

Hnutí DUHA – poslání, cíle, organizační forma a financování

Zpracovala: Šárka Špačková

Hnutí DUHA je jednou z největších českých ekologických nevládních organizací. Přinejmenším název této iniciativy určitě zná podstatná část české veřejnosti a jasný názor na Hnutí Duha často mají i lidé, kteří se o problémy životního prostředí jinak nezajímají. V následujícím textu se budu zabývat obecným posláním Hnutí Duha, jejich specifickými cíly a částečně i prostředky pro jejich dosažení, podívám se na organizační formu i způsob financování.

Hnutí Duha samo sebe označuje především jako hnutí ochránců přírody. Z prohlášení ke stanovám vyplývá, že důvodem vzniku byl a je značně apatický postoj široké veřejnosti k ekologickým otázkám. **Posláním** Hnutí Duha je v první řadě ŘEŠIT problémy ekologického rázu – to znamená nejenom je identifikovat, medializovat, seznamovat s nimi veřejnost, ale i navrhnout konkrétní schůdná opatření. Zde je základní rozdíl oproti organizacím klasického „ochranářského“ charakteru (jako např. ČSOP nebo Brontosaurus). Dalším charakteristickým rysem toho, jak Hnutí Duha chápe svou roli, je že – ačkoliv je hnutím ekologickým – nevyjímá ekologické problémy z jejich společenského, ekonomického, politického KONTEXTU. Chce proto zvyšovat vědomí odpovědnosti veřejnosti, politiků, politických stran, průmyslu a dalších skupin, chce přispívat k rozvoji občanské společnosti, aktivizovat veřejnost. Zajímavé je, že se nebrání pragmatickému ekonomickému pohledu a snaží prezentovat ekologická opatření mimo jiné i jako prostředek MODERNIZACE EKONOMIKY – tj. jako způsob, jak vytvářet dlouhodobě konkurenceschopné hospodářství. To platí především o řešeních prosazovaných v rámci energetické koncepce, programu nerostných surovin, odpadů a ekologického zemědělství. V materiálech Hnutí Duha se přímo říká, že považují za důležité efektivní řešení, nikoliv vágní ideologické diskuse. Duha odmítá násilné akce.

Prostředky, jak tyto cíle naplnit, jsou v případě Duhy poměrně široké: od mediálně atraktivních přímých protestních akcí a bojkotů, přes organizování petičních aktivit, informačních kampaní, vydávání publikací, pořádání besed a seminářů, spolupráci s dalšími NNO, až po účast ve správních řízeních a politický lobbying na místní i národní úrovni.

Organizační struktura

Hnutí Duha je občanským sdružením, které možná trošku netradičně nemá zavedený statut členství. Místo členů má pouze mnohem volněji definované **příznivce** sdružení – tím stává každý, kdo projeví zájem o spolupráci (i zcela neformální) a koná v souladu s posláním a cíli organizace. Příznivci nemají žádné povinnosti ani práva. Statutárním orgánem Hnutí Duha je **Rada** – ta je nositelem právní subjektivity sdružení jako celku. Rada má 7 – 9 členů (zástupci místních skupin, centra a nezávislí) a volí předsedu Hnutí Duha.

Kromě Rady Hnutí Duha má organizace i tzv. **Radu patronů** – tj. skupinu významných osobností, které podporují cíle a aktivity organizace. Do Rady patronů patří spisovatel Ivan Klíma, Jan Keller, Erazim Kohák, herečka Táňa Fišerová, spisovatelka Tereza Boučková a biolog Zdeněk Veselovský.

Ústředí Hnutí Duha, které se v materiálech organizace označuje jako „**centrum**“ má sídlo v Brně (Bratislavská ulice). Spolu s kanceláří v Praze má celostátní působnost. Kromě pražské a brněnské kanceláře má Duha **místní skupiny** v šestnácti dalších městech (Česká Lípa, Brno, Jeseníky, Mělnicko, Olomouc, Podkrkonoší, Podorlicko, Praha, Volary, Vyškov + ČB, Středokluky, Sušice, Tábor, Ústí nad Labem, Vysočina). Místní pobočky se věnují spíš lokálním kauzám, navrhují a spolurealizují místní a regionální řešení (cyklostezky, systémy třídění a recyklace odpadů, biokluby, sázení stromů, spoluúčast na přípravě územních plánů apod.)

Financování

Hnutí Duha má asi 60% příjmů z grantů, které dostává na konkrétní projekty od českých i mezinárodních nadací. Momentálně nejvýznamnějšími partnery Duhy jsou Nadace rozvoje občanské společnosti (NROS), Nadace Via, Open Society Fund, Stewart Mott Foundation, Nadace Partnerství, Nando Peretti Foundation, Nadace Sluníčko, Česko-německý fond budoucnosti a Nizozemská ambasáda. Dalších 15 procent příjmů tvoří účelově vázané granty ze státních zdrojů (hlavně Ministerstvo životního prostředí a Evropská komise). Zbývajících 25 procent prostředků Duha získává formou darů od soukromých osob či obcí a prodejem publikací a propagačních předmětů. Zvláště v poslední době, především z důvodu snižující se podpory ze strany některých zahraničních nadací, které se zaměřují dále na „východ“, se Duha snaží získávat větší podíl prostředků od individuálních dárců. Cílem však není získat jednorázový příspěvek, jehož opakování je přinejmenším nejisté – Duha se snaží oslovit dárcé s tím, aby ji podporovali relativně nízkými, ale pravidelnými částkami. Škála přijímaných částek se pohybuje od 600, přes 960 až po 1200 korun ročně. Plátce je za to pravidelně

informován o aktivitách organizace prostřednictvím tištěného magazínu. Zmíněný prodej předmětů zahrnuje trička Hnutí Duha, tašku, publikace.

Hnutí Duha nepřijímá prostředky ze zdrojů, které by mohly mít vliv na nezávislost a důvěryhodnost organizace nebo být v rozporu s jejími cíli. Především není financována velkými průmyslovými společnostmi ani konkurencí firem, které kritizuje. Ačkoliv tedy s některými firmami spolupracuje, vyhýbá se zásadně finančním i jiným vazbám.

Specifika Hnutí Duha

Některé charakteristiky Hnutí Duha byly zmíněny již v předchozím textu: **neexistence členství**, která umožňuje oslovit o to širší okruh zájemců o ekologickou problematiku, důraz na širší **kontext** ekologických otázek, **podpora osobností** z kulturních i odborných kruhů, **zájem médií** a schopnost používat jejich vlivu. **Relativně radikální postoj** k některým kauzám vyvolává u části veřejnosti bouřlivě negativní reakce, jiným připadá sympatický. Málokoho však nechává zcela lhostejným (příkladem mohou být protestní akce v době dostavby a spouštění Temelína nebo obrana Trojmezí na Šumavě před nevratnými lesnickými zásahy). Jako specifikum by se daly označit i pokusy získávat finanční podporovatele prostřednictvím najatých brigádníků na ulicích u infostánků a během veřejných akcí (ačkoliv tento způsob fundraisingu byl do značné míry přejat od Greenpeace).

Přes svou částečně negativní image v očích veřejnosti je Hnutí Duha díky spolupráci s řadou odborníků považován za **poměrně seriózní zdroj informací**.

Posledním charakteristickým rysem, který bych chtěla zmínit, je dost typická **rétorika** Hnutí Duha, která někdy používá výrazy se značně emotivním nábojem, jadrná přirovnání (obzvláště v tiskových zprávách – příklad z poslední doby: vyjádření před plánovaným schůzkou Václava Klause s Liborem Ambrozkem ohledně kontroverzního projektu stavby areálů pro sjezdové lyžování v cenných částech Šumavy – Jaromír Bláha to označil za podobně nesmyslné, jako postavit místo Karlštejna tenisové kurty).

Několik otázek:

Umí Hnutí Duha oslovit veřejnost a sdělit jí to, co chce? Liší se lidé zapojení do aktivit místních skupin od lidí působících v centrále? Jak Duha vnímají další NNO, které působí v oblasti ochrany přírody a krajiny? Měl „pouliční“ fundraising kýžený efekt? Kdy se konečně ekologičtí aktivisté z Hnutí Duha udobří s Ivanem Brezinou:o)?