateľmi. Práve v tejto oblasti ich dobrovoľníctvo osobnostne posunulo, mohli dospieť a zmeniť pohľad na svet. Pomohlo im v načúvaní a chápaní ľudí, viedlo ich k zodpovednosti, neustálej túžbe pracovať na sebe, byť lepším človekom, ktorý bude príkladom pre deti a mladých ľudí. Nebude o kresťanských a morálnych hodnotách len rozprávať, ale sa ich chopí a vo svojom živote ich bude naplno uplatňovať.

Podľa odpovedí starších, skúsenejších dobrovoľníkov sme zistili, že schopnosti, ktoré si prostredníctvom dobrovoľníctva osvojili, boli zásady správania sa k deťom na stretnutí, aj mimo neho, že ide o spoločne strávený čas, ktorý je prínosom pre obe strany. Naučili sa poskytnúť deťom dostatok priestoru, aby sa mohli prejaviť a realizovať, no zároveň ako dobrovoľník – vedúci im byť príkladom, teda správať sa tak, aby sa šírili hodnoty morálky a kresťanstva. Dobrovoľníci si po niekoľkoročnej praxi osvojili i zručnosti typu, ako písať projekty a narábať efektívne s financiami. Byť zodpovedný, rešpektovať druhých, prijať svoje vlastnosti, zlozvyky a rozvíjať svoje silné stránky. V niektorých situáciách byť i asertívny, vedieť sa postaviť na vlastné nohy a bojovať za správnu vec.

c) Identifikácia konkrétnych sociálnych kompetencií

· *Komunikácia, spolupráca, riešenie konfliktov a iné sociálne kompetencie*

Respondentov sme sa v tretej časti prieskumu pýtali na konkrétne sociálne kompetencie, nimi boli komunikácia, spolupráca a riešenie konfliktov. Na akej úrovni rozvoja sa tieto kompetencie nachádzajú, či ich dokážu v danej situácii vhodným spôsobom využiť. Predpokladali sme, že pri dostatočnej miere osvojenia by sa mohol zefektívniť priebeh stretnutí, organizácia rôznych podujatí (táborov, výletov), dobrovoľníci by vedeli vhodne reagovať, adekvátne diskutovať a pod. V nasledujúcej analýze otázok vám priblížime každú sociálnu kompetenciu.

1. kategória – Medzi schopnosti, ktoré si mladí dobrovoľníci stihli vylepšiť, patrila komunikácia. Keďže je komunikácia v spoločnosti nevyhnutá, potrebné je neustále sa v nej zdokonaľovať. Na stretnutí, v kolektíve detí, priateľov, pri organizácii majú vynikajúcu príležitosť na sebe pracovať, nachádzať spôsoby riešenia, tým podporujú i kreativitu, ako sa k danej situácii postaviť, aký postoj stanoviť. Dobrovoľníctvo im ukázalo, že je dôležité stáť si za svojím názorom, no vedieť i vypočuť a prijať názor druhých.

Aj keď sa začínajúci dobrovoľník postupne dostáva do rôznych oblastí i problematiky, učí sa

kreativite a zodpovednosti. Uvedomuje si, že pri dobrom nasmerovaní, dobrom vedúcom i on dokáže vydať úctyhodný výkon, ktorý prispeje k efektívnej spolupráci. Tým priloží ruku k dielu a môže si vychutnať nezaplatiteľný pocit zadosťučinenia a spokojnosti.

Problémové situácie pri mladých ľuďoch sú niekedy rôzne. Reagujú vznetlivo a urážlivo. Záleží od osoby, či chce daný problém riešiť, alebo sa chce iba hádať a pevne si stáť za svojím. Ale ako uvádzajú, snažili sa vychádzať v ústrety, v rámci svojich možností problém riešiť alebo pomôcť pri jeho riešení. Hlavné slovo a rozhodnutie prenechali vedúcemu spoločenstvu.

Odpovede mladých na prítomnosť iných druhov kompetencií boli pozitívne. Uvádzali, že dobrovoľníctvo ich viedlo k empatii, schopnosti prijatia druhých, takých, akí sú. Akceptácia, porozumenie, podanie pomocnej ruky, taktiež schopnosť kreativity, presadenie si svojho názoru a maximálne nasadenie do svojich úloh zaradili k osvojeným kompetenciám.

2. kategória – Pri otázke, či je komunikácia na stretnutí medzi deťmi a dobrovoľníkmi na dobrej úrovni, dostali sme odpovede pozitívne i negatívne. Vybraní respondenti uvádzali medzi negatíva vzniknuté nevydiskutované problémy, ktoré sa často odkladajú, zatŕkajú, dobrovoľníci nevyjadria svoj postoj, navzájom sa nerešpektujú. V niektorých prípadoch to vyústilo do riešenia problému poza chrbát druhých ľudí, čo prinášalo napätú až nepriateľskú atmosféru v skupine. Ďalším problémom komunikácie a určitého zladenia sa bol nedostatočný čas, z dôvodu odchodu mnohých dobrovoľníkov na vysoké školy mimo svojho trvalého bydliska. Samozrejme, neboli len negatívne odpovede. Niektorí jednotlivci vyzdvihli uvedomelý a zrelý spôsob komunikácie, ktorý bolo cítiť na stretnutiach. Dobrovoľníci sa navzájom rešpektovali, nerobili rozdiely a sami sa zapájali do činností. Pri komunikácii s deťmi sa dobrovoľníci snažia vyjsť v ústrety, nachádzať spoločné riešenia a kompromisy. Aby sa vyhlo nezhodám s kňazmi kvôli nedostatočnej komunikácii, dobrovoľníci udávajú ako vhodnú včasnú informovanosť o priebehu plánovaných akcií. Tak zabezpečili zladenosť s inými farskými povinnosťami, čím predchádzali možným nepríjemnostiam. Podľa odpovedí je komunikácia dôležitá, a i keď to nevyzerá na prvý pohľad ideálne, dôležité je snažiť sa a nevzdávať sa.

Aké požičaj, také vráť, o tom hovorí i slovenské príslovie, a to bola odpoveď jednej dobrovoľníčky, keď sme sa pýtali otázku, či dokážu s deťmi a dobrovoľníkmi spolupracovať. Keď deťom človek dá svoje srdce a to najlepšie, čo im v danej chvíli môže zo seba dať, tak sa s nimi dá veľmi dobre spolupracovať. Ústretovosť, otvorenosť a priateľská komunikácia sú kľúčom ku kvalitnej spolupráci dobrovoľníkov i kňazov. Pri vytváraní efektívnej spolupráce je dôležité mať rovnomerne rozdelené úlohy, vedieť sa prispôbiť a prijať názor druhých.

Pri riešení konfliktov sa starším dobrovoľníkom väčšinou vždy podarilo nájsť riešenie, niekedy to bolo hneď, inokedy neskôr. No z vlastných skúseností vedeli, že odloženie nepriaznivej situácie nie je produktívne. Dôraz kládli na to, aby sa jednotlivci nenechali odradiť vzniknutou situáciou, ale nachádzali spôsoby a nebránili sa kompromisom. Uvedomovali si, že činnosť, ktorú vykonávajú, by nenechali len tak padnúť. Záleží im na fungovaní združenia a raste detí. Preto prejavujú snahu a ochotu problémy s deťmi, dobrovoľníkmi i kňazmi riešiť, aby ich v práci nebrzdili, ale, naopak posúvali a mohli sa rozvíjať.

Keď sme sa pýtali, či postrehli aj iné kompetencie dobrovoľníkov, či vidia potreby iných, sú empatickí, majú schopnosť akceptácie, vedia si presadiť svoje názory, práva a pod., odpovede boli kladné. Ako posila bola označovaná situácia, keď do spoločenstva príde nový dobrovoľník so skúsenosťami v podobnom obore, ktorý svojou prácou prispeje a ovplyvní fungovanie stretnutia. Ako konkrétne príklady boli uvedené dochvilnosť, empatia, akceptácia. Do popredia bol dávaný človek, ktorý dokáže byť „bláznom“ pre deti, vie sa im vo všetkom oddať, pracovať s nimi a venovať sa im naplno.

d) Príležitosť na zmenu

· Rozvojom kompetencií dosiahnuť zmenu

V posledných otázkach nášho prieskumu sme sa zamerali na rôzne možnosti, vďaka ktorým by mohlo prísť ku zmene. Kladne by ovplyvnili prácu dobrovoľníkov, detí a odzrkadlili by sa na celom priebehu stretnutia.

1. kategória - dobrovoľníci tejto kategórie po 1 až 3 rokoch skúseností nevedia presne pomenovať, čo by zmenili. Vidia dôležitosť v napredovaní a svojom osobnom rozvoji. Prejavili záujem o školenie, získanie nových teoretických i praktických vedomostí na kurzoch eRka, ktoré by ich mohli nasmerovať ku dosiahnutiu zmeny a rozvoja. I sociálne kompetencie sú tými, ktoré im v tom napomáhajú. Na stretnutí sa ich snažia uplatňovať svojím osobným príkladom, s deťmi rozumne komunikujú, snažia sa im ísť v ústrety, po dobrom výkone ich chvália, neustále povzbudzujú, držia sa motta, kedy s nimi prežívajú radosti a starosti, lebo sami zakúsili, ako je to dôležité.

2. kategória – starší dobrovoľníci považovali rozvoj sociálnych kompetencií v rámci spoločenstva, jedincov, ale i vlastného života za potrebný, v niektorých prípadoch ho označovali ako nevyhnutný. Aby sa predchádzalo egoistickému pohľadu na život, radosti z chvíľkových a svetských vecí, no najmä aby sa zrak upriamil na to, čo nám prináša pravú radosť do života a duše. Ako zmenu navrhli lepšie využitie času, ktorý by venovali príprave aktivít a tém, taktiež lepšiu spoluprácu s inými organizáciami. Navrhli dať deťom zo sociálne

slabších i bežných rodín viac príležitostí stretávať sa v spoločenstve, a tak spoznávať lepšie Boha a rásť vo viere. Prostredníctvom oznamov v kostole, plagátov, osobných rozhovorov a pozvaní motivovať deti k účasti. V prípade veľkého počtu účastníkov rôznych vekových kategórií ich rozdeliť na dve skupiny, aby zvolené aktivity boli pre ne prínosnejšie. Rozvíjanie kompetencií u detí prebieha aktívnym prístupom a zapájaním všetkých členov spoločenstva. Takisto vkladáním príbehov zo života biblických postáv, ale i vlastným svedectvom a príkladom, ktoré je často plodnejšie ako slová.

Závery a odporúčania pre prax

V závere nášho prieskumu poskytujeme vyhodnotenia, čo sa nám podarilo zistiť počas interview s dobrovoľníkmi občianskeho združenia eRko.

Mladší dobrovoľníci vo veku 14 -18 rokov vidia v dobrovoľnej činnosti zmysel, majú pozitívne skúsenosti, túžia byť pre druhých potrební. Sú v období dospievania, hľadajú istoty, priateľov. Najmä osvojenie komunikácie a jej zdokonaľovanie patrili medzi najviac rozvíjané sociálne kompetencie dobrovoľníkov prvej kategórie, potom nasledovala schopnosť spolupracovať s druhými.

Dobrovoľníci druhej kategórie, majúci za sebou niekoľko skúseností, štúdium vysokej školy, jej ukončenie, nástup do pracovného sektoru. Nevyjadrili dôležitosť a potrebu len jednej konkrétnej kompetencie. Zmysel videli vo všetkých, riešenie konfliktov bolo uvádzané ako potrebné pre rast a rozvoj, predchádzanie stagnácií.

V konečnom dôsledku, zvolené sociálne kompetencie kráčajú ruka v ruke. Bez komunikácie nie je možná spolupráca ani riešenie problémov. Keby nevznikli problémy, neprecvičili by sme sa v zjednotení a spolupráci, ktoré zakúšame v spoločenstve. Prieskum potvrdil, že zvolené sociálne kompetencie i ďalšie, ako empatia či asertivita sú pre život dobrovoľníka potrebné. V niektorých prípadoch je ťažšie určiť, ktorá je dôležitejšia či potrebnejšia, pretože sú navzájom poprepájané. Každý sme jedinečný, nedá sa presne určiť, nakoľko máme zvládnuté schopnosti a zručnosti. Môžeme však porovnať, že osobné skúsenosti a vek vplývajú na mieru osvojenia jednotlivých sociálnych kompetencií.

Keď sme si zadali čiastkové ciele, pýtali sme sa, ktoré sociálne kompetencie by si dobrovoľník nemal možnosť osvojiť, keby sa nevenoval dobrovoľníctvu. Podľa odpovedí respondentov môžeme tvrdiť, že dobrovoľníctvo im pomohlo rozvinúť najmä empatiu, komunikáciu, akceptáciu, prispôsobenie, spoluprácu, prosociálnosť a dochvilnosť.

Druhým čiastkovým cieľom bolo zistiť zmeny, ktoré by pozitívne ovplyvnili činnosť spoločenstva. Pri otázke, čo by bolo vhodné zmeniť, aby dobrovoľníctvo v eRku napredovalo a posúvalo sa, respondenti navrhli

niekoľko možností:

- efektívnejšie využívanie času na prípravu stretnutí, táborov, vyvinúť väčšiu spoluprácu sinými združeniami,
- zabezpečenie dostatočnej informovanosti o činnosti eRka prostredníctvom oznamov v kostole, osobných rozhovorov, plagátov motivovať deti a povzbudiť rodičov, aby neváhali svoje dieťa priviesť na stretnutie,
- pri veľkom počte detí a dostatočnom množstve dobrovoľníkov, by bolo vhodné urobiť dve skupiny. Dobrovoľníci by sa mohli zamerať a lepšie pripravovať na stretnutia, aby boli prínosom pre každého,
- mladých, začínajúcich dobrovoľníkov povzbudzovať k aktívnej účasti, predstrieť im možnosť vzdelávania na kurzoch, ktoré poskytuje združenie a motivovať ich k účasti,
- nevyčleňovať žiadne dieťa, prijímať všetky i zo sociálne slabších rodín, viesť k rovnocennosti, dôstojnosti, priateľstvu a láske,
- predchádzať situáciám, ktoré riešia problémy poza chrbát. Viesť už mladých dobrovoľníkov k čestnosti, úprimnosti a adekvátnej komunikácii.

Zoznam bibliografických odkazov

1. BAKOŠOVÁ, Z. 2005. *Sociálna pedagogika ako životná pomoc*. Bratislava : Stimul, 2005, 220 s. ISBN 80-89236-00-6.
2. BARÁT, J. a kol. 2000. *Čítanka pre pokročilé neziskové organizácie*. Bratislava: Centrum prevencie a riešenia konfliktov, 2000. 307 s. ISBN 80-968095-3-9.
3. DUDEKOVÁ, G. 1998. *Dobrovoľné združovanie na Slovensku v minulosti*. Bratislava: SPACE, 1998. 102 s. ISBN 80-967403-8-5.
4. HUPKOVÁ, M. 2006. *Profesijná sebareflexia učiteľov*. Prešov: Vydavateľstvo Michala Vaška. 2006. 204 s. ISBN 80-8094-028-2.
5. KAČUROVÁ, I. a kol. 2011. *Stretnutia*. Bratislava: eRko - HKSD. 2011. 59 s.
6. KOLLÁRIK, T. 1993. *Sociálna psychológia*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1993. 194 s. ISBN 80-08-01828-3.
7. KOLLÁRIK, T. a kol. 2008. *Sociálna psychológia*. Bratislava: Univerzita Komenského vo Vydavateľstve UK, 2008. 548 s. ISBN 978-80-223-2479-3.
8. MCCURLEY, S. LYNCH R. 2000. *Manažment dobrovoľníkov*. Bratislava: SAIA-SCTS, 2000. 119 s. ISBN 80-88928-42-7.
9. MRÁČKOVÁ, A. 2009. *Manažment dobrovoľníkov*. Bratislava: Liga za duševné zdravie . 2009. 43 s. ISBN 978 – 80 – 970123 – 3 – 5.
10. RADKOVÁ, L. 2005. *Sociálna práca v treťom sektore*. Bratislava SAP- Slovak Academic Press, 2005. 70 s. ISBN 80-89104-30-4.
11. SÚSTAVA KOMPETENCIÍ PRACOVNÍKOV S MLÁDEŽOU. 2009. [online] *Podporný dokument pre*

- osobnostný a profesionálny rozvoj ľudí pracujúcich s mládežou*. Bratislava: občianske združenie PERSONA, 2009. 32 s. [citované 2012-03-24]. Dostupné na internete: http://www.ozpersona.sk/doc/sustava_kompetencii.pdf
12. TOŠNER, J, SOZANSKÁ, O. 2002. *Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizáciách*. Praha: Portál, s.r.o., 2002. 152 s. ISBN 80-7178-514-8.
13. URBANÍKOVÁ, I. a kol. 2005. *Dimenzie dobrovoľníka cesta k sebe a k iným*. Bratislava: eRko – HKSD. 2005. 62 s. ISBN 80-88710-16-2.
14. eRko – info o eRku. [online]. Bratislava, 2011 [citované 2012-02-03]. Dostupné na internete: <http://www.erko.sk/o-erku/info-o-erku/>

Autorka: Bc. Ivana Dikantová

Univerzita Komenského v Bratislave, Filozofická fakulta, Katedra ruského jazyka a literatúry
Názov diplomovej práce: Pôsobenie slovenských rímskokatolíckych misionárov v Rusku po rozpade Sovietskeho Zväzu

Študijný program: Ruské a východoeurópske štúdiá

Ročník: V., šk. rok 2011/2012

Školiteľ: Mgr. Katarína Mäsiarová, PhD.

Namiesto úvodu: História Rímskokatolíckej cirkvi v Rusku

Rusko ako štát bolo od svojho vzniku vystavené pôsobeniu rôznych náboženstiev. Významnú úlohu v ňom zohralo byzantské kresťanstvo, ktoré vo veľkej miere ovplyvnilo ruské dejiny. Avšak popri byzantskej tradícii existoval aj druhý smer – kresťanstvo latinského rítu.

Korene dlhého procesu pokresťančovania Rusi siahajú až do obdobia formovania sa Staroruského štátu. Prvým známym biskupom Kyjevskej Rusi bol Adalbert z Nemecka, ktorý sem prišiel v r. 961 na pozvanie kňažnej Oľgy. Prvý pokus založenia biskupstva však skončil neúspechom. Kresťanstvo bolo na tomto území oficiálne prijaté v r. 988, keď byzantskí misionári pokrstili knieža Vladimíra. Za jeho vlády prišiel do Kyjeva biskup latinského obradu, sv. Bruno z Querfurtu¹, ktorý sa zaslúžil o uzavretie mieru medzi kyjevským kniežaťom a kočovným kmeňom Pečenehov. Knieža Vladimír uložil v kyjevskom Chráme nanebovzatia Panny Márie časť relikvií sv. Klimenta, považovaného za prvého patróna Kyjevskej Rusi. Chrám zničili vojská Batuchána, ktoré v r. 1240 vtrhli na Rus a vyplienili Kyjev. Mongolo-tatárske nájazdy však rozvrátili Staroruský štát a spôsobili, že pôvodný národ sa rozdelil na Rusov (Veľkorusov), Ukrajincov a Bielorusov. Od tohto momentu sa ich historický vývin začal odlišovať. Mongolo-tatárske jarmo ukončil v r. 1380 Dmitrij Donský bitkou na Kulikovom poli. Dlhé obdobie vpádov zapríčinilo, že v období feudálnej rozdrobenosti sa staroruské kniežatstvá v mnohých kontextoch vzdialili od Európy.

Od 14. stor. sa okolo Moskvy začal vytvárať centralizovaný Moskovský štát. V r. 1526, keď na jeho čele stál Vasil III., navštívil Moskvu prvý františkán, biskup „Скары Иоанн Франциск“, ktorý priniesol správu od pápeža. Ďalšie duchovenstvo latinského obradu – bernardíni a minoriti, prišli do Moskvy spolu s falošným Dmitrijom z Poľska počas smuty v 16. storočí. Toto obdobie sa skončilo nezdarom nielen pre neho, ale aj pre nádeje na opätovné zlúčenie Ruskej Pravoslávnej cirkvi a Ríma, ktoré od seba oddelil cirkevný rozkol medzi kresťanským Východom a Západom v r. 1054. S túžbou o zjednotenie Katolíckej a Pravoslávnej cirkvi a jednotu Slovanov prišiel do Moskvy na konci 17. stor.

Jurij Križanič¹, katolícky kňaz z Chorvátska, jeden z najvzdelanejších ľudí svojej doby, ktorý sa považuje za predchodcu myšlienky slovanofilstva. V Moskve ho prijali do štátnych služieb. Jeho úlohou bolo napísať slovanskú gramatiku a zostaviť latinsko-ruský slovník. Napriek jeho veľkej túžbe slúžiť Rusku ho z nevyjasnených príčin poslali na 15-ročné vyhnanstvo na Sibír.

V 80. rokoch 17. storočia začal v Moskve pôsobiť rád jezuitov, ktorí vydávali knihy v ruskom jazyku. V tom čase tu tiež vznikla prvá ruská katolícka obec, kde pôsobil prvý ruský doktor filozofie a teológie, predstavený Zaikonospasského kláštora, Palladij Rogovský a Piotr Artemjev. Po zvrhnutí Sofie Alexejevny Romanovovej z trónu, sa rozmohla nepriateľská situácia voči katolíkom, ktorí prišli zo západu. Jezuitov vyhnali a diakona Piotra Artemjeva uväznili na Soloveckých ostrovoch, kde aj zomrel. Nepriaznivá situácia sa zlepšila až počas vlády Petra I., kedy sa do Ruska opäť mohli vrátiť rehoľné spolocenstvá jezuitov a františkánov. Práve františkáni, Pavel Jaroe a František Lefler (Павел Ярое и Франциск Лефлер), položili základný kameň prvého moskovského chrámu – Kostola sv. apoštolov Petra a Pavla. V období panovania Petra I. sa tiež postavilo niekoľko katolíckych chrámov. Ich otvorenie však sprevádzali silné protesty zo strany Pravoslávnej cirkvi. Chrámy najskôr spravovali jezuiti a neskôr kapucíni. Jezuiti prichádzali do Moskvy buď ako duchovní otcovia viedenských veľvyslancov, alebo ako misionári, ktorých cieľovou krajinou bola Perzia alebo Čína. Následne, kvôli nespokojnosti Pravoslávnej cirkvi s činnosťou mníšskych rádov a po prerušení diplomatických vzťahov s Viedňou, vydal Peter I. v r. 1719 nariadenie, ktorým vykázal jezuitov z krajiny.

Katolícka cirkev zažila veľké zmeny počas vlády Kataríny II. Za čias Kataríny Veľkej došlo k trom deleniam Poľska, dôsledkom ktorých boli aj územné zmeny týkajúce sa Ruského impéria. Preto vzniklo niekoľko nových diecéz. Dôležitým momentom bol vznik Mahilovskej arcidiecézy, ktorú založila Katarína II. v r. 1782. Bez súhlasu pápeža vymenovala za jej biskupa Stanislava Bohuša Sestrenceviča. Pápež Pius VI. uznal vykonané zmeny až v r. 1783, kedy kvôli napätým diplomatickým vzťahom poslal do Peterburgu nuncia s bulou, ktorá potvrdzovala platnosť týchto zmien.

Na základe konkordátu medzi Svätou stolicou

a Ruskom z r. 1847 sa upravilo teritoriálno-administratívne delenie diecéz latinského rítu v krajine. Konkordát tiež posilnil právomoci biskupa ako jediného sudcu a administrátora vo svojej diecéze. Poľské povstanie v r. 1863 malo negatívny dopad aj na vzťah Ruska a Svätej stolice. Rusko reagovalo zrušením konkordátu z r. 1847, ako aj prerušením diplomatických stykov s Rímom. Pre samotnú cirkev v Ruskom impériu to znamenalo povinnosť podriaďiť sa prísnej kontrole vlády. Zmierenie s Rímom nastalo až v r. 1882.

Revolučné dianie v r. 1905 podnietilo vznik manifestu o náboženskej tolerancii, ktoré znamenalo uvoľnenie situácie a slobodu vierovyznania. Tieto kladne ovplyvnili dianie v Katolíckej cirkvi. Formálnou zámkou začiatku bolševického prenasledovania kresťanov v Rusku sa stal dekrét *O oddelení Cirkvi od štátu*, z r. 1918. Nasledovalo obdobie veľkých represíí a procesov s katolíckym duchovenstvom, v dôsledku ktorých sa zreteľne znížil počet kňazov. Na konci 30-tych rokov fungovali na území Ruska len dva katolícke chrámy – Chrám sv. Ľudovíta v Moskve a Chrám Matky Božej Lurdskej v Petrohrade. Tesne pred začiatkom druhej svetovej vojny a v jej prvých rokoch začali do Ruska prichádzať misionári. Boli to najmä katolícki kňazi východného obradu. Ich činnosť však rýchlo odhalila a zmarila NKVD. Misionári boli odsúdení do pracovných táborov ako „agenti Vatikánu“. Katolícke farnosti v Moskve a Petrohrade stratili po vojne status kostolov pre francúzskych veľvyslancov a život vo farnostiach sa postupne dostal pod prísnu kontrolu úradov. Ako protipól k tejto situácii začali na konci 70-tych rokov v Moskve a Petrohrade vznikať „katakombné“ katolícke obce.

Obrozenie Katolíckej cirkvi v Rusku nastalo v čase perestrojky. Na základe dohody z 1. decembra 1989 medzi vtedajším prezidentom M. S. Gorbačovom a pápežom Jánom Pavlom II., sa obnovili diplomatické vzťahy Sovietskeho zväzu a Vatikánu. Došlo tiež k obnove hierarchických štruktúr Katolíckej cirkvi v Rusku a Bielorusku a k vysväteniu biskupa pre Kazachstan. Tiež sa obnovila činnosť mníšskych rádov a objavili sa aj niektoré nové rehole.

Rusko je aj v súčasnosti krajinou, kde žijú ľudia mnohých národov a národností, vyznávajúci rôzne náboženstvá a hlásiaci sa k rozličným kresťanským vierovyznaniam. Katolícka cirkev sa aj dnes snaží ísť cestou bratského dialógu a vzájomného porozumenia voči všetkým ostatným náboženstvám na území Ruskej federácie.

Spoločenstvo Fatima

Neoficiálna misionárska činnosť Slovákov v Rusku sa začala ešte počas fungovania Sovietskeho zväzu. Napriek tomu, že náboženské aktivity v tejto krajine, ako aj na Slovensku, boli politicky silno potláčané, našlo sa niekoľko odvážnych ľudí, ktorí v sebe cítili silnú potrebu

zapojiť sa do evanjelizácie Ruska a ostatných zväzových krajín. Aj pre tieto účely vzniklo na Slovensku Spoločenstvo Fatima, ktoré založil Silvester Krčméry, Vladimír Jukl a Rudolf Fiby v r. 1974. Onedlho sa k nim pripojil Eugen Valovič. Spoločenstvo sa vyvíjalo v dobe normalizácie, keď sa každá nepovolená náboženská aktivita trestala, preto pôsobilo vo veľkej skrytosti. Politická situácia si vyžadovala, aby kňazi na verejnosti používali krycie mená a mali civilné zamestnanie. Niektorí z nich však boli počas svojho života aj väznení. Spoločenstvo Fatima veľmi angažovane pôsobilo v cirkevných aktivitách na Slovensku. Venovalo sa zakladaniu, vedeniu, propagovaniu a koordinovaniu malých katolíckych spoločenstiev pracujúcich, mládeže a detí. Usporadúvalo oblastné a celoslovenské stretnutia zástupcov reholí a katolíckych laických hnutí. Od r. 1982 vydávalo a distribuovalo samizdatový časopis s názvom *Náboženstvo a súčasnosť* a neskôr aj špecializované časopisy ako *Zrno*, *Rebrík*, *Rodinné spoločenstvo a Katolícky mesačník*.²

Spoločenstvo Fatima sa od svojho vzniku zameriavalo aj na apoštolské aktivity v bývalom Sovietskom zväze. Členovia Spoločenstva pravidelne cestovali do ZSSR. Využívali najmä turistické zájazdy.

Spoločenstvo má od r. 1990 svoju misiu v Rusku legálne. Úlohou jeho členov bolo dovážať do ZSSR literatúru, vyhľadávať osobné kontakty a organizovať duchovné cvičenia a obnovy pre domácich obyvateľov.²

Vladimír Jukl, ktorý vystupoval pod krycím menom Gabriel, spomína, že na každú cestu do Sovietskeho zväzu bola potrebná dobrá príprava. Hoci do ZSSR cestovali každý rok a prepašovali pomerne veľa kníh, bola to len nevelká pomoc, lebo tieto akcie sa organizovali len počas dovolenky alebo vo voľnom čase. Gorbačovova perestrojka bola vo verejnom živote citeľná. V. Juklovi sa podarilo odsľúžiť sv. omšu v Moskve, v kostole sv. Ľudovíta na Malej Lubianke, hneď vedľa sídla KGB, odkiaľ viedlo kúrenie do kostola. V r. 1988 sa tu v rámci príprav osláv tisícročia kresťanstva v Rusku verejne modlil za príchod Svätého Otca do Ruska.²

Hugo, vlastným menom Rudolf Fiby, ako výskumný pracovník v Ústave technickej kybernetiky SAV v období rokov 1985-1990 navštevoval Novosibirsk dvakrát ročne v rámci služobných ciest. V rámci toho sa zastavil aj v Moskve a svoj voľný čas venoval vytváraniu a upevňovaniu vzťahov s tamojšími kresťanmi. V r. 1991 odcestoval na trojročnú aspirantúru do Moskvy. Aj túto príležitosť využíval na stretávanie sa s kresťanmi, ktorých kontaktné adresy dostal pri odchode zo Slovenska.

Pod krycím menom Cyril sa predstavoval František Novajovský, ktorý cestoval do Ruska po prepustení z väzenia v r. 1983. Vďaka kontaktným adresám mohol v Rusku navštevovať ľudí a prinášať im kresťanskú literatúru. Do tejto krajiny sa opäť vrátil

v rokoch 1985 a 1988. Počas milénia pokresťančovania Ruska mal možnosť celebrowať sv. omšu v moskovskom Kremli, v Uspenskom chráme, ktorý slúžil ako múzeum. Víno mal vo fľaštičke od liekov, texty vedel naspamäť. Na verejnosti ani medzi ľuďmi, ktorých navštevoval, však nevystupoval ako kňaz. Sv. omšu odslúžil vždy ráno v hotelovej izbe, kde býval.

Vendelín, vlastným menom Peter Murdza, spomína, že Spoločenstvo Fatima sa od svojho vzniku zameriavalo aj na pomoc kresťanom v Rusku. Zakladatelia komunity, Silvo Krčméry a Vlado Jukl vysvetľovali, že Slováci majú k obyvateľom ZSSR blízko z jazykového aj kultúrneho hľadiska. Členovia spoločenstva si celé územie ZSSR rozdelili medzi seba tak, aby bol každý vo svojom svedomí zodpovedný za určitú časť.²

Lekár Jozef Guncaga používal na verejnosti krycie meno Karol. Počas totality sa mu podarilo vycestovať do ZSSR dva razy. V r. 1990 odcestoval na pozvanie do Ruska. Odvtedy tam pôsobí ako misionár.²

V súčasnosti sa už Spoločenstvo Fatima nezameriava na apoštolské aktivity v krajinách bývalého Sovietskeho zväzu. Táto skutočnosť vyplynula ako dôsledok situácie, ktorá vznikla počas perestrojky a po rozpade ZSSR, kedy sa náboženská situácia v krajine zmenila a náboženské aktivity mohli byť slobodne prezentované na verejnosti.

Kongregácia sestier premonštrátok

Kongregáciu sestier premonštrátok založil strahovský premonštrát páter Vojtech Frejka (krstným menom Vincent) 27. apríla 1902 na Svätom Kopečku pri Olomouci. Na území dnešného Slovenska a Česka tak obnovil premonštrátsky spôsob života, ktorý zanikol v 18. storočí za vlády Jozefa II. Habsburského. Na Slovensku dnes majú sestry premonštrátky komunity vo Vrbovom, Trnave, Bratislave, Nitre a v ruskom Volgograde.³

Kongregácia sestier premonštrátok nie je misijná rehoľa. Napriek tomu sa podľa výzvy bl. Jána Pavla II., ktorý podnecoval rehoľníkov na otvorenie sa druhým národom, snažia byť vnímavé k potrebám doby. Sestry pôsobiace vo Volgograde môžeme preto nazvať aj „misijnými priekopníkmi“ svojej provincie. Prvé kroky v misijnom pôsobení urobili sestry premonštrátky na podnet verbistu Jozefa Matisa⁴, ktorý prišiel do Volgogradu v r. 2005. Následne v septembri 2007 bola vo Volgograde založená Komunita troch sestier. Svoje poslanie uskutočňujú prostredníctvom katechéz, stretnutí s veriacimi pri meditáciách a zdieľaní Božieho slova, venujú sa deťom zo sociálne slabších rodín, navštevujú onkologický ústav pre deti a starajú sa o kostol.⁵

Okrem Volgogradu pôsobia sestry aj v mestách Volžskij, Kalač a Novyj Rogačik, ktoré tiež patria do Volgogradskej oblasti. S dospelými pracuje verbista

Jozef Matis. V utorok po sv. omši organizuje katechézy, v ktorých sa pripravujú ľudia na prijatie sviatostí. Príprava trvá jeden rok. Sviatosti sa vysluhujú vo veľkonočnom období - na Zelený štvrtok sv. prijímanie a na Bielu sobotu sviatosť krstu. Na prípravy chodia aj pravoslávni veriaci, ktorí chcú prestúpiť do Katolíckej cirkvi. Doteraz prestúpilo asi tridsať ľudí.

Detské katechézy prebiehajú v nedeľu, keďže v školách sa katolícke náboženstvo nevyučuje. Hoci od septembra 2012 budú Základy náboženstva povinným predmetom na všetkých ruských školách, výučbu rímskokatolíckeho náboženstva do ponuky nezaradili. Súčasný ruský prezident Vladimir Putin ešte v čase keď bol premiérom Ruskej federácie, schválil dekrét, podľa ktorého sa od septembra 2012 zavedie výučba náboženstva v celom Rusku, nie iba v niektorých regiónoch, ako to bolo doposiaľ. Na základných a stredných školách sa bude vyučovať pravoslávne ortodoxné náboženstvo, islam, židovské náboženstvo a budhizmus. Ďalšia možnosť ponúka absolvovať všeobecnejšie predmety ako základy náboženskej kultúry, či základy verejnej správy.⁶

Kostol vo Volgograde je počas dňa stále otvorený. Vždy je tam jedna zo sestier, ktorá ho stráži a zároveň poskytuje informácie ľuďom, ktorí sem prichádzajú. Je to služba a svedectvo viery zároveň. Ďalším dôvodom je fakt, že pri kostole nie je postavená fara. Kňaz J. Matis SVD býva v bytovke, čo môže pre ľudí predstavovať istú komplikáciu. V prípade potreby sestry kňaza kontaktujú.

Misionári Najsvätejšieho Srdca Ježišovho (MSC)

Misijnú kongregáciu MSC založil v r. 1854 francúzsky kňaz Jules Chevalier, ktorý citlivo vnímal biedu vo svete zapríčinenú sebeckom a ľudskou ľahostajnosťou. Názov kongregácie je odvodený z francúzskeho pomenovania *Missionnaires du Sacré-Coeur*. Misionári, ktorí sa cez sľuby chudoby, čistoty a poslušnosti zasvätili Bohu, prinášajú radostnú evanjeliu zvest' ľuďom z rôznych kultúr v 55 krajinách na piatich kontinentoch. Sú presvedčení, že dnešný svet potrebuje misionárov, ktorí budú vydávať svedectvo o Kristovi všade. V Kongregácii MSC dnes pôsobí približne 1900 kňazov. Na Slovensku, v Nitre, pôsobia štyria kňazi.⁷

Na konci tridsiatych rokov 20. storočia sa komunistický režim snažil odstrániť katolíckych kňazov v Rusku. Tejto skutočnosti sa nevyhla ani oblasť severného Kaukazu. Misionári MSC sa preto po rozpade ZSSR rozhodli prísť do tejto časti Ruska a obnovovať katolícku vieru ľudí, u ktorých bola násilne potláčaná niekoľko desaťročí. V r. 1995 prišli do Saratovskej diecézy prví traja misionári MSC z Írskej provincie, k misionárom z Dublinu sa v r. 2006 pridali Slovák Pavol Baroš MSC a Poliak Tomasz Poterala MSC⁸. Pátri pôsobili v Stavropoľskom kraji, ktorý má rozlohu väčšiu ako Slovensko. Dom Misionárov Najsvätejšieho Srdca

Ježišovho MSC sa nachádzal v Piatigorsku. Práca misionárov spočívala vo vyhľadávaní miestnych katolíkov, vo vytváraní nových farností, kde slúžili sv. omše, v príprave katechéz pre farníkov, v prípravách na prijatie sviatostí a ich následné vysluhovanie. Pre ľudí bola dôležitá samotná prítomnosť kňaza, ktorá im dávala pocítiť, že ako katolíci nie sú sami, ale Boh sa o nich zaujíma cez starostlivosť pastiera Cirkvi.⁹

Provincia Najsvätejšieho Spasiteľa Rehole menších bratov - františkánov na Slovensku (OFM)

Ordo fratrum minorum, alebo Rád menších bratov je známy pod jednoslovným názvom františkáni. Mužské žobravé rehoľné spoločenstvo založil v r. 1209 sv. František z Assisi. K františkánskym rehoľným spoločenstvám patria aj kapucíni (Rád menších bratov kapucínov) a minoriti (Rád menších bratov konventuálov). Na územie Slovenska prišli prví františkáni z nemeckej provincie (Provincia Germaniae) na prelome dvadsiatych a tridsiatych rokov 13. storočia. Pôsobili najmä medzi nemeckými kolonistami na juhozápade Slovenska. Najstaršie františkánske kláštory vznikli na území Slovenska v 13. stor. Františkáni dnes pôsobia v Bratislave, Fiľakove, Hlohovci, Nových Zámkoch, Prešove, Trnave a Trstenej. Františkáni sa usilujú byť s ľuďmi a byť pre ľudí.¹⁰

Na začiatku nového tisícročia ponúklo generálne vedenie Rádu sídliaace v Ríme možnosť pre bratov františkánov zo slovenskej provincie, aby sa zapojili do misijného diela v rámci Fundácie Rusko – Kazachstan. Ide o jeden misijný projekt v týchto dvoch krajinách s oficiálnym názvom Fundácia sv. Františka Assiského v Rusku a Kazachstane. Františkánska misia spadá priamo pod vedenie generálneho ministra. V Rusku a Kazachstane momentálne funguje päť komunít. Projekt misie je postavený na princípe medzinárodných spoločenstiev bratov. To znamená, že komunity tvoria bratia rôznych národností. V súčasnosti tam pôsobí sedemnást bratov, z toho jeden zo Slovenska - Rafael Tomáš Nevoľník OFM. Rafael Tomáš Nevoľník OFM vstúpil do Fundácie v septembri 2007. Mesiac pôsobil v Petrohrade, kde bol v tom čase hlavný misijný dom. Neskôr odišiel do Kazachstanu. Do marca 2008 pracoval v misijnom dome v Alma-Ate. V Taldykorgane pôsobil do apríla 2011. Odvtedy pracuje v ruskom Ussurijsku. V rokoch 2005-2007 bol v Novosibirsku a neskôr v Ussurijsku Peter Baptista Ján Pružina OFM. V r. 2008 pôsobil v meste Arsenev v Prímorskom kraji. Teraz žije vo františkánskom kláštore vo Fiľakove.

Saleziáni don Bosca (SDB)

Saleziánska spoločnosť vznikla na podnet Jána Bosca, talianskeho kňaza, v r. 1854. Názov spoločenstva odvodil Don Bosco z priezviska sv. Františka Saleského, pretože ho inšpirovala jeho horlivosť a dobrotá. Na Slovensku pôsobia saleziáni od r. 1924. Na celom svete

pôsobí 16 tisíc saleziánov, ktorí sú prítomní na piatich kontinentoch, v 127 krajinách. Na Slovensku majú saleziáni 22 domov. Ústredný provinciálny dom sídli na Miletičovej ulici v Bratislave.¹¹

V súlade s odkazom zakladateľa sv. Jána Bosca sa saleziáni venujú mladým ľuďom, najmä opusteným a tým najchudobnejším a to nielen hmotne ale aj duchovne chudobným. Prostredníctvom výchovy a evanjelizácie sa snažia prispievať k integrálnemu rozvoju mládeže. V štruktúre každého Saleziánskeho domu je spravidla aj stredisko pre mladých, oratórium, ktoré je výchovne zamerané a vedie k zdravému využívaniu voľného času. V školách a odborných strediskách saleziáni podporujú celkový rozvoj mladého človeka a vedú ho k viere. Na Slovensku sú saleziáni zriaďovateľmi troch škôl. Zameriavajú sa aj na animáciu a pastoračiu univerzitných študentov. V spolupráci s inými sociálnymi inštitúciami sa venujú sociálnej službe pre mladých v ťažkostiach. V prípade potreby slúžia, pomáhajú mladým aj v nesaleziánskych štruktúrach. Saleziáni na Slovensku sa osobitne zameriavajú aj na prácu s Rómami, na výchovu rómskych detí a mládeže. Pre tento účel zriadili výchovno-vzdelávacie centrum Poštárka v Bardejove. Rozvíjajú tiež spoločenskú komunikáciu prostredníctvom tlače, rozhlasu, filmu, televízie a internetu.¹²

Účasť na misiách je jedným z poslání saleziánskych rehoľníkov, ktorí svojich členov vysielajú do misií na celom svete, kde osobitný dôraz kladú na výchovu mládeže. Slovenskí saleziáni pôsobia v Afrike (Keňa, Sudán, Angola), Ázii (Azerbajdžan, Rusko-Sibír, Kazachstan), Južnej Amerike (Ekvádor, Peru), Európe (Ukrajina, Slovensko – Košice (Luník IX)).¹³

Začiatky misie v Aldane

18. júla 1992 po ročnej príprave prišli do Aldanu prví traja saleziánski kňazi: Juraj Kyseľ, Jozef Daniel Pravda a Jozef Tóth. Katolícka farnosť už bola v tom čase uznaná štátom. Na jeseň r. 1992 uznalo Jakutsko aj Saleziánsku spoločnosť.

4. augusta 1992 bol don Juraj Kyseľ vymenovaný za správcu prvej katolíckej farnosti Aldan v Jakutsku. Od júna 2006 tu pôsobí aj don Emil Šafár. Po troch rokoch v misii zhodnotil, že sedemdesiatročná ateizácia Ruska sa teraz prejavuje vo svojich dôsledkoch, akými sú rozbité rodiny, veľmi vysoké percento rozvodovosti a alkoholizmu u mužov a žien, vysoký počet samovrážd a vrážd. Ľudia sú akoby zranení, uzavretí, plní nedôvery a neschopnosti prijať evanjelium, ktoré im saleziáni hlásajú, kvôli negatívnym zážitkom z minulosti.¹⁴ Don Peter Bicák, provinciálny ekonóm v Moskve, začal svoju misijnú činnosť tiež v Aldane. Na tomto mieste zmenil svoj pohľad na humanitárnu pomoc. Zistil, že človeku nepomôže, keď mu niekto len niečo dá. Ako príklad uviedol situáciu, kedy saleziáni poskytovali pomoc starým rodičom, ktorí mali v opatere vnukov, ale pili. Čím

viac im pomáhali, tým viac peňazí im zostávalo na pitie. Preto je napríklad lepšie zaplatiť deťom obedy v školskej jedálni. Alebo pomôcť človeku, ktorý chce pomôcť aj sám sebe. Iný príbeh hovorí o invalidoch v dedine Chatystyr, ktorí si chceli založiť dielňu a začať šiť. Na rozbehnutie potrebovali peniaze. Saleziáni im kúpili látku a oni im sľúbili, že peniaze vrátia. Toto je zmysluplná pomoc.¹⁵

Začiatky misie v Jakutsku

Saleziáni pôsobiaci v Aldane sa poznali s poľským laikom Jaroslavom Basielom, ktorý od leta r. 1992 začal, aj s ich pomocou, pôsobiť v meste Jakutsk, administratívnom centre Jakutska. Trvalá prítomnosť saleziánov v meste Jakutsk sa datuje od septembra 1994, kedy sem prišiel bývať don J. D. Pravda a don Ladislav. Spolu s nimi prišla do Jakutska aj dobrovoľníčka Dr. Judita Stempelová, ktorá už v r. 1993 pôsobila v Aldane. Štát uznal farnosť v máji r. 1995. Saleziánsky dom bol otvorený a posvätený 7. decembra 1997. Organizuje sa v ňom napr. oratórium, mládežnícke stretnutia a katechézy. V ďalších priestoroch je zriadená kaplnka, knižnica, stolárska a krajčírska dielňa, počítačová trieda ako aj spoločenské miestnosti. V Jakutsku v súčasnosti pôsobia don Jozef Tóth a don Ján Chovaňák, ktorý sem prišiel vo februári 2012.

15. marca 2009 apoštolský nuncius v Moskve Mons. Antonio Mennini posvätil prvý katolícky kostol v Jakutsku, ktorý spravujú slovenskí saleziáni.¹⁶

Služobnice Ducha Svätého (SSpS)

Medzinárodná misijná Kongregácia Služobníc Ducha Svätého bola založená 8. decembra 1889 v Steyli v Holandsku sv. Arnoldom Janssenom po tom, ako v r. 1875 založil rehoľu Spoločnosť Božieho Slova (SVD). Slovenská régia SSpS vznikla 22. júla 1931.

Sestry SSpS majú trojičnú spiritualitu. Podľa slov sv. Arnolda Janssena oslavujú svätého trojjediného Boha vo svojom srdci a v srdciach všetkých ľudí. Hlásajú evanjelium tam, kde ešte nebolo ohlasované alebo bolo hlásané nedostatočne, preto musia byť sestry ochotné pre misiu ad gentes.¹⁷ Základom a cieľom misijnej kongregácie, v ktorej dnes pôsobí okolo 3500 sestier z 42 národností, je misionárska služba. Sestry pracujú v 44 krajinách sveta na všetkých kontinentoch v rôznych apoštolátoch, akými sú katechizácia detí a mládeže, pastoračná práca so ženami, sociálna a charitatívna práca s ľuďmi na okraji spoločnosti, evanjelizácia a výchova Rómov, starostlivosť o chorých a starých ľudí, ako aj misijná animácia, masmediálna práca, aktivity vo farnostiach a pod.¹⁸

V Rusku dnes pôsobia dve sestry SSpS. Sr. Agáta (Helena) Kovalčíková prišla v r. 2007 z Irkutsku do Kemerova a Sr. Bohdana (Dana) Ivaničová

Každá zo sestier má inú náplň práce od koordinovania katechetickej činnosti a vydávania katechetických materiálov v diecéze, cez prácu s deťmi

až po činnosť v Dome nádeje pre deti z chudobných rodín, alebo rodín alkoholikov. Sr. Bohdana sa venuje rodinám, ktoré sú v núdzi rozličného druhu (materiálna bieda, viacdetnosť, opustenosť alebo alkoholizmus). Vo farnosti vedie katechézu dospelých, ako aj duchovné a psychologické doprevádzanie ľudí. Podľa potreby pomáha aj v Dome nádeje. Komunita je otvorená pre kontakt s ľuďmi. Raz do mesiaca sa tu organizujú mládežnícke modlitbové stretnutia určené pre dievčatá. Táto činnosť sa plánuje rozšíriť aj pre iné skupiny.

Do r. 2011 pôsobila v Rusku aj sr. Lucia (Anna) Slušná. Sr. Lucia pracovala v moskovskej farnosti pri kostol sv. Ľudovíta¹⁹ jedenásť rokov. Kostol bol cez deň otvorený a kedykoľvek sem mohli prísť návštevníci, ktorých sr. Lucia privítala. Udivovala ich jednoduchosť kostola, ktorá silno kontrastovala s bohatou zlatou výzdobou pravoslávnych chrámov. Často sem prichádzali školské exkurzie v rámci poznávania svetových náboženstiev. Pre tých, ktorí chceli prijať sviatosť sa v kostole konali prípravy na sviatosť krstu, spovede a eucharistie. V r. 1994 prijalo krst 90 ľudí. Boli to väčšinou Rusi, a potom veriaci, ktorých korene siahali do Poľska a Litvy.

Po rozpade ZSSR začala v Moskve fungovať aj tlačiareň Duchovnája biblioteka. Venovala sa prekladom, vydávaniu a distribúcii kníh s náboženskou tematikou. Počas komunistickej éry sa na území ZSSR nemohli tlačiť Biblie. Jediný spôsob ako zadovážiť tieto knihy bolo pašovanie zo zahraničia. Po rozpade Sovietskeho zväzu sa do Ruska Biblie privážali na kamiónoch prevažne z Bruselu.

Spoločnosť Božieho Slova (SVD)

Mužská misionárska rehoľa Spoločnosť Božieho Slova (Societas Verbi Divini) vznikla 8. septembra 1875 v holandskom Steyli. Rehoľníci sú známi aj pod názvom verbisti. Verbisti dnes pôsobia v Bratislave, Nitre, Terchoveja Vidinej.

Verbisti ako kňazi a bratia zasväcujú celý život ohlasovaniu evanjelia medzi ľuďmi všetkých národov. Snažia sa prebúdať misijné povedomie a podporovať misijnú prácu na celom svete.

V Rusku dnes pôsobí niekoľko misionárov verbistov zo Slovenska. Ako prvý v r. 1998 odišiel do ruského Tambova Jozef Matis. V Tambove a Jaroslavli pracoval aj Miroslav Foriš, ktorý v súčasnosti pôsobí v Petrohrade. Robert Balek prišiel do Ruska v r. 2009. Jozef Roman pôsobil od r. 1999 v Blagoveščensku na Amure, odkiaľ bol preložený do Vologdy. V rokoch 2008-2009 spravoval farnosť Jaroslavľ. Dnes pracuje v Archangelsku, kde prichádzajú aj veriaci z miest Novodvinsk a Severodvinsk.²⁰ V období rokov 1999 až 2002 vykonával svoju misijnú činnosť v mestách Vologda, Jaroslavľ, Rybinsk a Vorkuta Stanislav Krajňák. V súčasnosti pôsobí ako rektor Misijného domu Matky Božej v Nitre, kde je zároveň aj správcom farnosti.

Záver

Perestrojka a následný rozpad Sovietskeho Zväzu priniesli so sebou veľké zmeny v spoločensko-politickej situácii Ruska, ktoré výrazne ovplyvnili postavenie Rímskokatolíckej cirkvi v krajine ovládanej sedemdesiat rokov trvajúcou silnou ateizáciou. V r. 1989 došlo k obnoveniu diplomatických vzťahov medzi Sovietskym zväzom a Vatikánom. Postupne sa obnovovali aj hierarchické štruktúry a činnosť reholí, ktoré mali v Rusku svoje historické postavenie ešte v časoch pred začiatkom ateizácie. Udomáčkňovali sa tu aj nové mužské a ženské rehoľné rády. Uvoľnenejšia náboženská situácia v novovzniknutej Ruskej federácii vytvárala priaznivé podmienky pre príchod a pôsobenie slovenských misionárov. Od 90. rokov 20. storočia rozvinulo svoju misijnú činnosť niekoľko mužských a ženských rehoľných spoločností zo Slovenska prakticky na celom území Ruskej federácie, v európskej a ázijskej časti Ruska, na Kaukaze aj Ďalekom východe.

Joseph Schmidlin, zakladateľ katolíckej misiológie uvádza, že pojem „misia“ môžeme chápať v užšom aj širšom zmysle. Misia v užšom zmysle, nazývaná tiež „misie“, sú misie medzi nekresťanmi, ľuďmi, ktorí nemajú kresťanskú vieru. Napriek tomu, že Schmidlin zdôrazňoval náboženskú povahu misie, ako ohlasovanie Božieho kráľovstva, nevyklúčoval z jej konceptu ani kultúrny, intelektuálny, morálny, sociálny a charitatívny aspekt. Ján Pavol II. vo svojej encyklike *Redemptoris missio* hovorí o rozdielnej činnosti v rámci „jedného poslanca Cirkvi“ podľa okolností, v ktorých sa toto poslanie uskutočňuje. Preto rozlišujeme tri situácie. *Vlastné misie „ad gentes“* sú charakteristické pre národy a spoločenstvá, kde Kristus a evanjelium ešte nie sú známe, alebo v ktorých ešte chýbajú zrelé kresťanské spoločenstvá. *Pastoračná činnosť* prebieha v kresťanských spoločenstvách s primeranými cirkevnými štruktúrami, ktoré majú živú vieru, svedčia o evanjeliu a cítia zodpovednosť za misijné poslanie Cirkvi. *Nová evanjelizácia* sa uskutočňuje v kresťanských krajinách, v ktorých sa skupiny pokrstených vzdialili od Krista a jeho evanjelia natoľko, že stratili zmysel viery a necítia sa už byť členmi Cirkvi.¹⁷

Začiatky misionárskej práce v Ruskej federácii neboli jednoduché. Častou prekážkou bola skutočnosť, že úrady nechceli katolíkom vrátiť kostoly zhabané počas komunizmu, alebo ich prinavracali veľmi pomaly za cenu veľkého vynaloženého úsilia misionárov a miestnych veriacich. Z tohto dôvodu sa sv. omše slúžili v kaplnkách vytvorených v domoch veriacich, alebo miestnostiach kúpených, či prenajatých na tento účel, a tiež v bytoch misionárov. Z rozprávania všetkých misionárov je zrejmé, že napriek rôznym vierovyznaniam, ktoré existujú na území RF, žijú v Rusku ľudia, ktorí chcú slobodne vyznávať rímskokatolícku vieru, hoci v minulom storočí im to sedemdesiat rokov nebolo dovoľované. Dôvody, ktoré ich vedú k vyznávaniu

katolíckej viery, sú rôzne. Často ide o ľudí, ktorí majú rímskokatolícke korene, zachovali si svoju vieru aj v čase násilnej ateizácie a odovzdali ju svojim deťom. Mnohí z nich sa s katolíckym kňazom opäť stretli až po niekoľkých desaťročiach, za čo boli nesmierne vďační. Katolícke náboženstvo z rôznych dôvodov oslovuje aj neveriacich, ktorí sa teraz pripravujú na prijatie sviatostí. Misionári sa počas svojho pôsobenia stretli aj s pravoslávnyimi veriacimi, ktorí chceli konvertovať na katolícku vieru. Niektorých k tomuto rozhodnutiu viedol pocit, že Katolícka cirkev ponúka rodinnejšie a priateľskejšie prostredie, než Pravoslávna cirkev. Vzťahy Katolíckej a Pravoslávnej cirkvi v Rusku závisia predovšetkým od ich predstaviteľov. Niektorí sú otvorení spolupráci s katolíckymi misionármi, iní ich obviňujú z prozelytizmu a správajú sa nepriateľsky. Dôležitou súčasťou misijnej práce je tiež ovládanie ruštiny, nielen kvôli priblíženiu sa obyvateľom v ich rodnom jazyku, ale aj pre vykonávanie úradníckej práce vo farnosti.

Aby slovenskí misionári uvideli ovocie svojej práce v Rusku, muselo ubehnúť niekoľko rokov. Dnes, dve desaťročia po začiatku misijného pôsobenia rehoľných spoločenstiev na území Ruskej federácie môžeme konštatovať, že ich práca, námaha a vynaložené úsilie má zmysel. Svedčia o tom najmä svedectvá ľudí, ktorí si vďaka činnosti rímskokatolíckych misionárov obnovili vieru a našli zmysel života.²¹

Zoznam bibliografických odkazov

1. ZADVORNYJ, V. L., JUDIN, A. V. Istorija katoličeskoj cerkvi v Rossii (online). [11. 1. 2012]. Dostupné na internete: <<http://cathmos.ru/content/ru/section-2009-10-24-21-52-48.html>>.
2. Šimulčík, J.: Zápas o nádej. Prešov: Vydavateľstvo Michala Vaška, 2000. 212 s.
3. Premonštráti (online). [22. 11. 2011]. Dostupné na internete: <<http://www.vrable.sk/premonstrati.phtml?id3=13219#deji>>.
4. Bratislava (online). [20. 11. 2011]. Dostupné na internete: <<http://www.premonstratky.sk/komunity/bratislava>>.
5. Misia Volgograd (online). [20. 11. 2011]. Dostupné na internete: <<http://www.premonstratky.sk/misia-volgograd>>.
6. Náboženstvo bude povinným predmetom na všetkých ruských školách (online). [20. 11. 2011]. Dostupné na internete: <<http://www.tkkbs.sk/view.php?cislocianku=20120215013>>.
7. Kongregácia Dcéry Našej Milej Matky Najsvätejšieho Srdca Ježišovho (online). [3. 3. 2012]. Dostupné na internete: <<http://www.misionari.sk/index.php/sestry-fdncs>>.
8. MSC Mission to Southern Russia: the Caucasus (online). [3. 3. 2012]. Dostupné na internete: <<http://www.msccireland.com/overseas-missions/russia/>>.
9. POTERALA, T. Pozdrav z Ruska (online). [3. 3. 2012]. Dostupné na internete: <<http://www.old.misionari.sk/msc/poteralarus.htm>>.
10. Kláštor františkánov (online). [15. 10. 2011]. Dostupné

na internete: <<http://www.frantiskani.sk/klstory.php>>.

11. Saleziáni dona Bosca (online). [2. 3. 2012]. Dostupné na internete: <<http://www.ponoviciat.saleziani.sk/index.php/onas/saleziani>>.

12. Naše poslanie. (online). [15. 12. 2011]. Dostupné na internete: <<http://www.svd.sk/index.php/nase-poslanie.html>>.

13. *Krajiny* (online). [15. 12. 2011]. Dostupné na internete: <<http://misie.saleziani.sk/misie/misijne-dobrovolnictvo/krajiny>>.

14. Misionár v Rusku: Učím tancovať ľudí, ktorí krívajú na obe nohy. (online). [22. 11. 2011]. Dostupné na internete: <<http://tv.sme.sk/v/10246/misionar-v-rusku-ucim-tancovat-ludi-ktori-krivaju-na-obe-nohy.html>>.

15. Hyža, A., Kubínyi P.: MISIA – Slovenskí saleziáni vo svete / MISSION – Slovak Salesians around the world. Bratislava: 2010, s. 64.

16. V sibírskom meste Jakutsk posvätili prvý kostol, spravujú ho saleziáni. (online). [3. 3. 2011]. Dostupné na internete: <<http://www.saleziani.sk/v-sibirskom-meste-jakutsk-posvatili-prvy-kostol-spravuju-ho-saleziani.html>>.

17. Misia ad gentes znamená činnosť misionárov u tých národov a spoločností, ktoré ešte nepoznajú Krista a evanjelium (toto sa im hlása prvýkrát), alebo sa tu ešte nesformovali zrelé kresťanské spoločnosti. (Zdroj: Bučko, L.: *Na ceste k oslobodeniu. Základy misiológie*. Nitra: 2003, s. 19.)

18. Misijná Kongregácia Služobník Ducha Svätého- SSps (online). [15. 2. 2011]. Dostupné na internete: <<http://zlatemoravce.fara.sk/view.php?cislocianku=2007050004>>.

19. Rusko - Sibír (online). [15. 2. 2011]. Dostupné na internete: <<http://www.ssps.sk/dev/podclanky/9.html>>.

20. P. Jozef Roman SVD o Rusku (online). [4. 2. 2012]. Dostupné na internete: <http://misie.sk/index.php?option=com_content&view=article&id=36:roman&catid=41:s-misionarmi&Itemid=99>.

21. Prežiť 20 rokov na Sibíri dáva zmysel (online). [17. 4. 2012]. Dostupné na internete: <<http://www.saleziani.sk/prezit-20-rokov-na-sibiri-dava-zmysel.html>>.

Autorka: Michaela Vašků

Univerzita Tomáše Baťu v Zlíne, Fakulta humanitných štúdií, Ústav anglistiky a amerikanistiky

Názov bakalárskej práce: Cesta z nemoci. Projekt publikace mezinárodního časopisu klienty

center péče o duševní zdraví: Iskérka (Česká republika) a Nadace De Boei (Holandsko)

Journey from Illness. The project on publishing an international magazine by the clients of mental care centres Iskérka (the Czech Republic) and Stichting De Boei (the Netherlands)

Študijný odbor: Anglický jazyk pre manažérsku prax

Ročník: III., školský rok 2011/2012

Vedúci záverečnej práce: Mgr. Jana Vondřejcová

Introduction

The statistics on the number of people suffering from psychiatric disease is alarming, increasing rapidly as a result of our steadily speeding-up lifestyle which is surrounded by stress. Around 50 million citizens of the European Union, which is nearly 11% of its population, suffer from a mental disease. Schizophrenia affects 1% of the whole population and depression is stated to be the most common health problem at all. It is said that yearly 58 000 people of the European Union commit suicide and the number of attempts is even 10 times higher.³ Current estimations in some European countries are even worse, for example in the Netherlands, according to Hans Marechal, the manager of a Dutch social care organization in Eindhoven, *“every fourth person suffers from some kind of a psychiatric problem or disorder caused by an inconvenient life situation or unstimulating social background”*.⁶

The situation in the Czech Republic is not satisfactory either. Until recently, the Czech psychiatric patient was treated only with the emphasis on health care, being referred to a psychiatric hospital. While the social aspect of the care that could help these people to regain their self-confidence and responsibility and to renew their social roles lost due to illness, was a couple of years ago still totally missing in the Czech Republic.

During my internship in 2011 and 2012, I had an opportunity to work with two organizations providing social care services to these vulnerable people, daily care centre “Iskérka”, one of the first social care organizations focused on this target group in the Czech Republic, and De Boei from Eindhoven, an organization with over 20 years of experience and a unique approach towards people with a psychiatric background (called “participants” in De Boei). The attitude of De Boei emphasizes talents and skills of these people, discovering their abilities and empowering them to live an active valuable life.

My internship task was to organize and to assist a group of clients of Iskérka, who got inspired by their Dutch partner organization in publishing a clients’ magazine and decided to publish their own magazine in the Czech Republic. A magazine that would enable people to share their life stories with others and to present experience from their international

cooperation and projects with De Boei. A magazine that would incite their own creativity and combine it with a useful content. Working with these people on the magazine project enriched me enormously and provided me a sound topic for my bachelor thesis.

In my bachelor thesis, I set up **four main goals**:

1. Introducing the target group of people, currently almost unknown and neglected in our society and thus contributing to promotion of this target group
2. Presenting innovative know-how from the Netherlands and reflecting progressive approaches of De Boei as transferred into the Czech practice of “Iskérka”
3. Monitoring the process of preparing an international magazine together with clients of “Iskérka” involved in the editorial team
4. Evaluating beneficial impact of the magazine on the clients involved.

Introduction of the Target Group

The term of person with a psychiatric background can be defined in several ways. According to Oldřich Matoušek⁷, this term refers to a person who suffers from a behaviour disorder connected with a disorder of human relations.⁷ Pavel Hartl and Helena Hartlová⁴ provide a broader definition of a mental disorder characterized as a process in people’s psyche that can be observed in their behaviour and way of thinking that composes barriers for leading an independent social life.⁴ However, the psychiatric disease does not affect only the people’s behaviour and their way of thinking. It can also influence their memory function, perception and the sphere of emotions.

People affected by psychiatric disease belong to the most vulnerable target group in the Czech Republic and also in the most of Europe. The ignorance and little awareness from the side of society contribute to worsening of the disease. *“One of the most important and serious problems that people with a psychiatric background meet in their everyday lives is their feeling of stigmatization from the side of society – it is caused by prejudices and averse behaviour of other people who are highly suspicious towards people with a psychiatric background. They unjustly underestimate their abilities,*

they consider them to be dangerous and unpredictable and that is why they refuse to socialize with them and they make their involvement into daily life more difficult."¹⁰ What is more, the public, ordinary people and even the clerks in social departments, often confuse this target group with mentally retarded people, a completely different target group with different types of problems.

This is also the main motivating factor for my bachelor thesis, respecting the medical limitations of the target group, to concentrate on the "healthy side" of these people, possibilities of their personal growth and development. Therefore, my work will not deal with the "cure" side of psychiatric disease, nor its cause. I will focus on its social impact and underline opportunities arising from social and working rehabilitation of these people.

Limitations of the Target Group Leading to Social Exclusion

People with a psychiatric background have to face strong stigmatization from the side of society caused by prejudice. This as a vicious circle deepens their illness and social exclusion. While working with the target group, I observed the following obstacles of people with a psychiatric background in relation to their social and working environment:

Stigmatization from Society and Self-stigmatization

A stigma resulting from the stay in a psychiatric hospital is one of the most serious barriers for this target group. Unlike other target groups, people with a psychiatric background are also burdened with a stigma related to a feeling of their own incapability, a loss of self-confidence, self-stigmatization. This personal "inner" stigma can even be more serious than the stigma given by the society. It comes from the conviction of an ill person and influences his image in relationship to the surrounding world.

For some people the loss of a realistic view of their own capabilities and the effort to come to terms with their new role leads on the contrary to an effort to overestimate their own strength and possibilities. This later causes disillusion for being unsuccessful and serious problems in their social contacts. As a final result, both types of behaviour lead to a kind of social passivity, which in a simplified way can be described with the comment „I am ill – you take care“. Accepting a role of a stigmatized patient demotivates to see any challenges for an ill person.

Cycle Character of the Disease

The cycle character of the disease (with the phases attack, remission and relapse) forms a permanent threat of repeated stay in a psychiatric hospital. It makes the continuity of their life impossible,

disrupts all social and sociable relations, disturbs family and personal relationships and deepens their social isolation.

A longer-term stay in a psychiatric hospital causes serious problems to most people after their return. They lose their place of living or on the contrary they are condemned to living in the social isolation of their closest family. This negatively influences their capability of wider socialization and activation. And paradoxically, the social isolation and non-activity further deteriorates their health status and psychiatric problems, with a threat that an attack with hospitalization comes earlier than for patients with a regular active life.

Limited Labour Capacity

The contemporary open labour market, the competitive atmosphere and conditions laid on by employers are not adjusted to the individual needs of people with a psychiatric background. Particularly after a longer-term stay in a psychiatric hospital, these people are not capable of an instant return to their employment. Their working ability is limited and must be adjusted to the character of the disease. In the Czech Republic there is no system that would allow setting up and long-term monitoring of an individual performance plan. A plan that would be dependent on the degree of health handicap, and that would respect both the disease with its difficulties and at the same time the capabilities and possibilities of self-realization of the individual with a psychiatric disease.

Insufficient Offer of Social Service

To be able to return to a normal social and working environment, people with a psychiatric background have to adapt. A significant help while preparing them for integration is the service of social and working rehabilitation. However, the low availability of this service is a serious nation-wide problem in the Czech Republic. There is a deficit of organizations that provide the social care service to people with a psychiatric background, same as a lack of tested methodology.

The renewal of working habits and skills as the most important goal of working rehabilitation, noticeably raises a chance of getting a job, strengthens people's self-confidence and enables their personal growth.

Prevailing Trend of Institutional Care

As a result of low accessibility of facilities offering social and working rehabilitation for this target group, people with a psychiatric background are forced to stay in psychiatric hospitals. Their return to a normal social environment would in some cases already be possible from a health point of view. However, they would be endangered by not receiving help with the reintegration

into normal life. A passive approach from the side of society towards these people forces them to stay in an environment that is not natural for them and consequently is not stimulating and motivating either.

The need for facilities providing social care service and the need to create further activation programmes for this target group of people to the Czech Republic proves to be the key point.

Fear of Losing Social Securities

Worries about the loss of employment and income deepen the fear of losing the basic social securities. This has its influence both on the progress of the disease and on the possibility of an adequate working activation of the ill individuals. Some people with a psychiatric background refuse to look for help for fear of being labeled with a stigma, others because they are afraid of a stay in a psychiatric hospital.

With those, who were admitted a disabled allowance, this uncertainty on the contrary is deepened by the fact that they are worried that this pension could be taken away from them in the case of their employment, even if only part-time. That is why they rather stay „non-active“.

Help provided by the European daily care centres “Iskérka” and “Stichting de Boei”

People with a psychiatric background are a very specific target group of people endangered by social exclusion in whole Europe. Apart from stigmatization, people with a psychiatric background experience self-stigmatization related to feelings of disability and the loss of self-confidence. The cycle character of the disease creates a permanent threat of returning to a psychiatric hospital. As a result, these people often lose their work, their economic situation deteriorates, social relationships are interrupted. It affects their domesticity and personal relations. Social isolation results in further deepening their psychiatric problems. This situation is similar in the Czech Republic as in the rest of Europe. What is different is the approach, experience and service available.

While most of the developed countries of Europe have a long-term experience from running daily care centres for people with a psychiatric diagnosis, in the Czech Republic there are not many organizations that already have knowledge and expertise related to this target group.

My bachelor thesis is focused on the daily care centre Iskérka seated in Rožnov pod Radhoštěm, where I spent my internship, and on Stichting De Boei from Eindhoven that closely cooperates with Iskérka. Both organizations are very progressive and to a certain extent unique in Europe, mainly in developing their own innovative approaches towards clients of social service.

Introduction of Foundation “Stichting De Boei”

Stichting De Boei is a Dutch social care

organization focusing on people with a psychiatric background located in the town of Eindhoven in the Netherlands. It is an acknowledged organization with progressive methods to motivate their clients to activities and labour. De Boei provides top-quality social service, activates clients to a maximum utilization of their own potential and empowers them to a gradual personal and professional growth. Many years of experience in working with people with a psychiatric diagnosis have enabled De Boei to elaborate its own, highly efficient methodologies, which are also in the Dutch social care system considered to be highly progressive, inspiring for other organizations.

Innovative approach towards clients

The innovative approach of Stichting De Boei has been developed by Hans Marechal, the manager and founder of this Dutch organization.

The most important ideas of Stichting De Boei's philosophy, that also inspired the Iskérka organization from Rožnov pod Radhoštěm, can be described as follows:

- the client is an equal partner of the worker, employees treat clients (participants) **equally and respectfully**
- the fundamental idea that there is “**more than someone's illness**”
- focus on what people “can” instead of what they cannot manage, emphasize the client's **abilities rather than disabilities**
- a client can fulfil **several different roles**, he can restore them and discover new roles (besides of the role of a patient, he has a role of a father, colleague etc.)
- treatment is directed to the recovery of lost roles, **regaining responsibilities** and to social participation
- a person with his own psychiatric experience becomes an **expert** on his problem (a so-called **peer specialist**), can advice other ill people and even be an advisor to personnel (Hans Marechal 2011)

Introduction of the Non-Profit Organization “Iskérka”

The Czech daily care centre Iskérka – o. s. (civic association) is located in the town of Rožnov pod Radhoštěm. The service of Iskérka is aimed at people with a psychiatric background. At the time of its origin in 2004 Iskérka was the only organization providing social rehabilitation to people with a psychiatric background in the whole Zlín region.

In 2006 Iskérka started to cooperate with the renowned Dutch organization Stichting de Boei from Eindhoven and such a close partnership contributed to Iskérka's fast development. From the beginning they have been running successful projects supported by the

European structural funds. Stichting De Boei provides innovative know-how to Iskérka focused on improving standards of social care towards clients. Several principles and methodology of De Boei have been adapted and put into practice in Iskérka daily care service.

The Iskérka organization nowadays provides the service of social rehabilitation, mediating social contacts, running educational and activation programmes, workshops, psychotherapeutical and music therapy groups. Another service provided is working rehabilitation. Its main mission is to stimulate and further develop the basic working habits of the people which were often interrupted by the illness. Both types of a service are provided to clients free of charge.

Importance and Benefits of the Project on Publishing an International Magazine

Circumstances of Establishing an International Magazine

The idea of publishing an international magazine was born while I was carrying out my internship in a non-profit organization Iskérka. It was initiated by one of the clients of Iskérka, Dana Mičolová: *"The idea of creating a magazine "by clients for clients" occurred to me after visiting our partner organization Stichting De Boei. When I saw in Eindhoven how people with a psychiatric background are involved in the working process, it encouraged me a lot. I was very impressed to see what all they manage. One of the things that amazed me most was De Boei magazine published by clients."*

The magazine is called in Dutch De Brulboei which in literal translation means the scream (roar) of De Boei in other words it represents the strong voice of clients. Exactly this idea inspired Czech clients to create a similar magazine in the Czech Republic, the first magazine published by clients. Dana Mičolová⁸ defines it as follows: *"We want to get closer to other people via the magazine. We want to help these people in finding their way and power for change – not to worry about what they were deprived of due to their disease but to focus on what they can achieve."*

Importance of a Magazine in the Process of Recovery

The magazine's main mission is to activate people with a psychiatric background, to motivate them and to involve them into the working process. It offers them space for writing articles, sharing their own life stories, informing about accomplishments in overcoming their illness and about empowerment methods in the Czech Republic and abroad. It provides space for self-presentation and encourages to publish articles in cooperation with Dutch partner organization Stichting De Boei. Also Mr. Petr Možný¹⁰, the director of Psychiatric Hospital Kroměříž, supports the idea of a

magazine published by people with a psychiatric background. *"It is important for them to share their experience from their illness, from cooperating with medics and with other people from their neighbourhood."*¹⁰

The magazine can be the voice of people with a psychiatric background. It helps them not to feel isolated which makes a positive effect on their disease. *"A magazine, where authentic experience from the lives of people with a psychiatric background will be described and published, would be very beneficial in the struggle against the stigmatization of these people. At the same time it will help to increase the general degree of awareness of the public about existing needs, abilities and difficulties of these people. The magazine will return to them the feeling of dignity and usefulness."*¹⁰

The magazine can significantly contribute to social and working rehabilitation of people with a psychiatric background. Being involved in the process of creating a magazine influences the target group's motivation. Motivating to activity has a consequent effect on improving people's life, inciting their creativity and regaining their self-confidence. *"As a psychiatrist, who has already been in daily contact with psychiatric patients for more than 25 years, I know very well, how important every support and believe in their abilities for these people is. It is beneficial with regards to their mental condition. An act of publishing a magazine can positively affect their destiny that was often in many cases not prosperous for them."*¹⁰ Like this, the magazine plays an important role in the process of recovery of people with a psychiatric background.

However, it is not only the people with a psychiatric background who will benefit from publishing a magazine. It is also the society that can profit from activating mentally ill people. The magazine will create social awareness of this target group which will prevent it from being incorrectly associated with mentally retarded people. Giving these people back their lost social roles, responsibility and importance instead of only investing into their treatment can also bring society savings.

Expected Benefits of the International Magazine

Expected Benefits for the Target Group

The expected benefits for the target group are the following:

- Introducing the target group and its problems to society
- Activation, motivation, opportunity for self-realization and self-presentation of people with a psychiatric background
- Stimulating the creativity of the target group ("clients for clients")
- Emphasis on the clients' strengths instead of weaknesses

- Opportunity to publish client articles together with expert texts in cooperation with De Boei and experts from the Czech Republic
- By involving a psychiatric hospital, linking the health and social care (the so-called “cure and care”) which are inseparable in case of psychiatric illness

Expected Benefits for other Organizations

Thanks to the long-term close cooperation with the Dutch organization Stichting De Boei, Iskérka and its clients are ahead compared to other organizations aimed at helping people with a psychiatric background in the Czech Republic. Therefore also other non-profit organizations in the Czech Republic can be inspired by the innovative methodology of these organizations. The expected benefits for them can be the following:

- being informed about unique know-how from the Netherlands
- learning how the innovative ideas can be put into practice of the Czech Republic (experience of the Iskérka organization)
- motivating social service providers to improve their own service offered to the target group in the Czech Republic

Expected Benefits for Society

Apart from benefits of the magazine for the target group, the magazine is expected to have a wider society impact:

- Forming social awareness about the target group
- Allowing people with a psychiatric background to regain their social roles and importance, they bring values back to society instead of only passive consuming
- Empowering people to regain their own responsibility
- Contributing to recovery and lowering the need of psychiatric hospital treatment

Expected Benefits for the Organization Iskérka

Iskérka organization can gain the following benefits from publishing a magazine:

- Promoting the international activities and projects of Iskérka, Rožnov pod Radhoštěm and Stichting De Boei, Eindhoven
- Raising PR for Iskérka and De Boei in the Czech Republic
- Informing about the target group and monitoring the magazine's development and achievements by means of a bachelor thesis

Forming an Editorial Team

For the purpose of creating an international magazine of Iskérka, an editorial team was settled. It

was composed of six members working closely together – four clients of Iskérka, one employee of Iskérka and me. I was responsible for managing, supervising and coordinating the whole process of magazine realization. The members of the editorial team were selected based on their motivation and interest and also their previous experience and skills. They were appointed to the positions of editor in chief, deputy editor, editor and proofreader, graphic designer and translator. Competences for each position were defined. The editorial team was responsible for writing, collecting and selecting the final articles that were prepared to be published. When finalizing the magazine, this body is expected to provide proofreading, graphical processing and its distribution.

Feedback – Benefits for Clients Involved in the Editorial Team

Although the print and distribution of the project are still to come, the most important phases have already been successfully fulfilled. As far as impact on society and other organizations, these are a subject of long-term evaluation. Nevertheless, already now it is possible to evaluate the impact of the process of project realization on clients of Iskérka involved in the editorial team.

For the purpose of obtaining feedback from the editorial team members, clients of Iskérka, people with a psychiatric background, I applied the method of a structured interview.

Method and Respondents of a Structured Interview

The structured interview records feedback of members of the editorial team, clients of Iskérka, from the process of creating an international magazine. The interview was held with four of its members in the positions of editor in chief, deputy editor, editor and graphic designer who all were clients of Iskérka (people with a psychiatric background). The outcomes of the structured interview were compared with the expected beneficial impact on the members of the editorial team and the most important findings were summarized.

I set up the following questions:

1. What motivated you to participate in the process of publishing a magazine?
2. What did you find difficult while preparing the magazine?
3. Which task did you perceive as easiest?
4. What did you enjoy most while preparing the magazine?
5. What was beneficial for you during the preparation of the magazine?
6. Did you gain new skills?
7. Did your work on publishing a magazine bring you any incentives?
8. Can the magazine in your opinion help also other

people with a psychiatric background?

9. Do you think that the magazine will contribute to better awareness about the problems of the target group?
10. What is the main goal of the magazine?
11. Did the magazine help you to raise your self-confidence?
12. Was there anything you were not satisfied with during the process of creating the magazine? Anything you would like to change?
13. How do you assess the working atmosphere during preparation of the magazine?
14. How do you assess the cooperation between members of the editorial team?

The group of respondents is rather compact (all people with a psychiatric background, all clients of Iskérka, all involved in the magazine project) but at the same time variable as far as basic personal characteristics concern. Two of the four respondents are male, two are female. The respondents are of various age - 25, 38, 55 and 63 years old. Two of them have a university degree, one is a secondary school graduate and one respondent has only a basic education. All of them experienced work before their psychiatric problems occurred.

Summary of Outcome of the Structured Interview

Question 1 - Motivating Factors for the Work on the Magazine

As follows from the answers, motivating factors leading to participation of clients in the process of realizing a magazine varied. Two respondents pointed out their previous activities in journalism as the driving force. Another respondent was inspired by a similar magazine published abroad by partner organization Stichting De Boei and a third motivating factor was also the opportunity to utilize skills gained previously at school.

Question 2 – Difficulties Met during the Work

When asked about difficulties during preparation of the magazine, one respondent did not see any at all. Two respondents had difficulties in task succession, summarizing the most important facts and one was worried whether the results of his work would satisfy the whole group. The reported difficulties mostly concerned the work organization in a team.

Question 3 – The Easiest Tasks on the Magazine Preparation

The question regarding the easiest task offered four different answers. For one respondent, the easiest was interviewing people. Others considered compiling articles from different contributors and writing an own article as easy. For one client the common meetings of the editorial team were the easiest task. It is obvious that the answers reflect previous experience and individual skills of each respondent.

Question 4 – The most Enjoyable Tasks during the Magazine Preparation

Two respondents most enjoyed writing articles, one of them even stated that thanks to the work on the magazine, he had found a new sense of life. Further favourite activities were compiling the articles, common meetings of the editorial team and IT work. Half of the answers state as most enjoyable activities the same activities reported in question 3 as the easiest ones.

Question 5 – Benefits for Clients from their Work Involvement

This question was aimed at finding out what the clients gained from their engagement in the magazine project. One respondent found his own impact in teaching others and helping other people as beneficiary. Two respondents experienced their personal growth. Another client learnt how to accept criticism in a team. Also the possibility of practising previous experience and skills was considered a contribution. Another answer shows useful and meaningful work as the most beneficiary moment. All the questions reflect skills clients learnt from team work but also discovering a new personal potential.

Question 6 – New Skills Gained by Clients

The question checked if the clients gained any new skills from the project. The answers confirm some of the benefits expressed previously and related to team work and personal growth. The clients report that they improved their communication skills, learnt how to deal with different types of people and how to accept criticism. They learnt to gain responsibility. Also the opportunity to develop previously obtained skills is again reflected.

Question 7 – New Incentives from the Work for Clients

Encouraging clients to new stimuli in the process of publishing a magazine was the subject of this question. All the answers were positive. One respondent sees a challenge in deepening the relationship with Stichting De Boei and Psychiatric Hospital Kroměříž, involving hospital patients in the preparation of the next magazine issue. One more respondent confirms his determination to continue publishing. A very strong incentive was expressed in the motivation of one of the clients to apply for a doctor's degree writing a thesis on the recovery topic.

Question 8 – The Clients' View on Beneficial Impact of the Magazine

All the respondents were certain about the positive impact of the magazine on other people with a psychiatric background. Two respondents believe in power of real stories of people who had recovered from their illness, on other people with a psychiatric background. Another answer again underlines the feeling of usefulness of all the clients involved in the magazine. According to other respondent, the

magazine and Iskérka projects have a pilot function for other people with a psychiatric background. From most the answers follows how important the sample of a recovered client can be for others.

Question 9 – Raising Awareness of the Target Group via the Magazine

All four respondents are convinced about the magazine's beneficial contribution towards social awareness of the target group. Two respondents refer to incorrect viewing of the public towards people with a psychiatric background. They emphasize a negative presentation of the target group in the mass media, often as dangerous people, based on extreme criminal cases. And this, according to the clients' opinion, evokes a general contempt and suspicion against the target group.

Question 10 – Main Mission and Goals of the Magazine

This question aimed at finding out which of the goals of the magazine are considered most important by clients. In order to weigh the importance of each of the goals, the respondents had a 5 degree scale. Surprisingly, all the respondents used the top degree for each of the prescribed goals. This means that in the clients' opinion all the goals are equally important, and all the goals are top important. This outcome confirms a shared vision of the involved clients and also their strong believe and determination in the results of the magazine project idea.

Question 11 - Raising Self-confidence of Clients

With this question we wanted to find out if the work on the magazine project helped the involved clients to raise their self-confidence. The clients had four options of responds - "yes / partly / no / I do not know" and could further comment their answers. Three responds were positive, one negative. Two of the positive answers confirmed a raised of confidence without a doubt, one of them stated "partly". One respondent again pointed out that the magazine gave him a new sense of life and encouraged him to help other people.

Question 12 – Satisfaction with the Process of Creating a Magazine, Impulses for Improvement

This question brought in different opinions. One respondent was fully satisfied and would not change anything. Another respondent did not like the attendance of some people during the editorial team meetings and had problems in communicating with a particular person. Which he at the same time mentions as a challenge for improving his own communication skills. One of the respondents would like to change the routine of selecting articles.

Question 13 – Assessment of the Working Atmosphere

The atmosphere during preparation of the magazine was assessed positively by the involved clients. It was described as pleasant, factual, efficient and hardworking. Two respondents noticed good cooperation between the members of the editorial

team. One respondent pointed out a learning process in which the definition of tasks and their follow-up had to be learnt.

Question 14 – Assessment of Cooperation between the Members of the Editorial Team

Question about cooperation between the team members provided unequivocal response. All four respondents were very satisfied with the team work. One respondent expressed his motivation incited by the opportunity to work with skillful people. The answers of the others appreciated close cooperation between the team members and friendly, efficient and hardworking atmosphere. Most of these comments had already been mentioned previously by different respondents. This proves that the benefits gained by clients from the team work are really significant.

Conclusion

Within the scope of my bachelor thesis, I focused on one of the most vulnerable target groups of people in the Czech Republic, people with a psychiatric background. In the **theoretical part of my work**, I described limitations and barriers of these people leading to their social exclusion, as well as their potential and possibilities of personal development. Further I explained the general importance of organizations aimed at helping these people by providing them social contact and working rehabilitation. I introduced daily care centres Iskérka located in Rožnov pod Radhoštěm and Stichting De Boei from Eindhoven, the organizations with a unique approach towards clients (people with a psychiatric background) based on empowerment and activating to self-recovery. I presented innovative know-how that Iskérka adapted from Stichting De Boei thanks to their long-standing cooperation on international projects aimed at improving conditions for the target group.

The analytical part was inspired by my yearly internship in the non-profit organization Iskérka and monitors the process of creating an international magazine by the clients under my leadership and assistance. The idea of a magazine was inspired by the Dutch organization Stichting De Boei where the clients' magazine is an important voice of clients and a tool contributing to destigmatization and recovery of people with a psychiatric background. Its main mission in the Czech Republic was to introduce the target group and involve clients in the preparation and publishing. Like this, the magazine also contributed to activation, motivation of clients, giving them an opportunity for self-presentation and self-realization and empowering them to regain their own responsibility.

The project on publishing a magazine was divided into four phases – the preparatory phase, the phase of searching for financial support, the phase of realization and the evaluation phase. The preparatory phase

included defining the vision of the magazine and the expected circle of readers and contributors, specifying the structure of the magazine and its organizational conditions. Searching for financial funds showed how difficult it is to operate for all the providers of social services in the Czech Republic, pointing out the non-systematic, non-continuous and non-guaranteed financing of social services in the Czech system.

The phase of realization depicts the forming of the editorial team of the magazine, defining the structure of the first issue, addressing to contributors, selecting and organizing articles, final editing, graphical processing, print and distribution.

Although the final print, distribution and evaluation are still to be completed and long-term benefits of the project can be evaluated later, already during the internship it was possible to reflect the most important benefits gained by clients from the work on the magazine. The beneficial effect on clients who participated in the whole process of preparing the magazine was assessed by means of a structured interview held with the members of the editorial team (clients of the Iskérka organization) and its results are also an important practical contribution of this bachelor thesis.

The bachelor thesis fulfilled the goals that were defined at the beginning. Its practical importance can be considered in four main areas:

1. **Introducing the target group** of people with a psychiatric background, currently unknown and still neglected in our society. Analyzing the problems of the target group as well as challenges for improvements brings a practical effect already in the theoretical part of the thesis.

2. The thesis **presents innovative know-how** from the Netherlands that inspired a Czech social care organization Iskérka, one of the first organizations focused on this target group in the Czech Republic, and therefore can further inspire other organizations in the Czech Republic and abroad.

3. The thesis monitors the **process of publishing an international magazine** by clients of Iskérka from the preparatory phase to the phase of realization. The thesis describes each phase and can be an instructive material for similar project applications by other organizations.

4. The thesis **evaluates the beneficial impact of the magazine project on the clients** involved in publishing by means of a structured interview. The achieved benefits are compared with the expectations set up in the preparatory phase and show practical effect for clients gained from the project.

Bibliography

1. České noviny. http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/drabek-vladu-o-penize-na-sluzby-nepozada-neziskovsky-neuspely/775970&id_seznam=7524 (accessed April 1, 2012).
2. Famous People and Mental Illnesses. http://www.mentalhealthministries.net/links_resources/other_resources/famouspeople.pdf (accessed April 2012).
3. Green paper. Improving the mental health of the population. http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2005/com2005_0484en01.pdf (accessed July 3, 2011.)
4. Hartl, Pavel, and Hartlová, Helena. *Psychologický slovník*. Praha: Portál, 2004.
5. Iskérka – občanské sdružení. <http://www.iskerka.info/> (accessed June 22, 2011).
6. Marechal, Hans. 2011. International conference. Innovations in social services. Rožnov pod Radhoštěm, CZ. April, 1.
7. Matoušek, Oldřich. 2005. Sociální práce v praxi. Praha: Portál.
8. Mičolová, Dana. 2011. Interview by author. Rožnov pod Radhoštěm, CZ. November 18.
9. Mikolajková, Blanka. 2012. Interview by author. Rožnov pod Radhoštěm, CZ. February 16.
10. Možný, Petr. 2011. Cover Letter for Supporting the Project on the International Magazine. July 2.

Udelenie Ceny Centra pre filantropiu za najlepšiu diplomovú alebo bakalársku prácu na tému filantropia, dobrovoľníctvo a tretí sektor:

Cena za najlepšiu študentskú prácu o filantropii bola udelená

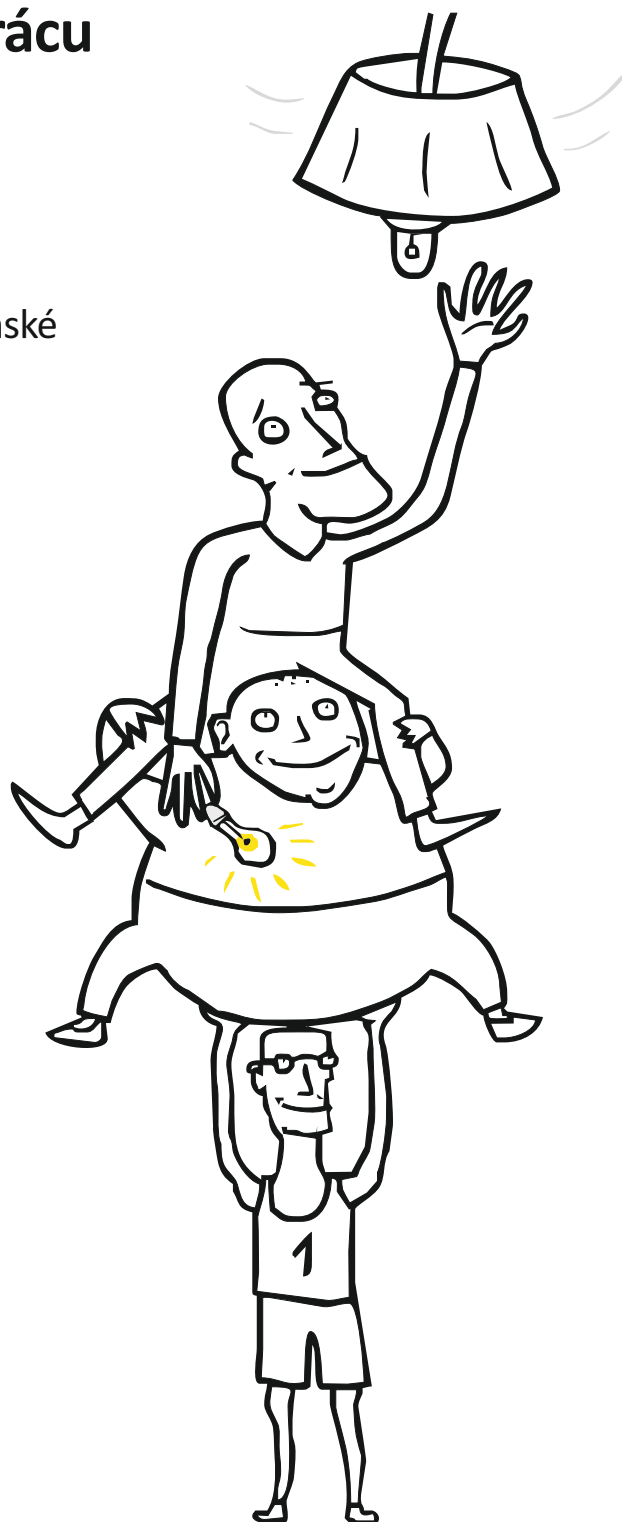
Nikole Janíčkovéj,

Univerzita Karlova v Prahe,
Fakulta humanitných štúdií, Katedra štúdií občanskej
spoločnosti za diplomovú prácu:
Online fundraising v Českej republike

Cena za najlepšiu študentskú prácu o treťom sektore bola udelená

Michaele Vašků,

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíne,
Fakulta humanitných štúdií, Anglistika
a amerikanistika, Anglický jazyk pro
manažerskou praxi za bakalársku prácu:
**JOURNEY FROM ILLNESS. The Project on
Publishing an International magazine
by the Clients of Mental Care Centres Iskérka
(the Czech Republic) and Stichting
De Boei (the Netherlands)**



cpf

CENTRUM PRE
FILANTROPIU



Centrum pre filantropiu, n. o.

Kozia 11, 811 03 Bratislava

tel.: +421-2-5464 4682

cpf@changenet.sk

www.facebook.com/cpf.sk

www.cpf.sk