

Jak se žije prodejcům Nového prostoru?

ANALÝZA ROZHOVORU

Úvod

Cílem výzkumu je zkoumání situace sociálně exkludovaných jedinců, kteří řeší svoji momentální životní situaci (nezaměstnanost, chudoba) prodejem časopisu Nový prostor. Předpokládáme, že tito prodejci zároveň pobírají sociální dávky, dorovnávací jejich příjem k hranici životního minima (to nám slouží jako cesta k identifikaci člověka, kterému je přiznán status chudého). Jde o zachycení životní situace takto vyloučených jedinců a také o poznání procesu, díky kterému se jedinec do nepříznivé situace dostal. Sledovali jsme významné změny v životě exkludovaných jedinců i to, jak je tito jedinci vnímají a interpretují. Zjišťovány byly také strategie, které tito jedinci využívají ke svému každodennímu životu, i ty, kterými se jedinci snaží svoji situaci zlepšit. Otázkou také je, zda a jak sociálně vyloučení lidé toto vyloučení pociťují, a jak (a zda) se jejich exkluze reálně projevuje.

Analýza

Mým komunikačním partnerem byl pan Jiří Kostka, prodejce Nového prostoru. Je mu 45 let, má základní vzdělání (nedokončená střední škola). Po počátečním váhání jsem jej požádala o rozhovor; i když podporu nepobírá, má na ni právo a dlouhou dobu ji pobíral. Nový prostor jako značka charakterizující cílovou skupinu a jako cesta k aktivnímu řešení momentální situace, se stal pro pana Kostku cestou k „osamostatnění se“, tedy záměrné nezávislosti na státu. A i tak může vypadat život na podpoře a přitom bez podpory.

V rozhovoru jsem se pokusila skrze postupně se vytvářejících sítí kódů dentifikovat odpovědi na tři základní výzkumné otázky, které jsme si předem stanovili:

A: Jak se žije prodejcům Nového Prostoru?

B: Jak vypadal proces vývoje nepříznivé situace prodejce?

C: Jaká je identita prodejce?

A: Jak se žije prodejcům Nového Prostoru? (v současné době – dimenze ekonomická, sociální, kulturní, struktura dne – aktivity)

Ekonomická dimenze

Komunikační partner bydlí na ubytovně, za kterou teď, po zdražení, platí 105 Kč/noc. Díky tomu, že časopisy prodává denně celý den, uživí sebe i svého psa. Tvrdí, že denně vydělá zhruba 200,- Kč (20 časopisů). Jednou se však stalo, že prodal časopisy jen dva, naopak jeho rekord je 35 časopisů za den. Žádný vedlejší příjem nemá. Má sice právo na podporu, pro kterou by však musel jezdit do Ostravy. To se mu nechce, říká, že cesta stojí peníze a jemu uchází zisk za prodej, navíc prohlašuje: „já od státu nic nechci a stát ať nechce nic ode mě.“ Mimo nahrávku uvedl, že si dokonce koupil mobilní telefon. Kredit v něm však nemá, mobil má proto, aby jej mohli kontaktovat ostatní.

Sociální vazby

Komunikační partner byl celkem třikrát ženatý. Jeho poslední žena odešla podle jeho slov se Svědky jehovovými, v době, kdy ještě podnikal. I když není ve styku s rodinami, překvapil tím, že má přehled o momentálním životě svých dětí: nejstarší dcera vystudovala JAMU, nejmladší syn (11) skončil v Brně v domově dětí (jeho matka ho opustila). Pan Kostka slyšel, že má příbuzné nebo dospělé přátele, kteří za ním jezdí a starají se o něj, péči tedy syn má a sám se mu prý vnucovat nechce. Na své děti je pyšný. Momentálně žije sám, nemá partnerku (tvrdí, že mu to vyhovuje).

Podle svých slov nemá opravdové přátele, ale známých má ve svém okolí dost, mimo jiné z řad klientů. Na dotaz, jestli má blízké přátele v NP, odpověděl „tak tam už vůbec ne“, ale známých tam prý má také dost.

Strategie

Prodej je pro p. Kostku cestou ke zlepšení situace, strategií v cestě pryč z magického kruhu nezaměstnanosti a nouze. Není to sice řešení konečné, ale je to cesta o stupínek výš.

a) každodenní (daily routines)

Ráno vstává pan Kostka v pět hodin, dá si kávu, jde vyvenčit psa. To je ranní rutina. , Prodává od sedmi až do půl šesté – půl sedmé večer, s výjimkou hodin mezi 8 a 9 hod. a 12 a 13 hod., kdy je v denním centru vyzvednout si časopisy. Večer se vrací na ubytovnu. Všechny dny v týdnu se odvíjejí stejně kromě pondělka, kdy hraje s kapelou v oblíbené hospodě. Rutinu přerušují také občasná aktivity, které jsou spojeny s NP.

b) vedoucí ke zlepšení situace

Komunikační partner tvrdí, že v minulosti se aktivně snažil najít si práci, kvůli záznamu v rejstříku trestů však žádnou nesehnal. Momentálně si práci aktivně nehledá, občas má nějaké nabídky od kolemjdoucích, ale nikdy nic nevyšlo (údajně z důvodu záznamu v rejstříku). Rozhovor mimo záznam však svědčí i o jiných faktorech (komunikační partner uvedl, že má vyšší finanční nároky, které nabídky nesplňovaly).

V současné době pracuje spíše na způsobech, jak zlepšit svou současnou situaci v rámci NP (snaha udělat prodejčům reklamu v rádiu, TV, snaha zvýraznit se skrze rozhovory s osobnostmi, které by byly publikované v NP). Identita prodejce, která je pro komunikačního partnera zjevně důležitá (viz níže), je cestou ke zlepšení stávající situace, především po finanční stránce – k tomu směřují ve finále i všechny aktivity, kterým se ve svém volném čase věnuje:

„Jo, takže jenom zviditelnit ty kluky, nás, sebe samozřejmě, protože to mě, nám přinese víc peněz, konkrétním lidem. A o to tady jde. Proto ty aktivity... (...) Já zviditelním sebe, to prvořadě, jo, teoreticky nebudu prodávat 15 časopisů denně, ale pětatřicet, tím budu mít víc peněz, tím se vyřeší další věc.“

Soc. exkluze

Komunikační partner ji občas pocítuje v chování ze strany okolí. Stává se, že se mu posmívá mládež:

„...já k tomu přistupuju jako k práci, to znamená – tyhle lidi, kterejm to nemyslí, jo, tak takhle budou vykřikovat na prodavačku v trafice, na policajta, kterej de po ulici, jo...“

Komunikační partner se odvolává během rozhovoru na klienty, kteří ho znají – ti prý vědí, že je slušný člověk. Občas prý také cítí „z pánů podnikatelů“, že jej berou jako „hňupa, co chlastá a chrápe pod mostem.“ Zdá se ale, že jako větší stigma, než je NP, vnímá svůj pobyt ve vězení. To je dle něj důvod, proč nemůže sehnat práci a na fakt, že ji nemá, se pak váže všechno ostatní, co souvisí s jeho situací.

B: Jak vypadal proces vývoje nepříznivé situace prodejce ? (jak se do ní dostal, co se změnilo, jaká je perspektiva do budoucna)

Interpretace situace

a) statická

Komunikační partner, po roce 1989 podnikatel, se živil drobným prodejem bytového textilu, bižuterie, lepidel, lepících pistolí, které mu také zřejmě přinesly slušný majetek:

„Já jsem kdysi dávno podnikal, celkem relativně úspěšně, taky jsem relativně úspěšně ty peníze roztáčet, to byla moje chyba, že jo, protože v těch devadesátých letech, na začátku devadesátých let jsme skočili do něčeho, o čem jsme neměli žádné představy...“

Peníze tedy začal prohrávat (ruleta, dostihy...) a v roce 1996 měl infarkt. Zde je výpověď pana Kostky trochu nejasná, tvrdí, že dva roky marodil. Manželky jej mezitím zažalovaly za nezaplacené alimenty (60.000 Kč) a on šel na 3,5 roku do vězení. Vzhledem k dobrému chování byl po dvou letech propuštěn.

To je také zlomový moment. Komunikační partner se neměl kam z vězení vrátit, přišel o vše, i o byt. Bydlel v ubytovnách, ve špatných podmínkách, bez peněz.

„Já sem zůstal v Ostravě, jsem rodilej ostravák, celý život sem tam žil, sem tam nějaká ta brigáda, nějaký sociální dávky, že jo, jenomže to obnášelo, tu sociální dávku, to obnášelo strašném problém, jo, protože záleží na období, že jo, vyjde nařízení v nějakém období a podobně. To obnášelo třeba i třikrát měsíčně chodit na ten pracák, na tu sociálku a chodil jsem na pracák vlastně jenom proto, aby mi tam sdělili, že vzhledem k mému postižení (komunikační partner má 16 dioptrií – pozn. výzkumnice) a tomu, že sem byl ve výkonu trestu, nic není...“

Pan Kostka se začal toulat po městech a dělal příležitostné práce. Nakonec zakotvil v olomoucké charitě, kde se setkal s možností prodávat NP, začal a kvůli tomu, že se prodávala noclehárna, ve které bydlel, přešel před rokem do Brna.

První den v NP není pro pana Kostku nijak výjimečný, nevnímá jej jako změnu. Zřejmě proto, že byl na podobný způsob prodeje zvyklý. Celkově vnímá příchod k NP jako velmi pozitivní změnu v životě, má kladný postoj k této práci a zdá se, že mu poskytla i možnost sebeúcty a vytvoření si nové identity.

b) dynamická

Pan Kostka za svou situaci částečně viní sebe – v mezi důvodů, které jsou spojeny se způsoby, jakými přišel o peníze a dostal se do vězení: „já sem si žil za velký peníze...“ říká. Několikrát zdůrazňuje, že vydělával peníze, o kterých se mu asi dříve ani nesnilo. Co se však týče způsobu, jakým o ně přišel, pokaždé však z tématu velmi rychle uhýbá jinam.

V dalším směřování se interpretace situace často kryje s **institucemi**, resp. „systémem“ v ČR:

„...tady je problém se z toho dostat, dostat se zase do toho normálního koloběhu, jak je většina tohoto národa. Protože když jednou spadnete do nějakého průšvihů, z tama kam. Já už sem byl potrestaný za to, jo, proč mě teda trestají dál? Toto je dáno systémem.“

Na žádost, aby vysvětlil, jestli je jeho současná situace důsledkem vlastních chyb nebo špatného systému odpověděl:

„No, jako základní problém je určitě v nás. Nás, kteří sme se do toho dostali. Ale svým způsobem nás k tomu dohnal i systém. V každém případě. Ten systém je takový, jaký prostě je a když člověk nemá nějaké zázemí, prostě nějakou, no, tak padne velice rychle. Třeba panáček(?), není dobře rozumět), v kapse dejme tomu sto tisíc a žádný problém. Pozejtří může stát vedle mě. To de rychlejš než nový boty, jako...“

Komunikační partner má, zdá se, potřebu legitimizace vlastní pozice – nemluví o sobě, ale o „nás“, zdůrazňuje, že sám není ničím odlišný od „normálních“ lidí – vždyť se přece to stejné může stát každému.

C: Jaká je identita prodejce ? (sebereflexe, vnímání vlastního společenského statusu a statusu „zákazníků“)

Identita

a) sebereflexe

Pan Kostka má nárok na sociální podporu včetně příplatků do životního minima, avšak přestal si pro ně na základě vlastního rozhodnutí do Ostravy jezdit. Důvody nejsou jen ve finanční a časové náročnosti dojíždění, když započteme uniklý zisk, pořád by na tom vydělal. „Já od státu nic nechci a stát ať nechce nic ode mě,“ říká pan Kostka.

A já zase, aktivní blbec, sem řekl, že když mi zařídí, abych ho mohl mít v ubytovně, tak si ho vezmu

Připouští, že je bezdomovec, ale jedním dechem zdůrazňuje, že se od ostatních liší – tím, že nemá čas. Je zřejmé, že práce pro NP je pro něj pozitivní změnou v životě:

..ve svý podstatě sem bezdomovec. Tudiž člověk, kterej by měl mít relativně mnoho času. Ale já ho prostě nemám! Nemám čas. Jak jste se mě ptala, kdy budu mít čas, tak já říkám „pořád nebo vůbec“.

b) Prodejce NP

Pan Kostka se plně ztotožňuje s rolí prodejce NP. Tento postoj je velmi často spojen s pozitivním „přístupem k práci prodejce NP“, kterou vnímá – a neopomene to často zdůraznit – jako práci jako každou jinou. Dalším pojítkem je „změna díky NP,“ tedy pozitivní přínos práce prodejce NP, která pozitivně ovlivnila jeho život. O prodejcích mluví v plurálu jako o „nás“, ale také jako o lidech, kteří jsou mimo „normální koloběh, jako je většina národa.“ Zároveň je však identita prodejce NP něčím více, něčím, co se odlišuje od obyčejných bezdomovců:

„Já sem ale člověk, kterej neskončí jako spousta těch lidí na nádražích a ve špině, prostě a živí se já nevím s čím, žebráním a podobně. Já potřebuju dělat, prostě něco dělat. Těma časákama se z toho člověk nedostane, jo, to je logické, ale stejně, je to práce...“

Vzhledem k tomu, že pan Kostka se silně a pozitivně identifikuje s rolí prodejce NP, což vnímá jako normální práci, nezabývá se příliš podle vlastních slov faktem, že ze strany některých lidí zažívá na ulici odmítnutí, stigmatizaci. Sám tuto práci jako stigma nevnímá, když přiznává, že existuje. Už kdysi se však živil jako prodejce různého zboží (prezentace na výstavách apod.), takže současné diskriminační projevy vnímá jako normální součást práce prodejce.

Práce prodejce NP je hluboce spojena s vnímáním sebe sama komunikačního partnera, sám se tak reflektuje:

Jo, baví mě to, kdyby mě to nebavilo, tak nedělám ty další aktivity, který dělám (p. Kostka ještě dělá rozhovory pro NP, hraje v hospodě, podílí se na organizaci akcí NP). A prostě, kdybych se na to vybod, prodal pár časáků a šel si lehnout tamhle na ubytovnu, jak to někteří dělaj, a kašlu na to, na večeři a na bydlení mám, kašlu na to, tak to ne...

c) volný čas

Téměř všechnen volný čas pana Kostky je zaplněn prodejem NP nebo aktivitami, které s provozem NP a činností prodejců souvisejí. Podílel se na organizaci vystoupení podjců na hradě Veveří v rámci prezentační akce neziskových organizací, inicioval a podílel se na úpravě zahrady v domě, kde sídlí kontaktní centrum, z vlastní iniciativy kontaktoval předsedu ústavního soudu JUDr. Pavla Rychetského a ombudsmana JUDr. Otakara Motejla, se kterými si domluvil rozhovor pro NP. Plánuje kontaktovat regionální TV Fatem a rádio Student se žádostí o prostor na prezentaci prodejců NP a jejich aktivit. V tomto směru je pan Kostka výjimkou mezi brněnskými prodejci.

Volný čas je u komunikačního partnera téměř výlučně propojen s „Identitou prodejce NP“ a s „vnímáním současné práce u NP“:

Nemám čas, já sem teďka pátek, sobota neděle chtěl jet se známejma na Vysočinu, vypnout, a už dneska vím, že nebudu mít čas...(…)

Začínal sem s tím sám, protože sem se na pražáky tak trochu naštvál, všechny rozhovory tam dělají pražáci, jenom pražáci, jo, když sme udělali tu zahradu, tak se nám věnovala jedna tři čtvrtě strana, jo, z toho jedna fotka a dost, tak to ne, a já říkám – a já zkusím udělat rozhovor. A vzhledem k tomu, že koukám doktorovi Rychetskému do okna, přímo, tak já říkám - a já puďu tam. Dneska nebudu spát kvůli tomu, už si musím připravit otázky k tomu, ať tam nevypadám jako blbec, že jo. To je taky základ, že jo, mít pořádně připravené ty otázky.

Kromě zmíněných aktivit chodí pan Kostka každé pondělí na country večery do blízké hospody, kde hraje v country kapele na kytaru.

d) Budoucnost

Dřív se pan Kostka podle svých slov snažil svou situaci řešit, sháněl si zaměstnání, ale hlavním problémem je jeho rejstřík trestů. Dnes už zaměstnání neshání. Na otázku, jak si představuje budoucnost, říká, že si ji nepředstavuje a působí trochu odmítavě. Jeho představy budoucnosti se odvíjejí v krátkodobém horizontu a jsou spojené s NP (plány ohledně propagace NP apod.)

Dnes se panu Kostkovi stává, že za ním sami přicházejí lidi a nabízejí mu práci. Když se ptám, kde je problém, že ještě žádná práce nevyšla, pan Kostka viní rejstřík trestů. Z rozhovoru mimo pásek však vyplynulo, že skutečným důvodem jsou finanční nároky komunikačního partnera, který odmítá práce, za které by dostal míň než 10 - 12 tisíc.

Závěr

V průběhu analýzy vyplula na povrch jako nejsilnější dimenze identity komunikačního partnera, která se zakládá na jeho roli prodejce NP. Je zjevné, že vzhledem k jeho minulým bohatým zkušenostem s prodejem jde o práci, ve které se nejen do určité míry seberealizuje (viz. také různé aktivity „nad rámec“), ale která mu po několika letech poskytla pevnost a stabilitu příjmu, což pozitivně ovlivnilo jeho život.

Jak se tedy žije prodejci NP? Ekonomicky jsou zajištěny jeho základní potřeby a protože je pan Kostka v prodeji vcelku úspěšný a šetří, může si občas dovolit i něco „nad rámec“ (např. mobil z bazaru, psa nebo posezení v hospodě). Bližší sociální vazby komunikační partner příliš nepěstuje, partnerku nemá. Pouze známé mezi klienty, v hospodě, kde pravidelně hrává v kapele, a povrchně známé v NP. Sociální exkluzi občas zakouší, ale nepředstavuje pro něj v životě závažnější problém. Jeho den má pevný řád a co se týče dlouhodobějších strategií, ty jsou pevně svázány s NP. Vzdálenější budoucnost si nepřipouští.