

Úvodné slovo k ankete Prečo som sa stal Lionom a ako ďalej v hnutí.

Poznatkom z účasti na ostatných Europafórach či už v Talline, alebo v Soluni je, že nielen kluby v našom dištrikte, ale i po celom svete zápasia s problémom zvyšovania vekového priemeru v kluboch, znižovanie členskej základne a absenciou „novej krvi“. Touto problematikou sa zaoberali aj predchádzajúce kabinety nášho dištriktu. Súčasná snaha o hľadanie riešenia teda nie je nič nové, pokúsme sa však vniesť do hľadania príčin a riešenia tohto stavu nové prístupy.

Domnievam sa, že nemáme dostatok informácií o tom, ako dnes ľudia vo všeobecnosti vnímajú potrebu zapájania sa do spoločenských organizácií. Svet sa mení. Na jednej strane sa to javí tak, ako keby oblasť NGO (Non-Governmental Organisation) mala vo svete aj u nás doslova boom. Avšak pri pozornejšom pohľade sa ukazuje, že tento boom sa týka predovšetkým tých organizácií, ktoré majú svojich silných finančných podporovateľov, resp. sú zapojené do tradičných schém vládnych a medzinárodných finančných podpôr a v riadení sveta majú svoje úlohy. Tieto organizácie majú vlastných zamestnancov a sú často vybavené zdrojovo lepšie než ich ekvivalenty vo verejnej správe. Majú dostatok prostriedkov na reklamu a propagovanie svojej činnosti a cieľov, pričom verejný sektor ich často výrazne podporuje. To nie je prípad našej organizácie. Naša organizácia patrí do tej časti sektoru NGO, kde si činnosť financujeme sami, pracujeme dobrovoľne a zadarmo, a navyše sa snažíme generovať peniaze pre aktivity ktorými slúžime komunitám, v ktorých pôsobíme. Do našej organizácie peniaze z Ameriky netečú, práve naopak, my ešte odvádzame poplatky do Ameriky na správu LCI. Sú to teda diametrálne iné podmienky pre činnosť. Pokým tá časť spektra NGO, ktorá „je v kolektíve mocných sveta obľúbená“ má dosť peňazí na to, aby mladých prilákala mzdami, zaujímavými výhodami či účasťou na zaujímavých projektoch, organizácia nášho typu musí poskytnúť iné lákadlá. Otázka je, že aké. Svet sa za ostatných 30 rokov výrazne zmenil. Všade dostupný internet, inteligentné ľahko prenosné technické zariadenia (smartphony, iPhony, tablety, laptopy, ...), globálny poskytovateľ informácií a zábavy zmenili správanie ľudskej spoločnosti tak, že jednotlivci často vie uspokojiť svoje potreby z pohodlia domácnosti a nemusí prakticky vyjsť z príbytku. Mladá generácia to v súčasnom svete tiež nemá jednoduché. Stredoveký sedliak počas celého života nedostal toľko informácií čo dnes mladý človek za jeden týždeň. Obrovské množstvo informácií, rôzne lákadlá, úverové pasce, médiá, rýchlosť vývoja a náhle zmeny... Konfliktný a rozporuplný spôsob riadenia sveta, polarizujúci spoločnosť prakticky vo všetkom v čom sa len dá, ľudí privádza ku skepsii, rezignácii a izolácii. Dva roky korona agendy tomu taktiež moc nepomohli. Napriek tomu však východiská hľadať treba.

V spoločných debatách odznieva množstvo nápadov, koho a ako oslovovať, ako prilákať nových, hlavne mladých ľudí a čo ponúkať. Odznievajú aj myšlienky, že treba pri tom dať pozor, nakoľko my sme výberová organizácia a rozširovanie členskej základne by sa nemalo zameniť s náborom. V podstate nám však pre rozhodovanie o tom ako ďalej chýbajú informácie.

Vidím to tak, že máme dva možné zdroje informácií.

Jedným zdrojom sme my sami. Každý z nás bol v nejakom čase, na nejakom mieste prostredníctvom niekoho prijatý do nášho hnutia. Každý z nás mal v čase vstupu do hnutia nejaké informácie o hnutí a hlavne mal konkrétne vlastné vnútorné pohnútky a motívy pre to, aby sa stal Lionom. A to je práve to, čo by sme mali skúmať. Máme takmer 700 zdrojov informácií –toľko má náš dištrikt momentálne členov. Moja hypotéza je, že po podrobnej analýze motívov, pohnútok a očakávaní sa nám podarí identifikovať vzorce správania, ktoré následne ponúkneme klubom ako pomôcku pri oslovovaní nových členov. Podmienkou však je „dostať sa pod kožu“. Dostať z našich Lioniek a Lionov tie skutočné vnútorné pohnútky či motívy, prečo do hnutia vstúpili. Posledná vec, ktorú chceme je, aby výstupom dotazníka boli tzv. „*očakávané spoločensky korektné odpovede*“. To čo potrebujeme – sú výpovede od srdca, doslova „spod kože“.

Prieskum je anonymný. Nik nebude poznať meno respondenta. Potrebujeme vedieť skutočné pohnútky ktoré Vás viedli k tomu aby ste sa stali lionmi. Naša domnienka je, že to môžu byť pohnútky rôzne. Pohnútkou môže spočívať v potrebe konexii, známych či priateľov, v potrebe nejakých životných istôt v tom, že je človek súčasťou zaujímavého spoločenstva, ale i potreba sa zviditeľniť, angažovať sa, tvoriť, športovať či zabávať sa. Pohnútkou môže byť strach zo samoty či nejaký osobný životný pozitívny, ale negatívny zážitok. Motívom môže byť nejaká okolnosť ktorú ste našli pre uspokojenie potrieb práve v lionskom hnutí, či konkrétnom klube. Jeho zloženie, činnosť, príležitosti, ktoré ste v ňom videli. Každý sme sa v čase vstupu do hnutia nachádzali v nejakej životnej etape a aj aspekty konkrétnej životnej etapy mohli mať na rozhodnutie vplyv. Okrem zakladajúcich členov máme každý svojho tútora, ktorý nás do klubu priviedol. Prostredníctvom neho, ale aj prostredníctvom prvých obligatórných či dobrovoľných návštev klubu či možno aj s prostredníctvom vlastného prieskumu ste o klube získali nejaké informácie, ktoré boli pre Vás dôležité pri rozhodovaní. Aj to je pre nás dôležité vedieť.

Do prieskumu sa zapojiť môžete prostredníctvom vašich prezidentov, zónových chairmanov alebo priamo vyplnením dotazníka na webu. Dotazník sa nachádza [TU](#).

Akékoľvek otázky Vám radi zodpovedajú autori tohto prieskumu, na ktorých kontakt je nižšie.

S pozdravom We serve,

Autori prieskumu:

JUDr. Ing. Jaroslav Dobiš, PhD., LC Nitra

2. VDG

Člen výboru pre konštitúciu a stanovy

GST koordinátor dištriktu D122 ČR a SR

1. Viceprezident LC Nitra

Koordinátor programu výmeny mládeže LC Nitra



Jan Haur, LC Praha Bohemia Ambassador

Zmocnenec pre webovú prezentáciu a informatiku

Sekretár klubu

