

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ
Studia občanské společnosti

Bc. Jana Vondrová

**Mantinely přijímání darů
v českých neziskových organizacích
klimatického hnutí**

Diplomová práce

Praha 2022

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ
Studia občanské společnosti

Bc. Jana Vondrová

**Mantinely přijímání darů
v českých neziskových organizacích
klimatického hnutí**

Diplomová práce

Vedoucí práce: doc. PhDr. Tereza Pospíšilová, PhD.

Praha 2022

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a s použitím pramenů a literatury řádně citovaných a uvedených v seznamu literatury. Práci jsem nevyužila k získání jiného nebo stejného titulu.

Souhlasím s tím, že tato diplomová práce může být zveřejněna v elektronické knihovně FHS UK a může být využita i jako studijní text v plné verzi nebo její části.

V Praze dne 3. 1. 2022

Jana Vondrová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí své práce doc. PhDr. Tereze Pospíšilové, PhD. za cenné připomínky a svojí rodině za trpělivost a podporu.

Obsah

Úvod	11
1. Teoretická část	13
1. 1. Dar jako závazek?	13
1. 1. 1. Dar znamená vytvoření vztahu	13
1. 1. 2. Význam daru pro neziskový sektor	16
1. 2. Peníze jako forma daru	17
1. 2. 1. Individuální dary, firemní dary a CSR	17
1. 2. 2. Fundraising v neziskovém sektoru	19
1. 3. Hranice mezi dárcem a obdarovaným	21
1. 3. 1. Proč si klást otázku, zda dar přijmout	21
1. 3. 2. Hodnotový rámec	23
1. 3. 3. Kde se vzala potřeba seberegulace?	25
1. 3. 4. Jak vznikají pravidla a etické kodexy	27
1. 3. 5. Anonymní dary	29
1. 3. 6. Přijímání darů v praxi	30
1. 4. Dary optikou environmentálních témat	31
1. 4. 1. Situace českých environmentálních organizací	31
1. 4. 2. Ochota dárců	32
2. Empirická část	37
2. 1. Metodologie výzkumu	37
2. 1. 1. Cíle práce a výzkumné otázky	37
2. 1. 2. Výzkumný vzorek	38
2. 1. 3. Výzkumná strategie	39
2. 1. 4. Metody sběru dat	40
2. 1. 5. Analýza dat	43
2. 1. 6. Limity výzkumu	43
2. 1. 7. Etické zásady výzkumu	44
2. 2. Výsledky výzkumu	45
2. 2. 1. Kontext fundraisingu ve zkoumaných organizacích	45
2. 2. 2. Staré vs. nové organizace	49
2. 2. 3. Jaká pravidla pro přijímání darů organizace mají	50
2. 2. 4. Hledání inspirace	52
2. 2. 5. Význam, který je pravidlům připisován	54
2. 2. 6. Postoj k firemnímu dárcovství	62
2. 2. 7. Postoj k anonymním darům	66
Závěr	71
Seznam použitých zdrojů	75
Přílohy	79

Abstrakt

Předkládaná práce se zabývá mantinely přijímání darů v českých neziskových organizacích klimatického hnutí. Čeští političtí lídři, na rozdíl od těch evropských, jsou spíše nevěšmaví ke klimatické krizi, čemuž napovídá i vznik nových organizací v posledních letech vytvářejících tlak na řešení této situace. Tyto organizace doplnily starší, vzniklé na přelomu osmdesátých a devadesátých let minulého století. Aby organizace mohly prosazovat svoji agendu, potřebují síť dárců, kteří je budou podporovat. Cílem této práce je porozumět, jaké hodnoty a praktiky v organizacích regulují přijímání darů, a také porozumět motivacím jejich přístupu a jednání v konkrétních situacích.

Klíčová slova

Klimatická krize, fundraising, společenská odpovědnost firem, hodnoty organizace, seberegulace, přijímání darů, kodex etického fundraisingu, nezisková organizace

Abstract

The thesis deals with the boundaries for accepting donations in the Czech non-profit organizations of the climate movement. Czech leaders, unlike the European ones, are rather inattentive to the climate crisis. In recent years this is reflected in emergence of new organizations which creates pressure to address this situation. In order for organizations to advance their agenda, they need a network of donors to support them. The aim of this thesis is to understand what values and practices in these organizations regulate the acceptance of gifts, as well as to understand the motivations of their approach in specific situations.

Klíčová slova

Climate crisis, fundraising, corporate social responsibility, organizational values, self-regulation, accepting gifts, code of ethical fundraising, nonprofit organization

Rozsah práce: 145 341 znaků vč. mezer

Úvod

Majitel hnědouhelné společnosti nabídne půl milionu korun neziskové organizaci, jejíž hlavní vizí je klimatická neutralita. Podobná organizace dostane na účet statisícový dar od ředitele firmy vyrábějící solární panely. A vysoce postavený obchodník pracující ve firmě prodávající oblečení vyráběné v rozvojových zemích, kde k tomu využívá dětskou práci, přidá dalších pár desítek tisíc korun. Tři různé situace vedou ke společné otázce. Je takový dar přípustný? Přijmou jej organizace klimatického hnutí? A proč ano nebo proč ne? Není prosazování řešení klimatické krize, ve které se nacházíme, přednější?

Právě tématu mantinelů přijímání darů v neziskových organizacích českého klimatického hnutí se věnuji v této diplomové práci. Proč ji považuji za relevantní pro obor Studií občanské společnosti? Nejprve proč klima. To, že se svět potýká s klimatickou krizí, vyvrací jen pár jednotlivců, naopak podíváme-li se např. na Evropskou unii, jejím cílem je dosáhnout do roku 2050 klimatické neutrality a tím naplnovat i opatření dané v Pařížské dohodě. Když se ale podíváme na lídry české politické scény, s výjimkou začátku devadesátých let minulého století vyvstává v lidech pocit zmaru a beznaděje. Potřebu se ozvat, k situaci se postavit čelem a vyzvat k řešení, můžeme cítit ve vzniku několika různě radikálních organizací klimatického hnutí v posledních letech. Ostatně i pokud zhodnotíme rétoriku lídrů a programy politických stran před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR na podzim 2021, bylo řešení změny klimatu v hledáčku většiny z nich.

Otázka dávání a přijímání darů je otázkou filantropickou, otázkou svobodné vůle každého člověka, zda a kam věnuje své peníze na straně jedné a zda je přijme na straně druhé. V Česku bohužel nelze najít žádné statistiky, kolik darů ročně putuje organizacím klimatického hnutí. Ochotě dárců jsem však věnovala jednu z kapitol a pokusila se z kusých údajů poskládat celistvý obraz. Pro neziskové organizace jsou nicméně dary nedílnou součástí jejich příjmů, někdy dokonce téměř ze sta procent. Je samotné tato situace nutí si postoj k financování a jeho limitům vyjasnit. Tato práce nastiňuje, jaký přístup organizace zvolily a co je k tomu vedlo.

Cíli této práce je tedy porozumět, jaké hodnoty a praktiky regulují přijímání darů v neziskových organizacích českého klimatického hnutí, a také porozumět motivacím jejich přístupu a jednání v konkrétních situacích. Pro zodpovězení otázek jsem zvolila kvalitativní výzkum. Metodami pak jsou polostrukturované rozhovory doplněné analýzou dokumentů. Do výzkumného vzorku jsem zahrнула pět neziskových organizací, jejichž cíle souvisejí

s hledáním řešení klimatické krize, věnují se advokační práci a mají celostátní zaměření nebo působnost. Předpokládám, že v současné době není v ČR žádná další organizace, která by všechna daná kritéria splňovala a nebyla zahrnuta do tohoto výzkumu.

V první části práce se zaměřuji na teoretické ukotvení problematiky. Soustředím se na kontext daru a jeho současný význam pro neziskový sektor, popisuji roli peněz jako formy daru a věnuji se hodnotovému rámci či potřebě seberegulace, které mohou stavět hranice mezi dárce a obdarovaného.

Druhou část jsem zaměřila na popis výzkumu a na výstupy, které se mi díky rozhovorům a analýze dokumentů podařilo získat. Co spojuje či rozděluje české organizace klimatického hnutí? Jakými disponují pravidly a jaký význam jim přiřkládají? Kromě odpovědí na tyto otázky mě výzkum přivedl i ke dvěma specifikům, kterým jsem se rozhodla věnovat samostatné kapitoly, a to postoji k firemním darům a anonymnímu dárcovství.

Věřím, že tato práce a její výstupy budou cenné i pro samotné organizace českého klimatického hnutí a ukáže jim širší záběr a cesty, jak je možné o nastíněné problematice uvažovat.

1. Teoretická část

1. 1. Dar jako závazek?

1. 1. 1. Dar znamená vytvoření vztahu

Co je to dar? Jak může být nahlíženo na jeho význam? Můžeme jej odmítnout? V této kapitole se budu věnovat těmto otázkám z různých perspektiv důležitých pro to, abychom nahlédli, jak o daru můžeme přemýšlet, a pomůže lépe pochopit aktuální pocity a závazky, které v nás dary vyvolávají.

Marcel Mauss (1999) zkoumající archaické společnosti ve 20. letech minulého století zaznamenal, že s obdarováním vzniká v mnoha civilizacích i nevyřčená potřeba dar oplatit. „Směna se uskutečňuje a smlouvy uzavírají formou darů, teoreticky dobrovolných, ve skutečnosti však povinných a opětovaných.“ (Mauss, 1999, str. 9). Tvrdí, že společnosti, které zkoumal a popisoval, nepostrádají ekonomický trh, ale jejich směnný režim se liší od našeho, je tedy trhem před zřízením instituce obchodníků a peněz.

Mauss (1999) sleduje vliv morálky a ekonomiky na povahu transakcí. Předpokládá, že tato morálka a ekonomika funguje i v našich společnostech. V ekonomických a právních systémech, které předcházely ty naše, nedochází při obchodování mezi jednotlivci takřka nikdy k prosté výměně statků, bohatství a výrobků, tedy věcí ekonomicky prospěšných, ale především zdvořilostí, obřadů, výpomoci, žen atd. (Mauss, 1999, stránky 12-13). Tento systém zahrnuje různá pravidla, zejména taková, která nutí výměnou za přijatý dar nabídnout jiný.

Dar zde není vnímán pouze jako finanční transakce, ale jako něco, co ekonomickou stránku přesahuje a co poznamenává i současnou společnost. Pro mnoho lidí mají věci osobní, důležitý význam. Někteří lidé např. nevyhodí žádnou věc. Věci, kterými se obklopili, pro ně reprezentují nezcizitelné a vysoce ceněné vzpomínky (Komter, 2004, stránky 15-16). Lidé mají věci spojené se silnými emocemi, mají sociální a kulturní význam. Jsou způsobem, jak definovat, kdo jsme pro sebe a pro ostatní. Jsou znamením sociálních vazeb.

Mauss (1999) tuto entitu nazývá duchem daru. Dary jsou často pevně spjaty s osobou, rodem, půdou, jsou nositeli magické, náboženské a duchovní síly. Archaické společnosti podle něj věřily, že proto musí být později směněny nebo oplaceny. Pokud by se tak nestalo, mohlo by se obdarovanému stát něco zlého, mohl by i zemřít. Přijatá věc není pouze nezúčastněným objektem. Třebaže už nepatří dárci, něco z něho si uchovává.

Archaické společnosti, jak je popsal Mauss, mají zvnitřněnou i povinnost dary přijímat. Jejich odmítnutí nebylo přípustné. „Odmítnout dar, opomenout pozvat, stejně tak jako odmítnout si vzít je totéž jako vyhlásit válku, jako odmítnout spojenectví a přátelství.“ (Mauss, 1999, stránky 25-26). Moderní společnosti¹ na těchto pravidlech nefungují, přesto část našeho života stále tkví v podobné atmosféře. „Neoplacený dar stále staví toho, kdo jej přijal, do podřízeného postavení, zvláště když jej přijal, aniž pomyslel na protidar.“ (Mauss, 1999, str. 133). Z tohoto pohledu by dnes neziskové organizace nesměly dar odmítnout, a to ani přesto, že přijetí morálně problematického daru by pro ně mohlo znamenat závazek prokázat za dar protislužbu a zároveň by je tato skutečnost postavila do podřadné pozice.

Podle Komter (2004) se zdá, že darování můžeme vnímat buď jako ekonomické či tržní vztahy s cizími lidmi, nebo jako utváření osobních vztahů s blízkými, přáteli, nebo příbuznými. Darování by z takového úhlu pohledu tedy mělo čistě altruistické motivy. Komter ale dodává, že takto jednoduché to není. Zboží totiž může získat kulturní význam v průběhu času – např. z nádobí se postupně stává umělecké dílo, jednou zakoupené šperky dostanou osobní význam a hodnotu atd. Věci samy nemají nějaký význam, ale jejich přesun ho může vytvářet. Tímto pohledem lze dary vnímat nikoli jako věci, ale jako sociální vztahy, jak je popisuje Mauss (1999).

Zda věc bude vnímána jako prostá komodita, nebo jako altruistický dar, záleží tedy na povaze vztahu, v němž se směna odehrává. Komter s odkazem na Alana Page Fiskeho popisuje čtyři různé typy sociálních vztahů (Komter, 2004, stránky 21-30). První z nich je sdílení v komunitě (community sharing). Jde o rovnocenný vztah lidí ve skupině, typický v rodině, kdy je klíčová solidarita, přátelství, sounáležitost a identifikace se skupinou. Věci se vyměňují na základě propojenosti s ostatními a potřeby udržovat kvalitní mezilidské vztahy. To co, člověk dává, nesouvisí s tím, zda něco přijal.

Druhý typ je založený na autoritách (authority ranking), vztahu nadřízenosti a podřízenosti. Lidé se liší postavením na sociálním žebříčku. Nejvýše postavení mají výsadu rozhodovat, typicky vystavují cenné předměty na odiv jako symbol.

Třetí typ je postavený na vztahu rovnosti, ale ne tak blízkém, jako v komunitě (equality matching). Jedná se např. o vztahy mezi vrstevníky, kteří mají odlišnou identitu, ale jsou si navzájem rovni, mají stejný vliv. Směna darů není ovlivněna postavením ani zásluhami nebo výkonem.

¹ Maussovo dílo vyšlo poprvé před sto lety.

Poslední čtvrtý typ se týká tržní směny (market pricing), která není založená na vztahu, ale dominuje jí hodnota odvozená z trhu. Rozhodující jsou racionální úvahy o čase, penězích a užitečnosti. Člověk může např. dávat dary tam, kde očekává nějaký přímý nebo budoucí užitek. Do této kategorie mohou spadat úplatky nebo dary lékařům či politikům. V oblasti osobních vztahů tento typ chybí, pokud není vztah mezi partnery orientován na osobní prospěch. Na tomto typu jsou založeny také profesionální vztahy – služby jsou nabízeny výměnou za úplatu.

Komter (2004) vysvětluje, že lidé používají kombinaci těchto modelů k utváření své vlastní identity a vytváření vztahů se svým okolím, umožňují jim porozumět tomu, jak se k nim chovají ostatní a interpretovat jejich motivy a záměry. Dodává, že dary mohou být i zdrojem nepříjemných nedorozumění a konfliktů, pokud dávající a obdarovaný připisují daru různý význam, jinou hodnotu, očekávání.

Když se podíváme na čtyři představené modely, můžeme se ptát, jak dnes dary vnímají neziskové organizace. Dar nelze vnímat jako odosobněnou komoditu, ale jako vztah, který je jeho součástí. U neziskových organizací klimatického hnutí se pravděpodobně nebude jednat o dar sdílený v komunitě (organizace bude spíše větší, nebude všechny své dárcy do detailu znát a nebude s nimi budovat tak hluboké vztahy) ani o dar založený na vztahu nadřazenosti a podřazenosti (který spatřuji např. spíše v získávání grantů, kdy dávající udává jasné podmínky a určuje si právo kontroly čerpání i odejmutí dotace).

O dalších dvou případech je ale potřeba uvažovat. Nezisková organizace i její dárci obvykle sdílí společně hodnoty a dárci věnuje svůj dar k tomu, aby prostřednictvím organizace mohla nastat nějaká změna. Dárci i organizace spolupracují na stejném cíli, ale jejich vztah není tak blízký jako v komunitě. Nelze ale vyloučit ani tržní směnu. Mohou existovat dárci, kteří mají své úmysly a chtějí prosazovat svoje cíle, které mohou, ale nemusí být zcela slučitelné s cíli a posláním neziskové organizace. Dárci pak sleduje především svůj prospěch, např. prostřednictvím svého daru zlikvidovat pomocí neziskové organizace svoji konkurenci v daném regionu a následně zaujmout její místo.

V této práci se zaměřuji na to, zda a jaké mantinely si nastavují pro přijímání darů neziskové organizace. Zajímá mě, zda ti, kdo dar přijímají, berou v potaz vytváření vztahu a co pro ně toto pouto znamená. Zda s darem přijímají i vztah, jak se k tomuto vztahu staví a je-li pro ně přijatelný.

1. 1. 2. Význam daru pro neziskový sektor

Jaké vztahy vytváří dary dnes? V naší západní společnosti hrají dary velkou roli, a to jak v osobní rovině, tak pro neziskový sektor. Tím klíčovým jsou pro neziskové organizace právě dary. Jedná se o projev vůle jednotlivců², kteří poskytnou dar. Je to jejich svobodné rozhodnutí, není vynucené. Toto jednání můžeme nazvat filantropií. Filantropie znamená dávat (nebo dávat a současně sloužit). Ona dává a neziskové organizace jsou subjekty, které toto dávání přijímají. (Payton & Moody, 2008, str. 37). Dary mohou poskytovat kromě jednotlivců a firem i např. nadace. V této práci se však zaměřím na dary od jednotlivců (resp. firem), protože ty nepodléhají dalšímu posuzování či potřebě splnit určitá pravidla, jako tomu bývá u nadací.

Současná společnost se rychle mění, což vrhá tyto organizace do nejistoty, které se musejí přizpůsobovat. Zejména finanční nejistota vede k tomu, že stále více organizací se snaží směřovat k vícezdrojovému financování a eliminovat tak případné výpadky peněz (Plumptre, 2019). Podle Dohnalové (2010) je pro neziskové organizace typické právě vícezdrojové financování, v němž jsou výrazným zdrojem podpory veřejné finance. Finanční příjmy, které mohou organizace od státu získat, vycházejí zejména z dotační politiky vůči organizacím občanské společnosti. Jako další možnosti Dohnalová nastiňuje finanční prostředky z fondů EU či dárcovství, pod které zahrnuje spolupráci s firmami, příspěvky od nadací nebo individuální dárcovství.

Do jaké míry jsou dárci nepostradatelní, a jak mohou ovlivnit rozpočty neziskových organizací, jsem znázornila v následující tabulce. Vybrala jsem několik neziskových organizací s různým zaměřením, které v ČR působí, a z výročních zpráv za rok 2020 jsem sestavila přehled, jakým způsobem do jejich rozpočtu zasahují dary.

² Nebo firem, ale i tam vychází rozhodnutí z vůle jednotlivců.

Tabulka č. 1: Objem darů v neziskových organizacích v roce 2020

Organizace	Milion chviliek pro demokracii	Transparency International	Česká společnost ornitologická	Člověk v tísni
Dary	20 347 000	2 222 000	1 510 000	130 919 000
Celkové příjmy	20 347 000	10 486 000	20 020 000	2 299 599 000
Objem darů	100 %	21,2 %	7,5 %	5,7 %

Pozn.: Částky jsou v Kč

Zdroje: Výroční zprávy za rok 2020: Milion chviliek pro demokracii (2021), Transparency International (2021), Česká společnost ornitologická (2021), Člověk v tísni (2021)

1. 2. Peníze jako forma daru

1. 2. 1. Individuální dary, firemní dary a CSR

Neziskové organizace se obvykle nespolehnají jen na peníze získané prostřednictvím grantů nebo podpory od ministerstev, ze státních fondů nebo EU. Získání takových prostředků je kromě nejistého výhledu³ zatíženo i dodržováním přísných pravidel a cíli státní nebo evropské politiky – peníze směřují do oblastí, které chtějí rozvíjet, což se nemusí slučovat s cíli některých neziskových organizací.

Způsobů, jak jednotlivec může poskytnout dar vybrané neziskové organizaci, je celá řada. Může se jednat o veřejnou sbírku, benefiční akci, zaslání DMS, vyhledání organizace na internetu a zaslání daru na účet organizace nebo přes platformu Darujme.cz. Podle způsobu, který dárci zvolí, se může jednat o dar anonymní nebo neanonymní. Tomu, co znamenají pro organizaci anonymní dary, se budu věnovat níže.

Motivací poskytnout dar je mnoho. Bauman (1996) vysvětluje, že ideálem je altruismus, nezištnost, tedy absence jakékoli náhrady za poskytnutí daru. Dar pro dárci nabývá pouze morálního uspokojení. Fleishman (2007) rozvádí další možnosti, jako jsou touha vrátit to, co člověku společnost dříve poskytla⁴, náboženská motivace, umožnění vstupu mezi společenskou elitu, překonání špatné reputace v očích vlastních i ostatních či touha po

³ Za zmínku stojí situace neziskových organizací způsobená vládními opatřeními spojenými s pandemií koronaviru. Průzkum na takové téma by byl na samostatnou práci. Je ale zřejmé, že tato skutečnost bude mít dopad i na neziskový sektor.

⁴ Jako příklad uvádí Fleishman osobu, která uvažuje tak, že Amerika se k ní zachovala dobře, umožnila jí stát se bohatou, což u ní vyvolá potřebu jí takovou možnost vrátit třeba financováním nemocnice nebo školy.

určitému druhu nesmrtelnosti, když jméno dárce bude spjaté např. se jménem nemocnice. Dílčí motivací jsou v ČR jistě i daňové důvody. Jednotlivci i firmy si mohou odečíst hodnotu daru ze základu pro výpočet daně (Zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů).

Pokud hovoříme o firemním dárcovství, je potřeba nastínit stále více zmiňované téma jejich společenské zodpovědnosti – CSR⁵. CSR definovala Evropská komise jako sociální odpovědnost podniků za jejich dopad na společnost (Corporate social responsibility and Responsible business conduct, 2020). Proto by měla být součástí firemní obchodní strategie. Začlenit by do ní firmy měly sociální, environmentální, spotřebitelská nebo lidská práva.

Aktivita firem mají podle Evropské komise významný dopad na životy občanů v celé EU. Nejen z hlediska produktů a služeb, které nabízejí, nebo pracovních míst, které vytvářejí, ale také z hlediska pracovních podmínek, lidských práv, zdraví, životního prostředí, inovací, vzdělávání nebo odborné přípravy. Proto společnost očekává, že firmy budou dopady své činnosti zohledňovat, negativním dopadům předcházet a zmírňovat je. EU proto podniky v podpoře a podněcování společenské odpovědnosti podporuje. V roce 2011 přijala Evropská komise strategii pro CSR s konkrétními přístupy pro jednotlivá odvětví.

Lze očekávat, že CSR hraje významnou roli v rozhodnutí firem podporovat neziskové organizace. Právě to ale u přijímacích organizací může vyvolávat otázku, zda takové dary přijímat a za jakých podmínek. Je tedy na místě se ptát, jaká je skutečná motivace firem dar poskytnout.

Boukal (2013, str. 114) se domnívá, že hlavním cílem podniku není financování neziskové organizace, což fundraiseři musí mít na paměti a nabídnout firmě takovou spolupráci, která by prostřednictvím dárcovství přinášela firmě nějaký benefit. Důležité je rozvíjet osobní přístup vedení neziskové organizace vůči podnikovým managerům. Nezisková organizace musí studovat motivy, které vedou firmy ke spolupráci. „Tyto motivy totiž nemusí být vždy pozitivní. Je na managementu NNO, aby posoudil skladbu daných motivů a určil podíl každého z nich. U každého podniku se setkáváme s chápáním spolupráce s NNO jako součástí reklamy, jako cestu vedoucí k daňovým úlevám, jako prostředku k uspokojování ředitele podniku. Objevuje se potřeba investovat volné finance.“ (Boukal, 2013, str. 120). Dodává, že u některých firem je naopak spolupráce s neziskovou organizací součástí tradice.

⁵ V anglickém originále Corporate Social Responsibility.

Peníze tedy může darovat neziskové organizaci jedinec nebo firma. Kromě toho, ale majetní jedinci nebo firmy, respektive jejich majitelé nebo představitelé, zakládají nadace, jejichž prostřednictvím pak peníze rozdělují. Motivace, které vedou k jejich založení, jsou rozmanité. Fleishman (2007) na příkladu amerických nadací vysvětluje, že dárci často nenajdou pro ně vhodného potenciálního obdarovaného, organizaci, se kterou by zcela souzněli, nebo se neumí rozhodnout, mezi které příjemce peníze rozdělit. Jiným důvodem může být, že člověk nechce svým potomkům zanechat nadměrné množství majetku. Založení nadace bývá také prostředkem pro společenskou změnu, hledání řešení nějakého problému, např. podpora vzdělání prostřednictvím financování škol nebo podpora advokační práce.

1. 2. 2. Fundraising v neziskovém sektoru

Jak už jsem nastínila výše, dary tvoří neopominutelnou část příjmů neziskových organizací. To vede k narůstajícímu významu fundraisingu, tedy metodě, jak se naučit žádat o dar, která umožňuje rozšířit portfolio dárců a docílit i větší svobody věnovat se tématům, které organizace vnímá jako důležité, ale státní politika je nepodporuje.

Úkolem fundraisingu je rozšířit počet dárců, aby se snížilo riziko vyvolané výpadkem některého z nich. Jedním z důležitých cílů je „vytvoření stálého okruhu příznivců NNO tak, aby byla zajištěna celková stabilita organizace včetně zdrojů potřebných pro realizaci jejího poslání i běžného chodu. Stálý okruh příznivců totiž zajišťuje opakované i pravidelné dary, díky nimž roste ekonomická zabezpečenost NNO.“ (Boukal, 2013, str. 50). Taková základna je postavena především na velkém množství individuálních dárců. Boukal předpokládá, že individuální dárci bývají věrní i v době krize, zatímco firmy v době ekonomických potíží ruší podporu jako první.

Vznik a počátky fundraisingu se datují do konce 40. let 20. století, kdy organizace v USA potřebovaly zavést pravidla pro získávání peněz pro plnění svých cílů (Reissová, Žambochová, & Vlčková, 2019). Termín pochází z angličtiny: fund = rezerva či kapitál, raising = zvýšit nebo přijmout opatření. Slovo je používáno v mnoha jazycích obvykle bez překladu. Existuje řada definicí, pro účely této práce se mi jako nejvhodnější jeví formulace Machálka a Nestrstové, že fundraising je „systematický a organizovaný proces získávání prostředků pro zajištění programových i provozních aktivit a rozvoje neziskové organizace.“ (Machálek & Nestrstová, 2011, str. 11). Autoři dodávají, že se skládá ze dvou úzce

propojených částí, a to získávání dárců (aktivizace) a udržování dobrých vztahů s nimi (péče o dárci). Je tedy patrné, že vztah je zde důležitou položkou.

Reissová, Žambochová a Vlčková (2019) vysvětlují, že při žádosti o dar je důležitá důvěra, kterou organizace v oslovených lidech vyvolává. Pokud jí lidé věří, vědí, že jejich peníze poslouží deklarovanému účelu. I zde je mezi obdarovanými a dárci podstatné budování vztahu.

Fundraising je oboustranným vztahem, který by měl přinášet užitek oběma stranám. „Individuální dárci jsou potenciálním zdrojem vysokých příjmů, je-li o ně správně pečováno. Budování a udržování vztahů s dárci je tak hlavní prioritou individuálního fundraisingu. Je třeba mít na paměti, že individuální dárci jsou především lidé, a ti velmi ocení, pokud ze strany podporované organizace cítí zájem o svoji osobu a vděk za poskytnuté dary.“ (Boukal, 2013).

Boukal definuje dar jako „něco cenného nebo žádoucího (finanční prostředky, předměty, ale i čas a znalosti), co se prostřednictvím darování dobrovolně převádí z vlastnictví dárci do vlastnictví obdarovaného, a to vždy bez přímé protihodnoty (např. zaplacení nebo protiplnění). Máme-li převedení vlastnictví z dárci na obdarovaného vnímat jako skutečný dar, dárci by z darování tedy neměly vyplývat žádné materiální nebo nemateriální výhody, které by mohly být považovány za kompenzaci daru.“ (Boukal, 2013, str. 80). Zároveň upozorňuje, že to neznamená, že by dárci neměl z předání daru nic mít, jen nesmí být poskytnutí daru podmíněno protislužbou.

Machálek a Nesrstová (2011, stránky 72-73) poukazují na to, že nestačí umět o dar žádat, ale je důležité za dar i poděkovat – budovat vztah. To se podle autorů ale často neděje a dárcova motivace neziskovou organizací znovu podpořit následně výrazně klesá. Za klíčové pro udržení dárci považují poděkování, jehož součástí bude informace o tom, že tento dar je důležitý a co díky němu lze udělat, a později informovat o tom, jak byl dar využit.

V kontextu této práce se fundraising stává důležitým proto, že lze předpokládat při jeho aktivní činnosti zvýšený příliv dárců a obecné povědomí o organizaci. V takové situaci se k organizaci dostávají nejen dary, o které sama někoho požádala, ale i dary od lidí, jež nezná. Můžeme očekávat, že na takový okamžik se organizace připraví, třeba formou diskuze, zda vůbec toto téma řešit, a pokud ano, zda by bylo vhodné si nastavit nějaká pravidla, jak s takovými dary naložit.

1. 3. Hranice mezi dárce a obdarovaným

1. 3. 1. Proč si klást otázku, zda dar přijmout

Mnoho neziskových organizací po celém světě čelí otázkám, zda přijímat peníze od lidí nebo organizací, jejichž praktiky podnikání nebo zdroje příjmů jsou eticky sporné. Seznamy dárců či potenciálních donorů obvykle zahrnují politiky, bohaté podnikatele atd. „Zatímco mnoho takových dobrodinců je velkorysých a mají smysl pro společenskou odpovědnost, existují samozřejmě i tací, jejichž metody a zdroje příjmů jsou morálně sporné.“⁶ (Lopez, 2013, str. 85). Může se jednat o nespravedlivé pracovní postupy, korupci, nelegální obchod s drogami apod. Je v pořádku tyto peníze přijmout a využít je pro dobrý účel?

Zda by instituce měly zkoumat původ daru a říct si, kdy je v pořádku jej přijmout a kdy nikoli, neexistuje jasná odpověď. Zatímco někteří autoři říkají, že přijmout i kontroverzní dar je v pořádku, jiní to odmítají, další nastolují zamyšlení nad tím, co je vůbec kontroverzní dar a jak nad ním přemýšlet.

Collins (2006, str. 80) zdůrazňuje potřebu se nad darem zamyslet. Vysvětluje, že často bereme peníze proto, že jejich společenský přínos kompenzuje možný neatraktivní původ peněz, a také se chceme vyhnout tomu, že bychom mohli urazit dárce. Považuje však za důležité u každého jednotlivého případu zvážit všechny okolnosti.

Zajímavé je také podívat se na názor veřejnosti. Morris (2008, str. 743) poukazuje na výzkum z roku 2006, který v USA provedla nezisková filantropická organizace Guidestar a v němž 39 % respondentů odpovědělo, že neziskové organizace by neměly přijímat příspěvky z kontroverzních zdrojů. Co znamenají takové zdroje, respondenti vysvětlili jako zdroje propagující hodnoty, které jsou v rozporu s posláním neziskové organizace, např. výrobci tabáku, alkoholu a střelných zbraní, nenávislné skupiny či hazardní herny.

Uvažování nad tím, co znamená kontroverzní dar, ale může být složitější. Jak popisuje Venzin (2017, str. 3), záleží i na tom, v jaké situaci se přijímající organizace nacházejí a jak definují své etické hodnoty. To, co jedny organizace považují za neetické chování, mohou jiné přehlédnout nebo uvažovat jinak. Je proto podle ní klíčové, aby všichni v týmu věděli, kdy je v pořádku dar přijmout a kdy je v pořádku jej odmítnout. Za podstatné proto považuje vytvoření jasné zásady přijímání darů, na kterých se dohodnou všichni členové týmu.

⁶ Překlad JV. V originále „While many such benefactors are praiseworthy in their generosity and in their sense of social responsibility, there are, of course, some whose methods and sources of income are morally questionable.“

Filantropie je budování vztahu mezi dárcem a příjemcem. Pospíšilová (2018) říká, že odmítnutí daru proto není neutrální akt. Takový čin za prvé znamená odmítnutí vztahu s dárcem, za druhé odmítnutí hodnot, které dárci vyznává. Zatímco výměna darů svým způsobem potvrzuje sdílené chápání identit a přesvědčení, odmítnutí daru je výrazem nesouhlasu s nimi. Za třetí odmítnutí daru znamená odmítnutí implicitních povinností darovacího vztahu – dar může být i formou kontroly a jeho odmítnutí je způsob, jak prosadit nesouhlas se zájmy dárci.

Pokud některá organizace tedy dojde k závěru, že jsou peníze kontroverzní, znamená to nutně, že je musí odmítnout? Morris (2008) tvrdí, že neziskové organizace by na takový krok neměly mít právo. Říká, že o svůj majetek se mají starat s péčí řádného hospodáře, a tedy přijmout dar bez ohledu na jeho původ, v opačném případě jí vzniká břemeno prokázání, že vzdání se daru přineslo větší užitek (ve vztahu k jejímu poslání) než přijetí daru.

Otázka přijímání sporných peněz je komplikovanější, než by se na první pohled mohlo zdát. Moody a Pratt (2020) nebo Dunn (2010) poukazují na potřebu uvědomit si i rozdíl mezi spornými penězi a spornými dárci. Podle Dunna (2010) lze dárci a dary rozdělit do čtyř kategorií. Podle mého názoru ilustrují možnosti, jak by organizace mohly o darech a dárcích přemýšlet a ujasnit si, které dary nebo dárci jsou pro ně přijatelní, a kteří už nikoli.

První kategorie zahrnuje dary od jednotlivců, kteří pracují v souladu se zákonem a dodržují sociálně přijatelné standardy chování, takže peníze i dárci jsou společensky přijatelní. Druhá kategorie zahrnuje dary od sporných dárců, kteří dávají zjevně čisté peníze. „Tito jedinci vytvářeli bohatství legálními a společensky přijatelnými prostředky, ale jejich reputace byla skandální.“⁷ (Dunn, 2010). Jako příklad uvádí muže, který finančně podporoval školu, ale následně poslal rasistické zprávy párům smíšených ras. Sporní dárci tedy v tomto případě poskytují přijatelné dary.

Třetí kategorie zahrnuje ty případy, kdy jsou peníze a dárci sociálně nebo právně podezřelí, dárci se zabývají nelegálními aktivitami. Některé organizace takové dary nepřijímají, některé ano. „Matka Tereza např. ochotně přijímala dary z jakéhokoli zdroje, včetně despotů a nechutných politických vůdců. Tvrdila, že tyto neoprávněné zisky byly použity na pomoc chudým v Kalkatě.“⁸ (Dunn, 2010). Organizace, které přijímají dary

⁷ Překlad JV. V originále: „These individuals generated wealth through legal and socially acceptable means but whose reputations have been tarnished by scandal.“

⁸ Překlad JV. V originále: „Mother Teresa, for example, willingly accepted donations from any source, including despots and unsavory political leaders. She argued that these ill-gotten gains had been used to aid the destitute in Calcutta.“

z kategorie tři se domnívají, že peníze nemají rodokmen nebo historii nebo že rodokmen a historie nejsou relevantní. Čtvrtá kategorie zahrnuje čisté dárce, kteří dávají sporné peníze. Taková situace vzniká např. ve chvíli, kdy peníze dává bezúhonný člověk, ale zdědil je po příbuzném odsouzeném za zločiny ve druhé světové válce.

Kromě toho odkud, nebo od koho peníze pocházejí, lze uvažovat i v dalších kategoriích, jak o nich píšou Moody a Pratt (2020). Existují rozdíly v závažnosti – např. peníze může dávat dárce obviněný ze zneužívání dětí ale také dárce, který svým zaměstnancům neplatí životní minimum. Záležit může na konkrétních firmách a neziskových organizacích – ropné společnosti by mohly být ekologickými organizacemi považovány za sporné, ale budou to tak vnímat i ty umělecké? A jak se zachová nezisková organizace, která v minulosti opakovaně přijímala peníze od určitého dárce, ve chvíli, kdy proti dárci je vzneseno trestní oznámení? Nebo bude organizace na pokraji platební neschopnosti ochotnější přijímat podezřelé dary?

Rozhodnutí, zda dar přijmout ovlivňují různé tlaky. Dunn (2010) pojmenovává tři zásadní. První z nich je legitimita daru, kdy si klademe otázku, zda nárok zúčastněných stran je v souladu se sociálně definovanými normami. Tlak vzniká ve chvíli, kdy jsou hodnoty a normy dárce v rozporu s aktivitami neziskové organizace, třeba společnost zaměřující se na léčbu rakoviny dostane dar od tabákové firmy. Druhým významným tlakem je moc. Ptáme se, zda dárce může ovlivnit chování organizace. Za třetí tlak Dunn považuje naléhavost, čili situaci, kdy přijímající organizace je pod časovým nebo jiným tlakem, který je pro ni kritický.

Všechny zmíněné pohledy vedou ke stejnému závěru. Neexistuje jednotný postup, vždy je ale pro organizaci důležité si svůj přístup a postup definovat, dát mu kontury. Je potřeba vědět, proč daný krok dělají, ať je jakýkoli.

1. 3. 2. Hodnotový rámec

Neziskové organizace kultivují svá hodnotová východiska. Odvolávají se na hodnoty, které legitimizují jejich činnost. Neexistuje žádný jejich univerzální seznam. Pro každou organizaci či jednotlivce jsou relevantní jiné.

Hodnoty mohou mít podobu materiální (mít vlastní dům, auto či velký příjem) a nemateriální (zdravé životní prostředí, genderová rovnost nebo dobré vztahy na pracovišti). Právě mezi těmito dvěma směry lze pozorovat vývoj. Ganzeboom, Flap a kol. (1989) vysvětlují, že změnu hodnot od materiálních k postmateriálním lze – alespoň

v západním světě – sledovat po druhé světové válce, kdy rostoucí prosperitu provázel ruku v ruce dostatek zboží a lidé začali vnímat jiné problémy, než např. nedostatek jídla nebo střechy nad hlavou.

To potvrzuje i Inglehart (1977), který říká, že hodnoty západní společnosti se posouvají od naprostého důrazu na materiální blaho a fyzickou bezpečnost k většímu důrazu na kvalitu života. Podle něj mají lidé tendenci se více zabývat bezprostředními potřebami nebo hrozbami než těmi pro ně vzdálenými. Touha po kráse tedy může být více či méně univerzální, ale hladoví lidé spíše hledají jídlo než estetické uspokojení. Mladá generace v západních zemích byla vychována ve zcela jiném světě, než který formoval jejich rodiče či prarodiče.

Za důležité příčiny považuje Inglehart lepší přístup k vyššímu vzdělání, velikost a rozmanitost masmédií, technologické inovace, které kromě předchozích dvou příčin umožnily zvýšení produktivity a změnily strukturu povolání. Akcentovanějšími tématy se stávají např. ochrana životního prostředí, kvalita života, role ženy, redefinice morálky nebo širší účast veřejnosti na politickém i nepolitickém rozhodování. Inglehart poukazuje, že málo z těchto témat můžeme považovat za nová, mění se ale jejich kvantitativní význam.

Postmateriální hodnoty, byť je přímo takto nenazývá, sleduje i Moldan (2015), který si také všímá změny hodnot v posledních desetiletích. „Již v počátcích současného pojetí ochrany životního prostředí a později udržitelného rozvoje, které klademe do šedesátých a počátku sedmdesátých let minulého století, zazněla potřeba založit nové přístupy na změně lidských hodnot.“ (Moldan, 2015, str. 387).

Na půdorysu postmateriálních hodnot vznikaly organizace a hnutí v poválečných dekadách. Mezi nimi i ty, které upozorňují na environmentální problémy a stanovují si za cíl se podílet na jejich řešení. Keller, Frič a Gál (1996) se na konci minulého století pozastavovali nad tím, že chování společnosti je trvale neudržitelné a vede k narušování přírodní rovnováhy. „Ekonomický růst v tomto ohledu znamená obrovské náklady, jež nejsou běžně vyčíslovány, budou však muset být dříve nebo později splaceny.“ (1996, str. 18). Autoři dodávají, že ještě nedávno byly enormní lidské zásahy do přírodního prostředí ospravedlňovány nutností dalšího zvyšování životní úrovně. „Poškození prostředí v důsledku tohoto nezvládnutého metabolismu lidské ekonomiky však bylo postupně takového charakteru, že se to zpětně promítá přímo do kvality lidského života. Korelace mezi dalším ekonomickým růstem a kvalitou života v důsledku toho stále více slábne.“

(1996, str. 18). Jinými slovy, ekonomický růst nelze do budoucna považovat za záruku dobré kvality života.

Je zřejmé, že nastíněné organizace budou mít jako jednu z hlavních hodnot kvalitu životního prostředí. Vezmeme-li v úvahu lidskou potřebu ekonomického růstu, protože ta byla předpokladem zvýšení kvality životní úrovně, lze předpokládat, že tyto organizace budou hledat i další hodnoty, které můžeme považovat za postmateriální.

Keller, Gál a Frič (1996, str. 35) popisují, že postmateriální orientace se vyznačuje postojem, kde starost o druhé, o přírodu i o sebe samé má přednost před komercializací. Dodávají, že hodnoty jsou soustředěny kolem nenásilí, úcty k životu. „Ani tyto hodnoty nemusejí představovat naprosto spolehlivou bariéru před vzkypěním konfliktních emocí, např. v reakci na ostentativní a arogantní poškozování přírodního prostředí. Patří však zřejmě k tomu nejkvalitnějšímu, čím nedokonalé lidstvo v oblasti hodnot dnes disponuje. Každá jiná hodnotová orientace má blíže ke kořistnickému, a tedy bytostně agresivnímu postoji ke světu.“ (Keller, Gál, & Frič, 1996, stránky 61-62). Právě tento poznatek předurčuje, že organizace klimatického hnutí budou ctít nejen hodnoty spojené se životním prostředím, ale i ty sociální.

1. 3. 3. Kde se vzala potřeba seberegulace?

Proč by nestátní neziskové organizace měly samy na sebe klást nároky, které regulují jejich aktivity nad rámec opatření, jež jim ukládá stát? Jako klíčový se jeví rozvoj a rozšíření neziskového sektoru. Množství organizací, které vznikají, ale také diverzifikace portfolia využití finančních nástrojů mají za následek vyšší poptávku po transparentnosti a odpovědnosti za účelem zvýšení jejich legitimacy. Similon (2015) vysvětluje, že v některých zemích se jeví samoregulace jako nejefektivnější způsob vedoucí ke splnění těchto požadavků.

Podle Bies (2010, stránky 1057-1058) k sobě rostoucí neziskový sektor přitahuje dárce, klienty a další aktéry. Ti všichni, ať už fungují uvnitř organizace nebo působí zvenčí, mají zájem na posílení seberegulace organizací, na jasně daných mantinelech. Bies doplňuje, že v evropských zemích lze zaznamenat, že dynamika odpovědnosti v posledních desetiletích zesílila, v řadě zemí slouží k nahrazení nebo doplnění regulace ze strany státu a posiluje legitimitu neziskových organizací.

Netransparentnost, absence regulačních pravidel nebo jiné přešlapy snižují důvěru veřejnosti, což může mít za následek snížení přílivu darů. To pro nevládní neziskové

organizace může mít fatální následky. Jak už jsem předeslala výše, některé organizace mohou být na darech závislé z velké části nebo jsou dokonce jejich jediným příjmem.

Mezi výzvy, které jsou před organizace kladeny a které vedou k očekávání vlastní regulace, řadí Bies (2010, str. 1058) privatizaci, růst firemní a individuální filantropie, tlak na výkonnost a mezinárodní integraci v rámci EU. Ve střední a východní Evropě, kam řadíme i ČR, pak dodává, že potřeba seberegulace pramení i z odpovědnosti za znovuzrození občanské společnosti po pádu komunismu.

Bies zkoumá samoregulační modely, které existují v Evropě. Zajímá se o praxi v Německu, Nizozemsku, Švýcarsku, Rakousku či Velké Británii. Z postkomunistických zemí blíže sleduje Polsko, nicméně píše, že s ostatními státy s touto zkušeností lze odhalit řadu podobností. Jednou z nich je domácí tlak na rychlé utváření institucionálních norem v neziskovém sektoru po pádu komunismu. To, co lze nazývat tímto sektorem, bylo postaveno na filantropii a dobrovolnictví, ale chyběla obeznamenost občanů se soukromou, nezávislou neziskovou formou. Vytvořit si vlastní regulaci bylo potřeba i kvůli přílivu zahraničních investic do neziskového sektoru a rodícím se filantropickým institucím, jakými jsou např. nadace.

Popsala jsem tedy potřebu transparentnosti a znovuzrození občanské společnosti v postkomunistických zemích, což neslo za následek i nastavení hranic a pravidel, jak v ní fungovat. Co dalšího hraje roli při tvorbě seberegulačních pravidel? Bies (2010) mluví o třech dalších faktorech. Prvním jsou vztahy mezi neziskovými organizacemi a klíčovými zúčastněnými stranami, obvykle dárci nebo státem. Ve druhé řadě hraje roli struktura trhu, to znamená, jaký přístup a k jakým zdrojům organizace mají. Můžeme se podívat na dotační výzvy. Řada organizací před sebou vidí svůj cíl a hledá vhodnou výzvu k jeho naplnění. Ale existují i organizace, které vidí výzvu a pro získání dotace korigují svůj cíl nebo postupy. Důvody pro to jsou různé, často i nedostatek peněz. Zabránění tomu, aby se organizace podřizovala vypsání výzvě, je v tomto příkladu jednou z možností její seberegulace.

Třetí faktor podle Bies pak zahrnuje vnitřní charakteristiky samotného neziskového sektoru, jako je institucionální kapacita, profesionalita nebo výkonnostní očekávání. Lze předpokládat, že jinak o potřebě a možnostech seberegulace bude uvažovat organizace tvořená desítkami zaměstnanců a jinak ta, která stojí na práci dobrovolníků.

Je tedy zřejmé, že existují pravidla, která si organizace nastaví sama. Praktické uchopení seberegulace lze vidět v manifestech organizací, v psaných pravidlech přetavených do etických kodexů či v pravidlech nepsaných. Různá je také míra hloubky, jakou tato pravidla

nabízí, zda nastavují i provozní procesy, kontrolu, dohled či sankce. Mantinely si ale nemusí nutně nastavovat pouze organizace sama. Řada z nich je členy různých sítí, a právě rozhodnutí ke členství může mít dopad na nastavení hranic, protože i tyto sítě často disponují pravidly, která jsou pro členy závazná.

A komu je nezisková organizace odpovědná za to, zda si tvoří vlastní pravidla nad ta daná státní regulací? V první řadě se nabízí odpovědnost sama sobě, jako uskupení. Je potřeba definovat hranice morální odpovědnosti, ujasnit si hodnoty, na nichž organizace stojí. Druhým subjektem jsou pak dárci a s nimi související transparentnost. Třetí subjekt mohou tvořit např. klienti, ale také dodavatelé, poskytovatelé atd. Záleží na typu a zaměření organizace.

1. 3. 4. Jak vznikají pravidla a etické kodexy

Jaká dilemata mohou vznikat při přijímání darů jsem popsala v minulých kapitolách. Nyní se zaměřím na to, jaká řešení nabízí literatura. Autoři (Venzin, 2017; Diep, 2019; Moody & Pratt, 2020) se shodnou na tom, že je nutné, aby organizace vystupovaly jako celek a všichni v týmu věděli, jak postupovat, kdy je v pořádku dar přijmout a kdy odmítnout. Je tedy potřebná nějaká debata, zaškolení nebo jakýkoli další postup, který docílí jednoty v komunikaci.

Další neopomenutelnou skutečností je, že co jedny organizace považují za neetické chování, mohou jiné vyhodnotit jinak, protože mají např. omezený přístup k penězům, času, informacím nebo se hlásí k jiným hodnotám. (Venzin, 2017; Diep, 2019). Každá organizace vystupuje jinak.

Venzin (2017, str. 3) popisuje s odvoláním na Johna Scolu několik principů, které by každá organizace měla promyslet. Prvním zmiňovaným principem je transparentnost. Zdůrazňuje, že důvěru veřejnosti v danou organizaci musí potvrzovat její čestnost, odpovědnost a transparentnost související s tím, jak získává prostředky a jak je využívá. Dalším bodem je vytvoření jasné zásady přijímání darů, tedy přijetí uvážené politiky, na které se dohodnou všichni členové týmu. Pokyny v takovém dokumentu umožňují rozhodnout v případě pochybného příspěvku. S tím souvisí další princip, který doporučuje vytvořit psaný etický kodex a nakládání s dary zveřejňovat. V neposlední řadě je pak důležitá jasná komunikace s těmito kroky související.

Moody a Pratt (2020) upozorňují, že při tvorbě pravidel je potřeba ujasnit si, kdo rozhoduje, zda jsou peníze nebo dárci sporní, kdo má poslední slovo. Dále určit jaké zásady

nebo postupy by měly neziskové organizace přijmout k ochraně před rizikem, které kontroverzní dárci a dary představují. Považují za důležité investovat do prověřování dárců, vytvoření etických komisí, implementaci formálních zásad a postupů pro přijímání nebo odmítání darů. Všimají si také toho, že je vhodné reflektovat, jak se může rozsah péče měnit s velikostí daru, stanovit podmínky, za kterých by měl být dar odmítnut nebo vytvořit krizový plán pro případ, že se objeví nějaké skutečnosti, které vrhnou špatné světlo na již dříve přijatý dar.

Mít písemnou politiku přijímání darů považuje za vhodné i předsedkyně etické komise Association of Fundraising Professional Robbe Healey (in Diep, 2019), která má podle ní řešit kromě přijímání darů i případné střety zájmů a další dilemata. Dodává, že jasně stanovené hranice a možnost dar nepřijmout chrání dárce i instituci a její jednotlivé zaměstnance. Méně explicitní politiky přijímání darů by totiž mohly ponechat instituce zranitelnější vůči budoucím sporům.

Praxe ale může být různá. Existující psaný etický kodex není nutnou zárukou jasně nastavených hranic a funkčnosti. Např. s ním lidé v organizaci nemusí souhlasit a dodržovat jej, může být ryze formální, zastaralý a neodrážející aktuální situaci. Může také být velmi plytký a nefunkční při řešení konkrétních případů. V důsledku může být praktické fungování takové organizace složitější než u té, která psanou formu etického kodexu nemá, ale např. díky dobrému zaškolování lidí funguje praxe srozumitelněji. Jistě existují také takové organizace, které kodex nemají a nechtějí, za čímž mohou stát různé důvody. Možnostem nastavení mantinelů přijímání darů, tomu, jak o nich a jejich potřebnosti organizace přemýšlí, a jaká je praxe, se věnuji v tomto výzkumu a výstupy popisuji v empirické části této práce.

Za zmínku stojí, že etické kodexy v souvislosti s dárcovstvím se netýkají pouze přijímání darů. MacQuillin a Sargeant (2019) popisují důvody, proč je vytvářet i v případě žádání o dar. Zmiňují případ staré ženy, která si vzala život poté, co byla denně pronásledována dopisy žádajícími o podporu. Média dospěla k tomu, že sebevražda mohla být způsobena i činností neziskových organizací, které ji bombardovaly žádostmi o peníze. Tato událost vedla v roce 2015 k přezkumu regulace fundraisingu ve Velké Británii. Dodávají, že je potřeba necítit se provinile, pokud člověk odmítne dar poskytnout. V tomto vidím paralelu s přijímáním darů, jak ji popisují jiní autoři – je potřeba se necítit provinile i v případě, pokud organizace, které dar nabídnu, jej odmítne přijmout.

1. 3. 5. Anonymní dary

Diep (2019) klade na stůl ještě jednu zajímavou otázku – jak nakládat s anonymními dary. Zatímco dříve by přání dárce zůstat v anonymitě organizace vyhověla, dnes už to řada z nich vidí jako problematické právě kvůli morálnímu rozměru.

Úmysly „neviditelných“ dárců rozepisuje Kistanov (2019). Kromě toho, že by image dárce mohla poškodit obdarované organizace, jsou uváděny třeba i sociálně etické důvody. „Skupina donorů, kterých se daný důvod týká, se často odkazuje na učení Moše ben Majmona, v Evropě známého spíše pod jménem Maimonides, jenž považoval akt anonymního darování za druhý nejvyšší stupeň dárcovství. Maimonides tvrdil, že by bohatý člověk neměl mít pocit výlučnosti, pokud obětuje něco ze svých statků ve prospěch druhých, a chudému by naopak přijetí daru nemělo přinášet pocit méněcennosti.“ (Kistanov, 2019, str. 18).

Jako další důvod popisuje snahu slavných nevytvářet tlak mezi dalšími známými osobnostmi kolem sebe. „Jednoduše řečeno, nechtějí se povyšovat nebo uvádět své kolegy či přátele do situace, z níž by vyplývalo, že jsou lepší než ostatní. Zároveň tito jedinci nechtějí udělat z charitativního gesta závod o to, kdo dá víc, protože vnímají akt dárcovství jako osobní potřebu, nikoli jako předhánění se v casinu.“ (Kistanov, 2019, str. 18). Stejně tak tyto osobnosti chtějí ochránit sami sebe před náporom dalších žádostí o dar.

Kistanov (2019) upozorňuje, že se může zdát, že z těchto důvodů by institut anonymního dárcovství měl mít své místo. Nicméně dodává, že z takových darů plynou neodmyslitelně i potenciální problémy, které jsou jak administrativní zátěží obou stran, tak i případným ohrožením reputace příjemce.

Výše v kapitole „Proč si klást otázku, zda dar přijmout“, jsem se věnovala problematice kontroverzních darů. Pro každou organizaci může být kontroverzní něco jiného, v závislosti na jejím zaměření či hodnotách. Pokud organizace zná dárce, může na posouzení daru nebo donora aplikovat svá pravidla. Otázkou je, jak se zachová, pokud dostane anonymní dar, jehož původce nezná. Právě v takovém okamžiku potřebuje zvážit, jaké je riziko ohrožení její pověsti, pokud by v budoucnu došlo k odhalení dárce. V následující kapitole se budu věnovat přijímání darů v praxi. Hned první příklad zaznamenaný Diep (2019) ukazuje situaci, kdy anonymita dárce by při jeho budoucím odhalení mohla znamenat poškození reputace.

1. 3. 6. Přijímání darů v praxi

Na následujících příkladech chci ukázat, proč je důležité o přijímání darů přemýšlet a ujasnit si, zda této aktivitě nastavit mantinely nebo ne. Pravidla si stanovuje organizace sama a je potřeba zvážit, jaké může mít její rozhodnutí v budoucnu následky.

Diep (2019) zmiňuje případ Brown University, která má vlastní nedávno aktualizovanou politiku přijímání darů. Tato aktualizace uvádí, že univerzita nebude brát peníze, které kompromitují akademickou svobodu univerzitní komunity nebo by mohly způsobit poškození reputace, postavení nebo integrity univerzity nebo být v rozporu s univerzitními hodnotami. Diep zmiňuje, že aktualizace byla vydána poté, co studentské skupiny protestovaly proti darům od absolventa Warrena Kanderse, jehož společnost prodávala slzný plyn používaný proti migrantům na hranici mezi USA a Mexikem. Diep zároveň pokládá otázku, zda jsou univerzity připraveny na zvýšenou veřejnou kontrolu svých zdrojů financování.

Dalším příkladem je případ Charlese Feeneyeho, spoluzakladatele tzv. Duty Free Shopů provozovaných na letištích, který v roce 1997 přiznal, že za několik dekad fungování svého businessu věnoval na dobročinné účely přes 600 milionů dolarů, čímž „způsobil ve světě top managementu nadnárodních řetězců značný rozruch. Později se bohužel ukázalo, že příspěvky jednotlivým organizacím byly vedeny přes bahamské offshorové společnosti, a šlo tedy v podstatě o peníze, které nebyly řádně zdaněny v místě daňového domicilu. Velkorysá image tím značně utrpěla a některé z organizací s miliardářem neprodleně ukončily spolupráci.“ (Kistanov, 2019, str. 18).

Poslední případ, který chci zmínit, předkládají Moody a Pratt (2020). Uvádí, že řada významných uměleckých institucí obdržela nedávno značné finanční prostředky od rodiny Sacklerových. Jejich firma Purdue Pharma vytvořila návykový lék proti bolesti, známější se stala i kvůli agresivnímu marketingu, což je vnímáno jako spoluúčast na šíření nebezpečných opiátů. Instituce podporované touto rodinou čelí etickým otázkám. Na tomto příkladu autoři ukazují, že neziskové organizace, které jsou v různé míře závislé na soukromých darech, se kvůli podobným problémům dostávají do komplikované situace.

Tyto tři příklady nastiňují komplexnější téma. Týkají se různých odvětví, a ne všechny musí nutně být pro příjemce za hranicí. Příjemci takových peněz by ale měli vědět, proč dar přijímají (nebo odmítají), a jak se zachovají v případě, že se o dárci dozvedí nové skutečnosti, které jejich hranici překračují.

Předestřela jsem příklady a situaci ve světě, nastínila jsem, jak o mantinelech přijímání darů uvažují převážně zahraniční autoři. V následující části se už budu blíže věnovat situaci environmentálních neziskových organizací v ČR a ochotě české společnosti stát se dárci takových subjektů.

1. 4. Dary optikou environmentálních témat

1. 4. 1. Situace českých environmentálních organizací

V této části se budu věnovat tomu, jaké postavení má téma ochrany životního prostředí a klimatické krize v ČR, aby bylo možné pochopit, na jakém poli se organizace klimatického hnutí pohybují a s čím se mohou potýkat při hledání zdrojů financování.

Ekologická témata začala českou společností rezonovat v 70. letech minulého století, kdy si lidé uvědomovali hrozbu odumírání stromů nebo se potýkali se zdravotními problémy, což zaznamenali obyvatelé především v severních Čechách. (Brunclíková, 2019). V době vlády komunistické strany se režim snažil systematicky bránit svobodným občanským aktivitám, které by jej mohly ohrozit, tedy i uskupením upozorňujícím na klimatické změny. „Režim však nebyl schopen zabránit veškeré spontánní občanské aktivitě. V šedé zóně mezi oficiální mocí a společností se prostor pro dobrovolnou angažovanost otvíral zejména v ekologické oblasti.“ (Skovajsa, 2010, str. 57). V roce 1974 vzniklo pod záštitou Socialistického svazu mládeže Hnutí Brontosaurus a v roce 1979 byl vytvořen Český svaz ochránců přírody. Přestože je režim neviděl rád, byly oficiálními organizacemi, které umožňovaly lidem podobného smýšlení sdružovat se.

Aktivita lidí uvědomujících si palčivé ekologické problémy a neschopnost vládnoucí elity tyto problémy řešit vedly na konci 80. let minulého století ke vzniku dalších ekologických spolků, např. Hnutí DUHA, Děti Země či Pražské matky. „Výrazné zlepšení situace přišlo ale především díky revoluci v listopadu 1989. Nově vzniklé ministerstvo životního prostředí přijalo poměrně striktní zákon o ochraně ovzduší a díky důslednému dodržování opatření průmyslovými podniky výrazně klesly hodnoty oxidu siřičitého a prachu. Po roce 1994 měl na kvalitu ovzduší pozitivní vliv i postupný přechod vytápění domácností od kamen na tuhá paliva na plynové a elektrické kotle.“ (Brunclíková, 2019, str. 8). Po desetiletích necitlivého přístupu ke krajině stáli v čele rozhodovacích procesů ekologové Ivan Dejmal, Bedřich Moldan nebo Josef Vavroušek.

Keller ale už v roce 2005⁹ označuje ekologické hnutí za roztržštěné. (Až na dno blahobytu, str. 7). Upozorňuje na rozmělnění osvícených zákonů či zpochybňování práva veřejnosti na účast v ekologicky citlivých kauzách a také na žebříček hodnot veřejnosti, v němž se starost o životní prostředí posunula do pozadí za jiná témata, jako jsou obavy ze ztráty zaměstnání nebo znechucení nad mírou korupce. „Ekologické problémy rozhodně nezmizely, pouze se výrazně změnil jejich charakter. Namísto kouřících komínů a špinavých řek, které byly důsledkem vynucené orientace naší země na těžký průmysl, získaly ekologické problémy na první pohled mnohem méně drastickou podobu.“ (Keller, 2005, str. 7).

Průběhem, kterým bylo u nás poukazováno na ekologické problémy a potřebu je řešit, kopíruje ČR zahraniční vývoj. „Vlivem opakujících se a stále sugestivnějších varování došlo k jakési inflaci a znečitlivění veřejnosti. Lidé si zvykli, že žijí ve stínu katastrofy a zároveň získali pocit, že s tím nemohou nic udělat.“ (Keller, 2005, stránky 8-9). Dalším faktorem, proč téma ekologie nebo změny klimatu stojí v ČR v pozadí, je postoj vedení státu v posledních letech, které tyto problémy nevnímá jako palčivé, nebo je dokonce popírá.

České environmentální neziskové organizace narážejí na malou podporu od státu a patrně se často potýkají s neochotou veřejnosti¹⁰ se o jejich témata zajímat a finančně je podporovat. Na druhou stranu v posledních letech vznikla hnutí jako Fridays for Future, Extinction Rebellion nebo Limity jsme my. Je tedy možné, že Češi začínají být těmto tématům znovu otevřenější. Tomu, jakou roli hrají v jejich financování dary a jak o jejich přijímání nebo odmítání tyto organizace přemýšlejí, se budu věnovat níže.

1. 4. 2. Ochota dárců

Podle čísel z největší online dárcovské platformy v ČR Darujme.cz poslali lidé v roce 2019 organizacím, jež se zabývají životním prostředím, 9,45 % z celkové částky 128 milionů korun, které lidé přes platformu poslali (Nadace VIA, 2020). V roce 2020 poslali lidé přes Darujme.cz více než 232 milionů korun, což je téměř dvakrát více než o rok dříve. Je nicméně potřeba říct, že pod rok 2020 se podepsala pandemie koronaviru, která tato čísla významně ovlivnila.¹¹

⁹ První vydání knihy pochází z roku 1993, sociolog Jan Keller v něm popisuje v souvislosti s ekologickými tématy své obavy z budoucnosti. V předmluvě ke třetímu vydání se ohlíží za vývojem 90. let.

¹⁰ Ne nezajímavou skutečností ale je, v jaké míře otázky klimatické krize sehrály svoji roli při volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR na podzim 2021. Podle množství aktivit organizací klimatického hnutí i podle programů kandidujících stran bylo toto téma neodmyslitelně jedním z nejviditelnějších témat voleb.

¹¹ V roce 2021 zasáhlo do dárcovství přes tuto platformu tornádo, které se v červnu 2021 prohnalo několika obcemi na jižní Moravě. Na obecnou pomoc postiženým obcím lidé darovali přes 230 milionů korun, tedy zhruba stejně jako na všechny projekty za celý rok 2020.

Z důvodu specifického roku 2020 využívám údaje za rok 2019. Pokud se blíže podíváme, jaká témata lidé v ČR podporují nejvíce, drží se životní prostředí na předních příčkách. Tato čísla je ale potřeba brát s rezervou. Jednak proto, že Darujme.cz není jediný způsob, jak lze projekty podpořit, jednak proto, že i pokud mluvíme o životním prostředí, jedná se o velmi široké téma. Může v sobě zahrnovat jak práci advokačních organizací, tak sázení stromů nebo práci s dobrovolníky.

Tabulka č. 2: Dary podle zaměření organizací v roce 2019

Zaměření organizace	Objem darů v procentech
Sociálně znevýhodněné skupiny	14,56
Rozvojová spolupráce	13,41
Zvířata	9,84
Životní prostředí	9,45
Zdraví	9,32
Lidé s postižením	6,64
Děti, mládež, rodina	6,62
Osvěta a poskytování informací	4,76
Lidská práva	3,97
Vzdělávání a výzkum	3,94
Senioři	2,62
Protikorupční aktivity	2,50
Kultura, umění a historie	2,40
Hospicová a paliativní péče	2,28
Filantropie a dobrovolnictví	2,09

Pozn.: Údaje v procentech z celkové částky 128 milionů Kč

Zdroj: Analýza online dárcovství v ČR Lenky Šulákové a Adély Zvolánkové (Nadace VIA, 2020)

Že se jedná pouze o zlomek darů, které lidé organizacím poslali, lze jasně vidět v číslech, která zveřejňuje Finanční správa ČR. Týkají se hodnoty darů uplatněných v daňových priznáních fyzických i právnických osob (Finanční správa ČR, 2021). Tabulku s podrobnými údaji uvádím níže. V posledních deseti letech stoupá počet fyzických i právnických osob, které využívají možnosti si dary odečíst z daní. Stoupá i výše darů,

u právnických osob lze sledovat vysoký nárůst za rok 2019. Fyzické osoby uvedly v roce 2019 dary ve výši téměř 2,5 miliard korun. Právnické osoby dokonce přes 5 miliard.

Jedná se též o nepřesné částky, ale mnohem bližší realitě. Je jisté, že určitá část lidí dary ve svých potvrzeních o daru neuvádí, protože jsou studenti nebo již nepracující důchodci, dary jsou nižší, než je zákonný požadavek, nebo prostě nechtějí tuto možnost využít či o ní nevědí.

Tabulka č. 3: Dary uplatněné v daňových přiznáních fyzických a právnických osob

Zdaňovací období	Fyzické osoby		Právnické osoby	
	Počet položek	Výše v milionech Kč	Počet položek	Výše v milionech Kč
2011	121 823	1 472	18 025	2 752
2012	125 008	1 572	17 860	2 797
2013	146 076	1 651	19 042	2 651
2014	145 794	1 752	20 075	3 688
2015	151 238	1 791	21 787	3 735
2016	159 601	1 956	22 991	3 945
2017	169 573	2 272	24 201	3 711
2018	179 471	2 414	25 768	3 973
2019	188 262	2 481	26 470	5 082

Pozn.: Údaje z vyměřených daňových přiznání z databázi FÚ aktuální k 26. 5. 2021

Zdroj: Finanční správa ČR (2021)

Z údajů zveřejňovaných Finanční správou ČR na rozdíl od Darujme.cz ovšem nelze zjistit, jaký podíl darů připadá kterým oblastem. Jaké je tedy skutečné množství darů proudících k organizacím klimatického hnutí, se můžeme jen dohadovat.

I tyto údaje se váží k roku 2019. Finanční správa uvádí potřebné informace vždy s velkým zpožděním. Ty týkající se daňových přiznání za rok 2019 zveřejnila až na konci května 2021. v době odevzdání této práce tedy nebyly k dispozici data aktuálnější. Zároveň jsem chtěla ukázat srovnání dat mezi sebou, ať už se jedná o výši darů nebo procentuální vyjádření podporovaných témat. I z tohoto důvodu jsem porovnávání sjednotila na rok 2019.

Tyto informace poskytují obraz toho, v jakém objemu darů se v neziskovém sektoru pohybujeme a jaký potenciál oslovit případné dárcy mají organizace klimatického hnutí. Do jaké míry se dárcovství odráží v rozpočtech jednotlivých organizací a jak s možností dárcovství pracují, popisují v empirické části.

2. Empirická část

2. 1. Metodologie výzkumu

2. 1. 1. Cíle práce a výzkumné otázky

Stěžejním cílem této práce je porozumět, jaké hodnoty a praktiky regulují přijímání darů v organizacích klimatického hnutí. Kromě tohoto cíle má pro mě tento výzkum i cíl personální, protože sama pracuji v ekologické neziskové organizaci. Proto chci porozumět mantinelům přijímání darů v různých organizacích řešících podobné téma a tyto poznatky využít ve vlastní praxi.

Jádro každého výzkumu tvoří výzkumné otázky, které pomáhají zaostřit výzkum na poskytnutí výsledků v souladu se stanovenými cíli, a ukazují cestu, jak výzkum vést. (Šedřová, Proces kvalitativního výzkumu a jeho plánování, 2007, str. 67). Hlavní výzkumnou otázkou této práce pokládám takto: Jaké hodnoty a praktiky regulují přijímání darů v organizacích českého klimatického hnutí?

Abych mohla lépe porozumět a prozkoumat to, na co se ptám v hlavní výzkumné otázce, je potřeba si stanovit i podotázky, které pomohou téma ukotvit. Podotázky, kterým se výzkum věnuje, jsou tedy následující:

- Jaká pravidla (psaná i nepsaná) v organizacích existují pro přijímání darů a jaký je jejich obsah? Zajímá mě, zda v organizaci existují nějaká pravidla, která říkají, od koho dary přijímat a od koho ne, a proč právě tyto oblasti nebo jednotlivci či firmy jsou v hledáčku organizací. Chci vědět, jakou tato pravidla mají podobu a jaký je jejich obsah, zda jsou pravidla pouze interní nebo veřejná atd. Pokud organizace žádná pravidla nemá, zajímá mě, zda o nich někdy uvažovala či ne a proč pravidla nevznikla.
- Z čeho organizace vycházejí při tvorbě pravidel (psaných i nepsaných) pro přijímání darů? Ptám se, co organizaci vedlo k tomu, aby pravidla vznikla (nebo nevznikla), kdo o tvorbě a případné aktualizaci pravidel rozhoduje, zda se autoři pravidel někde inspirovali a kde nebo jak.
- Jak jsou pravidla (psaná i nepsaná) aplikována při řešení konkrétních případů? Zde se ptám na konkrétní aplikaci pravidel, pokud je organizace má. Zajímá mě, zda někdy nastala situace, kdy bylo potřeba tato pravidla využít, jak rozhodování probíhalo (nebo probíhá, pokud k takové situaci dochází častěji), co bylo tím

problematickým bodem vedoucím k rozhodování, zda dar přijmout či odmítnout. Pokud organizace pravidla má a toto řešit zatím nemusela, zajímá mě hypotetická rovina. Pokud organizace pravidla z nějakého důvodu nemá, ptám se, zda i přesto k odmítnutí daru někdy došlo nebo nastal případ, kdy taková možnost byla nadnesena. V neposlední řadě mě zajímá zkušenost a nakládání s anonymními dary.

2. 1. 2. Výzkumný vzorek

Environmentální témata hýbají nejen českým prostředím čím dál palčivěji. V předchozích kapitolách jsem nastínila vývoj v ČR v posledních desetiletích. Je zřejmé, že vznik nových hnutí a organizací, jejichž základnu tvoří převážně mladí lidé, je jev, který nelze opomíjet. Co se týče jejich příjmů, výše jsem pro ilustraci předložila několik neziskových organizací, z jejichž příjmů bylo patrné, že různě velká část pochází z darů. Jak je tomu u organizací klimatického hnutí se budu věnovat podrobněji. Nyní se chci zaměřit na obecnější rysy a na zdůvodnění toho, co mě ke konkrétnímu výběru organizací vedlo.

Důvodů, proč jsem se rozhodla soustřeďovat na organizace klimatického hnutí, je několik. Jak jsem již předestřela, ekologická témata nabírají v posledních letech na významu. Zejména ta, která se týkají globálního oteplování a změny klimatu, což potvrzuje i vznik několika nových organizací klimatického hnutí s působností v celé republice.

Původně jsem do výzkumu měla v plánu zahrnout ekologické organizace obecně. Takové vymezení se ale brzy ukázalo jako slabé a povrchní. Pokud bych např. porovnávala organizace sdružené v Zeleném kruhu¹², jednalo by se o více než 20 organizací s různým zaměřením, byť bych se pořád pohybovala v ekologické rovině. Členy jsou jak organizace zaměřující se na advokační práci, tak ty, jejichž náplní je dobrovolnická práce v terénu či práce s dětmi a jejich výchova k lásce k přírodě.

Zároveň jsem si neustále připomínala, že mým cílem je zjistit, jak se k přijímání darů staví organizace, které mají mezi sebou podobné cíle a vizi, ale kde lze předpokládat, že uvažování o darech může být nejednotné. Jak jsem psala výše, je potřeba posoudit a vyjasnit si, kdo je pro danou organizaci tím kontroverzním dárcem, či zda pro ně potřeba zachránit planetu má přednost před jakýmkoli darem či dárcem. Je tedy na místě se ptát, zda přijímající organizace zjišťuje, kdo je jejich dárcem, zda využívá možnosti dar odmítnout, za jakých okolností a jaké pro ně tato skutečnost má důsledky.

¹² Zelený kruh je organizace sdružující ekologické organizace v ČR. Často je zástupným hlasem těchto organizací při jednáních např. na politickém poli.

Při definování vzorku je potřeba si ujasnit, od koho budou data shromažďována, jak velký vzorek bude a podle jakých kritérií bude vybrán (Punch, 2008, stránky 78-79). Při výběru vzorku tedy pro mě bylo klíčové, aby se jednalo o organizaci klimatického hnutí, a také to, aby měla celostátní zaměření nebo působnost. To mi umožnilo srovnání bez nutnosti zkoumat, zda roli hraje lokalita, v níž organizace působí a kde bych se musela soustředit i na specifika tohoto území. Abych docílila homogenního vzorku, volila jsem organizace, které se zaměřují na advokační činnost.

Do vzorku jsem zahrнула 5 organizací klimatického hnutí, které toto zadání splnily. Zároveň jsem v současné době nezaznamenala na české scéně žádnou další, která by těmito kritériím odpovídala. Pro účely práce jsem dostala od respondentů souhlas se jmenovitým zveřejněním, nicméně jsem se rozhodla pro částečnou anonymizaci, protože jsem si vědoma, že některé závěry se mohou jevit jako kontroverzní, a nerada bych se v práci omezovala možným dilematem, zda je zveřejnit.

Organizace budu tedy v této práci označovat písmeny A, B, C, D a E. Pokud bude potřeba, využiji pseudonymy respondentů. Začínají písmenem, které má daná organizace. U A to je Alžběta, B Barbora, C Kristýna a Karolína, D Daniel a E Eduard a Eva. Ačkoli jména organizací a respondentů jsem se rozhodla změnit, sesbíraná data anonymizovaná ani změněná nejsou.

2. 1. 3. Výzkumná strategie

S ohledem na cíl práce a výzkumné otázky jsem zvolila kvalitativní výzkumnou strategii. Na rozdíl od kvantitativního výzkumu není cílem, aby vzorek reprezentoval určitou populaci, ale určitý problém (Šedřová, Proces kvalitativního výzkumu a jeho plánování, 2007, str. 73). Pro tento výzkum jsem proto zvolila účelový vzorek. Jaké kroky vedly k jeho výběru jsem nastínila výše.

Protože cílem této práce je porozumět, jaké hodnoty a praktiky regulují přijímání darů v organizacích klimatického hnutí, byly zkoumanými jednotkami organizace. A to z toho důvodu, že dar přijímá organizace jako celek a má (nebo naopak nemá) pro takové situace nastavená pravidla, ať už psaná nebo nepsaná, může (ale nemusí) mít etický kodex či etickou komisi atd.

Cílem tohoto výzkumu bylo získat obraz toho, co organizace přivedlo k potřebě toto téma řešit (nebo proč ho neřeší) a jak u konkrétních situací (přijímání darů) postupují různé organizace zaměřené na řešení klimatických témat. Porozumět tomu, jak chápou a prožívají

určitou sociální realitu a jaké hodnoty jsou pro ně v této situaci důležité. Pro dobré zodpovězení otázek bylo potřeba získat hluboká data a dopředu nebylo možné vyslovit hypotézu podloženou teorií, kterou bych mohla prověřit.

Kvalitativní přístup je „proces zkoumání jevů a problémů v autentickém prostředí s cílem získat komplexní obraz těchto jevů založený na hlubokých datech a specifickém vztahu mezi badatelem a účastníkem výzkumu. Záměrem výzkumníka provádějícího kvalitativní výzkum je za pomoci celé řady postupů a metod rozkrýt a prezentovat to, jak lidé chápou, prožívají a vytvářejí sociální realitu.“ (Švaříček, Kvalitativní přístup a jeho teoretická a metodologická východiska, 2007, str. 17).

Kvalitativní metody se užívají k odhalení a porozumění tomu, co je podstatou jevů, o nichž toho ještě moc nevíme. Mohou také pomoci získat o jevu detailní informace, které se kvalitativními metodami obtížně podchycují. (Strauss & Corbinová, 1999, str. 11). Výstupem tohoto výzkumu je formulování nových hypotéz, které se pokouší porozumět tomu, jak na klimatická témata zaměřené neziskové organizace přemýšlejí o mantinelech přijímání darů. Tyto závěry však není možné zobecňovat a používat na jiné případy. Mohou ale sloužit jako výchozí předpoklad budoucích situací.

2. 1. 4. Metody sběru dat

Výběr metody závisí na výběru výzkumného tématu a hlavní výzkumné otázky. Je potřeba si nejdříve odpovědět na otázky Proč a Co a pak teprve na otázku Jak. (Švaříček, Hlubkový rozhovor, 2007, str. 178). Pro účely tohoto výzkumu byly stěžejní hlubkové rozhovory a analýza dokumentů. Z analýzy dokumentů jsem mohla vyčíst zejména to, zda a jaká pravidla pro přijímání darů organizace má a co je jejich obsahem. Ve většině případů jsou z nich ale patrné i hodnoty organizace. Z hlubkových polostrukturovaných rozhovorů jsem zjišťovala, jaké motivace a hodnoty vedly organizaci k vytvoření nebo nevytvoření pravidel, zda a v jakých případech se praxe liší od stanoveného úzu a jak postupuje při řešení konkrétních případů. Tyto metody sběru dat se tedy v tomto konkrétním případě v mnohém doplňují a lze výstupy porovnat a ověřit.

Polostrukturovaný rozhovor

Rozhovor patří mezi nejobtížnější a současně nejvýhodnější metody pro získávání kvalitativních dat. Je moderovaný a prováděný s určitým cílem a účelem výzkumu. (Miovský, 2006, stránky 155-156). Rozhovor umožňuje získat představu o tom, jak je dění

prožíváno a hodnoceno. Můžeme jej definovat jako „nestandardizované dotazování jednoho účastníka výzkumu zpravidla jedním badatelem pomocí několika otevřených otázek.“ (Švaříček, Hloubkový rozhovor, 2007, str. 159). Cílem je získat stejné pochopení jednání a událostí, jakým disponují členové dané skupiny.

Při přípravě polostrukturovaného rozhovoru je potřeba vytvořit určité schéma, které je pro tazatele závazné. „Toto schéma obvykle specifikuje okruhy otázek, na které se budeme účastníků ptát. Obvykle je možné zaměňovat pořadí, v jakém se okruhům věnujeme, a dle potřeby a možností tedy toto pořadí upravujeme, abychom tím získali maximální výtěžnost.“ (Miovský, 2006, str. 159). Miovský doplňuje, že je vhodné se respondenta doptávat na upřesnění a vysvětlení jeho odpovědí, ověřovat si, že jsme odpovědi správně porozuměli a klást doplňující otázky. Na jádro rozhovoru, tedy minimum témat a otázek, které chceme probrat, se nabalují různá doplňující témata, která se tazateli jeví jako smysluplná a rozšiřující. Při analýze je pak možnost s touto částí pracovat či ji nechat stranou.

Jako respondenty jsem zvolila zástupce zkoumaných organizací, kteří s rozhodovacím procesem o přijetí daru přicházejí do úzkého kontaktu nebo přímo sami rozhodují. Tam, kde bylo zřejmé, která osoba má za tuto oblast odpovědnost a při rozhovoru mluvila za organizaci, jsem vystačila s jedním respondentem za organizaci. Pokud ale docházelo k nejasnostem, respondent mluvil hlavně o svých názorech a méně pravidlech a jejich aplikaci v organizaci jako celku, či si výslovně přál, abych oslovila ještě další osobu v organizaci, jsem rozhovor vedla s více lidmi v jedné organizaci, abych lépe porozuměla nejasnostem. Rozhovory probíhaly od 18. února do 15. dubna 2021.

Vycházela jsem z předem připravených otázek a podotázek¹³, soustředila jsem se na všechny tři otázky, zejména ale na druhou a třetí, které se týkaly toho, jak a proč pravidla vznikala, a jaká je jejich aplikace v konkrétních případech.

Pro účely tohoto výzkumu jsem nejprve oslovila organizace e-mailem buď na obecný kontakt nebo, pokud se mi podařilo zjistit, kdo je zodpovědný za oblast fundraisingu, směřovala jsem oslovení přímo jim. Vzhledem k tomu, že uskutečnění rozhovorů spadalo do období nejtvrďšího lockdownu způsobeného epidemií Covid 19, využila jsem možnosti spojení přes elektronické kanály typu Google Meet nebo Zoom. Rozhovory trvaly v průměru 45 minut. Jeden z rozhovorů byl veden pouze písemnou formou. V této konkrétní organizaci

¹³ Strukturu rozhovorů uvádím v příloze.

jsem tedy sáhla k možnosti rozhovoru s dalším zástupcem, abych se doptala na věci, které písemná forma limitovala.

Analýza dokumentů

Datům, která jsem získala z rozhovorů, předcházelo studium dokumentů. Informace z nich jsem doplnila rozhovory a následně se k nim vrátila a analýzu doplnila i o nové dokumenty jednotlivých organizací, o kterých jsem se dozvěděla až při rozhovorech a měla jsem možnost do nich nahlédnout. Analýzou dokumentů rozumíme „výzkumnou strategii založenou na analýze již existujícího materiálu, případně materiálu, který vzniká interakcí mezi výzkumníkem a účastníky výzkumu.“ (Miovský, 2006, str. 98). Jedná se tedy o analýzu dokumentů vzniklých zpravidla již dříve a za jiným účelem, než je výzkum. „Při analýze dokumentů obvykle pracujeme s daty, která již byla před námi vytvořena. Pracujeme tedy s materiálem, který již existuje, a my jej tedy v průběhu výzkumu nevytváříme.“ (Miovský, 2006, str. 103).

Výhodou této metody je nereaktivita dokumentů a to, že díky nepřítomnosti výzkumníka nedochází k ovlivnění jejich obsahu (Miovský, 2006). Naopak nevýhodou je, že ne všechny dokumenty jsou dostupné. Např. jeden etický kodex bylo nutné si od organizace vyptat, protože se jednalo pouze o interní dokument, který nebyl veřejně přístupný. Výroční zprávy nebo webové stránky zase slouží kromě uvedení nezbytných údajů i k sebe prezentaci, je třeba tedy tuto skutečnost reflektovat.

Pro účely této práce jsem se zaměřila na etické kodexy organizací pro přijímání darů nebo pravidla s podobným účelem a prezentaci informací o přijímání darů na webových stránkách nebo v tištěných materiálech vyzývajících k podpoře. Dále jsem pracovala s výročními zprávami či zprávami o činnosti jednotlivých organizací, případně s účetními závěrkami, pokud organizace výroční zprávu neměla.

Tato metoda se soustředila především na zodpovězení první výzkumné otázky, tedy „Jaká pravidla (psaná i nepsaná) v organizaci existují pro přijímání darů a jaký je jejich obsah?“ Záměrně se v otázce ptám i na nepsaná pravidla, protože to, že taková existují, by mohlo být možné zjistit např. z výročních zpráv. Zajímá mě tedy, zda pravidla existují, v jakých dokumentech je tato skutečnost ošetřena, jak podrobná tato pravidla jsou a co vlastně upravují. Ve výročních zprávách nebo zprávách o činnosti jsem se soustředila na to, jaký poměr tvoří dary v rozpočtech organizací. Předpokládám, že tento poměr by mohl mít vliv i na to, jak organizace o darech a jejich přijímání přemýšlejí.

2. 1. 5. Analýza dat

Na začátku analýzy dat jsem měla k dispozici doslovné přepisy rozhovorů, výstupy z analýzy dokumentů a terénní deník s poznámkami, který jsem si psala vždy po ukončení rozhovorů s respondenty i v průběhu analýzy dokumentů. Jak popisuje Šed'ová (Analýza kvalitativních dat, 2007, str. 207), vstupní data jsou nestrukturovaná, často jsou získaná různými technikami z mnoha zdrojů a úkolem výzkumníka je materiál podrobit systematické analýze a interpretaci.

Při analýze dat jsem postupovala skrze techniku otevřeného kódování. „Kódování obecně představuje operace, pomocí nichž jsou údaje rozebrány, konceptualizovány a složeny novým způsobem. Při otevřeném kódování je text jako sekvence rozbit na jednotky, těmto jednotkám jsou přidělena jména a s takto nově pojmenovanými (označenými) fragmenty textu potom výzkumník dále pracuje.“ (Šed'ová, Analýza kvalitativních dat, 2007, str. 211).

Následovala systematická kategorizace vytvořených kódů. Kódy „seskupujeme podle podobnosti nebo jiné vnitřní souvislosti. Začínáme budovat hierarchický systém – pod hlavičku nově pojmenované kategorie slučujeme pojmy – kódy, které se zdají příslušet ke stejnému jevu.“ (Šed'ová, Analýza kvalitativních dat, 2007, str. 221). Ve chvíli, kdy jsem měla pojmenované kategorie, jsem váhala, jaký další postup se jeví jako nejvhodnější.

Technikou tohoto kvalitativního výzkumu jsem nakonec zvolila vyložení karet. Jak ji popisuje Šed'ová (Analýza kvalitativních dat, 2007, str. 226), jedná se o techniku, kdy výzkumník uspořádá kategorie do obrazce či linky a na základě tohoto uspořádání sestaví text takovým způsobem, že převypráví obsah jednotlivých kategorií, které do analýzy zahrnul.

Pro ilustraci výstupů využívám citáty respondentů. Pro použití v této práci jsem je přepsala do spisovné češtiny, jelikož není potřeba sledovat i linku pauz či nespisovných výrazů.

2. 1. 6. Limity výzkumu

Tento výzkum nesporně obsahuje limitující faktory. Základním limitem mohla být neochota zaměstnanců jednotlivých organizací se výzkumu účastnit nebo poskytovat pravdivé informace v obavě nepoškodit nebo vylepšit představu o své organizaci. Setkala jsem se se vstřícnou reakcí a ochotou všech respondentů. Jsem si vědoma, že některé údaje, které jsem získala při rozhovoru nebylo možné ověřit analýzou dokumentů. Pokud jsem si tedy některými poskytnutými informacemi nebyla jistá nebo respondent sám vyjadřoval

přání abych mluvila ještě s jiným zástupcem organizace, rozhodla jsem se vést další rozhovor. Proto je ve vzorku zahrnuto 5 organizací, ale rozhovorů jsem vedla 7.

Organizace také mohly zatajit nebo odmítnout poskytnout dokumenty, které jsou pro co nejobjektivnější výzkum potřebné. I to samo by ale vypovídalo o možnostech případných dárců se dostat k informacím o svém potenciálním daru. Proto pokud by taková situace nastala a já bych se o ní dozvěděla, považuji za potřebné to v této práci reflektovat. Většinu dokumentů jsem dohledala na webech organizací nebo ve Sbírce listin. Pokud např. existoval etický kodex, který je neveřejný (což se stalo v jednom případě), bylo mi umožněno do něj nahlédnout. Nepředpokládám tedy, že by mi nějaký potřebný dokument byl zatajen.

Dalším limitem je moje aktuální zaměstnání v jedné z organizací, kterou jsem do výzkumu zařadila. Vycházím ale z toho, že se nevěnuji přímo oblasti, na kterou se v této práci zaměřuji, a respondentkou byla jiná zaměstnankyně, v jejíž kompetenci je dané téma.

2. 1. 7. Etické zásady výzkumu

Nedílnou součástí výzkumu je jeho etika. Každý vědní obor zahrnuje jiné aspekty, na které je potřeba se zaměřit, Zandlová a Šťovíčková Jantulová (2019) shrnují několik požadavků, jež musí badatel promyslet a ve výzkumu zohledňovat. Prvním je respektování soukromí a autonomie účastníků výzkumu. To znamená, že účastníci sami rozhodují o tom, zda se výzkumu chtějí účastnit a nastavují si hranice, co je pro ně v pořádku sdělovat. Dalšími body jsou zamezení nebezpečí využití, nebo dokonce zneužití účastníků, a potřeba je nepoškodit nebo nezranit necitlivým přístupem.

Je proto důležité ubezpečit účastníky o zachování důvěrnosti a získat jejich souhlas s účastí na výzkumu. Pro účely tohoto výzkumu jsem v případě hloubkových rozhovorů získávala souhlas respondentů nahráný na diktafon, případně písemný souhlas. V případě analýzy dokumentů jsem buď pracovala s veřejně dostupnými dokumenty, nebo jsem je vyptávala od respondentů.

Zandlová a Šťovíčková Jantulová (2019) přidávají ještě další body, a to nutnost zohlednit dopady vlastního výzkumu na další výzkumníky ve stejném terénu, ale i zajistit to, aby výzkum nepoškodil toho, kdo jej vede, a dále potřebu chovat se eticky ve vztahu k akademické obci, tedy kolegům, studujícím atd.

Pro definování základních principů využitých v tomto výzkumu jsem sáhla také k popisu Švaříčka (Kritéria kvality kvalitativního výzkumu, 2007). Prvním z principů je důvěrnost, nezveřejňování dat, které by účastníky mohly identifikovat. Toto jsem po úvaze aplikovala

částečně tím, že jsem se rozhodla nezveřejňovat skutečná jména organizací a respondentů, samotná data jsou ale reálná. Důvody jsem popsala výše.

Naopak jsem v souvislosti s předchozím rozhodnutím velmi dbala na druhý princip, kterým je poučený souhlas. Tedy získání dobrovolného souhlasu od respondentů s účastí na výzkumu, ozřejmění cílů výzkumu a nahrávání rozhovoru včetně souhlasu se zveřejněním získaných informací.

2. 2. Výsledky výzkumu

2. 2. 1. Kontext fundraisingu ve zkoumaných organizacích

Způsob, jak jsem postupovala při výběru vzorku a jaká kritéria jsem zohlednila, je popsán výše. V následující části tyto organizace krátce představím, abych umožnila porozumět jejich výběru. Uvedu informace, které se týkají jejich stáří, velikosti, rozpočtu nebo poměru darů ve výnosech. Hlubšímu rozebírání uvažování o darech se budu věnovat dále.

Organizace A

Organizace A je českou organizací, která vznikla v roce 1989. Je součástí zahraničních sítí, nemá však přímou návaznost na konkrétní zahraniční nebo mezinárodní organizaci. Organizace má několik desítek zaměstnanců a fundraisingu se věnuje tým lidí. V roce 2020 byl rozpočet organizace A ve výši cca 21 milionů korun. Příspěvky dárců (není rozlišeno, zda pravidelných, jednorázových, individuálních či firemních) činily 12,4 milionu korun. (Zpráva o činnosti organizace A za rok 2020). Z darů tedy pocházelo necelých 60 % příjmů. Ostatní výnosy tvořily granty, členské příspěvky nebo tržby za prodané zboží a služby.

Podle kodexu (Kodex etického fundraisingu organizace A, 2020) chce organizace získávat dary především z drobných příspěvků české veřejnosti. Zároveň deklaruje, že tento příjem patrně nikdy nebude tvořit 100 % příjmů. Přijímá i firemní dary, takové dárce ale posuzuje podle písemného etického kodexu, který je přístupný na webových stránkách. Zatímco firemní dárce posuzuje vždy, individuální dárce pouze pokud je dar ve výši nad 50 tisíc korun. Výše příspěvku je omezena i shora, dar, který by v ročním úhrnu tvořil více než 20 % rozpočtu organizace, musí schválit vedení. Pro organizaci A hraje roli i to, že je členkou Zeleného kruhu¹⁴, je pro ni tedy závazný Etický kodex této sítě.

¹⁴ Co je Zelený kruh popisují níže pod představením organizací.

Organizace B

Organizace B se prezentuje jako nezávislá mezinárodní ekologická organizace působící ve více než 50 zemích světa. V ČR byla její pobočka založena roku 1991. V českém prostředí je hlavním tématem těžba uhlí a spalování fosilních paliv. Organizace má několik desítek zaměstnanců a fundraisingu se věnuje tým lidí. V roce 2020 tvořil rozpočet organizace přes 27 milionu korun, z toho necelých 25 milionu byly dary (Výroční zpráva organizace B za rok 2020). To znamená téměř 93 % příjmů. Ostatní příjmy byly např. z úroků nebo podpory od mezinárodní střechy.

Organizace B je v českém kontextu výjimečná tím, že nepřijímá finanční dary od firem, financování tedy závisí na podpoře jednotlivců. Důvodem je potřeba minimalizovat reputační riziko nebo ohrožení nezávislosti. Pravidla české pobočky sice nejsou písemně zaznamenána, ale odvozují se od jasně daných pravidel mezinárodní střechy. Navíc stejně jako organizace A je i tato členem Zeleného kruhu a zavazuje ji kodex této sítě.

Organizace C

Organizace C o sobě mluví jako o otevřeném občanském hnutí proti těžbě a spalování uhlí (O nás, 2021). Hnutí vzniklo v roce 2015 v reakci na vládní návrh prolomit limity těžby hnědého uhlí v severních Čechách. Na rozdíl od předchozích dvou organizací funguje tato zejména na dobrovolnické bázi. Podle účetní závěrky za rok 2018¹⁵ byl v daném roce rozpočet 700 tisíc korun, z čehož 99 % příjmů tvořily právě dary. Organizace C se prezentuje jako hnutí nepřijímající dary od firem, v praxi však existují výjimky, které jsou v týmu zdůvodněny.

V organizaci C existují pravidla pro přijímání darů, nejsou však písemně zaznamenána. Jako důvod jsou respondenty uváděny časové a personální kapacity, u některých členů ale existuje vůle, aby písemný kodex vznikl. Protože hnutí není ani členem Zeleného kruhu, neexistují žádná psaná pravidla, ke kterým by bylo možno se odvolat.

Organizace D

Organizace D je součástí globálního studentského hnutí, které vzniklo na podzim 2018. Jako prioritu označují konec spalování a těžby uhlí v ČR. Stejně jako Organizace C je i tato založena na aktivitě dobrovolníků. V roce 2020 činily příjmy pouze 12 tisíc korun a byly ze

¹⁵ V době dokončení této práce není k dispozici novější dokument.

100 % z darů (Účetní závěrka za rok 2020). Protože se jedná o mladou organizaci, z jejichž příjmů nelze posoudit závislost nebo nezávislost na darech, klíčové pro mě byly informace hypotetické a uvažování organizace o darech budoucích.

Podle informací uveřejněných na webu organizace nechce přijímat finanční ani nefinanční dary, jejichž zdroj by byl v rozporu s cíli a hodnotami hnutí, a dary nesmí ovlivňovat rozhodování organizace (O nás, 2021). V návaznosti na tyto informace odkazuje na etický kodex, který na webu není zveřejněn, ale měla jsem jej k dispozici. Organizace přijímá i dary od firem, nesmí však s těmito pravidly být v rozporu.

Organizace E

Organizace E sama sebe definuje jako „mezinárodní hnutí, které využívá nenásilné prostředky občanské neposlušnosti s cílem zastavit probíhající hromadné vymírání a minimalizovat riziko společenského kolapsu.“ (Kdo jsme, 2021). Hnutí vzniklo v roce 2018 v zahraničí. V ČR se lidé sdružují pod touto hlavičkou od konce roku 2018.

Organizace je stejně jako předchozí dvě založena na práci dobrovolníků. Hospodaří s prostředky získanými ze členských příspěvků a s dary od fyzických a právnických osob či získaných grantů (Stanovy spolku organizace E, 2019). Ve stanovách pracuje organizace s termínem „případné dary“, nepočítá tedy s tím, že to bude hlavní příjem spolku. Když se nicméně podíváme do účetní závěrky za rok 2020, příjmy organizace tvořily 1,5 milionu korun, z toho bylo 730 tisíc korun z darů (není specifikováno, zda od firem či jednotlivců), dary tedy tvořily necelých 50 % příjmů.

V této organizaci jsem uskutečnila více rozhovorů s jejími představiteli. Ze získaných informací je zřejmé, že organizace otázku mantinelů pro přijímání darů neřeší, protože najít a prosadit řešení klimatické krize je přednější. Otázka firemního dárcovství nebo vytvoření jasných pravidel je tedy spíš přáním jednotlivců než snahou toto téma diskutovat a vyjasnit.

Zelený kruh

Protože organizace A a B jsou členy Zeleného kruhu, což je zavazuje k dodržování etického kodexu této sítě, považují za potřebné alespoň krátce tuto síť představit. Zelený kruh je asociací 88 ekologických nevládních organizací (24 řádných a 64 přidružených) působících v ČR. „Asociace se věnuje plošnému monitorování zákonů a politik, koordinuje legislativní kampaně a poskytuje aktivní podporu při advokační činnosti zaměřené na zachování kvalitní ochrany životního prostředí a vysoké úrovně občanských práv

v rozhodovacích procesech. Dlouhodobě se zabývá problematikou účasti veřejnosti na rozhodování o záměrech a projektech s dopadem na životní prostředí.“ (Kdo jsme, 2021). Asociace byla založena v listopadu 1989.

Řádnými členskými organizacemi Zeleného kruhu jsou organizace A a B. Ostatní organizace zahrnuté do tohoto výzkumu, nejsou ani řádnými, ani přidruženými členy. Zelený kruh dbá přísně na udržení dobrého jména a transparentnost příjmů jak svých, tak i členských organizací. Členové se tedy zavazují řídit Zeleným kruhem zpracovanými Pravidly transparentnosti nevládních neziskových organizací a Etickým kodexem ekologických organizací.

V preambuli Pravidel transparentnosti nevládních neziskových organizací (2005) je zmíněno, že pravidla předkládají doporučení pro nevládní neziskové organizace a environmentální sektor jako celek a obsahují dobrovolné zásady a principy transparentního chování v případě přijímání darů od komerčního sektoru. Za základní etické kritérium Zelený kruh považuje přijímání darů pouze od těch subjektů, od kterých mají důvody věřit, že nejsou přímo či zprostředkovaně odpovědné za závažné případy devastace životního prostředí či porušování lidských práv v přítomnosti či nedávné minulosti. Co je považováno za závažné porušování nebo jak daleká je nedávná minulost není specifikováno.

Podle Pravidel není přípustný ani dar od subjektu, se kterým je organizace v konfliktu, a to pro střet zájmů. Zelený kruh zde upozorňuje, že takové případy se v minulosti už staly, a je proto potřeba dbát na transparentnost organizací, např. prostřednictvím zveřejňování výročních zpráv a uzavíráním dárcovských smluv s případnou možností jejich úplného nebo částečného zveřejnění.

Etický kodex Zeleného kruhu (Nedatováno) je pro všechny členské organizace závazný. Stejně jako Pravidla zmíněná výše ukládá členům dvě hlavní povinnosti – vyhýbat se střetům zájmů a dbát o maximální možnou otevřenost fungování a financování organizace. Opět kromě důrazu na environmentální činnost je zde jako jedna z hlavních hodnot uváděn respekt k základním lidským právům a svobodám. Financované mají být organizace pouze ze zdrojů, které byly nabyty v souladu s demokratickými, právními a etickými normami.

Tabulka č. 4: Základní přehled organizací

Organizace	Vznik	Velikost	Rozpočet	Pravidla	Posuzování daru
A	1989	Desítky zaměstnanců	21 milionů, 60 % dary	Ano, vlastní psaný kodex, psaný kodex Zeleného kruhu	Cca od 50 tisíc korun

B	1991	Desítky zaměstnanců	27 milionů, 93 % dary	Ano, česká pobočka je nemá psaná, odvozuje je od mezinárodní střechy, psaný kodex Zeleného kruhu	Cca od 50 tisíc korun
C	2015	Dobrovolníci	700 tisíc, 99 % dary ¹⁶	Ano, nepsaná	Cca od 2 tisíc korun
D	2018	Dobrovolníci	12 tisíc, 100 % dary	Ano, vlastní psaný kodex	Cca od 5 tisíc korun
E	2018	Dobrovolníci	1,5 milionu, 50 % dary	Nejednoznačné	Neřeší

Pozn.: Částky v Kč

Zdroj: Výroční zprávy organizací za rok 2020, finanční závěrky organizací za roky 2018 a 2020, Kodexy etického fundraisingu organizací A a D, rozhovory

2. 2. 2. Staré vs. nové organizace

V předchozí části jsem krátce představila zkoumané organizace. Ze získaných dat je patrné, že organizace lze rozdělit na ty, které působí v českém prostoru přes 30 let (organizace A a B) a na ty, které vznikly v posledních letech (organizace C, D a E). Důvody, které vedly ke vzniku hned tří nových organizací v tak krátké době, a navíc po dlouholeté pauze od těch předchozích, ponechám jinému výzkumu, který by se tomuto tématu mohl věnovat.

Pro účely této práce organizace rozdělují na staré a nové, a to nejen z pohledu toho, kdy vznikly, ale lze též vyzorovat znaky, které organizace sdružené v těchto skupinách spojují, a zároveň se v obou skupinách liší. Prvním z nich je velikost organizace. Ty staré disponují desítkami zaměstnanců a týmem lidí, který se aktivně věnuje fundraisingu, organizace mají strategické plány a finanční cíle. „Naše organizace funguje ve čtyř až pětiletých cyklech, kdy na toto období máme nastaveny nějaké strategické cíle, a co se týče darů, tak i na toto období máme nastavený strategický cíl.“ (Alžběta).

Oproti tomu nové organizace stojí převážně na práci dobrovolníků, s čímž souvisí to, že se fundraisingu věnují pouze ve chvíli, kdy na to mají kapacitu jak časovou, tak personální. „Jsme skupina dobrovolnic a dobrovolníků, proto není reálné mít dlouhodobou strategii a té se držet. Zásadně záleží na dobrovolné aktivitě členů a členek hnutí.“ (Kristýna). To ovlivňuje i možnosti věnovat se nastavení hranic pro přijímání darů, čemuž se blíže budu věnovat níže.

¹⁶ Tyto údaje byly v době odevzdání nejnovější, které byly k dispozici.

Druhým znakem je velikost rozpočtů, s nimiž organizace hospodaří, a hranice potřebná pro to, aby dar podrobily hlubšímu zkoumání. Staré organizace, tedy A a B, mají rozpočty přesahující 20 milionů korun a v obou případech dochází k posuzování darů, které se pohybují zhruba od 50 tisíc korun výše. „Většinou jsme prověřovali dary nad 50 tisíc. Ale nemáme vlastně stanovený nějaký úplný limit, už jenom z toho důvodu, že pak by přišlo 49 999 a teoreticky by to znamenalo, že toto číslo nemáme prověřovat.“ (Barbora) či „Máme vlastně tu podmínku, že to musí být alespoň 50 tisíc a víc, protože nemáme úplně kapacity posuzovat každý dar nižší hodnoty.“ (Alžběta). Dary v prvním případě tvoří téměř 100 procent příjmů, v druhém případě je to necelých 60 procent.

Oproti tomu rozpočty nových organizací se pohybují v řádově nižších číslech, do jednoho a půl milionu korun. Nižší rozpočet souvisí v první řadě s kapacitami budovat fundraising a aktivně o dary žádat. „Vlastně všichni chtějí radši dělat něco jiného, a my prostě bojujeme v té naší finanční skupince, tam nikdo nechce být. Takže my máme vlastně hrozně omezený fundraising.“ (Karolína), v druhé řadě s množstvím aktivit, kterým se jako dobrovolníci mohou věnovat. „Nepotřebujeme ty peníze tak moc, my máme prostě dost peněz v tuto chvíli.“ (Karolína).

I výše posuzovaného daru (s výjimkou organizace E, která dary neposuzuje), se pohybuje už v jednotkách tisíc korun. „Myslím, že jsme si stanovovali tu hranici pěti tisíc na celý rok.“ (Daniel). U organizací C a D tvoří veškerý příjem dary. Organizace E, přestože se prezentuje jako subjekt, jehož příjmy nestojí primárně na darech, má z darů polovinu svého příjmu, nicméně, jak už jsem zmiňovala, posuzování darů neřeší.

V této práci budu dále pracovat s pojmem staré a nové organizace. Je ale zřejmé, že stejně tak můžeme organizace rozdělit na velké a profesionalizované na jedné straně a malé a neprofesionalizované na straně druhé. Stáří nemusí nutně souviset s profesionalitou a propracovaností fundraisingu, nicméně stáří a velikost organizací umožnilo načerpání zkušeností a dovedností, které je k profesionalitě dovedlo. Organizace, které v této práci označuji jako nové, zkušenosti a inspiraci teprve hledají. Ze sebraných dat lze vytušit názory na budoucí směřování, jak se ale rozhodnou a zda samy stojí o to stát se velkými a profesionalizovanými, ukáže čas.

2. 2. 3. Jaká pravidla pro přijímání darů organizace mají

Co se týče pravidel pro přijímání darů, v obou starých organizacích je považují za důležitá. Odlišný je způsob, jak pravidla vznikla a jak jsou zakotvena. V organizaci A, která

působí pouze v ČR, se jedná o výsledek diskuzí celé organizace. „Návrh toho, jak by to mohlo být, s tím přijdou vedoucí nebo management. Dali jsme dohromady nějaké návrhy, v této fázi je možnost komentování, v tom máme demokratickou strukturu, takže kdokoli z naší organizace se k tomu může vyjádřit.“ (Alžběta). Pravidla jsou sepsaná v Etickém kodexu, který se podrobně věnuje také odpovědnostem za rozhodování, a organizace má etickou komisi, která řeší sporné případy.

V organizaci B, která je v Česku pobočkou mezinárodní organizace, se jedná o zahraniční direktivu, pravidla jsou daná a jasná, ale zda jsou někde písemně sepsána, si není jistá ani dlouholetá zaměstnankyně. „Kodex vlastně teď nevím, jestli bych dopátrala, kde je to napsané, ale já jsem v organizaci B patnáct let a od začátku vím, že ta pravidla jsou platná, neměnná a nikdy se vlastně ani neuvažovalo o tom, že by se jakkoli upravovala.“ (Barbora). Kdo rozhoduje o přijetí daru ve chvíli, kdy vzniká důvod je posoudit, není dané „Většinou to padá na toho člověka, který se u toho dostal první do kontaktu s tou situací, a vlastně na základě rad a konzultací s ostatními kolegy to rozhodnutí nakonec učiní. To znamená, neexistuje pro to vlastně nějaký přesný postup a proces.“ (Barbora).

Obě staré organizace jsou navíc členy Zeleného kruhu a lze tedy předpokládat, že jejich pravidla se odvozují i od závazného kodexu této sítě.

Pravidla mají i dvě ze tří nových organizací. Primární roli v jejich vytvoření hraje již zmiňovaná časová a personální kapacita. Organizace C a D považují vytvoření pravidel za klíčové, méně důležité je už to, zda jsou pravidla psaná. Organizace C vedla k účelu vytvoření pravidel diskuzi. To, že prozatím zvolili pouze nepsanou formu, vysvětlují její zástupkyně v několika bodech. „My jsme ten etický kodex měli tak nějak uvnitř sebe, spíš než že bychom ho potřebovali.“ (Karolína). Na sepsání pravidel také neměli kapacity. Na tom, zda mají ambici pravidla sepsat, nemají jednotný názor, nicméně se ozývají hlasy pro takovou akci. „O vytvoření návrhu a jeho předložení uvažuji, myslím si, že by to proces posuzování darů zjednodušilo a zprůhlednilo.“ (Kristýna). Respondentka ale upozorňuje, že v tomto případě prezentuje pouze svůj pohled a potřebu.

Tuto potřebu však sdílí i druhá z respondentek organizace C. „Udělat nějakou etickou komisi by bylo ve finále jednodušší, protože teď největší problém je, že v diskuzi se vysloví málo lidí.“ (Karolína). Míří tím k situaci rozhodování o přijetí daru, který je potřeba posoudit a vzniká nejistota, zda jej přijmout. „Nikdo se v tom moc nechce angažovat, a my jsme sice

nehierarchičtí, ale potom vlastně finanční skupina dost hierarchicky rozhoduje. To je nepoměr, který ještě musíme doladit.“ (Karolína).

Organizace D, která stejně jako organizace C považuje pravidla za základní kámen, je má psaná. Z kapacitních důvodů ale k pravidlům neproběhla velká diskuze. „Ona k tomu ani tolik diskuze neprobíhala, jenom to byla jedna z věcí, která čekala na takovém to-do listu, že ji musíme dát dohromady.“ (Daniel). Jejich vytvoření stálo zejména na jednom člověku. Rozhodování u sporných darů je v praxi kolektivní, což ale může vyvolávat zdlouhavý proces.

Z tohoto proudu vybočuje organizace E, která samu sebe považuje za radikální v českém prostoru. Hrozbu klimatické krize a potřebu odpovědných orgánů ji řešit, považuje za natolik klíčové, že cokoli jiného v jejím vnímání není důležité. „Nemáme čas, jsme v klimatické krizi, nebudeme si tvořit nějaký problém a řešit ho, když bychom měli dělat něco jiného.“ (Eduard). V pohledu na vytvoření případných pravidel nemá organizace E jednotný názor. Víceméně se ale členové shodují na tom, že pravidly se budou zabývat, až nastane situace, kdy se neshodnou. „Když něco nastane, tak se dohodneme na dalším postupu, ale většinu těch věcí nemáme definovaných.“ (Eduard). Protože se zatím nesetkali s pro ně sporným případem a ani jej neočekávají, lze se bavit pouze v hypotetické rovině. „Já mám jasno, že kdyby vznikla ta diskuze, tak bych dal můj názor, ale určitě, to můžu potvrdit, kdyby se to stalo, tak ta diskuze by byla.“ (Eduard).

Nicméně ani to, zda pravidla existují a kdo v organizaci o nich vlastně ví, není zřejmé. Protože jsem si nebyla jistá, do jaké míry Eduard mluví za organizaci, jelikož svá slova prezentoval jako svoje názory, vedla jsem rozhovor ještě s jinou členkou organizace, která se s ním už na bodě, zda pravidla existují, neshodla. „Napsaná je nemáme, ale samozřejmě jsou to nepsaná pravidla.“ (Ester). To, že pravidla existují, odvozuje z debaty, kterou v organizaci jednou zažila. „Jednou už jsme to téma diskutovali, jestli přijímat dar od kohokoli, nebo nepřijímat. Jsou tam různé názory.“ (Ester). Přístup k pravidlům v této organizaci tedy považují za nejasný a nekonzistentní.

2. 2. 4. Hledání inspirace

V minulé části jsem popsala, jak se lze dívat na organizace zahrnuté do výzkumu, jaké aspekty je potřeba vzít v potaz, když o nich uvažujeme v kontextu výzkumu a jaká pravidla vnímají organizace jako svoji součást. Nyní se zaměřím na to, z čeho vycházely při tvorbě těchto pravidel, co je vedlo k jejich vytvoření, nebo – v případě organizace E – nevytvoření

pravidel, proč pravidla považují za důležitá a zda se tato problematika za dobu jejich existence někam posouvá.

V první řadě nastíním to, co organizace spojuje. Všechny pro svoje úvahy využily zahraniční inspiraci, byť měla různý důvod a dopad. Organizace A je sice ryze česká, je ale součástí mezinárodních sítí, které předkládají určité hodnoty a doporučují jejich zvnitřnění, a Zeleného kruhu, který též disponuje vlastním, pro členy závazným, etickým kodexem zmíněným výše. Pravidla vznikla v širší diskuzi členů organizace a v čase se mění, protože reagují na aktuální situace. Podrobněji se tomu budu věnovat v podkapitole věnované firemnímu dárcovství, které bylo důvodem poslední aktualizace etického kodexu.

Organizace B je též součástí Zeleného kruhu, zároveň je pobočkou mezinárodní organizace (nikoli jen členkou sítě), jejíž pravidla ji také zavazují. Tato pravidla organizaci provází od jejího vzniku a jsou neměnná. Mění se jen částka, která určuje, kdy bude organizace dar posuzovat a kdy to pro ni ještě není relevantní. „V nějakých dokumentech bylo nastaveno kdysi asi 5 000 dolarů, a ta částka se samozřejmě mění, vzhledem k tomu, že hodnota peněz se samozřejmě mění v průběhu let. Mění se to i s ohledem na jednotlivé pobočky, protože to, co znamená 5 000 dolarů v Americe, může u nás znamenat jinou částku.“ (Barbora). Česká pobočka organizace B prověřuje dary od zhruba 50 tisíc korun.

Nové organizace spojuje to, že pečlivě hledají, kdo už s touto problematikou pracoval a jak. Všechny sledovaly zahraniční organizace a hnutí. Jak organizace C, tak organizace D chtěly nejprve převzít a případně upravit již existující kodexy. Tuto cestu nakonec zvolila pouze organizace D. „Psaní kodexu nebylo žádné objevování něčeho nového, protože podobné etické kodexy má dost jiných organizací a stačilo to projet a pár věcí změnit a vykopírovat z toho to, co se mi zdálo dobré. Hodně jsem čerpal z etického kodexu Strany zelených.“ (Daniel).

Organizace C jiný kodex po úvaze nepřebrala. „Když jsme se třeba podívali na kodex Zeleného kruhu, že bychom jenom převzali něco, co existuje, tak nám vlastně přišel moc měkký. Nebo takový trochu bezzubý mi přijde. Že je natolik obecný, že je nepoužitelný v poměrně velké řadě případů. Že by to dobře vypadalo, ale když se tím máš řídit v nějakých konkrétních věcech, tak vlastně nevíš.“ (Karolína). Proto v této organizaci zatím žádná psaná pravidla nevznikla a není ani jednotná shoda, že je sepsání potřebné.

Inspiraci jinde, hlavně v zahraničí, hledala i organizace E, výsledkem ale bylo, že pravidla část členů nepovažuje za potřebná. Jiná část tento názor pravděpodobně nesdílí,

nicméně se respondenti shodnou na tom, že je nepravděpodobné, aby jim dar nabídl takový dárcce, který by byl kontroverzní, proto není důležité se tím aktuálně zabývat.

2. 2. 5. Význam, který je pravidlům připisován

Pokud organizace klimatického hnutí zahrnuté do výzkumu pravidla mají, ať už psaná nebo nepsaná, shodnou se na třech základních pilířích, proč považují za potřebné pravidla mít a co jimi vyjadřují. Pravidlům tedy shodně připisují tyto tři významy:

1. Vyjadřují hodnoty, které organizace zastává
2. Popisují oblasti, z nichž je pro organizaci nepřípustné přijmout dar
3. Zamezují ovlivnění agend, kterým se organizace věnuje

V následujícím textu se jednotlivým bodům budu věnovat blíže. Ačkoli zástupci organizace E se na pravidlech neshodují, na svých webových stránkách zveřejnili manifest, ze kterého lze informace související s těmito pilíři nalézt. Proto se i této organizaci budu na následujících řádcích věnovat.

Pravidla vyjadřují hodnoty, které organizace zastává

Všechny organizace, které disponují pravidly, mají shodu na tom, že takto vyjadřují zastávané hodnoty. Ještě větší měrou než např. v kodexech prezentují organizace zastávané hodnoty v manifestech, které je možné dohledat na jejich webových stránkách, což je podstatné zejména u organizace E, která přímo pravidly přijímání darů nedisponuje. Ne všechny organizace používají pro vyjádření svých hodnot na webu slovo manifest, pro účely této práce budu ale tento termín v tomto významu používat. Lze tedy říct, že pro všechny organizace klimatického hnutí zahrnuté do tohoto výzkumu platí, že následující hodnoty si zvnitřnily a přijímají je jako svoji součást.

Organizace spojuje to, že kromě hodnot souvisejících s životním prostředím, jsou pro ně zásadní i další aspekty. Ekologické problémy chápou v souvislostech, a je pro ně tedy zcela zásadní i sociální rozměr. „Naše organizace stojí nejen na environmentálních hodnotách, ale i na lidskoprávních a demokratických. To znamená i základní lidská práva a svobody.“ (Alžběta) nebo „Hlásíme se k solidaritě s lidmi nejvíce postiženými změnami klimatu a ekologickými problémy. Jsme si vědomi, že ekologické problémy nelze vnímat odděleně od sociálních a ekonomických otázek. Klimatické změny kopírují mocenské rozložení ve společnosti a prohlubují nerovnost na mnoha úrovních. Problémy spojené s měnícím se

klimatem postihují nejvíce nejchudší státy globálního jihu, ačkoliv k vypouštění emisí přispívají nejméně.“ (Organizace C, Manifest) nebo „My neusilujeme jen o zdravé životní prostředí a jeho zachování. My usilujeme o klimatickou potažmo environmentální spravedlnost.“ (Daniel).

Další hodnotou je uplatňování demokratických principů v rozhodování nebo v zapojování občanů. „Je pro nás důležitá občanská participace, to znamená, že jednou ze základních hodnot, kterou my podporujeme, je i demokratický způsob rozhodování a právo lidí na slušné podmínky k životu, proto tam máme (v kodexu, pozn. JV) třeba ty zbraně nebo že nechceme brát peníze od firem, které vykořisťují lidi, kteří šijí oblečení a podobně.“ (Alžběta) nebo „Společnost, v níž chceme žít, musí také vytvářet prostor pro aktivní účast občanů na správě veřejných záležitostí, dávat významnou roli obcím a regionům a zároveň respektovat svoje ukotvení v evropské společnosti. Být společností sociálně citlivou, mírumilovnou, schopnou kritické reflexe a nést svůj díl globální spoluzodpovědnosti.“ (Organizace A, O nás). Hodnotou je také respekt k lidem. „Odsuzujeme veškeré formy diskriminace, jako jsou rasismus, sexismus, xenofobie a diskriminace LGBTQIA osob. Jsme proti jakékoli formě totalitarismu, proti fašismu a nenávistné rétorice.“ (Organizace D, O nás).

Proč je důležité o hodnotách mluvit veřejně a mít je zaznamenané vysvětluje Daniel: „Dává nám to nějakou mez toho, co vlastně v tom světě se nám nelíbí.“ Jak jsem zmiňovala v úvodu této části, pokud organizace nemají psaný kodex, nebo ho nemají zveřejněný na svých webových stránkách, lze na webu nalézt alespoň manifest nebo nějaký základní přehled toho, na jakých hodnotách daná organizace stojí. Za hodnoty, jež jsou společné organizacím klimatického hnutí, lze proto považovat tyto:

Tabulka č. 5: Hodnoty společné organizacím klimatického hnutí

Čisté životní prostředí
Dodržování lidských práv a svobod
Respekt ke druhým
Demokratický způsob rozhodování
Občanská participace
Solidarita

Důležité je zmínit ještě jeden princip, o kterém organizace mluví, ale který považují spíše než za hodnotu za formu fungování, která je naprosto klíčová, aby organizace mohly vyvíjet svoji činnost, a tou je nezávislost. To znamená potřebu organizací mít kontrolu a vliv na to, čemu se budou věnovat. „Nezávislost je jedním z nejdůležitějších principů. Pro zachování nezávislosti na našich postojích a činech nepřijímáme žádné finanční dary od států, politických stran ani firem. Veškeré financování tak závisí téměř výhradně na podpoře jednotlivců.“ (Organizace B, O organizaci B). Jako jeden z důvodů, proč mít pravidla, organizace totiž zmiňovaly zamezení ovlivnění jejich agendy, čemuž se budu věnovat níže v samostatné podkapitole.

Pravidla popisují oblasti, z nichž je pro organizaci nepřijatelné přijmout dar

S hodnotami, které si organizace zvnitřňují, úzce souvisí i popis oblastí, z nichž je pro ně nepřijatelné přijmout dar. Všechny organizace klimatického hnutí zahrnuté do tohoto výzkumu považují za nepřijatelného dárce takového, který poškozují přímo nebo nepřímo životní prostředí. Překračují však tuto mez a za nepřijatelné považují také takové dárce, kteří porušují např. lidská práva, což souvisí s hodnotami, které jsem popsala výše. „U environmentálně laděných organizací je zvykem, aspoň z mé zkušenosti, že nad zdrojem financování víc přemýšlí.“ (Alžběta). To platí v určitém pohledu i pro organizaci E, která se na pravidlech pro přijímání darů neshodne. Byť se respondenti rozcházejí v úvaze, zda by takové peníze přijali nebo ne a nevystupují jednotně za organizaci, uvědomují si, že členy organizace jsou i lidé, kteří by v případě takového daru vyjádřili nespokojenost a velmi pravděpodobně by následovala debata, při které by právě tyto hranice mohly být na stole.

V teoretické části této práce jsem s odkazem na Dunna (2010) vymezila čtyři kategorie, jak lze dárce a dary rozlišit. Toto vymezení zde v krátkosti připomenu, protože to pomůže vysledovat specifika pro organizace klimatického hnutí. První kategorie sdružuje dárce chovající se v souladu se zákonem a společenskými normami, jejichž peníze byly vydělány čistým způsobem. Druhá kategorie zahrnuje dary od sporných dárců, kteří dávají čisté peníze a třetí kategorie zahrnuje případy, kdy jsou peníze i dárce sociálně nebo právně podezřelí. Druhou a třetí kategorii lze pro potřeby této práce spatřovat pod pojmem sporní dárce, jak je popisují níže. Sporní dárce jsou takoví, kteří konají činnosti, se kterými organizace přijímající dar nesouhlasí, jde proti jejím hodnotám. Nicméně specificky v organizacích klimatického hnutí nelze opomenout ani první kategorii, kterou jsem shrnula pod nepřijatelné dárce. Ti v nastíněném smyslu sice sporní nejsou, ale přesto od nich z nějakého

důvodu organizace dar nepřijmou. Čtvrtá kategorie zahrnuje čisté dárce, kteří dávají sporné peníze. Tuto kategorii jsem vyčlenila do bodu c) níže, který věnuji specificky nepřijatelným penězům.

a) Sporní dárce

Sporní dárce jsou takoví, od kterých organizace klimatického hnutí dar nepřijme, protože nesouhlasí s jejich agendou. „Je poměrně jasně vymezeno, ze kterých oblastí peníze brát nechceme. Třeba firmy, které těží ropu, nebo jsou specifikovány určité oblasti, kde vnímáme eticky problematické od někoho takového dar přijmout.“ (Alžběta). Právě organizace A má oblasti specifikované ve svém psaném kodexu. Podle něj nejsou akceptovatelné příspěvky od firem nebo osob, „jejichž působení významně přispívá k ekologickým škodám nebo k poškozování jiných veřejných zájmů (např. veřejného zdraví). Mezi ně mohou patřit např. konvenční automobilky, těžební, fosilní a jaderné energetické společnosti, chemičky, provozovatelé skládek a spaloven, dodavatelé zbraní, výrobci cigaret a firmy, které profitují z hazardu, z prodeje alkoholu či pornografie.“ (Kodex etického fundraisingu organizace A, 2020). Důvody, proč jsou v kodexu zmiňovány i ti, jejichž činnost nemá souvislost s životním prostředím, vysvětlují výše v části věnující se hodnotám.

Psaná pravidla v podobě kodexu nalezneme ještě u organizace D. Popis oblastí považovaných v případě daru za sporné, je v tomto dokumentu obsáhlejší než u organizace A. Ta se zabývá spíše vymezením příkladů a shrnuje je v podstatě v jednom odstavci, byť se k nim vrací i v dalších částech kodexu, který popisuje praktické rozhodování. Organizace D věnuje méně prostoru popisu jednání a rozhodování v praxi a zaměřuje se až na pár odstavců výlučně na oblasti, z nichž není dar akceptovatelný.

Kodex organizace D rozděluje tyto oblasti do pěti bodů (Kodex financování organizace D, nedatováno). Prvním je spalování a obchod s fosilními palivy (letecký průmysl, automobilový průmysl s výjimkou bezemisního, těžební průmysl, fosilní a jaderná energetika). Druhým bodem jsou další subjekty jinak poškozující životní prostředí (živočišný velkopřmysl, zemědělský průmysl narušující biodiverzitu či chemický průmysl používající postupy škodlivé pro životní prostředí). Třetí bod se týká podpory a šíření násilí (obchodování s nedemokratickými režimy nebo zbrojný průmysl a obchod se zbraněmi). Čtvrtý bod zahrnuje prohlubování nerovností ve společnosti (např. vymáhání exekucí či provozování hazardu). Poslední pátý bod pak vyjmenovává oblasti, které nespádají do

žádného z předcházejících, namátkou subjekty se sídlem v daňovém ráji nebo politická hnutí. I zde je patrné, že se do pravidel promítají hodnoty, jež jsou pro organizaci důležité.

Na rozdíl od organizací A a D, u nichž je možné přecíst si sporné oblasti v kodexu, u organizací B a C bylo potřeba jít do hloubky při rozhovorech, protože pravidla nemají psanou podobu. I u nich je však zřejmé, že v hledáčku darů, které odmítnou, jsou i oblasti, které nesouvisí s životním prostředím. „Např. bychom se pravděpodobně konsenzuálně rozhodli nepřijmout exekutorské peníze, peníze z obchodu se zbraněmi. Šlo by to proti našim hodnotám.“ (Kristýna) nebo „Např. firma, která dělá dopravní stavby a má betonárku. Nabídli nám jednorázový dar, který jsme odmítli.“ (Kristýna) nebo „Obchod se zbraněmi je jasné no-go. Myslím, že to je jasné. Kdyby to byly nějaké firmy, co jsou proslavené dětskou prací, tak to si myslím, že je to taky no-go.“ (Karolína).

Pro organizace klimatického hnutí nejsou důležité jen oblasti činnosti potenciálních dárců, ale i jednání zaměstnavatele nebo firmy, která chce organizaci poslat dar. „Já si myslím, že pro hodně lidí by byl problém, že ta firma třeba sídlí v daňovém ráji. To ani nemusí být nutně obor činnosti, ale i nějaké praktiky, které neschvalujeme.“ (Karolína) nebo „Jednou jsme řešili případ vyššího daru od dárců, jehož veřejné aktivity se nám zdály trochu neetické, ale zároveň to nebylo v souvislosti s životním prostředím, bylo to v souvislosti s jiným tématem, nicméně i tak jsme se rozhodli dar nakonec nepřijmout.“ (Barbora).

Do jaké míry by některé dárců označila za sporné organizace E nelze s jistotou říct. Je zřejmé, že, jak už jsem psala dříve, se tímto tématem chtějí zabývat, až k tomu nastane důvod. Proto na jedné straně lze zaslechnout názor, že např. dar od ČEZu by po diskusi pravděpodobně přijat nebyl, jiný respondent ale zastával názor takové peníze rozhodně vzít: „Já beru každé peníze. Protože ten problém (klimatická krize, pozn. JV) je veliký, co jsem já, že bych odmítal nebo vrátil nějaké peníze? Mám děti a chci, aby měly budoucnost.“ (Eduard).

Tato část o sporných dárcích shrnuje oblasti, z nichž je pro organizace neakceptovatelné přijmout dar, protože tyto oblasti se neshodují s hodnotami vyznávanými danými organizacemi. Nejsou to ale jediní dárci, od kterých je dar neakceptovatelný, jak píšou v následující části.

b) Nepřijatelní dárci

Za nepřijatelné dárci označují takové, jejichž činnost nebo praktiky nejsou v přímém rozporu s hodnotami organizací klimatického hnutí, ale z nějakého důvodu je přijetí daru od

nich též mimo hru. Zde už nelze vystopovat tak jasnou jednotu, jako u sporných dárců, avšak každá z organizací, která nějaká pravidla pro přijímání darů má, disponuje ještě nějakým dalším limitem. Vymyká se organizace E, která s touto problematikou neoperuje.

První oblastí, kterou předkládá i Zelený kruh ve svém kodexu, je odmítání darů, které mohou být vyhodnoceny jako peníze ve střetu zájmů. Je tedy nepřijatelné přijímat peníze i od konkurentů toho, proti komu organizace vede kampaň. Toto pravidlo závazně mají dodržovat organizace A a B, které jsou členy této sítě. Organizace A je převedla i do svého psaného kodexu. „Nechceme brát dary od nikoho, jehož činnost vyhodnocujeme jako špatnou a proti němuž vedeme kampaň nebo jsme v minulosti vedli. A zároveň nechceme brát peníze, a to se týká hlavně firem, že třeba dlouhodobě podporujeme obnovitelné zdroje a energii získanou z nich, ale je problematické být finančně spojovaní s nějakou firmou, která má přímý zisk třeba z výroby solárních panelů.“ (Alžběta).

Od nových organizací toto téma nezaznívá, neakcentují ho. Lze předpokládat, že dílem proto, že do situace, kdy by se musely rozhodovat, se ještě kvůli svému nedávnému vzniku nedostaly, dílem proto, že by pro ně případné nařčení z podjatosti mohlo vést spíše k sebezprezentaci toho, co je pro ně důležité. Zda svůj postoj k tomuto problému zkorigují v budoucnu je těžké předvídat.

Další, i když ne zcela jasnou oblastí, jsou dary od politiků a politických stran. Např. organizace C by spíš peníze od politické strany nevzala, kdyby jí byly nabídnuty. Sami členové si ale uvědomují, že hranice jsou nejasné. „Víme o tom, že někteří naši individuální dárci jsou členky, členové nebo lidé aktivní v některých politických stranách. Rozhodně bych doporučila, aby se přijal konsenzus na případný dar od politické strany, jejíž program jde proti našim hodnotám.“ (Kristýna) nebo „My jsme vlastně dostali peníze od politických stran v zahraničí, a to bylo v pohodě, nikomu to nevadilo, protože to bylo z benefic (...). Nebyly to peníze od té strany, ale ta strana udělala prostě nějaký benefiční koncert, na kterém lidé házeli do kasičky, a pak nám to poslali.“ (Karolína). Nepřípustnost darů od politických stran a hnutí najdeme v kodexu organizace D. Případná praxe nebo korekce je ale opět otázkou budoucích zkušeností.

Problematické se konkrétně pro organizaci C jeví i sbírání dat na internetu. „Tady je obrovské téma internetová bezpečnost. Důvod, proč si myslím, že u nás by nikdy nemohl projít ani Google a takovéto firmy, je, že u nás je docela dost lidí, kterým vadí shromažďování údajů.“ (Karolína). To je i důvodem, proč tato organizace léta postrádá databázi dárců. „Mít ji už někomu přijde, že to už je moc. Teď jsem si říkala, že už by chtělo

s tím něco udělat, protože my máme vlastně stovky lidí, kteří nás podpořili, a spíš je mi trapné, že s nimi nekomunikujeme.“ (Karolína). Pokud se podíváme na hodnoty organizací, jak jsem je popsala výše, lze se domnívat, že sbírání dat o druhých může být vnímáno i jako zásah do soukromí, což může narušovat hodnotu respektu ke druhým.

V této části práce je ještě nutné zmínit postoje organizací k firemnímu dárcovství. Mezi zkoumanými subjekty jsou organizace, které odmítají dary od firem bez ohledu na jejich oblast podnikání nebo praktiky. Toto téma považuji za obsáhlé a rozhodla jsem se mu věnovat samostatnou podkapitolu níže, proto jej nebudu rozebírat zde.

Z výše popsaného lze dovodit, že organizace vedou diskuze o těchto oblastech, ne všechny však platí, že diskuze skončila odmítavým postojem nebo byla diskuze vůbec iniciována. Mezi oblastmi, které v některých organizacích byly vyhodnoceny jako nepřijatelné, můžeme tedy zařadit střet zájmů, politické strany, subjekty sbírající data na internetu a firmy.

c) Specifikum nepřijatelných peněz

V kontextu toho, kdo je považován za sporného nebo nepřijatelného dárce, je potřeba zmínit také nepřijatelné peníze. Byť organizace na první pohled tuto nuanci nerozlišují, při bližším zkoumání je patrné, že o ní respondenti mluví, i když si to možná sami neuvědomují. Tento rozměr v určitých případech akcentují. „V případě, že ten dar je natolik signifikantní, že je potřeba to prozkoumat, tak zjišťujeme, odkud ty peníze pochází a jakým způsobem k nim ten dárce přišel.“ (Barbora).

Přímo na povahu peněz, nikoli na dárce samotného, se soustředí i jiné organizace. Zkušenosti, které vědomě reflektuje, má organizace C. Obdržela dar od muže, jehož rodina vlastní velkou farmaceutickou firmu. „Ve chvíli, kdy mu vyplatili jeho podíl rodinného majetku, začal podporovat aktivismus a přímé akce. Takže tohle je příběh, který se nám líbí, do toho jdeme. Prostě ty peníze jsou vzdáleně z něčeho, co se nám nelíbí, ale jsou vlastně dostatečně vyprané.“ (Karolína) nebo „(...) to je jedna z věcí, která je na hraně, protože vlastně ty peníze jsou z Norska, tudíž ta pravděpodobnost, že jsou z ropy, je docela velká (...). Takže k tomu si budeme muset udělat nějaké stanovisko. Já osobně jsem pro to to vzít, protože ta vzdálenost od těch norských peněz je strašně daleko (...), ale umím si představit, že jsou v organizaci C lidé, kterým se to nebude líbit.“ (Karolína).

Změnu povahy peněz předkládá ještě ve větším měřítku organizace E, což je patrné i důvod, proč nepřijatelní, ale do jisté míry i sporní dárce, tak jak jsem je pro tuto práci

popsala, nejsou relevantním tématem, kterým se organizace E chce zabývat. Výše jsem využívala hypotetický příklad ČEZu, který samotná organizace E využívá k ilustraci situací, zde jej proto využiji také. „Kdyby teď nám poslal ČEZ 500 tisíc korun, tak, mluvím za sebe, bych měl tu pozici okamžitě přijmout (...). Peníze jsou peníze. Tam není napsáno ČEZ, tam je napsáno Česká národní banka.“ (Eduard). Zatímco organizace C uvažuje o tom, zda vzdálenost od sporných nebo nepřijatelných peněz už je pro ně dostatečná, zástupce organizace E už hovoří o změně povahy peněz přímo, bez ohledu, jaká je vzdálenost od jejich původu.

Pravidla zamezují ovlivnění agend, kterým se organizace věnuje

Vyjádření hranic, kam až sahá moc dárce, je součástí pravidel všech organizací z tohoto výzkumu, které pravidla mají. „Cílem toho kodexu je nějakým způsobem zamezit tomu, aby ty peníze ovlivnily naši agendu. Kdyby nám třeba někdo prostě psal, že ho zajímá, co děláme, a že nám chce třeba dát nějaký účelový dar na něco, tak to právě velmi detailně budeme posuzovat podle tohoto.“ (Daniel).

Organizace A má dokonce přímo v kodexu zakotveno, jakou maximální výši může přijatý dar mít. „My tam máme nějakou hranici, kolik procent z celkového rozpočtu můžeme přijmout jako jednorázový dar, takže to je jedno velké omezení, aby se vlastně najednou neukázalo, že je to většinová část našeho rozpočtu, a to by mohlo silně ovlivňovat naši činnost, nebo nasměrovat naši činnost jinam.“ (Alžběta). Příspěvek od jednoho dárce, který by v ročním úhrnu tvořil více než 20 procent rozpočtu, musí schválit vedení. Alžběta dodává, že takovou situaci v organizaci nepamatuje: „Vybavuji si, že pár let zpátky přišel velmi vysoký jednorázový dar, ale ani ten nedosáhl takhle velkého procenta.“

Zamezení ovlivňování agendy, nebo jen podezření z něj, vnímá organizace B jako jeden ze svých základních kamenů. „Organizace B je často kontroverzní organizace, která se staví proti mnoha aktivitám ničícím životní prostředí. Je pro nás strašně důležitá nezávislost, a i ten fakt, že potřebujeme být zproštěni i jakéhokoli podezření o jakékoli podjatosti nebo situaci, kdy bychom mohli být obviněni z toho, že např. vystupujeme proti nějaké konkrétní aktivitě proto, že jsme přijali finance od daného člověka.“ (Barbora). Dodává, že stoprocentní nezávislost je pro organizaci klíčová, a i podezření by mohlo mít zásadní dopady na jejich budoucí činnost.

Možnost ovlivnění prosazované agendy případným darem reflektuje i organizace E, která se ve většině situací vymyká. Zde, jak už jsem několikrát zmínila dříve, je však potřeba brát

názory s rezervou, protože oba respondenti podávají více svůj pohled nebo prezentují názor části členů, nikoli však organizace jako celku. Opět využiji hypotetický příklad. „(Peníze od ČEZu bychom přijali), abychom dělali akce proti ČEZu. Abychom jasně ukázali, my se nenecháme koupit. a děkujeme za těch 500 tisíc korun, to je skvělý dar, to potřebujeme, děláte to určitě pro svoje děti. Ale abychom neriskovali, okamžitě bychom dělali akce proti ČEZu.“ (Eduard). Nabízí se tady však otázka, kde je v takovém případě hranice neovlivňování agendy. Takový dar by totiž agendu ovlivnil. Organizace by dělala akce namířené proti dárci, které by v případě, že by dar nedostala, pravděpodobně nedělala, respektive impuls k takové akci by musel vycházet odjinud, příčinou jednání by nebylo přijetí takového daru.

2. 2. 6. Postoj k firemnímu dárcovství

Firemní dárcovství je jediná část mého výzkumu, u které jsem se setkala u pěti organizací s pěti odlišnými přístupy. Proto jsem se rozhodla této problematice věnovat samostatnou část, v níž se chci zaměřit nejen na to, jaký postoj jednotlivé organizace zaujímají k firemnímu dárcovství, ale především na to, proč se rozhodly právě pro něj.

Pro lepší přehled nejprve nabídnu stručné shrnutí, následně jednotlivé přístupy představím podrobněji:

- Organizace A firemní dary přijímá, posuzuje je podle kodexu, který i kvůli firemnímu dárcovství a CSR prošel v roce 2020 proměnou
- Organizace B firemní dary nepřijímá, a to bez výjimek
- Organizace C firemní dary nepřijímá, v praxi se ovšem setkáváme s výjimkami
- Organizace D firemní dary přijímá, posuzuje je podle kodexu
- Organizace E k této problematice nezaujímá jednotný postoj

Organizace A

Tato organizace dary od firem přijímá, ale ne bezmezně. Každá firma je posuzovaná podle etického kodexu, a to dokonce i v případě, že její dar nedosahuje 50 tisíc, tedy částky, kterou si organizace stanovila jako mezní pro posuzování darů od jednotlivců. Kodex poměrně podrobně upravuje postup, který je aplikován v případě, že potenciální dar je nižší než 50 tisíc korun, a co se má dít v případě, kdy je dar vyšší. Zmiňuje také, kdo dar ve kterém případě schvaluje. S každou firmou chce organizace mít písemnou podobu dohody. „Tam skoro vždycky máme ještě specifickou darovací smlouvu.“ (Alžběta). Existuje tedy

dohledatelný doklad upřesňující to, kdy a jaká částka byla předmětem daru a zda byla sjednána nějaká další specifikata.

Zmiňovaný etický kodex této organizace prošel v roce 2020 úpravou, a právě firemní dárcovství a postoj firem i organizace a k CSR byl jedním z důvodů. Organizace je obecně nakloněná firemnímu dárcovství a chce ho rozvíjet, setkávala se však s případy, kdy bylo rozhodování u některých případů složité nebo zdlouhavé a bylo potřeba nastavit jasnější pravidla. „Byl to jeden z důvodů, proč jsme chtěli a potřebovali aktualizovat náš etický kodex. Tedy firemní CSR. Obecně firmy jako takové už si samy uvědomují, že chtějí ovlivnit nebo již nějakým způsobem ovlivňují životní prostředí a mají k tomu různé postoje a některé i strategie a dost firem se dostává k tomu, že samy mají prostě nějakou politiku nebo nějaké environmentální zásady, aby dopady jejich činnosti nebyly pro životní prostředí tak invazivní.“ (Alžběta).

Sama organizace připouští, že dřívější kodex byl vůči firmám ostřeji vymezený, což chtěla změnit. „Přijali jsme postoj, že to vnímáme dobře, že spousta firem se chce zlepšovat, a že bychom je v tom měli spíš podporovat, než jim bránit nebo jim neustále říkat, že to dělají jenom špatně.“ (Alžběta). Pro složité případy, kdy posuzovací proces vychází nejednoznačně a odpovědný člověk tápe, nabízí kodex možnost využít tříčlennou etickou komisi, která je součástí organizace a má za úkol v takovém případě rozhodnout o přijetí nebo nepřijetí daru. Při posuzování činnosti se organizace zaměřuje na působení firem nejen v ČR, ale také v dalších zemích.

Firmy organizace A vnímá jako aktéry změny a změna vychází z tlaků, s nimiž se firma setkává. „Věříme, že změna jejich jednání je výsledkem vnějšího tlaku (regulace, spotřebitelé) a vnitřního tlaku na změnu (aktivní zaměstnanci a zaměstnankyně).“ (Kodex etického fundraisingu organizace A, 2020). Organizace si uvědomuje, že politika CSR ale může být klamavá a může být využita spíše naoko, aby se zalíbila např. klientům nebo odběratelům. I toto zmiňuje ve svých pravidlech. „Organizace zásadně v dárcích nevytváří dojem, že jejich podporou naší práce končí jejich ekologické závazky, a vyhýbá se takové spolupráci, která by k tomuto směřovala (riziko greenwashingu).“ (Kodex etického fundraisingu organizace A, 2020). Pokud ale u firmy vidí reálné kroky v ekologizaci svého provozu či změny zaměření činnosti a dar schválí vedení, s firmou naváže spolupráci. Lze tedy usoudit, že organizace A je nakloněna firemnímu dárcovství, nicméně tato náklonnost není bezmezná a má hranice.

Organizace B

Byť pobočka organizace B vznikla v ČR v podobné době jako organizace A, její postoj k firemnímu dárcovství je zcela opačný. Organizace B nepřijímá dary od žádných firem, a to bez výjimky. Tuto rétoriku sdílí se svojí zahraniční matkou. „Ta pravidla jsou takhle nastavená od začátku pro celou organizaci a vlastně není ani prostor v nich cokoli měnit pro jednotlivé pobočky.“ (Barbora). Respondentka dodává, že absolutní zákaz přijímat dary od firem je v Česku výjimečný, proto ani pátrání po případné inspiraci v tomto případě nenastalo.

Výjimky nepřipadají v úvahu, ani pokud chce organizace žádat o grant. Granty sice nejsou předmětem tohoto výzkumu, dovoluji si zde však krátkou odbočku, jelikož postoj této organizace je unikátní. „Organizace B nepřijímá finance od státu, firem ani nadací, které by s nimi byly spojeny. To znamená, že naše příjmy jsou závislé pouze na darech jednotlivců. A to vlastně i v případě, že např. přijmeme grant. I tam vlastně musí být původ těch peněz od individuálních dárců.“ (Barbora). Dodává, že přípustné nejsou tudíž ani dary od firemních nadací. Jedná se o společně sdílené pravidlo pro celou mezinárodní organizaci. Nejedná se o hlubší výsledek diskuze, resp. tato pravidla nejsou výsledkem diskuze české pobočky.

Organizace C

Organizace C sama o sobě tvrdí, že firemní dary nepřijímá. „Obecně nechceme přijímat peníze od firem a velkých korporací.“ (Kristýna). V praxi ale existují výjimky, které jsou historickým reliktem z doby, kdy organizace pravidla teprve diskutovala. Proto, ač velké globální firmy vylučuje ze seznamu svých dárců, má mezi nimi dvě nadnárodní korporace. S oběma organizace C spolupracuje už několik let a nechce tuto situaci měnit, protože si dokázala dobře zdůvodnit jejich přijatelnost. „Bylo jasné, že obrovské korporace žádat nebudeme. Ve finále jsme požádali jen dvě firmy, a obě jsou hvězdy v oboru udržitelného podnikání. Takže z těch velkých firem, které jsou mezinárodní a fungují po celém světě, máme vlastně jenom ty dva podporovatele.“ (Karolína).

Respondentka dodává, že jedna z těchto firem je navíc zapojena do projektu 1 procento pro planetu a obě organizace mají od svého vedení nařízeno podporovat organizace klimatického hnutí, což pro pobočky těchto nadnárodních firem působících v ČR nebylo snadno splnitelné zadání. „Když jsme se jim ozvali, tak byli strašně šťastní, že mají někoho

do svého portfolia.“ (Karolína). Organizace C tedy nestojí o dary od firem a velkých korporací, aktivně je neoslovuje a výjimku udělala pouze u těchto dvou.

Organizace D

Přijímání firemních darů a jejich posuzování podle kodexu má organizace D společné s organizací A. Stejně jako organizace A má totiž pravidla zhmotněná v psané podobě. Zatímco organizace A má tento postoj vydiskutovaný, proměňoval se v čase a kodex z větší části upravuje zejména pravidla pro posuzování firem a schvalování nebo neschvalování daru, organizace D stojí teprve v začátcích vymezení svých postupů a kodex se zaměřuje hlavně na vymezení oblastí, z nichž je dar neakceptovatelný. Praktickému postupu je věnován pouze jeden odstavec.

První zkušenost s firemním darem má organizace D až z jara 2021. „To jsme poprvé přišli do kontaktu s nějakým businesssem, který nám něco takového nabízel.“ (Daniel). Právě to, že se jednalo o první zkušenost, vyvolalo větší debatu mezi členy organizace, která v tu chvíli byla pod tlakem, aby si postoj k firmám vydefinovala. Po diskuzi se rozhodla dar přijmout.

Kodex organizace D se nevěnuje firemnímu dárcovství přímo, ale popisuje nepřipustné oblasti, které jsem už zmiňovala v podkapitole o sporných darech. Nezmiňuje ani výši, od které jsou dary (a explicitně firemní dary) posuzovány, obecné nepsané pravidlo zmíněné v rozhovoru s Danielem je nicméně částka 5 000 korun bez ohledu na to, zda se jedná o firmu nebo jednotlivce. Vzhledem k v podstatě mizivé zkušenosti této organizace s firemním dárcovstvím lze předpokládat, že postoj k této možnosti se bude časem vyvíjet a jasně definovaná pravidla přinesou až budoucí zkušenosti.

Organizace E

Organizace E nezaujímá k firemním darům jednotný postoj. Hlavní důvod je, že dary obecně odsouvá až za téma klimatické krize, jejíž řešení je pro ni na prvním místě. Proto se její zástupci shodnou pouze na postupu, že diskuzi na téma firemních darů, stejně jako diskuzi o tom, od jakého dárce peníze případně nepřijmou, budou vést až ve chvíli, kdy v jejich vlastních řadách nastane rozpor.

Taková situace zatím nenastala, proto u dvou respondentů zazněly dvě různé odpovědi, vzájemně se vylučující. Zatímco Eduard stojí za tím, že by přijal jakékoli peníze, bez ohledu na původ peněz nebo jejich dárce, Ester prezentuje opak: „Určitě nechceme přijímat peníze

od firem, které fungují ve fosilních technologiích, a firem, které přispívají k prohlubování klimatické krize.“ V obou případech sice zástupci organizace mluví o firmách, ale lze předpokládat, že směřují spíše k činnosti dárců bez ohledu na to, zda se jedná o fyzickou nebo právnickou osobu. Ester tedy mluví primárně o sporném dárci, až ve druhé rovině o firmě. Lze se domnívat, že rozdělení na firemní a individuální dárci není pro tuto organizaci relevantní.

2. 2. 7. Postoj k anonymním darům

Pokud organizace disponují pravidly, ať už psanými nebo nepsanými, jejichž cílem je vymezení oblastí, z nichž jsou dary neakceptovatelné, naskytá se otázka, jaký postoj zaujmají k anonymnímu dárcovství a proč, zda se s ním organizace setkávají a jak na takovou situaci reagují. Otázka anonymního dárcovství je relevantní nicméně i u organizace E, jejíž postoj k pravidlům je sice rozporuplný, ale anonymní dary se nevyhnou ani jí.

V tomto tématu lze vysledovat jasný rozdíl mezi starými a novými organizacemi. Organizace A i B se shodují, že takové dary nechtějí a nepřijímají právě proto, že se chtějí vyhnout jakémukoli podezření z porušení svých vlastních pravidel, kdyby byl v budoucnu dárci odhalen.

Obě organizace mají s anonymními dary zkušenosti. „Občas se nám stane, že nám přijde drobný finanční dar, kdy si nejsme jisti, kdo ho poslal.“ (Alžběta). Aby takové situaci předcházely, nelze na webových stránkách ani jedné z organizací najít číslo účtu. „To v podstatě znamená, že tomu, aby se k nám dar dostal vždycky předchází nějaká komunikace s daným člověkem.“ (Barbora). Buď tedy potenciální dárci posílají dar prostřednictvím speciální dárcovské webové stránky, kde není potřeba znát číslo účtu, nebo si o něj musí napsat – pak už daná organizace má kontakt a ví, kdo jejím budoucím dárcem je.

To ale nezabrání tomu, že dárci, který číslo získá, jej poskytne také někomu dalšímu. „Není to úplně stoprocentní, aby se to číslo účtu nepředalo.“ (Barbora). Je tedy možné, aby došlo k tomu, že stávající dárci poskytne číslo účtu dárci potenciálnímu a ten jej využije.

Nastávají tedy situace, i když podle slov obou organizací výjimečně, kdy dárci neznají. „Banky nedávají informaci o svých klientech, takže někdy z bankovního výpisu nevíme, kdo je dárci.“ (Alžběta). Obě organizace se shodně snaží dárci dohledat. „V takovém případě se snažíme dohledat ten kontakt, někdy to samozřejmě jde i přes banku, že banka kontaktuje daného člověka a vlastně ho požádá o kontaktní údaje, takže víme zejména alespoň jméno.“

(Barbora). Případně lze využít možnosti, kdy zpátky je nejprve zaslána 1 koruna se zprávou, ve které organizace požádá dárce o kontakt.

Dary jsou sice v řádu stokorun, pokud se ale organizacím nepodaří dárce identifikovat a znají číslo účtu, dar vrací. „Stalo se samozřejmě v minulosti, že se to nepodařilo, a v takovém případě jsme dar vrátili na číslo účtu, ze kterého dorazil. Ale je to taky velice raritní záležitost.“ (Barbora) nebo „Jsou i případy, kdy přijde dar, nebo prostě přijdou peníze, kdy to opravdu neumíme zařadit, nějak zaevidovat. Tak to jsou případy, kdy peníze vracíme zpátky.“ (Alžběta). Organizace se tedy snaží vyvést dárce z anonymity a zhodnotit, zda si peníze nechají. Tato aktivita je většinou úspěšná, nicméně nelze vyloučit neúspěch, který vede ke vrácení peněz.

Ruku v ruce s nezveřejněním čísla účtu se organizace vystavují riziku nařčení z netransparentnosti. Taková situace může vést k pochybnostem, jak je s dary nakládáno a jaká je skutečná výše darů, které organizaci přijdou. Obě organizace proto dbají na transparentnost využitím jiných možností a, protože dárce nejsou anonymní a mají na ně kontakt, dostávají dárce pravidelné zprávy o tom, jak jsou dary využívány. „Snažíme se budovat vztah a informovat dárce nejen o tom, jak jsme financováni, ale i na co ty peníze využíváme a jaké máme postupy a úspěchy v daných kampaních.“ (Barbora). Na webových stránkách nebo ve Sbírce listin lze také dohledat účetní závěrky a výroční zprávy obvykle ověřené auditorem, jejichž součástí jsou informace o tom, kolik darů organizace obdržely a jak s nimi naložily, což může jako zdroj informací posloužit i potenciálním dárčům.

Stejný přístup, včetně neveřejného čísla účtu, má i nejstarší z nových organizací. Rozhodnutí nezveřejňovat číslo účtu plynulo ze zkušenosti. „My už jsme to zakázali, protože dřív bylo číslo účtu na webu, bylo na letáčkách, a pak nám to dělalo hrozný problém, protože když máme data přes Darujme, tak snadno vystavíš potvrzení a tak, ale kombinovat to, že tady mám všechny údaje a tady mám třeba jenom jméno, a je tenhle Jan Novák tenhle Jan Novák, nebo je to jiný Jan Novák.“ (Karolína). Pokud se rozhodne přispět nějaký větší dárce, který se chce dopředu s organizací na daru domluvit a ozve se jí přímo, pak číslo účtu sdělují, jinak už se k němu ale po minulých zkušenostech veřejně dostat nedá.

Z tohoto popisu vývoje i z možnosti získat číslo účtu, pokud člověk organizaci kontaktuje, lze dovést, že ani organizace C se nevyhne občasnému anonymnímu daru. Podle slov respondentek se s nimi ale na rozdíl od minulosti setkávají výjimečně a jsou v řádu stokorun. Lze tedy usoudit, že jejich rozhodnutí dané zkušenostmi vedlo ke kroku shodnému

s jednáním starších organizací. Odlišné ale je, že na rozdíl od starých organizací anonymní dary nevrací, což zdůvodňují právě tím, že se s nimi setkávají vzácně a jejich výše je malá.

Na druhé straně stojí zbývající dvě nejnovější organizace, které na rozdíl od těch starých a organizace C mají s anonymními dary malé nebo žádné zkušenosti. Obě mají transparentní účty, jejich číslo je možné dohledat. Organizace D má navíc tuto skutečnost zmíněnu v kodexu: „Veškeré finanční transakce provedené hnutím jsou transparentní a probíhají přes hlavní transparentní účet, případně přes další účty hnutí.“ (Kodex financování organizace D, nedatováno).

I přes veřejně dohledatelné číslo účtu je zkušenost s takovou situací mizivá. Důvody lze spatřovat v tom, že organizace jsou velmi nové a povědomí o nich a o možnosti dárcovství ještě společnost nevnímá. Dárci jsou lidé spjatí s těmito organizacemi a jsou v nich obvykle i aktivně činní. V neposlední řadě, když se podíváme na příjmy těchto organizací, pohybují se v nižších částkách a lze tedy dovodit, že dárců není takové množství jako u starých organizací.

Organizace E potvrzuje, že s anonymními dary se setkávají výjimečně, většinu svých dárců zná. „Jsou to většinou lidé, kteří nějakým způsobem buď jsou připojení na Facebooku, nebo třeba jsou v naší databázi, dostávají náš newsletter. Ano, často jsou to vlastně lidé, kteří nějakým způsobem zase znají jiné lidi, kteří jsou zapojení v organizaci E, protože ono to hnutí hodně funguje na osobních vztazích.“ (Ester). Pokud už anonymní dar přijde, nevidí důvod jej vracet, respektive tuto problematiku neřeší.

Organizace D je z výzkumného vzorku jediná, která se s takovým případem ještě nesetkala¹⁷. Lze popisovat pouze hypotetickou situaci. „Máme transparentní účet, takže byt' je to složité, tak to jde dohledat, a úplně nemáme připravený krizový plán, co dělat, kdyby nám přišel anonymní dar.“ (Daniel). Z rozhovoru vyplynulo, že o takové situaci organizace doposud žádnou debatu nevedla.

Daniel však nabízí pro organizace klimatického hnutí specifický pohled, který žádná z ostatních organizací nezmínila. Nahlíží na anonymní dar optikou příležitosti, kdy dar pozbývá ducha svého majitele a jedná se o peníze bez případné zátěže. „Myslím, že ve chvíli, kdy je ten dar anonymní, tak tam do nějaké míry vlastně opadají ta rizika přijetí daru od někoho, kdo podniká v těch oblastech, které v kodexu máme vyjmenované.“ To je

¹⁷ Resp. nesetkala se s ní do jara 2021, kdy proběhly rozhovory.

podstatný rozdíl např. od organizace B, která velmi opatrně našlapuje před případnými budoucími nepříjemnostmi, kdyby se podařilo dárce najít nebo by se v budoucnu sám přihlásil.

Organizace D, resp. Daniel jako její zástupce, považuje anonymní dar za výhodu. „Nikoho tím nelegitimizujeme, nikomu neposkytujeme možnost jak greenwashovat a používat to jako nějakou hurá věc pro svoji komunikaci a obecně ve svém PR, a taky nás ten dar pravděpodobně neovlivňuje, protože tam na nás není vyvíjen tlak.“ (Daniel). Dodává, že pokud by taková situace nastala, nejspíš by se dárce pokusili najít. Zdůrazňuje však, že takto uvažuje pouze hypoteticky a organizace nemá připravený plán pro takové případy. Je otázkou, zda bude pro tuto organizaci potřebná diskuze a definice toho, jak se chce v takové chvíli zachovat.

Z popsaného přístupu organizací k anonymním darům lze vysledovat trend. Staré organizace mají stejný odmítavý postoj. Nejstarší z nových organizací jej již má také, ale vytvořila si jej na základě vlastních zkušeností. Dvě nejnovější organizace stojí na prahu zkušeností s anonymními dary a svoji cestu a postoj si teprve hledají. Obě tyto organizace zatím mají především dárce, které získaly díky osobním kontaktům, většinu z nich znají osobně nebo velmi úzce. Protože ale obě mají transparentní účet, lze oprávněně předpokládat, že v budoucnu se s takovou situací budou setkávat a přístup k takové zkušenosti si vyprofilují.

Závěr

Cíli této práce bylo porozumět, jaké hodnoty a praktiky regulují přijímání darů v neziskových organizacích českého klimatického hnutí, a také porozumět motivacím jejich přístupu a jednání v konkrétních situacích. Ptala jsem se, jaká pravidla, psaná i nepsaná, v organizacích existují a jaký je jejich obsah, z čeho organizace vycházejí při tvorbě pravidel, a jak jsou pravidla aplikována při řešení konkrétních případů.

Pro hledání odpovědí jsem zvolila kvalitativní výzkum. V pěti organizacích jsem vedla sedm polostrukturovaných rozhovorů. Tam, kde rozhovorů bylo více, jsem dalšího respondenta oslovila proto, že jsem buď potřebovala nějaké informace doplnit, nebo jsem si nebyla jistá, zda dostávám odpovědi platící pro organizaci, nebo pouze pohled jednoho člověka. Rozhovory jsem doplnila analýzou dokumentů, např. kodexů etického fundraisingu, manifestů, výročních zpráv a účetních závěrek či webových stránek. Některé dokumenty jsou veřejně dostupné, jiné jsou interní a poskytli mi je zástupci organizací.

Výzkumný vzorek, jak jsem již zmínila, tvořilo pět neziskových organizací. Pro jejich výběr jsem zvolila několik kritérií. Cíle organizací musely souviset s hledáním řešení klimatické krize. Tím jsem vyloučila jiná environmentální uskupení, jejichž cíle např. souvisí se vzděláváním nebo osvětou a která jsou nesporně též důležitá nicméně jejich zařazení by vedlo k roztržitosti vzorku. Dalším kritériem byla advokační práce. Posledním pak celostátní zaměření nebo působnost, což bylo podstatné, aby byly výstupy porovnatelné a nemusela jsem jako další vstup řešit specifika lokality, v níž organizace působí. Na základě nastavených kritérií předpokládám, že v současné době neexistuje v ČR organizace, která by splňovala stanovená kritéria a nebyla zařazena do tohoto výzkumu.

K jakým závěrům jsem došla? Organizace zařazené do vzorku lze rozdělit do dvou skupin, které se od sebe výrazně liší. První skupinu tvoří dvě organizace, jež jsem pro tyto potřeby nazvala starými. Vznikly na přelomu osmdesátých a devadesátých let minulého století, mají desítky zaměstnanců, tým lidí věnující se fundraisingu a jejich rozpočty se pohybují v desítkách milionů. Druhou skupinu, kterou jsem nazvala novými organizacemi, tvoří tři organizace vzniklé v druhé polovině dvacátých let. Stojí zejména na dobrovolnické práci a aktivnímu fundraisingu se věnují pouze za předpokladu, že k tomu mají personální a časové kapacity. Jejich rozpočty se pohybují v řádu stovek tisíc korun.

Co je ale všem organizacím, starým i novým, vlastní, je potřeba seberegulace, byť její míra se liší. Dvě z organizací disponují psanými pravidly vymezujícími např. to, z jakých oblastí dar nepřijmou, nebo omezení výše daru, aby nedošlo k ovlivnění agendy. Dvě

organizace mají pravidla nepsaná, ale v mnohém lze pozorovat striktnější postoje k přijímání darů. Poslední organizace pravidla nemá psaná a na tom, zda existují nepsaná, se respondenti neshodnou. Tato organizace ale disponuje manifestem, který do určité míry postoj k darům popisuje. I zde je tudíž patrná seberegulace.

Všechny organizace se shodují na třech bodech, které pravidlům přikládají. Zprvė pravidla vyjadřují hodnoty, které organizace zastává. Souhlasně jako hodnotu popisují čisté životní prostředí, což ale u organizací klimatického hnutí není překvapivé, protože jejich cílem je právě toho dosáhnout. Dalšími hodnotami jsou dodržování lidských práv a svobod, respekt ke druhým, demokratický způsob rozhodování a občanská participace. Tyto hodnoty jsou obecně blízké neziskovému sektoru, jejich existence je tedy jen potvrzením tohoto specifika.

Za specifickou pro organizace klimatického hnutí považuji hodnotu, kterou jsem shrnula pod pojem solidarita. Organizace jsou si vědomy, že důsledky ničení životního prostředí nejvíce dopadá na ty, kteří na jeho příčinách mají malý podíl. Ekologické otázky jsou podle nich nerozlučně spojeny s otázkami sociálními a ekonomickými a s prohlubováním rozdílů ve společnosti, což pro ně znamená postavit se za lidi, kteří trpí dopady klimatické krize bez vlastního přičinění. Nad všemi hodnotami vyčnívá princip nezávislosti, který organizace klimatického hnutí považují za klíčový pro svoji existenci.

Zůstaneme-li ještě u významu pravidel, druhým bodem je popis oblastí, z nichž dar nelze přijmout. Pro účely této práce jsem vymezila dva termíny, a to sporní dárci a nepřijatelní dárci. Za sporné dárcce organizace považují takové, jejichž oblast činnosti je v nesouladu s hodnotami nastíněnými výše. Ti se vyskytují u všech organizací ve vzorku. Druhou kategorií, nepřijatelné dárcce, pozorujeme zejména u starých organizací, méně u těch nových. Za nepřijatelné dárcce jsou považováni ti, kteří se nacházejí ve střetu zájmů s prosazovanou agendou. V úvodu jsem zmiňovala potenciální dar od ředitele firmy vyrábějící solární panely. Pokud organizace prosazují ukončení těžby uhlí, je pro ně nepřijatelný dar od potenciálního konkurenta těžařů, tedy i od výrobce solárních panelů. Za nepřijatelné jsou u většiny organizací též považovány dary od politických stran.

Třetím a posledním významem pravidel je zamezení ovlivnění agend, kterým se organizace věnuje. Může to být dáno vymezením oblastí, z nichž dar nebude přijat, ale pravidla nabízí i jiné možnosti, např. zastropování částky, kterou organizace může od dárcce přijmout.

Výzkum nabídl i dvě oblasti, které se ukázaly být rozsáhlejšího charakteru a v práci jsem jim věnovala samostatné kapitoly. První z nich je postoj organizací k firemnímu dárcovství, který je u každé z nich unikátní. Dvě z organizací takové dary přijímají. Obě mají kodex etického fundraisingu a firemní dar musí být s tímto dokumentem v souladu. Rozdíl je v tom, že první z organizací (stará), svá pravidla nedávno aktualizovala pro svůj vstřícný postoj k CSR. Firmy považuje za hybatele změn. Druhá z organizací (nová) má s firemními dary minimální zkušenosti a takto neuvažuje. Další dvě organizace firemní dary nepřijímají. Zatímco ale jedna (stará) toto pravidlo považuje za svůj základní kámen a výjimky jsou nepřípustné, druhá (nová) sice takové pravidlo má, v praxi ale existují dvě výjimky tvořené udržitelně podnikajícími korporacemi. Poslední z organizací (nová) nemá k firemním darům jednotný postoj a tato problematika pro ni není tématem.

Poslední oblastí, kterou ve své práci zmiňují, je postoj k anonymním darům. Zde lze vypočítat vývoj. Staré organizace mají s anonymními dary bohaté zkušenosti. Nechtějí je hlavně kvůli potenciálnímu reputačnímu riziku, proto mají neveřejné číslo účtu. Uvědomují si, že z této neveřejnosti plyne potřeba balancovat svoji transparentnost např. podrobnostmi ve výroční zprávě a pravidelným informováním dárců. Nejstarší z nových organizací v minulosti uváděla své číslo účtu veřejně, setkávání s anonymními dary pro ni ale bylo nekomfortní a číslo účtu stáhla. Dvě nejnovější organizace mají transparentní číslo účtu. Jejich příjmy se pohybují v nižších číslech a své dárcy vesměs znají osobně. Je otázkou času, kdy i jim budou přicházet anonymní dary a bude potřeba vytvořit si k této skutečnosti postoj. Zda bude v koleji starších organizací lze však jen spekulovat.

Vrátím-li se ještě jednou k otázkám, které jsem si v tomto výzkumu položila, lze odpovědět, že všechny organizace českého klimatického hnutí disponují nějakou mírou seberegulace a s tím souvisejícími pravidly pro přijímání darů, byť míra se liší. Organizace se shodnou na významech, která pravidlům připisují, a hodnotách, ke kterým je vztahují. Shodnou se na sporných oblastech, z nichž dar nepřijmou, ale některé organizace jdou ještě dál, a i hodnotově vhodné dárci se stávají nepřijatelnými např. kvůli střetu zájmů s prosazovanou agendou. Řešení složitých konkrétních případů navíc někdy organizace nutí sáhnout do svých pravidel a revidovat je.

Závěrem lze říct, že přijímání darů regulují v organizacích tři klíčové potřeby. Zaprvé je to potřeba zajistit financování pro naplnění cílů. Peníze potřebují, což je důvodem, kvůli kterému o tématu regulace vůbec přemýšlejí. Druhá je potřeba udržet si nezávislost, tedy zamezit ovlivnění vlastní agendy a vyhnout se závazkům. Zajímavá je částka, která je pro

jednotlivé organizace hranicí, kdy považují za důležité posuzovat dárcce. I drobný dar by mohl být vnímán jako závazek, u těchto organizací to ale buď takto není vnímáno, nebo nezabývání se touto záležitostí zdůvodňují nedostatkem personálních a časových kapacit. Třetí potřebou je vytvářet konkrétní dojem na venek a zachovat si reputaci. Např. rozhodnutí nebrat dary od firem lze vnímat jako PR. Firma věnující se těžbě uhlí totiž sítím neprojde, ale vysoce postavený zaměstnanec takové firmy posílající drobný dar zůstane bez povšimnutí.

Kudy bychom se v tomto výzkumu mohli vydat dál? U starých organizací se dá předpokládat, že k žádným velkým změnám nedojde. Bylo by ale zajímavé sledovat nové organizace a podívat se na vývoj jejich postojů k přijímání darů v následujících letech, zjistit, jestli a jak se bude proměňovat, zda sáhnou po inspiraci od starých organizací, či zvolí jinou cestu. Dalším tématem k pokračování výzkumu může být vývoj postojů organizací s postupující klimatickou nebo finanční krizí. Klimatická krize se jeví jako problém, jehož palčivost narůstá, tudíž lze očekávat navýšení darů pro tuto oblast. Finanční krize ale může zamíchat kartami.

Z rozhovorů se zástupci organizací vyplynulo, že míra zapojení zaměstnanců do tvorby pravidel (nejen těch pro přijímání darů) je různá, stejně tak je různá vůle zaměstnanců se zapojit. Zajímavá by byla případová studie provedená mezi zaměstnanci jedné z organizací, která by si kladla za cíl zjistit, jak vznikají strategické dokumenty, jaký přístup k jejich tvorbě a aplikaci mají jednotliví lidé v týmu, zda se do diskuze promítají hodnoty vyznávané jednotlivými zaměstnanci nebo převáží např. potřeba získat peníze na prosazování cílů, či jak celý tento proces ovlivňuje fluktuace zaměstnanců.

Při svém výzkumu jsem narazila i na další oblast, která byla účastníky výzkumu hojně zmiňována, a to je spolupráce napříč organizacemi klimatického hnutí, které se i přes rozdílnost metod dokážou semknout a na některých tématech spojit síly. I zde je pole pro budoucí výzkumníky.

Touto prací jsem o kus dál posunula téma, kterého stojí za to se držet i v dalších výzkumech, protože má co nabídnout.

Seznam použitých zdrojů

- Bauman, Z. (1996). *Myslet sociologicky*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Bies, A. (2010). Evolution of Nonprofit Self-Regulation in Europe. *Nonprofit and Voluntary sector Quarterly* 39 (6), stránky 1057-1086.
- Boukal, P. (2013). *Fundraising pro neziskové organizace*. Grada.
- Brunclíková, J. (2019). Zachraňme si Česko. *Umění darovat léto 2019*, stránky 8-11.
- Collins, B. (2006). Dirty Money. *InsideCounsel* 16 (172), str. 80.
- Corporate social responsibility and Responsible business conduct. (2020). Evropská komise. Získáno 29.11.2020, z https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_cs
- Česká společnost ornitologická. (2021). *Výroční zpráva za rok 2020*. Česká společnost ornitologická.
- Člověk v tísni. (2021). *Výroční zpráva za rok 2020*. Člověk v tísni.
- Diep, F. (2019). Universities are facing criticism for taking dirty money. Do their donors policies protect them? *Chronicle of Higher Education* 66 (10).
- Dohnalová, M. (2010). Financování organizací občanské společnosti v České republice. V M. Skovajsa a kol., *Občanský sektor. Organizovaná občanská společnost v České republice* (stránky 144-165). Portál.
- Dunn, P. (2010). When a donor becomes tainted. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*. Získáno 13. 10. 2020, z <https://nonprofitquarterly.org/when-a-donor-becomes-tainted/>
- Finanční správa ČR. (2021). Údaje z daňových přiznání. *Odčitatelná položka "hodnota bezúplatného plnění – daru/darů" uplatněná v daňových přiznáních k daním z příjmů*. Získáno 1. 9. 2021, z <https://www.financnisprava.cz/cs/dane/analyzy-a-statistiky/udaje-z-danovych-priznani>
- Fleishman, J. (2007). *The foundation: A great American secret: how private wealth is changing the world*. New York: Public Affairs.
- Ganzeboom, H., Flap, H. (eds.). (1989). *New Social Movements and Value Change: Theoretical Developments and Empirical Analyses*. Amsterdam: SISWO.
- Inglehart, R. (1977). *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics*. Princeton University Press.
- Keller, J. (2005). *Až na dno blahobytu*. Praha: EarthSave CZ.

- Keller, J., Gál, F., Frič, P. (1996). *Hodnoty pro budoucnost*. Praha: G plus G.
- Kistanov, J. (2019). Když je dárcem anonym – jaké úmysly mají neviditelní donoři. *Umění darovat zima 2019*, stránky 18-19.
- Komter, A. E. (2004). *Social Solidarity and the Gift*. Cambridge University Press.
- Lopez, M. P. (2013). Putting "dirty money" to good use. *Landas* 27 (2), stránky 85-99.
- MacQuillin, I., Sargeant, A. (2019). Fundraising Ethics: A Rights-Balancing Approach. *Journal of Business Ethics* 160 (1), stránky 239-250.
- Machálek, P., Nestrstová, J. (2011). *Základy fundraisingu a projektového managementu*. Brno: Masarykova univerzita.
- Mauss, M. (1999). *Esej o daru, podobě a důvodech směny v archaických společnostech*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- Milion chviliek pro demokracii. (2021). *Výroční zpráva za rok 2020*. Milion chviliek pro demokracii.
- Miovský, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Grada.
- Moldan, B. (2015). *Podmaněná planeta*. Praha: Univerzita Karlova.
- Moody, M., Pratt, M. (2020). *Tainted Money and Tainted Donors: A Growing Crisis?* Johnson Center at Grand Valley State University. Získáno 13. 10. 2020, z <https://johnsoncenter.org/trend-tainted-money-tainted-donors/>
- Morris, D. (2008). Tainted Money. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 37 (4), stránky 743-755.
- Nadace VIA. (2020). *Umění darovat jaro 2020*.
- Organizace A. (2020). *Kodex etického fundraisingu organizace A*. Organizace A.
- Organizace A. (2021). *Zpráva o činnosti organizace A za rok 2020*. Organizace A.
- Organizace A. (nedatováno). *O nás*. Získáno 16. 10. 2021, z Webové stránky organizace A.
- Organizace B. (2021). *Výroční zpráva organizace B za rok 2020*. Organizace B.
- Organizace B. (nedatováno). *O organizaci B*. Získáno 5. 10. 2021, z Webové stránky organizace B.
- Organizace C. (2021). *O nás*. Získáno 6. 9 2021, z Webové stránky organizace C.
- Organizace C. (nedatováno). *Manifest*. Získáno 5. 10 2021, z Webové stránky organizace C.
- Organizace D. (2021). *O nás*. Získáno 6. 9. 2021, z Webové stránky organizace D.
- Organizace D. (2021). *Účetní závěrka za rok 2020*. Organizace D.
- Organizace D. (nedatováno). *Kodex financování organizace D*. Organizace D.
- Organizace E. (2019). *Stanovy spolku organizace E*. Organizace E.

- Organizace E. (2021). *Kdo jsme*. Získáno 6. 9. 2021, z Webové stránky organizace E.
- Payton, R., Moody, M. (2008). *Understanding Philanthropy: Its Meaning and Mission*. Indiana University Press.
- Plumptre, T. (2019). Intrepid Nonprofit: Strategies for Success. V T. Plumptre, *Turbulent Times*. FriesenPress.
- Pospišilová, T. (2018). *Giving and refusing: The contested reception of transactional philanthropy in the case of Prague Central Europe University Foundation*. Získáno 21. 12. 2020, z <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764018802366>
- Punch, K. F. (2008). *Úspěšný návrh výzkumu*. Praha: Portál.
- Reissová, A., Žambochová, M., Vlčková, M. (2019). Fundraising as an opportunity for nonprofit organisations – Possibilities and limits of individual fundraising. *Sociální práce* 19 (1), stránky 5-21.
- Similon, A. (2015). Self-regulation systems for NPO coordination: strengths and weaknesses of label and umbrella mechanism. *Annals of public and cooperative economics* 86(1), stránky 89-104.
- Skovajsa, M. (2010). Organizovaná občanská společnost: teorie a vývoj. V M. Skovajsa a kol., *Občanský sektor. Organizovaná občanská společnost v České republice* (stránky 30-61). Portál.
- Strauss, A., Corbinová, J. (1999). *Základy kvalitativního výzkumu. Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Nakladatelství Albert.
- Šed'ová, K. (2007). Analýza kvalitativních dat. V R. Švaříček, K. Šed'ová a kol., *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách* (stránky 207-247). Praha: Portál.
- Šed'ová, K. (2007). Proces kvalitativního výzkumu a jeho plánování. V R. Švaříček, K. Šed'ová a kol., *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách* (stránky 51-82). Praha: Portál.
- Švaříček, R. (2007). Hlubkový rozhovor. V R. Švaříček, K. Šed'ová a kol., *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách* (stránky 159-184). Praha: Portál.
- Švaříček, R. (2007). Kritéria kvality kvalitativního výzkumu. V R. Švaříček, K. Šed'ová a kol., *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách* (stránky 28-50). Praha: Portál.
- Švaříček, R. (2007). Kvalitativní přístup a jeho teoretická a metodologická východiska. V R. Švaříček, K. Šed'ová a kol., *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách* (stránky 12-27). Praha: Portál.
- Transparency International. (2021). *Výroční zpráva za rok 2020*. Transparency International.

Venzin, M. (2017). The Real World of Fundraising Ethics. *Successful Fundraising* 25 (12), str. 3.

Zákon č. 586/1992 Sb. o daních z příjmů.

Zandlová, M., Šťovíčková Jantulová, M. (2019). Etika výzkumu. V H. Novotná, O. Špaček, M. Šťovíčková Jantulová (eds.), *Metody výzkumu ve společenských vědách* (stránky 57-90). Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií.

Zelený kruh. (Nedatováno). *Etický kodex*. Získáno 29. 9. 2021, z: <http://zelenykruh.cz/clenstvi/transparentnost-nno/eticky-kodex/>

Zelený kruh. (2021). *Kdo jsme*. Získáno 6. 9. 2021, z <http://zelenykruh.cz/o-nas/kdo-jsme/>

Zelený kruh. (2005). *Pravidla transparentnosti*. Získáno 29. 9. 2021, z <http://zelenykruh.cz/clenstvi/transparentnost-nno/pravidla-transparentnosti/>

Přílohy

Příloha č. 1: Sktruktura rozhovoru

Hlavní výzkumná otázka:

Jaké hodnoty a praktiky regulují přijímání darů v organizacích českého klimatického hnutí?

1)

Jaká pravidla (psaná i nepsaná) ve vaší organizaci existují pro přijímání darů?

- Jak velký podíl na rozpočtu vaší organizace tvoří dary?
- Mění se tento podíl v posledních letech? Má vaše organizace nějakou strategii, jakého podílu chce dosáhnout?
- Jaká je struktura darů (např. zda jsou hlavně od malých dárců nebo velkých dárců – a jak je definujete, či od firem)? Jaký je medián daru?
- Existují ve vaší organizaci nějaká pravidla pro to, od koho přijímat dary a od koho ne?
 - o Pokud ANO
 - Mají psanou podobu?
 - Pokud ANO
 - o Ve kterých dokumentech pravidla upravujete?
 - o Jak často a proč tyto dokumenty aktualizujete?
 - o Jak zajistíte, aby o nich lidé ve vaší organizaci věděli?
 - Pokud NE
 - o V jaké podobě je tedy máte?
 - o Jak zajistíte, aby o nich lidé ve vaší organizaci věděli?
 - Můžete ta pravidla stručně charakterizovat?
 - Dotýkají se vaše pravidla i činností, které přímo nesouvisí s vaší činností (např. nepřijímáte dary od někoho, kdo porušuje lidská práva, přestože řešíte environmentální témata)? Proč?
 - Jedná se o interní pravidla, nebo je možné se k nim dostat veřejně, takže se o nich např. potenciální dárci může dozvědět?
 - o Pokud NE
 - Uvažovali jste o nastavení nějakých pravidel?

2)

Z čeho vaše organizace vychází při tvorbě pravidel pro přijímání darů?

- Pokud organizace má pravidla:
 - Co vaši organizaci vedlo k tomu, aby taková pravidla vznikla?
 - Kdo o tvorbě pravidel rozhoduje?
 - Víte, jak probíhala tvorba těchto pravidel?
 - Čím jste se při tvorbě pravidel inspirovali (vycházeli jste např. z jiných kodexů, literatury atd.)?
 - Je někdo, od koho dary nepřijímáte? Od koho? Proč?
- Pokud organizace nemá pravidla:
 - Co vedlo vaši organizaci k tomu, že taková pravidla nevznikla?
 - Kdo rozhoduje o přijímání nebo odmítání darů?
 - Čím jste se při tomto rozhodnutí inspirovali (např. jiné organizace, které taková pravidla nemají atd.)?

3)

Jak jsou pravidla aplikována při řešení konkrétních případů?

- Pokud organizace má pravidla:
 - Setkali jste se v minulosti s případem, kdy bylo rozhodování o přijetí daru složité?
 - Pokud vám někdo nabízí nebo už dal dar, který je v nesouladu s vašimi principy, jak v takovém případě vypadá proces, kterým situaci řešíte? (Nebo jak by vypadal, pokud jste to ještě neřešili?)
 - Odmítli jste někdy nějaký dar?
 - Jak probíhala komunikace s (potenciálním) dárcem?
 - Jaké byly důsledky tohoto rozhodnutí?
 - Setkali jste se někdy s anonymním darem (tedy jste nevěděli, od koho jste dar dostali)?
 - Jak jste v takovém případě jednali?
 - Co byste dělali, kdyby vám dar například chtěl věnovat ... konkrétní příklad sporného dárcem?
- Pokud organizace nemá pravidla:
 - Setkali jste se v minulosti s případem, kdy bylo rozhodování o přijetí daru složité?
 - Pokud jste někdy dar odmítli
 - Jak probíhala komunikace s (potenciálním) dárcem?

- Jaké byly důsledky tohoto rozhodnutí?
- Setkali jste se někdy s anonymním darem (tedy jste nevěděli, od koho jste dar dostali)?
 - Jak jste v takovém případě jednali?
- Co byste dělali, kdyby vám dar například chtěl věnovat ... konkrétní příklad sporného dárce?