

UNIVERZITA KARLOVA  
Evangelická teologická fakulta

# **Integrace sociálně vyloučených v projektu Nový Prostor**

Bakalářská práce

Pavla Peková

Katedra pastorační a sociální práce  
Vedoucí práce doc. PhDr. Eva Křížová, Ph.D.  
Studijní program Sociální práce  
Studijní obor PSP

Praha 2020

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto písemnou bakalářskou práci s názvem Integrace sociálně vyloučených v projektu Nový Prostor napsala samostatně a výhradně s použitím uvedených pramenů. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti ke studijním účelům.

V Praze dne 10. července 2020

.....  
Pavla Peková

## **Anotace**

Práce Integrace sociálně vyloučených v projektu Nový Prostor se zabývá možnostmi a způsoby pomoci lidem v tíživé sociální situaci skrze zapojení do pouličního prodeje časopisu v kombinaci s dalšími podpůrnými sociálními službami. V teoretické části jsou vymezeny pojmy sociální vyloučení a bezdomovectví jako jeho nejtěžší forma, sociální podnik nebo lidský, sociální a kulturní kapitál. Praktická část se pak zabývá jednak fungováním sociálního podniku Nový Prostor, charakteristikami tamních klientů, a dále zahrnuje vlastní výzkum, který zkoumá dopady poskytované podpory z pohledu klientů Nového Prostoru a míru jejich znovu začlenění do společnosti.

### **Klíčová slova**

Integrace, sociální vyloučení, sociální ekonomika, street-paper, Nový Prostor

## **Summary**

Thesis Integration of the Socially Excluded in the New Space project deals with the possibilities and ways of help to people in a difficult social situation through involvement in the street paper sale with another support of social services. The theoretical part defines the concepts of social exclusion and homelessness as its most difficult form, social business or human, social and cultural capital. The practical part focuses on social business of the New Space, the characteristics of their clients. An empirical research part is included, with examination about the impact of the support of New Space clients in their-own point of view and the degree of their reintegration into society.

### **Keywords**

Integration, social exclusion, social economy, street paper, New Space

## **Poděkování**

Ráda bych na tomto místě poděkovala paní doc. PhDr. Evě Křížové, Ph.D. za velikou vstřícnost a cenné rady při psaní této práce.

Veliký dík patří zakladatelce a ředitelce Nového Prostoru paní Dagmar Kocmánkové za otevřenost a sdílení informací, bez kterých bych tuto práci jen těžko napsala.

V neposlední řadě děkuji také všem prodejcům časopisu Nový Prostor, kteří byli ochotní podělit se o vlastní zkušenosti.

A naposledy děkuji také celé své rodině za trpělivost a podporu, kterých se mi od nich dostalo během celého studia.

# Obsah

Úvod .....	7
1. TEORETICKÁ ČÁST .....	8
1.1 Sociální vyloučení a bezdomovectví .....	8
1.2 Specifika bezdomovectví u lidí v různém věku .....	10
1.2.1 Příčiny a řešení bezdomovectví u mladých lidí do 26 let .....	10
1.2.2 Příčiny a řešení bezdomovectví u lidí v produktivním věku .....	11
1.2.3 Příčiny a řešení bezdomovectví u lidí v postproduktivním věku .....	12
1.3 Koncepce boje proti bezdomovectví v ČR .....	13
1.4 Přínos E. Eriksona pro sociální práci se sociálně vyloučenými .....	14
1.5 Lidský, sociální a kulturní kapitál jako zdroje v sociální práci .....	16
1.5.1 Lidský kapitál .....	16
1.5.2 Sociální kapitál .....	17
1.5.3 Kulturní kapitál .....	17
2. NOVÝ PROSTOR – PROPOJENÍ SOCIÁLNÍHO PODNIKU SE SOCIÁLNÍMI SLUŽBAMI .....	19
2.1 Co je sociální podnik .....	19
2.2 Ekonomická a sociální idea Nového Prostoru .....	20
2.3 Sociální práce a sociální služby poskytované v rámci Nového Prostoru ...	21
2.4 Kritéria efektivity v poskytování sociálních služeb .....	22
3. VÝZKUMNÁ ČÁST .....	25
3.1 Historie Nového Prostoru .....	25
3.2 Stávající fungování Nového Prostoru .....	26
3.2.1 Poslání a výchozí principy Nového Prostoru .....	26
3.2.2 Zázemí Nového Prostoru .....	28
3.3 Klienti v modulu street-paper .....	30
3.3.1 Obecná pravidla modulu .....	30
3.3.2 Pravidla pro prodejce registrované v modulu .....	32
3.3.3 Individuální plánování .....	33
3.3.4 Klub prodejců Nového Prostoru .....	34
3.3.5 Skupina klientů ve zvláštním režimu .....	35
3.4 O samotném časopisu a jeho vývoji .....	36
3.5 Opatření proti nelegálním prodejcům .....	38
3.6 Statistiky základní populace klientů Nového Prostoru dle systému eEquip	39
3.6.1 Brněnská pobočka a její klienti .....	39
3.6.2 Pražská pobočka a její klienti .....	40
3.6.3 Pardubická pobočka a její klienti .....	42
3.7 Dotazníkové šetření mezi prodejci časopisu v Praze .....	43
3.7.1 Metody a popis výzkumu .....	43
3.7.2 Zpracování získaných dat .....	44
3.7.3 Výstupy plynoucí z dotazníkového šetření .....	44
4. DISKUZE .....	50
5. ZÁVĚR .....	53
Seznam literatury a internetových zdrojů .....	55
Přílohy .....	57

Příloha č. 1 – Dotazník pro prodejce v projektu Nový Prostor .....	57
Příloha č. 2	
Návod k vyplnění dotazníku pro prodejce v projektu Nový Prostor .....	58
Příloha č. 3	
Soupis výsledků dotazníkového šetření mezi prodejci Nového Prostoru .....	59
Soupis výsledků (pokračování) .....	60
Příloha č. 4 – Mapa prodejních míst časopisu Nový Prostor v Praze .....	61

# Úvod

V této práci se chci věnovat tématu pomoci lidem ohroženým nejextrémnější formou sociálního vyloučení, tedy bezdomovectvím, skrze jejich zapojení do projektu Nový Prostor, kde si prodejem časopisů mohou nejen zlepšit finanční situaci, ale i osvojit či prohloubit dovednosti, které jim pomohou znovu se začlenit do společnosti.

Téma jsem si vybrala, protože mě zaujalo motto tohoto podniku, že: „*Nový Prostor dává možnost pracovat všem, kteří pracovat chtějí a mohou, ale jinde příležitost nenašli. ....*“ (Výroční zpráva Nového Prostoru, 2018, str. 2). Jedná se tedy o osoby, které se aktivně snaží řešit svou situaci, nikoli o ty, jež jsou pouhými příjemci poskytované materiální podpory, kterou nabízejí jiné občanské či křesťanské organizace. A vzhledem k tomu, že se s prodejci Nového Prostoru a jejich časopisem jako kupující a čtenář setkávám už od doby jeho vzniku, kdy se ještě jmenoval Patron, chtěla jsem poznat i pozadí tohoto projektu.

Cílem práce je za pomoci studia odborné literatury a dokumentace projektu popsat fungování Nového Prostoru, z. ú., tedy jeho vývoj v čase, způsob a rozsah služeb, které svým klientům poskytuje, a jeho cíle. V návaznosti na to pak vyhodnocením vlastního dotazníku odpovědět na otázku, zda a do jaké míry je tato snaha o integraci sociálně vyloučených naplněna z pohledu klientů, kteří služby čerpají.

Předpokládám, že s účastí klientů v programu Nového Prostoru roste nejen jejich finanční soběstačnost, ale i sebeúcta a sebedůvěra, což jim pomáhá krok za krokem zvyšovat participaci na životě společnosti, a to je přínosem nejen pro ně samotné, ale i pro celou společnost.

V teoretické části chci čtenáři přiblížit problematiku sociálního vyloučení, současnou situaci vyloučených ve společnosti a některé možnosti řešení. Praktická část dá nahlédnout na Nový Prostor v celé jeho šíři, včetně pohledu samotných klientů.

# 1. TEORETICKÁ ČÁST

## 1.1 Sociální vyloučení a bezdomovectví

Sociální vyloučení je stav, kdy je člověk vyloučen ze společnosti, nemůže se na ní podílet, a je důsledkem vyhocené krize v životě člověka. Člověk přestane zvládat nároky kladené společností a toto selhání má za následek ztrátu dosavadních rolí (Marek a kol., 2012). K sociálnímu vyloučení vede „*Nefungující interakce mezi společností a tímto jedincem...*“ (Marek a kol., 2012, str. 14).

Podle Kutákové je bezdomovectví „...*jev ukazující na souhrn negativních vlivů při ztrátě zázemí a vzniku pocitu, který lze nazvat opak jistoty domova...*“ (tamtéž).

Ačkoli mezi lidmi bez domova můžeme najít i osoby velmi vzdělané a vysoce kvalifikované, tato ztráta zázemí a následné sociální vyloučení má častěji souvislost s vyšší příjmů, což je nezdárka spjato s nedostatečným vzděláním, a to jak se vzděláváním při přípravě na budoucí povolání, tak i s vzděláváním celoživotním. Chybějící znalosti neumožňují uplatnění na trhu práce a následně pak komplikují osobní život i participaci na společenském životě (*Příklady nejlepší praxe v boji proti bezdomovectví*, 2003).

Každý pokus definovat bezdomovectví a bezdomovce jako takové skýtá riziko, že nepojme problematiku v celé šíři, proto bývá často vymezeno okolnostmi. Těmi může být zcela chybějící střecha nad hlavou, to, že člověk nemá domov, ale žije buď v nějaké instituci či v ubytovnách, anebo má nejisté bydlení, například bez smlouvy nebo ve squatu (Hradecká, Hradecký, 1996).

Psycholog pracující s lidmi bez domova zase může dělit svou klientelu podle psychických charakteristik. Například na psychicky zdravé, kterým se jen nedostává peněz, střechy nad hlavou či dokladů. Další kategorií jsou klienti s mentálním hendikepem, kteří potřebují větší podporu při jednání s úřady. Podobnou péči potřebují nositelé psychiatrické a neurologické diagnózy. Jinou skupinou jsou lidé, jejichž mentalitě je vlastní velmi volný životní styl



a ze situace umí vytěžit maximum, včetně veškerých sociálních dávek a poskytovaných sociálních služeb nejrůznějšího druhu. Velmi specifickou skupinu tvoří mladí bezdomovci, u nichž se pracuje zejména s motivací směřující k aktivitám podporujícím osobní růst (Marek a kol., 2012).

Pro sjednocení v rámci Evropy zpracovala Evropská federace FEANSTA zabývající se problematikou lidí bez domova typologii ETHOS, ve které se snaží zohlednit specifika v jednotlivých zemích Evropy. Zde můžeme nalézt „...čtyři koncepční kategorie: 1. Osoby bez střechy nad hlavou, 2. Osoby bez bytu, 3. Osoby v nejistém bydlení, 4. Osoby v nevyhovujícím bydlení.“ (*"Jak se žije na ulici – zjevné bezdomovectví": sborník z konference, 2010, str. 9*).

Další možné dělení je například podle typologie vytvořené Horákovou na konci milénia, a to na klasické tuláky, kteří si takový život sami vybrali, osoby aktuálně prožívající životní krizi, a následně pak na ty, kteří navíc pečují o dítě, celé rodiny, nezletilé, a lidi obývající opuštěné domy, což jsou tzv. squateři (*"Jak se žije na ulici – zjevné bezdomovectví": sborník z konference, 2010*).

Ale nabízejí se i další možnosti členění, třeba podle míry vyloučení, délky pobytu na ulici, či četnosti a způsobu vyhledávání pomoci.

Se ztrátou domova člověk nepřichází jen o materiální, ale i o sociální zázemí, kde by si mohl naplnit potřebu někam patřit, či být oceněn. Ztrácí jistotu, a nakonec i vlastní identitu. Život na ulici i cesta zpět jsou velmi těžké a vyžadují velikou sílu, které se ale člověku „na dně“ často nedostává, proto je tak důležitá pomoc zvenčí (*Specifika žen mezi lidmi bez domova: sborník z konference, 2009*), a to taková pomoc, která nejen dává milodary pro holé přežití, ale funguje podle přísloví „Daruješ-li člověku rybu, nakrmíš ho na jeden den, naučíš-li ho lovit, dáš mu potravu pro celý život.“

Dá se tedy říci, že fenomén bezdomovectví je velmi složitý od vlastní definice po řešení, a je zjevné, že bez ucelené koncepce není jeho řešení možné.

## 1.2 Specifika bezdomovectví lidí v různém věku

Možnosti a způsoby sociální práce se sociálně vyloučenými a s lidmi bez domova jsou různé a často se odvíjí o toho, v jakém věku tyto osoby právě jsou.

### 1.2.1 Příčiny a řešení bezdomovectví u mladých lidí do 26 let

Hlavní příčiny bezdomovectví u mladých lidí do 26 let tkví zpravidla buď v chybějícím sociálním kapitálu u lidí vyrůstajících v dětských domovech, výchovných ústavech či v disfunkčních rodinách, anebo v neochotě dodržovat pravidla a požadavky rodinou nastavená tam, kde zázemí rodiny mají.

U mladých odcházejících do života z institucí je úkolem sociálního pracovníka, aby minimalizoval rizika, která brání řádnému začlenění do společnosti. Klíčové je přiměřené a dostupné bydlení, dostatečný zdroj příjmů a práce s faktem, že předchozí pobyt v instituci není stigma.

Jiná situace je u mladých, kteří rodinu opustili. Když se po prvním nadšení z opojné svobody tyto lidé probudí do reality všedního dne, často by se rádi vrátili, ale buď tomu brání odmítavá reakce opuštěné rodiny, následky života na ulici jako jsou nemoci a závislosti, anebo obojí. V tomto případě pak sociální pracovník hledá cestu, jak postupně situaci řešit a kontakt klienta s rodinou navázat. U mladých lidí obecně platí, že úspěšnost sociální práce závisí na osobním vztahu klienta a sociálního pracovníka.

V případě závislostí musí sociální pracovník nejprve najít cestu, jak klienta motivovat k léčení. U mladých lidí se většinou nejedná o závislost na alkoholu, protože ta se buduje poměrně dlouho. Většinou se jedná o gamblerství nebo užívání drog. Závislost pro ně bývá jediným smyslem života, tím jediným, co je motivuje vykonat nějakou, byť i nepříjemnou, činnost. Bez nalezení jiného smyslu života je opuštění závislosti i následná úspěšná sociální práce téměř nemožná (*Sociální vyloučení a ztráta domova v kontextu závislosti": sborník z konference, 2007*).

Ačkoli se jedná o velmi tvrdou zkušenost, mají mladí velkou šanci se z ní snáze dostat, okolí je neposuzuje příliš tvrdě a je ochotno přijmout tuto jejich

životní etapu jako krok při hledání sebe sama na jejich cestě k sebepoznání (tamtéž).

### **1.2.2 Příčiny a řešení bezdomovectví u lidí v produktivním věku**

Období produktivního věku je relativně dlouhé, od vstupu do dospělosti až do důchodového věku. I když se jedná o velmi heterogenní skupinu, u níž jsou důvody, jejichž konečným důsledkem je bezdomovectví, různé, a ne vždy daným jedincem zaviněné, ve společnosti převládá dojem, že takový člověk si za nastalou situaci může sám.

Podle Vágnerové je zde bezdomovectví vnímáno „...*jako negativní důsledek dlouhodobého osobního selhání jednice...*“ (Marek a kol., 2012, str. 96). Bezdomovectví je zejména v tomto období života stigmatizující, okolní společnost vidí bezdomovectví jen jako výsledek, aniž by se chtěla ptát, zda příčiny byly subjektivní či objektivní. To těžce doléhá zejména na lidi, kteří měli, práci, bydlení a rodinu, a v důsledku neschopnosti či nemožnosti řešit nastalé nepříznivé životní situace o toto zázemí přišli.

Zde se pak ukazují dva postoje. Jedním z nich je naprosté odmítnutí vlastního podílu na vzniklé situaci a pocit veliké křivdy, druhým pak sebedmrskácké přijetí daného stavu s pocitem, že když si to zavinili, dobře jim tak a nemají právo požadovat po někom pomoc při odražení ode dna. Obě skupiny však nesou bezdomovectví hůře, než mladí lidé, protože často ztrácí postavení, které si předtím vybudovali a jsou méně přizpůsobiví životu na ulici.

V této skupině je bezdomovectví zejména důsledkem ztráty zaměstnání, či dlouhodobé nezaměstnanosti. Nicméně pokud se s bezdomovectvím identifikují, a rezignují, je pro sociálního pracovníka velmi těžké hledat s nimi motivaci pro návrat z okraje společnosti. Mnozí dovedou přijmout pomoc až v momentě, kdy už jsou vyčerpáním úplně na dně, jiným pomůže zájem osoby dříve blízké. Po malých krůčcích pak sociální pracovník klienta vede k prohlubování sebedůvěry a k znovunalezení smyslu života. Tato cesta je dlouhá a záleží zejména na době, kterou člověk na ulici strávil (Marek a kol., 2012; Hradečtí, 1996)

### **1.2.3 Příčiny a řešení bezdomovectví u lidí v postproduktivním věku**

U starých bezdomovců bývá, podobně jako mladých bezdomovců, velkým tématem nezávislost. Zatímco však v mládí jde o to nezávislost získat, ve stáří o ní člověk nechce přijít. A tak ačkoli by staří bez domova snadněji dosáhli na bydlení než lidé v produktivním věku, zdráhají se nastoupit například do domovů pro seniory nebo domů s pečovatelskou službou. To by totiž pro ně znamenalo zřici se velké části autonomie.

Starý člověk, ať už bydlící či nebydlící, se hůře adaptuje na změny. V případě osob, které se na ulici nacházejí již delší dobu či opakovaně, a jsou tam zvyklé, může být přesun do zařízení pro seniory značně stresující, a uchylují se k němu, až když jsou na pokraji sil. Naopak někteří senioři právě kvůli nízké schopnosti adaptace na nové podmínky dnešní doby, a v důsledku poklesu mentálních schopností, o bydlení přijdou, protože se v obraně před okolním světem uzavírají do svého světa, v němž ale jen těžko získají informace, jak se například bránit v případě, že jim hrozí vystěhování. Ti pak nabízené bydlení v instituci pro seniory často odmítají z jakéhosi pocitu ublíženosti, a opět se k němu uchylují, až když už nemají sílu bojovat proti domnělé křivdě, kterou ve vystěhování spatřují.

Při sociální práci s touto skupinou může pracovník využít jednak faktu, že společnost vnímá bezdomovectví u této skupiny spíše jako selhání systému než jednice, a také motivace klientů dostat se z ulice bývá s úbytkem sil a vidinou získání důchodu vyšší. Sociální pracovník by se měl v každém případě snažit, aby jeho klient mohl prožít zbytek života důstojně (Marek a kol., 2012).

Pro všechny výše uvedené skupiny může být zapojení do projektu Nový Prostor cestou, jak zlepšit svou situaci nejen v oblasti příjmů a bydlení, ale i v oblasti sociálních kontaktů, práce, a také motivací pro zlepšení kvality vlastního života, například díky získání pozitivního sebehodnocení po odvedené práci s vědomím toho, že bez nich by to třeba právě v tomto podniku nešlo.

## 1.3 Koncepce boje proti bezdomovectví v ČR

Ačkoli žijeme v bohaté evropské zemi 21. století, i u nás jsou lidé, v jejichž schopnostech nebo možnostech není zajistit si bydlení, a to ať už z objektivních či subjektivních důvodů.

Základním předpokladem úspěšného předcházení bezdomovectví je znalost příčin a rozsahu bezdomovectví. Z dat uveřejněných Výzkumným ústavem práce a sociálních věcí po sčítání osob bez domova, který proběhl v roce 2019, vyplynulo, že u nás žije 23 800 lidí bez domova, z nichž je 2 600 mladistvých. Asi polovina přežívá opravdu venku, druhá polovina využívá dlouhodobě sociální ubytování (azylové domy, ubytovny...). Většinu tvoří muži, ženy jsou zastoupeny jednou pětinou. Největší skupinou jsou lidé ve věku 50-64 let (Nešporová a kol., 2019).

Stát uznává svou povinnost být vůči těmto lidem solidární a pomáhat zaváděním různých opatření v rámci svých politik. Jedná se o opatření od legislativy, přes sociální práci, sociálními dávkami konče.

Bezdomovectví je extrémní formou sociálního vyloučení, kde chudoba je zároveň důsledkem i příčinou a není snadné vždy od sebe odlišit, zda plynou příčiny zvenčí, či zda jsou individuální povahy. Pro státní správu znamená fenomén bezdomovectví nutnost hledat komplexní řešení napříč resorty, proto byla v roce 2013 vládou schválena Koncepce prevence a řešení problematiky bezdomovectví v ČR do roku 2020. Ta se zabývá nejen přístupem k bydlení a sociálními službami cílícími na integraci osob „z ulice“ zpět k bydlení a do společnosti, ale i na zlepšení informovanosti, či dostupnou zdravotní péči (*Koncepce prevence a řešení problematiky bezdomovectví v České republice do roku 2020*, 2013).

Dobré zdraví je jedním z hlavních předpokladů pro schopnost zajištění prostředků k obživě, k bydlení a plnohodnotnému životu. Ačkoli u nás právo na ochranu zdraví a zdravotní péči zaručuje Listina základních práv a svobod, neznamená to, že je tato péče bezplatná. Proti tomuto právu stojí povinnost hradit si pojistné na zdravotní pojištění, to je ale z nejrůznějších důvodů pro

bezdomovce nemožné. Mnohdy jsou zcela bez příjmů a nespádají ani do jedné z kategorií pojištěnců, za které hradí zdravotní pojištění stát. A protože ze zdravotního pojištění se v České republice nelze odhlásit, neustále jim narůstá dluh vůči zdravotní pojišťovně. Navzdory zákonnému právu na základní zdravotní péči pak toto vše bývá důvodem, pro který jsou lidé bez domova ve zdravotnických zařízeních odmítáni (Šupková a kol., 2007).

Stejně, jako navzdory sedm let staré koncepci, která zdaleka nebyla první v řadě, stále chybí sociální bydlení, chybí i zdravotní péče lépe dostupná osobám bez domova a sociálně vyloučeným.

Nejen u nás, ale po celé Evropě, se potýkáme s tím, že navrhovaná řešení zůstávají jen na papíře. Úspěšná sociální práce je vázána na kvalitní legislativu a pružnou mezioborovou spolupráci. (*Příklady nejlepší praxe v boji proti bezdomovectví*, 2003).

Sociální pracovníci tak mají, i když se jim podaří klienta motivovat, jen omezené možnosti, jak ho udržet na trvalé cestě pozitivní změny, aby se vymanil ze začarovaného kruhu, do kterého se mnohdy lidé dostanou právě kvůli celkové nekonceptčnosti pomoci lidem ohroženým sociálním vyloučením. Opřít se při své práci mohou o vědecké poznatky o psychologii člověka. Jedním z těch, kdo přinesl důležité odpovědi stran životní dráhy jedince, byl Erik H. Erikson.

## **1.4 Přínos E. Eriksona pro sociální práci se sociálně vyloučenými**

Při pohledu na věkové charakteristiky sociálně vyloučených osob je patrné, že bezdomovectví se dotýká zejména osob v produktivním věku. Jedná se tedy o věk, ve kterém je člověk podle Eriksona (2002) nastaven na reprodukci a péči o potomstvo, nebo chce alespoň něco tvořit a o vytvořené se starat, zkrátka potřebuje být prospěšný. Období generativity zabírá v lidském životě největší plochu, zhruba 30-40 let, která je naplněna nejen budováním pracovní kariéry, rodiny či obojího, ale i materiálního zázemí nebo koníčků. Je to doba, kdy se rozšiřuje okruh pečovatelských povinností, které nesměřují jen k péči o eventuelní potomstvo, ale s prodlužujícím se věkem dožití také k péči o vlastní

rodiče. A i když může být všechna ta péče někdy vyčerpávající, což pociťuje zejména sendvičová generace, která podporuje nejen svoje děti vychovávající už zase vlastní děti, ale i své stárnoucí rodiče, přítomnost a kontakt mezi všemi těmi blízkými přináší také radost a uspokojení (Erikson, 1999).

Toto však sociálně vyloučeným mnohdy chybí. Bezdětní lidé se nemohou starat ani o své rodiče, které už většinou nemají, ani o vlastní potomstvo. Ti, co potomky mají, se zas nemohou starat z důvodu materiálního, protože není v jejich možnostech pomáhat hmotně, anebo například proto, že se sami od dětí, rodičů i dalších příbuzných vzdálí, neboť se stydí přiznat svou tíživou situaci, a tak zůstávají zcela sami navzdory tomu, že rodinu mají. Pak zde hrozí, že člověk, který období generativity nenaplní, začne se často uzavírat nebo nepřiměřeně zaobírat sám sebou. U mnohých bezdomovců podle Pěnkavy dochází také k vytvoření jakéhosi virtuálního světa „...*kde jedinec má subjektivní pocit, že on je v pohodě, ale okolí má problém.*“ (Marek a kol., 2012, str. 46). Někdy jsou pak jejich očekávání toho, jak by se měli ostatní chovat, nereálná, což vede často k nedorozuměním, která jen prohlubují jejich osamění. Na osamělost ukazuje například i průzkum mezi klienty Naděje, kde převládají bezdětní (Prudký, Šmídová, 2010). Opovrhování bývalými známými, bez sebedůvěry a důvěry v okolní svět jsou pak jedinými, o koho pečují, oni sami, ovšem často patologickým způsobem.

Důležitým úkolem sociálního pracovníka je v jejich případě navázat vztah a postupně budovat jejich důvěru v sebe sama i v okolí tak, aby se probudila jejich víra v to, že i oni mají světu co dát. Tento vztah předpokládá velké profesní znalosti i lidské nasazení, protože tito lidé, ačkoli jsou bez domova, anebo právě proto, lpí o to více na své lidské důstojnosti a svobodě, a neváhají za ní bojovat. Často je to totiž to jediné, co jim zbylo. Jsou leckde nechtění, nemají své „doma“, ale zachovávají si autonomii a chtějí o sobě rozhodovat. Sociální pracovník, který toto nerespektuje a snaží se jim pomoci silou, nemůže uspět.

Přítom zde se nejedná jen o řešení a vyřešení klientovy momentální situace. Pokud se totiž člověku nezdaří zvládnout tuto životní etapu, těžko se vypořádá s následujícím věkem a hrozí, že namísto smíření a přijetí skončí takový člověk svou životní pout' v zoufalství, že žil nadarmo (Erikson, 2002).

Pokud chybí rodina, kde by se člověk mohl realizovat, je možné využít při sociální práci sociální kapitál, který si klient během života nashromáždil.

## **1.5 Lidský, sociální a kulturní kapitál jako zdroje v sociální práci**

Kapitál, původně ekonomický termín, je v sociologii podle teorie trojí formy kapitálu členěn na lidský, sociální a kulturní, přičemž každá z těchto forem kapitálu se jiným způsobem vytváří a zhodnocuje (Marek a kol., 2012).

### **1.5.1 Lidský kapitál**

Teorii zabývající se lidským kapitálem začal rozvíjet již v poslední čtvrtině 18. století Adam Smith, který řekl, „...že na vzdělání může být pohlíženo jako na investici, která zvyšuje produktivní schopnost člověka a následně také jeho celoživotní příjem.“ (Šubrt a kol., 2010, str. 137)

Ukazuje se, že nejvyšší návratnost pro společnost má investice do základního školství, zatím co se jednotlivce týče, největší výnos má investice do terciálního vzdělávání. Nejekonomičtější je pak do vzdělávání investovat v dětském a mladém věku (Šubrt a kol., 2010). Ačkoli jsou sociálně vyloučení a lidé bez domova velmi heterogenní skupinou, ve které můžeme najít lidi negramotné i lidi s několika vysokoškolskými tituly, převládají v ní lidé s minimálním nebo nízkým stupněm vzdělání. Z pohledu sociální práce se sociálně vyloučenými a s lidmi bez domova se dá říci, že i přes nižší návratnost se vyplatí najít u klientů motivaci doplnit a rozšířit si vzdělání, protože z pohledu této teorie by se pak měla zvýšit jejich šance uplatnit se v zaměstnání a vrátit se zpět do společnosti. Ukazuje se také, že by se mělo zejména dbát na sociální práci s lidmi bez domova nebo s těmi ohroženými sociálním vyloučením (například klienti azylových domů a ubytoven), kteří vychovávají děti, a kde v případě nepodchycení hrozí transgenerační přenos (viz. kulturní kapitál níže).



### **1.5.2 Sociální kapitál**

Základní myšlenka sociálního kapitálu se dá vyjádřit jako vnímání důležitosti kvality vztahů mezi lidmi. Ve stávajícím pojetí lze sociální kapitál vidět buď jako veřejný statek, kdy „*Prostřednictvím vytváření a udržování vzájemných vztahů (connections) jsou lidé schopni pracovat společně na dosažení cílů, kterých by osamoceně nemohli dosáhnout...*“ (Šubrt a kol., 2010, str. 147). Druhý proud se dívá na sociální kapitál jako na statek soukromý, kde je tento souhrnem „*sociálních kontaktů, které může jedinec využít ke svému prospěchu hmotnému nebo nehmotnému (například služby, zvýšení prestiže).*“ (Jandourek, 2012, str. 120). Člověk si ho vytváří každodenním mezilidským kontaktem a kvalitní sociální kapitál může být v případě osobních krizí nejen záchrannou sítí před pádem na dno, ale také oporou v případě, kdy je třeba se ode dna odrazit (tamtéž).

Pro sociální práci je důležité zjistit, s jakým sociálním kapitálem lze u exkludovaného klienta pracovat, pomoci mu po stabilizaci jeho stavu obnovovat předkrizové kontakty a hledat cesty, jak klientův sociální kapitál rozšířit. Prvním a zásadním úkolem sociálního pracovníka je ale získat si klientovu důvěru, protože lidé bez domova se vyznačují právě velmi nízkou či žádnou důvěrou v instituce jakéhokoli druhu. Pokud se toto podaří, je možné začít hledat mechanismy, které budou klienta postupně posilovat a motivovat k vyřešení jeho nepříznivé sociální situace, přičemž klientův sociální kapitál může v tomto sehrát klíčovou roli (Marek a kol., 2012).

### **1.5.3 Kulturní kapitál**

V kulturním kapitálu se pak prolínají lidský a sociální kapitál se schopností využít jich k seberepresentaci ve společnosti, což je patrné zejména v jejích nejvyšších vrstvách, kde jde o to umět mluvit, oblékat se, stolovat nebo znát patřičné umění. Kulturní kapitál člověk získává od malička přirozeným vrůstáním do nějakého prostředí, jehož normy zvnitřňuje (Marek a kol., 2012). Sociální práce má zejména zde za úkol bojovat proti sociální nespravedlnosti zapříčiněné nerovnou startovní pozicí lidí pocházejících ze sociálně slabého prostředí, která je významným způsobem determinuje. Právě zde se také ukazuje

nutnost mezioborového přístupu a vzdělávání pedagogů základních škol v oblasti sociální práce, protože učitelé často zaměňují právě kulturní kapitál s inteligencí či talentem, a tak místo aby se škola stávala místem rovných příležitostí, prohlubuje ještě více sociální nerovnosti.

## 2. NOVÝ PROSTOR – PROPOJENÍ SOCIÁLNÍHO PODNIKU SE SOCIÁLNÍMI SLUŽBAMI

### 2.1 Co je sociální podnik

Sociální podnik je subjektem sociální ekonomiky spadající do neziskového sektoru, který je spolu s tržním a veřejným sektorem součástí národní ekonomiky. Oporu má sociální podnikání i v legislativě. Vymezení různých forem sociálních podniků, jejichž hlavním cílem není zisk, takže můžeme mluvit také o neziskových organizacích, můžeme nalézt v Občanském zákoníku (zákon č. 89/2012 Sb.). Jsou jimi spolky, obecně prospěšné společnosti, ústavy, nadace, nadační fondy a evidované právnické osoby, jimiž jsou církevní neziskové organizace podle zákona č. 3/2002 Sb., o církvích a náboženských společnostech. Zvláštním případem je sociální družstvo, o kterém pojednává zákon o obchodních korporacích (zákon č. 90/2012 Sb.).

*„Subjekty v sociální ekonomice jsou soukromé, nezávislé na státu, vykonávají ekonomické činnosti, ale odlišují se od ziskových subjektů v tržním sektoru tím, že zároveň sledují sociální a environmentální cíle. Sociální cíl bývá spojován se zaměstnáváním osob ze znevýhodněných sociálních skupin, které obtížně hledají uplatnění na otevřeném trhu práce, nebo s poskytováním produktů či služeb těmto osobám.“ (Dohnalová a kol., 2012, str. 9).*

Cílem sociální ekonomiky je prospěch v oblasti sociální – tedy jsou ku prospěchu společnosti, ekonomické – kdy soustavně vyvíjí činnost a výnosy z ní užívá na vlastní chod a rozvoj, a environmentální – ten cílí na ekologický prospěch v mikroregionu nebo regionu, na jehož životě se aktivně podílí, tzv. „Tři P“. Úspěšná sociální ekonomika díky tvorbě nových pracovních míst podporuje místní ekonomiky, sociální podniky mají také možnost rychleji než státní správa reagovat na nově vznikající rizika a potřeby ve společnosti, a proto je i v zájmu státu poskytovat tomuto sektoru podporu (Dohnalová a kol., 2012).

Jedním ze sociálních podniků, který všechna „tři P“ naplňuje, je právě Nový Prostor.

## 2.2 Ekonomická a sociální idea Nového Prostoru

Nezisková organizace Nový Prostor vznikla v roce 1999 jako občanské sdružení, v roce 2015 se transformovala na zapsaný ústav a měla od prvopočátku za cíl podpořit lidi ohrožené sociálním vyloučením v jejich úsilí změnit vlastní nepříznivou sociální situaci. Tohoto poslání, které najdeme v úvodu každé jejich výroční zprávy, tedy že „*Nový Prostor dává možnost pracovat všem, kteří pracovat chtějí a mohou, ale jinde příležitost nenašli. Pomáháme preventivně osobám, které se mohou dostat do tíživé životní situace. Realizujeme sociálně prospěšné projekty.*“ (Nový Prostor, z.ú., *Výroční zpráva*, 2009, str. 2), se Nový Prostor drží doposud.

To, že se nějaká organizace řadí mezi neziskové ovšem neznamena, že jí nezajímá zisk. Každý podnik pro svůj rozvoj a udržitelnost zisk potřebuje. Nový Prostor tedy nerozděluje zisky mezi vlastníky, ale opět je vrací do rozvoje jím poskytovaných služeb tak, aby mohl rozvíjet své poslání. Fakt, že po denních centrech v Praze a v Brně přibyla v loňském roce pobočka v Pardubicích, je důkazem, že se Novému Prostoru rozvoj daří.

Financování běží po dvou oddělených linkách. Jednou je poskytování sociálních služeb základního sociálního poradenství a sociální rehabilitace. Ta klientům nabízí v souladu se zákonem o sociálních službách nácvik pracovních dovedností, dále pak výchovné, aktivizační a vzdělávací činnosti. Financování sociálních služeb této kapitoly zajišťují z větší části dotace ze státního rozpočtu poskytované Ministerstvem práce a sociálních věcí. Druhou linií je spolupráce s klienty v rámci modulu street-paper, přičemž vydávání periodika hradí Nový Prostor z vlastních zdrojů (Nový Prostor, z.ú., *Veřejný závazek*, 2020).

Samozřejmostí je každoroční vydávání výročních zpráv, jejichž součástí je podrobná zpráva o hospodaření, a to včetně vyúčtování veřejné sbírky, která byla založena 1.5.2015 na dobu neurčitou, a příspěvky jsou vybírány buď na registrovaný bankovní účet, anebo do pokladniček. Celé účetnictví je zpracováváno elektronicky podle platného zákona o účetnictví, související

vyhlášky a Českých účetních standardů k vyhlášce (Nový Prostor, z.ú., *Výroční zpráva*, 2016).

## **2.3 Sociální práce a sociální služby poskytované v rámci Nového Prostoru**

Sociální práci s klienty v Novém Prostoru vykonávají kvalifikovaní sociální pracovníci. Ti mohou nabídnout klientům buď sociální poradenství v rozsahu základního sociálního poradenství, které se týká podávání informací stran jině dostupných sociálních služeb a jiných forem pomoci či zprostředkování návazných služeb, anebo sociální službu sociální rehabilitace. K dosažení cílů využívají jak individuální, tak i skupinovou práci. Pracují na principu uschopnění pramenícího z nalezení motivace u každého klienta podle jeho možností a schopností. Ambulantní služby jsou poskytovány na základě písemné smlouvy, terénní služby na základě smlouvy ústně uzavřené.

Součástí služby sociální rehabilitace je nácvik dovedností při péči o vlastní osobu, děti nebo další členy domácnosti, zlepšení soběstačnosti, a dále jde o činnosti, které následně vedou k lepšímu sociálnímu začleňování, jako jsou obsluha běžných spotřebičů a zařízení či nácvik péče o chod domácnosti. Jedná se o aktivity jako kurz vaření, kurz drobných oprav, trénink nákupů a úklidu, kurz ručních prací, nácvik péče o zevnějšek či například o podporu v řešení nadužívání alkoholu. Podpory se klientům dostane také při nácviku dovedností potřebných při jednání s úřady, od nácviku vlastnoručního podpisu po vyplňování různých formulářů.

Dalším důležitým bodem je zprostředkovat klientům kontakt se společenským prostředím. Zde Nový Prostor nabízí doprovod při důležitých jednáních, např. na úřadech, ve školách či u lékaře. Klientům jsou také poskytovány informace o využívání MHD, nácvik cestování včetně vyhledávání v jízdním řádu a hledání v mapě. Klienti v Praze mají díky spolupráci s Dopravním podnikem hl. m. Prahy možnost zakoupit si zvýhodněné jízdné. K nácviku chování v různých situacích pořádá Nový Prostor například společné snídane nebo výlety.

Vzhledem k čím dál větší digitalizaci veřejného prostoru se sociální pracovníci zaměřují při práci s klienty také na nácvik komunikačních dovedností včetně používání mobilního telefonu, základního zvládnutí informačních technologií a práci s informacemi. Díky tomu je pak pro klienty snazší hledání práce nebo vzdělávacích a zájmových aktivit.

Mezi výchovné, vzdělávací a aktivizační činnosti patří zejména upevňování získaných schopností a dovedností v modulu street-paper, a to co se týče pracovních návyků, dovedností pro získání a udržení práce. Nedílnou součástí je zde také plánování a práce s pravidly.

Posledním bodem služby sociální rehabilitace je pak pomoc při uplatňování práv a při obstarávání osobních záležitostí klienta, což čítá informační servis a zprostředkování služeb, například nárok na kompenzační a rehabilitační pomůcky, dále pomoc s vyřízením osobních dokladů, pomoc s řešením dluhů a poskytnutím dávek, a také hledání ubytování.

Všechny služby poskytované Novým Prostorem klientům jsou bezplatné a pro klienty dobrovolné. Poskytování služby se řídí standardy, které má organizace zpracované (Nový Prostor, z.ú., *Veřejný závazek*, revize 10.2.2020).

## **2.4 Kritéria efektivity v poskytování sociálních služeb**

Téma hledání kritérií pro měření efektivity neboli evaluace v sociální práci je čím dál více akcentováno. Profesionální komora sociálních pracovníků se tímto tématem podrobně zabývala v průběhu let 2017-2018 a výstupem byla v lednu 2019 konference s názvem Hodnoty sociální práce tváří tvář systému, jejíž výstupy popsal odborný garant celého procesu PhDr. Petr Vojtíšek, PhD. v textu *Evaluace v praxi sociální práce v ČR očima sociálních pracovníků* (Vojtíšek, 2019).

*„Hodnocení výsledků a dopadů je jednou z klíčových fází a zároveň odbornou činností managementu napříč odvětvími. Ani sociální práce není (nebo by neměla být) výjimkou.“* (Vojtíšek, 2019). I jednotlivci vyhodnocují zcela bezděčně své každodenní konání a jeho dopady, a toto vyhodnocení se pak promítá do jejich dalšího plánování činností.

Podle výsledků můžeme evaluaci dělit na formativní evaluaci, která pomáhá nastavit proces z pohledu metod vzhledem k cílům, a na evaluaci sumativní, která posuzuje dosažené výsledky (Vojtíšek, 2019).

Otázkou evaluace se zabývali i účastníci mezinárodní konference s názvem Vývoj kvality a efektivity výkonu sociální práce. V jednom z příspěvků zazněla myšlenka, že je možné postavit rovnítka mezi profesionalitu, kvalitu a efektivitu, a bez kvality není možné efektivitu očekávat. „Efektivitu vyžaduje zadavatel, ale současně je efektivita předpokladem a důkazem dobré praxe v přímém výkonu sociální práce. Efektivita umožňuje dobrou distribuci pomoci klientům sociální práce.“ (Sborník příspěvků z mezinárodní konference Vývoj kvality a efektivity výkonu sociální práce, 2018, str. 49).

Autor příspěvku zde dělí vyhodnocení na výsledky a dopady. Výsledkem rozumí to, čeho se konkrétně v práci s klientem dosáhlo, dopady reflektují trvalou změnu (tamtéž).

Konkrétní metodou, kterou lze při evaluaci použít, je metoda SROI (Social Return on Investment). „Metoda SROI sleduje návratnost investice (darů, dotace, investice), její efekt v organizaci a dopad na cílovou skupinu.“ (Dohnalová a kol., 2012, str.87). Zachyceným změnám pak přiřazuje finanční hodnoty. V případě, že je nelze přesně vyčíslit, jsou tyto zadány přibližně, a výsledným ukazatelem je tzv. SROI index. Jedná se o vyčíslení poměru mezi náklady a výstupy. Nevýhodou této metody je přílišná administrativní náročnost, na kterou zatím nejsou české sociální služby ani sociální podniky připraveny (Dohnalová a kol., 2012).

V Novém Prostoru si uvědomují, že se systematická evaluace naplňování cílů odráží na pozitivním obrazu organizace, proto zde pravidelně provádějí analýzu kvality poskytovaných sociálních služeb, jejichž hodnocení probíhá na úrovni uživatelů, zaměstnanců, externích spolupracovníků, čtenářské veřejnosti, médií a výsledků jednotlivých projektů včetně hospodaření. Jednotlivé vstupy jsou vyhodnocovány při pravidelných společných schůzkách a během pořádaných akcí. Během nich, a také během supervizních setkání, se pak řeší

úkoly, které vznikly jako výsledky evaluace (Nový Prostor, z.ú., *Zvyšování kvality sociální služby – způsoby analýzy kvality sociální služby*, 2020).



### **3. VÝZKUMNÁ ČÁST**

Ve výzkumné části se po krátkém shrnutí historie projektu Nový Prostor nejprve zaměřím na analýzu interních dokumentů, abych popsala, jak přesně probíhá celý proces práce s klientem, a následně se pokusím zmapovat skrze sekundární analýzu dat pocházejících zejména ze systému eQuip charakteristiky osob ohrožených sociálním vyloučením, které se rozhodly svou situaci řešit zapojením do tohoto projektu. V poslední části se budu věnovat vlastnímu dotazníkovému šetření, použitým metodám a výstupům.

#### **3.1 Historie Nového Prostoru**

Než se projekt rozběhl, sbírala zakladatelka Dagmar Kocmánková díky grantu zkušenosti v redakcích street-paperu po celé Evropě, největší inspirací jí byla londýnská verze, ovšem v českých podmínkách se spíš jednalo o vyložené průkopnickou činnost.

V prosinci roku 1999 vyšlo nulté číslo časopisu, tehdy pod názvem Patron. V roce 2000 expandoval projekt do Ostravy, Brna a Plzně, a z klientů vznikl úspěšný a opravdový divadelní soubor Ježek a čížek, který vystoupil nejen na tuzemských, ale i na mnoha zahraničních pódii. Rok 2001 byl ve znamení změny názvu časopisu na Nový Prostor. V roce 2002 vznikly pobočky v Pardubicích, Olomouci a Českých Budějovicích, v Praze v denním centru byla k veliké radosti prodejců otevřena internetová kavárna. V roce 2003 získala paní Dagmar Kocmánková cenu Výboru dobré vůle Nadace Olgy Havlové za projekt street paperu a Nový Prostor organizoval konferenci International Network of street Papers v Praze.

Rok 2004 znamenal vydání knihy fejetonů Jana Jiráka Ještě jsme se nezbláznili. V roce 2006 odstartoval výzkumný projekt Equal a Nový Prostor vydal publikaci 10 úspěšných příkladů sociálního podnikání. V roce 2007 si NP zaregistroval sociální službu – sociální rehabilitaci. Díky spolupráci zahájené 2008 s FAMU se staly nejlepší studentské snímky přílohou časopisu.

Rok 2014 byl ve znamení kurzů PC a seminářů o komunikaci a hledání práce. V roce 2015 byl zahájen projekt Oběd pro dalšího, možnost využít zvýhodněné jízdné v MHD Praha (100,- namísto 500,-Kč za měsíc) a byla vydána knih fejetonů Jana Sterna Démonologie všedního dne. Facebook Nového Prostoru se rozjel v roce 2016. V červenci roku 2017 vyšlo 500. číslo s příběhy prodejců, kteří se díky NP odrazili ode dna. V roce 2018 byl spuštěn Bonus klub pro prodejce. Dva streetpaperové „Oscary“ si přivezl Nový Prostor z Hannoveru v roce 2019 a oslavil 20 let existence (Štěpánek a kol., 2019).

## **3.2 Stávající fungování Nového Prostoru**

Abych co nejpřesněji popsala stávající fungování Nového Prostoru, čerpala jsem, krom vlastního pozorování během mé přítomnosti v prostorách denního centra v Praze, zejména ze standardů, které má organizace zpracované.

Před započítím celého mého výzkumného působení jsem podepsala v Novém Prostoru dohodu o mlčenlivosti stran osobních údajů klientů. Během pravidelné schůzky byli prodejci ředitelkou seznámeni s mým záměrem studovat fungování Nového Prostoru včetně dokumentace jednotlivých klientů, a na prezenční listinu vyjádřili s tímto buď svůj souhlas, anebo nesouhlas. U klientů, kteří souhlas neudělili, vyřadili sociální pracovnice Nového Prostoru složky těchto klientů z dostupné dokumentace. Dále jsem pracovala s anonymizovanými údaji z databáze informačního systému pro sociální služby eQuip.

### **3.2.1 Poslání a výchozí principy Nového Prostoru**

Cílovou skupinou, na kterou se Nový Prostor zaměřuje, jsou lidé od 16 let věku a cílem je preventivní pomoc skrze poskytování ambulantních a terénních služeb těm, kteří bojují s nepříznivou sociální situací, a jsou ohroženi sociálním vyloučením nebo bezdomovectvím. Jedná se o osoby ohrožené bezdomovectvím např. z důvodu vysokého věku, tělesného, zdravotního a zrakového postižení, nastalé životní krize, příslušnosti k etnické menšině či z důvodu života v sociálně vyloučené komunitě (Nový Prostor, z.ú., *Provozní řád*).

Při poskytování veškerých služeb vychází pracovníci z Etického kodexu pracovníků Nového Prostoru, který zmiňuje zejména demokratické hodnoty, sociální spravedlnost a lidská práva. Dokumentace je vedena v systému eEquip a v papírové podobě ve složce klienta. Nejvyšší odborná úroveň sociálních pracovníků zaručuje spravedlivý přístup všem klientům. Žádný klient nesmí být oproti jinému zvýhodněn, nebo naopak znevýhodněn, z důvodu svého původu, věku, pohlaví, sexuální orientace či životního přesvědčení. Při poskytování služeb v Novém Prostoru platí stejná pravidla pro všechny uživatele. Zvláště je chráněno soukromí každého klienta.

Úkolem sociálních pracovníků v Novém Prostoru je zaměřit se na silné stránky klienta a podporovat ho v zodpovědnosti za vlastní rozvoj a život. Při řešení konfliktů klientů s jednotlivci nebo se společnostmi využívají sociální pracovníci svých profesních zkušeností tak, aby nebyly kráceny oprávněné nároky zúčastněných. V případě porušování zákonů nebo oprávněných zájmů osob je právem i povinností sociálního pracovníka upozornit státní orgány i veřejnost. Svou aktivní účastí ve veřejné diskuzi se také podílí na zvyšování sociální spravedlnosti v národní i mezinárodní politice.

Krom obecných zásad etického kodexu pro sociální pracovníky zmiňuje Etický kodex pracovníků Nového Prostoru také některá specifika plynoucí z nastavení zde poskytovaných služeb. Spolupráce je pro klienty vždy dobrovolná a mohou jí kdykoli ukončit i bez udání důvodu. Sociální pracovník může poskytování služby ukončit pouze v případě závažného porušení stanovených pravidel nebo v případě, že poskytovaná služba, namísto plnění cíle pomoci, klientovi škodí. Skrze pravidelné plánování pracovník vždy zohledňuje individuální situaci uživatele. Pracovník také poskytuje jen služby, kterými byl pověřen zaměstnavatelem, nepřekračuje rámec svých kompetencí, a při složitých etických problémech řeší situaci za pomoci týmu spolupracovníků, supervize, eventuálně se může obrátit na nezávislou odbornou společnost. Do osobního života klienta zasahuje sociální pracovník jen v případě krizové situace (Nový Prostor, z.ú., *Etický kodex pracovníků Nového Prostoru*).

Ačkoli jsou služby Nového Prostoru kvalifikovány jako nízkoprahové, jsou i zde pravidla, která se musí dodržovat. V případě jejich porušování je dán jasný postup, při kterém je klient nejprve upozorněn na nutnost jejich dodržování v případě drobných pochybení. V případě návštěvy denního centra pod vlivem alkoholu dojde k vykázání do doby vystřízlivění, opakované pozitivní testování může být důvodem pro vyloučení z poskytované služby. Při vážnějších prohřešcích je s klientem veden pohovor za účelem sjednání nápravy, dalším krokem je důrazné upozornění a možnost podmíněného vyloučení následované dočasným vyloučením až na 12 měsíců. V případě hrubého porušování pravidel může být klient vyloučen na dobu neurčitou (Nový Prostor, z.ú., *Metodika modul street-paper*, 2020).

### **3.2.2 Zázemí Nového Prostoru**

Nový Prostor má svá denní centra v Praze, Brně a Pardubicích s pevně stanovenou otevírací dobou, ta je vyvěšena veřejně na vstupních dveřích. Tato centra fungují jako výdejny časopisu a zároveň jsou pro klienty místem, kde si mohou uschovat věci, použít hygienický kout s pračkou, kuchyňku, WC nebo využít služeb tzv. internetové kavárny. Denní centrum je také místem pro poskytování sociálního poradenství a kurzů, které mohou klienti zdarma navštěvovat. Čas sociálních pracovníků se dělí mezi obsluhu výdejního pultu, individuální práci s klientem, administrativu a monitoring v ulicích.

Své služby nabízí Nový Prostor také ve spolupráci s partnerskými organizacemi v Ostravě, Olomouci, Hradci Králové, Českých Budějovicích a v Plzni, kde klienti využívají zázemí partnerských organizací, ale v modulu street-paper fungují podle standardů Nového Prostoru.

Každé ze tří vlastních center Nového Prostoru je rozděleno na uzavřenou a otevřenou zónu, rozdělení je zapsáno v interním dokumentu Pravidla denního centra. Uzavřená zóna je určena pro pracovníky Nového Prostoru, klienti a návštěvníci se zde mohou pohybovat pouze s jejich svolením a v jejich doprovodu. Otevřená zóna je přístupná stávajícím klientům a zájemcům o vstup

do programu, ostatní vstupující do denního centra mají status návštěvy a mohou v něm pobývat pouze se svolením pracovníků Nového Prostoru.

Pro všechny osoby v denním centru, pracovníky, klienty i návštěvy, platí přísný zákaz konzumace alkoholických nápojů a vstup pod vlivem alkoholu či návykových látek. Při porušení je taková osoba z denního centra vykázána do doby vystřízlivění. K dočasnému vykázání může dojít také v případě osoby, která se chová agresivně, je vulgární, anebo obtěžuje ostatní zápachem např. v důsledku špatné hygieny. Do denního centra je dovolen vstup se psy, ale majitel psa zodpovídá za chování zvířete, za udržení čistoty, a je povinen uhradit škody poškozenému (provozovateli centra či klientovi nebo návštěvě), které mu v důsledku chování psa vznikly. Nedodržení podmínek pro vstup se psy má také za následek vykázání z denního centra.

Pravidla jsou nastavena i pro užívání internetového koutu. Ten smějí klienti použít pouze se souhlasem službu konajícího pracovníka, a nesmí ho používat k nezákonné činnosti, jako je vyhrožování či plánování trestné činnosti. Je zde také zakázáno navštěvovat placené stránky a stránky s erotickým nebo pornografickým obsahem, při porušení je klientovi přístup k počítači zakázán. Podle zkušeností pracovníků pražské pobočky ale ubylo zájmu o internetový kout s nástupem smartphonů. V současné době tak klienti spíše využívají v prostorách denního centra volného připojení k Wi-Fi síti.

V kuchyňce platí, že ji mohou použít pod dohledem pouze klienti, kteří byli proškoleni personálem. Nesmí v ní potraviny ani uvařené jídlo skladovat a po použití jí musí uklizenou předat sociálnímu pracovníkovi.

Podobně také v hygienickém koutě mohou jen proškolení klienti používat pračku za poplatek, který činí 30,-Kč a vyprané prádlo si musí stejný den odnést. Hygienický kout slouží krom praní v pračce také k opláchnutí rukou a obličeje včetně případného čištění zubů a holení. Mytí jiných částí těla je zde zakázáno a sociální pracovníci jsou připraveni klientům poradit za účelem důkladnější očisty jinde dostupné služby (Nový Prostor, z.ú., *Pravidla pro uživatele*, 2020).

### **3.3 Klienti v modulu street-paper**

Modul street-paper je sociální službou sociální rehabilitace podle §70 odst.2 bodu c) zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách. Cílem je poskytnout možnost obnovit či získat pracovní návyky lidem jinak obtížně zaměstnatelným. Díky motivaci, kterou je pro mnohé klienty okamžitý výdělek z každého jednoho časopisu k zajištění základních životních potřeb v rámci důstojného života, je po prvotní stabilizaci s klienty možné pracovat i na dalších osobních tématech, jako jsou např. povinné platby zdravotním pojišťovnám, splácení dluhů, zajištění stabilního bydlení nebo kontakt s blízkými. Modul nemá nahradit zaměstnání, ale má naopak motivovat prodejce, aby se, tam kde je to možné, začlenili do běžného pracovního procesu.

#### **3.3.1 Obecná pravidla modulu**

Klienta je možno do služby zaregistrovat pouze má-li alespoň náhradní doklad totožnosti, přičemž občanský průkaz si musí klient vyřídít nejpozději do 60 dnů od zařazení do modulu street-paper. Pro podporu zájemce dostává tento při registraci prvotní informační dokument Jednání se zájemcem – pravidla. Sociální pracovník Nového Prostoru vysvětlí zájemci podmínky a pravidla zapojení do programu včetně Kodexu prodejce, a pokud zájemce souhlasí, podepíše spolu Žádost o vstup do modulu street-paper, a také přihlášení k elektronické evidenci tržeb. Poté pracovník klienta vyfotí, vyhotoví mu průkaz s vlastním jménem a unikátním číslem prodejce shodujícím se pak vždy s číslem naraženým na časopisu, a přidělí mu prodejní místo.

Průkaz prodejce je majetkem Nového Prostoru, je opatřen hologramem a klientovi je zapůjčován zdarma. V případě ztráty nebo zničení je klient povinen uhradit pokutu ve stanovené výši za vystavení průkazu nového. V případě odcizení průkazu doloženého policejním potvrzením má klient nárok dvakrát ročně na vystavení nového průkazu zadarmo. Jedenkrát ročně má také prodejce nárok zdarma vyměnit šňůru k průkazce. Součástí průkazu je časový kupón s označením prodejního místa. Pokud se jedná o klienta, jenž byl dříve

vyloučen za závažné porušování pravidel, je s ním podepsán také Dodatek ke spolupráci, který má eliminovat další porušování pravidel.

Při prvním příchodu do Nového Prostoru, nebo při opakovaném příchodu déle než 1 rok od ukončení dříve poskytované služby, dostane klient 3 výtisky časopisu zdarma, je mu přiděleno tréninkové prodejní místo, a v případě, že to dovolí kapacitní podmínky, také zkušený prodejce – instruktor. Ten s nováčkem časopisy prodá, podělí se s ním o prodejní strategii a je mu oporou. Prodejem těchto tří kusů vydělá nováček 3 x 50,-Kč, Za těchto 150,-Kč pak může nakoupit dalších až šest kusů po 25,- korunách, jejichž prodejem získá 300,-Kč atd.

Se vstupem do modulu street-paper jsou prodejci seznámeni s tím, že vydělané prostředky mají sloužit k pokrytí základních potřeb, a při jejich zneužívání na nákup alkoholu, drog či hazardu mohou být vyloučeni. Po vyloučení pro závažné porušování pravidel může být zájemce opět přijat do modulu jen v případě, že se zaváže pravidla respektovat. Vydělané peníze jsou dále určeny k úhradě dluhů. S tím pomáhá klientovi sociální pracovník při sestavování individuálního plánu, ve kterém si klient zároveň stanovuje drobné cíle, a je veden k aktivnímu řešení osobní situace. Individuální plánování začíná po skončení nováčkovského období, plán se stanovuje na minimálně 1 rok a po půl roce dochází k jeho revizi, případně úpravě. V individuálním plánu také upozorní sociální pracovník klienta na povinnost podat za aktuální zdaňovací období daňové přiznání v případě, že jeho příjmy přesáhnou v ročním úhrnu částku 30.000,-Kč (Nový Prostor, z.ú., *Osnova postupu pro zdanění příjmů z prodeje časopisů NP*).

Vzhledem k tomu, že úspěšnost projektu závisí také na tom, zda se bude časopis prodávat a nebude zbývat, mají prodejci v modulu street-paper stanovenou objednávku, tedy to, kolik časopisů od jednoho čísla odeberou a prodají. Pro smysluplnost a udržitelnost vydávání časopisu je stanovena minimální výše objednávky 65 kusů, ty se klient zavazuje odebrat a v případě neodebrání uhradit. To neplatí v případě doložení potvrzení o nemoci od lékaře, vtom případě je prodejce z odběru i prodeje omluven. Také pokud klient získá

jiné zaměstnání nebo brigádu, což je žádoucí, a je to také jedním z cílů programu, může svou účast v modulu buď ukončit, anebo přerušit. Ani v takovém případě není sankcionován za neodebrané časopisy, ale Nový Prostor si vyhrazuje právo vyžadovat písemné potvrzení od daného zaměstnavatele (např. pracovní smlouva nebo dohoda o provedení práce či pracovní činnosti).

Ukončení spolupráce ze strany klienta je možné kdykoli, přičemž si klient musí vypořádat všechny závazky vůči poskytovateli. To znamená, že vrátí průkazku, splatí výpůjčky a vrátí pracovní oblečení. Pracovníci Nového Prostoru mohou spolupráci ukončit pouze v případech daných interními předpisy, při porušování jasně stanovených pravidel. Důvodem pro vyřazení z modulu je také to, že o sobě prodejce nedá vědět 4 dny v případě nováčků, resp. 8 dnů u ostatních. Zápis o ukončení provede klientův sociální pracovník do systému eEquip a jeho složku zařadí do archivního šanonu (Nový Prostor, z.ú., *Metodika modul street-paper*, 2020).

### **3.3.2 Pravidla pro prodejce registrované v modulu**

Prodejci si chodí kupovat časopisy v otevírací době centra. Počet zakoupených časopisů je zaznamenán a opatřen podpisem pracovníka centra do prodejcovy indexu, a také do databáze v počítači. Časopisy opatří pracovník číslem shodným s číslem na průkazce prodejce. Podle osobní situace a typu prodejního místa si prodejce sám stanovuje pracovní dobu v průběhu pracovního dne, ta je pak pro něj závazná a pracovníci Nového Prostoru na daném místě a ve stanoveném čase mohou provádět monitoring plnění povinností prodejce. V případě absence je prodejce povinen se omluvit přímo pracovníkovi centra v akutních případech nebo do omluvenkové knihy u plánovaných absencí.

Kromě průkazky s kupónem a časopisu se shodným číslem, se pozná řádný prodejce také podle prodejního oblečení. Povinnou výbavou prodejce nováčka je páska na ruku JSEM V ZÁCVIKU, kterou po nováčkovském období střídá červená pracovní vesta, která má na zádech výstižné PRODÁVÁM. NEŽEBRÁM. STAVÍM SE NA VLASTNÍ NOHY. Vzhledem k tomu, že se jedná o nový prvek, nemají ho v současné době ještě všichni prodejci. Pracovní



oblečení je rovněž majetkem Nového Prostoru, prodejci je zapůjčeno po složení vratné kauce a v případě ztráty jej prodejce musí uhradit. Pro lepší zviditelnění na prodejním místě mohou prodejci po měsíčním bezproblémovém fungování v modulu využít volitelně navíc ještě kšiltovku, mikinu, tričko, bundu nebo brašnu. Veškeré pracovní oblečení a doplňky je zakázáno předávat, ať už zdarma nebo za úplat, třetím osobám a porušení je důvodem k vyloučení na dobu šesti měsíců. V případě ukončení účasti v programu je prodejce povinen veškeré pracovní oblečení a doplňky vrátit.

Vzhledem k tomu, že v Novém Prostoru platí nulová tolerance alkoholu, kontrolují sociální pracovníci prodejce namátkově během monitoringu i v prostorách denního centra, přičemž odmítne-li prodejce testování, je na něj nahlíženo, jako by byl pod vlivem. V tom případě je mu odebrána průkazka, předáno upozornění, proveden zápis do databáze eEquip a prodávat může po vystřízlivění až druhý den (Nový Prostor, z.ú., *Metodika modul street-paper*, 2020).

V rámci modulu jsou v denních centrech pořádány také různé vzdělávací a socializační aktivity, které by měly klientům pomoci začlenit se do společnosti, a klienti by se měli v rámci projektu vždy na některou z těchto aktivit zapsat.

Prodejci jsou také zváni k účasti na schůzkách v denním centru. Tyto jsou svolávány zpravidla vždy k nově vyšlému číslu nebo při mimořádných událostech. K účasti na těchto schůzkách, které mají v podstatě formu pracovních porad, jsou klienti motivováni možností čerpat pak nějaké benefity. Vzhledem k velikosti prostoru a počtu prodejců se informační schůzka v Praze koná dvakrát, pro dopolední a odpolední účastníky. Během těchto schůzek mají prodejci možnost aktivně ovlivnit chod modulu, přednášet svoje návrhy či vyjádřit nespokojenost (Nový Prostor, z.ú., *Metodika modul street-paper*, 2020).

### **3.3.3 Individuální plánování**

Individuální plánování je součástí sociální práce s klientem a jeho průběh má několik fází. Na počátku individuálního přístupu je registrace klienta, při které jsou mu podány srozumitelně informace o poskytovaných službách.

Během zkušebního období jsou kontraktovány podmínky spolupráce, které zohledňují zejména zdravotní situaci klienta. Ten se na plánování aktivně podílí, stanovuje si cíle a podává i zpětnou vazbu k jeho působení v projektu. Po zkušebním období je klientovi přidělen klíčový pracovník, a ten s ním sestavuje individuální plán, který obsahuje i analýzu situací, které mohou pro daného klienta zapojením do služby vyvstat, na což navazuje sestavení rizikového plánu (Nový Prostor, z.ú., *Průběh IP*, 2020).

Při sestavování individuálního plánu na dobu maximálně jednoho roku je během rozhovoru s klíčovým pracovníkem nejprve shrnuta situace prodejce. Rozhovory v individuálním plánování probíhají dle Eganova modelu, tedy obsahují „*zaměření na: problém (co je problém, popis situace), cíle (čeho chce uživatel dosáhnout), důsledky (co se stane, když..., probrání souvislostí), rozhodování (zvažování možností), akce (uskutečnění plánu), vyhodnocení (zda uživatel došel ke svému cíli).*“ (Nový Prostor, z.ú., *Průběh IP*, 2020, str.1). Revize plánu jsou prováděny půl roku po jeho vytvoření, ale v případě potřeby, např. vzniku nových okolností nebo splnění cílů, je možné plán upravit kdykoli.

V případě opakované registrace je také vyhodnocena předchozí spolupráce. V plánu si uživatel za pomoci sociálního pracovníka stanovuje cíle, konkrétní kroky, kterými jich lze dosáhnout, a také termín jejich splnění. V případě, že cílem klienta je najít zaměstnání, sestavuje s ním sociální pracovník také osobní pracovní profil.

Pokud dojde k ukončení služby, je provedeno závěrečné shrnutí spolupráce, a to buď ústní formou, anebo sepsáním závěrečného zhodnocení a zpětné vazby (Nový Prostor, z.ú., *Průběh IP*, 2020).

### **3.3.4 Klub prodejců Nového Prostoru**

Klub prodejců vznikl z potřeby organizace odměnit prodejce za dobře odvedenou práci, dodržování pravidel a práci na osobním rozvoji jako náhrada jednorázových motivačních akcí. Proti stigmatizaci osob bez přístřeší totiž svou činností bojuje nejen Nový Prostor jako podnik, ale i právě všichni jeho

spořádaní prodejci, kteří mu svým vystupováním dělají dobré jméno, za což si zaslouží ocenění stejně jako v jakémkoli jiném zaměstnání.

Vstup do klubu je dobrovolný a členem se může stát ten, kdo prodává déle než tři měsíce u prvoregistrovaných, resp. déle než dva měsíce u registrovaných opakovaně. Dále má objednávku vyšší než 70 kusů za číslo s výjimkou osob s postižením a osob nad 64 let, dodržuje hygienu osobní a čistotu oděvu, a není sankcionován za porušování pravidel.

Podle výše objednávek se prodejci klubu dělí na pět skupin a v těch jsou odměňováni bonusy z prodaných čísel od 20 do 50 haléřů v rámci objednávky a od 70 haléřů do 1 Kč z kusů prodaných nad rámec objednávky. Tyto bonusy pak může prodejce čerpat formou stravenek, kreditů do mobilu, příspěvku na nákup obuvi, oblečení a mobilu, dále formou příspěvku na ubytování, doplatku na léky, cestovného do místa trvalého pobytu a na nečekané výdaje sociální povahy. Mezi další bonusy patří garance místa při delší nepřítomnosti, jednou týdně oběd v Lokále v rámci projektu oběd pro dalšího nebo dvakrát nápoj z automatu v denním centru zdarma.

Důvodem pro vyloučení z Klubu prodejců Nového Prostoru je nedodržování obecných pravidel, o vyloučení na 2 až 6 měsíců rozhoduje tým sociálních pracovníků a následný vstup do klubu je možný, pokud prodejce znovu splní vstupní podmínky (Nový Prostor, z.ú., *Metodika modul street-paper*, 2020).

### **3.3.5 Skupina klientů ve zvláštním režimu**

V případě některých klientů je možné nastavit služby ve zvláštním režimu, kde se nejedná o službu sociální rehabilitace, ale o službu základního sociálního poradenství. Jedná se o klienty ve vysokém věku (od 64 let výše), dále o klienty se zdravotním či tělesným omezením, a také o ty, kterým se daří nastoupit do běžného zaměstnání či jen sehnat brigádu, a přesto nemají dostatek prostředků (často z důvodu obstavení platu exekučními příkazy). Tito klienti mají individuálně nastavené služby, nemají stanovenou pevnou pracovní dobu, časopisy si nemusejí objednávat, a nemají ani stálé prodejní místo. Stejně jako ostatní prodejci ale musí mít při prodeji časopisu platnou průkazku prodejce

včetně kupónu a číslo na průkazce se musí shodovat s číslem na časopisech (Nový Prostor, z.ú., *Metodika modul street-paper*, 2020).

### **3.4 O samotném časopisu a jeho vývoji**

Na prodeji časopisu projekt Nový Prostor stojí, časopis je jeho základní součástí. Protože vznikl z ničeho, byl prostor pro jeho vývoj veliký. Zpočátku mohl za jeho živelný vývoj čirý entuziasmus zakladatelky projektu i všech spolupracovníků, redakci nevyjímaje. Od počátku doposud se v redakci časopisu vystříдалo dvanáct šéfredaktorů a každý zanechal na časopisu svůj otisk.

Pod vedením Martiny Řehořové (1999-2000) vyšlo prvních pět čísel časopisu s původním názvem Patron, jehož cena byla 20,-Kč, časopis tehdy vycházel coby měsíčník s nákladem okolo 25 tisíc prodaných kusů a zabýval se zejména sociální tematikou, bezdomovectvím a neziskovým sektorem. Odlehčení pak nabízely rubriky prezentující známé osobnosti a nezávislé kulturní projekty. Necelý rok poté došlo v redakci k rozkolu kvůli penězům. Paradoxně nikoli ve chvíli, kdy peníze nebyly, a všichni pracovali se zápalem pro věc, ale v momentě, kdy ve chvíli z nejtěžších dostal projekt dotaci v řádech jednotek milionů a v redakci nechtěli pochopit, že to nejsou peníze na zvýšení platů.

V té době se stala šéfredaktorkou Martina Dvořáková (2000), která se podílela na udržení časopisu, na hledání nového názvu i loga a za jejíž éry započala tradice vydávání CD či DVD k časopisu. V té době stál časopis stále 20,-Kč, ale vycházel jako týdeník v nákladu 16-18 tisíc prodaných kusů. Jako týdeník, ve stejném nákladu a za stejnou cenu vycházel pak časopis i pod vedením Jaroslavy Fricové (2000-2001). Pod jejím vedením se časopis více otevřel světu rubrikou otevřenou pro každého a více se také věnoval interakci prodejců s jejich zákazníky. Po jejím přesunu na pozici výkonné ředitelky Nového Prostoru na místo šéfredaktorky nastoupila Ivana Sýkorová (2001-2002), která pokračovala ve vytyčeném směru, a k rubrikám přidala také zajímavé osudy slavných, kteří na své cestě bořili ve společnosti zakořeněné

stereotypy. Časopis se tehdy začal prodávat za 25,-Kč a stále vycházel jako týdeník v nákladu 14-16 tisíc prodaných kusů.

Velmi výraznou osobnostní mezi šéfredaktory byl Fabiano Golgo (2002-2003) z Brazílie, který ač původem z bohaté rodiny, měl vlastní zkušenost bezdomovce. Jeho cílem bylo vystoupit s časopisem ze stínu street-paperu, chtěl z něj udělat časopis čtený pro zajímavý obsah a nejen časopis, který si někdo koupí, protože chce právě podpořit bezdomovce a ani ho pak nečte. Během jeho krátkého působení se časopis sice věnoval původním tématům, ale velmi ostrým stylem a za spolupráce s kontroverzními jmény novinářiny. To, v kombinaci s vysokými náklady spojenými s jeho vizí, mělo za následek ukončení spolupráce. V jeho době se nezměnil náklad prodaných kusů, periodicita ani cena časopisu. Šéfredaktor Petr Skaribiku (2003-2005), vlastním jménem Jan Štěpánek, který po něm přebíral časopis, se tak musel poprat s nedostatkem personálu a financí, proto vyzval k většímu zapojení čtenáře, a také další pomáhající organizace, UNICEF a Člověk v tísni, v dalších rubrikách pak nechal potkat v unikátním obsahu prodejce a jejich zákazníky.

Z další finanční krize způsobené problémy s dotací časopis vyšel s šéfredaktorkou Michaelou Novotnou (2005-2006). Cena časopisu se zvedla na 30,-Kč a začal vycházet jako měsíčník v nákladu 25 tisíc prodaných kusů. V této době se stala redakce časopisu zcela otevřenou pro prodejce i čtenáře, a zafungovala rubrika Záchranná akce, ve které čtenáři navrhovali kroky k vybědnutí z finanční krize. To se podařilo a po Novotné mohla převzít roli šéfredaktora Erika Hníková (2006-2007), která dala časopisu nový design. Časopis začal vycházet jako čtrnáctideník za 40,-Kč a v nákladu 15-17 tisíc prodaných kusů. V jejích šlépějích se držela i následující šéfredaktorka Veronika Hrdinová (2007-2008), nově se objevily rozhovory z oblasti politologie a sociologie. Periodicita, cena i náklad zůstaly beze změn.

Alexandr Budka (2008-2011) jako šéfredaktor začal opět otevírat závažná témata ghett, chudoby nebo kojení, která vyváženě odlehčoval. V jeho éře byl časopis prodáván za 40,- Kč stále čtrnáctideníkem, jen náklad se,

pravděpodobně v důsledku globální krize, mírně snížil na 14-16 tisíc prodaných kusů. Budku vystřídal Tomáš Havlín (2011-2016), pod jehož taktovkou se časopis věnoval silným tématům, která byla v mainstreamových médiích opomíjena. Opět je také dáván větší prostor prodejcům a jejich osudům. Časopis se začal prodávat za 50,- Kč a vycházel jako čtrnáctideník v nákladu 14-15 tisíc prodaných kusů.

Posledním a doposud úřadujícím šéfredaktorem se stal v roce 2016 Jan Štěpánek, který v letech 2003-2005 pracoval na stejné pozici pod pseudonymem Petr Skaribiku. Do redakce Nového Prostoru vnesl po deseti letech sbírání zkušeností v jiných redakcích nového ducha zaměřeného na propojování prodejců se čtenáři. Prodejci také dostali možnost skrze hlasování v denních centrech vybírat ze dvou návrhů obálek. Po celou dobu jeho působení vychází časopis jako čtrnáctideník v nákladu 14-15 tisíc kusů, a stejná je i jeho prodejní cena, 50,- Kč (Štěpánek a kol., 2019).

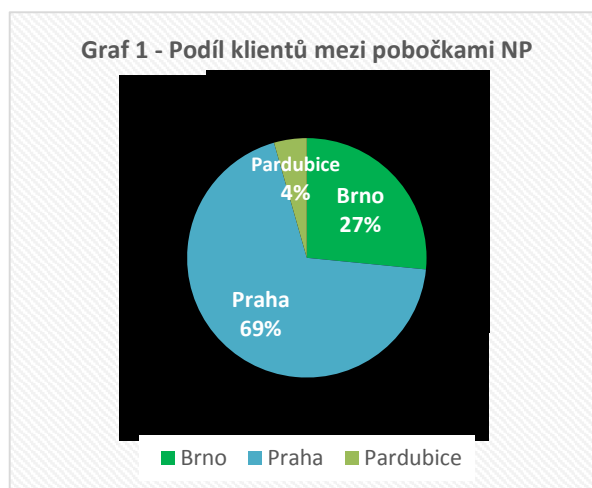
### **3.5 Opatření proti nelegálním prodejcům**

Vzhledem k tomu, že je časopis Nového Prostoru velmi dobře zaveden v povědomí veřejnosti jako ten, který smysluplně pomáhá potřebným, občas se mezi prodejci objeví někdo, kdo k průkazce přišel nelegálním způsobem a chce jej využít k vlastnímu obohacení. Může to být někdo, kdo není aktuálně registrován jako příjemce služby a nevrátil průkazku po předchozí registraci, anebo je sice do služby zaregistrován, ale neprodává v souladu s nastavenými pravidly, tedy prodává časopisy jiného prodejce, nebo prodává na jiném místě, než je uvedeno na kupónu, nebo po vypršení doby jeho platnosti. Odhalen může být buď při monitoringu pracovníky Nového Prostoru, veřejností z řad kupujících, anebo řádným prodejcem. Na odhaleného nelegálního prodejce je přivolána policie, za jejíž asistence je mu odebrána průkazka, případně další majetek Nového Prostoru, např. prodejní oblečení. O takových případech jsou pak bez zmiňování osobních údajů informováni jak oznamovatelé, tak i prodejci v rámci pravidelných schůzek (Nový Prostor, z.ú., *Metodika modul street-paper*, 2020).

Jelikož se nelegální prodejci často chovají zcela v rozporu s kodexem prodejce, čímž kazí řádným prodejcům dobré jméno, najal si Nový Prostor také vlastního inspektora, který tyto prodejce monitoruje a předává je policii. Dalším opatřením, které má řádné prodejce ochránit je kodex čtenáře. Ten je nabádá, aby si před koupí zkontrolovali, zda je číslo průkazky a nabízeného časopisu shodné, a zda je prodejce podle kupónu na přiděleném prodejním místě. Po přečtení by jej pak kupující měl znehodnotit tak, aby nebylo možné ho znovu prodat. Podle zkušeností pracovníků denního centra se totiž nelegální prodejci k časopisu dostávají často právě tím, že seberou odložený, nebo i v koši vyhozený časopis, případně se domluví s někým, kdo si ho pro ně koupí a oni s ním pak žebrají.

### 3.6 Statistiky základní populace klientů Nového Prostoru dle systému eQuip<sup>1</sup>

Současná populace klientů Nového Prostoru čítá 113 osob (údaje v této kapitole jsou platné k 2.6.2020), přičemž 30 klientů je v Brně, 78 klientů je v Praze, a 5 v nově otevřené Pardubické pobočce (viz Graf 1).



#### 3.6.1 Brněnská pobočka a její klienti

Podle vedoucí brněnské pobočky u nich vládne, i díky oproti Praze méně jak polovičnímu počtu klientů, rodinná atmosféra. Při současných 30 klientech je kapacita této pobočky, která je nastavena na 70 klientů, naplněna zhruba na 43 procent (Nový Prostor, z.ú., *Veřejný závazek*, 2020). Díky velikosti skupiny zde není nutné ji tak často dělit, což přispívá k větší intimitě i lepší spolupráci,

<sup>1</sup> K údajům jsem získala přístup na základě povolení souvisejícího s dohodou o mlčenlivosti podepsanou v Novém Prostoru z.ú. před započítáním spolupráce.

a to nejen ve vztahu k sociálním pracovníkům, ale i mezi klienty navzájem (Štěpánek a kol., 2019).

Stávajícími klienty jsou v 11 případech ženy, klientů mužů je 19. Celkový průměrný věk klientů je zde 49,8 roku, přičemž průměrný věk žen činí 50,2 roku a u mužů je to 52,4 roku. Průměrná délka čerpání služeb Nového Prostoru je u stávajících klientů 5 a půl roku, z toho 3 klienti využívají služby méně než 3 měsíce, 6 klientů je v programu 3-6 měsíců, 1 klient 1-2 roky, 7 klientů 2-5 let, 5 klientů 6-9 let a 8 klientů je v Novém Prostoru 10-15 let.

Od roku 2008 do poloviny roku 2020 v brněnské pobočce proběhlo a bylo ukončeno 483 registrací a z těch připadlo 370 na muže s průměrným věkem 50,2 roku a 113 na ženy průměrně ve věku 50,6 roku. Fakticky se jednalo o služby poskytnuté 461 lidem, z nichž někteří čerpali službu opakovaně.

### **3.6.2 Pražská pobočka a její klienti**

Pražská pobočka je ze všech největší a jejím specifikem je, že mezi jejími klienty jsou lidé nejen ze všech koutů naší republiky, ale i odjinud. Při současných 78 klientech je kapacita této pobočky, která je nastavena na 120 klientů, naplněna zhruba na 65 procent (Nový Prostor, z.ú., *Veřejný závazek*, 2020). Vzhledem k velikosti skupiny zde musí např. informační schůzky s prodejci, které probíhají vždy, když vyjde nové číslo, dělat na dvě skupiny. Je zde také větší pohyb prodejců tam a zpět, například když odchází na sezónní práce a po nich se opět vrací.

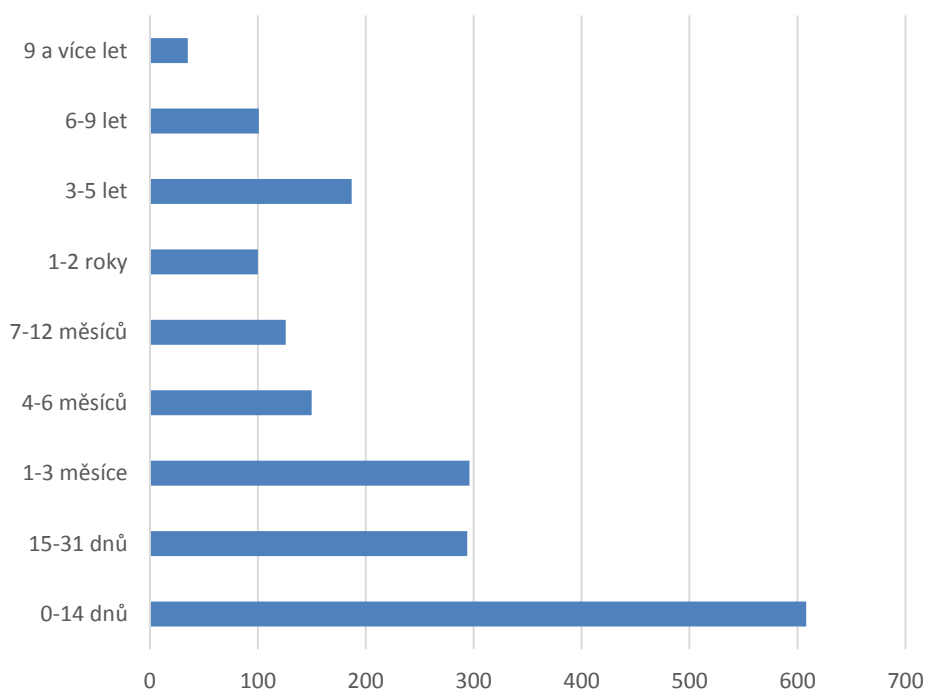
Aktuálně jsou klienty ve 25 případech ženy, klientů mužů je 53. Celkový průměrný věk klientů je zde 57,1 roku, přičemž průměrný věk žen činí 60,1 roku a u mužů je to 55,7 roku. Nejmladšímu klientovi bylo 16 a nejstaršímu 86 let. Průměrná délka čerpání služeb Nového Prostoru je u stávajících klientů 4,1 roku, z toho 9 klientů využívá služby méně než 3 měsíce, 8 klientů je v programu 3-6 měsíců, 11 klientů 6-12 měsíců, 18 klientů 1-2 roky, 9 klientů 2-5 let, 4 klienti 6-9 let a 18 klientů je v Novém Prostoru 10 let a více. Z tohoto počtu je 38 klientů ve službě registrováno opakovaně, jedná se o 13 žen a 25 mužů.



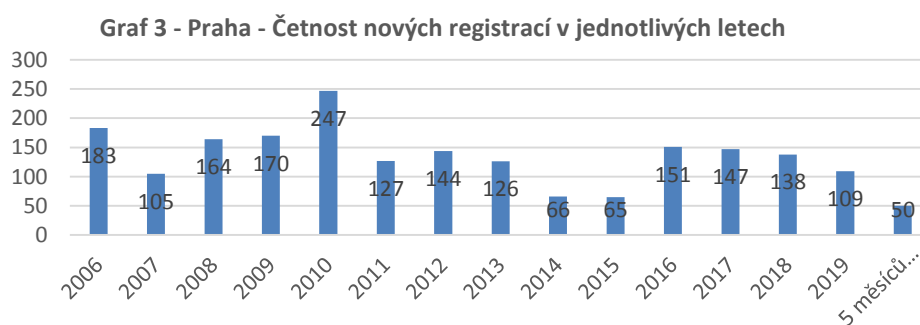
Od roku 2005, od kdy jsou data vedena v systému eEquip, do poloviny roku 2020 v pražské pobočce proběhlo a bylo ukončeno 2045 registrací. Z tohoto počtu připadlo 63 případů na základní sociální poradenství a 1982 na sociální službu sociální rehabilitace. Fakticky se jednalo o služby poskytnuté 1790 lidem, z nichž připadlo 1304 na muže s průměrným věkem 51,1 roku (nejmladší 18, nejstarší 86) a 486 na ženy průměrně ve věku 49,2 roku (nejmladší 16, nejstarší 82).

Co se délky užívání služby týče, 608 registrací skončilo během prvních 14 dnů, 294 registrací čerpalo službu 15-31 dnů a dalších 296 využívalo program 1-3 měsíce. Během 4-6 měsíců ukončilo spolupráci v Novém Prostoru 150 registrací a v průběhu 7-12 měsíce skončilo dalších 126. Na 100 registrací ukončilo čerpání služeb od 1 do 2 let, 187 od 3 do 5 let, 101 od 6 do 9 let a 35 registrací čerpalo službu 9 let a více. Dá se tedy říci, že během prvních třech měsíců klient zjistí, zda mu tato forma pomoci vyhovuje, a pokud toto období překoná, je čím dál pravděpodobnější, že v modulu street-paper vytrvá. Zároveň se ukazuje, že tato forma služby není vhodná pro každého (viz Graf 2).

**Graf 2 - Četnost ukončení služby v souvislosti s délkou jejího čerpání**



Zajímavé jsou také počty registrovaných případů v jednotlivých letech. Zatímco v roce 2006 se jednalo o nových 183 případů, v roce 2007 jich bylo registrováno jen 105. V roce 2008 bylo nových registrací do služby 164, v roce 2009 byl počet podobný, 170, a v roce 2010 se jejich počet vyhoupl až na 247. Rok 2011 byl návratem do normálu 127, v roce 2012 to bylo 144 a o rok později, 2013, bylo zaregistrováno 126 případů. V následujících 2 letech jich bylo téměř dvakrát méně, 2014 byl počet 66 a 2015 téměř shodných 65 registrací, jejichž počet narostl v roce 2016 na 151, v roce 2017 se pohyboval podobně na 147, a rok 2018 znamenal 138 registrací. V loňském roce 2019 bylo zaznamenáno 109 a do 1.6.2020 se jednalo o 50 registrací. Jedním z možných vysvětlení výkyvů je v roce 2010 dopad globální hospodářské krize, která se u nás promítla se zpožděním, a v letech 2016-18 naopak přesycenost pracovního trhu. Pracovníci Nového Prostoru potvrzují, že do stavu jejich klientely se promítají všechny ekonomické vlivy od lokálních až po globální.



### 3.6.3 Pardubická pobočka a její klienti

Pobočka v Pardubicích je nejmenší a nejnovější. Při současných 5 klientech je kapacita této pobočky, která je nastavena na 20 klientů, naplněna na 25 procent (Nový Prostor, z.ú., *Veřejný závazek*, 2020) a postupně se rozvíjí.

Mezi stávajícími klienty jsou jen muži. Celkový průměrný věk klientů je zde 46 let. Délka čerpání služeb Nového Prostoru je zde u všech stávajících klientů kratší než rok.

Za dobu existence zde proběhlo a bylo ukončeno 24 registrací, z nichž 5 připadlo na ženy a 19 na muže.

## **3.7 Dotazníkové šetření mezi prodejci časopisu v Praze**

### **3.7.1 Metody a popis výzkumu**

Výzkum byl realizován po výběru záměrného vzorku respondentů z celé populace stávajících klientů pražské pobočky Nového Prostoru. K získání dat od prodejců časopisu Nový Prostor jsem zvolila formu strukturovaného rozhovoru a sestavila vlastní záznamový arch obsahující 12 otázek, ze kterých bylo 11 uzavřených a 1, otázka č. 6, otevřená (viz. Příloha č. 1). V první části dotazníku mě z důvodu vyhodnocení naplňování cílů projektu z pohledu klientů, kteří sociální služby čerpají, zajímaly odpovědi týkající se jejich zkušeností s prodejem časopisu, ve druhé části jsem pak cílila na potenciální přínos jejich účasti v tomto projektu pro jejich vztahy s příbuznými a dalšími blízkými osobami a také získání nových dovedností, což považuji za jeden z ukazatelů míry začlenění do společnosti.

Před započítáním vlastního dotazníkového šetření jsem se představila dopolední části prodejců během pravidelné schůzky a informovala jsem je, že mnou budou na prodejním místě kontaktováni za účelem vyplnění dotazníku. Prodejci, kteří se účastnili odpolední schůzky, dostali tyto informace od pracovníků denního centra. Klienti byli také seznámeni s návodem na vyplnění dotazníku (viz. Příloha č. 2).

Náklady na dotazníkové šetření jsem si stanovila na 1500,- Kč a tato částka byla po sečtení všech položek naplněna. Jednalo se o výdaje za cestovné při cestách MHD na prodejní místa, a dále o odměny pro respondenty, kterým byla za čas strávený rozhovorem recipročně nabídnuta svačina (pečivo, paštika a nealkoholický nápoj nebo sušenka).

Před započítáním vlastního dotazování byly respondentům zopakovány důvody a užití výsledků výzkumu, zdůrazněna zásada anonymity a dobrovolnosti odpovídat nejen v rámci celého dotazníku, ale i u jeho jednotlivých otázek. Vyplněné dotazníky byly vkládány do zalepeného boxu otevřeného až při započítání zpracovávání výsledků šetření.

Ačkoli se jednalo o dotazování formou strukturovaného rozhovoru, respondenti byli většinou velmi sdílní a odpovědi byly často široké. Nejzajímavější sdělení byla zaznamenávána a jako doplnění výstupů z šetření si je dovolím uvést. Pro zachování autenticity nejsou nijak upravena a jsou uvedena tak, jak zazněla, pouze s označením pořadí respondenta (R1-R50). Sběr dat probíhal od 25.6.2020 do 10.7.2020.

### **3.7.2 Zpracování získaných dat**

Data získaná z 50 formulářů byla přepsána do tabulky programu Excel a následně bylo provedeno vyhodnocení za pomoci statistických funkcí absolutní a relativní četnosti. U otevřené otázky č. 6, v níž jsem zjišťovala, co nového se prodejci díky Novému Prostoru naučili, jsem pro vyhodnocení použila techniku obsahové analýzy a odpovědi jsem rozřadila do devíti kategorií (ruční práce a výtvarné techniky, vaření dostupných zdravých jídel, obsluha mobilního telefonu, prodejní dovednosti, přímá komunikace s lidmi a schopnost odhadnout je, pracovní návyky, cizí jazyky, vedení lidí a předávání zkušeností a „jiné“). Výstupům se budu podrobně věnovat v následující kapitole.

### **3.7.3 Výstupy plynoucí z dotazníkového šetření**

V průběhu 14 dnů jsem oslovila 54 stávajících prodejců, z nichž 50 s účastí ve výzkumném šetření týkajícím se fungování Nového Prostoru souhlasilo.

Mezi respondenty bylo 18 žen a 32 mužů, a průměrný věk byl 57,3 roku, přičemž 2 byli mladí do 26 let, 3 klienti byli ve věku do 39let, 10 z nich bylo v kategorii 40-49 let, 10 klientů bylo také ve skupině 50-59 let, nejpočetnější skupina respondentů (21) byla ve věku 60-69 let a 4 nejstarší klienti byli ve věkovém rozmezí 70-80 let.

Nejčastěji zastoupenými byli klienti, kteří čerpají služby 10 a více let (16 prodejců), 2-5 let (13 prodejců) a 6-9 let (9 prodejců). Na dotaz, jak se klient do Nového Prostoru dostal, odpovědělo nejvíc respondentů (celkem 33) že je přivedli do projektu známí, kteří měli s ním měli osobní zkušenost. Dalších 7 dotázaných znalo projekt z dřívějšíka a 5 respondentů vidělo prodejce a přišlo

se zeptat samo. Ostatní odpovědi s nižší četností jsou uvedeny v záznamovém archu výstupů celého šetření.

»Jo. Mě tenkrát přivedla známá, co taky prodávala. Ani nevím, jestli ještě prodává a ani nevím, jak se menovala, ale sem jí strašně vděčná, opravdu, strašně vděčná. (R6)«

Ze služeb poskytovaných Novým Prostorem dotazovaní ve všech případech čerpají klienti prodej časopisu, čtyřiaadvacet dotazovaných využívá sociální poradenství a jednatřicet také služby denního centra (viz Tabulka 1).

Tabulka 1

Služby využívané klienty v NP	prodej časopisu	základní poradenství	služby denního centra
Vyjádřeno v %	100	48	62

»Je to fajn, člověk na výdejně popovídá s lidma, kafičko si dá...taky ty kurzy sou tam fajn. Mě nejvíc baví vaření. A dyž něco nevíte, tak vám jako poraděj, se všim, víte? (R2)«

»No jo, no. Služby denního centra. To je jako dobrovolný, ale znáte to. Dobrovolně povinný. Jenže pro nás starý je to zbytečný, víte? Vono stačí, když tam člověk musí vyslechnout ty řeči, když si de pro časopisy, no. (R5)«

U otázky, zda si díky Novému Prostoru našli nové známé, naprostá většina (94 %) respondentů uvedla, že našli nové známé mezi pravidelnými zákazníky, v jednatřiceti případech mezi kolegy prodejci a devatenáct z nich také mezi pracovníky centra. Mezi dotazovanými se naopak neobjevil nikdo, kdo by si okruh známých nerozšířil (viz Tabulka 2).

Tabulka 2

Našel prodejce v NP nové známé?	ne	ano, mezi prodejci	ano, mezi pracovníky NP	ano, mezi kupujícími
Vyjádřeno v %	0	62	38	94

Dá se tedy říci, že práce v Novém Prostoru představuje pro prodejce významný potenciál pro navazování nových vztahů, a tedy i pro rozšiřování sociálního kapitálu. Některým prodejcům pomohli jejich zákazníci například při hledání bydlení, jiným zase v právních sporech nebo při oddlužení.

»Jo známý. Manželku sem si v Prostoru našel. Jeden prodejce, pan Y., a pani X, z kanceláře, víte, nám byli za svědky, někdo to fotil. To bylo dobrý, a sme pořád spolu. (R14)«

»Lidi jsou hodný, pani. Já bych jim chtěla strašně poděkovat za tu solidaritu. Třeba když jsem nemohla kvůli tomu viru prodávat, volali moji zákazníci do Prostoru, co sem mnou je, a když zjistili, že jako nemůžu prodávat, poslali tam peníze, aby se mi zaplatila ubytovna. Fakt jim chci strašně moc poděkovat. Fakt to s lidma není tak špatný. (R7)«

»To je těžký, no. Dycky dyž mám někoho ze zaměstnanců rád, jako, a mám k němu důvěru, tak vodejde, no. (R20)«

Dále se také potvrzuje, že ačkoli klienti vesměs vnímají Nový Prostor kladně, je to pro ně ve většině stále spíše instituce, ke které mají formální vztah.

Na otázku, zda pociťují zlepšení situace alespoň v některé z oblastí, odpověděli všichni dotázaní kladně (viz Tabulka 3). Nejčastěji se zlepšení projevuje v oblasti příjmů (47 prodejců) a při jednání s lidmi (35 prodejců). Situaci v oblasti bydlení vnímá jako lepší 32 dotázaných a osobní zlepšení při plnění pracovních úkolů udalo 21 respondentů. V 15 případech došlo ke zlepšení při kontaktu s příbuznými, 12 z dotázaných pociťuje díky prodeji časopisu a také díky sociálním pracovníkům zlepšení při jednání s úřady a ve 20 případech pak prodejci vidí zlepšení situace v oblasti řešení dluhů.

»Tak dluhy, no eště nějaký mám. Ale všechny ty morální dluhy, víte, na děti, ty sem díky tomu zaplatil, to jo. (R4)«

Tabulka 3

Pociťuje klient zlepšení své situace v některé z uvedených oblastí?	ano, v oblasti příjmů	ano, v oblasti řešení dluhů	ano, v oblasti bydlení	ano, v jednání s lidmi	ano, při kontaktu s příbuznými	ano, v jednání s úřady	ano, při plnění pracovních úkolů	ne
Vyjádřeno v %	94	40	64	70	30	24	42	0

Dá se tedy říci, že ačkoli je dle osobního posouzení klientů zlepšení nejvíce patrné ve finanční oblasti, nezanedbatelné úspěchy slaví projekt i na poli obnovy komunikace sociálně vyloučených se společností, na což má pravděpodobně vliv i zlepšení v oblasti bydlení.

Jako nové dovednosti získané díky Novému Prostoru byly v 41 případech uvedeny prodejní dovednosti kamelota včetně managementu a marketingu, 10 respondentů změnilo svůj přístup k lidem, naučilo se s nimi jednat a odhadnout je, a v 6 případech dotazovaní uvedli, že je Nový Prostor vlastně naučil pracovat. Další klienti se naučili nové věci v rámci kurzů, které jsou v centru pořádány, zejména vaření zdravých a zároveň dostupných jídel, prohloubení jazykových dovedností, obsluhu mobilního telefonu a osvojení nových výtvarných technik.

*» Co sem se naučil? Tak hlavně trpělivosti a pozitivnímu myšlení, no a nebát se na veřejnosti mezi úplně cizími lidmi, a taky nebát se faktu, že jsem bezdomovec, protože i když mám ubytovnu, tak jsem vlastně bezdomovec, víte? (R21)«*

*»Nového? Odhadnout lidi a říct jim, co zrovna chtějí nebo potřebují slyšet, to jsem se naučil. (R11)«*

Jako příčinu osobní krize vnímá 19 z dotazovaných nezaviněnou ztrátu zaměstnání a 5 přiznává ztrátu zaměstnání z vlastní viny. V rozpadu manželství či vztahu vidí příčinu 7 respondentů, dalších 8 považuje za příčinu své krize nemoc, 2 se přiznávají k závislosti a ve zbylých případech se jedná zejména o soudní spory a nevypořádané závazky.

*»U soudu se člověk spravedlnosti nedočká. Víte, spravedlnost moc není. A všechno se to tak vleče... asi čekaj, že dřív umřu a bude to vyřešený. (R1)«*

V některých případech je ovšem těžké stanovit příčiny vzniku krize, protože se vzájemně prolínají. Je těžké např. určit, zda za rozpadem manželství stojí ztráta zaměstnání a s ní spojená finanční krize, nebo je za tím spíše psychická nemoc, která propukla ve stejnou dobu. Stejně tak se můžeme ptát, zda za vznik duševního onemocnění může nadměrná konzumace alkoholu či drog, anebo zda začal někdo toto konzumovat v důsledku špatného duševního zdraví.

Závěrečná část rozhovoru se týkala rodinné situace respondenta. Většina z dotazovaných uvedla, že než se dostali do tíživé situace, byla v alespoň nějakém kontaktu s někým z příbuzných, přičemž v 24 případech šlo o kontakt pravidelný a 15 dalších se jednalo o kontakt zřídka. Jen 7 dotazovaných se nestýkalo s příbuznými vůbec a další 4 uvedli, že nemají příbuzné. Naproti tomu v nejtěžší situaci bylo bez kontaktu s příbuznými 23 respondentů, 12 se i přes krizovou situaci stýkalo alespoň s někým z příbuzných pravidelně a 11 jen zřídka.

*»Rodina? Tak ty mě úplně hodily přes palubu. Odstřihli mě. (R3)«*

*»No, já sem je tím ani nechtěl obtěžovat, víte? Ani sem za nima nejel. (R17)«*

V současné době, kdy jsou zapojeni do projektu Nový Prostor, naopak pravidelný kontakt s příbuznými uvádí 25 dotázaných, alespoň zřídka je v kontaktu s příbuznými 9 respondentů a s nikým z příbuzenstva se nestýká 12 z dotázaných prodejců. V tomto případě je ovšem poměrně obtížné posoudit, zda je to hodně nebo málo, protože chybí srovnání s tím, jak jsou tyto četnosti v celé společnosti.

*»No, tak to víte, je to na prd. Vnoučata sou ještě malý, ty za mnou samy nemůžou. Ale třeba až vyrostou, no, ale aby to ještě stihly, že jo. (R9)«*

*»To víte že jo. Voni viděj, že se snažim, no. (R16)«*

Tabulka 4

Četnost kontaktů s příbuznými (vyčíslení uvedeno v %)	nemám příbuzné	ne, vůbec	ano, zřídka	ano, pravidelně
před osobní krizí	8	14	30	48
v nejtěžší situaci	8	46	22	24
v současnosti	8	24	18	50

Zde je patrné, že ačkoli má pád na dno často za následek zpřetrhání původních vztahů s příbuznými, díky zlepšení, které u klientů se zapojením do programu Nového Prostoru nastává, se často podaří tyto vztahy znovu nastartovat. Největší rozdíl je patrný u těch, kteří měli vybudované pravidelné rodinné kontakty před krizí. U osob, které se již před krizí stýkaly jen zřídka,



tento ozdravný efekt nebyl pozorován a často tyto původně řídké kontakty vyústily v trvalou absenci rodinných styků.

Celkově je tedy možno konstatovat, že zapojením osoby ohrožené vyloučením nebo osoby vyloučené na okraj společnosti do modulu street-pater v Novém Prostoru dochází k postupným změnám její sociální situace (viz Tabulka 4). Když se podaří situaci osoby stabilizovat, je v sociální práci kladen důraz zejména na zajištění dokladů, se kterými je možné dosáhnout na státní pomoc, dále pak na získání nejprve dočasného a posléze trvalého bydlení. Klienti jsou motivováni nejen k tomu, aby si prodejem časopisu vydělali peníze, ale také k tomu, aby je uměli s rozvahou utratit a aby dostali svým závazům při splácení dluhů. Posledním krokem vyvedení klientů ze sociální izolace bývá motivace k obnovení zprerhaných příbuzenských a kamarádkých vazeb, které nejen že zvyšují kvalitu života, ale mohou být právě tím sociálním kapitálem, který bude při případné další životní krizi záchrannou sítí.

Integrační efekty lze nalézt také u lidí, kteří ačkoli mají v pořádku doklady, v minulosti řádně pracovali a mají bydlení, typicky se jedná o bydlení nájemné, musí si doplnit příjmy pro zajištění základních životních potřeb, protože ze starobního či invalidního důchodu je nepokryjí a kvůli jejich zdravotnímu stavu je jinde nezaměstnají. Díky Novému Prostoru jsou schopni si udržet bydlení, a v případě osamělých seniorů také sociální kontakty, ať už během prodeje, nebo při společenských aktivitách, které pro ně organizace pořádá.

## 4. DISKUZE

Za cíl práce jsem si stanovila detailní popis sociálního podniku Nový Prostor, z. ú. prostřednictvím analýzy interních i veřejně dostupných dokumentů a vlastního dotazníkového šetření mezi klienty. Díky otevřenému přístupu ve zkoumané organizaci mohlo být v praktické části podrobně popsáno, jakým způsobem se v průběhu času tento sociální podnik vyvíjel, jaké musel překonat překážky a jak daleko za již více jak dvacet let své existence došel.

Ačkoli původní cíl, tedy pomáhat metodou empowermentu skrze pouliční prodej časopisu lidem, kteří se ocitli v krizové životní situaci, je stále aktuální, během let se podle legislativních změn i měnících se potřeb klientů vyvíjel způsob a rozsah poskytovaných sociálních služeb. Celkově došlo k jejich profesionalizaci, co se týče personálu i vybavení, postupně byly nastaveny standardy a mechanismy zaručující v rámci sociálních služeb kvalitu.

I když se tento podnik za dobu své existence musel poprat s nejrůznějšími obtížemi, zatím z každé vyšel o cenné zkušenosti bohatší, a tak aktuálně i ve zvláštních časech „koronakrizy“ mohl zůstat svým klientům oporou. Ukázalo se, že po dvacet let budované vazby s čtenáři a podporovateli časopisu byly dostatečně pevné i v době, kdy se prodejci dostali do dosud nevídané situace, protože ze dne na den nemohli prodávat. Jejich zákazníci je nenechali padnout a na sbírkovém účtu se sešly prostředky například na zaplacení ubytovny. Byla to doba, kdy bylo zřetelné, že v případě nečekaných událostí takového rozsahu někdy selhává pomoc státu, který není schopen pružně a okamžitě reagovat, a naproti tomu se jasně ukázal význam sociálních podniků nejrůznějšího druhu, které potřebným tuto pomoc zajistit dokázaly. To dokládají i příběhy prodejců, kteří nedosáhli na mimořádnou okamžitou pomoc a bez veřejných sbírek by si nemohli zaplatit ubytovny, anebo některých matek samoživitelek, které by se neobešly bez pomoci z potravinových sbírek.

Získaná data jsou tedy v souladu s hypotézou, že s účastí klientů v programu Nového Prostoru roste nejen jejich finanční soběstačnost, ale i sebeúcta

a sebedůvěra, což jim pomáhá krok za krokem zvyšovat svou účast na životě společnosti. I přes občasné negativní projevy kolemjdoucích sami prodejci pocítují, že jak o sebe pečují a rostou, i okolí se na ně dívá s čím dál větším respektem. Vzhledem k tomu, že při vyplňování dotazníku prodejci mezi řečí zmiňovali často fakt, že pro ně prodej časopisu neznamená jen získání zdroj finančních prostředků, ale že je také místem, kde se mohou potkávat, ať už s kupujícími nebo kolegy kameloty, že mají s kým sdílet svoje momentální radosti i trápení, je možné říci, že snaha o integraci je i z jejich pohledu úspěšná. Pozitivní vliv této integrace je možné vidět v obnovení kontaktů s někým z příbuzných. Někteří prodejci vyjádřili přímo, že jejich příbuzní jsou na ně pyšní nebo hrdí, protože se snaží znovu postavit na vlastní nohy a díky Novému Prostoru se jim to, daří. Výsledky ovšem nelze přeceňovat, neboť je možné, že se do odpovědí nezjištěným způsobem promítá sociální desirabilita, tedy vědomá či nevědomá ochota respondentů vyhovět sociálnímu očekávání, a tedy vypovídat tak, aby obraz sociálních služeb byl pozitivní. Skutečně exaktní měření efektivity sociální práce je opravdu obtížné i vzhledem k těmto potížím, na které se u cílové skupiny naráží.

Vzhledem k tomu, že díky Novému Prostoru se dokázalo na vlastní nohy už mnoho klientů, kteří našli regulérní zaměstnání a nejsou závislí na sociálních dávkách, lze také konstatovat, že je konání v rámci tohoto podniku prospěšné i pro zbytek společnosti.

Během své práce na tomto tématu jsem si všimla, že pokud jsou sociálně vyloučenými ženy, je pro ně častěji těžké s touto situací pracovat. Z dokumentace pořizované sociálními pracovníky Nového Prostoru plyne, že mají ve větší míře sklon porušovat pravidla, frekvence udělování sankcí je vyšší a nestálost v práci větší, což může mít souvislost i s navazováním patologických partnerských vztahů. Podobný jev jsem zaznamenala i ve skupině klientů, kteří vyrůstali ve svobodě po pádu komunistického režimu. I tito mladí mají potíže s dodržováním pravidel a jejich vlastní motivace nestačí. Bylo by zajímavé se těmito jevy zabývat podrobněji.

Z obsahu teoretické části plyne, že fenomén bezdomovectví je širokou oblastí a sociální práce, která se jím zabývá, musí být schopna široké mezioborové spolupráce. To ovšem není možné bez úprav legislativy a celkové faktické změny koncepce, ve které je již sice možné zaznamenat pozitivní změny a návrhy, které by mohly být v boji proti bezdomovectví úspěšné, ale bohužel jsou namísto praxe stále jen textem na papíře.

Praktická část ukazuje, že občanský sektor může být pro stát důležitým partnerem v boji proti sociálnímu vyloučení, a dokonce ho může v některých oblastech či službách zastoupit.

Velice důležitá je pak role sociálních podniků v práci s lidmi, kteří jsou už ze společnosti vyloučeni, protože právě tito lidé mají nedůvěru ve všechny organizace a pro státní instituce to platí dvojnásob. Potom právě nasazení lidí z neziskového sektoru snáze jejich nedůvěru překoná a může nastartovat inkluzivní proces, čehož je Nový Prostor také důkazem.

Nový Prostor našel zároveň cestu, jak pomoci chronicky předluženým lidem, kterým by se za normálních okolností kvůli stávající legislativě nevyplatilo pracovat, neboť pokud jim ani po často těžké práci nezbyvá na základní potřeby, na návrat do společnosti zcela rezignují. V Novém Prostoru si díky unikátnímu spojení sociálního podniku se sociální službou mohou lidé i při práci doplnit příjem tak, aby mohli pokrýt své životní potřeby a z dluhové pasti se vymanit.

## 5. ZÁVĚR

Problematika integrace sociálně vyloučených skrze aktivity neziskových organizací je dnes velmi aktuálním tématem. I v širší veřejnosti již rezonuje názor, že ne všichni sociálně vyloučení si za svou situaci mohou sami, a to právě díky Novému Prostoru a podobným podnikům, které se pomocí medializace sociální problematiky a informování o reálných příčinách a důsledcích podílejí na destigmatizaci lidí bez domova. Společnost je schopna přijmout objektivní příčiny vedoucí k sociálnímu vyloučení, jako je obecně sociální nerovnost pramenící z nerovnoměrného rozložení zdrojů ve společnosti, a v konkrétní rovině např. chybějící nebo špatné rodinné zázemí, nemoc, špatná situace na pracovním trhu a podobně. Ve zdravé občanské společnosti, jejíž členové přijímají svůj díl zodpovědnosti za stav celé společnosti, proto vznikají sociální podniky, které se snaží pomoci těm, kteří měli horší podmínky a příležitosti.

Zatímco některé instituce a organizace, v dobré víře, že pomohou, svým klientům hmotně vypomáhají, aniž by za to něco požadovaly, čímž někdy tyto slabé ještě více invalidizují, Nový Prostor své klienty uschopňuje tím, že jim dává možnost sebeuplatnění skrze osobní vklad, vlastní činnost. Díky této nehrané reciprocitě klienti Nového Prostoru získávají pozitivní sebeobraz, protože vědí, že ačkoli se také jedná o podnik, který jim má pomoci, bez nich by tento projekt ve stávající podobě nemohl fungovat a jejich práce v něm je opravdu důležitá.

V případě další práce věnující se Novému Prostoru bych se krom výše uvedeného zaměřila také na porovnání charakteristik klientů v jednotlivých střediscích a na to, jaké jsou mezi klienty v Brně, v Praze a v Pardubicích rozdíly. V souvisejícím dotazníkovém šetření tentokrát mezi všemi prodejci Nového Prostoru by mě také zajímalo, zda a jaký vliv na bezdomovectví má původní rodina, sociální a kulturní kapitál.



## Seznam literatury a internetových zdrojů

1. DOHNALOVÁ, Marie. *Sociální ekonomika, sociální podnikání: podnikání pro každého*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2012. ISBN 978-80-7357-269-3.
2. ERIKSON, Erik H. *Dětství a společnost*. Praha: Argo, 2002. ISBN 80-7203-380-8.
3. ERIKSON, Erik H. a Joan M. ERIKSON. *Životní cyklus rozšířený a dokončený: doplněné vydání o devátém stupni vývoje od Joan M. Eriksonové*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1999. Psychologie P. ISBN 80-7106-291-x.
4. HRADECKÁ, Vlastimila a Ilja HRADECKÝ. *Bezdomovství – extrémní vyloučení*. Praha: Naděje, 1996. ISBN 80-902292-0-4.
5. *"Jak se žije na ulici – zjevné bezdomovectví": sborník z konference: Olomouc, 30. listopadu 2010*. Olomouc: Charita, 2011. ISBN 978-80-254-8895-9.
6. JANDOUREK, Jan. *Slovník sociologických pojmů: 610 hesel*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-3679-2.
7. *Koncepce prevence a řešení problematiky bezdomovectví v České republice do roku 2020*. Praha: MPSV, 2013. ISBN 978-80-7421-072-3.
8. MAREK, Jakub, Aleš STRNAD a Lucie HOTOVCOVÁ. *Bezdomovectví: v kontextu ambulantních sociálních služeb*. Praha: Portál, 2012. ISBN 978-80-262-0090-1.
9. NEŠPOROVÁ, Olga, a kolektiv. *Sčítání osob bez domova v České republice 2019: kategorie bez střechy a vybrané kategorie bez bytu podle typologie ETHOS*. Praha: VÚPSV, 2019. ISBN 978-80-7416-351-7.
10. Nový Prostor, z.ú., *Výroční zpráva Nového Prostoru za rok 2018*. Staženo: 20.1.2020. Dostupné na [http://novyprostor.cz/download/vyrocní\\_zpravy/2016.pdf](http://novyprostor.cz/download/vyrocní_zpravy/2016.pdf)
11. Nový Prostor, z.ú., *Výroční zpráva Nového Prostoru za rok 2016*. Staženo: 20.1.2020. Dostupné na [http://novyprostor.cz/download/vyrocní\\_zpravy/2018.pdf](http://novyprostor.cz/download/vyrocní_zpravy/2018.pdf)
12. PRUDKÝ, Libor a Michaela ŠMÍDOVÁ. *Kudy ke dnu: analýza charakteristik klientů Naděje, o.s., středisko Praha, Bolzanova*. Praha: Socioklub, 2010. Sešity pro sociální politiku. ISBN 978-80-86140-68-1.
13. *Příklady nejlepší praxe v boji proti bezdomovectví*. Praha: FEANTSA, 2003. ISBN 80-86451-05-4.
14. *Sborník příspěvků z mezinárodní konference Vývoj kvality a efektivity výkonu sociální práce: konané u příležitosti Světového dne sociální práce v Brně dne 21.3.2018*. Praha: Ministerstvo práce a sociálních věcí, 2018. ISBN 978-80-7421-159-1. Dostupné na [http://www.budmeprofi.cz/wp-content/uploads/2019/01/mpsv\\_sbormik-A5\\_net-1.pdf](http://www.budmeprofi.cz/wp-content/uploads/2019/01/mpsv_sbormik-A5_net-1.pdf)
15. *"Sociální vyloučení a ztráta domova v kontextu závislostí": sborník z konference: [Olomouc], 7. prosince 2006*. Olomouc: Charita Olomouc, 2007. ISBN 978-80-239-9765-1.

16. *Specifika žen mezi lidmi bez domova: sborník z konference: Olomouc, prosinec 2009*. Olomouc: Charita Olomouc, 2010. ISBN 978-80-254-7561-4.
17. ŠTĚPÁNEK, Jan, Jakub YELLEN a Monika VESELÁ. *Nový Prostor - 20 let spolu*. V Praze: Nový Prostor, 2019. ISBN 978-80-903990-4-4.
18. ŠUBRT, Jiří. *Soudobá sociologie*. V Praze: Karolinum, 2010. ISBN 978-80-246-1789-3.
19. ŠUPKOVÁ, Danuše a kolektiv. *Zdravotní péče o bezdomovce v ČR*. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-0.
20. VOJTÍŠEK, Petr. *Evaluace v SP: Evaluace v praxi sociální práce v ČR očima sociálních pracovníků*, 2019.[online]Staženo: 28.4.2020. URL: <http://www.pksp.cz/evaluace.html>
21. Zákon č. 3/2002 Sb. Zákon o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností a o změně některých zákonů (zákon o církvích a náboženských společnostech). Občanský zákoník. Platnost od 07.01.2002. Účinnost od 07.01.2002.[online]Staženo: 10.06.2020. URL: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2002-3>
22. Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách. Platnost od 22.03.2012. Účinnost od 01.01.2014.[online]Staženo: 10.06.2020. URL: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-108>
23. Zákon č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník. Platnost od 31.03.2006. Účinnost od 01.01.2007.[online]Staženo:10.06.2020. URL: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>
24. Zákon č. 90/2012 Sb. Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích). Platnost od 22.03.2012. Účinnost od 01.01.2014. [online] Staženo: 10.06.2020. URL: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90>

#### INTERNÍ DOKUMENTY

25. Nový Prostor, z.ú., *Etický kodex pracovníků Nového Prostoru*. Interní nepublikovaný dokument.
26. Nový Prostor, z.ú., *Metodika modul street-paper*, rev. 12.2.2020. Interní nepublikovaný dokument.
27. Nový Prostor, z.ú., *Osnova postupu pro zdanění příjmů z prodeje časopisů NP*. Interní nepublikovaný dokument.
28. Nový Prostor, z.ú., *Pravidla pro uživatele*, rev. 12.2.2020. Interní nepublikovaný dokument.
29. Nový Prostor, z.ú., *Provozní řád*. Interní nepublikovaný dokument.
30. Nový Prostor, z.ú., *Průběh IP*, rev. 26.2.2020. Interní nepublikovaný dokument.
31. Nový Prostor, z.ú., *Veřejný závazek*, rev. 10.2.2020. Interní nepublikovaný dokument.
32. Nový Prostor, z.ú., *Zvyšování kvality sociální služby – způsoby analýzy kvality sociální služby*, revize 3.3.2020. Interní nepublikovaný dokument.



# Přílohy

## Příloha č. 1 – Dotazník pro prodejce v projektu Nový Prostor

### DOTAZNÍK PRO PRODEJCE V PROJEKTU NOVÝ PROSTOR

Vážená paní/Vážený pane, poprosím Vás o několik minut Vašeho času. Jsem studentka sociální práce na Univerzitě Karlově a píši závěrečnou práci. Nebudu zjišťovat Vaše jméno, Vaše anonymní odpovědi budou použity v rámci mé bakalářské práce týkající se fungování projektu Nový Prostor (NP). Jako odpověď zakroužkujte 1 nebo více políček (podle otázky), které se podle Vás nejvíce hodí (viz. NÁVOD K VYPLNĚNÍ). Dotazník má 2 strany. Děkuji za Váš čas a přeji hezký den.

Pavla Peková

#### NÁVOD NA VYPLNĚNÍ:

0.	Narodil/a jste se v Praze?	<input checked="" type="radio"/> ano	<input type="radio"/> ne
----	----------------------------	--------------------------------------	--------------------------

1.	Jak dlouho jste klientem/klientkou Nového Prostoru?	<input type="checkbox"/> 1-14 dnů	<input type="checkbox"/> 15-30 dnů	<input type="checkbox"/> 1-3 měsíce	<input type="checkbox"/> 4-6 měsíců	<input type="checkbox"/> 7-12 měsíců	<input type="checkbox"/> 1-2 roky	<input type="checkbox"/> 3-5 let	<input type="checkbox"/> 6-9 let	<input type="checkbox"/> 10-15 let
----	---	-----------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	------------------------------------

2.	Jak jste se do Nového Prostoru dostal/a?	<input type="checkbox"/> znal/a jsem projekt z dřívějšíka	<input type="checkbox"/> přivedl mě někdo známý	<input type="checkbox"/> doporučil mi ho sociální pracovníci	<input type="checkbox"/> doporučil mi ho v jiné organizaci	<input type="checkbox"/> něco jiného:
----	--	---	---	--	--	---------------------------------------

3.	Vyberte všechny služby, které v NP využíváte? (můžete vybrat 1 i více možností)	<input type="checkbox"/> prodej časopisu	<input type="checkbox"/> základní poradenství	<input type="checkbox"/> služby denního centra
----	---	--	---	--

4.	Našel/našla jste díky Novému Prostoru nové známé? (můžete vybrat 1 i více možností)	<input type="checkbox"/> ne	<input type="checkbox"/> ano, mezi prodejci	<input type="checkbox"/> ano, mezi pracovníky NP	<input type="checkbox"/> ano, mezi kupujícími
----	---	-----------------------------	---	--	---

5.	Pocítujete díky prodeji Nového Prostoru zlepšení své oblasti? (můžete vybrat 1 i více možností)	<input type="checkbox"/> ano, v oblasti příjmu	<input type="checkbox"/> ano, v oblasti řešení dluhů	<input type="checkbox"/> ano, v oblasti bydlení	<input type="checkbox"/> ano, v jednání s lidmi	<input type="checkbox"/> ano, při kontaktu s příbuznými	<input type="checkbox"/> ano, v jednání s úřady	<input type="checkbox"/> ano, při plnění pracovních úkolů	<input type="checkbox"/> ne
----	---	--	--	---	---	---	---	---	-----------------------------

OTOČTE NA 2. STRANU PROSÍM

6.	Co nového jste díky Novému Prostoru zvládl/a, co jste se zde díky NP naučil/a? (napíšte prosím všechno, co Vás napadne)	
----	---	--

Na závěr mi dovoďte pár otázek k Vaší rodině. Pokud je to pro Vás nepříjemné, nemusíte odpovídat.

7.	Než jste se dostal/a do tíživé situace, byl/a jste v kontaktu s příbuznými?	<input type="checkbox"/> nemám příbuzné	<input type="checkbox"/> ne, vůbec	<input type="checkbox"/> ano, zřídka	<input type="checkbox"/> ano, pravidelně
----	---	---	------------------------------------	--------------------------------------	--

8.	Byl/a jste v nejtěžší situaci v kontaktu s příbuznými?	<input type="checkbox"/> nemám příbuzné	<input type="checkbox"/> ne, vůbec	<input type="checkbox"/> ano, zřídka	<input type="checkbox"/> ano, pravidelně
----	--	---	------------------------------------	--------------------------------------	--

9.	Jste nyní v kontaktu s příbuznými?	<input type="checkbox"/> nemám příbuzné	<input type="checkbox"/> ne, vůbec	<input type="checkbox"/> ano, zřídka	<input type="checkbox"/> ano, pravidelně
----	------------------------------------	---	------------------------------------	--------------------------------------	--

10.	Jak jste se dostal/a do tíživé životní situace?	<input type="checkbox"/> nezaviněná ztráta zaměstnání	<input type="checkbox"/> zaviněná ztráta zaměstnání	<input type="checkbox"/> rozpad manželství	<input type="checkbox"/> nemoc	<input type="checkbox"/> závislost	<input type="checkbox"/> něco jiného:
-----	---	---	---	--	--------------------------------	------------------------------------	---------------------------------------

11.	Jste	<input type="checkbox"/> žena	<input type="checkbox"/> muž
-----	------	-------------------------------	------------------------------

12.	Kolik je Vám let?	
-----	-------------------	--

DĚKUJI MOC ZA VAŠE ODPOVĚDI.



#### **O MNĚ**

Jmenuji se Pavla Peková. Jsem studentka sociální práce na Univerzitě Karlově a píši závěrečnou práci.

Jako téma jsem si vybrala projekt Nový Prostor a jeho fungování.

Vaše zkušenosti v projektu jsou velmi důležité.

## DOTAZNÍK PRO PRODEJCE Nového Prostoru **NÁVOD K VYPLNĚNÍ**

Dotazník má 12 otázek a jeho vyplnění Vám zabere několik minut Vašeho času.

Nebudu zjišťovat Vaše jméno.

Otázka č.0 je vzor, jak vyplňovat. U otázek 1,2 a 7-11 vyberte prosím jednu odpověď. U otázek 3-5 můžete vybrat 1 i více z daných možností. V otázce 6 je prostor pro Vaše slova. Dotazník má 2 strany.

Prvních 6 otázek se týká Vaší účasti na projektu Nový Prostor.

Otázky 7-10 se týkají Vašeho rodinného zázemí a pro účely mé závěrečné práce jsou důležité.

Pokud je Vám některá otázka nepříjemná, nemusíte odpovídat.

Pro vyplnění Vás během příštích 14 dnů navštívím na Vašem prodejním místě.

Děkuji za spolupráci a přeji hezký den.  
Pavla Peková







Příloha č. 4 – Mapa prodejních míst časopisu Nový Prostor v Praze

