

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**  
**FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ**  
Katedra studií občanské společnosti



**Tereza Vyšatová**

**Komunikace svépomocného spolku pro lidi se sociální fobií**

*Diplomová práce*

**vedoucí diplomové práce: Mgr. Jiří Navrátil, Ph.D.**

Praha 2016



## **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 Praze dne 22. června 2016

---

**vlastnoruční podpis autora**

## **Poděkování**

Chtěla bych poděkovat vedoucímu diplomové práce, Mgr. Jiřímu Navrátilovi, Ph.D. za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěl k vypracování této diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala respondentům dotazníkového šetření a rozhovorů, bez nichž by tato práce nemohla vzniknout.



## **Abstrakt**

Cílem diplomové práce je navržení nových způsobů komunikace svépomocného spolku pro lidi se sociální fobií. Teoretická část práce se zabývá perspektivami pohledu na svépomocné skupiny a modelem participace zohledňujícím sociodemografický profil, bariéry účasti a motivaci k účasti jakožto faktory ovlivňující participaci. V empirické části je popsáno zdůvodnění výběru dotazníkového šetření a rozhovorů jako metod sběru dat. V části „výsledky a diskuze“ prezentuji výsledky analýzy vnější komunikace, charakteristik cílové skupiny, motivace k účasti na svépomocné skupině, bariér v účasti na svépomocné skupině a na základě zjištěných údajů navrhuji komunikační opatření zohledňující cílovou skupinu.

## **Abstract**

The aim of this thesis is to propose new ways of communication of the self-help group focused on people suffering from social phobia. The theoretical part deals with perspectives of self-help groups and participation model taking into account socio-demographic profile, barriers to participation and motivation to participate as factors influencing participation. In the empirical part the reasons for the selection of questionnaires and interviews as data collection methods are described. In the part "results and discussion" I present the results of the analysis of external communication, the characteristics of the target group, the motivation to participate in the self-help group, barriers to participation in the self-help group and I propose new ways of communication adapted to the target group.

## **Klíčová slova**

Svépomocná skupina, sociodemografický profil, motivace k účasti, bariéry účasti, participace.



## Obsah

1	Úvod.....	10
2	Teoretická část .....	13
2.1	Svépomocné skupiny .....	13
2.1.1	Perspektiva profesionální léčby .....	15
2.1.2	Perspektiva dobrovolné akce .....	16
2.1.3	Jakou perspektivou nahlížet na svépomocný spolek?.....	22
2.2	Participace.....	26
2.2.1	Bariéry účasti .....	27
2.2.2	Motivace .....	28
2.2.2.1	Motivace spojené s identitou .....	29
2.2.2.2	Výzkumy týkající se motivace.....	30
2.3	Cíl práce .....	32
3	Empirická část.....	36
3.1	Metodologický postup .....	36
3.1.1	Metody sběru dat .....	36
3.1.2	Konstrukce vzorku .....	38
3.1.3	Sběr dat .....	40
3.1.4	Analýza dat .....	41
3.1.4.1	Otevřené kódování .....	41
3.1.5	Důvěryhodnost výzkumu .....	42
3.1.6	Spolehlivost výzkumu.....	44
3.1.7	Etické aspekty .....	44
4	Výsledky .....	46
4.1	Analýza vnější komunikace .....	46
4.1.1	Online komunikační nástroje .....	46
4.1.1.1	Webová stránka.....	46
4.1.1.2	Internetové komunity .....	47
4.1.1.3	Facebooková stránka.....	48
4.1.1.4	Další mediální aktivity .....	49
4.1.2	Offline komunikační nástroje .....	50

4.1.2.1	Propagační akce .....	50
4.1.2.2	Spolupráce s odborníky.....	50
4.1.2.3	Přednášky .....	51
4.1.2.4	Besedy .....	52
4.1.2.5	Letáky.....	52
4.2	Dotazníky .....	54
4.2.1	Charakteristiky cílové skupiny.....	54
4.3	Rozhovory .....	58
4.3.1	„Motivace“ .....	59
4.3.2	„Překážky“ .....	64
4.3.3	„Rozhodující okamžik“ .....	66
4.3.4	„Nefunguje“ .....	68
4.3.5	„Funguje“ .....	70
5	Návrhy.....	72
5.1	Charakteristiky cílové skupiny.....	72
5.2	Motivace.....	73
5.3	Překážky .....	74
5.4	Komunikační nástroje .....	75
5.4.1	Online komunikační nástroje .....	75
5.4.1.1	Webová stránka.....	75
5.4.1.2	Internetové komunity .....	78
5.4.1.3	Facebooková stránka.....	79
5.4.1.4	Další mediální aktivity .....	79
5.4.2	Offline komunikační nástroje.....	80
5.4.2.1	Propagační akce .....	80
5.4.2.2	Spolupráce s odborníky.....	80
5.4.2.3	Přednášky .....	83
5.4.2.4	Besedy .....	84
5.4.2.5	Letáky.....	85
6	Diskuze.....	86
7	Závěr .....	90
8	Seznam literatury .....	91



9	Seznam tabulek .....	94
10	Seznam obrázků .....	96
11	Seznam příloh .....	97



# 1 Úvod

O komunikaci se často hovoří jako o marketingové komunikaci. V souvislosti s komerčními firmami, jejichž cílem je dosažení zisku, je smysl takové komunikace jasný: „Marketingová komunikace označuje prostředky, jimiž se firmy pokoušejí informovat spotřebitele, přesvědčovat je a připomínat jim – přímo nebo nepřímo – produkty a značky, které prodávají“ (Jakubíková, 2009: 238). Proč se ale zabývat komunikací svépomocného spolku pro lidi se sociální fobií? Podíváme-li se na komunikaci jakožto na součást prezentace organizací patřící do oblasti marketingu, zjistíme, že nabývá stále větší důležitosti i v případě neziskových organizací. Podle Bačuvčíka je marketing neziskových organizací důležitý hned z několika důvodů (2011: 17). Autor upozorňuje například na skrytou poptávku, kdy potenciální uživatelé z nějakého důvodu službu neziskové organizace nevyhledají. Právě to je případ lidí se sociální fobií, kteří cítí nervozitu a napětí ve společnosti jiných lidí (Praško, 2005:19). Mezi nejčastější důvody nevyhledání léčby patří například stigma psychické nemoci, strach z rozhovoru s neznámými lidmi, přesvědčení, že neexistuje účinná léčba nebo znechucení postoji zdravotních profesionálů (Praško, 2005: 24).

Nevyhledání pomoci však rozhodně není žádoucí. Sociální fobie vede k řadě důsledků ovlivňujících každodenní život lidí jako je osamělost, studijní problémy, pracovní problémy, závislost na alkoholu či drogách nebo epizody depresivní nálady (Praško, 2005: 23). Zároveň je sociální fobie poměrně rozšířená – někdy během svého života jí trpí 3 – 13 % populace, v jednom časovém okamžiku pak 1 – 3 % lidí (Praško, 2005: 21).

Participace v rámci svépomocného spolku pro lidi se sociální fobií je jednou z možností pomoci, kterou mohou lidé se sociální fobií využít. Spolek v současné době vyvíjí velmi omezené množství aktivit komunikace s veřejností, které navíc postrádají koncepci. Přestože sociální fobií trpí v průběhu života 3 – 13 % populace, svépomocnou skupinu navštěvuje pouze pár desítek lidí. Jedním z důvodů by mohlo být to, že lidé se sociální fobií jsou specifickou skupinou, pro niž je často problémem vyhledat pomoc. Proto je důležité zmapovat cílovou skupinu a navrhnout vhodné způsoby komunikace, které by pomohly rozšířit povědomí o spolku a zároveň byly cílené na lidi se sociální fobií. Komunikace je tedy jedním ze způsobů, jak lidem usnadnit participaci na svépomocné

skupině.

V diplomové práci se budu zabývat teoretickými pohledy na svépomocné skupiny. V odborné literatuře se různí pohledy na to, jak na svépomocné skupiny nahlížet. Jsou něčím, co dáváme do souvislosti s profesionální péčí, ať už v tom smyslu, že je stavíme do protikladu k ní, nebo naopak svépomocné skupiny přímo zahrnují účast odborníka, případně jsou výsledkem dobrovolné účasti lidí, která s profesionální péčí nemá nic společného. Podle Karlsson, Jeppsson a Hansson je rozlišení mezi perspektivou profesionální léčby a perspektivou dobrovolné akce důležité pro výzkum svépomocných skupin (2002: 155). Vzhledem k tomu, že se ve své diplomové práci zabývám jak kvalitativním, tak kvantitativním výzkumem svépomocné skupiny, považuji za důležité udělat první krok směrem k rozlišení dvou perspektiv svépomocných skupin, které jsou v odborné literatuře často diskutované. Obě perspektivy mají své opodstatnění, proto se v teoretické části zaměřuji na to, v čem jsou jednotlivé perspektivy relevantní z pohledu svépomocného spolku pro lidi se sociální fobií a v čem se od něho naopak odlišují. Přihlédnutí k poslání spolku, jeho cílům a činnostem hovoří ve prospěch perspektivy dobrovolné akce, která zahrnuje i pojetí svépomocných skupin vycházející z pohledu Habermase.

Pokud vycházíme z teoretického rámce Habermase, svépomocné skupiny jsou vysvětlovány jako kategorie sociálních hnutí (Kelleher citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Přestože jsou svépomocné skupiny „limitovanou“ formou sociálních hnutí, tento model participace v sociálních hnutích používám k rozklíčování jednotlivých faktorů, jež mají na participaci vliv. Tyto faktory mají vliv na participaci obecně. Jedná se o sociodemografický profil, jehož znalost pomůže navrhnout komunikační opatření, která se zaměřují na skupinu lidí se sociální fobií. Dalším faktorem je motivace, kterou lze opět zohlednit v návrhu komunikačních opatření. Posledním faktorem jsou bariéry, které již motivovaným lidem brání stát se účastníky. Vzhledem k tomu, že právě u lidí se sociální fobií dochází z různých důvodů k nevyhledání léčby (Praško, 2005), v našem případě k neúčasti na svépomocné skupině, je v návrhu komunikačních opatření důležité neopomenout ani bariéry účasti. Důvody participace v sociálních hnutích jsou instrumentalita, identita a ideologie (Snow, Soule, Kriesi, 2004). Z hlediska zvoleného tématu není ideologie relevantní, proto zúžím důvody participace na instrumentalitu a identitu. Instrumentalita vyjadřuje možnost ovlivnění sociálního a politického prostředí,

identita vyjadřuje identifikaci se skupinou. Instrumentalita je z pohledu zkoumaného spolku potenciálním motivačním faktorem pro osoby, které kromě svépomocné skupiny participují na dalších aktivitách spolku, identita pro všechny osoby, které se účastní svépomocné skupiny či jakýchkoli dalších aktivit spolku. Podívejme se proto na identitu blíže. Autoři Hogg, Hohman, Rivera představují tři sociopsychologické teorie objasňující motivaci členství ve skupinách (2008), které pracují právě s identitou – sociometrickou teorií, teorií řízení strachu a teorií nejistoty-identity. V teoretické části se zabývám podrobněji teoriemi identity. Vzhledem k tomu, že bych nerada omezila motivaci k účasti na svépomocné skupině pouze na zmíněné teorie, cílem je zjistit, jaká je reálná motivace lidí, představím v teoretické části další motivační faktory, se kterými se pracuje ve výzkumech, jež jsou podle mého názoru přenositelné pro mou diplomovou práci. Protože svépomocné skupiny mohou mít na veřejnou sféru i negativní dopad, jedná se zejména o případy, kdy staví jedince do role pasivního objektu závislého na odborných znalostech a službách, přičemž dochází k oslabení role lidského činitele a jeho svobodné vůle (Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012), budu kromě motivace k účasti na svépomocné skupině zjišťovat i motivaci k účasti na dalších aktivitách spolku.

V návaznosti na teoretickou část se v analytické části budu zabývat vnější komunikací spolku, zjištěním sociodemografického profilu účastníků, jejich motivací a bariérami účasti. Na základě těchto informací budou navrženy nové způsoby komunikace.

## 2 Teoretická část

### 2.1 Svépomocné skupiny

Svépomocné skupiny vznikly z hnutí za lidská práva v šedesátých a sedmdesátých letech minulého století a za několik desítek let se proměnily do podoby, v jaké reagují na specifické zdravotní podmínky nebo sociální situaci s potenciálem ovlivnit zdravotní stav, jako je úmrtí nebo rozvod (Chaudhary et al., 2010 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Vzhledem k tomu, že sociální fobie spadá do oblasti duševního zdraví, bude přínosné podívat se na vznik svépomocných skupin právě v této oblasti.

V průběhu času prošla léčba duševně nemocných a přístup k nim radikální proměnou. Nejstarším přístupem bylo léčebně-institucionální paradigma, které nabylo na důležitosti v 19. století. Ústředním prvkem paradigmatu byly psychiatrické nemocnice, ve kterých se léčili pacienti, již měli minimální možnosti ovlivnit svou léčbu. V 60. letech se objevilo komunitní léčebně-rehabilitační paradigma poskytující alternativy k institucionalizované léčbě. Klienti využívali podporované bydlení, klubové bydlení, uplatňoval se případový management s cílem podpořit dovednosti klienta a redukovat profesionální léčbu. Oproti léčebně-institucionálnímu paradigmatu kalkuluje toto paradigma s větším zapojením klientů, stále však není kontrola v rukou spotřebitelů a na klienty se pohlíží optikou stigmatu jako na osoby s psychosociálními deficity. (Carling, 1995; Nelson et al., 2001 citováni in Brown, Wituk, 2010). Současné paradigma posílení komunitní integrace pohlíží na lidi jako součást komunity, ne pouze jako na někoho, kdo uvnitř komunity je (Nelson, Walsh-Bowers, Hall 1998 citováni in Brown, Wituk, 2010). Jedinci se aktivně zapojují a mají kontrolu nad svými životy. Zásadně se mění role profesionálů a lidí s duševním onemocněním, profesionálové fungují jako spolupracovníci lidí s duševním onemocněním, na které se nepohlíží jako na pacienty nebo klienty, ale jako na občany. Z posledního paradigmatu vychází organizace v oblasti duševního zdraví, kam autoři řadí například organizace Schizophrenics Anonymous, National Alliance for Mental Illness, The Depression and Bipolar Support Alliance a Emotions Anonymous (Brown, Wituk, 2010: 5). Mezi těmito organizacemi mezinárodně převládají nestruturované svépomocné skupiny (Goldstrom et al., 2006 citováni in

Brown, Wituk, 2010). Vývoj organizací v oblasti duševního zdraví zásadně ovlivnilo hnutí za svobodu pacientů s duševním onemocněním v 70. letech minulého století, právě v této době začaly ve velkém vznikat svépomocné skupiny (Chamberlin, 1990 citován in Brown, Wituk, 2010).

I svépomocné skupiny procházejí neustálým vývojem. V 60. letech minulého století tvořily subkulturu stigmatizovaných osob, o dekádu později se vymezovaly proti profesionalismu nebo tvořily demokratickou alternativu zdravotní péče. V současné době se nemusí nutně jednat ani o jeden z uvedených případů, svépomocné skupiny mohou být i doplňkem profesionální léčby (Damen, van Hove, Mortelmans, 2000: 332).

Než se budeme zabývat tím, co to svépomocná skupina je, zastavila bych se u názvu „svépomocná skupina“. V literatuře se objevují další alternativní názvy. Karlsson, Jeppsson a Hansson zmiňují příklad termíny „svépomocná organizace“ nebo „svépomocné hnutí“ (2002: 156). Co se týče alternativ ke svépomocným organizacím v oblasti duševního zdraví, jsou používány tyto termíny: „skupiny vzájemné pomoci“, „skupiny vzájemné podpory“, „skupiny vzájemné asistence“, „organizace řízené spotřebiteli“, „iniciativy spotřebitelů/přeživších“, „spotřebitelská centra“, „spotřebitelsky řízená svépomocná centra“, „svépomocné agentury“, „organizace řízené peer“, „spotřebiteli řízené podnikání“, „svépomocné programy“, „služby poskytované spotřebiteli“ a „služby řízené spotřebiteli“ (Brown, Wituk, 2010: 2). Já budu používat pojem svépomocná skupina (případně svépomocný spolek pro označení celého spolku) a rozdíly, které naznačují alternativní názvy vysvětlím pomocí rozdílných definic svépomocných skupin a perspektiv, jakými na ně můžeme nahlížet.

V definování svépomocných skupin existují velké rozdíly, některé definice zmiňují jen velikost skupiny a důvod její existence: „Svépomocné skupiny jsou malé skupiny (přibližně pět až osm členů), seskupené kvůli sdílení myšlenek a zkušeností ohledně společného problému“ (Karlsson, Jeppsson a Hansson, 2002: 156).

I autoři Chaudhary, Avis, Munn-Giddings se shodují na tom, že existují nejasnosti ohledně definice svépomocné skupiny, nicméně uvádí některé charakteristiky svépomocných skupin, jež podle jejich názoru konstituují opravdovou svépomocnou skupinu (2012): „Tyto skupiny představují sdružení jednotlivců, jež se fyzicky či virtuálně setkávají na dobrovolné bázi ve snaze sdílet zdravotní nebo sociální problém či situaci; kontrola skupiny spočívá spíše na členech skupiny než na vnějších činitelích; v rámci

skupiny je poskytnuta vzájemná podpora“ (Wilson, 1994; Borkman, 1999; Steinke, 2000; Baldacchino, Hussein Rassool, 2006 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Do tohoto výčtu charakteristik však spadají jak malé svépomocné skupiny, tak i velké národní organizace. Vzájemnou podporu si členové mohou poskytovat prostřednictvím blízkých přátelských vztahů, dané struktury (například Anonymní alkoholici) nebo internetu. Organizační struktura může být formální i neformální. Tato definice nám tedy neposkytuje příliš jasnou představu, čím svépomocná skupina je, je potřeba podívat se na každou skupinu individuálně. Svépomocné organizace v oblasti duševního zdraví jsou definovány společným úsilím řízeným spotřebiteli služeb duševního zdraví nebo jejich rodinnými příslušníky, jejichž cílem je podpora zdravotního stavu spotřebitelů (Brown, Wituk, 2010: 2). Svépomocné skupiny mají neformální organizační strukturu, mezilidské vztahy a jsou závislé na dobrovolných členských příspěvcích.

Kromě toho, že se liší jednotlivé definice, objevují se v literatuře i různé perspektivy pohlížení na svépomocné skupiny. Uvedu dvě, se kterými jsem se v odborné literatuře setkávala nejčastěji – perspektivu profesionální léčby a perspektivu dobrovolné akce.

### **2.1.1 Perspektiva profesionální léčby**

Pohlížíme-li na svépomocné skupiny perspektivou profesionální léčby, pak je dáváme do kontextu této léčby. Jsou alternativou profesionální péče, léčby nebo sociálních služeb (Kurube, 1997; Høgsbro, 1992 citováni in Karlsson, Jeppsson a Hansson, 2002: 157), která staví na psychoterapeutické tradici a síle skupiny a skupinového dialogu jako na nástroji změny. Jako rozlišující znaky této perspektivy uvádí Karlsson, Jeppsson a Hansson následující (2002: 158):

- Teoretické modely odpovídají na otázku, jak problém vzniká a jak ho můžeme řešit;
- Vedoucí funkce ve skupině je založená na odborné způsobilosti;
- Terapeutický přístup k pochopení problému a příslib jeho profesionálního řešení.

Od svépomocné skupiny tedy účastníci očekávají rozpoznatelné výsledky,



do popředí zájmu se dostává změna, psychologický a sociální efekt na individuální úrovni. Terapeutický pohled hovoří ve prospěch ústupu z občanského života v důsledku soustředění se na vlastní zájmy (Bauman, 1999; Marcello a Perrucci, 2000 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012), čímž se liší od perspektivy dobrovolné akce.

Gabrhelík a Miovský hovoří v souvislosti se svépomocnými skupinami zaměřenými na závislosti v době komunistického režimu v České republice o „kvazi svépomocných skupinách“ (2009: 137). Tyto skupiny byly vedeny odborníky na závislosti. Po roce 1990 se v České republice sice začaly objevovat svépomocné skupiny, nicméně léčebné programy jsou stále založeny na profesionálním modelu, což je na úkor svépomocných principů (Gabrhelík, Miovský, 2009: 137).

## 2.1.2 Perspektiva dobrovolné akce

Většina literatury o svépomocných skupinách se zaměřuje na terapeutický efekt pro jejich členy (Emerick, 1991; Rappaport, 1994 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012), setkáme se ale i se širším pohledem založeným na předpokladu, že svépomocné skupiny hrají důležitou roli v občanské společnosti (Ben-Ari, 1998; Damen et al., 2000; Elsdon et al., 2000; Munn-Giddings, 2003; Williams, 2004 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Od roku 1960 se o svépomocných skupinách mluví jako o druhu hnutí, často jako o novém sociálním hnutí kladoucím důraz na kulturní a osobní změny (Scott, 1990 citován in Karlsson, Jeppsson, Hansson, 2002: 160). Důležitější než změna na individuální úrovni jsou různé aspekty daného fenoménu. Můžeme se zaměřit na sociální podmínky, ve kterých se skupiny formují, historické kořeny, sociální kontext nebo jejich místo ve společnosti. Z perspektivy dobrovolné akce se na svépomocnou skupinu díváme jako na síť a systém interakce (Borkman, 1991; Kurube, 1997 citováni in Karlsson, Jeppsson, Hansson, 2002: 161). V tomto systému má význam jak organizační struktura, tak i ideologie, hodnoty a společné znaky.

Podívejme se teď na to, jakým způsobem mohou svépomocné skupiny pozitivně ovlivnit demokratické chování. Podle Giddense poskytují prostor pro úvahy o současné politice v oblasti identity, způsobu života a osobních služeb (1991, 1998 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Dalším pohledem je, že nárůst svépomocných skupin může zvrátit pokles občanské role tradičních dobrovolných organizací (Whelan,

1999; Nash, Paxton, 2002; Fyfe, Milligan, 2003 citováni v Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). V posledních letech se totiž objevuje přesvědčení, že se ve vyspělých společnostech zhoršila kvalita veřejné sféry (Habermas, 1989; Alexander, 2006 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012) a že se v důsledku toho objevují sociální problémy jako je komunální dysfunkce nebo voličská apatie (Anheier, 2004; NEF, 2010 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Logickým důsledkem zhoršení kvality veřejné sféry je hledání způsobů vedoucích k posílení občanské role a demokracie a oživení veřejné sféry. Právě svépomocné skupiny by mohly být jedním ze způsobů, ačkoli komunitní dopady svépomocných skupin nejsou dostatečně prozkoumané a teoreticky popsány (Borkman, 1999; Steinke, 2000; Hatzidimitriadou, 2002 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Svépomocné skupiny se, oproti zdravotním advokačním skupinám a sociálním hnutím, neobjevují jako ústřední prvek v teoriích dávajících do souvislosti zdraví s občanstvím a demokracií, proto se o nich někdy hovoří jako o limitované formě nových sociálních hnutí (Kelleher, 2001 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Výraz „limitované“ naznačuje rozdílnost mezi svépomocnou skupinou a sociálním hnutím, která tkví v nepolitickém charakteru svépomocných skupin. Efektem svépomocných skupin na občanskou společnost se zabývali Kelleher (2001 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012) a Scambler a Kelleher (2006 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012), kteří používají přístup Habermase k vysvětlení svépomocných skupin jakožto druhu sociálních hnutí.

Scambler a Kelleher se zabývají definicí nových sociálních hnutí a jejich dopadu ve zdravotní oblasti (2006). Zdravotní sociální hnutí lze podle Brown rozdělit do tří skupin:

- Hnutí přístupu ke zdravotní péči: zabývají se poskytováním rovného přístupu ke zdravotní péči a lepším poskytováním služeb;
- Zdravotní hnutí voličů: zaměřuje se na nerovnosti v rámci zdravotní péče vzniklé v důsledku etnického původu, pohlaví, sociální třídy nebo sexuální orientace;
- Zosobněná zdravotní hnutí: zaměřující se na diagnózu, léčbu nebo prevenci.

(2004: 52).

Skupiny uživatelů nebo svépomocné skupiny mohou být považovány za nejradikálnější nová sociální hnutí ve zdravotní oblasti. Díky zkušenostem a diskuzi

probíhající mezi členy otevírají prostor pro alternativní chápání podmínek členů, což vyvíjí kolektivní smysl pro identitu a rozšiřuje odbornou diskuzi o další způsoby léčby. Svépomocné skupiny tak tvoří hlasy pocházející ze životního světa, které odporují dominanci expertního systému (Scambler, Kelleher, 2006: 224). Zdravotní sociální hnutí mají důležitý vliv nejen na zdravotní systém, ale i na změny v širší společnosti (Brown, 2004: 51). „Zdravotní sociální hnutí jsou kolektivními výzvami zdravotní politiky, systému víry, výzkumu a praxe zahrnující řadu formálních i neformálních organizací, příznivců, sítí spolupráce a médií“ (Brown, 2004: 52). Rozpracování Habermasovy teorie lze použít k vysvětlení svépomocných skupin jakožto druhu sociálních hnutí. Podívejme se nyní blíže na některé Habermasovy myšlenky, které nám pomohou vysvětlit svépomocné skupiny v kontextu veřejné sféry.

Chaudhary, Avis a Munn-Giddings se na svépomocné skupiny dívají optikou Habermasovy teorie o komunikativní veřejné sféře (2012). Veřejná sféra je podle něho součástí soukromých vztahů lidí, které formují životní svět (Habermas 1984, 1996 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Oproti životnímu světu stojí systém, jenž zahrnuje formální politické a ekonomické oblasti činnosti. Je to právě veřejná sféra, která by měla alespoň do určité míry oddělovat tyto dva světy, aby nedošlo ke kolonizaci životního světa vedoucí k větší závislosti na systému a snížení schopnosti k veřejné debatě. Habermas přichází s konceptem komunikativní racionality, jehož základem je otevřený dialog postavený na kvalitě jednotlivých tvrzení namísto zneužití moci nebo vyloučení relevantních hlasů (Habermas 1984 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012).

Nyní se podívejme na definici svépomocných skupin navazující na Habermasovu teorii: „Svépomocné skupiny jsou situovány v životním světě, ale poskytují institucionální rozhraní s více veřejnými místy; jsou chápány jako místa fungující primárně díky konverzaci a osobním příběhům, dokonce jsou popisovány jako „narativní společenství“ (Rappaport, 1994 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012); jsou zakotveny v demokratických hodnotách, začlenění a individuálním zmocnění (Hatzidimitriadou, 2002 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012) a jsou vnímány jako příklad obojího – jak zájmu o otázky související se společným dobrem a dobrým životem, tak i vzrůstající tendence k introspektivní subjektivitě“ (Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012).

Komunikativní racionalita má ve veřejné sféře zásadní význam v uchování nezávislosti. Pokud by svépomocné organizace podlely strategickým cílům systému,

ztratily by svou pozici jakožto místo, kde lidé s přímou zkušeností určitého zdravotního či sociálního problému vytváří alternativy toho, jak s problémem pracovat (Munn-Giddings, McVicar, 2006 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Svépomocné skupiny jakožto „narativní společenství“ (Rappaport, 1994 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012) jsou specifické vyprávěním příběhů a sdílením osobních historií. Tím, že používají tento svůj jedinečný jazyk, poskytují potenciál artikulovat sociální problémy nebo politické otázky způsobem zlidšťujícím diskurz probíhající v občanské společnosti, tedy to, co viděl Habermas jako předpoklad pro vstup do politického procesu (Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Jako příklad můžeme uvést svépomocné skupiny ve Francii, které se zasadily o přijetí a definice nových modelů autismu (Chamak 2008 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012).

Analýza mobilizace svépomocné skupiny „Asociace francouzských rodičů“ ukazuje, že se navzdory rezistenci ze strany francouzských profesionálů podařilo ve Francii rozšířit americký model autismu pomocí transformace starých významů a utváření a šíření nových významů prostřednictvím médií. Členové nově vznikajících asociací ve Francii již nechtěli být považováni za pacienty, ale za jedince s odlišným kognitivním fungováním. V 80. letech 20. století se lidé s autismem začali ve Francii sdružovat a skrze své zkušenosti šířili silný smysl kolektivní identity. Toto jednání je považováno za poslední generaci hnutí zdravotně postižených lidí. Výsledkem byla transformace stigmatizujícího významu autismu na různé konstrukce odlišného kognitivního fungování (Chamak, 2008). Analýza ukazuje střet profesionálů na jedné straně a řadových členů svépomocných organizací na straně druhé.

Právě profesionalizované vedení představuje ohrožení nezávislosti, které přehluší hlasy řadových členů. Vyjednávání s vládními činiteli se pak omezuje na předem stanovené výsledky (Emerick, 1991; Buchanan, Walmsley, 2006; Chamak, 2008 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Odborná literatura se shoduje na existenci spolupráce svépomocných skupin s odborníky, nicméně jen málo autorů se zaměřuje na to, jak může tento vztah ovlivnit svépomocné skupiny na úrovni občanské společnosti. Často se hovoří o vzdělávání, rozvojových cílech nebo hodnocení, což nemá moc společného se spontánností a anarchií, od kterých je odvozen jedinečný hlas a hodnoty svépomocných skupin (Katz, 2003 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Bylo zjištěno, že v souvislosti s tím, jak se v posledních letech zaměřuje hodně organizací neziskového

sektoru na poskytování služeb, stále víc se přibližují strategickým cílům státu na úkor nezávislého hlasu v občanské společnosti (Fyfe, Milligan, 2003; Daly, Howell, 2006 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). O vlivu organizační struktury na nezávislost a způsob rozhodování se zmiňují i další autoři. V nestrukturovaných menších skupinách se do rozhodování mohou zapojit všichni účastníci, nízká míra byrokracie a hierarchie zvyšují míru sdílení a vzájemnou podporu. Využívání vlastních finančních zdrojů zajišťuje nezávislost v organizačních aktivitách (Brown et al., 2007 citováni in Brown, Wituk, 2010: 3). Organizace s větší hierarchizací jsou na druhou stranu efektivnější při produkci zboží a služeb (Milofsky, 1988 citován in Brown, Wituk, 2010: 3). Profesionalizované vedení tedy může představovat jak ohrožení nezávislého hlasu v občanské společnosti na jedné straně, tak i větší efektivitu na straně druhé.

Habermas vychází z předpokladu, že rovnost je základní podmínkou pro ideální rozpravu ve veřejné sféře a že občanská sdružení jsou v souladu s demokratickými principy a nemají hierarchickou strukturu (1989 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Rootes a Aanes popisují svépomocné skupiny jako dokonale demokratické (1992 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Oproti tomu stojí názor, že nedostatek formální struktury, jež je typický pro menší skupiny, zvyšuje riziko zneužití pravomoci (Habermas, 1996; Stolze, 2000 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). V tom případě se ani politické učení, které probíhá ve svépomocných skupinách (Elsdon et al., 2000 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012), nemusí týkat většiny členů. Nástrojem dosažení rovnosti v rámci svépomocných skupin může být kolektivní identita (Habermas, 1996 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Díky společnému sdílení zkušeností v rámci skupiny si členové vybudují pozitivnější obraz sebe sama, který jim umožňuje mluvit s větší sebeúctou a být vyslyšen jako rovný (Ablon, 1981; Rappaport, 1994 citováni in Chaudhary, Avis Munn-Giddings 2012). Podle velikosti kolektivní identity lze rozlišit mezi formální a komunikativní rovností, která může souviset s tím, do jaké míry skupina reprezentuje hlasy svých členů (Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012).

Podle Habermase patří do diskuze o veřejné sféře otázky týkající se různých interpretací dobrého života a univerzální morální otázky jako je svoboda a spravedlnost. Tyto otázky se dotýkají i intimních záležitostí každého z nás, ale existují v širším kontextu morálních principů. Habermas tedy ve veřejné debatě zdůrazňuje univerzální morální

principy oproti zájmovým skupinám, které se zabývají vlastními záležitostmi (Benhabib, 1992; McKee, 2005 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Svépomocné skupiny se spíše než na potřeby širší komunity zaměřují na vlastní specifické zájmy (Bauman, 1999; Borkman, 1999 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Habermas však uvádí, že individuální příběhy, jež jsou často ve středu zájmu svépomocných skupin mohou poskytnout návod, jak lze aplikovat univerzální principy (Habermas, 1996 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Tyto autentické příběhy jsou schopny tlumočit myšlenky způsobem, jež má význam pro životy lidí. Navíc může dojít k rozšíření jednotlivých příběhů na pochopení širších otázek. Svépomocné skupiny tak poskytují tréninkový prostor, v němž si lidé rozšíří a vyjasní politický diskurz. Některé skupiny se zaměřují na vzdělávání širší společnosti o otázkách souvisejících s invaliditou, závislostí nebo duševním zdravím (Katz, 2003; Goldstrom et al., 2006 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012), což má pozitivní vliv na kvalitu veřejné rozpravy.

Jakým způsobem mají svépomocné skupiny pozitivní vliv na veřejnou sféru? Mezi členy skupiny existují téměř rodinné vztahy (Radin, 2006 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012), které často suplují nefunkční vztahy fragmentované společnosti (Jacobs, Goodman, 1989; Adamsen, Rasmussen, 2001 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012), členové posilují svou odpovědnost a zároveň dochází ke snížení jejich závislosti na profesionálních službách (Steinke, 2000; Katz, 2003 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Dochází i ke zvýšení sociálního kapitálu a nárůstu občanského aktivismu (Adamsen, Rasmussen, 2001; Hatzidimitriadou, 2002 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012).

Svépomocné skupiny však mohou mít na veřejnou sféru i negativní dopad. Jedná se zejména o případy, kdy staví jedince do role pasivního objektu závislého na odborných znalostech a službách, přičemž dochází k oslabení role lidského činitele a jeho svobodné vůle (Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012).

Habermasův pohled na svépomocné skupiny nám pomáhá pochopit význam jejich občanských funkcí. Je vhodný zejména pro skupiny založené na narativních procesech. Nemusí se nutně jednat o velké skupiny, naopak skupiny zapojené do politických jednání musí často obětovat část své komunikativní nezávislosti. Podle autorů tedy nelze předpokládat, že radikální organizace, které se zdánlivě více přibližují k ideálu sociálních

hnutí, jsou zásadnější pro občanskou společnost než malé svépomocné skupiny, kterým zdánlivě chybí politický rozměr. Stejně tak skupiny úzce spolupracující s odborníky mohou být víc poháněny cíli a zájmy státu, než ostatní skupiny. Kolektivní identita pak poskytuje prostředky pro komunikativní rovnost, která umožňuje vyslyšení všech hlasů. Veřejnou diskuzi ovlivňuje i způsob, jakým svépomocné skupiny prezentují svá témata. Pozitivní dopad může mít snaha porozumět komplexním informacím, negativní naopak tendence odstranit témata z veřejné sféry a podporovat závislost na odbornících (Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012).

### **2.1.3 Jakou perspektivou nahlížet na svépomocný spolek?**

Obě perspektivy mají své opodstatnění, proto bych se nyní zaměřila na to, v čem jsou jednotlivé perspektivy relevantní z pohledu svépomocného spolku pro lidi se sociální fobií a v čem se od něho naopak odlišují. Nejprve je nutné podívat se na to, jak funguje svépomocný spolek, jaké je jeho poslání, jaké jsou jeho cíle a činnosti.

„Posláním spolku je vytvářet bezpečné a podporující prostředí pro lidi trpící sociální úzkostí, sociální fobií nebo vyhýbavou poruchou osobnosti, ve kterém dochází k vytváření nových vztahů, sdílení pocitů a problémů a zdokonalování sociálních dovedností, což přispívá k vyššímu sebevědomí, zmírňování úzkosti a k lepšímu zapojení do společnosti“ (Stanovy, 2014).

Z pohledu perspektivy profesionální léčby jsou důležité rozpoznatelné výsledky, do popředí zájmu se dostává změna, psychologický a sociální efekt na individuální úrovni. Poslání spolku tedy hovoří ve prospěch této perspektivy. Na druhou stranu to, co odlišuje perspektivu profesionální léčby od perspektivy dobrovolné akce je to, že terapeutický pohled hovoří ve prospěch ústupu z občanského života v důsledku soustředění se na vlastní zájmy (Bauman, 1999; Marcello a Perrucci, 2000 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Proti ústupu z občanského života a soustředění se na vlastní zájmy svědčí to, že poslání spolku zmiňuje lepší zapojení do společnosti. Lepší představu o ústupu z občanského života nebo jeho opaku budeme mít, když se podíváme na to, jaké jsou cíle a činnosti spolku. Ze stanov vyplývá následující (2014):

## „A. Hlavní činnost

- a. Pravidelná setkávání a volnočasové aktivity pořádané za účelem nácviku sociálních dovedností.
- b. Pomoc a podpora lidem s problémy v komunikaci a sociálních dovednostech, která je otevřená i všem nově příchozím.
- c. Poskytování příležitostí k vzájemnému setkávání lidí trpících sociální fobií či sociální úzkostí, výměně zkušeností, sdílení pocitů i vzájemné psychické podpore.
- d. Zvyšování povědomí o sociální fobii ve společnosti za účelem zlepšení vztahu veřejnosti k lidem trpícím sociální fobií.
- e. Zapojení a seberealizace lidí trpících sociální úzkostí či fobií v zájmových, pracovních a podnikatelských příležitostech organizované nebo zprostředkované spolkem.

## B. Vedlejší činnost

- a. Provozování webu s informacemi o spolku a jeho činnosti.
- b. Podnikatelská činnost určená k financování hlavní činnosti.
- c. Navazovat kontakt a spolupráci s obdobně zaměřenými organizacemi v ČR i zahraničí.“

Některé činnosti spolku jsou zaměřené spíše na zlepšení situace jednotlivců, ovšem ani u těchto činností není jasné, zda se dá hovořit o ústupu z občanského života a soustředění se na vlastní zájmy, pokud je cílem lepší zapojení jednotlivců do společnosti. Jiné činnosti jsou podle mě vyjádřením snahy o zapojení se do občanského života. Jedná se například o: „d. Zvyšování povědomí o sociální fobii ve společnosti za účelem zlepšení vztahu veřejnosti k lidem trpícím sociální fobií., e. Zapojení a seberealizace lidí trpících sociální úzkostí či fobií v zájmových, pracovních a podnikatelských příležitostech organizované nebo zprostředkované spolkem, a. Provozování webu s informacemi o spolku a jeho činnosti, b. Podnikatelská činnost určená k financování hlavní činnosti, c. Navazovat kontakt a spolupráci s obdobně zaměřenými organizacemi v ČR i zahraničí“.

V kontextu svépomocného spolku pro lidi se sociální fobií se ještě jednou podívejme na definici svépomocných skupin navazující na Habermasovu teorii: „Svépomocné skupiny jsou situovány v životním světě, ale poskytují institucionální rozhraní s více veřejnými místy; jsou chápány jako místa fungující primárně díky konverzaci a osobním příběhům, dokonce jsou popisovány jako „narativní společenství“ (Rappaport, 1994 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012); jsou zakotveny v demokratických



hodnotách, začlenění a individuálním zmocnění (Hatzidimitriadou, 2002 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012) a jsou vnímány jako příklad obojího – jak zájmu o otázky související se společným dobrem a dobrým životem, tak i vzrůstající tendence k introspektivní subjektivitě“ (Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Do jaké míry naplňuje svépomocný spolek jednotlivé části této definice? Podle stanov spolek usiluje o vznik prostředí, ve kterém dochází k vytváření nových vztahů, sdílení pocitů a problémů (2014). To dokládá, že je spolek situován v životním světě, tedy prostoru soukromých vztahů lidí. Zároveň se spolek zabývá i činnostmi, které usilují o zapojení lidí do občanského života, čímž vytváří institucionální rozhraní s více veřejnými místy. Abychom mohli posoudit, zda spolek funguje primárně díky konverzaci a osobním příběhům a je zakotven v demokratických hodnotách, začlenění a individuálním zmocnění, musíme blíže prozkoumat, jakým způsobem spolek realizuje jednotlivé činnosti. Z webových stránek se dozvíme, že mezi hlavní činnosti spolku patří svépomocná skupina, besedy na školách a sebezkušenostní pobyty ([www.sfingaos.cz](http://www.sfingaos.cz)). „Na klasické svépomocné skupině přinášejí aktivity pro skupinu 1 - 2 účastníci, kteří se k tomu předem dobrovolně přihlásili. Každý se může přihlásit (a také nemusí), je to zároveň forma terapie, intenzivnější než být pouze účastník. Aktivity jsou různé sebezpoznavací hry, nácviky (např. reklamace v obchodě), pohybové aktivity, kreslení, povídání na nějaké téma a jiné. Na tom, jak skupina probíhá, se lze podílet. Lze navrhovat aktivity a na skupinu se lze obrátit s čímkoliv, co člověk řeší, aby mu ostatní pomohli nebo řekli svůj pohled. Skupina napomáhá k získání sebedůvěry, snižování úzkosti ve společnosti, trénování komunikace, porozumění sobě a svým těžkostem a také k navázání přátelských vztahů“ ([www.sfingaos.cz](http://www.sfingaos.cz)). Na fungování svépomocné skupiny je vidět, že je založena na konverzaci jednotlivých účastníků, jejich začlenění a rozvoji. Osobní příběhy kromě sdílení mezi jednotlivými účastníky jsou prezentovány dokonce veřejně, formou besed na školách: „Besedy jsou koncipovány na dvě vyučovací hodiny, lze však nastavit i jinou délku. Nosná část besed spočívá ve vyprávění osobního příběhu obou vedoucích besedy. Lektoři besed se snaží vyvolat ve studentech pocity, díky kterým mohou sociální fobii pochopit. Prostřednictvím interaktivních aktivit se studenti dozví něco z teorie a zamyslí se nad obtížemi, které sociální fobie může přinášet. Veliký prosto je dán dotazům, které mohou studenti pokládat kdykoliv v průběhu besedy“ ([www.sfingaos.cz](http://www.sfingaos.cz)). Demokratické principy jsou zachyceny ve stanovách například zde: „Výbor řídí spolek v souladu

s posláním spolku a se závěry členské schůze. Nenáleží mu výlučné pravomoci členské schůze, může je však ve výjimečných případech dočasně převzít za podmínky, že následně bez zbytečného odkladu svolá členskou schůzi a předloží jí své rozhodnutí k hlasování“ (Stanovy, 2014). Příkladem začlenění a individuálního zmocnění jsou sebezkušenostní pobyty: „Vedoucí jsou lidé, kteří mají se sociální fobií sami osobní zkušenost a již ji dokázali do určité míry překonat. Program bude sestávat z různých nácvikových, sebezpůsobovacích a jiných aktivit, které mají přispět ke zmírnění sociální úzkosti, zvýšení sebevědomí a větší jistotě ve společnosti dalších lidí, v těchto aktivitách využíváme principy zážitkového učení. Kromě připravených aktivit tento záměr podpoří i samotný pobyt, společná příprava jídla a společné trávení volného času s dalšími účastníky“ (www.sfingaos.cz). Poslední část definice říká, že v sobě svépomocné skupiny kombinují jak otázky související se společným dobrem a dobrým životem, tak i vzrůstající tendence k introspektivní subjektivitě. Introspektivní subjektivita souvisí s faktem, že lidé s přímou zkušeností určitého zdravotního či sociálního problému vytváří alternativy toho, jak s problémem pracovat (Munn-Giddings, McVicar, 2006 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Ve spolku pro lidi se sociální fobií k tomu dochází díky svépomocné skupině a sebezkušenostním pobytům. Otázky související s dobrým životem a se společným dobrem se z mého pohledu objevují jak v poslání, tak ve výčtu jednotlivých činností i jejich praktické realizaci. Dobrý život představuje zlepšení stavu lidí se sociální fobií, již několikrát zmíněné lepší zapojení do společnosti. Snahou o dosažení společného dobra pak mohou být besedy pro studenty, jejichž cílem je pochopení jednotlivých aspektů sociální fobie formou individuálních příběhů. Jak uvádí Habermas, individuální příběhy, jež jsou často ve středu zájmu svépomocných skupin, mohou poskytnout návod, jak lze aplikovat univerzální principy (Habermas, 1996 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012).

Jak vyplývá z této úvahy, svépomocný spolek pro lidi se sociální fobií se dotýká obou perspektiv, ale já vnímám jako převažující perspektivu dobrovolné akce. Nemůžu souhlasit s tím, že se spolek soustředí pouze na vlastní zájmy a jeho působením dochází k ústupu z občanského života. Navíc stoprocentně neplatí ani jeden znak perspektivy profesionální léčby. Jako rozlišující znaky této perspektivy uvádí Karlsson, Jeppsson a Hansson následující (2002: 158):

- Teoretické modely odpovídají na otázku, jak problém vzniká a jak ho

můžeme řešit;

- Vedoucí funkce ve skupině je založená na odborné způsobilosti;
- Terapeutický přístup k pochopení problému a příslib jeho profesionálního řešení.

Terapeutickému přístupu odporují sebezkušenostní pobyty: „Budeme se snažit navodit příjemnou přátelskou atmosféru, kde se bude každý účastník cítit dobře a přirozeně. Nejedná se však o psychoterapii“ (www.sfingaos.cz). Rovněž svépomocné skupiny nejsou terapeutické a zároveň vyvrací to, že vedoucí funkce ve skupině je založená na odborné způsobilosti: „Na skupině není přítomen psychoterapeut a vedeme si je sami“ (www.sfingaos.cz). První bod platí zčásti, protože není zcela jasné, jak sociální fobie vzniká, na druhou stranu účinná léčba existuje (Praško, 2005).

Nadále budu v diplomové práci vycházet z perspektivy dobrovolné akce, která je podle mého názoru a z výše uvedených důvodů vhodnější pro svépomocný spolek pro lidi se sociální fobíí.

## 2.2 Participace

Participace v rámci svépomocného spolku pro lidi se sociální fobíí je jednou z možností pomoci, kterou mohou lidé se sociální fobíí využít. Pro vysvětlení faktorů ovlivňujících participaci použiji mobilizační model sociálních hnutí, který vede k participaci. Podle autorů Snow, Soule, Kriesi vedou k participaci čtyři kroky. V prvním kroku se veřejnost dělí na lidi, kteří sympatizují s určitým tématem a ty, kteří s ním nesympatizují. Sympatizanty můžeme dále rozdělit na ty, již jsou cílem mobilizačních snah, a ostatní. Třetím stupněm je rozdělení lidí na motivované k participaci a nemotivované. Posledním krokem je rozdělení na ty, kteří skutečně participují, a ostatní (2004: 370). Přestože jsou svépomocné skupiny „limitovanou“ formou sociálních hnutí, tento model používám k rozklíčování jednotlivých faktorů, jež mají na participaci vliv. Tyto faktory mají vliv na participaci obecně. Jedná se o sociodemografický profil, jehož znalost pomůže navrhnout komunikační opatření, která se zaměřují na skupinu lidí se sociální fobíí. Dalším faktorem je motivace, kterou lze opět zohlednit v návrhu komunikačních opatření. Posledním faktorem jsou bariéry, které již motivovaným lidem

brání stát se účastníky. Vzhledem k tomu, že právě u lidí se sociální fobií dochází z různých důvodů k nevyhledání léčby (Praško, 2005), v našem případě k neúčasti na svépomocné skupině, je v návrhu komunikačních opatření důležité neopomenout ani bariéry účasti. Možnost ovlivnění participace je podle tohoto modelu tedy prostřednictvím komunikace organizace v zacílení sympatizantů, dále v přizpůsobení komunikace motivaci sympatizantů a subjektivně vnímaným bariérám participace. Proto se v analytické části budu zabývat vnější komunikací spolku, zjištěním sociodemografického profilu účastníků, jejich motivací a bariérami účasti na svépomocné skupině. Na základě těchto informací budou navrženy nové způsoby komunikace.

### **2.2.1 Bariéry účasti**

Na fakt, že většina lidí s úzkostnou poruchou, kam se řadí i sociální fobie, nevyhledá nikdy léčbu, upozorňují autoři Coles, Coleman a Shannon (2010). A to navzdory tomu, že například v Americe byly v roce 1999, podle Department of Health and Human Services, úzkostné poruchy nejzastoupenějším problémem duševního zdraví. Jedním z důvodů nevyhledání léčby může být neschopnost rozpoznat symptomy a neznalost jejich důsledků. Lidé s úzkostnou poruchou nemusí vyhledat léčbu kvůli přesvědčení, že lidé by měli být schopni řešit emocionální problémy sami (Wells, Robins, Bushnell, Jarosz, 1994 citováni in Coles, Coleman, Shannon, 2010: 64). Mnoho lidí přisuzuje duševní nemoc různým stresorům, s nimiž se v poslední době setkali, což většinou ústí k pomoci formou pobytu na čerstvém vzduchu, homeopatie nebo vyhledání léčitelů (Matschinger, Angermeyer, 1996 citováni in Coles, Coleman, Shannon, 2010: 64).

Na druhou stranu nizozemská studie mezi lidmi s diagnostikovanou sociální fobií ukázala, že lidé se sociální fobií vyhledali pomoc častěji než lidé, kteří sociální fobii nemají. Vyhledání pomoci se netýkalo pouze léčby duševního zdraví, ale i návštěvy obvodního lékaře nebo vyhledání pomoci formou poskytnutí informací (Acarturk, Graaf, Straten, Have, Ten, 2008:276).

Coles, Coleman a Shannon uvedli některé z důvodů, proč lidé s úzkostnou poruchou nemusí vyhledat léčbu. Co brání lidem se sociální fobií ve vyhledání léčby? Mezi nejčastější důvody se uvádí stigma psychické nemoci, strach z rozhovoru s neznámými lidmi, přesvědčení, že neexistuje účinná léčba nebo znechucení postoji zdravotníků

profesionálů (Praško, 2005: 24). Jedná se však o velmi obecný výčet, který je nedostatečný pro navržení způsobů komunikace, jež by mohly s bariérami potenciálních účastníků svépomocné skupiny pracovat. Je proto nutné zjistit, jaké jsou bariéry účasti vnímané účastníky a potenciálními účastníky svépomocné skupiny. Pojdme se nyní podívat na různé motivační teorie a faktory, které vedou k participaci.

## 2.2.2 Motivace

Snow, Soule a Kriesi představují tři sociálně psychologické indikátory participace v sociálních hnutích – instrumentalitu, identitu a ideologii (2004). Lidé jsou při participaci v sociálních hnutích motivováni tím, že chtějí změnit své podmínky, chtějí působit jako členové skupiny nebo chtějí dát význam světu a vyjádřit svůj pohled a své pocity. Čím více příležitostí poskytují sociální hnutí k naplnění těchto požadavků, tím větší je šance, že budou lidé s participací spokojeni. Instrumentalita vyjadřuje možnost ovlivnění sociálního a politického prostředí, identita vyjadřuje identifikaci se skupinou a ideologie odkazuje na hledání smyslu a vyjádření názoru. Z pohledu svépomocné skupiny je relevantní instrumentalita a identita. I přes to, že svépomocné skupiny představují „limitovanou“ formu sociálních hnutí, použijí sociálně psychologické indikátory participace v sociálních hnutích, protože se domnívám, že instrumentalita a identita jsou relevantní indikátory participace ve svépomocných skupinách. Co konkrétně vede lidi k tomu, že participují v sociálních hnutích?

Na počátku touhy po změně může být nespokojenost. Může se jednat o zkušenost nelegitimní nerovnosti, pocit deprivace, nespokojenosti, krivdy nebo mravní rozhořčení. Lidé participují, protože věří, že mohou změnit sociální a politické prostředí ve svůj prospěch. Z pohledu instrumentality se stává účast nástrojem změny. Protože jsou svépomocné skupiny pojímány jako limitovaná forma sociálních hnutí, zaměřím se na sociální změnu, nikoli politickou. Identita je popsána jako místo ve společnosti (Simon, 1998, 1999 citován in Snow, Soule, Kriesi, 2004). Můžeme rozlišit identitu osobní, jakožto role a pozice, které ve společnosti zastáváme, a kolektivní identitu, tedy místo, jež sdílíme s druhými lidmi. Osobní identita je obecná, oproti tomu kolektivní odkazuje na specifické místo. Právě kolektivní identita může být podle Habermase nástrojem dosažení rovnosti v rámci svépomocných skupin (1996 citován in Chaudhary, Avis, Munn-

Giddings 2012). Díky společnému sdílení zkušeností v rámci skupiny si členové vybudují pozitivnější obraz sebe sama, který jim umožňuje mluvit s větší sebeúctou a být vyslyšen jako rovný (Ablon, 1981; Rappaport, 1994 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012). Kolektivní identita se promítá i v poslání spolku: „Posláním spolku je vytvářet bezpečné a podporující prostředí pro lidi trpící sociální úzkostí, sociální fobii nebo vyhýbavou poruchou osobnosti, ve kterém dochází k vytváření nových vztahů, sdílení pocitů a problémů a zdokonalování sociálních dovedností, což přispívá k vyššímu sebevědomí, zmírňování úzkosti a k lepšímu zapojení do společnosti“ (Stanovy, 2014). Tím, jak konkrétně se projevuje kolektivní identita v jednotlivých aktivitách spolku, jsem se zabývala v kapitole „Jakou perspektivou nahlížet na svépomocný spolek?“. Veškeré aktivity a fungování spolku je založeno na aktivním zapojení účastníků, ať už se jedná o svépomocnou skupinu, kde sami účastníci tvoří program, nebo o veřejné aktivity spolku, kde účastníci působí jako besedující, přednášející nebo zástupci spolku poskytující informace o sociální fobii a činnosti spolku.

### **2.2.2.1 Motivace spojené s identitou**

Autoři Hogg, Hohman, Rivera představují tři sociopsychologické teorie objasňující motivaci členství ve skupinách (2008: 1269), které pracují právě s identitou – sociometrickou teorií, teorií řízení strachu a teorií nejistoty-identity. Skupiny podle nich slouží ke koordinaci lidského úsilí, dosahování cílů, kterých by jednotlivec nemohl dosáhnout, ale mají i hlubší smysl. Svým členstvím ve skupinách vyjadřujeme to, kdo jsme a jak se vztahujeme k ostatním lidem.

Na základě výzkumů, které dokazují, že lidem stoupá sebevědomí, když jsou začleněni do skupiny, formulovali Leary a kol. 'sociometrickou hypotézu' (1995 citováni in Hogg, Hohman, Rivera, 2008: 1271). Ta říká, že výrazem adaptivního chování je budovat efektivní vztahy s ostatními a být začleněn do skupiny. Když jsou lidé začleněni do skupiny, mají vyšší sebevědomí. Sebevědomí je tedy mírou společenské inkluze nebo exkluze a poskytuje informace o kvalitě našich vztahů a členství ve skupinách. Nedostatek sebevědomí je pro nás signálem k tomu, abychom změnili své chování s cílem zvýšit společenskou inkluzi. Sociometrická teorie nevysvětluje příliš dobře sociální kategorii členství ve skupinách, proto autoři Pyszczinski, Greenberg, Solomon, Arndt a Schimmel

navrhli komplexnější teorii – teorii řízení strachu (2004, citováni in Hogg, Hohman, Rivera, 2008: 1272). Podle této teorie mají lidé, jako jediný druh v přírodě, zvláštní kognitivní schopnost reflexe vlastní smrti. Abychom překonali paralyzující strach plynoucí z vědomí vlastní smrtelnosti, vytváříme kulturní pohledy na svět, které nám umožňují věřit tomu, že jsme nesmrtelní (ať už obrazně či doslova). Svou nesmrtelnost lidé odvozují od kontaktů s kulturními institucemi, jež jim potvrzují jejich vidění světa. Podle této teorie je existenční úzkost motivem sdružujícím lidi do skupin. To, že ostatní ve skupině vidí svět stejným způsobem jako my, proměňuje naše vidění světa na objektivní realitu. Dochází tak k redukci strachu ze smrti, existenční úzkosti a ke zvýšení sebevědomí. Tato teorie nevysvětluje, stejně jako sociometrický model, jakým způsobem sebevědomí funguje. Nejkomplexnější ze zmiňovaných teorií je teorie nejistoty-identity. Motivujícím faktorem stát se součástí skupiny je, podle teorie nejistoty-identity, redukce pocitů nejistoty ohledně nás samých a světa, ve kterém se nacházíme (Hogg, 2002, 2007 citován in Hogg, Hohman, Rivera, 2008: 1273). Určitá míra nejistoty může být příležitostí k růstu, ale příliš mnoho nejistoty ohledně toho, kdo jsme, co bychom si měli myslet a jak bychom se měli chovat, vyvolává nekomfort. Členství ve skupinách je nástrojem zmírnění této nejistoty. Poskytuje nám sociální identitu zahrnující vnímání, přístupy nebo chování vztahující se ke konkrétní skupině.

#### **2.2.2.2 Výzkumy týkající se motivace**

Vzhledem k tomu, že bych nerada omezila motivaci k účasti na svépomocné skupině pouze na zmíněné teorie, cílem je zjistit, jaká je reálná motivace lidí, představíme si další motivační faktory. Je hodně studií, které se zabývají motivací k účasti v různých organizacích. Studií, které se zabývají motivací k účasti ve svépomocných skupinách je poměrně málo. Nenašla jsem však žádnou, která by se zabývala svépomocnou skupinou pro lidi se sociální fobií, proto uvedu výsledky výzkumů, které jsou podle mého názoru přenositelné pro mou diplomovou práci, a na základě pilotního dotazníkového šetření ověřím, které z motivačních faktorů jsou pro můj výzkum relevantní.

Jeden výzkum se zabýval motivací k účasti v podporujících skupinách, které jsou svým zaměřením svépomocným skupinám blízko. Účelem podporujících skupin je poskytnout emocionální podporu a informace lidem se společným problémem (Schiff,

2000 citován in Purk, 2004: 62). Autor výzkumu pomocí dotazníkového šetření mimo jiné zjišťoval motivaci lidí k účasti v pěti amerických podporujících skupinách s otevřeným členstvím. Dvě skupiny se specializovaly na osoby s cukrovkou, jedna na osoby s poraněním mozku, další na lidi s Parkinsonovou nemocí a poslední na ty, kteří prodělali mrtvici. Motivací k participaci v jedné z uvedených skupin byla pro nejvíc lidí (90 %) příležitost potkat osoby se stejnou diagnózou následovaná získáním informací o diagnóze (88 %).

Britská studie etnicity a participace se zaměřila převážně na účastníky svépomocných skupin zabývajících se rakovinou. Pomocí rozhovorů se výzkumníci dozvěděli od několika desítek lidí, jaká je jejich motivace k účasti a setrvání ve svépomocné skupině. Nejčastěji zmiňovaným důvodem bylo cítit se méně osaměle. Jako další důvody uváděli respondenti pochopení a empatii od ostatních členů skupiny, neodsuzování, sdílení osobní historie nebo vyprávění příběhů, znalosti, vzájemnost a odpovědnost zprostředkovaná sdílením příběhů (Avis, Elkan, Patel, Walker, Ankti, Bell, 2008).

Participací ve členských organizacích se zabývají Holmes a Slater ve své práci „Patterns of Voluntary Participation in Membership Associations” (2012). Mezi členské organizace patří charitativní instituce, nátlakové skupiny, sportovní kluby, sociální kluby a kluby fanoušků. Vycházejí z motivace materiální, účelové a solidární (Caldwell, Andereck, 1994; King, Walker, 1992 citováni in Holmes, Slater, 2012: 853). Materiální motivací jsou členské benefity jako slevy nebo informace, účelové motivy jsou založené na globálních zájmech, jako je občanská odpovědnost, a solidární motivy se odvozují od sociálních interakcí a skupinového statusu. Právě účelové motivy by se daly považovat za motivy instrumentální. Autoři článku přidali čtvrtou, zájmovou motivaci, která odráží zájem člena o to, čím se asociace zabývá. Kvalitativně i kvantitativně byly zkoumány britské členské asociace zabývající se podporou historických míst. Mezi respondenty převažovala motivace materiální a účelová, ovšem vzhledem k rozdílnému zaměření mnou zkoumané svépomocné skupiny a autory zvolených členských asociací, je pro mě zajímavější samotné rozdělení motivů participace na motivy materiální, účelové, solidární a zájmové, než konkrétní výsledky výzkumu.

Protože svépomocné skupiny mohou mít na veřejnou sféru i negativní dopad, jedná se zejména o případy, kdy staví jedince do role pasivního objektu závislého na odborných



znalostech a službách, přičemž dochází k oslabení role lidského činitele a jeho svobodné vůle (Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012), budu kromě motivace k účasti na svépomocné skupině zjišťovat i motivaci k účasti na dalších aktivitách spolku. Sice ani sama účast na svépomocné skupině nestaví jedince do role pasivního objektu závislého na odborných znalostech a službách, protože je založena na aktivním zapojení všech zúčastněných, nicméně zapojení do dalších aktivit spolku jako jsou besedy na školách má na občanskou společnost větší dopad.

## 2.3 Cíl práce

Cílem práce je navržení nových způsobů komunikace svépomocného spolku pro lidi se sociální fobií.

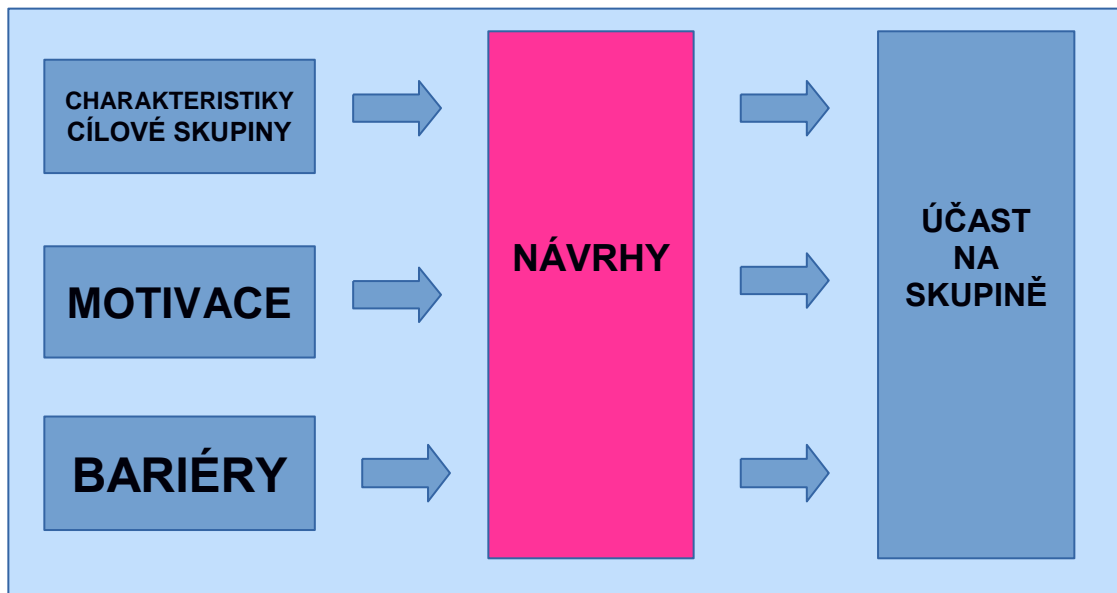
Na svépomocné skupiny lze nahlížet z různých perspektiv. Z mé úvahy vyplývá, že svépomocný spolek pro lidi se sociální fobií se dotýká obou perspektiv, ale já vnímám jako převažující perspektivu dobrovolné akce. Nemůžu souhlasit s tím, že se spolek soustředí pouze na vlastní zájmy a jeho působením dochází k ústupu z občanského života, jak tvrdí perspektiva profesionální léčby (Bauman, 1999; Marcello a Perrucci, 2000 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Navíc stoprocentně neplatí ani jeden znak perspektivy profesionální léčby (Karlsson, Jeppsson a Hansson, 2002). Naopak z webových stránek spolku, stanov a dalších interních dokumentů vyplývá, že jsou naplněny jednotlivé znaky definice svépomocných skupin vyplývající z Habermasovy teorie: „Svépomocné skupiny jsou situovány v životním světě, ale poskytují institucionální rozhraní s více veřejnými místy; jsou chápány jako místa fungující primárně díky konverzaci a osobním příběhům, dokonce jsou popisovány jako „narativní společenství“ (Rappaport, 1994 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012); jsou zakotveny v demokratických hodnotách, začlenění a individuálním zmocnění (Hatzidimitriadou, 2002 citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012) a jsou vnímány jako příklad obojího – jak zájmu o otázky související se společným dobrem a dobrým životem, tak i vzrůstající tendence k introspektivní subjektivitě“ (Chaudhary, Avis, Munn-Giddings 2012).

Vzhledem k tomu, že lidé se sociální fobií jsou specifickou skupinou, pro niž je často problémem vyhledat pomoc, je důležité zmapovat cílovou skupinu a navrhnout vhodné

způsoby komunikace, které by pomohly rozšířit povědomí o spolku a zároveň byly cílené na lidi se sociální fobií. Komunikace je tedy jedním ze způsobů, jak usnadnit lidem participaci na svépomocné skupině. K rozklíčování jednotlivých faktorů, jež mají na participaci vliv, používám model participace v sociálních hnutích. Tyto faktory mají vliv na participaci obecně. Jak už jsem zmiňovala, jedná se o zacílení osob sympatizujících s určitým tématem, tyto osoby musí být motivované, aby se mohly stát participanty. Posledním krokem modelu je právě participace. Tento model používám k rozklíčování jednotlivých faktorů, jež mají na participaci vliv. Jedná se o sociodemografický profil, jehož znalost pomůže navrhnout komunikační opatření, která se zaměřují na skupinu lidí se sociální fobií. Dalším faktorem je motivace, kterou lze opět zohlednit v návrhu komunikačních opatření. Posledním faktorem jsou bariéry, které již motivovaným lidem brání stát se účastníky. Již jsem zmiňovala, že právě u lidí se sociální fobií dochází z různých důvodů k nevyhledání léčby (Praško, 2005), v našem případě k neúčasti na svépomocné skupině, proto je v návrhu komunikačních opatření důležité neopomenout ani bariéry účasti.

Možnost usnadnění participace je prostřednictvím komunikace organizace v zacílení sympatizantů, dále v přizpůsobení komunikace motivaci sympatizantů a subjektivně vnímaným bariérám participace. Proto se v analytické části budu zabývat vnější komunikací spolku, zjištěním sociodemografického profilu a dalších charakteristik cílové skupiny, jejich motivací a bariérami účasti. Na základě těchto informací budou navrženy nové způsoby komunikace. Na obrázku 1. je znázorněn vztah mezi faktory ovlivňujícími participaci na svépomocné skupině, návrhy komunikačních opatření a participací na svépomocné skupině.

Obrázek 1. Faktory ovlivňující participaci.



Zdroj: Vlastní.

Na základě zvoleného cíle práce jsem pro diplomovou práci formulovala následující výzkumné otázky:

1. Jaké způsoby komunikace spolek využívá?

Cílem této otázky je zmapování současných způsobů komunikace, které vyplývají jak z činnosti spolku, tak i z toho, jakým způsobem se účastníci svépomocné skupiny o spolku dozvěděli.

2. Jaké jsou charakteristiky cílové skupiny?

Budu se zabývat tím, jaký je sociodemografický profil účastníků svépomocné skupiny a jaké jsou zkušenosti účastníků s odbornou psychologickou a psychiatrickou péčí. U respondentů, kteří se svépomocné skupiny neúčastní, budu zjišťovat i to, zda spolek znají a zda by měli zájem účastnit se svépomocné skupiny.

3. Jaká je motivace k účasti na svépomocné skupině?

U motivace je důležité zjistit nejen motivaci k návštěvě svépomocné skupiny, ale

i to, co pro účastníky bylo rozhodujícím faktorem, který je vedl k návštěvě svépomocné skupiny. Zároveň je důležité zjistit i motivaci k účasti na dalších aktivitách spolku.

Součástí zjišťování motivace je i aplikace teorií motivace členství ve skupinách, které pracují s identitou (sociometrickou teorií, teorií řízení strachu a teorií nejistoty-identity), na případ. Formulovala jsem následující očekávání:

1. Jestliže lidé pociťují úzkost ze sociálního vyloučení, pak je motivací členství ve skupině zvýšení sebedůvěry.

2. Jestliže lidé pociťují existenční úzkost, pak je motivací členství ve skupině pocit sounáležitosti.

3. Jestliže lidé pociťují nejistotu ohledně vlastní osoby a okolního světa, pak je motivací členství ve skupině identifikace se skupinou.

#### 4. Jaké jsou bariéry účasti na svépomocné skupině?

Tato otázka má objasnit, co vnímá cílová skupina jako bariéry účasti na svépomocné skupině.

#### 5. Jaké způsoby komunikace by bylo vhodné ve spolku využít?

Na základě zjištěných informací budu formulovat návrhy komunikace zohledňující charakteristiky cílové skupiny, motivaci k účasti na svépomocné skupině a bariéry účasti na svépomocné skupině.

## **3 Empirická část**

### **3.1 Metodologický postup**

V diplomové práci jsem se rozhodla použít smíšený výzkum, ve kterém se míchají kvantitativní a kvalitativní metody, techniky nebo paradigmaty v rámci jedné studie (Hendl, 2005: 60). Kvalitativní a kvantitativní přístup zkoumá jiné problémy, užívá jiných analytických postupů a poskytuje odlišné závěry, proto je možné použít oba přístupy (Švaříček, Šedřová a kol., 2007: 25).

Jak kvalitativní, tak kvantitativní přístup mají své přednosti i limity. To je důvodem, proč jsem zvolila smíšený výzkum. Domnívám se, že bych využitím pouze kvalitativního nebo kvantitativního přístupu nebyla schopná poskytnout relevantní odpovědi na výzkumné otázky. Pro zodpovězení výzkumných otázek „Jaké způsoby komunikace spolek využívá?“ a „Jaké jsou charakteristiky cílové skupiny?“ by bylo vhodnější využít kvantitativní přístup, který umožňuje rychle nasbírat velké množství přesných dat. Ostatní výzkumné otázky vyžadují delší kontakt s jedinci, protože je důležité pochopit prožívání a uvažování jedinců: „Jaká je motivace k účasti na svépomocné skupině?“, „Jaké jsou bariéry účasti na svépomocné skupině?“, „Jaké způsoby komunikace by bylo vhodné ve spolku využít?“ Na druhou stranu není nutné na tyto otázky zjistit odpovědi od co největšího počtu jedinců, důležitější než kvantita je v tomto případě porozumění.

#### **3.1.1 Metody sběru dat**

Kombinace kvalitativního a kvantitativního přístupu se projeví i ve výběru metod sběru dat, kterými je interview a dotazníkové šetření. Podle Hendla je statistické šetření jednou ze základních metod kvantitativního přístupu a interview naopak jednou ze základních metod kvalitativního přístupu (2005).

Dotazník použiji z toho důvodu, že umožňuje získat informace od velkého počtu jedinců v krátkém čase, navíc v případě dotazování respondentů navštěvující internetové komunity pro lidi se sociální fobií je dotazník jedinou možností, jak získat potřebné informace. Existují dva různé dotazníky - jeden pro lidi navštěvující svépomocnou

skupinu, který zjišťuje sociodemografický profil účastníků, to, jak se o spolku dozvěděli, motivaci k účasti na svépomocné skupině, bariéry, které respondenti vnímají jako překážky účasti na svépomocné skupině, a rozhodující okamžik, jenž vedl respondenty k první návštěvě svépomocné skupiny. Druhý dotazník se zaměřuje na internetové komunity a zjišťuje, co by lidem pomohlo k tomu, aby skupinu navštívili. Dotazníky budu distribuovat online. Vzhledem k tomu, že znám osobně všechny členy spolku a mám jejich důvěru, nepředpokládám problém s nedostatkem respondentů. U osob z internetových komunit by s vyplněním mohl nastat větší problém, ovšem vzhledem k tomu, že jsem online přispěvatelem v těchto komunitách, je větší šance, že mi respondenti dotazníky vyplní, než kdyby se jednalo o osobu pro ně zcela cizí. V rámci zjišťování motivace jsem na základě teorií motivace členství ve skupinách formulovala tři očekávání: 1. Jestliže lidé pociťují úzkost ze sociálního vyloučení, pak je motivací členství ve skupině zvýšení sebedůvěry. 2. Jestliže lidé pociťují existenční úzkost, pak je motivací členství ve skupině pocit sounáležitosti. 3. Jestliže lidé pociťují nejistotu ohledně vlastní osoby a okolního světa, pak je motivací členství ve skupině identifikace se skupinou. Na základě těchto očekávání jsem formulovala první tři odpovědi u otázky „Jaká je vaše motivace k tomu, abyste začali navštěvovat svépomocnou skupinu?“, a to následujícím způsobem: „zvýšit důvěru v sebe sama začleněním do skupiny“, „získat pocit sounáležitosti sdíleným vnímání světa s ostatními členy skupiny“, „cítit větší jistotu díky identifikaci se skupinou v oblasti vnímání, pocitů, přístupu a chování“. Vzhledem k tomu, že se dlouhodobě pohybuji mezi lidmi se sociální fobií a mám zkušenost s jejich způsobem uvažování, záměrně jsem neprovedla operacionalizaci, ale zeptala se přímo na daná očekávání. Úplné znění dotazníku pro internetové komunity je v příloze 1 a pro osoby navštěvující svépomocnou skupinu v příloze 2.

Další metodou sběru dat je interview, které umožní dotazovaným vyjádřit své subjektivní názory a pohledy (Hendl, 2005) a povede k hlubšímu porozumění problematice. Realizují rozhovory s lidmi navštěvujícími svépomocnou skupinu, jejichž cílem bude pochopení vnímání komunikace spolku ze strany účastníků. Rozhodla jsem se použít polostrukturovaný rozhovor, který vychází z předem připraveného seznamu témat a otázek. Témata a otázky rozhovorů byly následující:

- Motivace k návštěvě svépomocné skupiny.
- Co bylo rozhodujícím faktorem/okamžikem, který tě vedl k návštěvě první

svépomocné skupiny?

- Překážky v návštěvě svépomocné skupiny.
- Co ti v komunikaci ze strany SFingy pomohlo, abys přišel(la)/co fungovalo?
- Co ti v komunikaci ze strany SFingy chybělo? Co by ti v tu chvíli pomohlo?
- Co v komunikaci SFingy s veřejností funguje dobře?
- Co v komunikaci SFingy s veřejností funguje špatně/co ti chybí?
- Co vnímáš jako možné překážky pro člověka se sociální fobií v tom, aby začal navštěvovat svépomocnou skupinu?

### 3.1.2 Konstrukce vzorku

Výzkumný vzorek je účelový. Při konstrukci účelového vzorku záleží na úsudku výzkumníka o tom, co by mělo být pozorováno (Disman, 2002). Vzhledem k tomu, že se zkoumaný spolek zaměřuje na osoby se sociální fobií, výzkumný vzorek tvoří účastníci svépomocné skupiny a lidé z internetových komunit spojených s problematikou sociální fobie, kteří se svépomocné skupiny neúčastní. Účastníci svépomocné skupiny jsou důležitým zdrojem informací poskytujícím údaje, na základě kterých je možné navrhnout nové způsoby komunikace spolku. Poskytují i informace o motivaci k účasti na dalších aktivitách spolku a zároveň informaci o tom, co bylo rozhodujícím faktorem, který je vedl k návštěvě svépomocné skupiny. Na druhou stranu se jedná o osoby svépomocné skupiny se již účastníci, proto by nemělo smysl zabývat se pouze jimi. Pro získání kompletního obrazu je nutné zaměřit se i na osoby z internetových komunit spojených s problematikou sociální fobie, kteří se svépomocné skupiny neúčastní. Mohou poskytnout informace o tom, zda spolek znají, zda by měli zájem účastnit se svépomocné skupiny a jaké jsou jimi subjektivně vnímané bariéry participace. Vzhledem k tomu, že se tato skupina lidí neúčastní svépomocné skupiny, je možné, že se jimi vnímané bariéry budou lišit od bariér lidí, kteří svépomocnou skupinu navštěvují.

Respondenty účastníci se svépomocné skupiny oslovím formou Facebooku. Na Facebooku existuje tajná skupina sdružující 89 osob (k 30. 3. 2016), které někdy navštívily svépomocnou skupinu nebo se jinak angažují ve spolku pro lidi se sociální fobií.

Vzhledem k tomu, že na většinu osob z této skupiny nemám jiný kontakt, a zároveň komunikace v této skupině funguje velmi dobře, vytvořím online dotazníky a budu je distribuovat tímto způsobem. Kritéria pro výběr respondentů jsou následující:

- Jsou členy facebookové tajné skupiny sdružující osoby, které někdy navštívily svépomocnou skupinu nebo se jinak angažují ve spolku pro lidi se sociální fobií;
- Alespoň jednou navštívili svépomocnou skupinu pro lidi se sociální fobií.

Online dotazníky vytvořím i pro osoby, které svépomocnou skupinu nenavštěvují. Jediným možným způsobem, jak získat informace od respondentů je prostřednictvím internetových komunit sdružujících osoby se sociální fobií. Dotazníky budu distribuovat v jediné facebookové tajné skupině sdružující pouze osoby se sociální fobií. Na Facebooku existuje hodně skupin, které jsou zaměřené obecně na psychologické a psychiatrické problémy, kde mohou být i lidé se sociální fobií, ovšem jediná tato skupina sdružuje pouze osoby se sociální fobií. Tato skupina čítá 348 lidí (k 30. 3. 2016) a na rozdíl od skupiny, která sdružuje osoby, které někdy navštívily svépomocnou skupinu nebo se jinak angažují ve spolku pro lidi se sociální fobií, jsou v této skupině i lidé, již svépomocnou skupinu nikdy nenavštívili. Ne každý je členem sociální sítě Facebook, proto budu dotazníky distribuovat i v internetové komunitě, která není součástí Facebooku. Jedná se o téměř jedinou dlouhodobě fungující komunitu pro lidi se sociální fobií. I tento okruh respondentů jsem omezila následujícími kritérii:

- Jsou členy facebookové tajné skupiny sdružující pouze osoby se sociální fobií nebo dlouhodobě fungující internetové komunity pro lidi se sociální fobií;
- Mají sociální fobii nebo sociální úzkost;
- Nikdy nenavštívili svépomocnou skupinu pro lidi se sociální fobií.

Další součástí výzkumu jsou rozhovory. Rozhovory s lidmi se sociální fobií, kteří svépomocnou skupinu nikdy nenavštívili, je vzhledem k povaze jejich problémů téměř nemožné udělat, proto okruh respondentů bude shodný jako okruh respondentů odpovídajících na dotazník pro respondenty účastnící se svépomocné skupiny. Kritéria pro



výběr respondentů jsou shodná:

- Jsou členy facebookové tajné skupiny sdružující osoby, které někdy navštívily svépomocnou skupinu nebo se jinak angažují ve spolku pro lidi se sociální fobií;
- Alespoň jednou navštívili svépomocnou skupinu pro lidi se sociální fobií.

### 3.1.3 Sběr dat

Sběr kvantitativních dat probíhal pomocí osmi polostrukturovaných rozhovorů. Vzhledem k tomu, že jsem chtěla, aby se rozhovorů účastnili respondenti, kteří sami chtěli, neoslovovala jsem respondenty jednotlivě, ale prostřednictvím facebookové skupiny. Vysvětlila jsem jim účel rozhovorů, uvedla přibližnou délku (30 minut), ujistila je o tom, že bude zachována anonymita. Protože jsem chtěla, aby se respondenti cítili příjemně, dala jsem jim na výběr, zda se budou rozhovory konat u nich doma, u mě doma nebo kdekoli jinde. Přihlásilo se mi osm zájemců o rozhovor. Všechny rozhovory se v průběhu dvou týdnů od projevení zájmu o účast na rozhovoru realizovalo, přičemž všechny se realizovaly buď venku nebo v nějaké kavárně. Snažila jsem se vyjít vstříc časovým možnostem respondentů, abych je zbytečně nezatěžovala a nezpůsobovala jim nepříjemnosti s organizací času. Na úvod jsem si s respondenty neformálně povídala, aby se trochu uvolnila atmosféra a naladili jsme se jeden na druhého. Následně jsem vysvětlila, co nás během setkání čeká – zopakovala jsem opět informace o tom, jak dlouho bude rozhovor trvat, jaký je jeho účel, že se jedná o anonymní data. V průběhu kladení otázek jsem se snažila nechat respondentům dostatečný prostor pro odpovědi, doptávala jsem se v případě nejasností nebo potřeby, projevovala zájem o to, co respondent říká a snažila se to nehodnotit. Po skončení rozhovoru jsem respondentům nabídla možnost seznámit se s výsledky analýzy dat po jejím uskutečnění a všem jsem velmi srdečně poděkovala za jejich čas a snahu.

Dotazníky pro účastníky svépomocné skupiny jsem distribuovala pomocí Facebooku - facebookové tajné skupiny sdružující osoby, které někdy navštívily svépomocnou skupinu nebo se jinak angažují ve spolku pro lidi se sociální fobií. Stejnou skupinu jsem použila i k oslovení zájemců o poskytnutí rozhovoru. Dotazníky pro osoby neúčastnící

se svépomocné skupiny jsem distribuovala pomocí facebookové tajné skupiny sdružující pouze osoby se sociální fobií nebo dlouhodobě fungující internetové komunity pro lidi se sociální fobií. V průběhu šesti měsíců probíhal sběr kvantitativních dat. Nejvíce respondentů sice vyplnilo dotazníky několik málo dnů po jejich zveřejnění, rozhodla jsem se ale sbírat data déle kvůli získání co nejvyššího počtu odpovědí. V dotaznících jsem uvedla informace o jejich účelu, času potřebném k jejich vyplnění a kontakt na mě. Dotazníky celkem vyplnilo 90 lidí, z toho 44 vyplnilo dotazník pro účastníky svépomocné skupiny a 46 dotazníky pro osoby neúčastnící se svépomocné skupiny.

### **3.1.4 Analýza dat**

K analýze dat z dotazníkového šetření budou použity statistické metody, k analýze dat z rozhovorů otevřené kódování.

#### **3.1.4.1 Otevřené kódování**

Otevřené kódování je analytická technika kvalitativního výzkumu, která pracuje s analyzovaným textem, v mém případě s přepisy rozhovorů. Švaříček, Šed'ová a kol. popisují proces otevřeného kódování (2007). Při otevřeném kódování výzkumník nejprve analyzovaný text rozdělí na jednotky, jež mohou představovat slovo, sekvenci slov, větu nebo odstavec. Jednotky nemusí být pokaždé stejně velké, doporučuje se volit jednotky podle významu. Každé jednotce přidělíme určité jméno nebo označení, které představuje kód. Kód by měl být výstižný a charakteristický.

Jako kódy mohou sloužit i odborné termíny nebo výrazy používané respondenty, in vivo kódy (Švaříček, Šed'ová a kol., 2007: 215). Poté, co je kompletní seznam vytvořených kódů, je možné začít systematicky kódy kategorizovat. Kategorie představují sdružení kódů, které podle výzkumníkova úsudku souvisí se stejným jevem.

Ke strukturování dat se při otevřeném kódování používají různé analytické techniky – technika „vyložení karet“, technika kontrastování, tematické kódování a analytické techniky zakotvené teorie (Švaříček, Šed'ová a kol., 2007). Nejjednodušší nadstavbou nad otevřené kódování je technika „vyložení karet“, při které se kategorie uspořádají do obrazce či linky, a na základě toho se sestaví text tak, že převypráví obsah jednotlivých

kategorií. Při technice kontrastování výzkumník z případů vybere dva vzájemně nejodlišnější. Následně identifikuje kódy, které se odlišují, a vytvoří z nich seznam polárních vlastností. Takto vzniknou dvě škály, do kterých jsou umístěny všechny ostatní případy. Tematické kódování probíhá tak, že se v rámci každého případu udělá kategorizace kódů, každý případ má tedy své kategorie. V průřezu všech případů se vyberou shodné nebo podobné kategorie a vytvoří se z nich "nadkategorie". Vznikne tak typologie případů. Analytické techniky zakotvené teorie vedou k vytvoření propracovaného teoretického konceptu. Kódování probíhá ve třech stádiích – otevřené kódování, axiální kódování a selektivní kódování. Axiální kódování navazuje na otevřené kódování, vytváří vztahy mezi kategoriemi a subkategoriemi za využití paradigmatického modelu.

Vzhledem k tomu, že odpovědi respondentů se od sebe příliš nelišily, objevovaly se v nich stejné nebo podobné kódy, rozhodla jsem se použít techniku vyložení karet.

Popsané analytické techniky vedou k vytvoření analytického příběhu. Smyslem je vyjmenovat proměnné a ukázat, jaké jsou mezi nimi vztahy, formulovat klíčová tvrzení tak, aby se soustředila kolem klíčového zkoumaného jevu.

### **3.1.5 Důvěryhodnost výzkumu**

Švaříček, Šed'ová a kol. uvádějí různé techniky, které je možné použít k zajištění důvěryhodnosti kvalitativního výzkumu (2007: 33). Jedná se o členské ověřování, audit kolegů, reflexe kolegů, výběr účastníků výzkumu, deník výzkumníka, postupy při interpretaci dat a přímé citace.

V případě mé diplomové práce je důvěryhodnost výzkumu zajištěna odpovídajícím výběrem vzorku respondentů. Skupina respondentů splňující kritéria uvedená níže je jedinou možnou skupinou respondentů schopnou poskytnout informace týkající se zkušeností vztahujících se k účasti na svépomocné skupině vzhledem k tomu, že se jedná o jedinou skupinu disponující těmito zkušenostmi:

- Jsou členy facebookové tajné skupiny sdružující osoby, které někdy navštívily svépomocnou skupinu nebo se jinak angažují ve spolku pro lidi se sociální fobií;

- Alespoň jednou navštívili svépomocnou skupinu pro lidi se sociální fobií.

Podobné je to i s druhou skupinou respondentů:

- Jsou členy facebookové tajné skupiny sdružující pouze osoby se sociální fobií nebo dlouhodobě fungující internetové komunity pro lidi se sociální fobií;
- Mají sociální fobii nebo sociální úzkost;
- Nikdy nenavštívili svépomocnou skupinu pro lidi se sociální fobií.

V případě této skupiny se sice nejedná o jedinou možnou skupinu osob, ale vzhledem k tomu, že se sama v prostředí internetových komunit pro lidi se sociální fobií již 10 let pohybuji, zvolila jsem komunity, které jsou podle mé zkušenosti pro tento účel nejlepší – jsou zaměřené pouze na osoby se sociální fobií, jsou hodně navštěvované a mají vysokou frekvenci nových příspěvků.

Při interpretaci dat používám citace, které jsou další z technik dokládající důvěryhodnost výzkumu. Podle Corden a Sainsbury se citace používají například k potvrzení zjištění výzkumníka, pro vysvětlení toho, jak se něco stalo, odhalení pohledů nebo perspektiv lidí, pro ilustraci, hlubší porozumění, zvýšení čtivosti nebo vyjádření hlasu lidí (2006). Naopak ale i upozorňují na různá úskalí používání citací. V každém rozhovoru lze například najít výrok, který by potvrdil kterýkoli úhel pohledu. Používání citací pro evidenci tedy do velké míry odráží přístup výzkumníka. Důsledkem citací může být i připsání větší důležitosti citované pasáži. Při snaze ilustrovat něco mohou čtenáři přisuzovat větší důležitost faktům, které jsou pro ilustraci doloženy citacemi. Stejně tak při citování za účelem vyjádření hlasu lidí může být hlas lidí vnímán jako důležitější než hlas výzkumníka. Obecným problémem při citování je pak nadužívání citací.

Citace využívám zejména pro ilustraci, porozumění a zvýšení čtivosti. Snažila jsem se vyhnout citacím pasáží, které jdou jednoduše popsat například výčtem odpovědí.

V kvantitativním výzkumu se používá pojem validita. Validita znamená, že měříme skutečně to, co jsme měřit zamýšleli. Field rozlišuje validitu obsahovou, kritériovou a faktoriální (2009). Obsahová validita vypovídá o reprezentativnosti otázek – otázky by měly zahrnovat celý konstrukt a zároveň by měly být dostatečně specifické. Při formulaci

otázek jsem se snažila o maximální stručnost a výstižnost při zachování smyslu toho, co má otázka měřit. Při formulaci odpovědí jsem vycházela z teorií uvedených v teoretické části práce, snažila jsem se pokrýt celou škálu, jaké může proměnná nabývat, navíc jsem zahrнула odpovědi, u kterých se v pilotním výzkumu ukázalo, že chybí.

### **3.1.6 Spolehlivost výzkumu**

„Podle staršího konceptu je reliabilní měření takové, které nám při opakované aplikaci dává shodné výsledky, pokud se studovaný jev nezměnil“ (Švaříček, Šed'ová a kol., 2007: 39). Reliabilita je v kvalitativním výzkumu oproti kvantitativnímu výzkumu nízká, přesto nebo možná právě proto se snažíme i v kvalitativním výzkumu zajistit jeho spolehlivost. Jednou z cest, jak toho dosáhnout, je pomocí správnosti a pečlivosti (Rubin a Rubinová, 2005 citováni v Švaříček, Šed'ová a kol., 2007: 40). Správnost spočívá v práci pouze s informacemi získanými v průběhu výzkumu namísto domýšlení si dalších informací nad rámec těch, které poskytli respondenti. Pečlivost jde napříč celým procesem výzkumu. Badatel by měl být schopný doložit všechny své závěry a být flexibilní při úpravě návrhu výzkumu. Mezi techniky určené k zajištění spolehlivosti řadí Švaříček, Šed'ová a kol. konzistenci otázek, přepis nahrávek rozhovorů, konzistenci při kódování, dvojité kódování, opětovné kódování a procedurální kódování (2007: 41).

Při formulaci otázek pro rozhovor jsem měla na paměti výzkumné otázky. Otázky jsem se snažila formulovat dostatečně široce pro to, aby poskytly respondentům prostor pro vyjádření vlastních názorů a myšlenek, a zároveň dostatečně konkrétně, aby z nich bylo patrné, na co se ptám. Během dotazování jsem nespěchala s další otázkou, případně se respondenta ptala, zda můžeme přistoupit k další otázce.

### **3.1.7 Etické aspekty**

Důležitou oblastí výzkumu je i etická stránka výzkumu. Mezi základní etické principy patří důvěrnost, poučený souhlas a zpřístupnění práce účastníkům výzkumu (Švaříček, Šed'ová a kol., 2007).

Důvěrnost spočívá v zachování anonymity účastníků výzkumu. Anonymita účastníků

je 100% zachována pro respondenty dotazníkového šetření. Vzhledem k tomu, že distribuce dotazníků probíhala online, jejich identita není známá ani mně. Identita respondentů interview je známá pouze mně. Nikam nezveřejňuji jména ani jakékoli identifikační znaky respondentů a informace získané od respondentů uchovávám tak, aby se k nim nemohl dostat nikdo jiný, proto zůstanou respondenti v anonymitě. Respondentům jsem pravdivě podala informace související s výzkumem jako je délka trvání interview či čas potřebný k vyplnění dotazníku, účel výzkumu a předala jsem jim kontakt na mě pro případ jakýchkoli dotazů či pro případ zájmu být informován o výsledcích výzkumu.

## **4 Výsledky**

### **4.1 Analýza vnější komunikace**

Spolek SFinga již od svého vzniku používá různé komunikační nástroje, které ve větší či menší míře fungují. Vzhledem k tomu, že ve spolku pracují pouze dobrovolníci, neexistuje žádný komunikační plán ani jiný interní dokument vztahující se ke komunikaci. Absence placených zaměstnanců souvisí i s tím, že se ve spolku nikdo systematicky nevěnuje rozvoji komunikace. Myslím si, že jsem vhodnou osobou pro zachycení stavu využívání komunikačních nástrojů ve spolku, protože jsem členem výboru od jeho vzniku, na většině komunikačních aktivit jsem se podílela nebo podílím a aktuálně mám oblast komunikace na starosti. Při analýze vnější komunikace vycházím z veřejně dostupných zdrojů jako jsou webové či facebookové stránky, dále ze zpráv o činnosti a hospodaření, zápisů z členských schůzí a ze schůzí výboru, z e-mailové komunikace, z konzultací s předsedou spolku nebo dalšími osobami, které mají dílčí komunikační aktivity na starosti.

Analýza vnější komunikace je důležitá v souvislosti s dotazníkovým šetřením, rozhovory a následnými návrhy komunikačních opatření. Není možné navrhnout nová opatření bez znalosti aktuálně používaných komunikačních nástrojů. Dotazníkové šetření a rozhovory slouží mimo jiné ke zjištění toho, jaké komunikační nástroje vnímají respondenti jako funkční nebo nefunkční a z jakého důvodu. Z dotazníkového šetření vyplynulo, jakým způsobem se lidé o spolku dozvěděli.

#### **4.1.1 Online komunikační nástroje**

##### **4.1.1.1 Webová stránka**

Webové stránky spolku fungují v téměř v nezměněné podobě od konce roku 2010. Nejsou příliš často aktualizovány, ani na nich není uvedeno moc informací. Slouží k základní orientaci v tom, k čemu spolek slouží, jaké dělá aktivity a obsahuje kontaktní údaje a odkaz na transparentní účet. Velmi stručně se zabývají i sociální fobií obecně.

V současné době se pracuje na vzniku nových webových stránek, protože ty aktuálně používané nejsou podle názoru členů výboru i některých osob docházejících na svépomocnou skupinu pro účely spolku dostačující. Z rozhovorů vyplývá, že většina respondentů je s webovými stránkami spokojena, oceňují hlavně aktuálnost uvedených informací. Nespokojenost s webovými stránkami se týká absence fotek a roztržitosti informací prezentovaných online:

*„Roztržitost – skupina na facebooku, webové stránky, socialnifobie.info – to, že na všech místech nejsou stejné informace.“ (Rozhovor 6)*

Kromě toho, že je web prostředkem, jak se o spolku mohou dozvědět další lidé, i ve stanovách je uvedeno, že mezi vedlejší činnosti spolku patří: „Provozování webu s informacemi o spolku a jeho činnosti“ (2015).

#### **4.1.1.2 Internetové komunity**

Vzhledem k tomu, že lidé, kteří založili občanské sdružení SFinga (dnes Spolek SFinga) se rekrutovali z dlouhodobě fungující internetové komunity sdružující osoby se sociální fobií, hned od vzniku spolku docházelo ke komunikaci v rámci této komunity. Cílem spolku bylo informovat návštěvníky komunity o aktivitách, které by pro ně mohly být zajímavé, hlavně o přednáškách o sociální fobii, svépomocné skupině a sebezkušenostních pobytech. V průběhu měsíců se však ukázaly dva hlavní problémy přispívání v této internetové komunitě. První z nich souvisí s časovou náročností aktualizace informací na různých místech online, jako druhý z nich negativní reakce některých návštěvníků dlouhodobě fungující internetové komunity. Z těchto důvodů nebyly nikdy příspěvky příliš četné, pohybují se v rámci jednotek za rok. Od srpna 2014 jsou sporadicky uveřejňovány příspěvky i ve facebookové tajné skupině sdružující pouze osoby se sociální fobií. Do současné doby tam bylo jménem spolku zveřejněno pouze sedm příspěvků, opět převážně z důvodu časové náročnosti. I přes určité komplikace v komunikaci se zacílením na internetové komunity sdružující osoby se sociální fobií se nezvažuje možnost přestat zveřejňovat příspěvky v těchto komunitách, protože jsou zacíleny na osoby, které tvoří cílovou skupinu spolku.



#### 4.1.1.3 Facebooková stránka

Z důvodu neustále stoupajícího počtu uživatelů sociální sítě Facebook a možnosti založit a spravovat facebookovou stránku zdarma vznikla na začátku roku 2012 na Facebooku stránka „Spolek SFinga“. Z Tabulky 1 je patrné, že se v průběhu času mění jak počet příspěvků, tak i jejich struktura.

Tabulka 1. Analýza příspěvků facebookové stránky Spolek SFinga

Rok	Počet příspěvků						
	Sebezkušenostní pobyty	Besedy	Svépomocná skupina	Přednášky	Mediální výstupy	Jiné	Celkem
2012	3	2	11	2	0	4	22
2013	2	1	6	1	2	4	16
2014	0	0	12	3	3	11	29
2015	0	0	0	5	1	11	17
2016	1	0	0	0	0	16	17

Zdroj: Vlastní analýza k 28. 3. 2016.

Příspěvky byly publikovány zpravidla jednou nebo dvakrát měsíčně kromě roku 2014, kdy jich v průběhu celého roku bylo publikováno 29. Od roku 2012 do roku 2015 se příspěvky zaměřovaly hlavně na propagaci aktivit spolku, poprvé v roce 2016 se příspěvky zaměřují i na sociální fobii obecně. Jsou publikovány články a rozhovory týkající se sociální fobie, odkazy na knihy, videa nebo citáty. Od roku 2015 se na Facebookové stránce přestaly propagovat příspěvky informující o svépomocné skupině. Svépomocná skupina se stále koná, nicméně informace o ní je možné nalézt na webových stránkách. Příspěvky o dalších aktivitách spolku se na Facebooku zveřejňují, protože se nekonají oproti svépomocné skupině pravidelně, navíc jsou některé z nich, například přednášky, určeny širšímu okruhu lidí. Svépomocné pobyty a besedy se od roku 2014 konají méně, proto je zveřejňováno méně příspěvků týkajících se svépomocných pobytů

a besed. Poslední výraznou změnou v počtu zveřejňovaných příspěvků na facebookové stránce v průběhu let je stoupající počet příspěvků v kategorii „jiné“. Tento nárůst jsem již částečně vysvětlila tím, že jsou od začátku roku 2016 publikovány příspěvky, které se netýkají pouze aktivit spolku, ale sociální fobie obecně. Dalším důvodem je, že se spolek od roku 2014 účastní propagačních akcí, které propaguje i na Facebooku.

Z rozhovorů není jednoznačně patrné, jak lidé facebookovou stránku vnímají. Jeden respondent si cení fotek zveřejňovaných na Facebooku, další uvádí jako nedostatek v komunikaci následující:

*„Stránka na facebooku – nejsou tam moc příspěvky.“ (Rozhovor 8)*

Facebooková stránka se k 28. 3. 2016 líbí 207 uživatelům, velmi málo lidí příspěvky označí jako „To se mi líbí“ a ještě méně lidí je komentuje. Téměř všechny příspěvky jsou bez jakýchkoli komentářů.

#### **4.1.1.4 Další mediální aktivity**

Tato kategorie zahrnuje mediální aktivity prostřednictvím všech médií, kromě těch, které jsem již zmínila, tedy propagaci na internetu na webové stránce, facebookové stránce a v internetových komunitách. Za celou existenci spolku bylo zveřejněno 7 příspěvků, které spolek SFinga poskytl v souvislosti se svou činností nebo se sociální fobii. V roce 2013 bylo na YouTube zveřejněno video o sociální fobii, předseda spolku poskytl rozhovor internetovému rádiu Applaus a pro stejné rádio byl nahrán reklamní spot propagující spolek. V roce 2014 byl předseda spolku hostem televizního pořadu Mixxxxer v souvislosti s projektem zaměřeným na sociální fobii, který realizovali lidé ze spolku. Dalším televizním výstupem byl pořad Očima Josefa Klímy zaměřený na fobie, v němž promluvil několik členů spolku o sociální fobii a o aktivitách spolku. Ve stejném roce vyšel rozhovor s předsedou spolku na online portálu Rodina 21. Doposud poslední rozhovor o sociální fobii a spolku vyšel v roce 2015 v online časopise Generace 21.

Je otázkou, zda respondent považuje internetové časopisy za časopisy, nicméně buď propagaci považuje za nedostatečnou, nebo o ní neví:

*„Snažit se víc propagovat SFingu v časopisech. Nevím o tom, že by se tam propagovala.“ (Rozhovor 3)*

## **4.1.2 Offline komunikační nástroje**

### **4.1.2.1 Propagační akce**

V roce 2014 se spolek poprvé zúčastnil propagačních akcí pro neziskové organizace otevřených veřejnosti. První akcí byl NGO Market – veletrh neziskových organizací, kde měl spolek svůj stánek s propagačními materiály. Přítomni byli lidé ze spolku, kteří poskytovali účastníkům veletrhu informace o činnosti spolku. Další akcí bylo Babí léto – multižánrový festival konaný každý rok v Bohnicích, jehož součástí je i propagace neziskových organizací. Cíl spolku byl stejný jako u NGO Marketu, tedy představit se veřejnosti, případně navázat spolupráci s dalšími neziskovými organizacemi. V roce 2015 se spolek opět účastnil obou těchto akcí a na letošní rok jsou již přípravy na propagační akce opět v plném proudu. Členové výboru vnímají propagační akce jako velmi přínosné, ale pro úplnost bych chtěla zmínit názor jednoho respondenta, který tyto akce nevnímá jako příliš efektivní:

*„Reklama na internetu podle mě vyjde levněji než rozdávání letáčků. Vyšlo by to levněji než NGO Market. Reklama za proklik je efektivnější.“ (Rozhovor 4)*

### **4.1.2.2 Spolupráce s odborníky**

Vzhledem k tomu, jak funguje svépomocný spolek, je na místě zmínit, že spolupráce s odborníky nespočívá v poskytování služeb profesionálů prostřednictvím spolku, ale v nabízení možnosti, jak zapracovat sám na sobě s podporou lidí, kteří mají stejné nebo podobné problémy. Spolek se neprezentuje jako alternativa odborné péče ani jako doplněk této péče.

Z odpovědí respondentů je patrné, že považují spolupráci s odborníky za důležitou:

„Kdyby o SFinze věděli odborníci a mohli o ní říct pacientům, bylo by to fajn.“  
(Rozhovor 2)

Někteří respondenti považují doporučování spolku odborníky za důležité i díky vlastní zkušenosti:

„Jak jsem se o SFinze dozvěděla v INEPu, tak by bylo dobré oslovit organizace psychologů nebo psychiatrů, aby SFingu doporučovali klientům.“ (Rozhovor 3)

Někdo uvedl i konkrétní návrh, jak by mohli odborníci na spolek odkazovat:

„Větší povědomí veřejnosti – aby měli odborníci, kteří se zabývají sociální fobii, letáček, a aby mohli odkázat pacienta na SFingu.“ (Rozhovor 5)

Pro spolek je spolupráce s odborníky od počátku klíčovou činností. Mnoho lidí navštěvujících svépomocnou skupinu má zkušenost s odbornou péčí, což je něco, co je členům výboru známé díky komunikaci s účastníky svépomocné skupiny, navíc se to potvrdilo dotazníkovým šetřením.

V průběhu let došlo k oslovení mnoha odborníků z řad psychologů, psychiatrů a psychoterapeutů s nabídkou spolupráce. Formou e-mailu je představen spolek a jeho aktivity, převážně svépomocná skupina, spolu se zasláním informačního letáku. Spolupráce s některými odborníky byla navázána i osobně. Dlouhodobě spolek doporučují psychiatr MUDr. Ing. Aleš Urban, psycholožky PhDr. Ivana Rosická, Mgr. Katarína Durecová a Lenka Kabele Hoffmanová, DiS a odborníci z Institutu psychiatrické péče INEP. Z výsledků rozhovorů a dotazníkového šetření se jeví jako velmi užitečné zintenzivnit aktivity vedoucí k navazování spolupráce s odborníky.

#### 4.1.2.3 Přednášky

Přednášky o sociální fobii pro veřejnost pořádá spolek od roku 2012. Od té doby se jich konalo 6. První přednáška o sociální fobii se konala 3. 5. 2012 ve Velkém sále

Městské knihovny v Praze. Přednášení se ujala psycholožka Mgr. Katarína Durecová. 13. 9. 2013 proběhla v budově Husitské teologické fakulty druhá přednáška pro veřejnost PhDr. Ivany Rosické o sociální fobii z pohledu kognitivně-behaviorální terapie. V následujícím roce spolek navázal spolupráci s Pedagogickou fakultou UK v Praze v rámci pořádání přednášek o sociální fobii pro budoucí učitele. Přednášky sestávají z osobního příběhu člověka se sociální fobií a z odborného výkladu psycholožky Mgr. Kataríny Durecové. 22. 10. 2014 se konala první přednáška na Pedagogické fakultě. Od té doby se koná pravidelně každý semestr – další termín byl 6. 5. 2015 a 9. 12. 2015. V roce 2015 se konalo doposud nejvíc přednášek, 20. 10. 2015 se konala přednáška bez odborníka, postavená zcela na osobních zkušenostech předsedy spolku.

Během přednášek je vždy představen spolek a jsou k dispozici informační letáky.

#### **4.1.2.4 Besedy**

Od roku 2012 spolek pořádá besedy na středních školách. Cílem besed je osvěta a prevence negativních sociálních jevů. Besedy vedou dva lidé ze spolku, kteří mají zkušenost se sociální fobií. Kromě poskytnutí vhledu do sociální fobie a úzkosti jsou studentům předány základní informace o spolku a jsou k dispozici informační letáky. Přesný počet besed není evidován. V roce 2012 se jich konalo dvacet pět, v roce 2015 deset a v roce 2012 a 2013 pravděpodobně něco mezi deseti a dvaceti každý rok.

#### **4.1.2.5 Letáky**

Při vnější komunikaci jsou hojně využívány informační letáky, které obsahují informace o spolku, jeho aktivitách a kontaktní údaje. Při besedách, přednáškách a propagačních akcích jsou letáky distribuovány fyzicky, při kontaktu s odborníky jsou letáky zasílány spíše v elektronické podobě.

Představili jsme si komunikační nástroje používané ve spolku od doby jeho vzniku. Snažila jsem se zaměřit nejen na to, jaké nástroje jsou používány, ale i na to, v jakém rozsahu se používají a za jakým účelem. Je očividné, že ne všechny nástroje slouží primárně k informování o činnosti spolku, například přednášky. Oproti tomu spolupráce s odborníky je navazována převážně za účelem doporučení spolku klientům odborníka

a doporučování odborníků spolkem. Proto je důležité vědět, jakým způsobem se lidé o spolku dozvěděli, což je uvedeno v Tabulce 2.

Tabulka 2. Otázka č. 6 „Jak jste se o SFinze dozvěděli?“

<b>Varianty odpovědi</b>	<b>Relativní výsledek (N = 44)</b>
z webu www.sfingaos.cz	9,1 %
z facebookových stránek SFingy	0 %
z internetu (kromě www.sfingaos.cz a facebookových stránek)	22,7 %
od psychologa/psychiatra	9,1 %
na osobní doporučení někoho ze SFingy	20,5 %
z besed nebo přednášek	4,5 %
znal jsem skupinu lidí ze SFingy již před vznikem organizace	20,5 %
Ostatní	13,6 %

Zdroj: Vlastní.

Překvapující zjištění je, že nejvíce respondentů se o spolku nedozvědělo díky aktivnímu úsilí kohokoli ze spolku. 22,7 % respondentů odpovědělo, že se o spolku dozvěděli z internetu (kromě www.sfingaos.cz a facebookových stránek). Pravděpodobně se bude jednat o dlouhodobě fungující internetovou komunitu sdružující osoby se sociální fobií, nicméně se může jednat i o další internetové stránky. 20,5 % respondentů odpovědělo, že znalo skupinu lidí ze SFingy již před vznikem organizace a že se o spolku dozvěděli na základě osobního doporučení někoho ze spolku. Vzhledem k tomu, že spolek založila skupina lidí, kteří se osobně znali, není příliš překvapující, že 20,5 % respondentů odpovědělo „znal jsem skupinu lidí ze SFingy již před vznikem organizace“. O to více překvapující ale je, že stejnému počtu lidí byl spolek doporučen někým, kdo organizaci již znal. Díky osobnímu doporučení se o spolku dozvědělo víc lidí než díky kterékoli jiné aktivitě, jejímž cílem je informovat veřejnost o spolku a jeho činnosti. Ovšem i tyto aktivity dle odpovědí respondentů fungují. 9,1 % respondentů uvedlo, že se o spolku

dozvěděli z webových stránek, stejný počet respondentů se o spolku dozvěděl díky doporučení psychologa nebo psychiatra. Z besed nebo přednášek se o spolku dozvědělo 4,5 % respondentů, z facebookových stránek nikdo a 13,6 % respondentů uvedlo jako odpověď „ostatní“.

## 4.2 Dotazníky

### 4.2.1 Charakteristiky cílové skupiny

Cílovou skupinou jsou zde míněny osoby, které svépomocnou skupinu nenavštěvují. Na sociodemografické charakteristiky odpovídali i respondenti, kteří skupinu navštěvují, takže je možné porovnat, jak se výsledky liší. Jedná se o otázky zjišťující pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání, ekonomický status a zkušenosti s odbornou psychologickou nebo psychiatrickou péčí. Respondentů, kteří svépomocnou skupinu nenavštěvují, jsem se ptala i na to, zda spolek znají a zda by měli zájem o účast na svépomocné skupině pro lidi se sociální fobií. Pro lepší přehlednost jsou uvedeny relativní výsledky odpovědí na jednotlivé otázky u respondentů z cílové skupiny (N = 46) a respondentů, kteří svépomocnou skupinu již navštěvují (N = 44) v jedné tabulce.

Tabulka 3 zachycuje poměr mužů a žen v jednotlivých skupinách respondentů. Na oba dotazníky odpověděl téměř shodný počet mužů a žen. Ve skupině N = 46 bylo o něco více mužů než žen, ve skupině respondentů N = 44 je tomu obráceně.

Tabulka 3. Otázka č. 1 „Jaké je vaše pohlaví?“

Varianty odpovědi	Relativní výsledek (N = 44)	Relativní výsledek (N = 46)
žena	52,3 %	43,5 %
Muž	47,7 %	56,5 %

Zdroj: Vlastní.

Tabulka 4 zobrazuje procenta respondentů podle šesti věkových kategorií. Určité věkové kategorie respondentů N = 44 a N = 46 se téměř neliší, jiné se liší. Obecně je

z dotazníku patrné, že respondenti N = 44 jsou starší. Nejpatrnější rozdíly spočívají v tom, že ve skupině N = 44 na dotazník neodpověděl nikdo mladší 19 let, oproti skupině N = 46, kde těchto respondentů bylo 13%. Nejvíce respondentů N = 44 spadá do kategorie 25–29 let, nejvíce respondentů N = 46 do kategorie 20–24 let. Počty respondentů spadajících do ostatních věkových kategorií se u obou dotazníků příliš neliší. Platí, že od věkové kategorie 30 – 34 let počty respondentů spadajících do jednotlivých kategorií klesají spolu se vzrůstajícím věkem.

Tabulka 4. Otázka č. 2 „Kolik je vám let?“

<b>Varianty odpovědi</b>	<b>Relativní výsledek (N = 44)</b>	<b>Relativní výsledek (N = 46)</b>
<19	0 %	13 %
20-24	27,3 %	30,4 %
25-29	49 %	26,1 %
30-34	18,2 %	15,2 %
35-39	6,8 %	10,9 %
>40	6,8 %	4,3 %

Zdroj: Vlastní.

Nejvíce respondentů N = 44 a N = 46 odpovědělo, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání je střední s maturitou. Obecně lze konstatovat, že respondenti N = 44 dosahují vyššího nejvyššího dosaženého vzdělání než respondenti N = 46. Téměř čtvrtina respondentů N = 46 odpověděla, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání je základní nebo střední s výučním listem, u respondentů N = 44 takto odpovědělo necelých 5%. Z ostatních kategorií je nejvíce patrný rozdíl u počtu respondentů, jejichž nejvyšší dosažené vzdělání je magisterské. U respondentů N = 46 se jedná o necelých 11 % respondentů, u respondentů N = 44 o 25 % respondentů.

Tabulka 5. Otázka č. 3 „Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?“

<b>Varianty odpovědi</b>	<b>Relativní výsledek (N = 44)</b>	<b>Relativní výsledek (N = 46)</b>
--------------------------	------------------------------------	------------------------------------



základní	2,3 %	13 %
střední s výučním listem	2,3 %	10,9 %
střední s maturitou	52,3 %	45,7 %
vyšší odborné	4,5 %	8,7 %
bakalářské	13,6 %	8,7 %
magisterské	25 %	10,9 %
ostatní	0 %	2,2 %

Zdroj: Vlastní.

Mezi respondenty N = 46 je více ekonomicky neaktivních studentů, téměř 24%, než u respondentů N = 44, kteří tvoří necelých 16 %. Zajímavé je, že celkový počet studentů mezi respondenty N = 44 a N = 46 je téměř shodný. Existují však dvě kategorie studentů – ekonomicky neaktivní a pracující. Mezi respondenty N = 44 byl stejný počet ekonomicky neaktivních studentů a pracujících studentů a mezi respondenty N = 46 bylo více ekonomicky neaktivních studentů. Tento rozdíl mezi respondenty by mohl souviset s nižším věkem respondentů N = 46 oproti respondentům N = 44. Kategorie „pracující“ čítala u respondentů N = 44 i N = 46 nejvíce odpovědí. Nezaměstnaných je více mezi respondenty N = 46 – necelých 18 %, mezi respondenty N = 44 je téměř 7 % nezaměstnaných.

Tabulka 6. Otázka č. 4 „Jaký je váš ekonomický status?“

Varianty odpovědi	Relativní výsledek (N = 44)	Relativní výsledek (N = 46)
pracující	52,3 %	43,5 %
nezaměstnaný	6,8 %	17,4 %
pracující student	15,9 %	8,7 %
ekonomicky neaktivní – na mateřské dovolené	2,3 %	2,2 %
ekonomicky neaktivní –	2,3 %	2,2 %

invalidní důchodce		
ekonomicky neaktivní student	– 15,9 %	23,9 %
ostatní	4,5 %	2,2 %

Zdroj: Vlastní.

Velmi zajímavé porovnání respondentů obou dotazníků nabízí odpovědi na otázku: „Jaké máte zkušenosti s odbornou psychologickou nebo psychiatrickou péčí?“ Aby dávala mnou uvedená procenta smysl, chtěla bych poznamenat, že respondenti mohli zaškrtnout i více odpovědí na danou otázku. Z odpovědí vyplývá, že respondenti N = 46 mají výrazně méně zkušeností s odbornou psychologickou nebo psychiatrickou péčí než respondenti N = 44. 37 % respondentů N = 46 uvedlo, že nemá žádné zkušenosti, u respondentů N = 44 se jedná o 9,1 %. Co se týče konkrétní odborné péče, zkušenost s psychologem má 34,8 % respondentů N = 46 a 61,4 % respondentů N = 44, psychiatra navštěvuje nebo navštěvovalo 39,1 % respondentů N = 46 a 75 % respondentů N = 44. Podobné rozdíly jsou patrné u všech odpovědí kromě odpovědí „byl(a) jsem v léčebně“ a „ostatní“.

Tabulka 7. Otázka č. 5, „Jaké máte zkušenosti s odbornou psychologickou nebo psychiatrickou péčí?“

Varianty odpovědi	Relativní výsledek (N = 44)	Relativní výsledek (N = 46)
žádné	9,1 %	37 %
navštěvuji/navštěvoval(a) jsem individuálně psychologa	61,4 %	34,8 %
účastnil(a) jsem se skupinové psychoterapie	38,6 %	6,5 %
navštěvuji/navštěvoval(a) jsem psychiatra	75 %	39,1 %
byl(a) jsem v léčebně	13,6 %	8,7 %

účastním/účastnil(a) jsem se stacionáře	25 %	6,5 %
využil(a) jsem krizové intervence	20,5 %	0 %
ostatní	4,5 %	2,2 %

Zdroj: Vlastní.

Poměrně překvapující je, že spolek nezná téměř polovina respondentů  $N = 46$  vzhledem k tomu, že distribuce dotazníku probíhala v internetových komunitách, kde jsou lidé formou příspěvků v diskuzním fóru nebo na Timeline (v případě Facebooku) informováni o činnostech spolku.

Tabulka 8. Otázka č. 6., „Znáte spolek SFinga zaměřující se na lidi se sociální fobií?“

Varianty odpovědi	Relativní výsledek
ano	54,3 %
ne	45,7 %

Zdroj: Vlastní.

Téměř polovina respondentů  $N = 46$  odpověděla, že by měla zájem o účast na svépomocné skupině pro lidi se sociální fobií. Jistých si nebylo téměř 35 % a téměř 20 % odpovědělo, že by zájem nemělo.

Tabulka 9. Otázka č. 7., „Měli byste zájem o účast na svépomocné skupině pro lidi se sociální fobií?“

Varianty odpovědi	Relativní výsledek
ano	45,7 %
ne	19,6 %
nevím	34,8 %

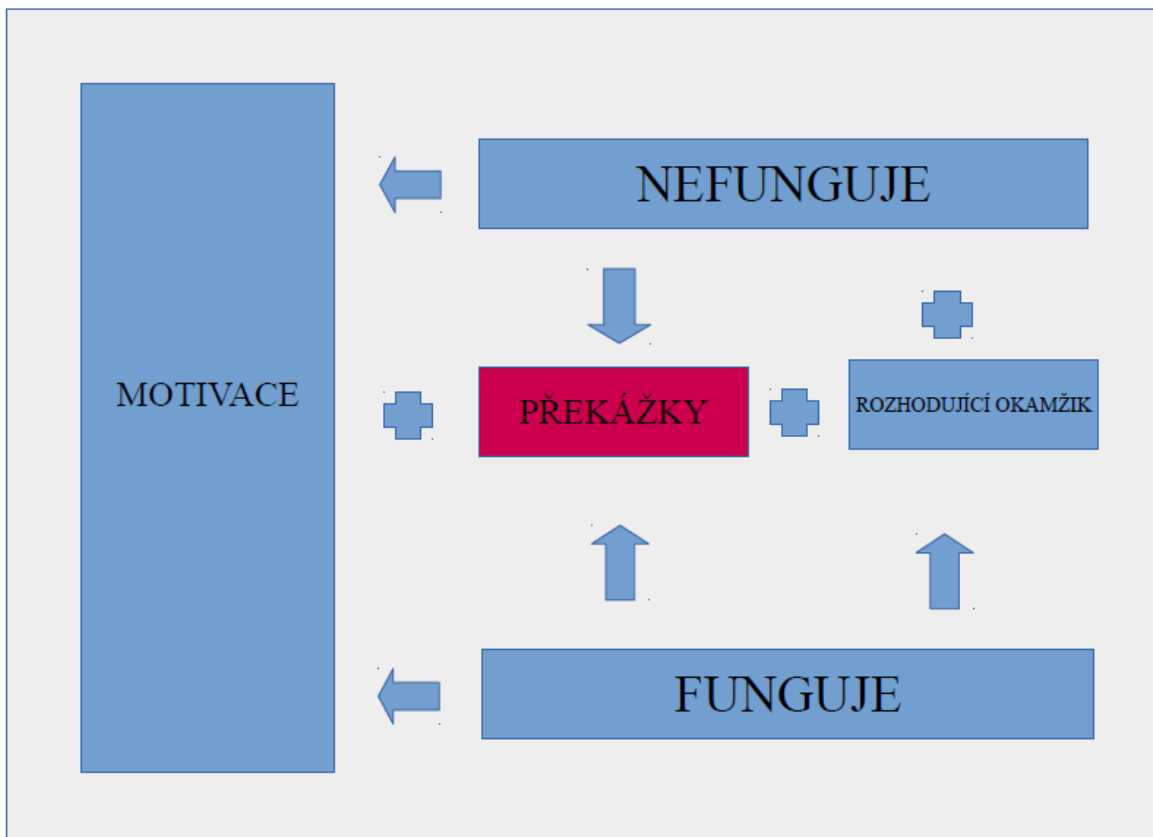
Zdroj: Vlastní.

### 4.3 Rozhovory

Kódy jsem rozdělila do několika kategorií a subkategorií. Jako centrální jev jsem určila „překážky“. Představují různé důvody, které respondentům brání v návštěvě svépomocné skupiny. Další kategorie jsou „motivace“, „funguje“, „nefunguje“ a „rozhodující okamžik“. Seznam kategorií a kódů je uveden v příloze 3.

Schematicky jsem vztahy mezi jednotlivými kategoriemi vyjádřila obrázkem 2. „Motivace“ působí jako protipól „překážek“. Je něčím, co respondenty vede k tomu, aby svépomocnou skupinu navštívili, „překážky“ naopak představují to, co jim v návštěvě brání. Na motivaci respondentů působí komunikace spolku, ať už je respondenty vnímaná jako fungující, nebo nefungující. Ke kategorii „motivace“ se tedy vztahuje jak kategorie „funguje“, tak i kategorie „nefunguje“. Tyto kategorie ovlivňují i kategorii „překážky“. Fungující komunikace spolku může překážky zmírnit, nefungující komunikace naopak prohloubit nebo může vést ke vzniku dalších překážek. Další důležitou kategorií je „rozhodující okamžik“, což je něco, co respondenty vedlo k návštěvě svépomocné skupiny. Kategorie „překážky“ a „nefunguje“ mohou rozhodující okamžik oddálit, kategorie „funguje“ může urychlit jeho příchod. Vztahy mezi jednotlivými kategoriemi jsou mnohem komplexnější a složitější, toto je pouze zjednodušené schéma zachycující nejdůležitější z nich.

Obrázek 2. Kategorie



Zdroj: Vlastní.

### 4.3.1 „Motivace“

Motivaci, která respondenty vedla k tomu, aby začali navštěvovat svépomocnou skupinu, jsem rozdělila na další subkategorie – „získávání dovedností“, „řešení problému“, „sounáležitost“, „lidé“. Většina respondentů uvedla více motivačních faktorů, hodně z nich se však opakovalo. Bylo znát, že respondenti mají jasno v tom, jaká je jejich motivace. Odpovědi byly pohotové a konkrétní. Z následujícího popisu jednotlivých subkategorií vyplývá, že subkategorie jsou vzájemně úzce provázány. Někdy se odpověď respondenta dala zařadit do jedné subkategorie, častěji však do více z nich.

#### *„Získávání dovedností“*

Respondenti uváděli jako nejčastější důvody v návštěvě svépomocné skupiny získání

konkrétních dovedností v oblasti komunikace a mezilidských vztahů. U jednotlivých respondentů se však lišilo, jaké dovednosti by chtěli získat – umět se prezentovat nebo třeba navázat kontakt s cizím člověkem.

*„Moci si nacvičovat expoziční situace. Situace, které bych měl procvičovat mezi cizíma lidma. Třeba se umět prezentovat – co umím, co dělám, být schopen nabízet někomu letáky. Prezentovat se profesně i jako člověk.“* (Rozhovor 1)

*„Obtížně navazuju kontakt s cizím člověkem, jsem nejistej, špatně navazuju kontakt s holkama. Chtěl jsem víc chodit mezi lidi, abych si zlepšil sociální dovednosti.“* (Rozhovor 4)

### **„Řešení problému“**

Z některých odpovědí bylo patrné, že respondenti si jsou vědomi své určité nedostatečnosti v oblasti komunikace a mezilidských vztahů a svépomocná skupina pro ně představuje řešení:

*„Měl jsem vždycky tendenci se odprezentovat a pak to nějak shodit, tak jsem s tím chtěl něco dělat.“* (Rozhovor 1)

U tohoto respondenta je patrná souvislost mezi řešením problému prostřednictvím získávání dovedností, existuje tedy vztah mezi subkategoriami „získávání dovedností“ a „řešení problému“. Pro daného respondenta je řešením konkrétního problému získání dovedností, které tím pádem představují prostředek k řešení problému. Obdobně je tomu i u již zmíněného příkladu, kdy návštěva svépomocné skupiny má respondentovi pomoci zlepšit sociální dovednosti a řešit tak problém s navazováním kontaktu s cizím člověkem:

*„Obtížně navazuju kontakt s cizím člověkem, jsem nejistej, špatně navazuju kontakt s holkama. Chtěl jsem víc chodit mezi lidi, abych si zlepšil sociální dovednosti.“* (Rozhovor 4)

Někdo dokonce sám uvedl, že ve svépomocné skupině viděl řešení problémů:

*„Abych se seznámila s dalšíma lidma, co mají stejný problém a aby se ten problém někam posunul, viděla jsem v tom trochu řešení.“ (Rozhovor 5)*

### **„Sounáležitost“**

Často se v odpovědích respondentů projevoval aspekt sounáležitosti (je to i případ citace z rozhovoru 5 v podkapitole „řešení problému“). Motivací pro respondenty bylo sdílení s lidmi se stejným problémem, poznání těchto lidí. Z rozhovorů vyplývá, že existují různé důvody pro sdílení, pro někoho to může být samota:

*„Byla jsem ráda, že mám kontakt s lidma, kteří řeší podobný problém. Člověk v tom není sám.“ (Rozhovor 7)*

Jiný respondent dává do souvislosti návštěvu svépomocné skupiny s osamělostí a touhou po porozumění jeho prožívání ostatními:

*„Připadala jsem si osamělá. Chtěla jsem potkat lidi, kteří budou rozumět tomu, co prožívám.“ (Rozhovor 6)*

### **„Lidé“**

Tato subkategorie se objevovala spolu se subkategorií „sounáležitost“ nebo „řešení problému“. V obou citacích uvedených v podkapitole „sounáležitost“ hrají lidé zásadní roli. Tento respondent uvádí jako motivaci možnost být mezi lidmi, což pro něho představuje řešení problému:

*„Cítila jsem, že nemám, s kým se setkávat, cítila jsem se sama a nevěděla jsem, jak jinak se dostat mezi lidi.“ (Rozhovor 2)*

O motivaci budeme mít komplexnější představu při prezentování výsledků dotazníkového šetření. Rozhovory s respondenty umožňují lepší porozumění tomu, co

konkrétně se může za jednotlivými odpověďmi skrývat. Otázku týkající se motivace jsem upravila podle toho, zda lidé skupinu navštěvují nebo nenavštěvují, ale odpovědi zůstávají stejné u obou otázek. Respondenti mohli uvést více z nabízených odpovědí. Většinu odpovědí kromě „ostatní“ uvedlo v případě obou dotazníků kolem poloviny respondentů. Odpověď „získat pocit sounáležitosti sdíleným vnímáním světa s ostatními členy skupiny“ však uvedlo pouze 33,3 % respondentů N = 46. V případě respondentů N = 44 se jednalo o 52,3 %. Výraznější rozdíl mezi respondenty N = 46 a N = 44 je patrný i u odpovědi „mít kde nacvičovat sociální a komunikační dovednosti“. Tuto odpověď uvedlo 55,6 % respondentů N = 46 a 70,5 % respondentů N = 44, což z této odpovědi činí odpověď, kterou uvedlo nejvíce respondentů N = 44. Vzhledem k tomu, že stejný počet respondentů N = 46 uvedlo variantu „zvýšit důvěru v sebe sama začleněním do skupiny“ a „cítit větší jistotu díky identifikaci se skupinou v oblasti vnímání, pocitů, přístupu a chování“ a mezi respondenty N = 44 uvedlo mezi prvními třemi odpověďmi nejvíce respondentů odpověď „získat pocit sounáležitosti sdíleným vnímáním světa s ostatními členy skupiny“, nedá se říci, že by některé ze mnou formulovaných očekávání dominovalo nad ostatními. Na druhou stranu u obou verzí dotazníků byly první tři odpovědi vybrány poměrně velkým množstvím respondentů.

Tabulka 10. Otázka č. 8, „Jaká je vaše motivace k tomu, abyste začali navštěvovat svépomocnou skupinu?“

Variety odpovědi	Relativní výsledek (N = 44)	Relativní výsledek (N = 46)
zvýšit důvěru v sebe sama začleněním do skupiny	45,5 %	41,7 %
získat pocit sounáležitosti sdíleným vnímáním světa s ostatními členy skupiny	52,3 %	33,3 %
cítit větší jistotu díky identifikaci se skupinou v oblasti vnímání, pocitů, přístupu a chování	34,1 %	41,7 %



mít kde nacvičovat sociální a komunikační dovednosti	70,5 %	55,6 %
vzájemně si poskytovat sociální podporu mezi lidmi se sociální fobií	52,3 %	55,6 %
porozumět sociální fobii a tomu, jak se s ní dá pracovat	43,2 %	58,3 %
ostatní	9,1 %	0 %

Zdroj: Vlastní.

31,8% respondentů N = 44 uvedlo, že se ve spolku angažují i jinak, než jen účastí na svépomocné skupině.

Tabulka 11. Otázka č. 10 „Angažujete se ve SFinze i jinak, než účastí na svépomocné skupině?“

Varianty odpovědi	Relativní výsledek
ano	31,8 %
ne	68,2 %

Zdroj: Vlastní.

Kromě motivace k účasti na svépomocné skupině jsem zjišťovala i motivaci respondentů, kteří se angažují ve spolku i jinak než účastí ve svépomocné skupině, k této angažovanosti. Opět bylo možné uvést více odpovědí na tuto otázku. 64,7 % uvedlo jako důvod seberealizaci, 52,9 % shodně „vyzkoušení si nových věcí“ a solidaritu s lidmi se sociální fobií, pro 41,2 % respondentů je motivací touha podílet se na změně svého sociálního prostředí a pro 23,5 % zábava.

Tabulka 12. Otázka č. 11 „Jaká byla vaše motivace k tomu začít se angažovat ve SFinze i jiným způsobem než účastí na svépomocné skupině?“

Varianty odpovědi	Relativní výsledek
touha podílet se na změně svého sociálního prostředí	41,2 %
solidarita s lidmi se sociální fobií	52,9 %
zábava	23,5 %
seberealizace	64,7 %
vyzkoušení si nových věcí	52,9 %
ostatní	0 %

Zdroj: Vlastní.

### 4.3.2 „Překážky“

Překážky jsem určila jako centrální jev, protože souvisí se všemi ostatními kategoriemi, jejichž vztahy zachycuje obrázek 2. Některé odpovědi respondentů byly velmi hojně zastoupeny, na druhou stranu byla škála odpovědí mnohem širší než například u kategorie „motivace“. Subkategorie jsem po několikerém přeskupení nakonec rozdělila na „nedostatek informací“ a „strach“. Z reakcí respondentů a při následné analýze rozhovorů jsem však měla pocit, že téměř všechny odpovědi souvisí se strachem a s úzkostí. V široké škále odpovědí je vidět sice roztržitost, stejně tak ale téměř všechny odpovědi spojuje strach nebo úzkost. Sami respondenti často používali slovo „strach“.

#### „Strach“

Respondenti nejčastěji uváděli strach z cizích či neznámých lidí. Někteří z nich uvedli, s čím konkrétně je strach z neznámých lidí spojený:

*„Bála jsem se cizích lidí, které jsem nikdy neviděla. Děsilo mě vykonávat úkoly před cizíma lidma, toho jsem se trošku bála.“ (Rozhovor 5)*

*„Strach, že nezapadnu. Pocit, že když tohle nevyjde, tak už nemám, kde poznat lidi, se*

*kterýma*

*bych si mohla rozumět. Strach přijít do nové skupiny, strach z lidí.“ (Rozhovor 6)*

Hojně zastoupeným strachem byl strach z neznámého prostředí. Několikrát byl uveden v kontextu ztracení se nebo nenalezení místa setkání. Konkrétní zkušenost popsal jeden respondent:

*„Nevěděl jsem přesně, kde se lidi schází, tak jsem čekal na chodbě. Nevěděl jsem, kde to najdu.“ (Rozhovor 4)*

Jako důležité mi připadá, že sami lidé mohou pociťovat obavy související s vědomím nedostatku vlastních sociálních dovedností:

*„...nebude se tam cítit dobře a nedokáže kvůli strachu odejít. Strach z toho, že člověk nedokáže říct ne nebo odmítnout, že ho budou ostatní do něčeho nutit.“ (Rozhovor 2)*

Několik respondentů uvedlo strach ze stigmatizace:

*„Riziko stigmatizace – přijdu jednou na skupinu a zůstane mi diagnóza sociální fobie nebo psychické nemoci.“ (Rozhovor 6)*

Mezi další obavy a strachy respondenti řadili strach z rozdílného věku účastníků, obavy z toho, že to nepomůže, strach z prolomení anonymity.

### ***„Nedostatek informací“***

Další okruh překážek se vztahuje k nedostatku informací, ať už se jedná o přesný popis místa setkání, průběhu setkání nebo informace o tom, zda je pro mě setkání určené. Rozdělení na subkategorie nemá zcela jasné hranice. Právě nedostatek informací byl často spojován s potřebou mít co nejvíce informací. Je otázkou, nakolik jsou informace nedostatečné a nakolik souvisí potřeba informací právě se strachem nebo s úzkostí:

*„Pocit, že jde člověk mezi neznámé lidi, nikoho nezná. Když mám jít do neznámého prostředí,*

*potřebuju si zjistit co nejvíc informací. Chyběly mi fotky interiéru, fotky ze skupiny (jak to*

*probíhá) a podobně.“ (Rozhovor 3)*

U obou skupin respondentů jsem dotazníkovým šetřením zjišťovala vnímané překážky v účasti na svépomocné skupině. Respondenti mohli uvést více z nabízených odpovědí. Nejčastěji uváděnou odpovědí u všech respondentů byl „příchod do neznámého prostředí“ a druhou nejčastější „strach z nezapadnutí“. U respondentů N = 46 byly další odpovědi řazené sestupně dle četnosti – „strach, že to nepomůže“, „oslovení někoho ze SFingy“ a „ostatní“, u respondentů N = 44 – „oslovení někoho ze SFingy“, „strach, že to nepomůže“ a „ostatní“.

Tabulka 13. Otázka č. 9, „Co vám brání v účasti na svépomocné skupině?“

Varianty odpovědi	Relativní výsledek (N = 44)	Relativní výsledek (N = 46)
strach z nezapadnutí	70,5 %	55 %
strach, že to nepomůže	27,3 %	37,5 %
příchod do neznámého prostředí	84,1 %	70 %
oslovení někoho ze SFingy	43,2 %	27,5 %
ostatní	15,9 %	17,5 %

Zdroj: Vlastní.

### 4.3.3 „Rozhodující okamžik“

Rozhodující okamžik představuje nějakou situaci, rozhodnutí nebo cokoli jiného, co respondenty vedlo k návštěvě svépomocné skupiny. Zajímavé je, že polovina respondentů uvedla jako rozhodující okamžik to, že se dozvěděli o existenci svépomocné skupiny. Proto jsem vytvořila subkategorie „vnější“ zahrnující okamžiky zjištění, že existuje

svépomocná skupina, a „vnitřní“ vyplývající z vnitřních pohnutek.

### **„Vnitřní“**

Pro některé respondenty byla rozhodující pro návštěvu první svépomocné skupiny nějaká významná životní událost:

*„Ve chvíli, kdy mi bylo jasné, že nedokončím úspěšně své první vysokoškolské studium. Bylo to krátce poté, co jsme se dali dohromady s přítelem.“* (Rozhovor 2)

Pro jiné respondenty se jednalo o již zmíněnou sounáležitost a touhu po změně:

*„Připadala jsem si osamělá. Chtěla jsem potkat lidi, kteří budou rozumět tomu, co prožívám.“* (Rozhovor 6)

*„Chtěla jsem o tom získat víc informací. Cítila jsem se osamělá. Byla to naděje, že člověk bude víc mezi lidma.“* (Rozhovor 7)

### **„Vnější“**

Pro několik respondentů představoval rozhodující okamžik chvíli, kdy se dozvěděli o existenci svépomocné skupiny:

*„Psychiatr mi dal letáček, koukala jsem na stránky, a řekla jsem si, že je super, že existuje skupina lidí, kteří něco dělají.“* (Rozhovor 3)

Respondenti N = 44 mohli u otázky: „Co bylo rozhodujícím okamžikem/faktorem, který vás vedl k návštěvě první svépomocné skupiny?“ opět uvést více z nabízených možností. Pro 65,9 % byla rozhodujícím faktorem touha změnit svůj život, pro 45,5 % to, že se dozvěděli o existenci organizace, pro 36,4 % zvědavost a poslední významněji

zastoupenou odpovědí byla „krize v životě nebo očekávaná náročná událost“, kterou uvedlo 31,8 % respondentů.

Tabulka 14. Otázka č. 8 „Co bylo rozhodujícím okamžikem/faktorem, který vás vedl k návštěvě první svépomocné skupiny?“

Varianty odpovědi	Relativní výsledek
to, že jsem se dozvěděl(a) o existenci organizace	45,5 %
zvědavost	36,4 %
touha změnit svůj život	65,9 %
příběh člověka, který sociální fobii překonal	2,3 %
krize v životě nebo očekávaná náročná událost	31,8 %
ostatní	4,5 %

Zdroj: Vlastní.

#### 4.3.4 „Nefunguje“

Poslední dvě kategorie představují to, co v komunikaci ze strany spolku funguje a naopak nefunguje. Zajímavé je, že podle respondentů většina aktivit nefunguje dostatečně a jen málo aktivit funguje špatně. Subkategorie jsem rozdělila na „funguje nedostatečně“ a „funguje špatně“ z toho důvodu, že je mezi nimi velký rozdíl a je potřeba je rozlišit. To, co funguje špatně, z pohledu respondentů znamená, že by probíhat nemělo, mělo by se to změnit. Aktivity fungující nedostatečně by se naopak měly podpořit, zintenzivnit.

#### *„Funguje nedostatečně“*

Komunikační aktivity zmíněné v této subkategorii zpravidla nejsou vnímány jako špatné, ale jen jako nedostatečné. Respondenti vnímají jako potřebné je nějakým způsobem zlepšit. Jeden z respondentů navrhuje použít fotografie při lepším určení místa konání svépomocné skupiny:

*„Určení adresy nebylo až tak dobré, protože se skupina konala v panelákové zástavbě. Pro člověka se sociální fobii je důležité znát přesně místo. Mohla by někde být třeba fotka.“ (Rozhovor 1)*

Někteří respondenti zmínili aktivity, které dlouhodobě probíhají. Vnímají je však jako nedostatečné, což podporuje i fakt, že neví o jejich průběhu.

*„Snažit se víc propagovat SFingu v časopisech. Nevím o tom, že by se tam propagovala. Jak*

*jsem se o SFinze dozvěděla v INEPu, tak by bylo dobré oslovit organizace psychologů nebo*

*psychiatrů, aby SFingu doporučovali klientům.“ (Rozhovor 3)*

Někteří respondenti vidí nedostatky v mnoha oblastech – komunikaci prostřednictvím webu, facebooku, účasti na propagačních akcích a v komunikaci se zahraničními organizacemi.

*„Web není dobrý. Chybí tam informace o sociální fobii. Nejsou tam vždy aktuální informace.*

*Graficky není hezký. Stránka na facebooku - nejsou tam moc příspěvky. Moc se neprezentujeme*

*navenek – na seminářích, konferencích. Chybí komunikace se zahraničím - s jinými organizacema*

*zaměřenými na sociální fobii.“ (Rozhovor 8)*

### ***„Funguje špatně“***

Nejzásadnější mi připadala kritika způsobu prezentace. Respondent se nezaměřil jen na to, jaké aktivity probíhají a zda jsou zajištěny v dostatečné míře, ale na to, do jaké míry odpovídá obsah komunikace tomu, co je reálně poskytováno:

*„Špatně je větší profesionalita, než jak to je. Například nácvik prezentačních dovedností – může to*

*mystifikovat. Působí to dojmem, že skupina je vedená, víc profesionální než ve skutečnosti je.*

*Slibuje to něco, co to nemůže splnit.“ (Respondent 7)*

### **4.3.5 „Funguje“**

Při rozhovorech nebylo možné nevěšmnout si toho, že pro respondenty bylo jednodušší vybavit si komunikační aktivity spolku, které jsou podle nich funkční. Zároveň bylo hodně komunikačních aktivit zmíněno jedním respondentem jako fungujících a jiným jako nefungujících. Fungující aktivity jsem rozdělila do subkategorií „informace“, „podpora“ a „aktivity“.

#### **„Informace“**

Podle většiny respondentů funguje dobře poskytování informací veřejnosti ze strany spolku. Respondenti nejčastěji zmiňovali webové stránky, facebookové stránky, aktuálnost informací nebo informační letáky.

*„Stránky jsou velmi dobré, i ve čtení na mobilu.“ (Rozhovor 1)*

*„Facebookové stránky, dneska jsou na facebooku všichni. Nebo třeba letáky, které byly na Babím létě, to jsou věci, které zaujmou.“ (Rozhovor 3)*

#### **„Podpora“**

Téměř všichni respondenti hodnotili pozitivně podporu, kterou spolek lidem poskytuje. Nejvíce si respondenti z podpory cení nabídky schůzky s někým ze spolku před prvním příchodem na svépomocnou skupinu:



*„Na webu je napsáno, kde se svépomocná skupina koná a zároveň je možné přijít rovnou tam, aniž*

*by se to zdlouhavě řešilo. Líbí se mi bezbariérový přístup, tedy že je to bez poplatku nebo*

*předchozího pohovoru. Fajn je i nabídka, že se s tebou před skupinou někdo sejde, i když jsem ji*

*nevyužil, protože jsem to nestihl.“ (Rozhovor 1)*

Hojně zmiňovaný je také bezbariérový přístup:

*„Taky že je to jasně dané. Na stránkách je napsané místo, takže jsem se nemusel s nikým sejít, psát mail nebo telefonovat. Někde jsem dokonce četl: „Rádi vás mezi sebe přijmeme.“ (Rozhovor 4)*

### **„Aktivity“**

Z probíhajících aktivit vnímají respondenti jako fungující přednášky, spolupráci s dalšími organizacemi a mnohé další:

*„Umíme vysvětlit osobně, co děláme. Lidi si dokáží představit naše činnosti. Besedy. U aktuálních věcí je po popsání dopodrobna. Snažíme se odfiltrovat nejasnosti. Pozitivně bych hodnotil letáky.“ (Rozhovor 8)*

## 5 Návrhy

Návrhy komunikačních opatření vycházejí zejména z výsledků dotazníkového šetření cílové skupiny, tedy respondentů, kteří nenavštěvují svépomocnou skupinu. Cílová skupina je cenným zdrojem informací o sociodemografickém profilu, motivaci a překážkách souvisejících s účastí na svépomocné skupině. Snažila jsem se navrhnout taková komunikační opatření, která by odpovídala charakteristikám cílové skupiny, odrážela její motivaci a bariéry účasti. V menší míře reagují návrhy komunikačních opatření i na výsledky dotazníkového šetření a rozhovorů lidí, kteří svépomocnou skupinu již navštěvují. Jedná se o skupinu lidí, kteří byli před začátkem účasti na svépomocné skupině v pozici cílové skupiny, takže jsou také schopni zamyslet se nad bariérami účasti a zhodnotit svou motivaci k účasti na svépomocné skupině, to, co jim v komunikaci ze strany spolku pomohlo a co by jim naopak mohlo pomoci a co pro ně bylo klíčovým okamžikem, díky kterému začali svépomocnou skupinu navštěvovat. Formulovala jsem návrhy týkající se stávajících komunikačních prostředků, tedy webové stránky, internetových komunit, facebookové stránky, propagace v dalších médiích, propagačních akcí, spolupráce s odborníky, přednášek, besed a letáků, protože se domnívám, že spolek nemá finanční ani personální kapacity na používání většího množství komunikačních nástrojů. Myslím si, že lepšího výsledku bude dosaženo při cílenějším a promyšlenějším využívání stávajících komunikačních prostředků než při předimenzování stávajících kapacit. Navíc spolek využívá širokou škálu komunikačních nástrojů, z nichž každý má při komunikaci spolku svůj význam, což vyplývá z analýzy komunikačních nástrojů. V následujícím textu se pro přehlednost nejprve zabývám obecně návrhy v souvislosti se zjištěními podle jednotlivých kategorií – tedy charakteristik cílové skupiny, motivace a překážek, následně se podrobněji zabývám tím, jak konkrétně by se v praxi daly návrhy realizovat, protože bych byla ráda, aby výstupem práce byly návrhy v takové podobě, aby bylo možné je bez vynaložení příliš velkého dodatečného úsilí použít v praxi.

### 5.1 Charakteristiky cílové skupiny

Webovou stránku považuji spolu se spoluprací s odborníky za klíčové komunikační

nástroje v komunikaci s cílovou skupinou. Cílovou skupinu tvoří převážně mladí lidé, téměř polovina respondentů je ve věku 20–29 let, takže u ní lze předpokládat používání internetu. Přes 9 % respondentů navštěvujících svépomocnou skupinu uvedlo, že se o spolku dozvěděli z webových stránek spolku.

To, že lidé z cílové skupiny i lidé navštěvující svépomocnou skupiny vyhledávají odbornou pomoc, vyplývá i z dotazníkového šetření, proto je spolupráce s odborníky možností, jak oslovit osoby z cílové skupiny. V oblasti spolupráce s odborníky jsem formulovala konkrétní návrhy oslovování nových odborníků a udržování kontaktu se spolupracujícími odborníky (více v kapitole „Spolupráce s odborníky“).

Téměř polovina respondentů uvedla, že nezná spolek pro lidi se sociální fobií, přitom jsem dotazníky pro cílovou skupinu distribuovala ve dvou internetových komunitách, ve kterých probíhá zveřejňování příspěvků dobrovolníky spolku. Navrhuji začít v těchto komunitách sdílet zkušenosti od účastníků svépomocné skupiny, případně dalších aktivit spolku, které dají víc do kontextu vlastní prožitek lidí se sociální úzkostí nebo fobií a aktivity spolku.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že se někteří účastníci svépomocné skupiny o skupině dozvěděli právě z přednášek nebo besed. Na přednášky jsou velmi pozitivní ohlasy a nenašla jsem způsob, jak na základě zjištění diplomové práce více zpřístupnit cílové skupině jejich formát, proto jsem se v návrzích zaměřila spíše na organizační stránku přednášek.

13 % cílové skupiny odpovědělo, že se nachází ve věkové kategorii do 19 let, proto jsou besedy zajímavé i z pohledu cílové skupiny. Návrhy na zlepšení besed souvisí s využitím poznatků o motivaci cílové skupiny.

## 5.2 Motivace

Nejčastější motivací v návštěvě svépomocné skupiny pro cílovou skupinu představuje porozumění sociální fobii a tomu, jak se s ní dá pracovat, vzájemně si poskytovat sociální podporu mezi lidmi se sociální fobií a mít kde nacvičovat sociální a komunikační dovednosti. Ze zpětné vazby účastníků svépomocné skupiny vím, že všechny uvedené motivace jsou něčím, kvůli čemu lidé na svépomocnou skupinu chodí,

ale spolkem to není veřejně prezentováno. Jeden z návrhů týkajících se webových stránek je zveřejňování příběhů účastníků svépomocné skupiny. Jednalo by se o sepsání vlastní zkušenosti účastníků. Bylo by možné vybrat právě takové příběhy, které by odrážely motivaci cílové skupiny. Zajímavé je, že motivace účastníků poměrně přesně zrcadlí poslání spolku, i přes to, že přibližně polovina respondentů cílové skupiny spolek vůbec nezná: „Posláním spolku je vytvářet bezpečné a podporující prostředí pro lidi trpící sociální úzkostí, sociální fobií nebo vyhubou poruchou osobnosti, ve kterém dochází k vytváření nových vztahů, sdílení pocitů a problémů a zdokonalování sociálních dovedností, což přispívá k vyššímu sebevědomí, zmírňování úzkosti a k lepšímu zapojení do společnosti“ (Stanovy, 2014). Spolek tedy nabízí něco, po čem u cílové skupiny existuje poptávka. Problémem je, že spolek nemá příliš volné kapacity na to, aby se intenzivněji věnoval propagaci. V rámci využití stávajících kapacit by bylo možné tyto motivační faktory, které jsou zároveň posláním spolku a tím, o co se spolek reálně snaží, zmiňovat na veřejných akcích – tedy přednáškách, besedách a propagačních akcích.

### 5.3 Překážky

Strach z příchodu do neznámého prostředí představuje pro cílovou skupinu nejčastěji uváděnou překážku v účasti na svépomocné skupině. Z tohoto důvodu navrhuji na webové stránce podrobně vysvětlit činnost spolku, průběh svépomocné skupiny a zodpovědět co nejvíc potenciálních otázek. Informace o svépomocné skupině by se měly kromě průběhu svépomocné skupiny soustředit zejména na informace o tom, jak najít místo konání. Právě nepřesné určení místa konání a nedostatek informací o svépomocné skupině byly uváděny respondenty při rozhovorech jako překážky účasti na svépomocné skupině. Ke zmírnění strachu z neznámého prostředí spolu s obavou, že účast na svépomocné skupině nepomůže, by mohly sloužit příběhy účastníků svépomocné skupiny zveřejněné na webových stránkách.

Další obavy cílové skupiny zahrnují strach z oslovení někoho ze spolku a strach z nezapnutí, které bych chtěla ošetřit zveřejněním fotografií členů výboru a fotografií různých aktivit pořádaných spolkem na webových stránkách. Na absenci fotek na webových stránkách si stěžoval i účastník svépomocné skupiny při rozhovoru. Strach

oslovit někoho ze spolku zohledňuji i při návrhu na zodpovídání otázek potenciálních účastníků svépomocné skupiny. Otázky navrhuji zjišťovat aktivně, například formou anonymních online dotazníků.

## **5.4 Komunikační nástroje**

### **5.4.1 Online komunikační nástroje**

#### **5.4.1.1 Webová stránka**

Webovou stránku považuji za jeden z nejvhodnějších komunikačních prostředků spolku pro komunikaci s cílovou skupinou. Vzhledem k tomu, že cílovou skupinu tvoří téměř z poloviny respondenti ve věku 20–29 let, lze u nich předpokládat používání internetu. Výhodu online komunikačních nástrojů spatřuji v tom, že se k informacím může dostat nesrovnatelně větší množství lidí než v případě přednášek nebo například besed. V porovnání s komunikací prostřednictvím Facebooku nebo se sdílením informací v internetových komunitách umožňují webové stránky publikaci mnohem většího množství informací, které lze přehledně strukturovat. Možnost podrobného vysvětlení činnosti spolku, průběhu svépomocné skupiny a zodpovězení co nejvíce potenciálních otázek by mohly zmírnit strach cílové skupiny z příchodu do neznámého prostředí, což podle výsledků dotazníkového šetření brání cílové skupině v účasti na svépomocné skupině. Vzhledem k tomu, že se plánuje vznik nových webových stránek, formulovala jsem konkrétní návrhy na úpravu webových stránek.

#### ***Fotky***

Na webových stránkách nejsou žádné fotografie. Vzhledem k tomu, že obavy cílové skupiny zahrnují jak strach z nezapadnutí, tak i strach z oslovení někoho ze spolku, navrhuji umístit na webové stránky jak fotografie členů výboru včetně předsedy, tak i fotografie z různých aktivit pořádaných spolkem (po získání souhlasu osob, které

na fotografiích figurují). Ideálně by měly fotografie zachycovat všechny aktivity, které spolek v současné době pro osoby se sociální fobií pořádá, tedy svépomocnou skupinu, volnočasové aktivity a sebezkušenostní pobyty. Z rozhovoru vyplývá, že absenci fotek na webových stránkách vnímají i účastníci svépomocné skupiny, jeden z nich například uvedl: „*Na webu by mohlo být víc fotek, aby to bylo víc přátelské.*“ (Rozhovor 4)

### ***Informace o svépomocné skupině***

Z dotazníkového šetření i z rozhovorů vyplynulo, jak je důležité poskytnout podrobné informace o svépomocné skupině. Příchod do neznámého prostředí představuje nejčastěji uváděnou bariéru účasti na svépomocné skupině. Na webových stránkách by podle mého názoru mělo být uvedeno co nejvíce informací, které by mohly potenciální účastníky zajímat, zejména informace o průběhu svépomocné skupiny a o tom, jak najít místo setkání. Jeden z respondentů si stěžoval na nepřesné určení místa konání svépomocné skupiny: „*Určení adresy nebylo až tak dobré, protože se skupina konala v panelákové zástavbě. Pro člověka se sociální fobií je důležité znát přesně místo. Mohla by někde být třeba fotka.*“ (Rozhovor 1) Respondenti uváděli během rozhovorů právě nedostatek informací jako velmi častou překážku. Nejčastěji se nedostatek informací týkal právě popisu svépomocné skupiny. Aktuálně jsou na webových stránkách stručně popsány následující oblasti informací o svépomocné skupině – pro koho je určena, jak probíhá, pravidla skupiny, kdy a kde, jak se připojit na pondělní setkání. Navrhuji delší a výstižnější popis zejména průběhu skupiny a místa setkání. Z průběhu skupiny i z místa setkání by bylo vhodné umístit na webové stránky fotografie (tak, aby to neohrozilo nikoho z účastníků skupiny), v případě místa setkání i mapku. Na web by se souhlasem účastníků a změnou osobních údajů bylo možné umístit popis průběhu jedné nebo více svépomocných skupin, ideálně z pohledu účastníka. Na webových stránkách je zmíněna nabídka individuálního setkání před prvním příchodem na svépomocnou skupinu, kterou mnoho respondentů hodnotilo velmi pozitivně. Tuto nabídku v praxi využívá velké množství nově příchozích účastníků, proto bych se snažila na tuto nabídku co nejvíce upozorňovat. Úskalím těchto setkání je nutnost předem se nahlásit na e-mail spolku. Protože cílová skupina i účastníci svépomocné skupiny vnímají jako překážku účasti na svépomocné skupině oslovení někoho ze spolku, navrhuji jednou měsíčně setkání

zájemců o svépomocnou skupinu s jedním zástupcem spolku bez nutnosti předem se jakkoli hlásit. Zástupce spolku by byl každý měsíc přítomen na předem stanoveném místě, aniž by věděl, zda dorazí jakýkoli zájemce o svépomocnou skupinu. Zájemci by tam měli možnost přijít bez nahlášení, případně si až na místě setkání rozmyslet, zda se setkání zúčastní či nikoli. Na tomto setkání by byli vítáni i přátelé či rodinní příslušníci zájemců, kteří se bojí přijít sami.

### ***Příběhy účastníků svépomocné skupiny***

Domnívám se, že ke zmírnění bariér vnímaných cílovou skupinou by mohly sloužit reálné příběhy účastníků svépomocné skupiny. Nejčastějšími bariérami je strach z neznámého prostředí a obavy, že cílové skupině účast na svépomocné skupině nepomůže. Jednou variantou, která mě napadla, je vybrat mezi účastníky svépomocné skupiny osoby, které měly před prvním příchodem na svépomocnou skupinu stejné obavy, a požádat je o sepsání jejich vlastní zkušenosti. Jednalo by se zejména o prožívání emocí před příchodem na skupinu a jejich pocity v průběhu doby, kdy na skupinu chodí. Další možností by bylo zaměřit se spíše na posílení motivace cílové skupiny zprostředkováním zkušeností o tom, co účast na svépomocné skupině účastníkům přinesla.

### ***Často kladené dotazy***

Dotazy, které se často opakují v e-mailech od osob chystajících se k první návštěvě svépomocné skupiny, případně se při zpětné vazbě od nového účastníka svépomocné skupiny ukáže, že mu určité informace chyběly, by bylo dobré formou kategorie „Často kladené dotazy“ zodpovědět na webových stránkách. Dotazy by bylo možné rozdělit na ty, které by byly adresované organizátorům svépomocné skupiny, a na ty, které by byly adresované účastníkům svépomocné skupiny. Organizátoři jsou sice zároveň i účastníky svépomocné skupiny, ale je pravdou, že jejich postavení může být některými účastníky skupiny vnímáno trochu odlišně a pro případné zájemce o účast na svépomocné skupině by zodpovězení určitého okruhu dotazů přímo účastníky mohlo působit důvěryhodněji. Vzhledem k tomu, že téměř 30 % lidí z cílové skupiny uvedlo jako bariéru účasti na svépomocné skupině „oslovení někoho ze SFingy“, navrhuji, aby organizátoři

svépomocné skupiny aktivní formou zjišťovali, na jaké otázky by chtěli potenciální účastníci znát odpověď. Je sice možné vycházet z dotazů již zaslaných na e-mail, případně zjištěných při zpětné vazbě od nových účastníků, jak již jsem navrhovala, nicméně úskalím tohoto přístupu je, že nevyjdou najevo dotazy té části cílové skupiny, která pociťuje tak silný strach někoho ze spolku oslovit, že ho neosloví. Přesto by při aktivním úsilí organizátorů svépomocné skupiny mohl být poskytnut prostor i této části cílové skupiny. Jedinou možností, jak oslovit cílovou skupinu, je oslovení online, proto bych zvolila anonymní dotazníky, které by umožňovaly adresovat konkrétní dotazy organizátorům, případně účastníkům svépomocné skupiny. Všechny dotazy by byly veřejným způsobem zodpovězeny a ty, které by se opakovaly, by byly zařazeny do kategorie „Často kladené dotazy“.

#### **5.4.1.2 Internetové komunity**

Možnosti komunikace v internetových komunitách pro lidi se sociální fobií jsou velmi omezené a mají různá úskalí, na druhou stranu je jejich obrovskou výhodou, že sdružují pouze osoby se sociální fobií. V komunitách není možné publikovat příspěvky příliš často kvůli negativním reakcím návštěvníků komunit a není ani možné zveřejňovat příliš dlouhé příspěvky, protože by je s velkou pravděpodobností nikdo nečetl. Myslím si, že by i nadále měly být v internetových komunitách zveřejňovány události pořádané spolkem jako jsou sebezkušenostní pobyty nebo přednášky, domnívám se ale, že je zcela opomíjeno informování o svépomocné skupině a o spolku jako takovém. Téměř polovina respondentů uvedla, že nezná spolek pro lidi se sociální fobií, přitom jsem dotazníky pro cílovou skupinu distribuovala ve dvou internetových komunitách, ve kterých probíhá zveřejňování příspěvků dobrovolníky spolku. Jako vhodnou formu komunikace na těchto fórech shledávám sdílení zkušeností účastníky svépomocné skupiny, případně dalších aktivit spolku. Domnívám se, že pro osoby, které spolek neznají, je krátká informace o nadcházející události nedostatečná. Pokud bych chtěla zveřejnit pozvánku na nadcházející svépomocnou skupinu, bylo by možné připojit stručný popis minulé skupiny z pohledu účastníka. Informace o spolku jako takovém navrhuji rovněž zveřejňovat sdílením zkušeností osob, které participují na aktivitách spolku. Nenásilnou formou by se čtenáři fóra dozvěděli něco o spolku způsobem komunikace, která je



diskuzním fórům vlastní, tedy sdílením vlastních zkušeností a názorů.

#### **5.4.1.3 Facebooková stránka**

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že se nikdo z účastníků svépomocné skupiny o skupině nedozvěděl z Facebooku. Facebooková stránka je tedy vhodnější pro osoby, které spolek již znají a mají zájem sledovat informace, které spolek s veřejností komunikuje. Protože se v návrzích komunikačních opatření zaměřují zejména na cílovou skupinu, nebudu se komunikací prostřednictvím facebookové stránky nadále zabývat, i když nepochybně existuje mnoho aspektů, na kterých by bylo potřeba v komunikaci na Facebooku zapracovat.

#### **5.4.1.4 Další mediální aktivity**

Propagace formou dalších online i offline médií je, podle analýzy vnější komunikace, poměrně sporadická, což je způsobeno časovou náročností této komunikace. Na druhou stranu se otvírá obrovský prostor pro další analýzy, spolupráci s odborníky a dobrovolníky, zvýšení povědomí odborné i laické veřejnosti o spolku a s tím spojené zvýšené povědomí cílové skupiny o spolku. Nemyslím si, že je v silách stávajícího realizačního týmu spolku se věnovat propagaci v dalších médiích ve větší míře, než jak se tomu věnuje doposud, na druhou stranu je možné obrátit se na dobrovolníky, kteří by s touto oblastí mohli pomoci. Mohlo by se jednat o studenty medicíny, psychologie, žurnalistiky, případně osoby z podobných oborů z praxe. Vzhledem k citlivé povaze spolku, potažmo cílové skupiny, by bylo vhodné vypracovat komunikační plán, který by zahrnoval informace o tom, v jakých médiích spolek propagovat, při jakých příležitostech, jakým způsobem nebo jak často. Existuje obrovský potenciál prezentovat silné příběhy, které by mohly být pro veřejnost zajímavé, na druhou stranu existují mnohá rizika s tím spojená. Jak se prezentace osobního příběhu dotkne života a emocí prezentovaného? Jak bude vnímán spolek veřejností? Jak to bude vnímáno cílovou skupinou, neodradí je to například od návštěvy svépomocné skupiny?

### **5.4.2 Offline komunikační nástroje**

### **5.4.2.1 Propagační akce**

Propagační akce jsou kromě přednášek zatím jedinou možností pro veřejnost, jak se se zástupci spolku setkat. Zároveň představují příležitost i pro zájemce o účast na svépomocné skupině, aby o spolku zjistili více informací, případně se zeptali na vše, co je zajímavé. Kromě distribuce letáků, která na propagačních akcích běžně probíhá, navrhuji prezentovat poslání spolku, které odpovídá motivaci k účasti cílové skupiny na svépomocné skupině. Motivace zahrnuje zejména porozumění sociální fobii a tomu, jak se s ní dá pracovat, vzájemně si poskytovat sociální podporu mezi lidmi se sociální fobií a mít kde nacvičovat sociální a komunikační dovednosti. Poslání spolku by mělo být zmiňováno i na přednáškách a besedách.

### **5.4.2.2 Spolupráce s odborníky**

Vzhledem k tomu, jak funguje svépomocný spolek, je na místě zmínit, že spolupráce s odborníky nespočívá v poskytování služeb profesionálů prostřednictvím spolku, ale v nabízení možnosti, jak zapracovat sám na sobě s podporou lidí, kteří mají stejné nebo podobné problémy. Spolek se neprezentuje jako alternativa odborné péče ani jako doplněk této péče. Je na každém, jak bude ke svépomocné skupině přistupovat. Spolupráce s odborníky je díky povaze spolku klíčová. Spolu s webovými stránkami považuji spolupráci s odborníky za oblast, do které je potřeba aktuálně investovat nejvíc úsilí. I když pro účast na aktivitách spolku není nutné mít stanovenou diagnózu od psychologa či psychiatra, sociální fobie je těmito odborníky diagnostikována. To, že lidé z cílové skupiny i lidé navštěvující svépomocnou skupinu vyhledávají odbornou pomoc, vyplývá i z dotazníkového šetření. 37% osob z cílové skupiny uvedlo, že nemá žádnou zkušenost s odbornou psychologickou či psychiatrickou péčí. Přibližně 39 % navštěvuje či navštěvovalo psychiatra a přibližně 35 % navštěvuje či navštěvovalo psychologa. Z osob, které navštěvují svépomocnou skupinu, nemá zkušenost s psychiatrickou či psychologickou péčí pouze asi 9 % osob a počty lidí vyhledávajících odbornou péči jsou ještě vyšší než u cílové skupiny. Stejně jako u webových stránek jsem se rozhodla formulovat několik konkrétních návrhů týkajících se spolupráce s odborníky. Zde bych jen

zmínila, že spolupráce probíhá zejména emailovým představením spolku odborníkům a emailovým zasláním letáčku o spolku. Ve výjimečných případech je letáček odborníkům doručen osobně.

### ***Oslovování nových odborníků***

Domnívám se, že oslovování odborníků, se kterými není navázána spolupráce, pouze e-mailem, není funkční. K tomuto závěru mě vede uvědomění si, že se všemi odborníky, kteří aktuálně svým klientům doporučují svépomocnou skupinu, je navázán i osobní kontakt. Osobním kontaktem je v jednom případě to, že představování spolku proběhlo cestou osobního setkání, v jiném případě se jedná o kooperaci spolku a odborníka při pořádání pravidelných přednášek o sociální fobii na vysoké škole. Důvodem, proč nefunguje pouze e-mailová komunikace, může být mnoho – přetíženost odborníků, velké množství doručených e-mailů, to, že je e-mail nezaujme... Vzhledem k tomu, že již několikrát ve spolku padl návrh ohledně obousměrné spolupráce s odborníky, který by spočíval v tom, že by odborník doporučoval svým klientům spolek, ale zároveň by byl účastníkům spolku doporučován daný odborník, vhodný způsob oslovování odborníků by mohl spočívat v oslovení odborníků, se kterými již je navázán osobní kontakt, tedy těch, ke kterým nějaký z účastníků svépomocné skupiny dochází či docházel. Úskalím tohoto přístupu je zachování bezpečí účastníka skupiny a omezený počet odborníků, k nimž účastníci dochází. Proto je nutné aplikovat opatření ošetřující zmíněná úskalí. Zachování bezpečí účastníka skupiny by bylo zachováno tak, že by účastníci jmenovali odborníky pouze v případě, že by sami chtěli. Zároveň by se s každým účastníkem prodiskutovaly možnosti oslovení odborníka – zdá má být zmíněno jméno účastníka atp. Počet odborníků, ke kterým účastníci dochází, je sice v daném časovém okamžiku omezený, na druhou stranu na svépomocnou skupinu přichází v průběhu času noví účastníci, kteří mohou docházet k různým odborníkům, a i dlouhodobí účastníci svépomocné skupiny mohou v průběhu času docházet k různým odborníkům. Pokud by přesto došlo k tomu, že by zástupci spolku měli kapacitu věnovat se oslovování odborníků, ale mezi účastníky spolku by nebyly kontakty na neoslovené odborníky, bylo by na čase zamyslet se nad dalšími způsoby vyhledání odborníků. Osobně se domnívám, že nejvhodnějším způsobem informování odborníků by bylo informování ze strany účastníků svépomocné skupiny

z toho důvodu, že odborník zná svého klienta a jeho klient zná svépomocnou skupinu. Nejednalo by se tedy o přenos strohých informací vytržených z kontextu jako je tomu u komunikace e-mailem, ale o sdílení vlastních zkušeností. Klient by mohl s odborníkem jak sdílet svou zkušenost se svépomocnou skupinou, tak i odborníkovi předat osobně informační letáčky pro případnou distribuci mezi další klienty. Pokud by účastník svépomocné skupiny nechtěl oslovit odborníka přímo, oslovení by proběhlo telefonicky s odvoláním na daného klienta (jméno by v hovoru figurovalo pouze v případě, že by s tím klient souhlasil). Cílem telefonického hovoru by bylo velmi stručné informování odborníka o činnosti spolku a hlavně sjednání osobního setkání, v průběhu kterého by zástupci spolku předali odborníkovi informační letáčky a informovali ho o aktivitách spolku, zejména svépomocné skupině. Pokud by odborník neměl čas či zájem sejít se se zástupci spolku osobně nebo by se dlouhodobě nedařilo se mu dovolat, až v tuto chvíli bych zvolila cestu zaslání e-mailu. I v e-mailu bych se odvolala na to, že na svépomocnou skupinu dochází klient odborníka. To by podle mě mohlo být pro odborníka zprávou, že další informace v e-mailu se ho týkají a mohly by být užitečné i pro další klienty. Jak jsem již zmínila na začátku tohoto odstavce, oslovování odborníků prostřednictvím e-mailu nepovažuji za vhodné, proto navrhuji v případě použití e-mailu změnit jeho obsah. Tělo e-mailu by mělo být co nejstručnější a odkazovat na informace v přílohách. Kromě informačního letáku v příloze bych do přílohy navrhovala dát video s referencemi účastníků svépomocné skupiny a stručnou powerpointovou prezentaci o organizaci. Video ani prezentace zatím neexistuje, čas strávený jejich tvorbou by dle mého názoru nebyl investován nadarmo. Účastníci poskytující reference by byli vybíráni na základě vlastního zájmu referenci poskytnout, zároveň považuji za důležité, aby referenční video nebylo poskytováno k jiným účelům než při prezentaci spolku odborníkům. Powerpointová prezentace by měla být stručná ale výstižná, obsahovat informace o poslání spolku, jeho aktivitách, fotografie z již proběhlých aktivit a veškeré možné kontakty na jednotlivé zástupce spolku a spolek jako takový.

### ***Udržování kontaktu se spolupracujícími odborníky***

S odborníky, kteří se spolkem již spolupracují, nedochází k prakticky žádné komunikaci, což vzhledem k jejich klíčovému významu pro spolek, považuji za chybu.

Měla by být nastavena pravidla popisující, jak často s odborníky komunikovat, v jakých záležitostech a kdo ze spolku bude kontaktní osobou. Myslím si, že minimálně jednou ročně, například o vánočních svátcích, by mělo být odborníkům zasláno přání s poděkováním za spolupráci. Bylo by projevem vděčnosti ze strany spolku a zároveň vyjádřením toho, že zástupci spolku nemusí odborníky kontaktovat pouze ve chvíli, kdy je to pro spolek strategicky užitečné. Na druhou stranu v současné době nedochází ke komunikaci s odborníky ani ve chvíli, kdy by prostřednictvím odborníků bylo možné propagovat různé události, které by odborníci mohli šířit mezi své klienty – přednášky nebo sebezkušenostní pobyty. V případě informování o aktivitách pořádaných spolkem považují za důležité poskytnout informaci s dostatečným s předstihem. Mnoho klientů navštěvuje psychiatra třeba jednou měsíčně, proto by nemělo velký smysl informovat odborníka o termínu konání akce týden před akcí. Pokud by byla časová prodleva příliš dlouhá, je pravděpodobné, že lidé zapomenou na danou událost. Navrhovala bych o termínu události informovat přibližně měsíc před konáním události. Na základě vyhodnocení komunikačních opatření by bylo možné tuto dobu zkrátit nebo prodloužit. Protože má být spolupráce s odborníky oboustranná, je nutné pravidelně zjišťovat možnosti a podmínky přijímání nových klientů odborníky. Navrhuji telefonickou aktualizaci jednou za půl roku, jejímž cílem by bylo aktualizovat stávající kontakty na odborníky, zeptat se na volné kapacity přijímání nových klientů, na zpoplatnění služeb, potřebu doručit odborníkům další letáky o spolku a zjištění zpětné vazby na spolupráci (zda je neobtěžují zasílané e-maily o událostech, zda by preferovali donést tištěné materiály...).

### **5.4.2.3 Přednášky**

Přednášky jsou kromě propagačních akcí jedinou událostí určenou pro širokou veřejnost. Jsou pořádány v rámci přednášek na pedagogické fakultě, ale jsou kromě studentů fakulty volně přístupné i širší veřejnosti. Velkým rozdílem oproti propagačním akcím je, že cílem přednášek je osvěta. Informují o sociální fobii jak z pohledu odborníka a jeho praxe, tak i z pohledu životního příběhu člověka se sociální fobií. Z pozitivního ohlasu účastníků přednášky je patrné, že ji považují za prospěšnou. Z dotazníkového šetření vyplývá, že se někteří účastníci svépomocné skupiny o skupině dozvěděli právě

z přednášek nebo besed. Oproti svépomocné skupině je role účastníka přednášky pasivní, proto se domnívám, že by pro určitou část cílové skupiny mohlo být schůdnější zúčastnit se přednášky než svépomocné skupiny. Na přednášce jsou poskytovány i základní informace o spolku a svépomocné skupině, proto jsou vhodné i pro cílovou skupinu, která zatím svépomocnou skupinu nenavštěvuje. Z pohledu cílové skupiny vnímám jako motivační prvek příběh člověka se sociální fobií. V příbězích zpravidla zaznívá, jak účast na aktivitách spolku ovlivnila životní příběh člověka. Nevýhodou stávajících přednášek je omezená kapacita přednáškového sálu a konání přednášek v denních hodinách. Doporučovala bych vyzkoušet realizaci přednášky konané ve večerních hodinách na nějaké více neutrální půdě než je pedagogická fakulta. V minulém roce se konala přednáška formou sdílení osobního příběhu (chybělo tedy zastoupení odborníka) ve večerních hodinách ve Skautském institutu, kde byla kapacita sálu během přednášky naplněna. Jednou možností je vystavět obsah přednášky spíš na sdílení vlastní zkušenosti, což umožňuje konání bezplatné přednášky v případě, že se podaří zajistit bezplatný prostor konání akce.

#### **5.4.2.4 Besedy**

Informování o sociální fobii prostřednictvím osobních příběhů probíhá i formou besed na středních školách. 13 % cílové skupiny odpovědělo, že se nachází ve věkové kategorii do 19 let, proto jsou besedy zajímavé i z pohledu cílové skupiny. Myslím si, že podobně jako u přednášky může působit na účastníka besedy motivačně slyšet osobní příběh člověka se sociální fobií. Stejně jako u přednášek, i u besed se objevují velmi pozitivní zpětné vazby jak z pohledu učitelů a výchovných poradců, tak i z pohledu žáků samotných. Domnívám se, že u besed je důležité zlepšit zejména způsob propagace, který není příliš dobrý. V současné době se zabývám zlepšením propagace besed, nesouvisí to ale příliš s tématem této diplomové práce, proto se tím na tomto místě nebudu více zabývat.

#### **5.4.2.5 Letáky**

Letáky samy o sobě nejsou příliš dobrým komunikačním nástrojem, zvláště z pohledu

cílové skupiny. Z mého pohledu jsou skvělým doplňkovým komunikačním nástrojem v kombinaci s jiným komunikačním nástrojem, který jsem v diplomové práci zmiňovala. Jejich přidanou hodnotou je to, že lidé dostanou fyzicky nějaký materiál v případě akcí pro veřejnost a v případě online distribuce umožňují shrnutí nejdůležitějších informací na jednom místě. Mé doporučení zaměřené na letáky je vytvořit druhou stranu letáku týkající se svépomocné skupiny. Leták je velmi obecný a tak, jak je koncipován nyní, cílí na naprosto neurčitý okruh lidí. Vzhledem k tomu, že svépomocná skupina je základním kamenem činnosti spolku a letáky jsou distribuovány z velké části právě kvůli poskytnutí informací cílové skupině, navrhuji vytvořit druhou stranu na míru cílové skupině.

## 6 Diskuze

V teoretické části diplomové práce jsem uvedla dvě perspektivy, kterými je pohlíženo na svépomocné skupiny – perspektivu profesionální léčby a perspektivu dobrovolné akce. Porovnáním fungování spolku pro lidi se sociální fobií, jeho poslání, cílů a činností, jsem došla k závěru, že se spolek dotýká obou perspektiv, ale převažující je perspektiva dobrovolné akce, jejíž optikou jsem pro účely diplomové práce na spolek pohlížela. Z pohledu perspektivy profesionální léčby jsou důležité rozpoznatelné výsledky, do popředí zájmu se dostává změna, psychologický a sociální efekt na individuální úrovni, což je do jisté míry v souladu s posláním spolku: „Posláním spolku je vytvářet bezpečné a podporující prostředí pro lidi trpící sociální úzkostí, sociální fobií nebo vyhýbavou poruchou osobnosti, ve kterém dochází k vytváření nových vztahů, sdílení pocitů a problémů a zdokonalování sociálních dovedností, což přispívá k vyššímu sebevědomí, zmírňování úzkosti a k lepšímu zapojení do společnosti“ (Stanovy, 2014). Na druhou stranu to, co odlišuje perspektivu profesionální léčby od perspektivy dobrovolné akce je to, že terapeutický pohled hovoří ve prospěch ústupu z občanského života v důsledku soustředění se na vlastní zájmy (Bauman, 1999; Marcello a Perrucci, 2000 citováni in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Snahou spolku není stavět účastníky do pasivní role, ale zapojovat je do aktivit spolku – účastníci skupiny si sami tvoří program svépomocné skupiny, mohou působit jako besedující na školách, kde se snaží formou osobního příběhu předat studentům vlastní zkušenosti se sociální fobií či úzkostí, jsou vybízeni k organizaci neformálních aktivit spolku a mají možnost zapojit se do organizačního a administrativního zajištění chodu spolku.

Z pohledu perspektivy dobrovolné akce se na svépomocné skupiny pohlíží jako na kategorii sociálních hnutí (Kelleher citován in Chaudhary, Avis, Munn-Giddings, 2012). Přestože jsou svépomocné skupiny „limitovanou“ formou sociálních hnutí, která tkví v nepolitickém charakteru svépomocných skupin, tento model participace v sociálních hnutích používám k rozklíčování jednotlivých faktorů, jež mají na participaci vliv. Proto se v diplomové práci soustředím na charakteristiky cílové skupiny, motivaci k účasti a bariéry účasti.

Charakteristiky cílové skupiny jsem zjišťovala dotazníkovým šetřením. Otázky se týkaly pohlaví, věku, nejvyššího dosaženého vzdělání, ekonomického statusu, zkušeností



s odbornou psychologickou nebo psychiatrickou péčí a toho, jakým způsobem se o spolku dozvěděli. Při návrhu komunikačních opatření jsem zohlednila zejména věk účastníků, zkušenosti s odbornou psychologickou nebo psychiatrickou péčí a to, jakým způsobem se o spolku dozvěděli. To, že téměř polovina cílové skupiny spadá do věkové kategorie 20–29 let a přes 9 % respondentů navštěvujících svépomocnou skupinu uvedlo, že se o spolku dozvěděli z webových stránek spolku, přispělo k výběru webové stránky jako hlavního komunikačního nástroje spolku spolu se spoluprací s odborníky. To, že lidé z cílové skupiny i lidé navštěvující svépomocnou skupinu vyhledávají odbornou pomoc, vyplývá i z dotazníkového šetření, proto je spolupráce s odborníky možností, jak oslovit osoby z cílové skupiny.

Motivaci jsem zjišťovala jak rozhovory, tak i pomocí dotazníkového šetření. Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že nejčastější motivaci k návštěvě svépomocné skupiny pro cílovou skupinu představuje porozumění sociální fobii a tomu, jak se s ní dá pracovat, vzájemně si poskytovat sociální podporu mezi lidmi se sociální fobií a mít kde nacvičovat sociální a komunikační dovednosti. Během otevřeného kódování jsem identifikovala subkategorie motivace, které jsou v souladu s výsledky dotazníkového šetření. Jedná se o subkategorie „získávání dovedností“, „řešení problému“, „sounáležitost“ a „lidé“. Díky rozhovorům jsem lépe porozuměla konkrétním motivačním faktorům účastníků, například tomu, jaké konkrétní dovednosti chtěli jednotliví respondenti získat nebo jaký problém chtěli řešit. Odpovědi související s členstvím ve skupinách, které souvisí s identitou, byly poměrně hojně zastoupeny (všechny tři přibližně stejně), ale dominujícím motivem bylo mít kde nacvičovat sociální a komunikační dovednosti. Protože perspektiva dobrovolné akce klade důraz na zapojení do občanského života, důležitou součástí dotazníků bylo zjištění, zda se účastníci svépomocné skupiny angažují i jinak, než jen účastí na svépomocné skupině. Zjistila jsem, že 31,8 % respondentů se angažuje i jinak. Instrumentální motivaci, tedy touhu podílet se na změně svého sociálního prostředí, uvedlo jako motivační faktor 41,2 % respondentů. Nejčastější motivací ale byla seberealizace, kterou uvedlo 64,7 % respondentů. Zajímavé je, že motivace účastníků poměrně přesně zrcadlí poslání spolku, i přes to, že přibližně polovina respondentů cílové skupiny spolek vůbec nezná. Vedlo mě to k nápadu více prezentovat poslání spolku a jeho cíle a aktivity, jež jsou v souladu s posláním, protože odráží motivaci respondentů.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že strach z příchodu do neznámého prostředí představuje pro cílovou skupinu nejčastěji uváděnou překážku v účasti na svépomocné skupině. Z tohoto důvodu navrhuji na webové stránce podrobně vysvětlit činnost spolku, průběh svépomocné skupiny a zodpovědět co nejvíc potenciálních otázek. Další obavy cílové skupiny zahrnují strach z oslovení někoho ze spolku a strach z nezapadnutí, které bych chtěla ošetřit zveřejněním fotografií členů výboru a fotografií různých aktivit pořádaných spolkem na webových stránkách. Praško uvádí jako nejčastější důvody nevyhledání léčby lidmi se sociální fobií stigma psychické nemoci, strach z rozhovoru s neznámými lidmi, přesvědčení, že neexistuje účinná léčba, nebo znechucení postoji zdravotních profesionálů (2005: 24). Překážky jsem během analýzy rozhovorů rozdělila na subkategorie „strach“ a „nedostatek informací“. Právě strach ze stigmatizace, neznámých lidí a že by účast na svépomocné skupině nemusela pomoci, spadá do subkategorie strach a zároveň to odpovídá důvodům nevyhledání léčby, které uvádí Praško.

Při představování faktorů ovlivňujících participaci a nejdůležitějších zjištění, jež se jich týkají, jsem zmínila i některé z návrhů komunikačních opatření. Během formulace návrhů jsem vycházela i z analýzy vnější komunikace. Zjistila jsem, že spolek využívá jak offline, tak i online komunikační nástroje. Mezi online nástroje patří webová stránka spolku, komunikace prostřednictvím internetových komunit sdružujících lidi se sociální fobií, facebooková stránka spolku a další mediální aktivity. Mezi offline nástroje patří propagační akce, spolupráce s odborníky, přednášky, besedy a letáky.

Informace o komunikačních nástrojích užívaných spolkem spolu s charakteristikami cílové skupiny, motivací a bariérami účasti na svépomocné skupině mi umožnily navrhnout komunikační opatření, která jsou na míru potřebám cílové skupiny. Návrhy jsem formulovala pro všechny aktuálně využívané komunikační nástroje, ale zaměřila jsem se zejména na webovou stránku a spolupráci s odborníky. Návrhy týkající se webové stránky jsem rozdělila na čtyři oblasti – fotky, informace o svépomocné skupině, příběhy účastníků svépomocné skupiny a často kladené dotazy. Navrhuji na web umístit jak fotografie členů výboru, tak i fotografie z různých aktivit pořádaných spolkem. Informování o svépomocné skupině by se mělo týkat informací o tom, jak najít místo setkání a jak probíhá svépomocná skupina. Jednou z forem informací o svépomocné skupině jsou reálné příběhy účastníků svépomocné skupiny. Kvůli strachu z oslovení někoho ze spolku jako překážky

v účasti na svépomocné skupině navrhuji jednou měsíčně pořádat setkání zájemců o svépomocnou skupinu bez nutnosti se předem jakkoli hlásit. Dobrovolníci spolku by měli vyvíjet aktivní úsilí při zjišťování otázek cílové skupiny, které by pak na webových stránkách či přímo tazateli, zodpovídali. Co se týče spolupráce s odborníky, navrhuji změnit neosobní oslovování emailem, které není příliš funkční, na přímé oslovování odborníků klienty, již zároveň navštěvují svépomocnou skupinu. Klient by tak mohl odborníkovi zprostředkovat vlastní zkušenost se svépomocnou skupinou a přímo mu předat letáčky, které by odborník mohl distribuovat mezi své další klienty. Formulovala jsem rovněž několik návrhů v oblasti udržování kontaktu se spolupracujícími odborníky, které spočívá například v propagaci aktivit spolku prostřednictvím odborníků.

## 7 Závěr

Jako cíl práce jsem si stanovila navržení nových způsobů komunikace svépomocného spolku pro lidi se sociální fobií. Výzkumné otázky se zaměřovaly na zjištění stávajících způsobů komunikace spolku, charakteristik cílové skupiny, motivace k účasti na svépomocné skupině, bariér účasti na svépomocné skupině a navržení vhodných způsobů komunikace na základě zjištěných informací.

V teoretické části se zabývám teoretickými pohledy na svépomocné skupiny, participaci, bariérami účasti a motivaci. Popis konstrukce vzorku, sběru a analýzy dat je součástí empirické části. Zjištění vyplývající z analýzy komunikačních nástrojů, dotazníkového šetření a rozhovorů prezentuji v kapitole „výsledky“. Na základě prezentovaných výsledků formuluji návrhy komunikačních opatření.

Diplomovou práci jsem psala s cílem využití formulovaných návrhů v praxi. Vzhledem k tomu, že jsem jak členem spolku, tak i jedním z členů výboru spolku a podílím se na jeho chodu, plánuji svou diplomovou práci včetně návrhů představit na členské chůzi, nebo samostatném setkání členů spolku uspořádaném za tímto účelem. Po prodiskutování návrhů a shodě na tom, které z nich budeme v praxi realizovat, se ujmu jejich implementace.

## 8 Seznam literatury

Acarturk, C., Graaf, Ron de, Straten, A. Van, Have, M. Ten, Cuijpers, P. *Social phobia and number of social fears, and their association with comorbidity, health-related quality of life and help seeking*. *Social Psychiatry & Psychiatric Epidemiology* 43:273–279. [online]. 2008. [cit. 12. 9. 2015]. Dostupné z:

<<http://web.b.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=18&sid=bc54af44-0696-4d40-91ae-9a48bfde3d3f%40sessionmgr120&hid=102>>

Avis, Mark; Elkan, Ruth; Patel, Seeta; Walker, Barbara-Anne; Ankti, Neruma; Bell, Caroline. *Ethnicity and participation in cancer self-help groups*. *Psycho-Oncology*. 17 (9): 940-947. [online]. 2008. [cit. 24. 10. 2015]. Dostupné z:

<<http://web.b.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=bc54af44-0696-4d40-91ae-9a48bfde3d3f%40sessionmgr120&hid=102>>

Bačuvčík, Radim. 2011. *Marketing neziskových organizací*. Zlín: VeRBuM.

Brown, Louis D., Wituk, Scott. 2010. *Mental Health Self-Help*. New York: Springer.

Brown, P., Zavestoski, S., McCormick, S., Mayer, B., Morello-Frosch, R., Gasior Altman, R. *Embodied health movements: New approaches to social movements in health*.

*Sociology of Health & Illness* 26 (1): 50–80. [online]. 2004. [cit. 11. 10. 2015]. Dostupné z: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9566.2004.00378.x/epdf>>

Coles, Meredith E., Coleman, Shannon L. *Barriers to treatment seeking for anxiety disorders: initial data on the role of mental health literacy*. *Depression and anxiety* 27: 63-71. [online]. 2010. [cit. 8. 12. 2015]. Dostupné z:

<<http://web.b.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=16&sid=bc54af44-0696-4d40-91ae-9a48bfde3d3f%40sessionmgr120&hid=102>>

Corden A., Sainsbury R. 2006. *Using verbatim quotations in reporting qualitative social research: researchers' views*. York: Social Policy Research Unit, University of York.

Damen, S., van Hove, E. and Mortelmans, D. *Self help groups in Belgium: Their place in the care network*. *Sociology of Health & Illness* 22 (3): 331–348. [online]. 2000. [cit. 3. 10. 2015]. Dostupné z: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9566.00207/epdf>>

Disman, Miroslav. 2002. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum.

Field, Andy. 2009. 3. vyd. *Discovering Statistics using SPSS*. ThousandOaks: SAGE.

Gabrhelík, Roman, Miovský, Michal. *History of Self-help and “Quasi-self-help” groups in the Czech Republic: development and current situation in the institutional context of drug services*. *Journal of Groups in Addiction & Recovery* 4(3): 137–158. [online]. 2009. [cit. 25. 10. 2015]. Dostupné z:

<<http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=498ac35b-959a-4bd8-8dfd-c5eccac735b9%40sessionmgr4004&vid=11&hid=4114>>

Hendl, Jan. 2005. *Kvalitativní výzkum*. Praha: Portál.

Hogg, Michael A, Hohman, Zachary P. , Rivera, Jason E. *Why Do People Join Groups? Three Motivational Accounts from Social Psychology*. *Social and Personality Psychology Compass* 2 (3): 1269-1280). [online]. 2008. [cit. 6. 10. 2015]. Dostupné z:

<<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1751-9004.2008.00099.x/pdf>>

Holmes, Kirsten, Slater, Alix. *Patterns of Voluntary Participation in Membership Associations*. *Nonprofit and voluntary section quarterly* 41 (5): 850-869. [online]. 2012. [cit. 14. 10. 2015]. Dostupné z: <<http://nvs.sagepub.com/content/41/5/850>>

Chamak, B. *Autism and social movements: French parents' associations and individual autistic organisations*. *Sociology of Health & Illness* 30 (1): 76–96. [online]. 2008. [cit. 8. 10. 2015]. Dostupné z: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-9566.2007.01053.x/epdf>>

Chaudhary, Sarah, Avis, Mark a Munn-Giddings, Carol. *Beyond the therapeutic: A Habermasian view of self-help groups' place in the public sphere*. *Social Theory & Health* [online]. 2012. [cit. 27. 9. 2015]. Dostupné z: <<http://www.palgrave-journals.com/doi/10.1057/sth.2012.14>>

Jakubíková, D. 2009. *Strategický marketing. Strategie a trendy*. Praha: GRADA.

Karlsson, M., Jeppsson, G.E. and Hansson, J. *Self help groups in the welfare state: Treatment program or voluntary action?* *Non-profit Management and Leadership* 13(2): 155–167. [online]. 2002. [cit. 2. 10. 2015]. Dostupné z:

<<http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=3e21b03f-baeb-4361-bda5-a012a8365c73%40sessionmgr4003&vid=1&hid=4101>>

Praško, Ján, Jana Vyskočilová, Lucie Pígllová, Jana Prašková. 2005. *Sociální fobie*. Praha: Portál.

Purk, Janice K. *Support groups: Why do people attend?* *Rehabilitation Nursing* 29 (2): 62-67. [online]. 2004. [cit. 1. 12. 2015]. Dostupné z:

<<http://search.proquest.com/docview/218304174/fulltextPDF/562CE7C7F5FA4804PQ/1?accountid=15618>>

Scambler, Graham, Kelleher, David. *New social and health movements: Issues of representation and change*. *Critical Public Health* 16(3): 219–231. [online]. 2006. [cit. 4.

11. 2015]. Dostupné z:

<<http://web.b.ebscohost.com.ezproxy.is.cuni.cz/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=2fcf8e6f-1571-4855-a5e7-7987d1837eb4%40sessionmgr111&vid=4&hid=101>>

Snow, David A., Sarah A. Soule, Hanspeter Kriesi. 2004. *The Blackwell Companion to Social Movements*. Oxford: Blackwell Publishing

*Stanovy spolku Spolek SFinga*. 2014. Spolek SFinga.

Švaříček, Roman, Šed'ová, Klára a kol. 2007. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál.

[www.sfingaos.cz](http://www.sfingaos.cz), Spolek SFinga [cit. 28. prosince 2015].

## 9 Seznam tabulek

Tabulka 1. Analýza příspěvků facebookové stránky Spolek SFinga.....	48
Tabulka 2. Otázka č. 6 „Jak jste se o SFinze dozvěděli?“ .....	53
Tabulka 3. Otázka č. 1 „Jaké je vaše pohlaví?“ .....	54
Tabulka 4. Otázka č. 2 „Kolik je vám let?“ .....	55
Tabulka 5. Otázka č. 3 „Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?“ .....	55
Tabulka 6. Otázka č. 4 „Jaký je váš ekonomický status?“ .....	56
Tabulka 7. Otázka č. 5, „Jaké máte zkušenosti s odbornou psychologickou nebo psychiatrickou péčí?“ .....	57
Tabulka 8. Otázka č. 6, „Znáte spolek SFinga zaměřující se na lidi se sociální fobíí?“ .....	57
Tabulka 9. Otázka č. 7, „Měli byste zájem o účast na svépomocné skupině pro lidi se sociální fobíí?“ .....	58
Tabulka 10. Otázka č. 8, „Jaká je vaše motivace k tomu, abyste začali navštěvovat svépomocnou skupinu?“ .....	62
Tabulka 11. Otázka č. 10 „Angažujete se ve SFinze i jinak, než účastí na svépomocné skupině?“ .....	63
Tabulka 12. Otázka č. 11 „Jaká byla vaše motivace k tomu začít se angažovat ve SFinze i jiným způsobem než účastí na svépomocné skupině?“ .....	63
Tabulka 13. Otázka č. 9, „Co vám brání v účasti na svépomocné skupině?“ .....	66
Tabulka 14. Otázka č. 8 „Co bylo rozhodujícím okamžikem/faktorem, který vás vedl k návštěvě první svépomocné skupiny?“ .....	67



## 10 Seznam obrázků

Obrázek 1. Faktory ovlivňující participaci. ....	33
Obrázek 2. Kategorie .....	58

## **11 Seznam příloh**

Příloha 1. Dotazník pro internetové komunity.....	97
Příloha 2. Dotazník pro osoby navštěvující svépomocnou skupinu .....	100
Příloha 3. Seznam kategorií a kódů .....	104

## Příloha 1. Dotazník pro internetové komunity

SFinga

Dotazník

Dobrý den, dotazník je určen lidem se sociální fobií nebo úzkostí. Zaměřuje na svépomocnou skupinu pořádanou spolkem SFinga a je určen lidem, kteří tuto svépomocnou skupinu nikdy nenavštívili. Jeho vyplnění nezabere více než 5 minut. Kde to dává smysl, je možné uvést i více odpovědí. V případě jakýchkoli dotazů se na mě můžete obrátit emailem [irrelevantday@seznam.cz](mailto:irrelevantday@seznam.cz).  
Děkuji, Tereza Vyšatová

### **Jaké je vaše pohlaví? \***

žena

muž

### **Kolik je vám let? \***

<19

20-24

25-29

30-34

35-39

>40

### **Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání? \***

základní

střední s výučním listem

střední s maturitou

vyšší odborné

bakalářské

magisterské

Other:

### **Jaký je váš ekonomický status? \***

pracující

nezaměstnaný

pracující student

ekonomicky neaktivní - na mateřské dovolené

ekonomicky neaktivní - invalidní důchodce

ekonomicky neaktivní - student

Other:

**Jaké máte zkušenosti s odbornou psychologickou nebo psychiatrickou péčí? \***

žádné

navštěvuji/navštěvoval(a) jsem individuálně psychologa

účastnil(a) jsem se skupinové psychoterapie

navštěvuji/navštěvoval(a) jsem psychiatra

byl(a) jsem v léčebně

účastním/účastnil(a) jsem se stacionáře

využil(a) jsem krizové intervence

Other:

**Znáte spolek SFinga zaměřující se na lidi se sociální fobii? \***

ano

ne

**Měli byste zájem o účast na svépomocné skupině pro lidi se sociální fobii? \***

ano

ne

nevím

**Jaká je vaše motivace k tomu, abyste začali navštěvovat svépomocnou skupinu?**

Odpovídejte pouze v případě, že máte zájem o účast na svépomocné skupině.

zvýšit důvěru v sebe sama začleněním do skupiny

získat pocit sounáležitosti sdíleným vnímání světa s ostatními členy skupiny

cítit větší jistotu díky identifikaci se skupinou v oblasti vnímání, pocitů, přístupu a chování

mít kde nacvičovat sociální a komunikační dovednosti

vzájemně si poskytovat sociální podporu mezi lidmi se sociální fobii

porozumět sociální fobii a tomu, jak se s ní dá pracovat

Other:

**Co vám brání v účasti na svépomocné skupině?**

Odpovídejte pouze v případě, že máte zájem o účast na svépomocné skupině.

strach z nezapadnutí  
strach, že to nepomůže  
příchod do neznámého prostředí  
oslovení někoho ze SFingy  
Other:

**Jak by vám mohla SFinga pomoci v tom, abyste skupinu navštívili?**

Odpovídejte pouze v případě, že máte zájem o účast na svépomocné skupině.

## Příloha 2. Dotazník pro osoby navštěvující svépomocnou skupinu

SFinga

dotazník pro účastníky svépomocné skupiny

### **Jaké je vaše pohlaví? \***

žena

muž

### **Kolik je vám let? \***

<19

20-24

25-29

30-34

35-39

>40

### **Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání? \***

základní

střední s výučním listem

střední s maturitou

vyšší odborné

bakalářské

magisterské

Other:

### **Jaký je váš ekonomický status? \***

pracující

nezaměstnaný

pracující student

ekonomicky neaktivní - na mateřské dovolené

ekonomicky neaktivní - invalidní důchodce

ekonomicky neaktivní - student

Other:

### **Jaké máte zkušenosti s odbornou psychologickou nebo psychiatrickou péčí? \***

žádné

navštěvuji/navštěvoval(a) jsem individuálně psychologa

účastnil(a) jsem se skupinové psychoterapie

navštěvuji/navštěvoval(a) jsem psychiatra

byl(a) jsem v léčebně

účastním/účastnil(a) jsem se stacionáře

využil(a) jsem krizové intervence

Other:

**Jak jste se o SFinze dozvěděli? \***

z webu [www.sfingaos.cz](http://www.sfingaos.cz)

z facebookových stránek SFingy

z internetu (kromě [www.sfingaos.cz](http://www.sfingaos.cz) a facebookových stránek)

od psychologa/psychiatra

na osobní doporučení někoho ze SFingy

z besed nebo přednášek

znal jsem skupinu lidí ze SFingy již před vznikem organizace

Other:

**Jaká byla vaše motivace k tomu, abyste začali navštěvovat svépomocnou skupinu? \***

zvýšit důvěru v sebe sama začleněním do skupiny

získat pocit sounáležitosti sdíleným vnímáním světa s ostatními členy skupiny

cítit větší jistotu díky identifikaci se skupinou v oblasti vnímání, pocitů, přístupu a chování

mít kde nacvičovat sociální a komunikační dovednosti

vzájemně si poskytovat sociální podporu mezi lidmi se sociální fobií

porozumět sociální fobii a tomu, jak se s ní dá pracovat

Other:

**Co bylo rozhodujícím okamžikem/faktorem, který vás vedl k návštěvě první svépomocné skupiny? \***

to, že jsem se dozvěděl(a) o existenci organizace

zvědavost

touha změnit svůj život

příběh člověka, který sociální fobii překonal

krize v životě nebo očekávaná náročná událost

Other:

**Co vnímáte jako možné překážky pro člověka se sociální fobií v tom, aby začal svépomocnou skupinu navštěvovat?\***

strach z nezapadnutí  
strach, že to nepomůže  
příchod do neznámého prostředí  
oslovení někoho ze SFingy  
Other:

**Angažujete se ve SFinze i jinak, než účastí na svépomocné skupině?\***

ano  
ne

**Jaká byla vaše motivace k tomu začít se angažovat ve SFinze i jiným způsobem než účastí na svépomocné skupině?**

Odpovídejte pouze v případě, že jste na předchozí otázku odpověděli "ano".

touha podílet se na změně svého sociálního prostředí  
solidarita s lidmi se sociální fobií  
zábava  
seberealizace  
vyzkoušení si nových věcí  
Other:

**Pocítujete úzkost ze sociálního vyloučení?\***

ano  
ne

**Pocítujete existenční úzkost (úzkost spojená s vědomím vlastní smrtelnosti)?\***

ano  
ne

**Pocítujete nejistotu ohledně vaší osoby a okolního světa?\***

ano  
ne

Příloha 3. Seznam kategorií a kódů

MOTIVACE K PŘÍCHODU



### 1. lidé

cizí lidé (1-6a), jediná možnost být mezi lidmi (2-6a), samota (2-6a),

### 2. získání dovedností

nácvik expozic (1-6a), naučit se se prezentovat (1-6b), oslovování dívek (1-6d), řešení nelineární situace (1-6d), požádat o pomoc (1-6e), naučit se projevovat emoce (1-6f), zacházení s emocemi (1-6f), oslovování holek (4-6a), zlepšení sociálních dovedností (4-6b), nácviky (6-6a), prezentace (6-6b),

### 3. řešení problému

shazování se (1-6c), doporučení psychiatra (3-6), problémy se seznámením (4-6a), řešení problému (5-6b), diagnóza SF psycholožkou (7-6b), překvapení při zjištění diagnózy (7-6c), intenzivní práce na sobě (8-6a), změna (1-6d), začít nový život (4-6c),

### 4. sounáležitost

seznámení se „svými“ (5-6a), seznámení se „svými“ (6-6a), sdílení se „svými“ (6-6a), kontakt se „svými“ (7-6d), sdílení problému se „svými“ (7-6e), poznání lidí se SF (8-6b)

## ROZHODUJÍCÍ OKAMŽIK

### 1. vnitřní

letos (1-7b), vhodná forma skupinové KBT (1-7d), specifická cílová skupina (1-7d), prostor pro vyjádření (1-7e), unikátní organizace (1-7f), nedokončení školy (2-7a), po navázání partnerského vztahu (2-7b), nový rok (4-7a), osamělost (7-7a), být mezi lidmi (7-7a), osamělost (6-7), seznámení se „svými“ (6-7), touha po změně (5-7a)

### 2. vnější

letáček od psychiatra (3-7a), návštěva webu (3-7a), letáček (4-7a), web (4-7b), facebookové stránky (4-7b), fotky (4-7b), informace o skupině (8-7), informace (7-7a)

## PŘEKÁŽKY

### 1. nedostatek informací

potřeba informací (3-8b), absence fotek (3-8b), nepřesné určení adresy (1-10a), neznalost průběhu (8-8a), nebudu vědět, co dělat (8-8a), neznalost průběhu (8-13a), neví, jestli může přijít (8-13c)

### 2. strach

strach z cizích lidí (2-8c), neznámí lidé (3-8a), strach z cizích lidí (4-8b), strach jít mezi cizí lidi (1-13c), neznámých lidí (2-13a), strach z cizích lidí (4-13), strach z cizích lidí (6-8b), strach z cizích lidí (6-8b), strach z cizích lidí (6-8b), strach z neznámých lidí (8-13c), neznalost prostředí (2-8d), neznámé prostředí (3-8a), cizí prostředí (3-13), strach z neznámého prostředí (4-13), strach z nového prostředí (7-13a), strach ze zákazu rodiči (2-8b), strach z neznámé situace (2-8c), strach z nenalezení místa setkání (4-8a), strach z neznámé situace (2-13a), komunikace (2-13a), ztracení (2-13b), strach z nezapadnutí (6-

8a), strach z tlaku (6-13c), strach z nezapadnutí (6-8a), strach po cestě (7-13c), strach vkročit tam (7-13c), odhodlat se (7-13c), strach, zda to pomůže (7-13d), obavy, že nic nepomůže (7-13e),

## FUNGUJE

### 1. informace

stránky jsou dobré (3-10a), webové stránky (1-11a), aktuální informace na webu (2-11), facebookové stránky (3-11a), letáky (3-11a), osobní názor (4-11a), skupina na facebooku (5-11), aktuální informace (5-11), facebook (6-11a), informace o konání akcí (7-11a), informace o aktuálních akcích (8-11b), letáky (8-11c), informace na webu (1-9a), informace o setkáních z internetu (2-9), fotky na facebooku (4-9a), termíny setkání na webu (4-9a), informace na webu (5-9a), popis průběhu setkání (5-9a), informace o setkání (8-9b)

### 2. podpora

diskuzní fórum (1-11a), osobní setkání (6-11a), zodpovězení dotazů mailem (6-11b), neohlášený příchod (1-9b), bezbariérový přístup (1-9c), schůzka před setkáním (1-9c), nabídka osobního setkání (3-9), bezbariérový přístup (4-9b), vřelé pozvání (4-9c), osobní setkání (8-9a), průvodce (7-9a), osobní schůzka (7-9a), přijít s někým (7-9a), bezpečí (7-9b), nemuset se účastnit (7-9b), uklidnění (7-9b)

### 3. aktivity

spolupráce s dalšími organizacemi (4-11b), přednášky (7-11a), umíme vysvětlit, co děláme (8-11a), besedy (8-11a),

## NEFUNGUJE

### 2. funguje nedostatečně

prvotní kontakt přes terapeuta, rodinu, známé (1-12b), vytráčení ze socialnifobie.info (2-12a), doporučování SFingy odborníky (2-12b), propagace v časopisech (3-12a), doporučování odborníky (3-12b), absence fotek na webu (4-12a), rozdávání letáčků (4-12a), znalost SFingy odbornou veřejností (5-12a), prezentace navenek (8-12c), chybí komunikace se zahraničím (8-12c), web (8-12a), stránka na facebooku (8-12b), specifikace místa setkání (4-10a), fotky na webu (4-10a), přátelský dojem (4-10b), osobní setkání (4-10b), fotka (1-10b), fotky na webu (3-10a), chatování s někým ze skupiny (6-9), ideo ze skupiny (5-10a), podrobnější popis průběhu skupiny (5-10b),

### 3. funguje špatně

NGO market (4-12b), efektivita (4-12b), roztržitost informací prezentovaných online (6-12a), dojem větší profesionality (7-12a), dojem vedené skupiny (7-12b), slibuje něco nesplnitelného (7-12c)