



**Komplexní analýza
specifických cílových skupin obyvatelstva**
v rámci projektu informační kampaně ve vztahu k přechodu na digitální televizní vysílání



**Řešitel: OS Trianon
a Trianon Čechy, o.s.**



www.ostrianon.cz
www.trianoncechy.cz

**„Komplexní analýza
specifických cílových
skupin obyvatelstva v rámci
projektu informační
kampaně ve vztahu
k přechodu na digitální
televizní vysílání.“**

OBSAH:

OBSAH:	3
1. Úvod	4
1.1. Vstupní informace	4
1.2. Zadání této Komplexní analýzy specifických cílových skupin obyvatelstva	7
2. SWOT analýzy	9
2.1. Obecná část	9
2.2. SWOT analýza k digitalizaci televizního vysílání	9
2.3. SWOT analýza – Média a digitalizace.....	11
2.4. SWOT analýza – Specifické skupiny obyvatel a digitalizace	14
3. Analyticko-popisná část	16
3.1. Definice a popis cílové skupiny.....	16
3.2. Popis potřeb cílové skupiny ve vztahu k přechodu na digitalizaci.....	27
3.3. Rozmístění obyvatel cílové skupiny v rámci ČR	35
3.4. Věková a vzdělanostní struktura cílové skupiny.....	47
3.5. Analýza vybavení televizní přijímací technikou charakteristika příjmu TV.....	56
3.6. Preference dalších souvisejících služeb	59
4. Návrh realizační části	60
4.1. Nastavení zaměření a určení parametrů informační kampaně k přechodu na digitalizaci. .	60
4.2. Návrh realizace jednotlivých milníků k zajištění služeb pro cílové skupiny – s využitím organizační struktury NRZP	69
4.3. Doporučení pro systém výběru a činnosti konzultantů na úrovni lokálního zastoupení NRZP v jednotlivých Krajích ČR.....	85
4.4. Sestavení souboru potřeb cílové skupiny v rámci přechodu na digitální vysílání.....	87
5. Závěry a doporučení	88
6. Přílohy	90 – 121

1. Úvod

1.1. Vstupní informace

Přechod na digitální vysílání v ČR je mimořádně komplikovaný a náročný proces. Z toho důvodu je nutné důkladně a zejména včas informovat veškerou veřejnost. Informační kampaň je již dnes součástí vládní Koncepce rozvoje digitálního vysílání v České republice schválené Vládou jejím usnesením ze dne 15. března 2006 č. 261. Informační kampaň je jednou ze čtyř podmínek vypínání zemského analogového televizního vysílání v jednotlivých oblastech České republiky.

Vláda ČR k řízení celého procesu digitalizace televizního vysílání ustanovila pracovní mezirezortní orgán - Národní koordinační skupinu, která pak Vládě ČR předává pravidelné informační zprávy spolu s dalšími důležitými předpisy a návrhy.

V průběhu informační kampaně bude kladen důraz na přehledné a srozumitelné zpřístupňování základních informací o digitálním vysílání a celém procesu digitalizace televizního vysílání s cílem dosáhnout pozitivního povědomí.

Všichni obyvatelé České republiky by touto informační kampaní měli získat:

- ✦ poznatky o digitálním vysílání a jeho výhodách,
- ✦ poznatky o procesu digitalizace a jeho jednotlivých etapách rozvoje,
- ✦ doporučení, poradenství i návody, jak a kde si nejlépe obstarat doplňující informace.

Povědomí o digitalizaci

V rámci několika výzkumů byly zjišťovány jednak aspekty vlastního příjmu digitálního vysílání, jednak vztah a očekávání populace vztažené k tomuto fenoménu. Možnost příjmu digitálního vysílání je zjišťována od dubna 2004. Lze konstatovat, že zatímco z počátku domácnosti deklarovaly nevědomost o tom, zda mají možnost přijímat digitálně až v dvaceti procentech případů, situace se vyvíjí a velká změna přichází zejména v jarní fázi roku 2006, kdy nevědomost o tom, jak vlastně domácnosti přijímají, má již pouze 6 % domácností. K tomu jistě přispěla vyšší medializace problematiky v posledním půl roce, zejména před zimní olympiádou. Dá se tedy říci, že populace začíná být uvědomělejší a veškeré zjišťované informace o digitalizaci lze v poslední době považovat za věrohodnější. Na druhou stranu, zhruba čtvrtina populace starší

deseti let deklaruje, že o digitálním vysílání ještě nikdy neslyšela a další necelá polovina slyšela, ale deklaruje, že neví, o co se jedná (celkem 71 % populace starší 10 let).

Přestože situace je významně lepší u vysokoškolsky vzdělané populace, je zarážející i procento vysokoškolsky vzdělaných lidí, z nichž více než 45 % deklaruje, že o digitalizaci buď neslyšelo (15 %) nebo neví, o co se jedná (30 %). V kategorii elitní části populace (klasifikace A v tzv. ABCDE sociálně ekonomické segmentaci) deklaruje doplňkovou (tedy přibližnou nebo úplnou) představu, o co se v digitálním vysílání jedná. Informovanou část této skupiny tvoří pouze necelá polovina (49 %). Vyšší povědomí o pojmu digitalizace než běžná populace mají přirozeně rovněž domácnosti, které televizní příjem řeší prostřednictvím kabelových nebo satelitních sítí (62 % neví vůbec nebo nemá přesnou představu, 38 % má alespoň přibližnou představu), přesto procento by mělo být v rámci chystaných změn asi výrazně vyšší.

Očekávání od digitalizace

Bezesporu důležitou zkoumanou oblastí zejména pro pracovníky digitálních médií, ale i řídicí pracovníky digitalizačního procesu, je oblast očekávání populace od vlastní digitalizace. Lidé starší deseti let z deseti možností vybírají tři podle jejich názoru nejdůležitější očekávání. Na prvním místě se zcela s přehledem umísťuje očekávání vyšší kvality obrazu (vybráno až v 90 %) a vyšší kvalita zvuku (mírně pod 70 %). Další z očekávání vybraných ve více než 50 % je širší nabídka televizních programů. V této kategorii dochází rovněž k největší dynamice, kdy z počátku výzkumu bylo toto očekávání vybráno zhruba čtyřiceti procenty dané populace, v poslední fázi výzkumu je to již okolo padesáti osmi procent. K jiným očekáváním, která se ještě pohybují v řádu desítek procent, se řadí jednak větší přístup k informačním službám (v rozmezí 35-40 % v průběhu jednotlivých fází výzkumu), jednak vyšší kvalita propojení s dalšími digitálními přístroji (kamera, fotoaparát atp.) ve výši 32 % se spíše klesajícím trendem.

Pomoc obyvatelům

* **Skupiny nebo instituce**

- sociálně slabé skupiny obyvatelstva – (alternativní řešení na základě podobného modelu k vymezení příslušných skupin v zákonu o poplatcích veřejnoprávních médií a pro skupiny ZTP/P),
- senioři,
- zdravotní instituce, sociální zařízení atd.,
- školská zařízení.

✧ **Forma pomoci**

- odborná asistence při instalaci zařízení, řešení technických, anténních a dalších systémů pro příjem,
- speciální semináře k tématu digitalizace,
- servisní a informační systém v regionech,
- motivační a soutěžní prvky.

Podpora specifických skupin obyvatelstva by se měla týkat hlavně občanů evidovaných jako ZTP/P. Jedná se zejména o instalační služby, poradenství a servisní služby související s instalací a provozem digitální přijímací techniky. Přímé rozsáhlé dotace na pořízení přijímacích zařízení se v rámci této položky nepředpokládají. Výjimku by mohli tvořit právě držitelé průkazu ZTP/P a nebo v ojedinělých případech sociálně velmi slabí jedinci a samostatně žijící občané nad 75 let věku.

V případě zdravotnických zařízení se bude jednat hlavně o rekonstrukce anténních systémů, instalační služby a v minimální míře o přímou podporu pro přijímací zařízení.

Podpora vytváření technologických podmínek pro oblast *t-Education*. Vytvořením vhodného technologického prostředí může v budoucnu Česká televize umožnit aplikaci *t-Education* projektů. V první etapě jsou cílovou skupinou hlavně mateřské a základní školy. Základním cílem je zajištění potřebného technologického prostředí a bezproblémového příjmu digitálního vysílání ve školách a vzdělávacích institucích, kde je nebo může být televizní vysílání či pořady součástí výukového procesu.

Informační kampaň a služby spojené s digitalizací televizního vysílání

- ✧ Informační kampaň,
- ✧ Podpora specifických skupin obyvatelstva – služby,
- ✧ Podpora zdravotnických zařízení, škol a ústavů sociální péče.

Financování informační kampaň

Celkové náklady vázané k přechodu na digitální televizní vysílání všech dotčených subjektů včetně komerční sféry se podle odborných odhadů pohybují ve výši přes 20 miliard korun. Přechod na digitální televizní vysílání se přímo dotkne přibližně 10 mil. občanů. Předpokládané finanční prostředky vyčleněné na informační kampaň ze strany státního rozpočtu, tzn. ze zvláštního účtu České televize pro celé období přechodu, dosáhnou 400 až 500 mil Kč. Prostředky pro cílenou informační kampaň v 11 územních

oblastech dle TPP se v roce 2008 pohybovaly v rozmezí 5 až 100 mil. Kč na územní oblast podle počtu obyvatel /viz. následující tabulka/.

Příprava a realizace informační kampaně

Informační kampaň a služby spojené s digitalizací televizního vysílání	100 000 000,- Kč
Informační kampaň	40 000 000,- Kč
Podpora specifických skupin obyvatelstva – služby	20 000 000,- Kč
Podpora zdravotnických zařízení, škol a ústavů sociální péče	40 000 000,- Kč

1.2. Zadání této Komplexní analýzy specifických cílových skupin obyvatelstva

Informační kampaň se musí dotknout také (možná zejména) specifických cílových skupin, které mají do jisté míry omezení v přístupu k informacím, či jsou handicapovány tělesně či duševně. Z toho důvodu proběhla jednání mezi Národní koordinační skupinou a Národní radou osob se zdravotním postižením.

NRZP následně písemně pověřila naše občanské sdružení TRIANON, jmenovitě jejího předsedu Ing. Dembiného k vypracování této konkrétní **Komplexní analýzy specifických skupin obyvatelstva**. Touto specifickou skupinou jsou občané v ústavech sociální péče, osoby se zdravotním postižením a senioři.

Vypracování Komplexní analýzy této cílové skupiny je klíčovým bodem pro následnou informační kampaň, která bude muset být vzhledem k charakteru této cílové skupiny provedena v úzké spolupráci se zainteresovanými resorty a institucemi, zejména s Národní radou osob se zdravotním postižením České republiky. Projekt realizace části informační kampaně pro specifické skupiny obyvatel, tedy pro řešenou cílovou skupinu této analýzy, připravuje asistenční program včetně přípravy systému pomoci a kooperace v rámci zavádění digitálního vysílání pro cca 300 000 osob. V návaznosti na ukončení zemského analogového televizního vysílání bude součástí informačního projektu i s důrazem na další technologické možnosti využití nových technologií pro potřeby osob se zdravotním postižením a dalších specifických handicapovaných osob, včetně interaktivních služeb.

Zásadní pro určení formy podpory je přesný odhad dotčených jedinců a subjektů:

- * počet osob nad 75 let, které žijí samostatně,
- * počet občanů ZTP/P žijících samostatně nebo v domácnosti,
- * počet samostatně žijících sociálně slabých občanů.

V případě osob ZTP/P bylo odhadnuto, že počet dotčených osob se pohyboval v roce 2008 kolem 260 000 jedinců. Počet sociálních ústavů a dalších institucí se v celé České republice je odhadován na 1 200 zařízení. Podpora by měla být systematicky odvozena od počtu lůžek.

2. SWOT analýzy

2.1. Obecná část

SWOT analýza představuje základ pro formulaci cílů a řešení problémových okruhů analýzy specifických cílových skupin.

SWOT analýza vychází z popisu současné situace v této oblasti s ohledem na její vymezení v rámci České republiky a možnosti nastavení optimálního systému práce s touto skupinou v rámci přechodu na digitální vysílání. Pro účely této studie byly jako silné a slabé stránky vybrány vnitřní faktory, které souvisejí s problematikou samotného digitálního vysílání a dalšího vývoje tímto směrem a jako následná část specifikace silných a slabých stránek samotné cílové skupiny, kterou tato studie řeší. Toto seskupení přispívá ke snazší identifikaci cílů a formulaci potřeb specifických cílových skupin. Z popisu vnějších okolností, které v současné době danou oblast ovlivňují, popisuje příležitosti a ohrožení.

SWOT analýza by měla objektivně zhodnotit, zda přechod na digitální vysílání přispěje k obohacení běžného života řešené cílové skupiny, či nikoliv.

2.2. SWOT analýza k digitalizaci televizního vysílání

Co je SWOT analýza?

Univerzálně používaný nástroj, který mapuje a analyzuje daný jev (například určitý stav, situaci, úkol, problém, pracovní tým, projekt atd.) a umožňuje dívat se na analyzovanou věc ze 4 úhlů pohledu. Přináší statický snímek analyzovaného jevu, který lze přenést do pohledu dynamické matice. Cílem analýzy SWOT je uspořádat a zhodnotit výchozí poznatkovou základnu pro formulaci cílů a potřeb specifických cílových skupin v rámci přechodu ČR na digitální vysílání.

SWOT jsou začáteční písmena příslušných anglických termínů, které jsou:

Vysvětlení termínu SWOT

S (Strengths)	Silné stránky	přednosti, výhody	současná charakteristika cílových skupin, jejich výhody	Co je na nich dobré
----------------------	---------------	-------------------	---	----------------------------

W (Weakness)	Slabé stránky	nedostatky, slabiny	současná charakteristika cílových skupin, faktory, které cílové skupiny limitují nebo ohrožují	Čím se sami ohrožují
O (Opportunities)	Příležitosti	možnosti	vnější vlivy, které na CS působí kladně	Co se jim nabízí
T (Threats)	Hrozby	nežádoucí ohrožení	vnější vlivy, které by mohly v budoucnu nastat, působí na město záporně	Co by nás mohlo blokovat

2.3. SWOT analýza – Média a digitalizace

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> * Vyšší kvalita obrazové a zvukové informace. * Větší výběr programů - s přechodem na digitální vysílání připravují komerční i veřejnoprávní televize množství specializovaných kanálů (např. TV Nova má zájem o provozování filmového a sportovního kanálu, ČT připravuje zpravodajský a dokumentární kanál). * Širší nabídka bez příplatku. Tyto kanály budou zdarma, resp. financovány reklamou. Postupem času budou vznikat i vysoce specializované programy, jejichž signál bude zakódovaný (a zpřístupněný pouze za poplatek). * Interaktivní služby - technologie digitálního vysílání umožňuje oboustrannou komunikaci, tj. divák může (přes svůj dálkový ovladač) ovlivňovat podobu programu: např. aktivně reagovat a hlasovat v soutěžích a anketách nebo si např. při sportovních přenosech sám vybírat obraz z libovolné kamery, která snímá hřiště. * TV přijímač bude mít podobné možnosti jako kino -systém digitální televize je připraven na zavedení vysílání ve vysoké kvalitě: širokouhlé vysílání, vysílání s vysokým obrazovým rozlišením (srovnatelným s 35mm filmem) a vícekanálovým zvukem (např. Dolby Digital). * Tradiční postavení a zázemí veřejnoprávních provozovatelů vysílání a jejich potencionální schopnost se adaptovat na nové podmínky a plně využívat příležitosti digitálního prostředí. * Tradice a dobré jméno české (československé) kinematografie v evropském i světovém měřítku, vzdor jazykovému i kulturnímu vymezení úspěchy na mezinárodním poli. * Široká nabídka filmových přehlídek a festivalů hraných, dokumentárních a animovaných filmů a festivalů tematicky zaměřených. * Vysoká úroveň, kreativita a flexibilita pracovníků odborných filmových profesí. * Úspěchy při získávání finanční podpory EU, konkurenceschopnost v programu EU MEDIA a 	<ul style="list-style-type: none"> * Dostupnost vysílání a audiovizuální produkce zdravotně postiženým občanům (nedostatečné využívání nových technologií, titulkování pořadů v češtině, používání znakového jazyka). * Opomíjená problematika mediální gramotnosti. Mediálně gramotný člověk je schopen maximálně využívat média ve svůj prospěch (pro své vzdělání, osobní rozvoj) a současně mít kritický odstup. * Nedostatečná konkurence v oblasti televizního vysílání daná vysokou penetrací terestrického vysílání, kde mají dominantní postavení dvě silné komerční televize. * Zpolitizovaný systém kontroly médií v oblasti rozhlasového a televizního vysílání. * Úprava právních předpisů, např. zjednodušení podmínek pro udělování licencí k provozování rozhlasového nebo televizního vysílání a omezení nadbytečných regulačních zásahů v návaznosti na konvergenci způsobu přenosu vysílání. * Financování médií veřejnoprávní služby z dlouhodobého hlediska. * Rychlý rozvoj informačních technologií a jejich obtížná kontrolovatelnost ze strany státu, především pokud jde o šíření obsahu ohrožujícího vývoj dětí a mladistvých na internetu, porušování autorských práv apod. * Nedostatečná legislativa – mediální legislativa exaktně nedefinuje role, práva a povinnosti jednotlivých subjektů v procesu digitalizace. * Silný odpor stávajících komerčních vysílatelů. * Nedostatečné zdroje na financování. * Průměrný zájem diváků.

<p>získávání podpory z fondu EU Eurimages.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Digitální způsob fungování (přenosu) je efektivnější než analogový: omezené přírodní zdroje (například vysílací frekvence) a dostupné přenosové kapacity dokáže využívat výrazně efektivněji. V případě televizního a rozhlasového vysílání to v praxi znamená možnost přenášet více programů, při stejné "spotřebě" vysílacích frekvencí. 	
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> * Možnost interaktivního kontaktu s divákem. * Plošný rozvoj digitálního vysílání a používání nových technologií v oblasti vysílání. Přechod na digitální terestrické vysílání vede ke vzniku většího počtu televizních programů, hospodárnějšímu využívání kmitočtového spektra a možnosti zavádění interaktivních multimediálních služeb. * Vytvoření flexibilní právní úpravy, která by reflektovala technologické i tržní změny v oblasti elektronických médií. * Vytvoření jednotného klasifikačního systému označování charakteru obsahu, respektovaného všemi zúčastněnými subjekty včetně samotné veřejnosti je významným prvkem této spolupráce mezi státem a poskytovateli služeb. * Využití digitálních technologií pro uspokojení specifických potřeb starších a handicapovaných občanů prostřednictvím doplňkových služeb, jako jsou vylepšené titulky, zvukový komentář, tlumočení do znakové řeči. * Zajištění odpovídajících podmínek pro média veřejné služby. S ohledem na rozvoj nových technologií je zapotřebí, aby rozsah působnosti veřejné služby odpovídal možnostem technologického pokroku, a aby její poskytovatelé byli vybaveni odpovídajícími technickými a finančními prostředky. Tento požadavek vychází ze základní charakteristiky veřejné služby, která je garantem služby pro každého na jedné straně a inovací na druhé v období přechodu na digitální vysílání. * Efektivnější využití televizních a rozhlasových programů včetně služeb, které digitální vysílání přináší a umožňuje. * Mediální trh je otevřený pro další vysílatele a 	<ul style="list-style-type: none"> * Nekoncepční přístup k uspořádání právního rámce v oblasti rozhlasového a televizního vysílání a řada doplňujících legislativních iniciativ, vad a chybných kroků z minulosti ztěžuje vytvoření moderního regulačního rámce a pružný přechod na digitální vysílání. * Pomalý či nekoordinovaný přechod na digitální vysílání. Kromě koordinace provozovatelů vysílání za účelem dosažení hladkého technického provedení digitalizace, je nezbytná rovněž dostatečná informovanost diváků, jejichž vybavenost zařízením umožňujícím příjem digitálního vysílání je pro úspěšnost přechodu na digitální vysílání klíčová. * V souvislosti s rozvojem digitálního vysílání a nových informačních technologií je rizikem tzv. „digitální propast“ (digital divide), tedy rozevírání nůžek mezi skupinami obyvatel z hlediska jejich přístupu k novým technologiím (obyvateli měst a venkova, mezi vzdělanějšími a méně vzdělanými lidmi, mezi lidmi s nižšími a vyššími příjmy, mezi zdravými a zdravotně postiženými). * Vypracování rámce dostatečně rozmanité programové nabídky a obsahové náplně vysílání ve vazbě na jeho pluralitu (celoplošných programů, tematických programů, regionálních programů a placených programů). * Rizika spojená s omezením hospodářské soutěže a konkurence. * Nedostatečné pokrytí signálem zemského digitálního televizního vysílání v některých lokalitách.

nové nabídky programů i služeb.
Telekomunikační operátor je de facto vysílatel.

- * Dlouhodobě vyšší sledovanost v důsledku vyššího komfortu při sledování televize.

2.4. SWOT analýza – Specifické skupiny obyvatel a digitalizace

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> * Digitální televizní vysílání umožní specifickým skupinám osob více možností využití - nové služby jako zvukový popis obrazové scény, znaková řeč, titulky, apod. více zpřístupní televizi lidem, kterým dříve přinášela jen částečný požitek. Možnost integrace: digitální systémy obecně nabízejí podstatně více možností pro obohacení přenášeného obsahu, včetně "přidávání" dalších doprovodných informací a služeb. * Větší programová nabídka a vyšší technická kvalita - větší komfort při sledování televize. * Nabídka funkcí pro specifické skupiny obyvatel navodí pocit sounáležitosti a integrace do společnosti. * Klesající ceny přídatných zařízení a nových televizí. * Rezoluce Evropského parlamentu o televizi bez bariér, která vyzývá ke každoročnímu procesu testování a srovnávání pokroku, který členské státy udělaly ve vztahu k přístupu k televiznímu vysílání pro osoby se zdravotním postižením (např. ve vztahu k opatřením skrytých titulků a audiopřepisu, atd.) * Národní koordinační skupina pro digitální televizní vysílání v ČR předpokládá zajištění pomoci skupinám starších 75+ a zdravotně postiženým. * Byly osloveny ústavy sociální péče, zmapována situace potřeb a požadavků, dojde k rozhodnutí o formě pomoci (např. nákup STB nebo příspěvek na rekonstrukci STA atd.) 	<ul style="list-style-type: none"> * Přesvědčení specifických skupin obyvatel, že digitální televizní vysílání není pro ně (příliš složité, drahé). * Nutnost asistence při nákupu přídatných zařízení, zapojení, nastavení, ovládání. * Nedostatečná informovanost o možnostech digitálního vysílání pro specifické skupiny obyvatel. * Jedná se o citlivou skupinu obyvatel, pro kterou bude přizpůsobení znamenat nutnost kvalitní a včasné informační kampaně. * Pro mnohé z této skupiny osob znamená televize nejvýznamnější zdroj informací. Je potřeba splnit plynulý přechod z analogového na digitální vysílání (ze dne na den). * Nutné zajistit stálý informační servis.
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> * Zaměřením marketingové strategie na vysvětlení výhod pro specifické skupiny obyvatel dojde k lepšímu vnímání digitalizace obyvatelstvem – podpora sociální integrace. * V budoucnosti se technické možnosti pro specifické skupiny obyvatel budou dále zdokonalovat. * Zapojení těchto osob do přípravy standardů 	<ul style="list-style-type: none"> * Omezení přístupu k sledování televize vlivem změny ovládání v případě nedostatečné asistence. * Způsob ovládání digitálních přijímačů je odvozený ze světa menu osobních počítačů. Kdo ale s počítači nemá zkušenosti, což jsou zejména velmi staří lidé, tomu bude zatěžko zvyknout si i na set-top box.

výroby.

- * Nové možnosti v budoucnosti – např. Domácí digitální škola - pomocí digitálního televizního vysílání a dalších technologií je vytvořen model virtuální základní školy, kde učitel ve studiu vyučuje a komunikuje se svými žáky z celé České republiky prostřednictvím televizní obrazovky.

- * V případě nedostatečné informační kampaně a proškolení hrozí sociální vyloučení.

3. Analyticko-popisná část

3.1. Definice a popis cílové skupiny

Lidé se zdravotním postižením obecně odedávna byli, jsou a budou součástí každé společnosti. Důkazy o výskytu zdravotního postižení v populaci jsou patrné jednak z archeologických vykopávek, ale také z mytologie. Přístup k handicapovaným se v průběhu historie měnil. Odlišnosti jsou také patrné vzhledem k lokalitě. Tak např. již ve starověké mezopotámské mytologii se lze setkat s motivem člověka s postižením, který je zde chápán jako nepodařený pokus bohů o stvoření člověka (*Titzl, 2000*).

Z některých dochovaných artefaktů ze starověkého Egypta je patrné, že se zde slabší (chudí, nemocní, vdovy...) těšili určitému druhu ochrany. Naopak v mezopotámské legislativě se můžeme setkat se zdravotním postižením – zmrzačením – jako jednou z forem trestu za špatné chování (*Titzl, 2000*).

V řecké mytologii se objevuje zdravotní postižení i u bohů – Hefaistos měl pravděpodobně tělesné postižení, které však bylo kompenzováno jeho vynikajícím kovářským uměním.

V období středověku lze vysledovat první snahy o institucionalizaci péče o znevýhodněné osoby. Vznikají první chudobince a špitály. Jejich zřizovatelem je především církev. Rozmach tohoto charitativního přístupu je spojen s rozvojem křesťanství, pomoc slabším je chápána jako morální povinnost. V této době dochází také ke snaze léčit nemocné a handicapované. Velký rozmach systematizované institucionální péče o osoby se zdravotním postižením nastává v 18. a 19. století, kdy vznikají první ústavy pro zdravotně postižené. Jejich cílem není jen zajištění přístřeší a stravy, ale také edukace zdravotně postižených a snaha o rozvoj jejich schopností a dovedností. Pro dvacáté století je typická institucionální systematická péče o zdravotně postižené. Jejím cílem je však spíše zajištění základních potřeb. V popředí je postižení jako takové, nikoliv zachované schopnosti a dovednosti. V České republice je do roku 1989 poskytovatelem péče o zdravotně postižené stát. V dobách totality existovala soustava speciálních školských, zdravotnických a částečně i sociálních zařízení. Školské instituce byly rozděleny dle typu postižení. Další institucí pak byly především ústavy sociální péče. Zdravotně postižení byli vychovávaní separovaně, a přestože o ně bylo postaráno, nebyli vnímáni jako součást společnosti. O tom svědčí i umístování ústavů sociální péče v pohraničních oblastech.

Po roce 1989 dochází k mnoha změnám nejen co se týče transformace sociálních služeb, ale je patrná celková změna paradigmatu speciální pedagogiky. Lze říci, že do popředí vstupuje člověk jako takový se svými schopnostmi a dovednostmi, nikoliv jeho zdravotní postižení, jak tomu bylo do roku 1989. To je patrné i ve změně terminologie -

zatímco v předrevolučním období se uplatňoval pojem *postižení*, dnešní speciální pedagogika preferuje výraz osoby s *postižením*. Na prvním místě je člověk – teprve poté jeho handicap.

Vliv na kvalitu života postižených osob má míra začlenění do společnosti intaktních osob. Postupné začleňování do společnosti nazýváme socializace. Na jejím procesu se podílí jak samotní handicapovaní, tak i společnost. Tento vývoj je výstižně charakterizován jako proces integrace zdravotně postižených do společnosti a zároveň schopnost společnosti absorbovat lidi se zdravotním postižením.

Podle odborníků je možné vysledovat 4 stupně úrovně socializace:

- * Integrace je nejvyšším stupněm začlenění znevýhodněných do společnosti. Obvykle jí dosahují lidé s lehčím typem postižení či lidé sociálně znevýhodnění.
- * Druhým stupněm je adaptace, o níž by se dalo hovořit např. u osob se smyslovým postižením. Tito lidé nejsou zcela nezávislí. Pokud však jsou pro ně vytvořeny optimální podmínky, jsou schopni se začlenit do společnosti

Dalšími dvěma stupni jsou utilita a inferiorita. Hovoříme o nich v souvislosti s osobami s těžkým mentálním postižením či osobami s kombinovaným postižením. Pro utilitu je charakteristická velká míra závislosti na druhých, v případě inferiority jde o totální závislost.

Proces začleňování je ovlivněn mnoha faktory:

- * - osobnost postiženého,
- * - společnost,
- * - systém služeb pro handicapované, vzdělávací programy, programy podporující pracovní uplatnění atd.

Začlenění do společnosti sebou nese navazování kontaktů s okolním světem. Pro spokojený život je důležité mít kolem sebe lidi, na které je možné se spolehnout.

3.1.1. OSOBY V ÚSTAVECH SOCIÁLNÍ PÉČE

V ústavech sociální péče tvoří klienty cílové skupiny této studie lidé s tělesným, mentálním, smyslovým a kombinovaným postižením ve všech věkových kategoriích. Tito lidé jsou obvykle v nepříznivých sociálních situacích a potřebují zajistit péči a podporu, jež jim nemůže být zajištěna členy jejich rodiny nebo jinými službami.

Charakteristickým znakem této skupiny je ohrožení sociálním vyloučením ze společnosti. V mnoha případech dochází u těchto osob ke snížení soběstačnosti v základních životních dovednostech – jako je zajistit si vlastními silami péči o svoji osobu, používat veřejných míst a služeb, zajistit si vzdělávání a práci. Uživatelé mají

sníženou schopnost a dovednost uplatňovat vlastní právo. Proto jsou těmto lidem v ústavech sociální péče poskytovány služby jako je ubytování, stravování, sociální péče, využití volného času, atd. V ústavech tak u konkrétní cílové skupiny občanů dochází k podpoře jejich integrace do běžného života zdravé společnosti, je posilována samostatnost a je jim pomáháno při uspokojování sociálních potřeb. Dalším úkolem je zajistit důstojný život uživatelům ústavu, prosazovat a obhajovat jejich práva a zájmy. To vše se děje prostřednictvím kvalifikovaného personálu formou individuální podpory a péče směřující k zachování, popř. zlepšení stávající soběstačnosti. Dále zajišťuje kvalitní a profesionální službu, která umožňuje uživatelům jejich maximální přiblížení k běžnému způsobu života. U těchto cílových skupin je v ústavech sociální péče podporováno samostatné rozhodování o vlastním životě, jsou zapojovány do veřejného života, je jim poskytováno bydlení, které se co nejvíce přizpůsobuje domácímu prostředí a jsou tak vytvářeny podmínky pro zachování soukromí uživatele. Všeobecně je podporován vstup uživatele do některého vzdělávacího programu v rámci speciálních škol – základního vzdělání a středního vzdělání.

V souvislosti se všemi uvedenými podmínkami života občanů v ústavech sociální péče je také nutno zajistit pro tuto cílovou skupinu kontinuální televizní vysílání v dostatečné kvalitě. Přechodem z analogového na digitální vysílání nesmí dojít k narušení každodenního klidu klientů sociálních ústavů, a proto tato cílová skupina musí mít zvláštní péči, kde přechod na digitální vysílání musí projít zcela bez problémů.

Vztah k digitalizaci: Tato skupina může být v mnoha ohledech velmi citlivá k jakýmkoli změnám. Zároveň se jedná o skupinu, jejíž část je schopná sledovat televizní vysílání a využívat tohoto média jako zdroje informací, ale i obveselení, pobavení a jako způsob trávení volného času. Vzhledem k citlivosti této skupiny bude nutné vytvořit všechny podmínky proto, aby digitalizace nijak nenarušila jejich každodenní režim. Je zcela nemyslitelné, aby u této cílové skupiny došlo k narušení jejich pohodlí. Proto informační kampaň zde musí proběhnout včas a zvláště kvalitně. Na druhou stranu nelze očekávat, že by tato skupina vyžadovala podrobné informace o výhodách a přínosech digitální televize, stejně jako o nastavbových modulech DTV.

3.1.2. SENIOŘI V DOMOVECH DŮCHODCŮ

Jedná se o cílovou skupinu, běžně využívající televizní vysílání v rámci ústavní péče. Tato je určena starším lidem s omezenou soběstačností a pohyblivostí, vyžadující komplexní péči. Domov důchodců je institucí uzavřeného typu, má svůj režim, kterému se klient podřizuje. Organizace poskytuje klientům základní činnosti dle § 35 a dále poskytuje služby sociální péče dle § 38 zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách. Poskytované služby mají za cíl zpříjemnit seniorům život a připravit pro ně podmínky

podobné standardnímu domácímu režimu. Jinými slovy, poskytování sociální a ošetrovatelské péče seniorům, kteří nemohou trvale žít ve svém přirozeném sociálním prostředí, poskytují jim domovy důchodců (domovy pro seniory) důstojnou náhradu za běžné domácí prostředí a podporují je ve snaze co nejvíce se přiblížit běžnému způsobu života a zachování si sociální vazby.

Patří mezi ně poskytování pobytové služby osobám, které mají sníženou soběstačnost zejména z důvodu věku a zdravotního stavu, a které již potřebují určitou pomoc, podporu, případně plné zajištění svých základních potřeb, které nemohou být zajištěny jejich rodinou či terénními nebo ambulantními sociálními službami. Zdravotní péči zajišťují lékaři, rehabilitační pracovníci, sestry, ergoterapeuti a fyzioterapeuti. Organizace mnohdy také poskytují za úhradu fakultativní služby, které souvisí s předmětem hlavní činnosti.

Vztah k digitalizaci: Tato skupina, vzhledem k tomu, že se jedná o starší generaci, není zvyklá a mnohdy ani připravená využívat moderních technologií. Obecně jako každá skupina cílové skupiny, které se věnuje tato studie, jsou senioři velmi citliví na nenadálé změny, mnohdy umocněny moderními trendy! Senioři přesto pravidelně sledují televizní vysílání jakožto hlavní zdroj informací, ale také jako prostředek zábavy a trávení volného času. Je to skupina, která si mnohdy potrpí na zaběhnutém režimu a pohodě, ke které také přispívá i televizní vysílání. Nelze očekávat, že většina této skupiny bude využívat všech nástavbových možností digitálního vysílání. Přesto však je bezpodmínečně nutné v rámci informační kampaně připravit takové podmínky, aby nemohlo dojít k situaci, kdy by lidem této cílové skupiny nešla, byť na jediný den, televize!

3.1.3 OSOBY SE ZDRAVOTNÍM POSTIŽENÍM

Jedná se o velmi početnou skupinu osob s nejrůznějšími typy zdravotního postižení. V celé ČR se tato skupina odhaduje na 10-13% z celkové populace. To v ČR činí cca 1.000.000 občanů (podle dostupných údajů je tento odhad spíše podhodnocený). Dále charakterizujeme tuto skupinu podle jednotlivých typů zdravotního postižení.

3.1.3.1. Zrakově postižení

Zrakově postiženími (někdy též ZP) nebo správněji osoby se zrakovým postižením chápeme občany s různými druhy a stupni snížených zrakových schopností. Úžeji se tímto termínem rozumí ti, u nichž poškození zraku nějak ovlivňuje činnosti v běžném životě a u nichž běžná optická korekce nepostačuje. (Nezahrnujeme sem tedy např. člověka, který nosí dioptrické brýle a s nimi docela normálně vidí - to znamená, že má zrakovou vadu lehčího stupně a s brýlemi zvládá bez potíží každodenní činnosti, nemá omezení v přístupu k informacím, v orientaci a samostatném pohybu, v pracovním

uplatnění, v sociální oblasti apod.) Abychom zdůraznili tento rozdíl, mluvíme někdy o těžce zrakově postižených. Tím máme na mysli skupinu zrakově postižených, u nichž právě onen vážný funkční důsledek zrakové vady zasahuje do běžného života. Tedy lidé, jimž už běžná brýlová korekce nepostačuje k plnému ("normálnímu") vidění.

Skupinu těžce zrakově postižených dále rozdělujeme na nevidomé a slabozraké. Při očním vyšetření se zkoumá zraková ostrost vyjádřená tzv. vizem udávaným zpravidla ve zlomku, kde první číslo znamená vzdálenost v metrech, ze které dotyčný čte a druhé číslo pak vzdálenost, ze které čte tu samou velikost písmene člověk s nepostiženým zrakem. (Vizus zdravého oka je tedy např.: 6/6). Vyšetření zrakové ostrosti do dálky se provádí nejčastěji na Snellenových optotypech, což jsou tabulky s řadami postupně se zmenšujících znaků. Dalším zkoumaným parametrem je velikost zorného pole. Toto pole může být v důsledku zrakové vady zúženo, omezeno nebo v něm může docházet k lokálním výpadkům - tzv. skotomům.

Podle výsledků oftalmologického vyšetření je možno zrakově postiženého člověka zařadit do některé z 5 kategorií zrakového postižení:

Kategorie 1:	střední slabozrakost
Kategorie 2:	silná slabozrakost
Kategorie 3:	těžce slabý zrak
Kategorie 4:	praktická nevidomost
Kategorie 5:	úplná nevidomost

Více viz. Klasifikace zrakového postižení podle WHO.

Někdy se ještě užívá ne právě šťastný termín osoba se zbytky zraku, kterým označujeme člověka s viděním v rozsahu těžké slabozrakosti až praktické slepoty. Pozor - každý resort (školství, zdravotnictví, sociální věci) má trochu odlišné dělení zrakově postižených a svoji za užívanou terminologii.

Definice zrakového postižení pouze podle ostrosti vidění a rozsahu zorného pole není vždy úplně dostačující. Pro objektivnější diagnostiku musíme pečlivě zkoumat další zrakové funkce, jako např.

- * **kontrastní citlivost (světloplachost, šeroslepost),**
- * **schopnost rozlišovat barvy (barvoslepost),**
- * **vnímání hloubky,**
- * **schopnost lokalizovat,**
- * **fixovat předměty,**
- * **sledovat je v pohybu apod.**

Především nás zajímá to, jak zrakové postižení ovlivňuje běžný život klienta, které úkony zvládá, které zvládá jen s obtížemi nebo vůbec ne. V jaké oblasti tkví jeho nejnaléhavější potřeby a jaká lze najít řešení (s využitím zraku nebo za pomoci jiných smyslů). Komplexní posouzení zrakových funkcí si často vyžaduje spolupráci několika odborníků - lékaře, zrakového terapeuta a sociálního pracovníka, který může posoudit zrakové funkce v praxi.

Vztah k digitalizaci: Nevidomí občané jsou všeobecně velmi znevýhodněni ve vztahu ke sledování televize. Nicméně v souvislosti s nastavbovými moduly digitální televize, jako je například rozhlasové vysílání, získají prostřednictvím DTV nový rozměr přijímání informací - spojením dvou médií. Proto i tato cílová skupina musí v informační kampani získat potřebné informace, které jí budou předloženy s individuálním přístupem.

3.1.3.2. Sluchově postižení

Jako sluchově postižené občany chápeme ty, jejichž porucha může být výsledkem organické a fyziologické malfunkce v kterékoli části sluchového aparátu a sluchových korových center, nebo z funkcionálně-percepčních poruch. Porucha sluchu může být dědičná nebo získaná a může vzniknout v každém věku.

„Postlingvální sluchové postižení“ zahrnuje všechny ty jedince, u kterých došlo k náhlé nebo postupně vznikající sluchové ztrátě po dokončení vývoje řeči. Tato definice zahrnuje sluchové ztráty jak u seniorů, tak i u mladých dospělých, u kterých v důsledku nemoci nebo dalších traumat došlo k narušení schopnosti slyšet.

„Perilingvální sluchové ztráty“ zahrnují všechny ty případy, u nichž došlo ke sluchovým ztrátám v období dětství do věku 14 let. Tato kategorie patří mezi jasně ohraničené skupiny s postlingválními a prelingválními sluchovými ztrátami. Jejich psychosociální, emoční, poznávací a komunikativní vývoj je proto extrémně obtížné hodnotit. Termín **„prelingvální sluchové ztráty“** zahrnují osoby, u kterých došlo ke sluchovým ztrátám perinatálně nebo před zahájením vývoje řeči v prvních měsících života. Sluchová ztráta je diagnostikována metodami subjektivní a objektivní audiometrie.

Vztah k digitalizaci: Sluchové postižení není handicapem ve vztahu ke sledování a zejména nastavbové užívání digitálního televizního vysílání. Dokonce lze říci, že pro tuto skupinu postižených občanů bude digitální vysílání a zejména nastavbové služby a servis digitálního vysílání velkým přínosem, protože mnohé informace si budou moci přečíst. Proto doporučujeme, aby se vzdělávací a školicí kampaň na tuto skupinu detailně soustředila, protože jejich přivítání nastavbových služeb digitální televize může být ve svém důsledku chápáno také jako velmi silný marketingový tah ve smyslu podpory digitalizace jako takové!

3.1.3.3. Tělesně postižení

Skupinou **osob s tělesným postižením** rozumíme občany s postižením pohybového aparátu, svalů a kostry a nemocí, které funkce pohybového aparátu ovlivňují. Postižení může být způsobeno vrozenou dispozicí, získané po úrazech a jako důsledek různých onemocnění. Velmi často však postižení nelze přesně definovat a zařadit, neboť máme značnou část osob se zdravotním postižením, které trpí tzv. kombinovanými vadami a nelze zcela jednoznačně určit, do které skupiny svým postižením patří.

Vztah k digitalizaci: Veškeré osoby s tělesným postižením, které jsou schopné sledovat televizi, bude možné a potřebné proškolit. Tělesné postižení není ve vztahu ke sledování televize prakticky žádným handicapem a tak by tato skupina měla být proškolená podobným způsobem jako lidé bez handicapu.

3.1.3.4. Mentálně postižení

Mentální postižení nejčastěji chápeme jako omezení rozumových schopností. Podle jiné definice jde o duševní poruchu se sníženou inteligencí projevující se u člověka sníženou schopností poznávání a adaptace. Při definování tohoto typu postižení se však stále více setkáváme i s jiným pojetím, které se snaží upozorňovat na oblasti, v nichž lidé s mentálním postižením **potřebují podporu**. Taková definice může znít: „Mentální postižení je podstatné omezení stávajícího výkonu na základě podprůměrné úrovně intelektových schopností a omezení v některých z následujících oblastí - **komunikace, sebeobsluha, sociální dovednosti, bydlení ve vlastním domě, využití služeb obce, sebeurčení, zdraví a bezpečnost, použití školních dovedností, volný čas a práce.**“ (podle Americké asociace pro mentálně retardované).

V současnosti se mění také terminologie, která je v dané oblasti užívána. Místo pojmu mentální retardace (*mental retardation*) se v Austrálii a Spojených státech dnes běžně užívá pojem „*intellectual disability*“, v Anglii pojem „*learning differences*“. V naší zemi se stále používá v souladu s 10. revizí Mezinárodní klasifikace nemocí termín „mentální retardace“, i když bývá často nahrazován jinými (jinak nedefinovanými) výrazy jako např. „intelektové znevýhodnění“ nebo „mentální znevýhodnění“.

Stejně jako definovat, tak rovněž klasifikovat mentální retardaci je možné z více pohledů.

Dělení podle příčiny vzniku:

- * organická (spojena s poškozením, odchýlnou strukturou nebo odchýlným vývojem nervového systému),
- * sociální (spojena s výchovnou zanedbaností, sociokulturním znevýhodněním, psychickou deprivací).

Dělení podle druhu chování:

- * typ eretický (nepokojný, dráždivý, instabilní),
- * typ torpidní (apatický, netečný, strnulý),
- * typ nevyhraněný (procesy vzruchu a útlumu jsou relativně v rovnováze).

Dělení podle stupně postižení:

(kategorizace dle 10. revize Mezinárodní klasifikace nemocí zpracované WHO 1992)

- * lehká mentální retardace (IQ 69 - 50),
- * středně těžká mentální retardace (IQ 49 - 35),
- * těžká mentální retardace (IQ 34 - 20),
- * hluboká mentální retardace (IQ 20 a níže),
- * jiná mentální retardace (stanovení stupně mentální retardace je zvláště nesnadné nebo nemožné pro přidružené senzorycké nebo somatické postižení, pro těžké poruchy chování nebo pro autismus),
- * nespecifikovaná mentální retardace (mentální retardace je prokázána, není však dostatek informací pro zařazení osoby do některého z uvedených stupňů mentální retardace).

Vztah k digitalizaci: Část skupiny navzdory mentálnímu postižení je schopná využívat pro svůj život televizor, podobně jako lidé bez handicapu. Proto bude při vlastním procesu školení k digitalizaci nutné vycházet z doporučení ošetřujících či opatrovnických osob.

3.1.3.5. Vnitřní nemoci

Národní rada zdravotně postižených ČR je rozdělena dle členských organizací do jednotlivých komor:

- * duševně nemocných
- * mentálně postižených
- * tělesně postižených
- * **vnitřně nemocných**
- * sluchově postižených
- * zrakově postižených

Vnitřní nemoci se pak větví na další podle jednotlivých druhů onemocnění.

Patří sem:

- * Alergie
- * Celiakie
- * Cystická fibróza
- * Diabetes
- * Epilepsie
- * Lupénka
- * Lupus
- * Nemoci mozku
- * Nemoci srdeční a cévní
- * Nespecifické stěvné záněty
- * Onkologické nemoci
- * Poruchy řeči
- * Roztroušená skleróza
- * Stomie
- * Schizofrenie

ČSVPS - Český svaz vnitřně postižených sportovců sdružuje sportovce s vnitřním postižením, zejména:

- * srdečně cévním onemocněním
- * hypertenzí
- * tromboembolickým onemocněním
- * mozkových příhodách
- * diabetes mellitus
- * hypercholesterolemií
- * hypertriglyceridemií
- * s dialýzou
- * po transplantaci orgánů

Vztah k digitalizaci: Prakticky celá tato skupina je plně schopna využívat a také využívá televizního média jako zdroje informací, zábavy i odpočinku, tak jako zcela zdravá populace. Proto je tato skupina osob kompletně zahrnuta do procesu školící a informační kampaně k digitalizaci televizního vysílání.

3.1.3.6. Kombinovaná postižení

Kombinovaným postižením rozumíme vícenásobné postižení, kdy interakcí participujících postižení a vzájemným překrýváním vzniká tzv. synergetický efekt – nová kvalita postižení – odlišná od jednoduchého součtu postižení. Fakt, že kombinované postižení nelze definovat jako prostý součet jednotlivých postižení, ale že se důsledky narušení a poruch násobí, zdůrazňuje ve svých definicích řada autorů.

Osoby s postižením více vadami jsou zařazovány mezi osoby s těžkým postižením. Z řady definic této skupiny vyznívá, že se jedná o lidi, kteří jsou v důsledku svých motorických a duševních schopností odkázáni při veškerých každodenních úkonech na pomoc jiných osob. Potřebují cizí pomoc při jídle a pití, při ošetřování, při oblékání a svlékání, při polohování atd. Dorozumívají se zvuky, mimikou, gestikou a držením těla. Způsob vyjadřování může být velmi subjektivní a mnohoznačný, realizování jejich potřeb předpokládá tudíž citlivé porozumění pečující osoby.

Vztah k digitalizaci: Lidé s kombinovaným postižením také využívají televizní vysílání, i když každý s jiným omezením. Mnohdy se jim televizní přijímač stává jedním z mála dostupných prostředků k informacím. Je důležité, aby si každý z nich mohl najít cestu k požadovaným informacím, třeba i s přispěním individuálního přístupu rodinných příslušníků či sociálních pracovníků. Z těchto důvodů doporučujeme i tuto cílovou skupinu občanů zařadit do procesu školící a informační kampaně k digitalizaci televizního vysílání.

3.1.4 SENIOŘI V DOMÁCÍM PROSTŘEDÍ

Stárnutí je proces, při němž dochází k postupné ztrátě fyzických a psychických schopností organismu. Tento proces je doprovázen výrazným růstem rizika onemocnění a smrti a také mnoha sociálními problémy. Orientačně můžeme stáří členit na:

65 - 74 let: mladí senioři – problematika penzionování, volného času, aktivit, seberealizace

75 - 84 let: staří senioři (pravé stáří) - problematika adaptace, tolerance zátěže, specifické stonání, osamělost

85 a více: velmi staří senioři – problematika soběstačnosti a zabezpečení

V rámci poskytování domácí zdravotní péče stále ještě není dostatečně podporován rozvoj integrované domácí péče (kombinované terénní zdravotně sociální služby), jež je významnou podporou rodin pečujících o nesoběstačného seniora v domácím prostředí. Takové kombinované služby jsou ve vyspělé Evropě samozřejmostí a lze jimi předejít nutnosti umístění seniora do ústavní péče a tím i vynaložení poměrně značných finančních prostředků. **Možnost žít v přirozeném sociálním prostředí je předpokladem pro udržení, popřípadě i rozvoj společenského postavení seniorů.**

Nový zákon (zákon o sociálních službách č. 108/2006 Sb. a prováděcí vyhláška zákona č. 505/2006 Sb.) tyto kombinované služby neodmítá, a zdá se, že sama praxe si takové služby sama vynutí. Pečující rodiny však stále ještě postrádají respitní služby pro dočasné pobyty seniorů, které jsou potřebné v zájmu regenerace sil pečujících osob. Tato možnost existuje pouze v jedné pětině obcí ČR. Přičemž rodina - jako základní článek společnosti - vytváří bezpečný prostor pro život seniorů, pomáhá jim udržet si nezávislost, samostatnost, je prostorem mezigenerační solidarity a brání sociálnímu vyloučení starých lidí. Přes veškeré zdůrazňování významu domácího prostředí zůstává pro mnohé seniory pobyt v ústavech žádanou, někdy jedinou vhodnou variantou.

Přitom je potřebné poskytnout seniorům dostatečný prostor a podmínky k aktivní účasti na životě společnosti a jejím rozvoji. Zároveň se však senioři musí sami naučit využívat všech možností, které jim společnost nabízí k posílení vlastního postavení, k dosažení bezpečného stárnutí a k plnému a rovnoprávnému zapojení. K vytvoření osobního pocitu pohody a k posílení pozitivních postojů společnosti ke stáří a starším lidem je nezbytná účast seniorů na sociálních, ekonomických, kulturních a dobrovolných aktivitách, jejich odpovědný přístup k vlastnímu životu a zájem o rozvoj společnosti.

Vlastní informační kampaní bychom také chtěli posílit tvorbu podmínek pro rovnoprávný a aktivní život seniorů, odstraňovat příčiny nepřipustného omezování základních práv a svobod z důvodu věku a sociálního postavení, potírat diskriminaci a sociální vyloučení seniorů, posilovat mezigenerační solidaritu, soběstačnost, uznat přínos seniorů rodině a společnosti, podporovat postoje porozumění, tolerance a solidarity.

3.2. Popis potřeb cílové skupiny ve vztahu k přechodu na digitalizaci

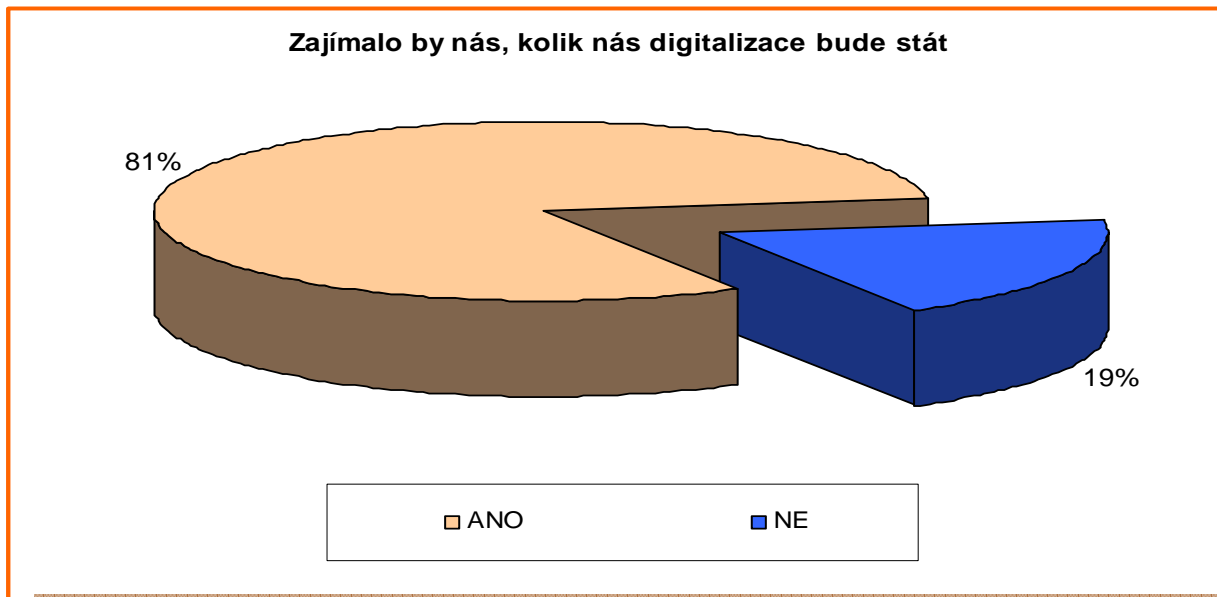
V rámci analytického rozboru potřeb cílové skupiny byl proveden podrobný monitoring na základě dotazníkového šetření. Dotazník byl cílové skupině distribuován kombinovaně (duplicitně) dvěma způsoby a) poštou, b) elektronicky emailem. Jak elektronická forma dotazníku, tak tištěná, včetně průvodních dopisů, jsou v **přílohách** této studie. Dotazník kladl klientům cílové skupiny 14 základních otázek, které reflektují jejich potřeby ve vztahu k digitalizaci televizního vysílání. Vlastní dotazník, včetně průvodních dopisů je uveden v příloze dokumentu. Definice otázek viz níže uvedený přehled:

1. Zajímalo by nás, kolik nás digitalizace bude stát.
2. Zajímalo by nás, jaké má digitalizace výhody.
3. Zajímalo by nás, na koho se můžeme obrátit s dotazy.
4. Zajímalo by nás, kam se můžeme obrátit s dotazy.
5. Budeme potřebovat základní proškolení pro odpovědný personál.
6. Budeme potřebovat tištěný manuál s informacemi.
7. Budeme potřebovat internetový průvodce s možností tisku manuálů.
8. Budeme potřebovat poradce na telefonu (zelenou linku).
9. Potřebujeme vědět, kdy se digitalizace dotkne naší oblasti.
10. Zajímají nás informace o typu digitálních sítí.
11. Zajímá nás, kolik digitálních programů budeme přijímat.
12. Zajímá nás, jak přesně postupovat při přechodu na digitální vysílání.
13. Zajímají nás možnosti a výhody IPTV – internetová televize.
14. Nepotřebujeme žádné informace, jsme plně informováni.

V průzkumu jsme získali celkem 197 odpovědí z jednotlivých ústavů sociální péče a z domovů důchodců. Respondenti využili všech možných variant pro odpovědi. Tedy webovou aplikaci, vyplnění dotazníku a zaslání zpět emailem, faxem, ale také poštou. Překvapivě nízké procento respondentů, méně než ¼ využila nejjednodušší, nejrychlejší a nejlacinější formy odpovědi prostřednictvím webového dotazníku. Z toho také vyplývá vztah celé této cílové skupiny k moderním technologiím, mezi které musíme také počítat digitální televizní vysílání. Proto budeme s tímto faktem počítat při vlastní realizaci informační kampaně ve vztahu k této cílové skupině.

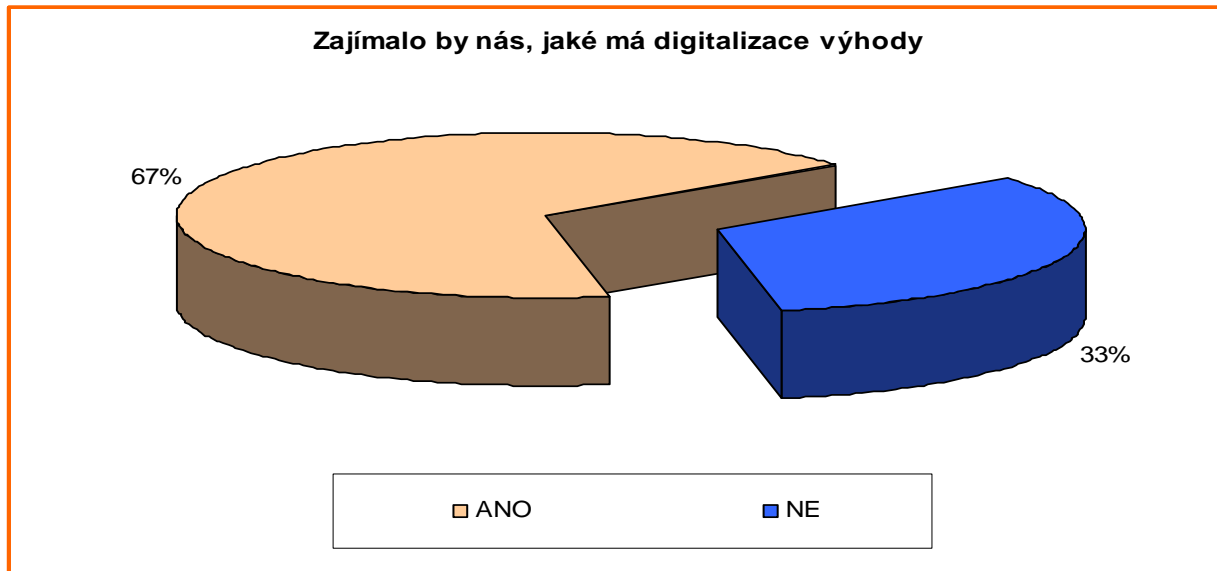
Dále uvádíme vyhodnocení odpovědí formou grafů, zároveň je pod každým grafem uveden hodnotící komentář se vztahem k digitalizaci.

Graf č. 1: Odpověď na otázku - Zajímalo by nás, kolik nás digitalizace bude stát



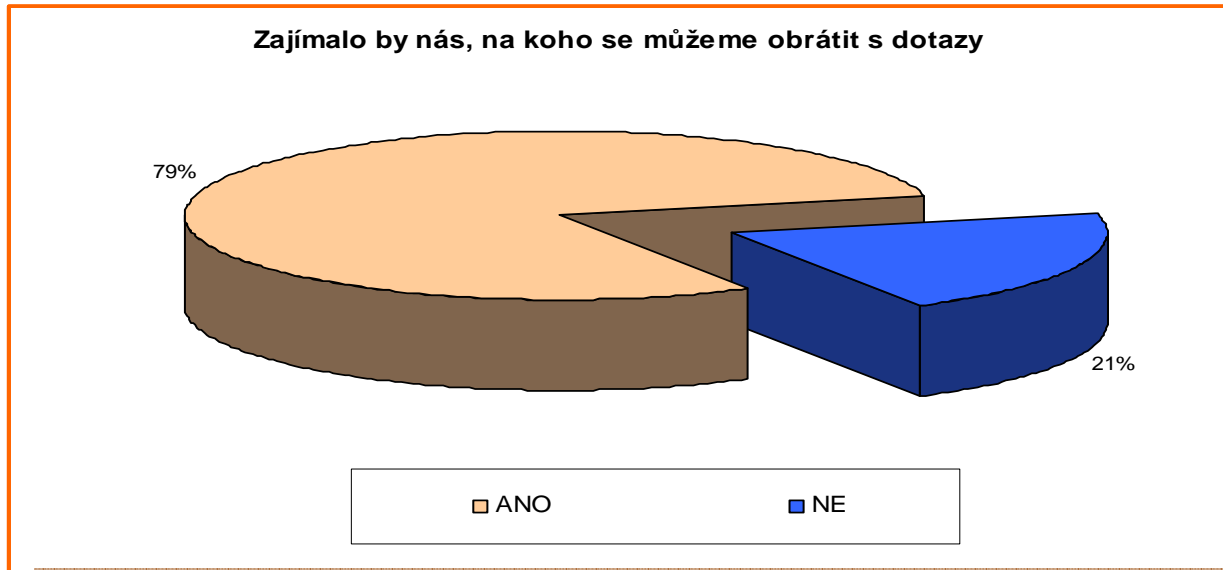
Hodnotící komentář: Většinu populace zajímá tato základní a z pohledu procesu digitalizace elementární otázka. Je to bez pochyby zapříčiněno tím, že lidé nevědí, co vše jim digitalizace může přinést, neznají její výhody. To bude muset být jedno ze stěžejních témat pro vlastní osvětovou kampaň k digitalizaci – vysvětlit lidem její výhody.

Graf č. 2: Odpověď na otázku - Zajímalo by nás, jaké má digitalizace výhody.



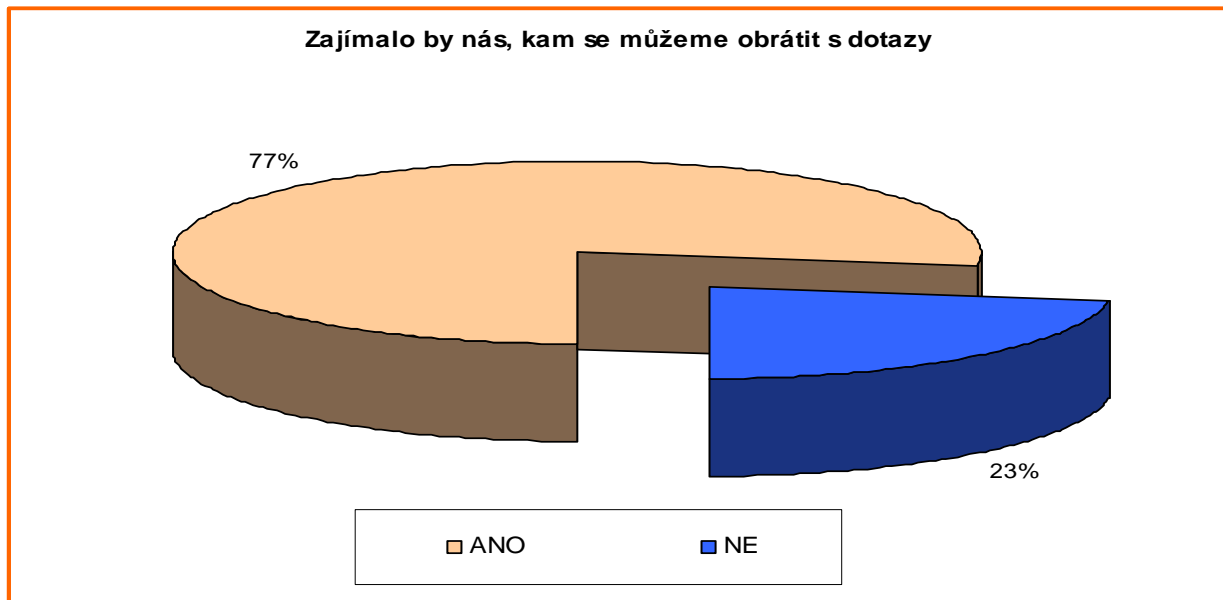
Hodnotící komentář: V porovnání s grafem č. 1 je patrné, že část populace výhody digitalizace zná, přesto téměř 70% respondentů neví, jaké výhody jim digitalizace může přinést. Opakovaným závěrem je tedy – v osvětové kampani se zaměřit na výhody digitalizace. Zejména pro správce sociálních zařízení a domovů důchodců.

Graf č. 3: Odpověď na otázku - Zajímalo by nás, na koho se můžeme obrátit s dotazy



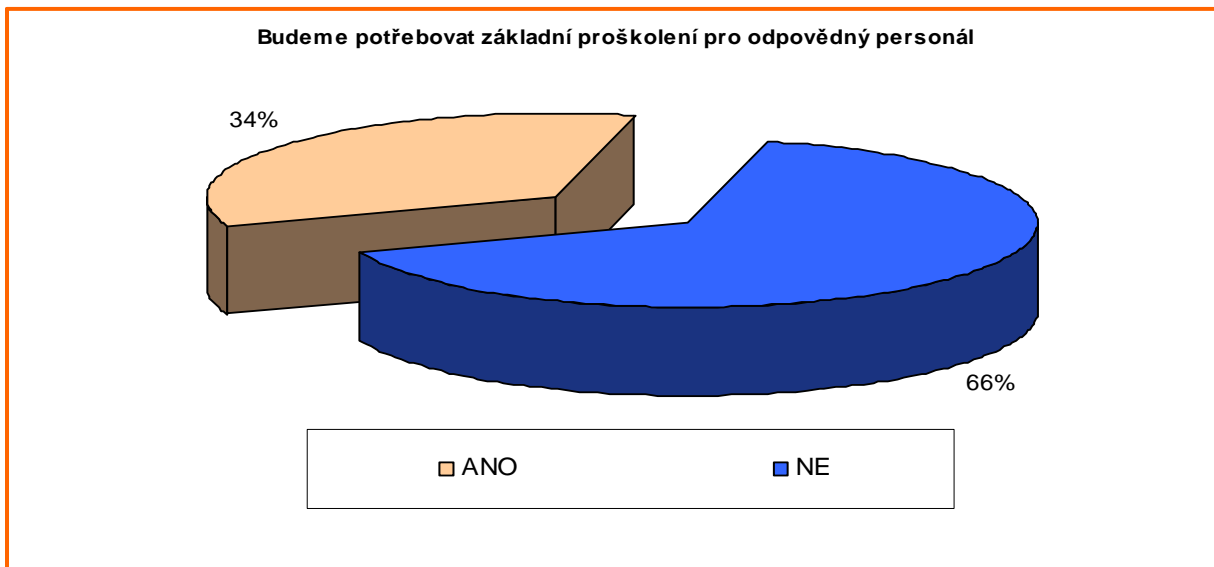
Hodnotící komentář: Toto je pro informační kampaň velmi důležitý moment, kdy se naše cílová skupina dožaduje osoby či organizace, na kterou by se mohla obracet s dotazy. Proto bude v kampani nutné zajistit nepřetržitý informační servis.

Graf č. 4: Odpověď na otázku - Zajímalo by nás, kam se můžeme obrátit s dotazy.



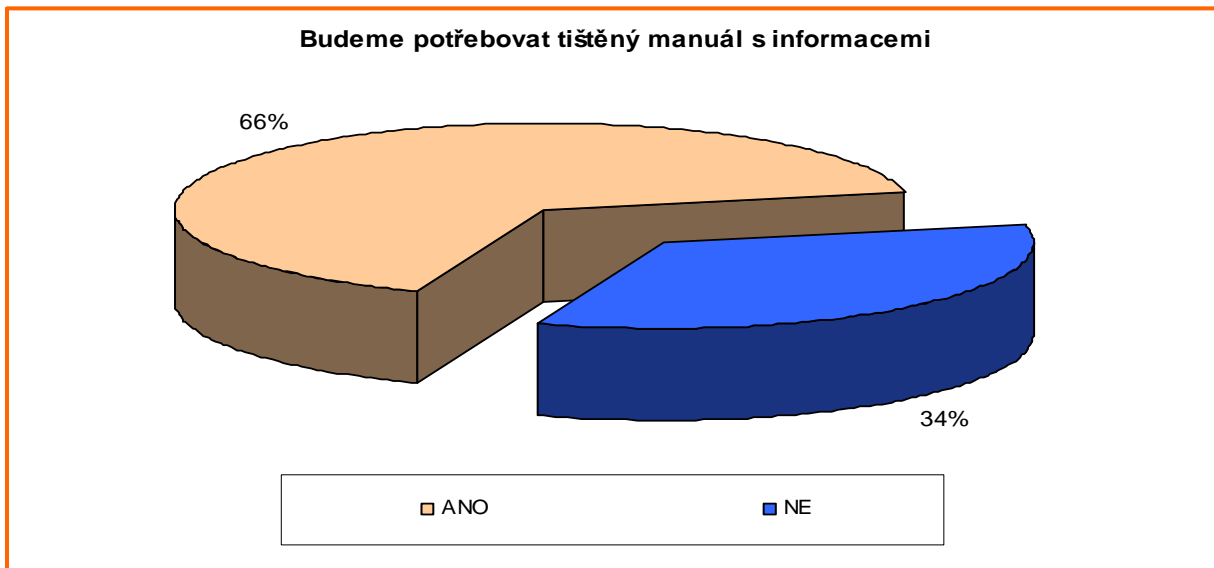
Hodnotící komentář: Otázka velmi podobná předchozí a stejně tak podobné jsou odpovědi. Řešením je tedy vybudovat informační centrum, kam se cílová skupina bude moci nepřetržitě obracet pro informace. Optimální je web, nebo call centrum.

Graf č. 5: Odpověď na otázku - Budeme potřebovat proškolení pro odpovědný personál



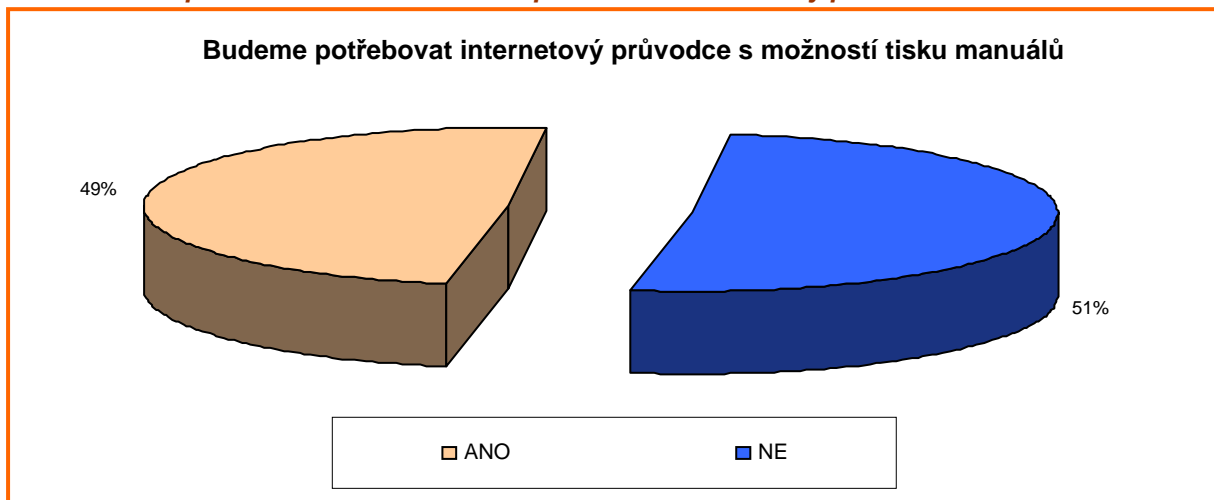
Hodnotící komentář: Tato odpověď je pro nás mírným překvapením. Respondenti domnívají, že si klienti s ústavní péčí poradí sami, nebo se o jejich servis dokáže postarat samo vedení ústavů. Z pohledu řešitele této studie se však domníváme, že osoba v pozici údržbáře či pozici podobné by měla být pro případ servisu klientům proškolená.

Graf č. 6: Odpověď na otázku - Budeme potřebovat tištěný manuál s informacemi



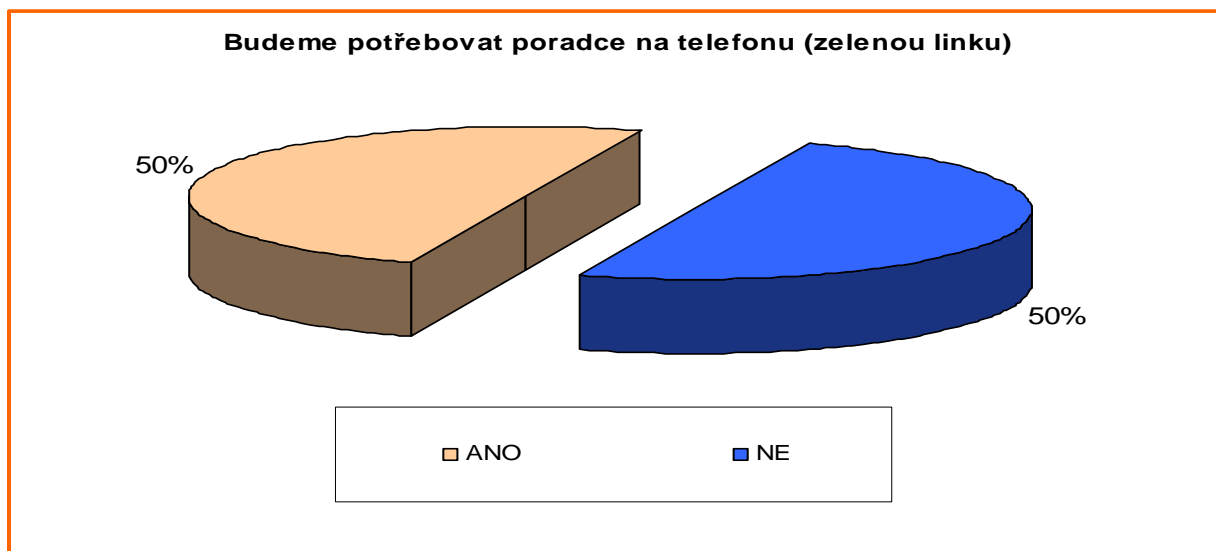
Hodnotící komentář: Opět, z pohledu informační kampaně velmi důležitá odpověď, kdy většina respondentů bude potřebovat tištěné manuály s informacemi, které jim doposud chybí. Je to podle nás všeobecně „díra“ na trhu a takové tiskoviny by bylo vhodné připravit do všech domácností.

Graf č. 7: Odpověď na otázku - Budeme potřebovat internetový průvodce



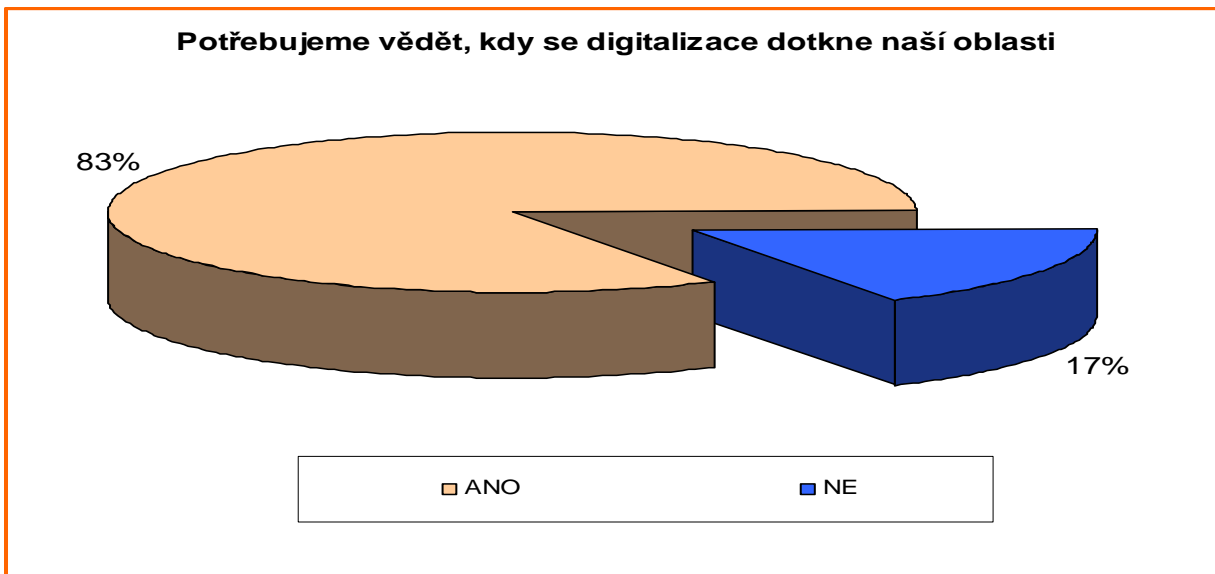
Hodnotící komentář: Z odpovědi je patrné, že mnoho respondentů této cílové skupiny ještě ne zcela využívá internetu, a proto preferují tištěné manuály. Tento fakt byl také shledán při vlastních odpovědích na dotazník, kdy pouze ¼ respondentů využila velmi pohodlného vyplnění dotazníku na webu. Zbývajících ¾ místo toho využili pro odpovědi formu faxovou, či dokonce zaslanou poštou (bez ohledu na náklady s poštovným).

Graf č. 8: Odpověď na otázku - Budeme potřebovat poradce na telefonu (zelenou linku)



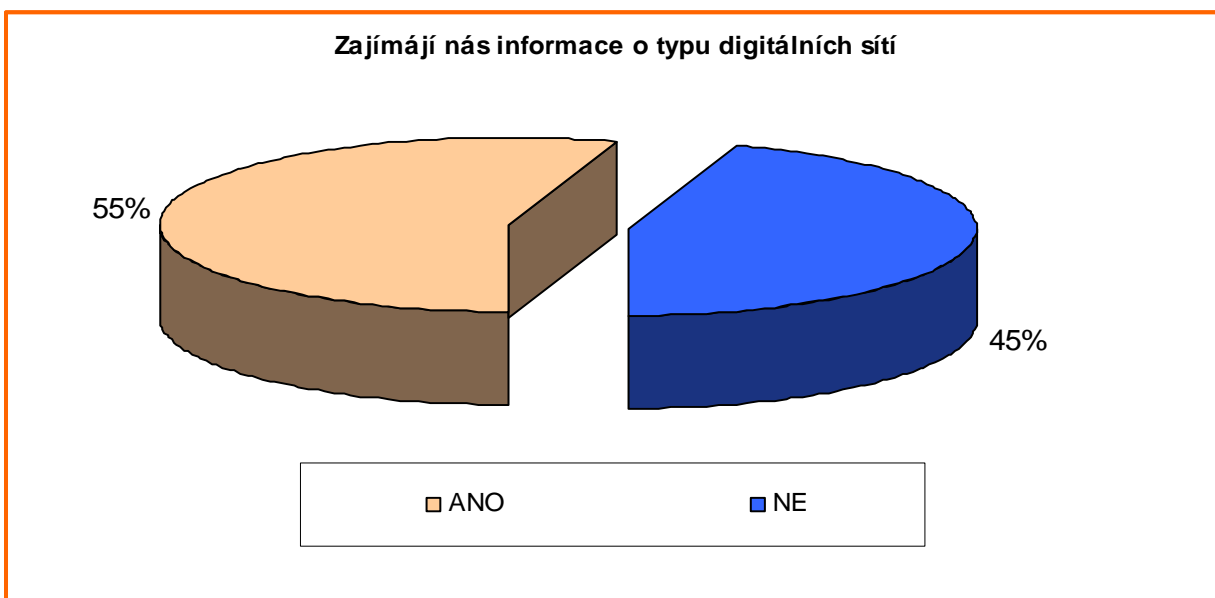
Hodnotící komentář: Z odpovědi je patrné, že polovina, tedy významná část respondentů, bude vyžadovat zelenou linku. To je také jednoznačný signál pro vlastní informační kampaň, jejíž součástí bude muset být provozování call centra.

Graf č. 9: Potřebujeme vědět, kdy se digitalizace dotkne naší oblasti



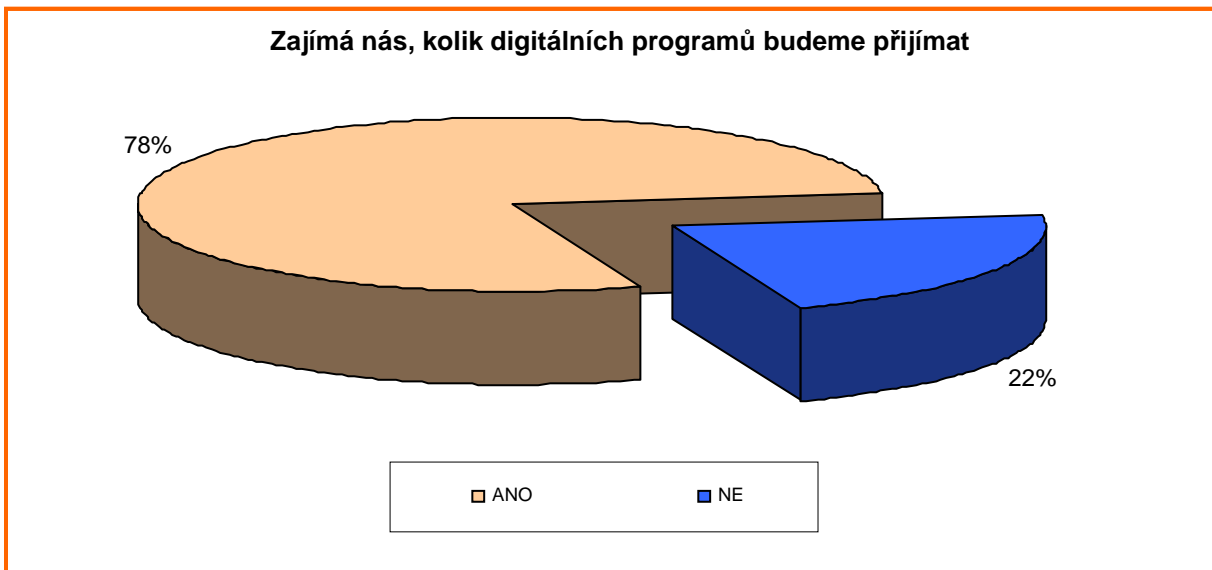
Hodnotící komentář: Opět relativně banální otázka s odpovědí, která dává jasně najevo, že veřejnost o digitalizaci není vůbec informována (nebo se o ni nezajímá) a nemá o ní téměř žádné představy. Protože kdyby tomu bylo jinak, bylo by možné velmi jednoduše nalézt na internetu celý časový harmonogram. Takto máme pro následnou informační kampaň další signál, který sděluje, jak urgentní je osvěta k digitalizaci.

Graf č. 10: Odpověď na otázku - Zajímají nás informace o typu digitálních sítí



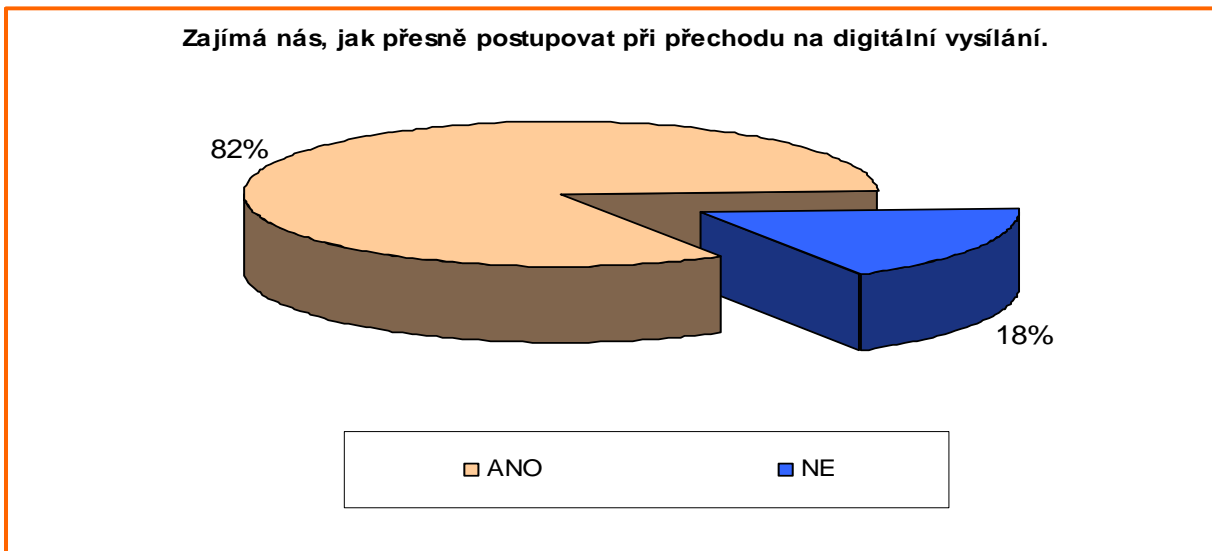
Hodnotící komentář: Nadpoloviční většina respondentů se zajímá o typy digitálních sítí, proto bude zapotřebí detailní rozbor a materiály, které problematiku digitálních sítí v rámci informační kampaně ozřejmí.

Graf č. 11: Odpověď na otázku - Zajímá nás, kolik digitálních programů budeme přijímat



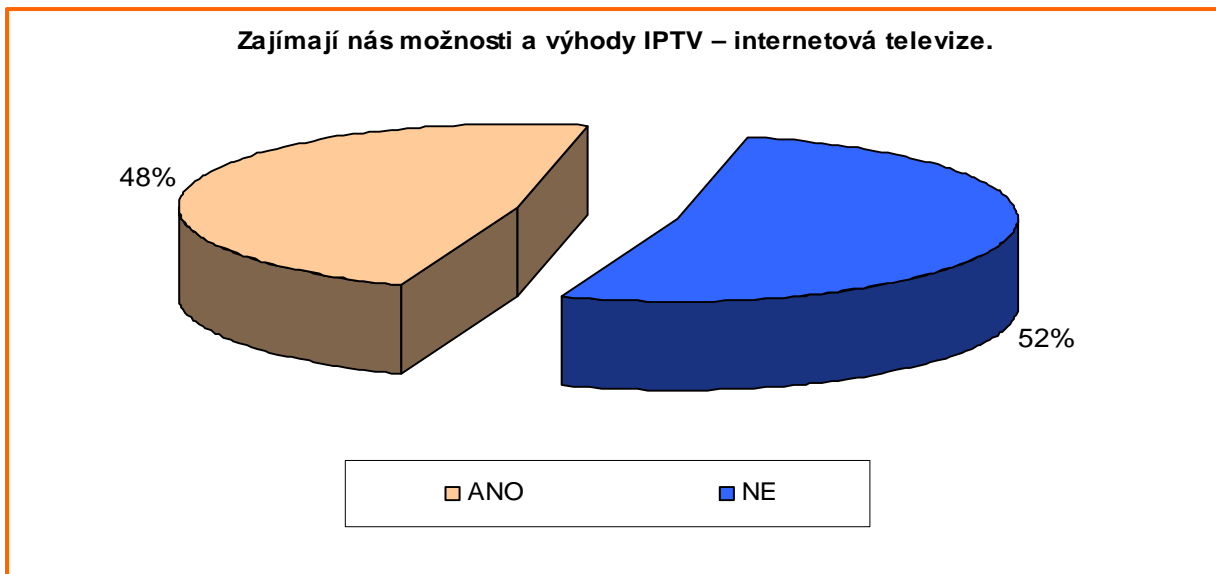
Hodnotící komentář: Získali jsme celkem očekávanou odpověď s vysokým procentem zájemců o informaci o množství digitálních programů. K tomu doporučujeme připravit přehledné tiskoviny, které to region od regionu vysvětlí.

Graf č. 12: Odpověď na otázku - Jak postupovat při přechodu na digitální vysílání



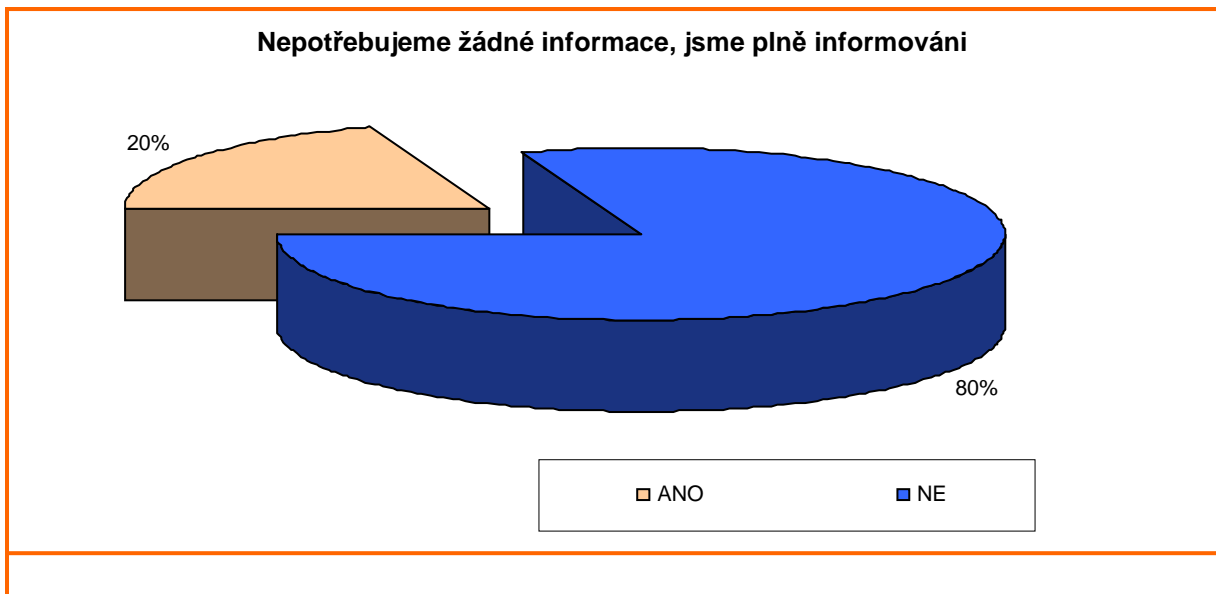
Hodnotící komentář: Odpověď dává jasně najevo, že informovanost veřejnosti je velmi nízká. To i přitom, že respondenti naší cílové skupiny jsou +/- řídicí pracovníci, kteří odpovídali za své klienty. Tedy i tito zodpovědní pracovníci nemají příliš informací. Z toho lze usuzovat, že klienti ÚSP a domovů důchodců, stejně jako osoby se ZTP, budou informováni ještě méně.

Graf č. 13: Odpověď na otázku - Zajímají nás možnosti a výhody IPTV



Hodnotící komentář: Polovina respondentů odpověděla, že je nezajímají výhody internetové televize. To je v korespondenci se způsobem odpovídání na naše dotazníky. Vypovídá to o tom, že představitelé cílové skupiny málo využívají moderních technologií.

Graf č. 14: Odpověď na otázku - Nepotřebujeme žádné informace, jsme plně informováni



Hodnotící komentář: většina respondentů (80%) potřebuje informace o digitalizaci. Proto je evidentní, že digitalizace má zatím nízký stupeň PR a saturace veřejnosti informacemi (nejen cílové skupiny) je na nízké úrovni.

3.3. Rozmístění obyvatel cílové skupiny v rámci ČR

V rámci získávání informací jsme napříč celou ČR oslovili více než 1300 institucí typu domov důchodců nebo ústav sociální péče. Databázi kontaktů nám poskytla Národní rada osob se zdravotním postižením ČR. Databázi můžeme poskytnout na vyžádání.

Z celkového počtu oslovených jsme získali odpovědi ze 197 institucí, které jsou +/- rovnoměrně rozmístěny po celé ČR. To je přes 15%. Vzhledem k celkovému počtu odpovědí (197) je ze statistického hlediska možné považovat vyhodnocení za realitě odpovídající. O rozmístění aktivních respondentů vypovídá graf č. 15. O rozmístění cílové skupiny s ústavní péčí vypovídají mapy uvedené v přílohách - kraj po kraji.

Abychom exaktně postihli rozmístění cílové skupiny v rámci ČR, což považujeme za strategický poznatek ve vztahu k následujícím krokům při koordinaci informační kampaně a mobilizaci pracovní síly do jednotlivých krajů a okresů, využili jsme dostupná data a informace z Českého statistického úřadu. Tato relevantní data předvádíme ve studii v podobě přehledných tabulek. Dále uvedené tabulky, grafy a obrázky tak velmi podrobně a výstižně reflektují cílovou skupinu v rámci celé ČR.

V roce 2004 bylo v České republice celkem 1071 zařízení sociální péče s celkovou kapacitou 78 576 lůžek, z toho 93,6 % lůžek bylo pro celoroční pobyt. Ve srovnání s rokem 2003 počet zařízení sociální péče vzrostl o 3%, tj. o 1 441 lůžek.

V zařízeních sociální péče s celoročním a týdenním pobytem bylo 71 659 obyvatel (svěřenců) a v zařízeních s denním pobytem 4 849 obyvatel (svěřenců). Ve srovnání s předchozím rokem tak zmíněné počty vzrostly o 1 241 a 243 obyvatel (svěřenců, tj. o 10,2 % a 5,3 %). Počet obyvatel (svěřenců) trvale upoutaných na lůžko (tvořících 14,5 % z celkového počtu obyvatel v zařízeních sociální péče s celoročním a týdenním pobytem) se zvýšil z 10 029 obyvatel v roce 2003 na 10 362 v roce 2004. Nárůst o 848 obyvatel, tj. 4,1 %, nastal v porovnání s rokem 2003 ve skupině obyvatel mobilních (pohybujiících se) pouze za pomoci druhé osoby a představuje tak 30,1 % z celkového počtu obyvatel v zařízeních sociální péče s celoročním a týdenním pobytem. Nejvyšší podíl (34,8 %) z celkového počtu zařízení sociální péče mají domovy důchodců. V roce 2004 bylo v České republice 373 domovů důchodců s kapacitou 37 366 lůžek (tj. 47,6 % z celkové kapacity zařízení sociální péče). Ve srovnání s rokem 2003 se tak počet domovů důchodců zvýšil o 4%, tj. o 830 lůžek. V domovech důchodců bylo v roce 2004 umístěno 37 025 osob, což je o 718 osob (2,0 %) více než v předchozím roce.

Zdroj: ČSÚ (2006): *Síť vybraných zařízení sociální péče v České republice podle krajů za rok 2004. Publikace.*

K dokreslení o počtech a rozmístění cílové skupiny v ČR dokládáme dále uvedené tabulky, získané ze zdroje ČSÚ.

Tabulka č. 1: Počet zařízení sociální péče v ČR v letech 2003 a 2004.

Tabulka č. 2a: Zařízení sociální péče v ČR – podle typu.

Tabulka č. 2b: Zařízení sociální péče v ČR – podle typu – v jednotlivých krajích.

Tabulka č. 3a: Počet obyvatel v zařízeních sociální péče v ČR.

Tabulka č. 3b: Počet obyvatel v zařízeních sociální péče v ČR – podle jednotlivých krajů.

Tabulka č. 4a: Počet pokojů v zařízeních sociální péče v ČR.

Tabulka č. 4b: Počet pokojů v zařízeních sociální péče v ČR – podle jednotlivých krajů.

Tabulky č. 5, a,b,c: Počet důchodců v ČR 2005, podle typu důchodu, dále podle krajů, věku a pohlaví.

Tabulka č. 1: Počet zařízení sociální péče v ČR v letech 2003 a 2004. Zdroj ČSÚ.

Druh zařízení		POČET ZAŘÍZENÍ CELKEM		v tom (r. 2004) zařízení pro pobyt **)		Počet zařízení pro pobyt denní **)
		2003	2004	celoroční	týdenní	
A1A	Domov důchodců	369	373	373	0	0
A1B	Domov - pension pro důchodce	144	149	149	0	0
A1C	DD + DPD společné zařízení	9	13	13	0	0
A2	Ústav pro TP dospělé občany	6	7	7	0	1
A3	Ústav pro TP dospělé občany s přidruženým MP	8	5	4	1	2
A4	Ústav pro TP občany s více vadami	5	5	4	0	1
A5	Ústav pro SP dospělé občany	2	2	2	0	0
A6	Ústav pro MP dospělé občany	64	74	71	10	14
A7	Ústav pro chronické alkoholiky a toxikomany	6	8	7	0	0
A8	Ústav pro chronické psychotiky a psychopaty	7	8	8	0	0
B1	Ústav pro TP mládež	2	2	2	2	2
B2	Ústav pro TP mládež s přidruženým MP	17	20	8	9	16
B3	Ústav pro TP mládež s více vadami	13	11	1	1	9
B4	Ústav pro MP mládež	141	137	96	47	69
C1 ¹⁾	Vesničky SOS	38	2	1	0	1
C2	Domov pro matky s dětmi	43	50	45	2	1
C3A	Azylové domy	63	69	56	2	11
C3B	Domy na půl cesty	8	13	12	0	1
C3C	Noclehárny	4	8	6	0	2
C3D	Zařízení pro denní pobyt osob bez přístřeší	6	8	3	0	1
C4	Charitní domov pro řeholnice (obdoba DD)	18	17	17	0	0
C5	Ostatní zařízení	95	90	35	9	34
CELKEM Česká republika		1068	1071	920	83	165

Po jednotlivých Krajích:

Celkem Hlavní město Praha	44	45	39	4	6
Celkem Středočeský kraj	110	113	103	10	12
Celkem Jihočeský kraj	62	58	50	5	6
Celkem Plzeňský kraj	53	54	49	6	7
Celkem Karlovarský kraj	36	40	35	6	7
Celkem Ústecký kraj	98	105	101	6	9
Celkem Liberecký kraj	46	44	32	6	14
Celkem Královéhradecký kraj	63	65	60	5	7
Celkem Pardubický kraj	50	47	41	2	7
Celkem Kraj Vysočina	56	52	41	1	5
Celkem Jihomoravský kraj	124	123	104	10	22
Celkem Olomoucký kraj	79	79	68	6	11
Celkem Zlínský kraj	90	93	78	8	15
Celkem Moravskoslezský kraj	157	153	119	8	37

Tabulka č. 2a: Zařízení sociální péče v ČR – podle typu. Zdroj ČSÚ.

Druh zařízení		CELKEM		státní		krajské		obecní		církevní		ostatní	
		počet	kapacita	počet	kapacita	počet	kapacita	počet	kapacita	počet	kapacita	počet	kapacita
A1A	Domov důchodců	373	37 366	0		188	21 842	131	13 265	43	1 822	11	437
A1B	Domov - pension pro důchodce	149	11 865	0		35	3 596	100	7 839	9	219	5	211
A1C	DD + DPD společné zařízení	13	1 509	0		5	766	8	743	0		0	
A2	Ústav pro TP dospělé občany	7	514	1	170	4	312	0		2	32	0	
A3	Ústav pro TP dospělé občany s přidruženým MP	5	397	0		4	367	0		0		1	30
A4	Ústav pro TP občany s více vadami	5	388	0		1	172	4	216	0		0	
A5	Ústav pro SP dospělé občany	2	275	1	120	0		1	155	0		0	
A6	Ústav pro MP dospělé občany	74	6 101	0		58	5 155	11	704	3	175	2	67
A7	Ústav pro chronické alkoholiky a toxikomany	8	368	0		5	335	1	21	0		2	12
A8	Ústav pro chronické psychotiky a psychopaty	8	870	0		7	840	0		1	30	0	
B1	Ústav pro TP mládež	2	610	1	427	1	183	0		0		0	
B2	Ústav pro TP mládež s přidruženým MP	20	982	1	200	7	309	3	144	4	206	5	123
B3	Ústav pro TP mládež s více vadami	11	446	0		1	235	3	88	6	123	1	0
B4	Ústav pro MP mládež	137	9 946	1	228	95	8 117	31	1 374	7	196	3	31
C1*)	Vesničky SOS	2	126	0		0		0		0		2	126
C2	Domov pro matky s dětmi	50	1 147	0		1	1	14	280	25	699	10	167
C3A	Azylové domy	69	2 327	0		6	193	29	879	19	765	15	490
C3B	Domy na půl cesty	13	199	0		2	15	1	95	6	62	4	27
C3C	Noclehárny	8	260	0		0		3	148	4	83	1	29
C3D	Zařízení pro denní pobyt osob bez přístřeší	8	57	0		0		2	22	3	35	3	0
C4	Charitní domov pro řeholnice (obdoba DD)	17	1 007	0		0		0		17	1 007	0	
C5	Ostatní zařízení	90	1 816	0		1	15	13	314	44	706	32	781
CELKEM Česká republika		1 071	78 576	5	1 145	421	42 453	355	26 287	193	6 160	97	2 531

Tabulka č. 2b: Zařízení sociální péče v ČR – podle typu – v jednotlivých krajích. Zdroj ČSÚ.

KRAJ	CELKEM		státní		krajské		obecní		církevní		ostatní	
	počet	kapacita	počet	kapacita	počet	kapacita	počet	kapacita	počet	kapacita	počet	kapacita
Hlavní město Praha	45	4718	0	0	10	1996	23	2264	7	319	5	139
Středočeský kraj	113	7947	1	228	70	5684	28	1723	7	229	7	83
Jihočeský kraj	58	4350	0	0	26	2605	21	1576	9	169	2	0
Plzeňský kraj	54	4190	1	200	19	2100	19	1483	11	346	4	61
Karlovarský kraj	40	2631	0	0	26	2114	4	236	8	175	2	106
Ústecký kraj	105	8543	0	0	38	3751	59	4508	6	249	2	35
Liberecký kraj	44	2739	0	0	23	1789	14	768	3	85	4	97
Královéhradecký kraj	65	4288	0	0	28	2669	19	993	12	382	6	244
Pardubický kraj	47	4088	0	0	15	1958	19	1768	6	190	7	172
Kraj Vysočina	52	3680	0	0	23	2398	15	840	13	442	1	0
Jihomoravský kraj	123	9043	2	547	34	3716	44	3586	24	710	19	484
Olomoucký kraj	79	6103	0	0	33	3991	28	1410	11	561	7	141
Zlínský kraj	93	6089	0	0	45	3992	11	846	26	856	11	395
Moravskoslezský kraj	153	10167	1	170	31	3690	51	4286	50	1447	20	574

Tabulka č. 3a: Počet obyvatel v zařízeních sociální péče v ČR. Zdroj ČSÚ.

Druh zařízení		Počet obyvatel (svěřenců) k 31. 12. 2004		v tom :							Průměrný počet svěřenců ve sled. roce			
				trvale upoutaní na lůžko	mobilní za pomoci druhé osoby		vyžadující nákladné stravování		přijatých na přechodný pobyt		CELKEM	v tom :		Denní pobyty
					celoroční a týd. pob.	celoroční a týd. pob.	denní pobyty	celoroční a týd. pob.	denní pobyty	celoroční a týd. pob.		denní pobyty	celoroční pobyty	
A1A	Domov důchodců	37 025	0	8 018	14 936	0	15 789	0	15 789	0	36 078	36 077	0	0
A1B	Domov - pension pro důchodce	11 442	0	134	1 594	0	1 438	0	1 438	0	10 691	10 657	0	0
A1C	DD + DPD společné zařízení	413	0	163	670	0	535	0	535	0	1 418	1 418	0	0
A2	Ústav pro TP dospělé občany	497	1	53	332	3	82	1	82	1	509	506	0	3
A3	Ústav pro TP dospělé občany s přidruženým MP	424	46	8	62	0	52	0	52	0	385	357	8	19
A4	Ústav pro TP občany s více vadami	148	18	70	191	0	220	0	220	0	373	361	0	12
A5	Ústav pro SP dospělé občany	264	0	41	181	0	62	0	62	0	262	262	0	0
A6	Ústav pro MP dospělé občany	4 943	74	377	1 247	13	1 594	4	1 594	4	5 953	5 647	118	185
A7	Ústav pro chronické alkoholiky a toxikomany	144	0	27	42	0	90	0	90	0	355	355	0	0
A8	Ústav pro chronické psychotiky a psychopaty	562	29	61	112	0	273	0	273	0	858	858	0	0
B1	Ústav pro TP mládež	476	333	0	118	61	0	0	0	0	383	30	167	186
B2	Ústav pro TP mládež s přidruženým MP	485	343	82	132	91	14	4	14	4	871	375	129	364
B3	Ústav pro TP mládež s více vadami	212	496	42	52	81	21	8	21	8	430	94	10	326
B4	Ústav pro MP mládež	9 197	1 324	1 117	1 340	180	1 197	13	1 197	13	9 522	7 868	548	1 093
C1*)	Vesničky SOS	246	38	0	0	0	0	0	0	0	58	20	0	38
C2	Domov pro matky s dětmi	971	8	0	2	13	0	9	0	9	1 046	1 012	21	13
C3A	Azylové domy	1 675	512	0	22	1	13	0	13	0	1 949	1 715	46	187
C3B	Domy na půl cesty	111	1	0	0	0	7	0	7	0	160	148	0	12
C3C	Noclehárny	95	29	1	1	0	0	0	0	0	219	184	0	35
C3D	Zařízení pro denní pobyt osob bez přístřeší	20	11	1	0	10	0	0	0	0	41	36	0	5
C4	Charitní domov pro řeholnice (obdoba DD)	860	0	88	301	0	545	0	545	0	868	868	0	0
C5	Ostatní zařízení	1 449	1 586	79	262	205	98	34	98	34	1 546	772	84	687
CELKEM Česká republika		71 659	4 849	10 362	21 597	658	22 030	73	22 030	73	73 975	69 620	1 131	3 165

Tabulka č. 3b: Počet obyvatel v zařízeních sociální péče v ČR – podle jednotlivých krajů. Zdroj ČSÚ.

KRAJ	Počet obyvatel (svěřenců) k 31. 12. 2004		v tom :							Průměrný počet svěřenců ve sled. roce			
			trvale upoutaní na lůžko	mobilní za pomoci druhé osoby		vyžadující nákladné stravování		přijatých na pře- chodný pobyt		CELKEM	v tom :		Denní pobyty
	celoroční a týd. pob.	denní pobyty	celoroční a týd. pob.	celoroční a týd. pob.	denní pobyty	celoroční a týd. pob.	denní pobyty	celoroční a týd. pob.	denní pobyty		celoroční pobyty	týdenní pobyty	
Hlavní město Praha	4138	291	644	1236	54	887	1	887	1	4243	3855	163	224
Středočeský kraj	7749	268	1140	2247	9	2740	0	2740	0	7561	7238	131	188
Jihočeský kraj	4310	118	665	1347	9	1551	3	1551	3	4104	3903	101	98
Plzeňský kraj	3834	193	485	1056	24	1045	1	1045	1	3953	3747	100	91
Karlovarský kraj	2407	53	165	595	68	590	0	590	0	2445	2340	36	68
Ústecký kraj	7715	119	823	2029	7	2220	1	2220	1	7910	7762	48	97
Liberecký kraj	2334	340	287	845	66	659	8	659	8	2613	2165	104	343
Královéhradecký kraj	3823	146	513	1485	28	1370	8	1370	8	4053	3930	40	82
Pardubický kraj	3834	113	545	1198	14	1006	2	1006	2	3871	3767	15	87
Kraj Vysočina	3541	194	678	1259	25	1237	0	1237	0	3584	3439	28	117
Jihomoravský kraj	8143	1020	1265	2514	123	2409	27	2409	27	8392	7765	150	454
Olomoucký kraj	5279	535	998	1378	91	1698	5	1698	5	5759	5348	53	357
Zlínský kraj	5760	306	713	1397	16	1737	2	1737	2	5805	5545	71	184
Moravskoslezský kraj	8792	1153	1441	3011	124	2881	15	2881	15	9682	8816	91	775

Tabulka č. 4a: Počet pokojů v zařízeních sociální péče v ČR. Zdroj ČSÚ.

Druh zařízení		Počet jednolůžkových pokojů			Počet dvoulůžkových pokojů			Počet tří- a vícelůžkových pokojů		
		CELKEM	v tom pobyt		CELKEM	v tom pobyt		CELKEM	v tom pobyt	
			celoroční	týdenní		celoroční	týdenní		celoroční	týdenní
A1A	Domov důchodců	6 993	6 993	0	9 466	9 466	0	3 314	3 314	0
A1B	Domov - pension pro důchodce	6 692	6 692	0	2 592	2 592	0	35	35	0
A1C	DD + DPD společné zařízení	716	716	0	275	275	0	74	74	0
A2	Ústav pro TP dospělé občany	140	140	0	139	139	0	29	29	0
A3	Ústav pro TP dospělé občany s přidruženým MP	7	7	0	88	87	1	49	46	3
A4	Ústav pro TP občany s více vadami	24	24	0	134	134	0	25	25	0
A5	Ústav pro SP dospělé občany	57	57	0	56	56	0	30	30	0
A6	Ústav pro MP dospělé občany	294	289	5	856	833	23	952	939	13
A7	Ústav pro chronické alkoholiky a toxikomany	12	12	0	43	43	0	65	65	0
A8	Ústav pro chronické psychotiky a psychopaty	31	31	0	192	192	0	114	114	0
B1	Ústav pro TP mládež	3	1	2	50	14	36	74	17	57
B2	Ústav pro TP mládež s přidruženým MP	41	36	5	58	44	14	92	61	31
B3	Ústav pro TP mládež s více vadami	7	7	0	25	20	5	21	21	0
B4	Ústav pro MP mládež	488	460	28	998	910	88	1 453	1 346	107
C1*)	Vesničky SOS	0	0	0	36	36	0	0	0	0
C2	Domov pro matky s dětmi	57	57	0	177	176	1	231	223	8
C3A	Azylové domy	99	97	2	364	362	2	351	340	11
C3B	Domy na půl cesty	8	8	0	40	40	0	30	30	0
C3C	Noclehárny	2	2	0	27	27	0	40	40	0
C3D	Zařízení pro denní pobyt osob bez přístřeší	1	1	0	1	1	0	13	13	0
C4	Charitní domov pro řeholnice (obdoba DD)	542	542	0	191	191	0	31	31	0
C5	Ostatní zařízení	239	229	10	205	176	29	91	79	12
CELKEM Česká republika		16 453	16 401	52	16 013	15 814	199	7 114	6 872	242

Tabulka č. 4b: Počet pokojů v zařízeních sociální péče v ČR – podle jednotlivých krajů. Zdroj ČSÚ.

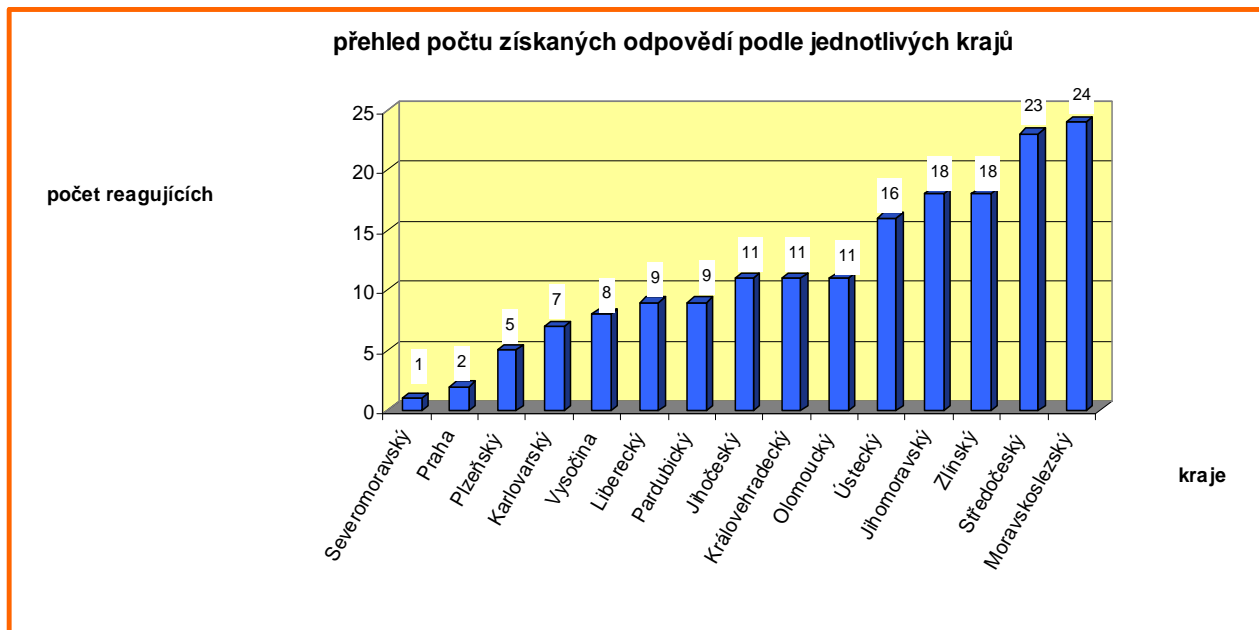
KRAJ	Počet jednolůžkových pokojů			Počet dvoulůžkových pokojů			Počet tří- a vícelůžkových pokojů		
	CELKEM	v tom pobyt		CELKEM	v tom pobyt		CELKEM	v tom pobyt	
		celoroční	týdenní		celoroční	týdenní		celoroční	týdenní
Hlavní město Praha	991	985	6	1241	1193	48	271	252	19
Středočeský kraj	1 407	1 398	9	1 610	1 601	9	764	734	30
Jihočeský kraj	932	931	1	981	979	2	370	343	27
Plzeňský kraj	1055	1049	6	903	882	21	335	313	22
Karlovarský kraj	804	804	0	567	555	12	166	159	7
Ústecký kraj	1912	1911	1	1792	1774	18	730	726	4
Liberecký kraj	451	444	7	580	563	17	224	208	16
Královéhradecký kraj	780	778	2	1012	1012	0	388	379	9
Pardubický kraj	771	771	0	885	885	0	405	401	4
Kraj Vysočina	567	567	0	615	604	11	448	446	2
Jihomoravský kraj	1972	1968	4	1589	1567	22	925	866	59
Olomoucký kraj	1090	1089	1	1049	1044	5	587	574	13
Zlínský kraj	1663	1660	3	1318	1303	15	384	366	18
Moravskoslezský kraj	2058	2046	12	1871	1852	19	1117	1105	12

Tabulky č. 5, a,b,c: Počet důchodců v ČR 2005, podle typu důchodu, dále podle krajů, věku a pohlaví. Zdroj ČSÚ.

Druh důchodu, pohlaví	Česká republika	kraj													
		Hl. město Praha	Středočeský	Jihočeský	Plzeňský	Karlovarský	Ústecký	Liberecký	Králové- hradecký	Pardubický	Vysočina	Jiho- moravský	Olomoucký	Zlínský	Moravsko- slezský
Důchody celkem															
Počet důchodců															
muži	1 007 516	104 695	113 661	59 827	54 926	27 044	78 874	40 512	56 233	50 882	52 962	114 654	62 193	60 037	131 016
ženy	1 637 584	190 807	181 547	98 624	88 721	44 517	126 833	67 450	91 541	82 417	82 269	188 276	102 621	97 400	194 561
celkem	2 645 100	295 502	295 208	158 451	143 647	71 561	205 707	107 962	147 774	133 299	135 231	302 930	164 814	157 437	325 577
Průměrná výše důchodu ¹⁾															
muži	8 102	8 641	8 152	7 903	8 117	8 023	8 039	7 931	7 944	7 903	7 883	7 938	7 854	7 870	8 417
ženy	7 244	7 803	7 221	7 233	7 251	7 170	7 166	7 218	7 255	7 177	7 179	7 151	7 158	7 122	7 043
celkem	7 571	8 100	7 579	7 486	7 582	7 492	7 500	7 485	7 517	7 454	7 455	7 449	7 421	7 407	7 596
Průměrný věk poživitele															
muži	64	66	64	64	64	63	62	63	64	64	64	64	64	63	62
ženy	65	67	65	65	65	65	64	65	65	65	65	65	65	65	65
celkem	65	67	65	65	65	64	63	64	65	64	65	65	65	64	64
Starobní důchod plný															
Počet důchodců															
muži	607 889	72 040	68 308	35 796	34 441	17 173	45 260	23 452	33 143	31 067	32 394	68 199	37 601	35 302	73 713
ženy	781 070	101 402	82 827	45 856	42 408	22 653	59 252	31 842	43 771	39 437	39 024	88 908	49 415	45 106	89 169
celkem	1 388 959	173 442	151 135	81 652	76 849	39 826	104 512	55 294	76 914	70 504	71 418	157 107	87 016	80 408	162 882
Průměrná výše důchodu ¹⁾															
muži	8 662	9 168	8 688	8 436	8 592	8 603	8 739	8 499	8 421	8 374	8 282	8 540	8 377	8 407	9 082
ženy	7 030	7 668	6 972	7 009	6 981	6 927	6 950	7 069	7 032	6 920	6 881	6 983	6 909	4 891	6 752
celkem	7 744	8 291	7 748	7 635	7 703	7 650	7 724	7 676	7 631	7 561	7 516	7 659	7 543	7 557	7 806
Průměrný věk poživitele															
muži	69	70	69	69	69	68	68	69	70	70	69	69	69	69	68
ženy	65	67	65	65	65	65	65	65	66	66	65	66	65	66	65
celkem	67	68	67	67	67	66	66	67	67	67	67	67	67	67	66
Starobní důchod poměrný															
Počet důchodců															
muži	278	92	28	18	8	13	11	8	8	9	8	25	17	14	19
ženy	4 287	711	422	168	216	100	260	63	113	84	86	592	243	214	1 015
celkem	4 565	803	450	186	224	113	271	71	121	93	94	617	260	228	1 034
Průměrná výše důchodu ¹⁾															
muži	4 837	4 860	4 966	4 561	4 583	4 789	4 375	4 820	4 689	4 749	4 823	4 861	5 523	4 576	4 869
ženy	4 439	4 524	4 524	4 558	4 289	4 624	4 539	4 657	4 554	4 841	4 520	4 503	4 473	4 580	4 171
celkem	4 463	4 563	4 551	4 558	4 300	4 642	4 533	4 675	4 563	4 832	4 546	4 517	4 541	4 580	4 184
Průměrný věk poživitele															
muži	79	79	79	81	80	79	79	77	80	78	76	78	78	82	80
ženy	78	79	78	79	78	79	78	80	78	81	79	78	79	79	78
celkem	78	79	78	79	78	78	78	80	79	81	78	78	79	79	78

Druh důchodu, pohlaví	Česká republika	kraj													
		Hl. město	Středočeský	Jihočeský	Píseňský	Karlovarský	Ústecký	Liberecký	Králové- hradecký	Pardubický	Vysočina	Jiho- moravský	Olomoucký	Zlínský	Moravsko- slezský
Vdovský důchod solo															
Počet důchodců															
muži	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ženy	52 931	6 022	6 072	2 588	2 568	1 435	4 554	1 851	2 107	2 050	2 032	5 825	2 954	3 139	9 734
celkem	52 931	6 022	6 072	2 588	2 568	1 435	4 554	1 851	2 107	2 050	2 032	5 825	2 954	3 139	9 734
Průměrná výše důchodu ¹⁾															
muži	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ženy	5 291	5 328	5 271	5 102	5 211	5 195	5 295	5 046	5 097	5 100	5 128	5 216	5 109	5 157	5 670
celkem	5 291	5 328	5 271	5 102	5 211	5 195	5 295	5 046	5 097	5 100	5 128	5 216	5 109	5 157	5 670
Průměrný věk poživitele															
muži	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ženy	59	60	59	55	58	56	58	53	56	55	54	61	57	57	62
celkem	59	60	59	55	58	56	58	53	56	55	54	61	57	57	62
Vdovský důchod v komb. s přímým důchodem**)															
Počet důchodců															
muži	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ženy	542 141	59 594	63 483	33 617	30 327	14 126	41 210	21 492	30 137	27 487	28 377	61 593	34 472	32 932	63 294
celkem	542 141	59 594	63 483	33 617	30 327	14 126	41 210	21 492	30 137	27 487	28 377	61 593	34 472	32 932	63 294
Průměrná výše důchodu ¹⁾															
muži	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ženy	8 502	9 034	8 443	8 462	8 468	8 494	8 537	8 488	8 481	8 418	8 375	8 406	8 390	8 340	8 421
celkem	8 502	9 034	8 443	8 462	8 468	8 494	8 537	8 488	8 481	8 418	8 375	8 406	8 390	8 340	8 421
Průměrný věk poživitele															
muži	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ženy	74	75	74	74	74	73	73	74	74	74	74	74	74	74	73
celkem	74	75	74	74	74	73	73	74	74	74	74	74	74	74	73
Vdovecký důchod solo															
Počet důchodců															
muži	7 701	913	827	482	404	236	629	346	400	395	365	853	486	450	915
ženy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
celkem	7 701	913	827	482	404	236	629	346	400	395	365	853	486	450	915
Průměrná výše důchodu ¹⁾															
muži	4 123	4 211	4 105	4 180	4 163	4 097	4 067	4 208	4 102	4 095	4 123	4 062	4 096	4 212	4 063
ženy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
celkem	4 123	4 211	4 105	4 180	4 163	4 097	4 067	4 208	4 102	4 095	4 123	4 062	4 096	4 212	4 063
Průměrný věk poživitele															
muži	51	54	51	52	51	52	51	51	50	51	50	51	51	51	50
ženy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
celkem	51	54	51	52	51	52	51	51	50	51	50	51	51	51	50
Vdovecký důchod v komb. s přímým důchodem**)															
Počet důchodců															
muži	81 432	8 730	9 484	5 008	4 743	2 230	6 388	3 388	4 644	4 153	4 330	8 892	5 123	4 690	9 629
ženy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
celkem	81 432	8 730	9 484	5 008	4 743	2 230	6 388	3 388	4 644	4 153	4 330	8 892	5 123	4 690	9 629
Průměrná výše důchodu ¹⁾															
muži	9 611	10 202	9 592	9 341	9 542	9 555	9 761	9 428	9 368	9 346	9 246	9 482	9 337	9 344	10 036
ženy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
celkem	9 611	10 202	9 592	9 341	9 542	9 555	9 761	9 428	9 368	9 346	9 246	9 482	9 337	9 344	10 036
Průměrný věk poživitele															
muži	75	76	75	75	75	74	74	75	76	75	76	75	75	75	74
ženy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
celkem	75	76	75	75	75	74	74	75	76	75	76	75	75	75	74

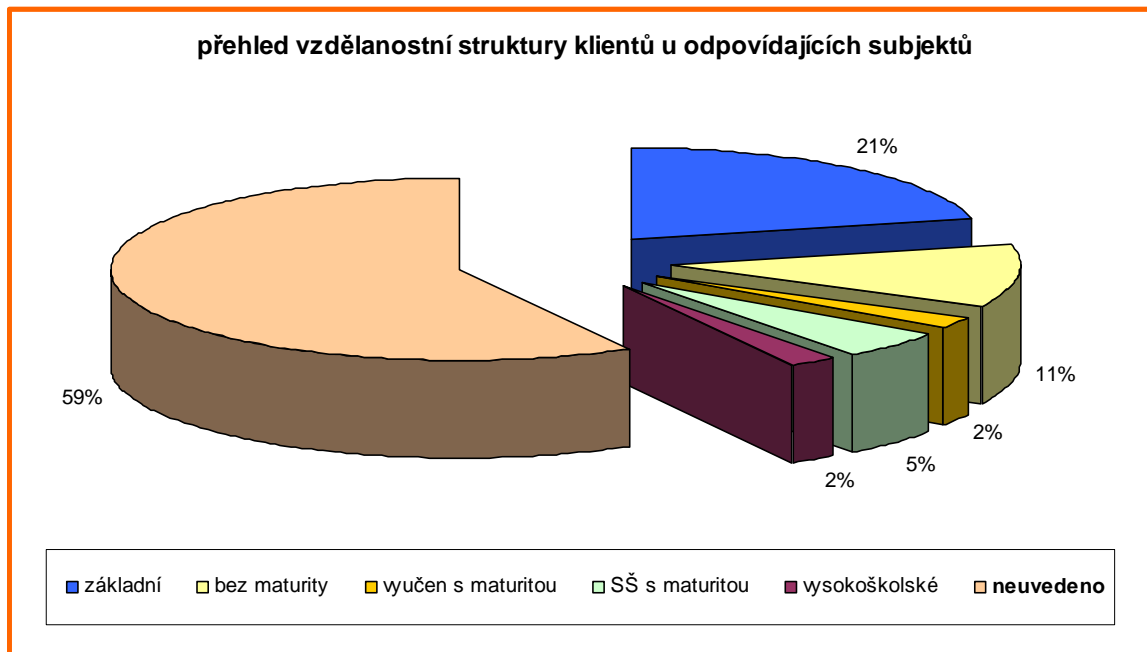
Graf č. 15: Přehled počtu získaných odpovědí podle jednotlivých krajů



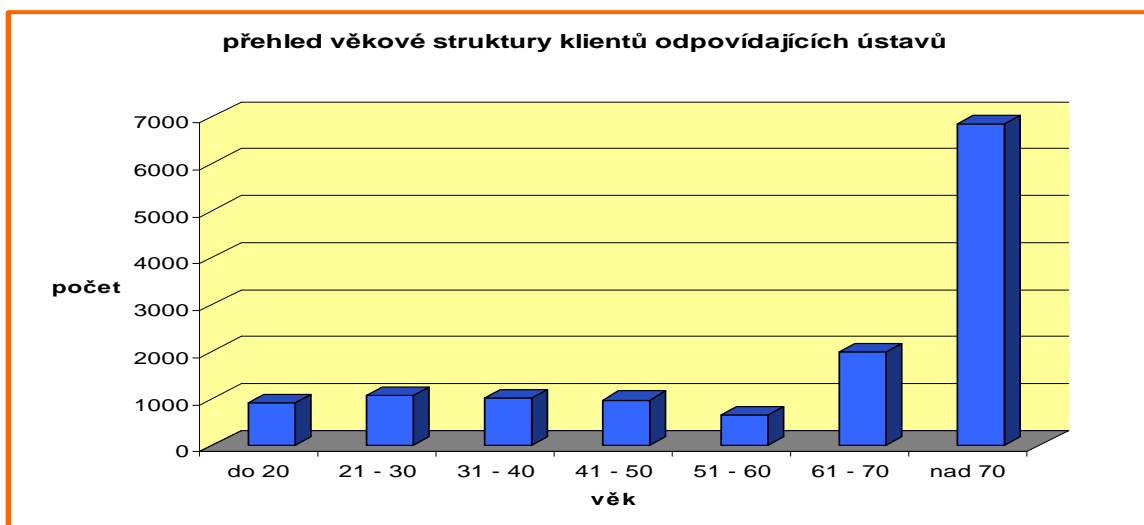
3.4. Věková a vzdělanostní struktura cílové skupiny

V rámci našeho podrobného monitoringu jsme zjistili, že vzdělanostní struktura cílové skupiny se nijak významně neliší od křivky normálního rozdělení vzdělanostní struktury obyvatel České republiky. Z jednotlivých odpovědí z ústavů sociální péče a z domovů důchodců jsme sestavili přehledový graf vzdělanostní struktury. Upozorňujeme však, že údaje jsou výrazně zkreslené, protože nebylo možné z mnoha důvodů provést detailní audit. Také proto u největšího podílu sledované cílové skupiny není údaj o dosaženém vzdělání uveden (viz **graf č. 16**). V případě občanů s mentálním postižením, kteří jsou rovněž významnou částí cílové skupiny, je jakékoli dříve dosažené vzdělání irelevantní. Pokud jde o věkovou strukturu občanů cílové skupiny, pak z logiky věci, kdy cílovou skupinu mají tvořit lidé důchodového věku, tvoří především senioři. Podíváme-li se na **graf č. 17**, který reflektuje věkovou strukturu celkem 197 ústavů sociální péče a zároveň domovů důchodců, pak je na první pohled zřejmá převaha občanů starších 70ti let.

Graf č. 16: Přehled vzdělanostní struktury klientů u odpovídajících subjektů

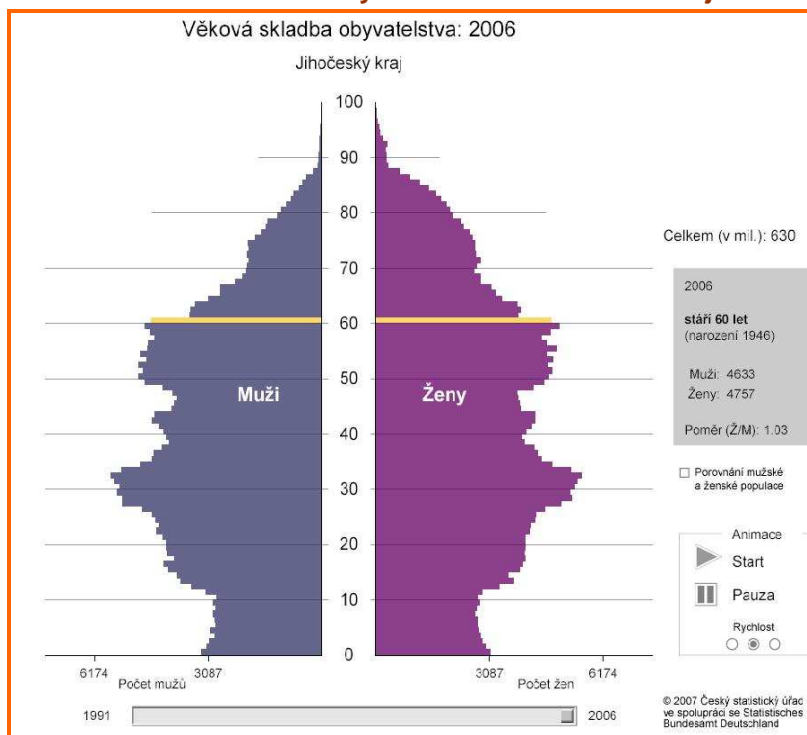


Graf č. 17: Přehled věkové struktury klientů odpovídajících ústavů

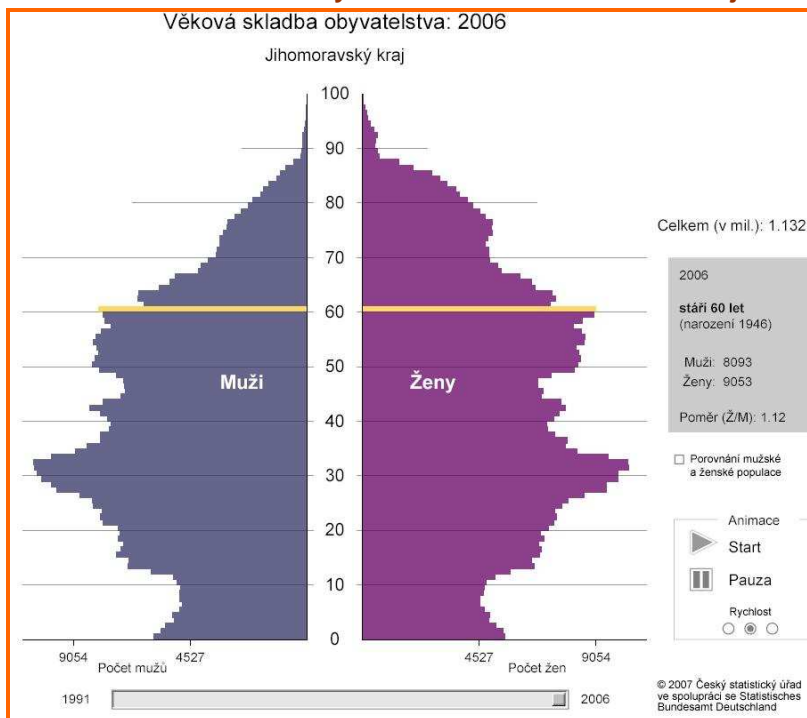


Protože stěžejní cílovou skupinou v rámci naší studie jsou také senioři, zaměřili jsme se na získání relevantních dat o počtu seniorů napříč celou ČR. Za tímto účelem jsme využili dostupná data Českého statistického úřadu o demografické struktuře jednotlivých krajů. Na dále uvedených obrázcích je zaznamenána demografická struktura jednotlivých krajů, kde je vyznačena hranice věku 60 let. Data jsou platná k roku 2006, tedy v současnosti jsou tito občané již v důchodovém věku 63 let.

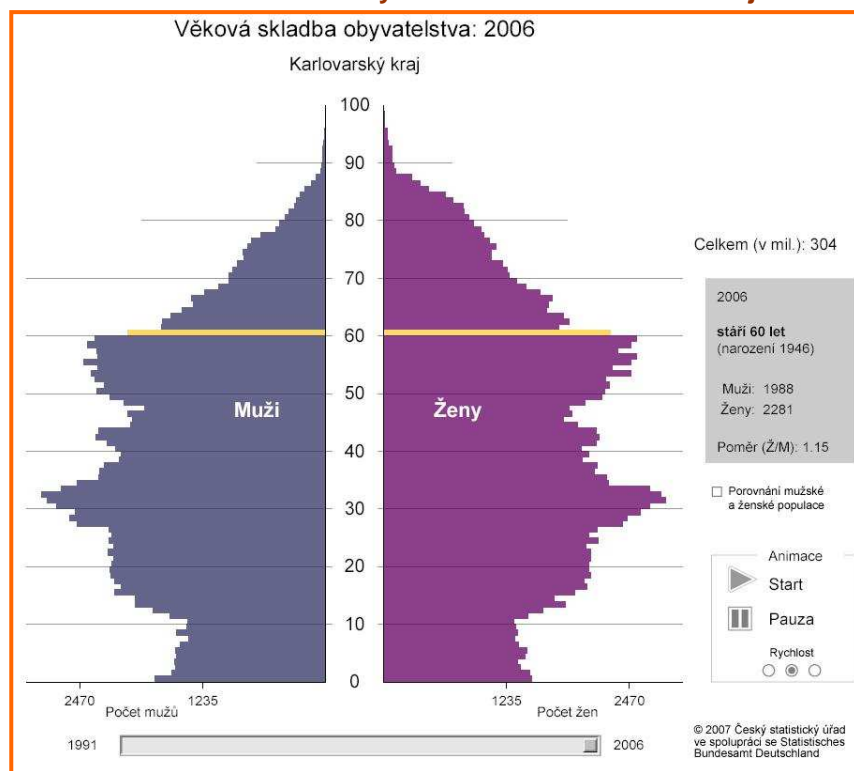
Obrázek č. 1: Věková skladba obyvatelstva Jihočeského kraje k roku 2006



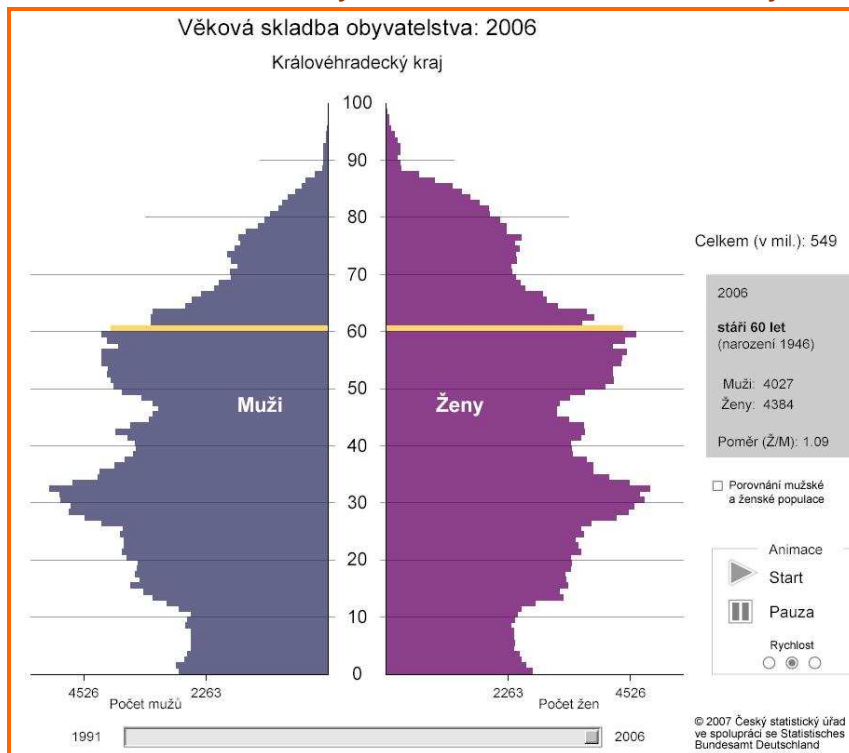
Obrázek č. 2: Věková skladba obyvatelstva Jihomoravského kraje k roku 2006



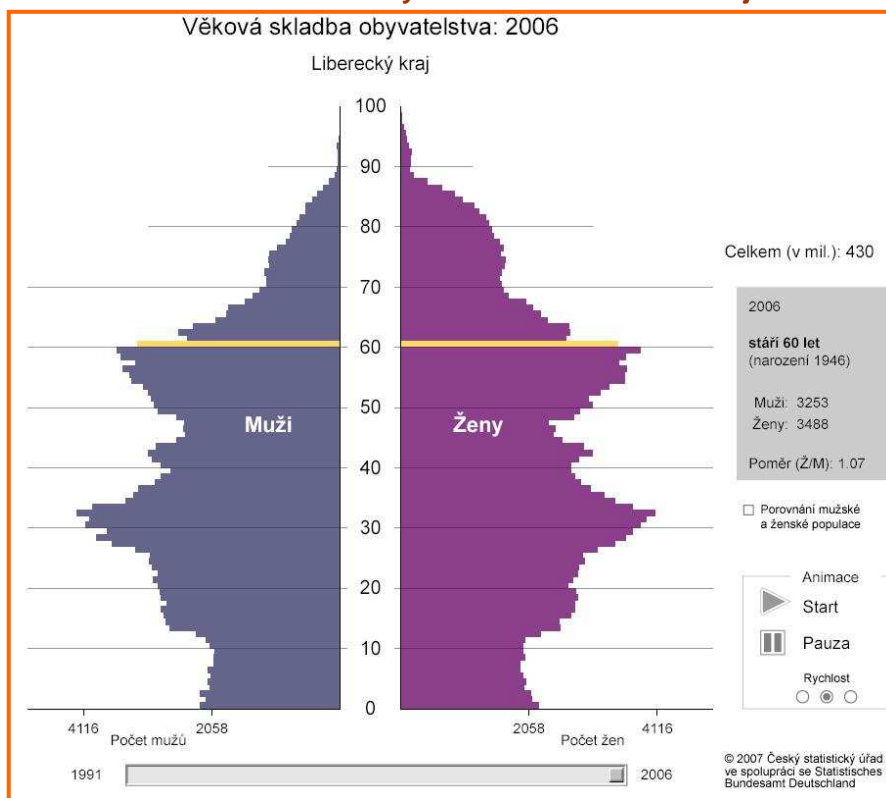
Obrázek č. 3: Věková skladba obyvatelstva Karlovarského kraje k roku 2006



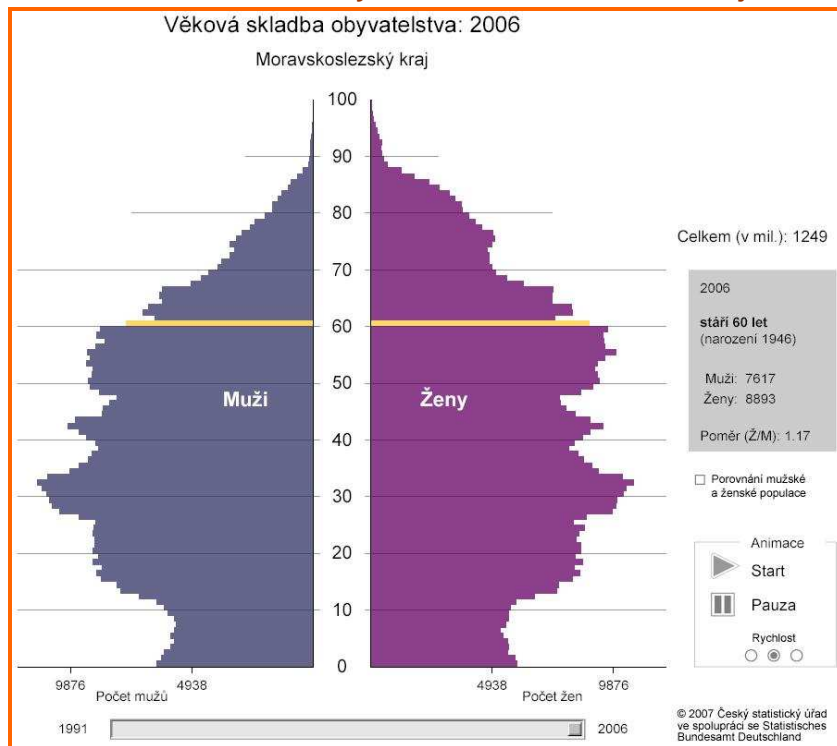
Obrázek č. 4: Věková skladba obyvatelstva Královéhradeckého kraje k roku 2006



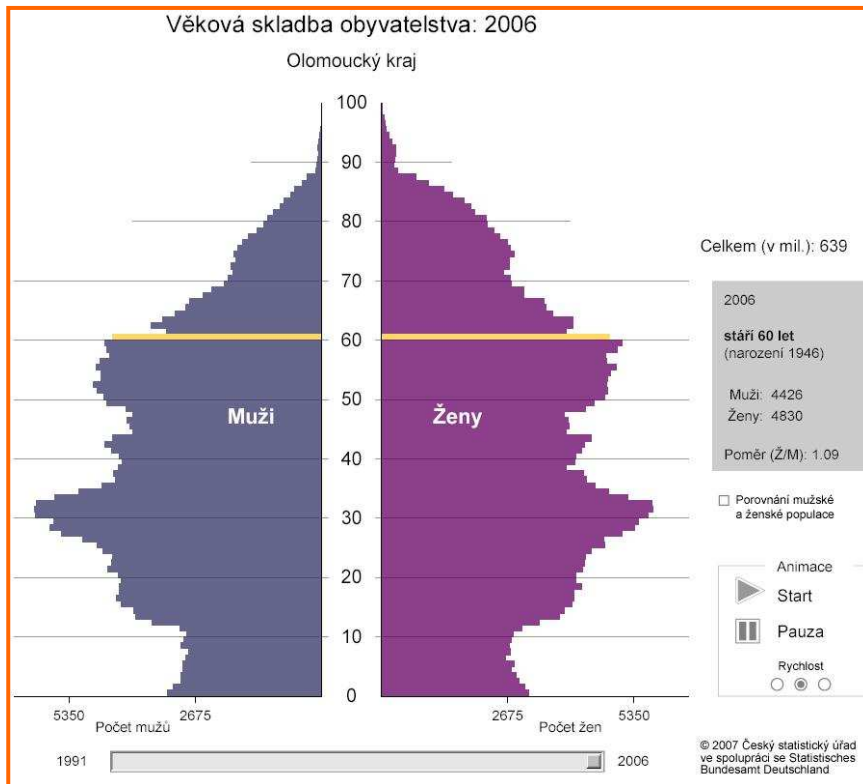
Obrázek č. 5: Věková skladba obyvatelstva Libereckého kraje k roku 2006



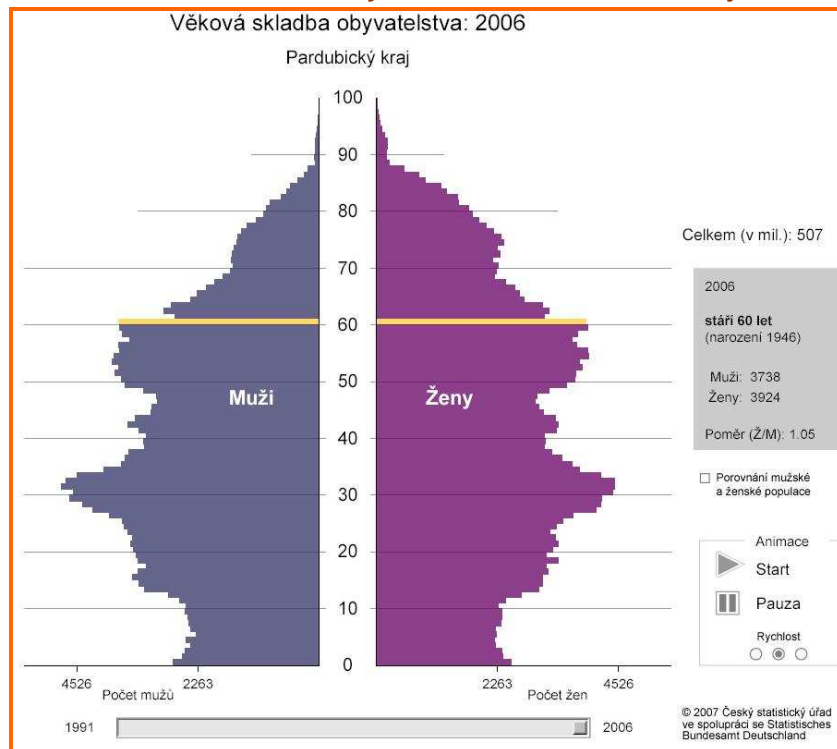
Obrázek č. 6: Věková skladba obyvatel Moravskoslezského kraje k roku 2006



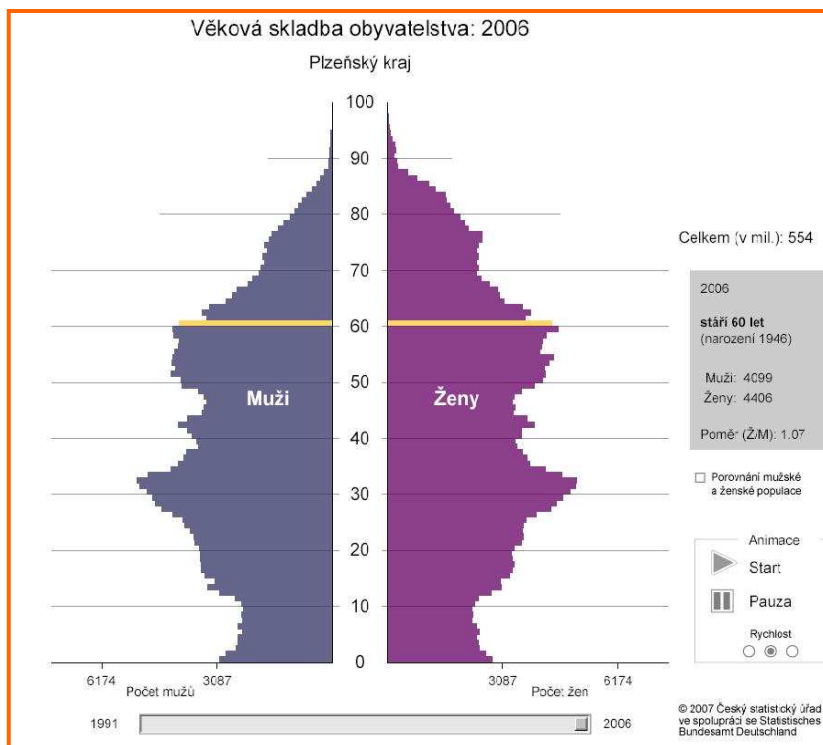
Obrázek č. 7: Věková skladba obyvatelstva Olomouckého kraje k roku 2006



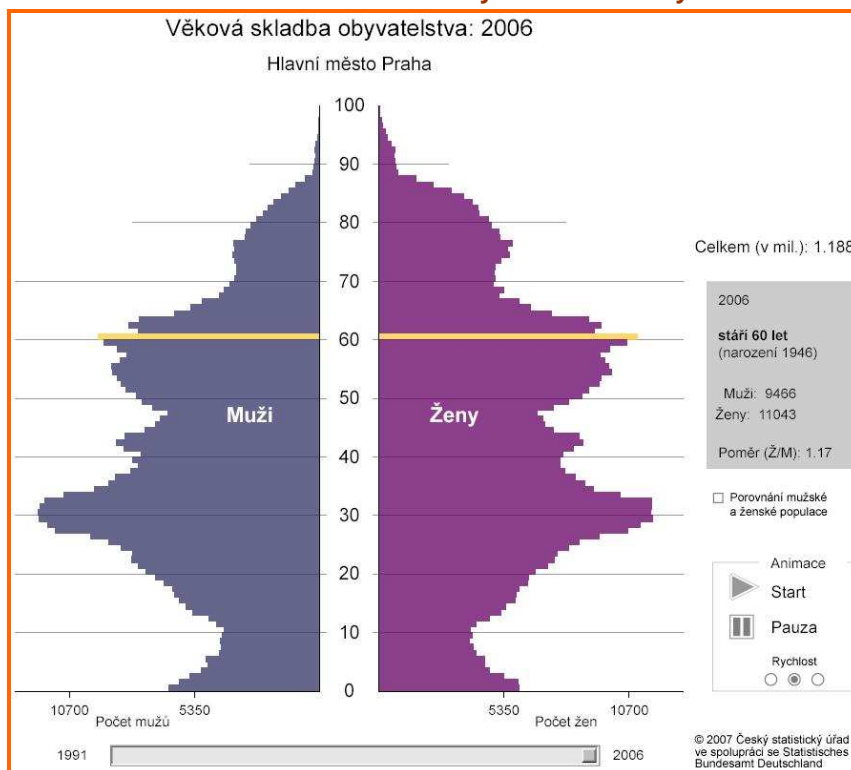
Obrázek č. 8: Věková skladba obyvatelstva Pardubického kraje k roku 2006



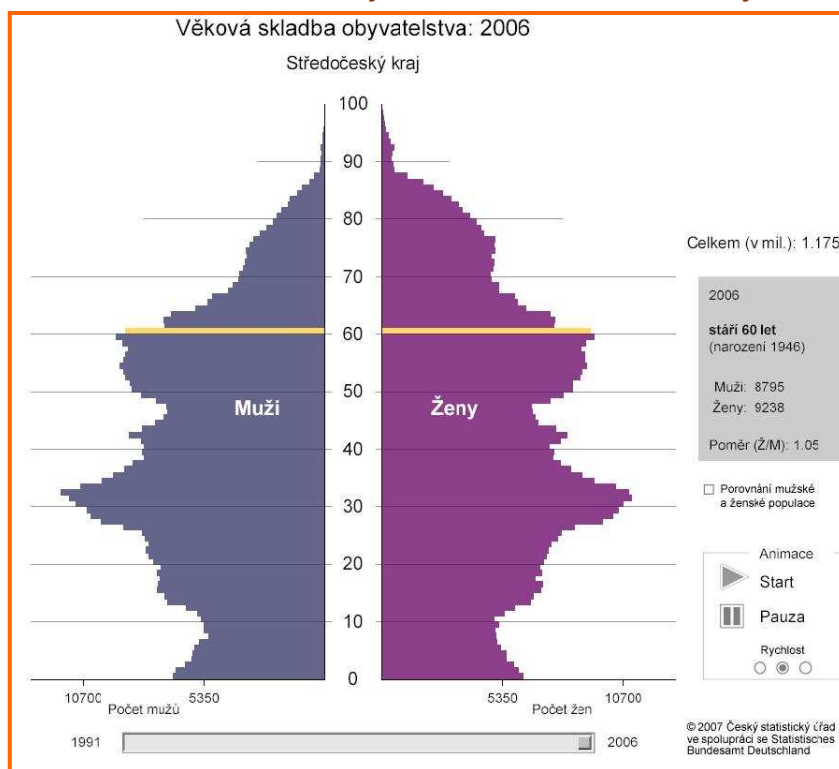
Obrázek č. 9: Věková skladba obyvatelstva Plzeňského kraje k roku 2006



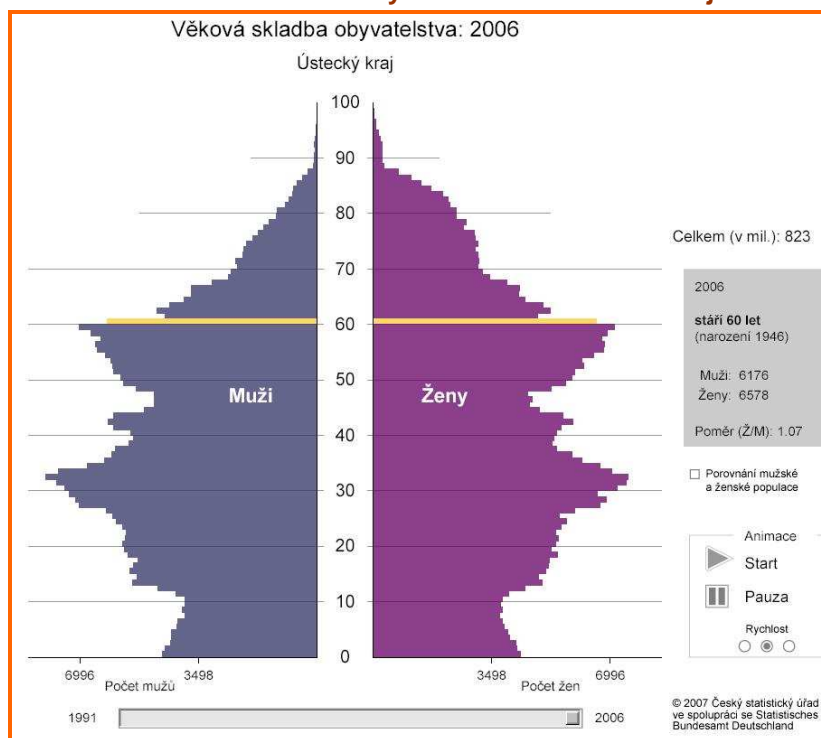
Obrázek č. 10: Věková skladba obyvatelstva Prahy roku 2006



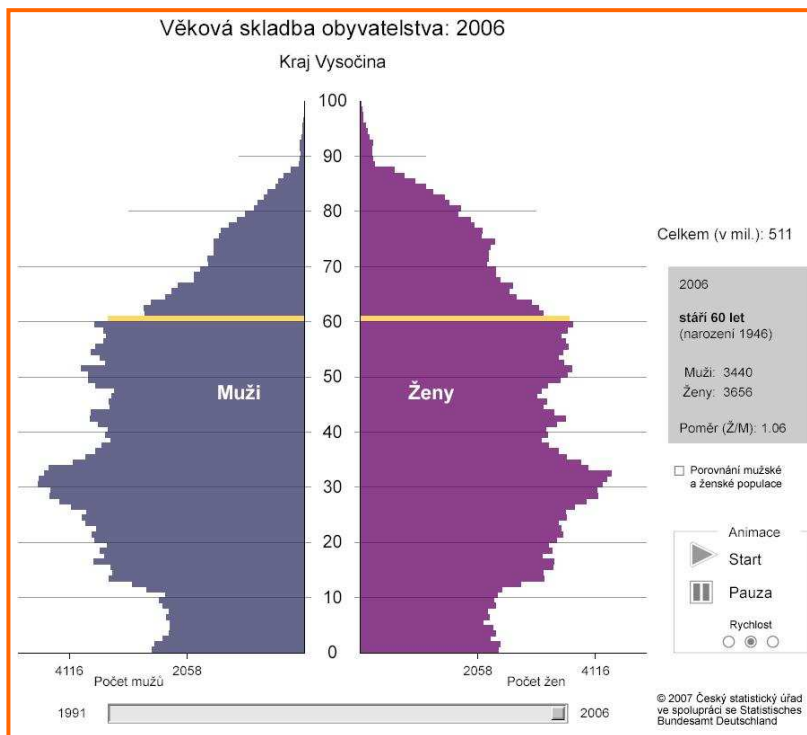
Obrázek č. 11: Věková skladba obyvatelstva Středočeského kraje k roku 2006



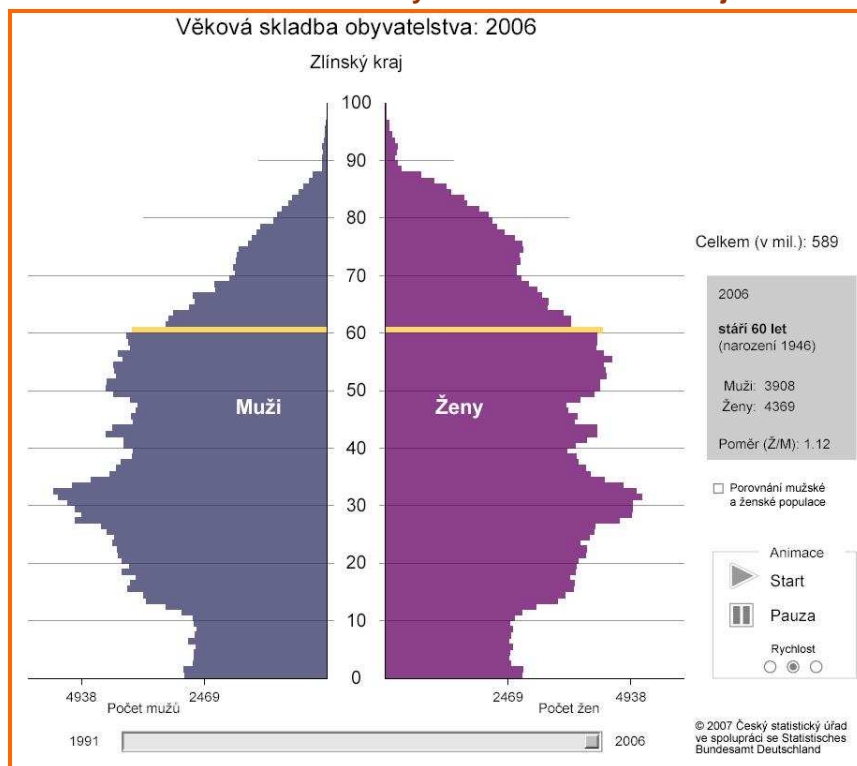
Obrázek č. 12: Věková skladba obyvatelstva Ústeckého kraje k roku 2006



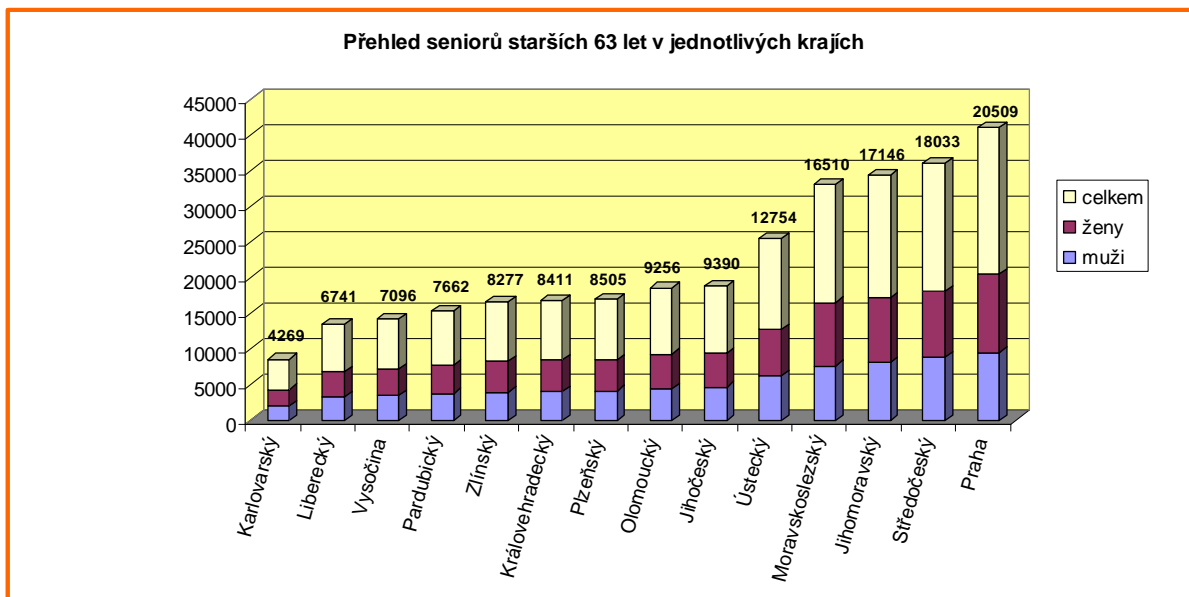
Obrázek č. 13: Věková skladba obyvatelstva kraje Vysočina k roku 2006



Obrázek č. 14: Věková skladba obyvatelstva Zlínského kraje k roku 2006



Graf č. 18: Přehled počtu seniorů starších 63 let v ČR po jednotlivých krajích.



3.5. Analýza vybavení televizní přijímací technikou charakteristika příjmu TV

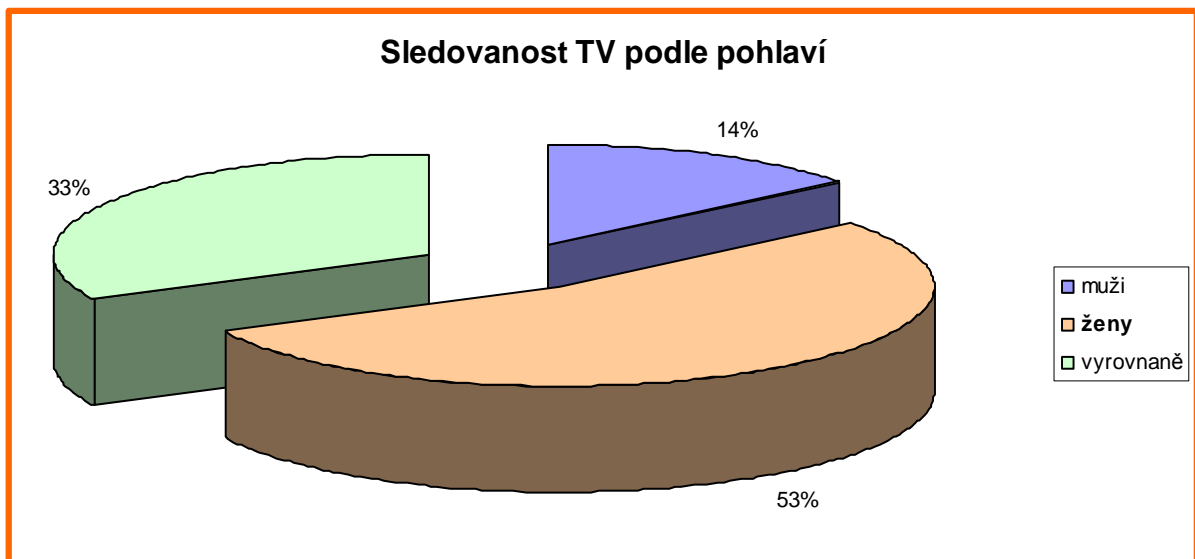
Z pohledu realizace informační kampaně je tato část analýzy velmi okrajová, přesto byla zařazena pro dokreslení aktuálního stavu vybavení televizní technikou u cílové skupiny. Důležitým poznatkem je potom podíl televizorů, které již mají zabudovaný set-top box, viz níže.

Do analýzy vybavení televizní přijímací technikou bylo zahrnuto celkem 4522 televizorů z téměř 200 ústavů sociální péče a domovů důchodců. I v tomto případě mají získané informace relevantní vypovídací hodnotu, kterou bude možné vztáhnout i k ostatním zařízením, ze kterých jsme informace nezískali.

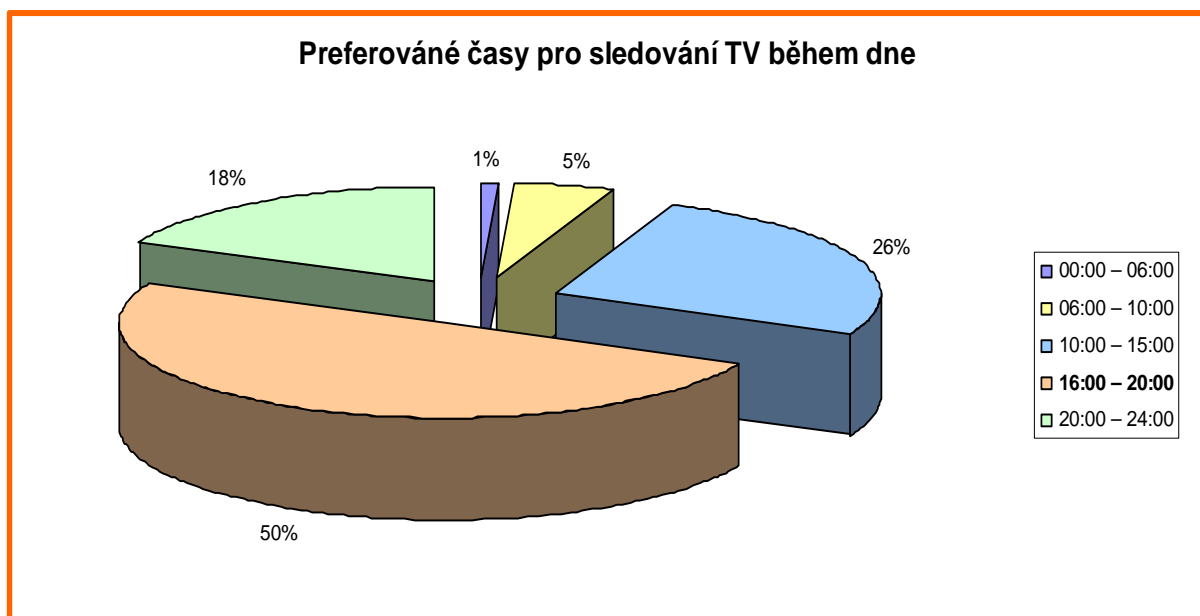
Všechny televizory zahrnuté do studie jsou barevné. Pokud jde o velikost obrazovky, tak podíl z celkového počtu sledovaných televizorů je úhlopříčka do 50cm v 55% případů, televizor s úhlopříčkou nad 50 cm se vyskytuje v 34% případů, u 11% případů jsme úhlopříčku nezjistili. Pokud jde o stáří televizní techniky, která se vyskytuje v ÚSP a domovech důchodců, tak do tří let je to 18% televizorů, 60% televizorů je 3–10 let starých, 12% televizorů je starších 10ti let a v 10% případů se nám stáří nepodařilo zjistit.

Z celkového počtu sledovaných televizorů má set-top box zabudováno celkem 315 televizorů, v procentickém vyjádření je to pouze 7% z celkového počtu! Podíváme-li se na graf č. 22 znázorňující stávající způsob příjmu televizního vysílání, vidíme, že celých 68% občanů cílové skupiny využívá anténu. To znamená, že se problematika přechodu na digitální vysílání dotkne výrazné většiny! To je další důvod pro důkladnou přípravu vlastní realizace školící kampaně.

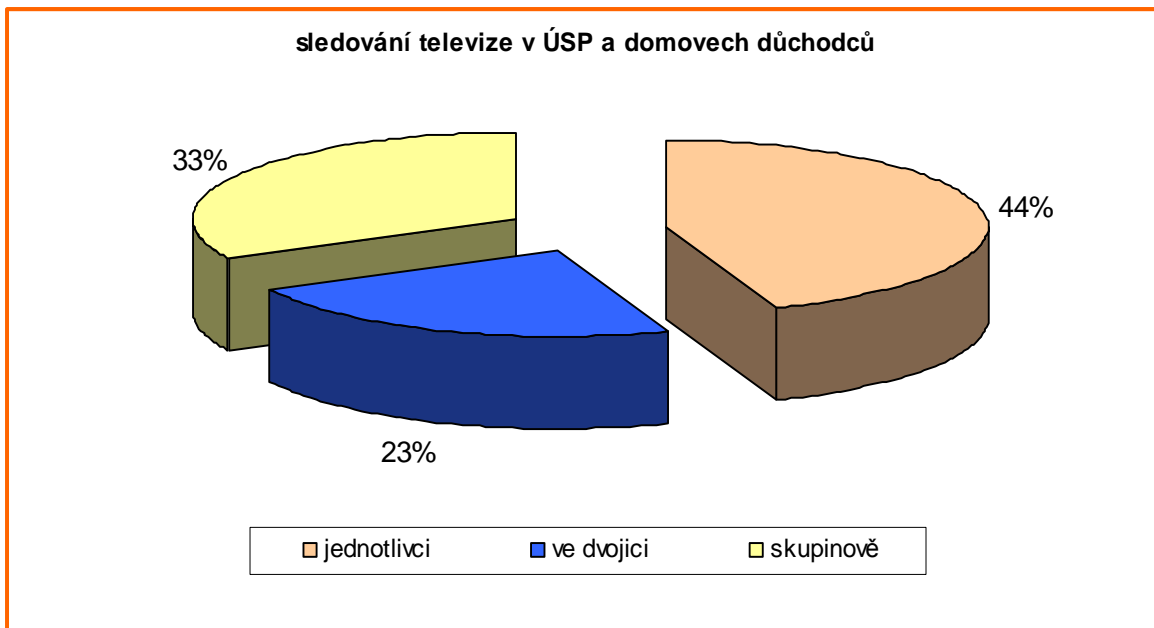
Graf č. 19: Sledovanost TV podle pohlaví



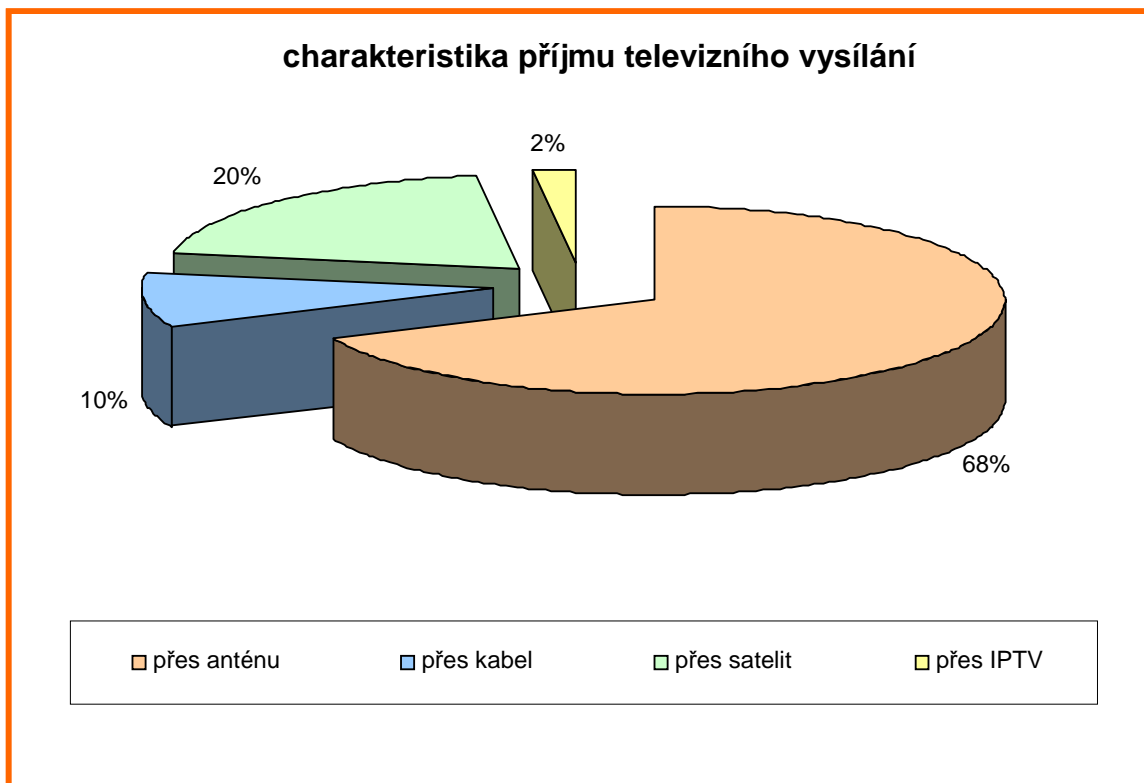
Graf č. 20: Preferované časy pro sledování TV



Graf č. 21: sledování TV v ÚSP a domovech důchodců a preference časů



Graf č. 22: Charakteristika příjmu televizního vysílání



V celkovém průměru připadá jeden televizor na 3 osoby. Podle zjištěných informací pak sleduje TV pravidelně 68% klientů. To znamená, že TV médium je pro tuto cílovou skupinu skutečně velmi důležité!

3.6. Preference dalších souvisejících služeb

V rámci této studie jsme šetřili zájem o nastavbové a související služby digitální televize pouze okrajově. To zejména proto, že v naší cílové skupině panuje se všeobecně menší zájem o moderní technologie, nebo nejsou vůbec využívány. Proto není nijak překvapující, že cílová skupina nemá o navazujících službách téměř žádné povědomí. Zároveň jsme přesvědčeni, že téměř všichni občané této cílové skupiny s ústavní péčí se nebudou o nastavby digitálního vysílání vůbec zajímat, ve většině jich nebudou ani schopny využívat.

Pokud však jde o tu část cílové skupiny, která je zdravotně handicapovaná a je v domácím prostředí, kde musíme počítat s částečnou nebo úplnou soběstačností, tam se potřeby navazujících služeb nebudou lišit od zbytku populace. V tuto chvíli zatím není jasné, jak široká a jaká specifika bude mít nabídka souvisejících služeb. Proto bychom informační kampaň v tomto smyslu postavili na pouhých základních informacích o možnosti souvisejících služeb jako je rozšířený teletext, možnosti televizního hlasování, možnost sázení, elektronická pošta, atd. To lze vyřešit tištěnými informačními materiály. Následně bychom doporučovali provést hloubkovou analýzu potřeb a preferencí dalších souvisejících služeb a teprve podle zjištěného zájmu o tyto služby bychom dále prohlubovali informační kampaň.

Závěr: provést hloubkovou analýzu potřeb souvisejících služeb digitálního televizního vysílání.

4. Návrh realizační části

Pro vlastní realizaci informační kampaně je zapotřebí vycházet z reálných potřeb cílových skupin, které byly definovány v rámci dotazníkového šetření a vyhodnoceny v kapitole 3.2. *Popis potřeb cílové skupiny ve vztahu k přechodu na digitalizaci* – viz grafy 1–14 v kap. 3.2. + komentáře k těmto grafům.

Dále je při vlastní realizační fázi nutné vycházet z reálných počtů cílové skupiny a jejího rozmístění v rámci ČR. Vypovídací hodnotu o početnosti a rozmístění cílové skupiny s ústavní péčí mají tabulky 1–5 v kapitole 3.3. a také Mapy rozmístění cílové skupiny v ČR, které jsou zařazeny do příloh.

Součástí realizační části je také návrh řízení a personálního zajištění vlastní informační kampaně, časové posloupnosti, návrh logistiky, návrhy pro školení koordinátorů, návrhy pro jednotlivé realizační kroky a jejich logický časový sled. V této fázi a pro účely studie se to jeví jako dostačující, pro vlastní realizaci je pak nutné prostřednictvím Řídícího týmu vypracovat konkrétní a detailní **Realizační plán** včetně rozpočtu jednotlivých kroků. V návaznosti na tento Realizační plán budou muset být uvolňované finanční prostředky pro vlastní realizaci. Celá informační kampaň je složitý proces, který je přímo závislý na rychlosti a množství uvolněných finančních prostředků. Proto bude nezbytná součinnost mezi Řídícím týmem a finančním donorem celé informační kampaně. Zmiňovaný Realizační plán se pak samozřejmě může stát funkčním jenom v případě propracovanosti dílčích kroků s ohledem na cash flow finančních prostředků uvolňovaných s dostatečnou časovou rezervou. Vlastní Realizační plán se samozřejmě může od níže navrhovaného řešení více či méně odlišovat.

4.1. Nastavení zaměření a určení parametrů informační kampaně k přechodu na digitalizaci.

Zaměření celé informační kampaně pro naši konkrétní cílovou skupinu vychází především z podrobného monitoringu konkrétních potřeb a postřehů této cílové skupiny, který byl proveden v rámci rozsáhlého analytického šetření, viz kapitola 3.2.

Primárním úkolem celé informační kampaně je zajištění plynulého a ničím nerušeného přechodu z analogového na digitální vysílání. Teprve v druhém sledu priorit bude u této cílové skupiny řešena informační kampaň, která bude představovat a popisovat důvody, výhody, nástavby, respektive přidanou hodnotu digitálního vysílání.

Ke specifickým cílovým skupinám bude nutno v rámci informační kampaně přistupovat individuálně. Rozdíl od zbytku populace budou pro některé občany naší cílové skupiny informace o nadstavbových výhodách digitální televize zcela zbytečné.

V procesu vlastní informační kampaně bude nutné individuálně jednat o potřebách každého jednotlivého ústavu sociální péče či domova důchodců zvláště, protože

neexistuje uniformní způsob zajišťování televizního vysílání pro klienty těchto zařízení. V řadě případů je za zajištění příjmu televizního vysílání odpovědný provozovatel zařízení, avšak v mnoha případech jsou televizory v majetku klientů. V takových případech se provozovatel o zajištění příjmu televizního vysílání pro klienty nestará. (viz příklady některých odpovědí v příloze č. 6. Z výše zmíněných možností pak vyplývá ještě několik dalších kombinací, a proto bude zapotřebí skutečně individuální přístup ke každému zařízení. Pokud však máme centrálně koordinovat a zodpovídat za informační a školicí kampaň, je zapotřebí uspokojit všechny klienty. Musíme být tedy připraveni pro všechny alternativy a teprve až na místě samém nabídnout předem připravené řešení podle individuálních potřeb klientů.

V níže uvedené tabulce č. 6 je zopakován přehled dotazů s přehledem procentního vyjádření preferovaných odpovědí. Seřazeno podle sestupné naléhavosti. Tabulka tak zřetelně ilustruje, jakým směrem by se pro tuto konkrétní cílovou skupinu měla zaměřit informační kampaň. Uživatele televizního vysílání této cílové skupiny v drtivé většině případů zajímají základní otázky, a to kolik je přechod na DTV bude stát peněz, a kdy se jich digitalizace dotkne osobně. Naopak nejméně je požadováno proškolení odpovědného personálu. Což je však z managerského pohledu na celkovou problematiku implementace informační kampaň do praxe s pozitivním dopadem na vlastní uživatele zcela nekoncepční! Proto, i přes nižší zájem o proškolení odpovědného personálu v jednotlivých ústavech, tento z mnoha praktických důvodů doporučujeme!

Tabulka č. 6: Přehled preferovaných potřeb cílové skupiny vzhledem k informační kampaňi.
Seřazeno od nejvyšší priority k nejnižší.

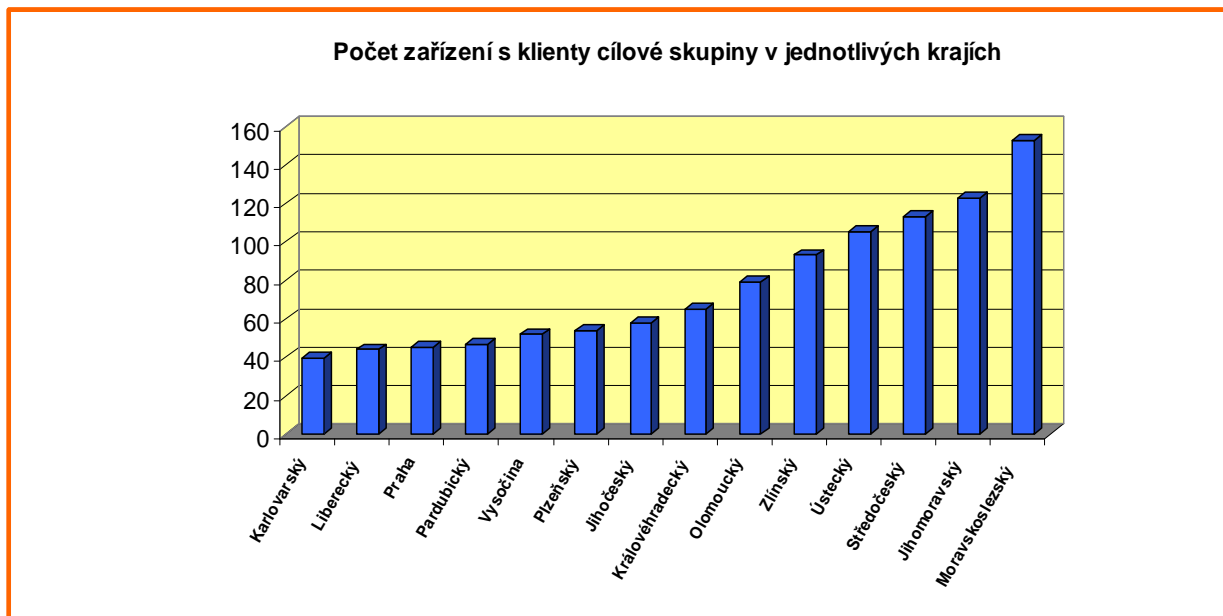
Otázka	Ano (%)	Ne (%)
9. Potřebujeme vědět, kdy se digitalizace dotkne naší oblasti.	83	17
12. Zajímá nás, jak přesně postupovat při přechodu na digitální vysílání.	82	18
1. Zajímalo by nás, kolik nás digitalizace bude stát.	81	19
3. Zajímalo by nás, na koho se můžeme obrátit s dotazy.	79	21
11. Zajímá nás, kolik digitálních programů budeme přijímat.	78	22
4. Zajímalo by nás, kam se můžeme obrátit s dotazy.	77	23
2. Zajímalo by nás, jaké má digitalizace výhody.	67	33
6. Budeme potřebovat tištěný manuál s informacemi.	66	33
10. Zajímají nás informace o typu digitálních sítí.	55	45
8. Budeme potřebovat poradce na telefonu (zelenou linku).	50	50
7. Budeme potřebovat internetový průvodce s možností tisku manuálů.	49	51
13. Zajímají nás možnosti a výhody IPTV – internetová televize.	48	52
5. Budeme potřebovat základní proškolení pro odpovědný personál.	34	66

Parametry prostorové

Cílová skupina je rozložena po celé České republice, viz mapy rozmístění cílové skupiny v ČR (v příloze).

Z grafu č. 23, který reflektuje počet zařízení v jednotlivých krajích (graf byl sestaven podle dat ČSÚ), můžeme navrhnout design potřeb personálního zajištění informační kampaně v jednotlivých krajích. Je na první pohled patrné, že v krajích jako Středočeský, Jihomoravský a Moravskoslezský bude potřeba více lidských zdrojů, než v krajích jako je Karlovarský, Liberecký, Praha, Vysočina, atd., kde je třikrát méně ústavů cílové skupiny.

Graf č. 23: Přehled počtu zařízení cílové skupiny podle jednotlivých krajů



Proto dále uvádíme **tabulku č. 7**, kde je návrh počtu odborných konzultantů pro jednotlivé kraje, kteří budou po celou dobu trvání informační kampaně komunikovat se všemi ústavy v daném kraji. V hierarchii řízení pak budou podléhat realizačnímu týmu v jednotlivých kompartmentech (viz kapitola 4.4) a samozřejmě řídicímu týmu celé digitalizace. Naopak budou tito odborní konzultanti nadřazení 80 okresním poradenským centrům. Navržená hierarchie řízení celého procesu informační kampaně pro danou cílovou skupinu, viz **obrázek č. 15**.

Tabulka č. 7: Návrh počtu odborných konzultantů odpovědných za přímou komunikaci s jednotlivými ústavy – podle jednotlivých krajů.

Kraj	počet zařízení	počet konzultantů
Karlovarský	40	1
Liberecký	44	1
Praha	45	1
Pardubický	47	1
Vysočina	52	1
Plzeňský	54	1
Jihočeský	58	1
Královéhradecký	65	2
Olomoucký	79	2
Zlínský	93	2
Ústecký	105	2
Středočeský	113	2
Jihomoravský	123	3
Moravskoslezský	153	3
CEKEM	1071	23

Parametry časové

Z oficiálního informačního zdroje pro digitalizaci televizního vysílání - www.digitalne.tv - vyplývá: „Vypínání zemské analogové televize a zapínání zemských digitálních vysílačů se řídí časovým harmonogramem, který v květnu 2008 schválila vláda ČR. Tento harmonogram se nazývá **Technický plán přechodu na zemské digitální televizní vysílání**, a vypracoval jej Český telekomunikační úřad, který dohlíží na jeho dodržování. Podle tohoto harmonogramu je Česká republika rozdělena na třináct samostatných oblastí podle dosahu velkých vysílačů, z nichž se bude digitální signál šířit. Každá oblast má přesně stanovený termín pro úplné vypnutí analogového vysílání, který se týká naprosto všech vysílačů (velkých, středních, i malých, včetně dokrývačů). Stejně tak je určený termín zapínání digitálního vysílání na vysílačích velkého výkonu v dané oblasti. O blížícím se termínu vypínání analogového vysílání informují samy televize ve svém vysílání, a nejméně tři měsíce před termínem vypnutí hlavního vysílače v oblasti musí v regionu probíhat informační kampaň na národní úrovni“.

Pro realizační část informační kampaně bude velmi důležitý celkový harmonogram a sled jednotlivých kroků! Celá řada kroků bude muset být provedena ještě před vlastním zahájením informační kampaně, protože o tyto dílčí akce se bude celá informační kampaň opírat! Proto není například možné, aby nejprve probíhalo školení koordinátorů, zahájily se činnosti v jednotlivých ústavech a ještě řádně nefungoval v té době informační web, nebyly připraveny tiskoviny, nebo nefungovalo

call centrum! Proto **je nezbytné celý proces časově zkoordinovat** a vytvořit přesný harmonogram jednotlivých činností, které musí logicky navazovat tak, aby celková kampaň probíhala hladce, bez zbytečných průtahů a komplikací. Za tím účelem **bude nezbytné, aby pro danou cílovou skupinu pro celou republiku fungoval jeden jediný řídicí tým**, který pak bude mít jediného hlavního koordinátora. Je zcela vyloučené, aby každý kraj nebo každá etapa byla řízena jinou metodikou, jiným přístupem, vznikl by zde prostor pro spekulace, rivalitu a případně i nemístnou kritiku, která je i z politického hlediska nepřijatelná.

Z výše uvedených důvodů uvádíme návrh harmonogramu, stejně jako návrh termínů pro realizaci jednotlivých kroků. Vlastní realizace pak bude podřízena Realizačnímu plánu a samozřejmě bude vázaná na postupné uvolňování finančních prostředků.

Jednotlivé milníky informační kampaně a jejich harmonogram:

Milník	Popis činností
č. 1	Ustanovení řídicího týmu, zodpovědného za celý proces.
č. 2	Ustanovení krajských koordinátorů, podřízení řídicímu týmu.
č. 3	Výběrová řízení na realizátory informační kampaně v 7 kompartmentech, podřízení řídicímu týmu.
č. 4	Tvorba interaktivního, informačního webu (vstupní předpoklad zahájení kampaně).
č. 5	Tvorba propagačních, informačních, vzdělávacích tiskovin, video prezentací, atd. (vstupní předpoklad zahájení vlastní kampaně).
č. 6	Založení call centra a proškolení jeho personálu (vstupní předpoklad zahájení kampaně).
č. 7	Nastavení prioritních regionů k proškolení ve vztahu k harmonogramu vypínání analogové televizního vysílání.
č. 8	Proškolení krajských koordinátorů (23 koordinátorů, viz tab. č. 7).
č. 9	Proškolení realizátorů kampaně (7 kompartmentů).
č. 10	Koordinované a manažersky řízené zahájení informační kampaně napříč celou ČR.
č. 11	Podpora při nákupu set-top boxů pro individuální klienty.

Termíny:	Činnosti
Únor 2009:	zahájení činností koordináčního týmu, tvorba management plánu
Březen 2009:	ustanovení krajských koordinátorů
Duben 2009:	výběrová řízení na realizátory informační kampaně ve všech 7 kompartmentech
Duben 2009:	první verze interaktivního webu
Duben 2009:	první tiskoviny pro informační kampaň
Květen 2009:	školení krajských koordinátorů s využitím a zapojením připraveného webu, call centra, tiskovin
Červen 2009:	zahájení intenzivní informační kampaně ve dvou kompartmentech (jihočeský a moravskoslezský)
Červen 2009:	zahájení PR k celé kampani
Září 2009:	vyhodnocení zkušeností z JČ a severomoravského kraje
Říjen 2009:	zahájení informační kampaně v ostatních kompartmentech
Duben 2010:	výroční monitorovací zpráva z průběhu kampaně
Duben 2011:	ukončení kampaně, závěrečná zpráva.

Parametry finanční

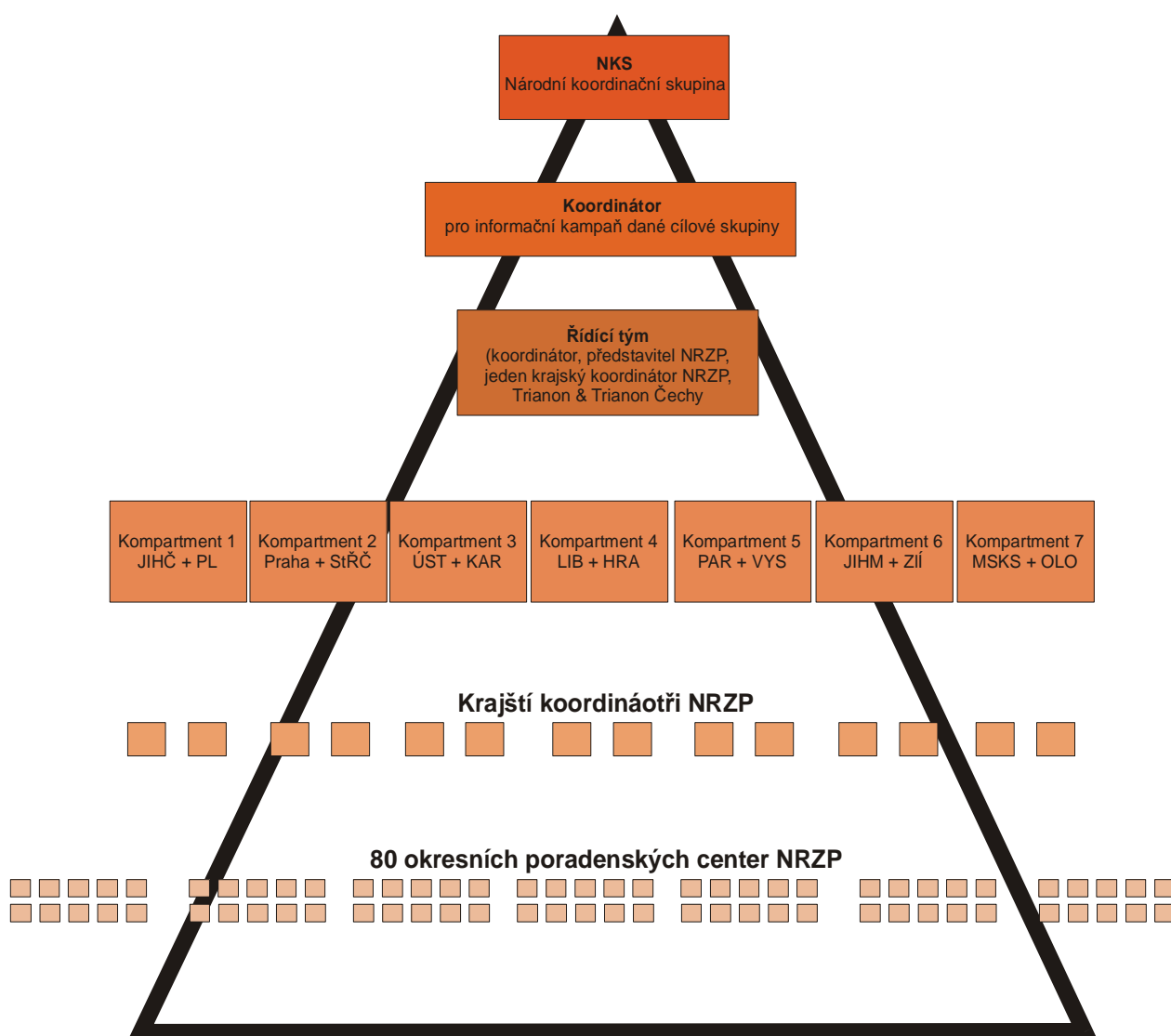
Odhadované prostředky na kvalitně zpracovanou celkovou kampaň pro tuto cílovou skupiny budou činit cca 50.000.000,- Kč. Řada z vynaložených prostředků budou společné pro všechny kompartmenty (řídící skupina, web, PR, tiskoviny, call centrum). Další prostředky budou rozdělovány adekvátně k náročnosti kampaně v jednotlivých kompartmentech, tj. v závislosti na rozloze, počtu zařízení – viz graf č. 23, počtu koordinátorů a školitelů, množství potřebných materiálů, mzdy, služby, režie.

Vzhledem k náročnosti a také nákladnosti jsou finanční prostředky a jejich včasné uvolňování klíčovým momentem pro úspěšnou realizaci celé informační kampaně.

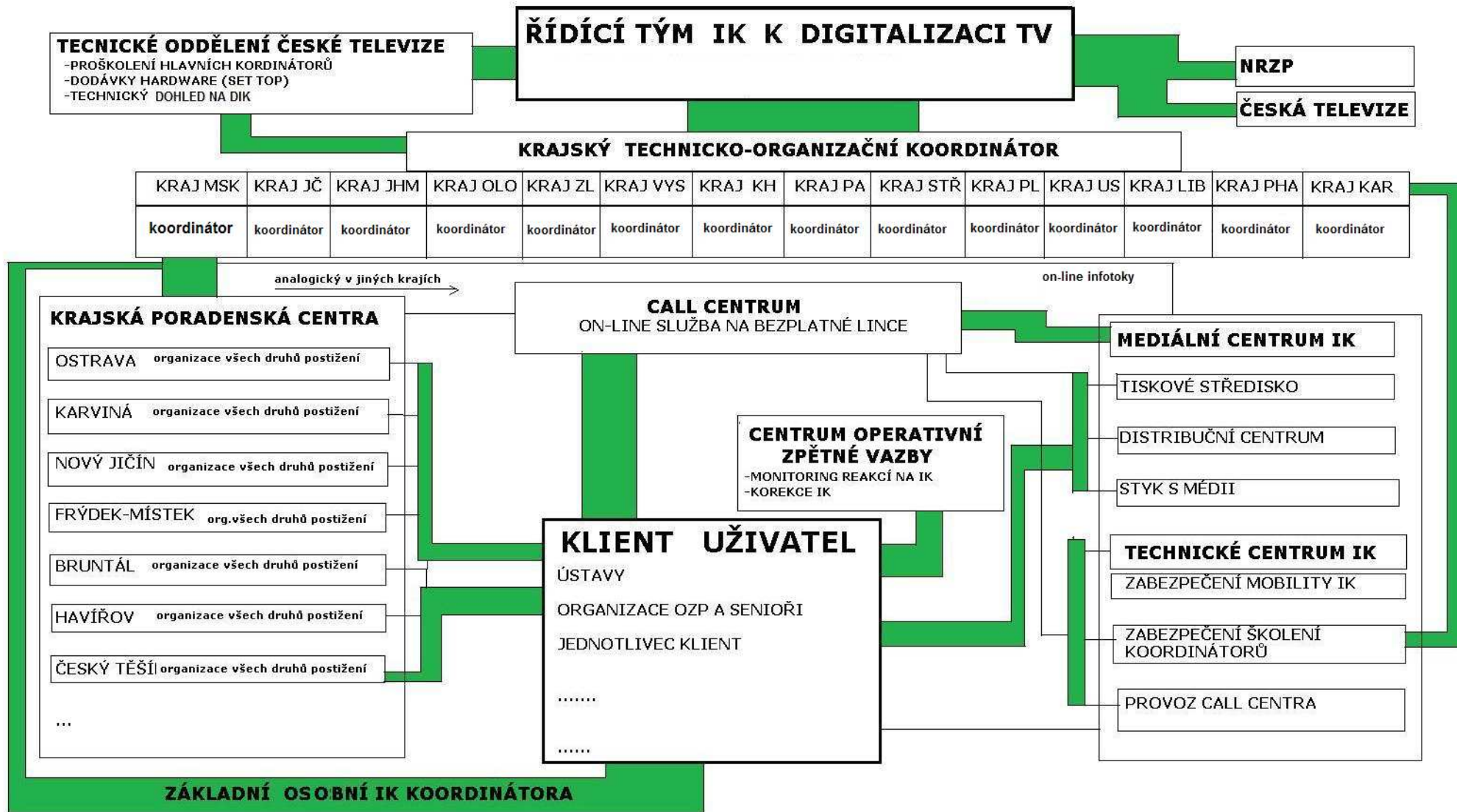
Parametry personální

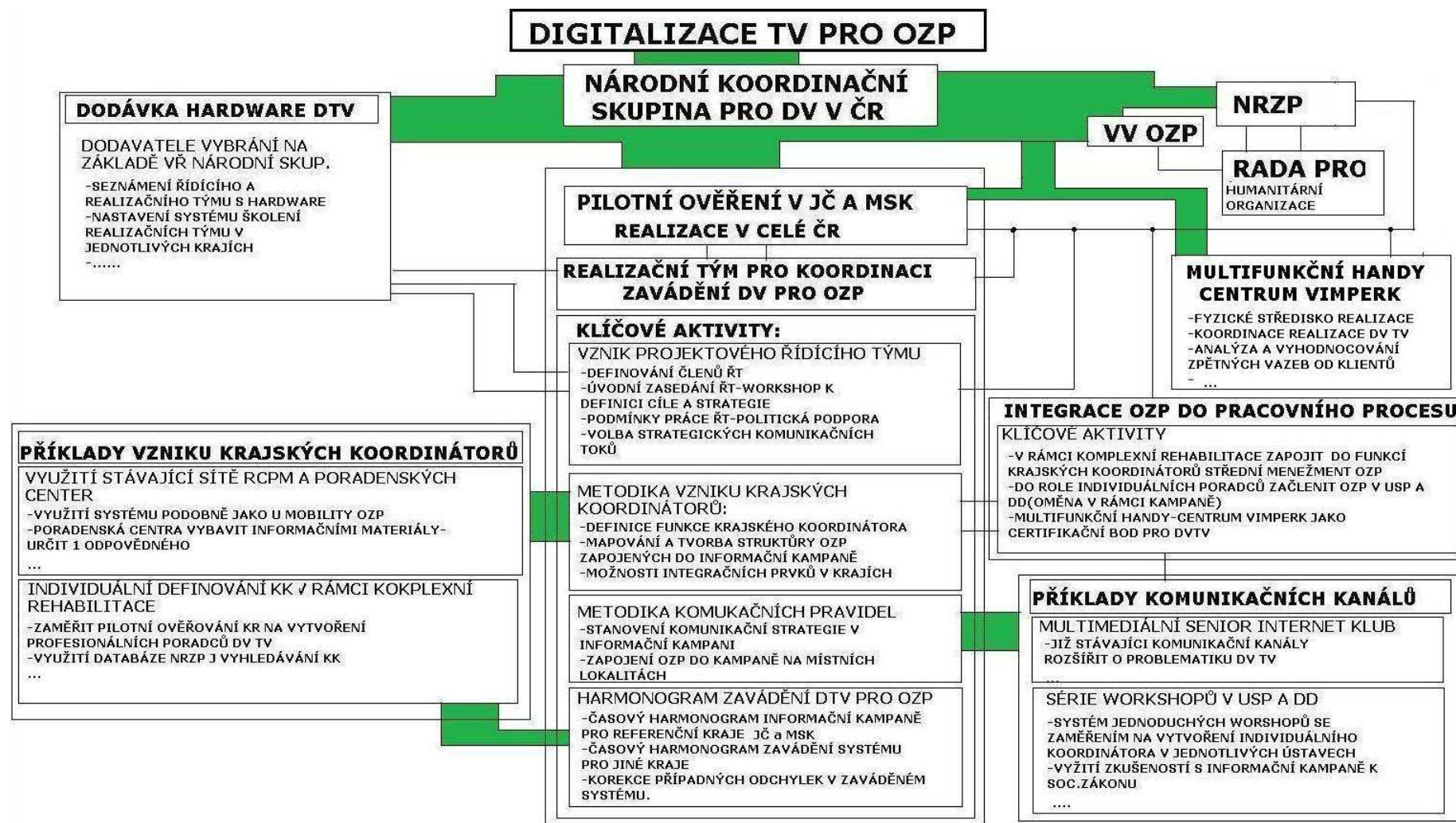
Proces informační kampaň bude nutné koordinovaně řídit. V níže uvedeném obrázku č. 15 uvádíme doporučující strukturu pro celou realizaci, která mj. naznačuje vertikální směr informačních toků a také vzájemných odpovědností. Obrázky 16 a 17 pak v detailu naznačují informační toky na konkrétním příkladu call centra a detailnější návrh organigramu celé struktury.

Obr. č. 15: Hierarchie řízení procesu informační kampaň pro danou cílovou skupinu



+/- 1200 ústavů sociální péče a domovů důchodců cílové skupiny





4.2. Návrh realizace jednotlivých milníků k zajištění služeb pro cílové skupiny – s využitím organizační struktury NRZP

Milník č. 1 Ustanovení řídicího týmu zodpovědného za celý proces

Řídicí tým bude ustaven v úzké součinnosti s **Národní radou osob se zdravotním postižením ČR** a s dalšími pověřenými subjekty, které dostaly od NRZP mandát v této věci jednat. V tuto chvíli je jím **OS Trianon a Trianon Čechy, o.s.** Všichni členové řídicího týmu budou splňovat předem daná kritéria odpovídající znalostem základních listin NRZP:

- ✱ Stanovy NRZP ČR;
- ✱ Národní rozvojový program mobility pro všechny;
- ✱ Národní plán vyrovnávání příležitostí pro občany se zdravotním postižením;
- ✱ Národní plán opatření pro snížení negativních důsledků zdravotního postižení.

NRZP společně s dalšími zodpovědnými subjekty (OS Trianon a Trianon Čechy, o.s.) připraví návrh, respektive jmenný seznam členů řídicího týmu s vymezením rolí jednotlivých článků celku. Od řídicí skupiny se očekává vysoce flexibilní a dynamické řízení dané struktury, která bude umožňovat efektivně zvládat změny vnějších i vnitřních vlivů.

Hlavním cílem tohoto milníku bude sestavení zkušeného řídicího projektového týmu, který bude mít přesně rozdělené kompetence mezi jednotlivé členy s tím, že každý z nich bude zodpovědný za svůj okruh aktivit v úzké součinnosti s ostatními členy řídicího projektového týmu. Řídicí tým bude zodpovědný za průběžné hodnocení dosažených kroků, o nichž bude podávat Národní koordinační skupině zprávy o průběhu informační kampaně pro specifické cílové skupiny osob. V závěru informační kampaně se předpokládá, že řídicí tým provede analýzu dosažených výsledků a provede závěrečné zhodnocení provedených aktivit.

Milník č. 2 Ustanovení krajských koordinátorů, podřízení koordinační /řídicí/ skupině.

V každém kraji ČR budou vybráni a jmenováni oborní konzultanti, jejich počet - viz *tabulka č. 7*. Jejich výběr bude v kompetenci NRZP, OS Trianonu a Trianonu Čechy, o.s. a bude proveden na základě výběrového řízení. Již v současnosti jsou specifikována jasná určující kritéria a kvalifikační předpoklady pro jednotlivé uchazeče o post koordinátora. Zainteresované subjekty si dělaly předběžný průzkum a jako optimální se jeví varianta uvedená v tabulce č. 8. Jedná se o kmenové spolupracovníky

NRZP, kteří dobře znají potřeby cílových skupin, neboť s nimi jsou v každodenním styku a řeší jejich nároky a požadavky.

Každý z koordinátorů bude schopen definovat žádoucí cíle informační kampaně ve svěřeném regionu, který má svá specifika. Koordinátoři, potažmo cílové skupiny, budou v rámci systémových procesů řídicího týmu informováni o dosažených cílech a dalším směřování informační kampaně určené pro specifické cílové skupiny osob. Jednotliví koordinátoři budou povinni sledovat nové informace, zkušenosti, metody, techniky a současné trendy v oblasti digitalizace. Zjednodušeně řečeno, čím kvalitněji informovaný koordinátor, tím efektivněji budou moci naplňovat svoje poslání *okresní poradenská centra*, jejichž pracovníci jsou již konkrétním článkem, který bude komunikovat s představiteli cílových skupin. Při sestavování pracovních náplní /činností/ koordinátorů bude rovněž stanovena periodicita setkání, jednak řídicího týmu s koordinátory, a jednak setkání koordinátorů z jednotlivých krajů.

Na tento článek v celé hierarchii realizace informační kampaně pro specifické CS bude brán zásadní zřetel, neboť krajský koordinátor bude nejen nositelem inovativních přístupů, ale především osobou zodpovědnou za plnění daných konkrétních cílů souvisejících s digitalizací TV obecně, ale také z hlediska přínosu a využití výhod digitálního televizního vysílání pro specifické CS.

Tabulka č. 8: Jmenný seznam navržených krajských koordinátorů NRZP

region	koordinátor	telefon	email
Hlavní město Praha	Ing. Jana Hrdá	257951332	janahrda@centrum.cz
Středočeský kraj	JUDr. Marie Madejová	326531943	str.kraj@nrzp.cz
Jihočeský kraj	Mgr. Zdeněk Toušek	736751203	c.budejovice@nrzp.cz
Plzeňský kraj	Mgr. Jana Petrová		plzen@nrzp.cz
Karlovarský kraj	Jiřina Štočková	728006263	k.vary@nrzp.cz
Ústecký kraj	Jaroslav Slavík	603469247	jaroslavslavik@seznam.cz
Liberecký kraj	Eva Vosáhllová		liberec@nrzp.cz
Královéhradecký k.	Mgr. Jiří Morávek	495538867	moravek.jiri@centrum.cz
Pardubický kraj	Ing. Petr Mach	736751209	pardubice@nrzp.cz
Kraj Vysočina	Bc. Petr Běhunek, DiS.	606957295	jihlava@nrzp.cz
Jihomoravský kraj	Mgr. Tomáš Zachoval	606241018	krzp-brno@volny.cz
Olomoucký kraj	Mgr. K. Nováková	736751212	olomouc@nrzp.cz
Zlínský kraj	Mgr. Jan Uherka		zlin@nrzp.cz
Moravskoslezský k.	Ing Jaroslav Dembinný	775622449	ostrava@nrzp.cz

Milník č. 3 Výběrová řízení na realizátory informační kampaně v 7 kompartmentech, podřízení koordinační /řídící/ skupině.

Navrhovaná informační kampaň má několik základních milníků, které slouží ke snazší orientaci v řešeném problému. Tendry na nákup služeb by měly z hlediska náplně kopírovat a do hloubky rozpracovávat navržený systém a obsah jednotlivých milníků.

Realizace informační kampaně bude probíhat v 7 celcích, definovaných jednotlivými kraji. Realizátoři vzejdou z výběrových řízení, přesně dle podmínek stanovených zákonem o zadávání veřejných zakázek (137/2006 Sb.). Jednou z podmínek uchazeče o danou zakázku bude získání pověření NRZP, které bude součástí kompletní nabídky uchazeče. Vybraní realizátoři v každém Kraji budou úzce spolupracovat s koordinátory pověřenými NRZP a OS Trianon a OS Trianon Čechy. Ve své činnosti pak budou podléhat řídicímu týmu a budou se řídit schváleným management plánem.

Z hlediska specifik regionů, efektivnosti komunikace, logistiky, regionálních strategií, možnosti monitoringu, kontroly a následného vyhodnocování bylo území dopadu digitalizace rozděleno do sedmi kompartmentů. Toto členění umožní snadnější řízení, koordinaci i vlastní realizaci informační kampaně:

- 1) Jihočeský + Plzeňský Kraj – modelový, pilotní projekt
- 2) Praha + Středočeský Kraj
- 3) Ústecký + Karlovarský Kraj
- 4) Liberecký + Hradecký Kraj
- 5) Pardubický Kraj + Vysočina
- 6) Jihomoravský + Zlínský Kraj
- 7) Moravskoslezský + Olomoucký Kraj

Realizátor /vybraný dodavatel/ vlastní informační kampaně vzejde vždy z výběrového řízení zadávaného podle Zákona č. 137/2006 Sb.. Zadávací podmínky včetně kritérií hodnocení uchazečů by mělo být konzultováno s představiteli NRZP, OS Trianon a OS Trianon Čechy. Hodnotící komise by měla být sestavena z představitelů NKS, zástupců NRZP a řídicího (koordinačního týmu) ze skupiny Trianon. Na základě vítězné nabídky bude vybrán dodavatel služeb a s ním Česká televize uzavře smlouvu o poskytování služeb s jasně definovaným rozsahem činností, kompetencí, povinností a úkolů a také se systémem kontroly jejich práce s možností zpětné vazby. Bude rovněž žádoucí brát zřetel na nutnost předkládání písemných zpráv jednotlivých realizátorů o postupu v daném regionu předkládaných NKS, řídicímu týmu a krajským koordinátorům, kteří

kvalifikovaně vyhodnotí, zda jsou dosažené kroky v souladu se smlouvou a především s cíly komplexní informační kampaně České televize. Realizátor by měl brát zřetel na to, že pro kvalitní zajištění informační kampaně specifické cílové skupiny je naprosto nezbytná součinnost s konkrétními osobami, které jsou zasvěceni do dané problematiky práce s občany s ústavní péčí (ÚSP i DD) a zdravotně postiženými. Proto je nanejvýš potřebné do procesu zapojit konkrétní osoby z organizační struktury NRZP a Trianonu.

Milník č. 4 Tvorba interaktivního, informačního webu (vstupní předpoklad zahájení kampaně).

Tvorba a provoz speciálního **interaktivního webu** s mnoha nástavbovými aplikacemi. Web bude specificky připraven pro osoby se zdravotním handicapem, včetně slabozrakých až slepých občanů. Cílovou skupinou uživatelů webu budou také senioři, a proto je třeba počítat s jejich rezervovaným přístupem k internetu, nebo s nedostatečnou orientací na internetu. Tomu bude muset být přizpůsoben design a celková navigace po webových stránkách. V rámci webu budou fungovat například možnosti chatu a internetové diskuse, internetová poradna s možností navigace prostřednictvím Skype navigace, ke stažení zde budou manuály, názorná informační videa, mluvený průvodce, prostor pro diskusi a zpětnou vazbu ze strany uživatelů. Web bude plnit osvětovou činnost nejenom ve vztahu k digitalizaci, ale bude cílovou skupinu upozorňovat například na možnosti využívání e-governmentu. Ten může být právě handicapovaným a seniorům v mnohém přínosným pomocníkem při jednání s úřady.

V bodech lze zamýšlený web charakterizovat takto:

- ✳ zprostředkování ucelených a snadno dostupných informací o digitalizaci pro obyvatele ústavů sociální péče, seniory, osoby s handicapem, nevidomé a slabozraké.
- ✳ podmínkou bude přívětivé ovládání a struktura informačního portálu, rychlý pohyb, novinky na hlavní stránce, aktivní upozorňování na nové informace a změny
- ✳ snadné vyhledávání v obsahu, včetně audio navigace
- ✳ portál může být také zaměřen na poskytování pomoci v běžných otázkách života (legislativa, zdraví, pomůcky pro postižené, turistika, kultura, ankety, posílání článků a informování o pořádaných akcích e-mailem)

- * součástí portálu bude také prezentace spřátelených organizací, které podporují integraci handicapovaných osob do společnosti
- * více nových informací s jednodušším a rychlejším způsobem zadávání dotazů
- * může také nadstavbově obsahovat přehledy bezbariérových a bariérových úřadů a společenských a kulturních míst v ČR

Kroky vázané na rozpočet:

Grafické zpracování loga informačního portálu

Programování portálu včetně databázových a diskusních modulů a podrobných statistik

Flash animace

Registrace domény

Konektivita

Portálový server (HW)

Správa a technická podpora portálového serveru

Modul pro audio a video Streaming

Průvodce informačním portálem

Programový modul pro slabozraké (*speciální program usnadňující slabozrakým pohyb na informačním portálu*)

Programový modul pro nevidomé (*speciální program umožňující nevidomým pohyb na informačním portálu*)

Správa sociálního informačního portálu

Zpracování informačních a anketních databází

Chat s odborným poradcem (poradna)

Příprava audio manuálů pro slabozraké a nevidomé

PR propagace informačního portálu

Milník č. 5 Tvorba propagačních, informačních, vzdělávacích tiskovin, video prezentací, atd. (vstupní předpoklad zahájení vlastní kampaně).

Rozsáhlý projekt informační kampaně se absolutně nemůže obejít bez celé řady propagačních, informačních a prováděcích tiskovin, brožur, letáků a dalších všeobecně vzdělávacích materiálů v hard-copy podobě. Tištěné materiály se v rámci informační kampaně stanou zárukou jejího profesionálního zpracování s adresným dopadem pro konkrétní cílové skupiny obyvatelstva.

Materiály budou rozděleny do několika skupin: budou mít kontaktní, propagační, informační a vzdělávací charakter. Celá řada tiskovin bude muset být připravena před vlastním zahájením informační kampaně a samozřejmě pro danou cílovou skupinu bude v jednotném grafickém manuálu. Tyto materiály budou nezbytným předpokladem pro vlastní zahájení celé kampaně.

Kromě celoplošně využitelných materiálů pak budou vytvořeny lokálně specifické, jako například graficky poutavé, znázornění lokálních vysílačů s daty vypínání analogového vysílání a zapínání vysílání digitálního.

Vedle tiskovin budou v rámci PR kampaně k celé informační kampani vydávány propagační články, reklama do tisku, v radiích budou probíhat rozhlasové spoty a také rozhovory. V rámci kampaně se také počítá s tvorbou instruktážních videí – jak v nižším rozlišení na internetu, tak ve formátu DVD - která budou informovat a provádět cílového uživatele konkrétními kroky, které bude muset vykonat za účelem příjmu digitálního televizního vysílání.

Součástí kampaně bude příprava informačního průvodce pro uživatele, který bude jednoznačně a jasně informovat cílovou skupinu, zejména seniorů, o struktuře informačního portálu. Brožura bude přehledně rozdělena do sekcí ve shodném formátu jako na Informačním portálu. Uživatel brožury se tak bude moci snadno pohybovat v prostředí Informačního portálu a díky znalosti jeho struktury snadno získá informace právě z té oblasti, kterou potřebuje.

Abyste byla prezentace informačního portálu kompletně zajištěna pro všechny podskupiny cílové skupiny, je nutné vytvořit audio a video uživatelskou příručku s modulem pro slabozraké. Zde bude kompletně představena struktura Informačního portálu tak, aby se jeho uživatel mohl snadno a rychle orientovat v informacích a strukturních kapitolách. Vzhledem k cílové skupině, ve které jsou také slabozrací a nevidomí, budou tvořeny materiály i pro tuto cílovou skupinu, včetně tiskovin v Braillově písmu.

Kroky vázané na rozpočet:

Příprava PR kampaně a mediálních plánů
Grafická příprava prezentační brožury projektu - A4 - výsledná DL, 4/4
Grafická příprava informační tiskoviny pro uživatele - brožura - výsledná DL, 28 stran, 4/4
Grafika informačního letáku - Základní informace o digitalizaci - A5 - 4/4
Grafická příprava manuálu pro uživatele- brožura - A5, 30 stran, 4/4
Tisk prezentační brožury projektu - A4 - výsledná DL, 4/4, lesklá křída
Tisk informační tiskoviny pro uživatele - brožura - výsledná DL, 28 stran, 4/4, lesklá křída, laminace

Tisk informačního letáku - Základní informace o digitalizaci - A5 - 4/4, lesklá křída
Tisk manuálu pro uživatele - brožura - A5, 30 stran, 4/4, lesklá křída, laminace
Video a DVD příručka pro uživatele - příprava
Video a DVD nosiče a nahrávka
Grafika obalu DVD a video kazety
Tisk obalu DVD a video kazety
Radiové spoty - příprava, audio nahrávka, prezentace
Reklama v regionálních a celoplošných denících
Reklama na informačních portálech
Distribuce reklamních a informačních tiskovin

Milník č. 6 Založení call centra a proškolení jeho personálu (vstupní předpoklad zahájení kampaně).

Z průzkumu potřeb cílové skupiny ve vztahu k způsobu získávání informací o digitalizaci televizního vysílání je jasně patrné, že značná část respondentů vyžaduje právě tento způsob získávání informací. Statisticky 50%. Pro cílovou skupinu je telefon mírně preferovanější před informacemi na internetu. Proto pro zdárnou realizaci celé kampaně bude nutné zřídit call centrum specificky orientované na občany naší cílové skupiny. Zatím účelem bude nutné precizně vybrat a vyškolit telefonistky, nejlépe z řad pracovníků, kteří mají přímé zkušenosti občany naší cílové skupiny. Call centrum, bude v zásadě sloužit třemi způsoby:

- 1) Primárně bude samozřejmě sloužit k operativnímu řešení aktuálně vznikajících dotazů a problémů, které se budou objevovat přímo v terénu.
- 2) Call centrum bude také řídicímu týmu, zadavateli a také pro NKS velmi důležitou zpětnou vazbou přímo z terénu, bude možné využívat i v ostatních sektorech informační kampaně k digitalizaci.
- 3) Konečně bude jako nástroj získávání dobrých zkušeností z oblastí, kde bude kampaň probíhat v časovém předstihu. Získané informace a zpětná vazba bude využita v oblastech, kde informační kampaň bude probíhat později.

Založení call centra musí v harmonogramu informační kampaně předcházet jakékoli přímé komunikaci s klienty cílové skupiny. To proto, že v informační kampani se již na call centrum budeme odvolávat, a stejně tak ještě před zahájením kampaně budou v rámci fungování a provozu call centra vyškoleni lektoři, kteří budou školit cílové klienty.

Z logiky věci je zcela nemožné, aby call centrum bylo založeno až teprve v době probíhání informační kampaně.

Kroky vázané na rozpočet:

Založení call centra, stavební úpravy, interiér
Vyškolení operátorek
Nahrávací studio
SW a HW pracují na analogových linkách ,
SW a HW pracují na analogových GSM bránách.
Napojení na PC a servery
Automatické operátorky pro příjem telefonů i obvolávání telefonních účastníků
Kompletní počítačově telefonní vybavení (přístup do databáze call centra přes IP
Adresy z internetu, práci pro call centrum z domova
Systémy pro administraci, vyhodnocování práce call centra i pracovníků, podklady pro fakturace
Monitorovací (nahrávací) zařízení ke všem typům telefonů, vysílaček, GSM bran
Mobilních telefonů a dalších zdrojů akustických signálů
Telefony - analogové- se vstupem pro připojení náhlavních souprav
GSM brány
Telefonní ústředny
Mzdové prostředky
Režie

Milník č. 7 Nastavení prioritních regionů k proškolení ve vztahu k harmonogramu vypínání analogové televizního vysílání.

Priority k postupu při vlastní realizaci lze odvodit z harmonogramu vypínání analogové televize. To jsou sice dostupná data, nicméně široká veřejnost je dosud nevnímá a nezná, natož potom občané naší cílové skupiny. Zejména se jedná o tu část cílové skupiny, která je v domácím prostředí a musí být zcela nebo alespoň částečně soběstačná. V rámci Komplexní analýzy a shromažďování potřebných údajů do této zprávy dále uvádíme tabulky s přesnými daty vypínání analogového vysílání a zapínání jednotlivých digitálních sítí, region po regionu. Určení prioritních regionů pro informační kampaň pak lze odvodit z dat vypínání analogové sítě.

Při vlastní realizaci však bude záležet na řídicím týmu a NKS, jak se celý projekt nastaví. Zda bude skutečně realizace školení probíhat po jednotlivých regionech, podle priorit nastavených daty vypínání analogového vysílání, nebo bude realizace školení probíhat synchronně po celé republice najednou. Rozhodující v tomto ohledu samozřejmě bude systém uvolňování finančních prostředků.

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - České Budějovice					
Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
30.9.2008	vypnutí	ČT 2	České Budějovice	Kleť	49
1.10.2008	zapnutí	Digitální síť 1	České Budějovice	Kleť	49
1.2.2009	zapnutí	Digitální síť 4	České Budějovice	bude upřesněno	63, 65
30.6.2009	zapnutí	Digitální síť 1	Vimperk	Mažský vrch	49
31.8.2009	zapnutí	Digitální síť 2	České Budějovice	Kleť	50
31.8.2009	zapnutí	Digitální síť 3	České Budějovice	Kleť	22
31.3.2010	zapnutí	Digitální síť 2	Vimperk	Mažský vrch	50
30.6.2010	vypnutí	ČT 1	České Budějovice	Kleť	39
30.6.2010	vypnutí	Nova	České Budějovice	Kleť	2
30.6.2010	vypnutí	Prima	České Budějovice	Kleť	33
30.6.2010	vypnutí	ČT 1	Tábor	Radimovice	27
30.6.2010	vypnutí	Prima	Tábor	Radimovice	44
30.6.2010	vypnutí	ČT 1	Vimperk	Mažský vrch	32
30.6.2010	vypnutí	ČT 2	Vimperk	Mažský vrch	47

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Trutnov					
Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
1.2.2009	zapnutí	Digitální síť 4	Liberec	bude upřesněno	65
30.7.2009	vypnutí	ČT 2	Liberec	Ještěd	43
31.7.2009	zapnutí	Digitální síť 1	Liberec	Ještěd	43
30.8.2009	vypnutí	ČT 2	Trutnov	Černá hora	40
31.8.2009	zapnutí	Digitální síť 1	Trutnov	Černá hora	40
1.9.2009	zapnutí	Digitální síť 4	Pardubice	UTB	45
31.3.2010	zapnutí	Digitální síť 2	Pardubice	Krásné	57
31.5.2010	zapnutí	Digitální síť 1	Pardubice	Krásné	32
31.8.2010	zapnutí	Digitální síť 2	Liberec	Ještěd	61
31.8.2010	zapnutí	Digitální síť 2	Trutnov	Černá hora	61
31.8.2010	zapnutí	Digitální síť 3	Trutnov	Černá hora	60
30.6.2011	vypnutí	ČT 1	Trutnov	Černá hora	23
30.6.2011	vypnutí	Nova	Trutnov	Černá hora	11

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Trutnov

30.6.2011	vypnutí	ČT 1	Pardubice	Krásné	22
30.6.2011	vypnutí	ČT 2	Pardubice	Krásné	57
30.6.2011	vypnutí	Nova	Pardubice	Krásné	6
30.6.2011	vypnutí	Prima	Pardubice	Krásné	34
30.6.2011	vypnutí	ČT 1	Liberec	Ještěd	31
30.6.2011	vypnutí	Nova	Liberec	Ještěd	8
30.6.2011	vypnutí	Prima	Liberec	Ještěd	60
30.6.2011	vypnutí	ČT 1	Rychnov nad Kněžnou	Litický Chlum	28
30.6.2011	vypnutí	Prima	Rychnov nad Kněžnou	Litický Chlum	45

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Sušice

Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
18.11.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Sušice	Svatobor	49
14.12.2008	vypnutí	ČT 2	Sušice	Svatobor	52
30.9.2009	zapnutí	Digitální síť 2	Sušice	Svatobor	50
30.9.2009	zapnutí	Digitální síť 3	Sušice	Svatobor	52
28.2.2010	vypnutí	ČT 1	Sušice	Svatobor	35
28.2.2010	vypnutí	Nova	Sušice	Svatobor	9
28.2.2010	vypnutí	Prima	Sušice	Svatobor	43
28.2.2010	vypnutí	ČT 1	Klatovy	Barák	22
28.2.2010	vypnutí	ČT 2	Klatovy	Barák	58
28.2.2010	vypnutí	Nova	Klatovy	Barák	6

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Plzeň

Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
31.8.2007	vypnutí	ČT 1	Domažlice	Vraní vrch	41
31.8.2007	vypnutí	ČT 2	Domažlice	Vraní vrch	12
29.5.2008	zapnutí	Digitální síť 3	Plzeň	Košutka	52
27.7.2008	vypnutí	ČT 2	Plzeň	Krkavec	34
28.7.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Plzeň	Krašov	34
24.10.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Domažlice	Vraní vrch	34
31.10.2008	vypnutí	ČT 2	Plzeň	Krašov	48
31.10.2008	vypnutí	ČT 2	Cheb	Zelená hora	36
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Cheb	Zelená hora	36
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 2	Domažlice	Vraní vrch	48
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 2	Plzeň	Krašov	48

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Plzeň

15.12.2008	zapnutí	Digitální síť 3	Plzeň	Krašov	52
15.12.2008	vypnutí	Digitální síť 3	Plzeň	Košutka	52
15.12.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Jáchymov	Klínovec	36
1.1.2009	zapnutí	Digitální síť 4	Plzeň	vodárna	63
1.1.2009	zapnutí	Digitální síť 4	Karlovy Vary	Všeborovice	45
30.4.2009	zapnutí	Digitální síť 2	Cheb	Zelená hora	35
30.6.2009	zapnutí	Digitální síť 2	Jáchymov	Klínovec	35
30.9.2009	vypnutí	ČT 1	Plzeň	Krašov	31
30.9.2009	vypnutí	Nova	Plzeň	Krašov	10
30.9.2009	vypnutí	Nova	Domažlice	Vraní vrch	24
30.9.2009	vypnutí	ČT 1	Cheb	Zelená hora	53
30.9.2009	vypnutí	Nova	Cheb	Zelená hora	26
30.9.2009	vypnutí	ČT 1	Jáchymov	Klínovec	38
30.9.2009	vypnutí	Prima	Jáchymov	Klínovec	55
30.9.2009	vypnutí	Prima	Mariánské Lázně	Dyleň	60
30.9.2009	vypnutí	ČT 1	Plzeň	Krkavec	27
30.9.2009	vypnutí	Prima	Plzeň	Krkavec	51

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Praha

Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
30.9.2008	vypnutí	ČT 2	Praha	Cukrák	53
30.9.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Praha	Cukrák	53
30.10.2008	vypnutí	ČT 2	Praha	Žižkov	41
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Praha	Žižkov	53
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 2	Praha	Cukrák	41
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 2	Praha	Žižkov	41
15.12.2008	zapnutí	Digitální síť 3	Praha	Cukrák	59
15.12.2008	zapnutí	Digitální síť 3	Praha	Žižkov	59
31.3.2009	zapnutí	Digitální síť 2	Votice	Mezivrata	41
30.4.2009	vypnutí	ČT 1	Praha	Žižkov	51
30.4.2009	vypnutí	Nova	Praha	Žižkov	37
30.4.2009	vypnutí	Prima	Praha	Žižkov	24
31.7.2009	zapnutí	Digitální síť 1	Votice	Mezivrata	53
31.10.2009	vypnutí	ČT 1	Praha	Cukrák	26
31.10.2009	vypnutí	Nova	Praha	Cukrák	1
31.10.2009	vypnutí	Prima	Praha	Cukrák	7
31.10.2009	vypnutí	ČT 2	Příbram	vrch Praha	29
31.10.2009	vypnutí	ČT 1	Votice	Mezivrata	30
31.10.2009	vypnutí	ČT 2	Votice	Mezivrata	56

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Ústí nad Labem

Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
30.10.2008	vypnutí	ČT 2	Ústí nad Labem	Buková hora	33
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Ústí nad Labem	Buková hora	33
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 2	Ústí nad Labem	Buková hora	58
3.11.2008	záměna	ČT 1/ČT 2	Chomutov	Jedlová hora	52
14.12.2008	vypnutí	ČT 2	Chomutov	Jedlová hora	52
30.11.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Chomutov	Jedlová hora	33
30.11.2008	zapnutí	Digitální síť 2	Chomutov	Jedlová hora	58
15.12.2008	zapnutí	Digitální síť 3	Ústí nad Labem	Buková hora	55
30.8.2010	vypnutí	ČT 1	Ústí nad Labem	Buková hora	50
30.8.2010	vypnutí	Nova	Ústí nad Labem	Buková hora	12
30.8.2010	vypnutí	ČT 1	Chomutov	Jedlová hora	35
30.8.2010	vypnutí	Nova	Chomutov	Jedlová hora	21

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Jihlava

Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
30.6.2009	zapnutí	Digitální síť 1	Jihlava	Javořice	33
1.7.2009	zapnutí	Digitální síť 4	Jihlava	bude upřesněno	63
30.4.2010	zapnutí	Digitální síť 2	Jihlava	Javořice	35
30.4.2010	zapnutí	Digitální síť 3	Jihlava	Javořice	30
31.5.2011	vypnutí	ČT 1	Jihlava	Javořice	25
31.5.2011	vypnutí	ČT 2	Jihlava	Javořice	42
31.5.2011	vypnutí	Nova	Jihlava	Javořice	11
31.5.2011	vypnutí	Prima	Jihlava	Javořice	59
31.5.2011	vypnutí	ČT 1	Pelhřimov	Pacov	36
31.5.2011	vypnutí	ČT 1	Třebíč	Klučovská hora	28
31.5.2011	vypnutí	ČT 2	Třebíč	Klučovská hora	45

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Jeseník

Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
IX.10	záměna	ČT 1/ČT 2	Jeseník	Praděd	36/50
30.9.2010	vypnutí	ČT 2	Jeseník	Praděd	36
30.9.2010	zapnutí	Digitální síť 1	Jeseník	Praděd	36
30.10.2011	vypnutí	Nova	Jeseník	Praděd	53
31.10.2011	zapnutí	Digitální síť 2	Jeseník	Praděd	53
1.10.2011	zapnutí	Digitální síť 3	Jeseník	Praděd	51
1.6.2010	zapnutí	Digitální síť 4	Olomouc	místo bude upřesněno	44

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Jeseník

30.6.2012	vypnutí	ČT 1	Jeseník	Praděd	50
30.6.2012	vypnutí	ČT 1	Olomouc	Radíkov	33
30.6.2012	vypnutí	Prima	Olomouc	Radíkov	60

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Brno

Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
15.5.2008	zapnutí	Digitální síť 3	Brno	Hády	59
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Brno	Barvičova	25
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 2	Brno	Barvičova	40
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Brno	Hády	25
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 2	Brno	Hády	40
28.2.2009	zapnutí	Digitální síť 3	Brno	Barvičova	59
31.3.2009	zapnutí	Digitální síť 2	Mikulov	Děvín	40
29.11.2009	vypnutí	ČT 2	Brno	Kojál	29
30.11.2009	zapnutí	Digitální síť 1	Brno	Kojál	29
30.11.2009	zapnutí	Digitální síť 1	Brno	Barvičova	29
30.11.2009	zapnutí	Digitální síť 1	Brno	Hády	29
31.5.2010	zapnutí	Digitální síť 1	Mikulov	Děvín	29
30.9.2010	vypnutí	ČT 1	Brno	Barvičova	35
30.9.2010	vypnutí	ČT 2	Brno	Barvičova	52
30.9.2010	vypnutí	Nova	Brno	Barvičova	49
30.9.2010	vypnutí	Prima	Brno	Hády	55
30.9.2010	zapnutí	Digitální síť 2	Brno	Kojál	40
IX. 2010	zapnutí	Digitální síť 3	Brno	Kojál	59
30.6.2011	vypnutí	Nova	Brno	Kojál	9
30.6.2011	vypnutí	ČT 1	Brno	Kojál	46
30.6.2011	vypnutí	ČT 1	Hodonín	Babí lom	33
30.6.2011	vypnutí	Prima	Hodonín	Babí lom	50
30.6.2011	vypnutí	ČT 1	Mikulov	Děvín	26
30.6.2011	vypnutí	Prima	Mikulov	Děvín	30
30.6.2011	vypnutí	ČT 1	Svitavy	Kamenná Horka	24
30.6.2011	vypnutí	ČT 2	Svitavy	Kamenná Horka	58
30.6.2011	vypnutí	Nova	Svitavy	Kamenná Horka	39
30.6.2011	vypnutí	Prima	Svitavy	Kamenná Horka	41
30.6.2011	vypnutí	ČT 1	Žďár nad Sázavou	Harušův kopec	32

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Ostrava

Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 1	Ostrava	Hladnov	54
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 2	Ostrava	Hladnov	39
31.10.2008	zapnutí	Digitální síť 3	Ostrava	Hladnov	32
31.5.2010	zapnutí	Digitální síť 1	Ostrava	Hošťálkovice	54
31.7.2010	zapnutí	Digitální síť 1	Frýdek-Místek	Lysá Hora	54
29.4.2011	vypnutí	ČT 1	Frýdek-Místek	Lysá Hora	37
30.4.2011	zapnutí	Digitální síť 2	Frýdek-Místek	Lysá Hora	37
30.4.2011	zapnutí	Digitální síť 2	Ostrava	Hošťálkovice	37
30.4.2011	přeladění	Digitální síť 2	Ostrava	Hladnov	37
1.4.2011	zapnutí	Digitální síť 3	Ostrava	Hošťálkovice	48
1.4.2011	přeladění	Digitální síť 3	Ostrava	Hladnov	48
30.11.2011	vypnutí	ČT 1	Ostrava	Hošťálkovice	31
30.11.2011	vypnutí	ČT 2	Ostrava	Hošťálkovice	51
30.11.2011	vypnutí	Nova	Ostrava	Hošťálkovice	42
30.11.2011	vypnutí	Nova	Ostrava	Hošťálkovice	1
30.11.2011	vypnutí	Prima	Ostrava	Hošťálkovice	48
30.11.2011	vypnutí	ČT 1	Nový Jičín	Nový Jičín	34

Termíny zapínání digitálního a vypínání analogového televizního vysílání - Zlín

Termín	Událost	Program/digitální síť	Název vysílače	Stanoviště	Kanál
31.10.2010	zapnutí	Digitální síť 1	Valašské Klobouky	Ploštiny	33
31.10.2010	zapnutí	Digitální síť 1	Zlín	Tlustá hora	33
30.11.2010	zapnutí	Digitální síť 2	Valašské Klobouky	Ploštiny	49
30.11.2010	zapnutí	Digitální síť 2	Zlín	Tlustá hora	49
30.11.2010	zapnutí	Digitální síť 3	Zlín	Tlustá hora	25
30.11.2010	zapnutí	Digitální síť 4	Zlín	bude upřesněno	42
30.6.2012	vypnutí	ČT 1	Zlín	Tlustá hora	22
30.6.2012	vypnutí	ČT 2	Zlín	Tlustá hora	51
30.6.2012	vypnutí	Nova	Zlín	Tlustá hora	41
30.6.2012	vypnutí	Prima	Zlín	Tlustá hora	58
30.6.2012	vypnutí	ČT 1	Valašské Klobouky	Ploštiny	25
30.6.2012	vypnutí	ČT 2	Valašské Klobouky	Ploštiny	42
30.6.2012	vypnutí	Prima	Valašské Klobouky	Ploštiny	59
30.6.2012	vypnutí	ČT 2	Uherský Brod	Velká Javorina	47
30.6.2012	vypnutí	Nova	Uherský Brod	Velká Javorina	21

Milník č. 8 Proškolení krajských koordinátorů (23 koordinátorů, viz tab. č. 7).

Proškolení krajských koordinátorů proběhne v podobě čtyřdenního intenzivního kurzu, jehož učební osnovy dodá ve spolupráci s NKS skupina Trianon. Za další sebevzdělávání a získávání informací a postupné vzdělávání bude zodpovědný každý z koordinátorů sám. Nápomocný jim bude web, kam se budou hlásit přiděleným heslem (s monitoringem frekvence jeho návštěv – pro zajištění zpětné vazby) a dále elektronický Newsletter, který pro ně a ve spolupráci s nimi (předávání vzájemných zkušeností a postřehů) bude připravovat řídicí tým.

V zásadě lze přistoupit ke dvěma modelům, jak vytypovat a vyškolit poradce. Prvním modelem je využít stávající struktury NRZP, resp. zmiňovaných 80 poradenských center. Zde vyškolit konkrétní osoby a využít jejich kapacity pro informování cílových „klientů“. Druhou variantou je najmout a vyškolit profesionály, kteří v doprovodu (pro usnadnění komunikace) představitelů NRZP z krajských a okresních center vyškolí cílové „klienty“. Jednou z variant je také brigádní činnost pro studenty. Detailní rozhodnutí bude příslušet Řídicímu týmu ve vlastním procesu informační kampaně. Pro lektory a školitele bude muset být precizně vypracována pracovní náplň s přesně definovaným rozsahem činností, kompetencí, povinností a úkolů a také systém kontroly jejich práce s možností zpětné vazby. Bude rovněž žádoucí brát zřetel na nutnost předkládání písemných zpráv jednotlivých poradců o postupu v daném regionu předkládaných krajským koordinátorům, kteří kvalifikovaně vyhodnotí, zda jsou dosažené kroky v souladu s cíly komplexní informační kampaně České televize. Toto bude kriticky důležité z toho důvodu, aby nedošlo k nežádoucím nedostatkům vlastní realizace informační kampaně.

Milník č. 9 Systém proškolení realizátorů kampaně, odborných konzultantů apod. (7 kompartmentů).

Veškeré aktivity spojené se zvyšováním profesních kompetencí realizátorů kampaně a odborných konzultantů budou ideálně směřována do **Školícího centra Trianon Čechy ve Vimperku**. Je tam připraveno veškeré zázemí a technologické vybavení pro školení všech typů, včetně e-learningu.

Z hlediska harmonogramu jednotlivých cyklů školení se předpokládá jasně daná struktura, jak z hlediska frekvence, tak počtu osob, které budou kurzy navštěvovat. Každý cyklus bude zakončen jednoduchým testem, který bude sloužit spíše pro

sebereflexi školených klientů. Školení na nižší úrovni, např. zájemců z řad organizací OZP bude probíhat v 80-ti Poradenských centrech pro handicapované.

Dalším článkem systému školení bude tvorba manuálů a příruček pro nejrůznější úrovně zapojených subjektů a osob. Každý manuál by měl být obecně využitelný vždy pro danou část realizátorů a konzultantů ve všech regionech, pouze s minimálními odchylkami danými strukturou krajů ČR.

Veškerá školení, respektive jejich náplň a do jisté míry i rozsah bude předem konzultován a odsouhlasen řídicím týmem, který bude přímo podléhat NKS. Školení budou provádět odborní lektoři v součinnosti, jak s řídicím týmem, tak NRZP, tak i z konzultace s krajskými koordinátory.

Stejně jako ostatní milníky, i tento bude mít jasná předem daná kritéria a omezení, která jasně budou specifikována v době **realizace** tohoto konkrétního milníku.

Milník č. 10 Koordinované a manažersky řízené zahájení informační kampaně napříč celou ČR.

Základem úspěchu takto rozsáhlého projektu je jeho koordinace a manažerské řízení od samého počátku kampaně. Důraz musí být kladen na počáteční rozvahu celého projektu a jeho základní přípravu. Přípravu takto rozsáhlého projektu nelze v žádném případě podcenit a právě přípravě by měla být věnována velká pozornost. Také celý proces informační kampaně musí být nadále řízen, aby byl po celou dobu v souladu se strategií formulovanou v přípravné fázi - např. management plán definovaný v časových parametrech Kap. 4.1.

Manažerské řízení celého procesu je důležité z několika důvodů. Za prvé je potřebné, aby celá kampaň pro řešenou cílovou skupinu byla jednotná, a aby se příjemcům informací dostalo potřebné péče. Toho lze docílit pouze systematickou a koordinovanou prací, která je řízena shora. Do projektu budou zapojeny stovky osob na nejrůznějších úrovních, a to není možné provést nekoordinovaně. Především proto, že se bude jednat o předávání informací, nesmí docházet k jejich mylné interpretaci nebo neodpovědnému přístupu lektorů. Cílem celého projektu je předat informace v jednotné podobě koncovým uživatelům. Takového efektu opět nelze dosáhnout bez centrální koordinace a řízení. A konečně neméně důležitým důvodem pro koordinaci a manažerské řízení je politikum, které v souvislosti s digitalizací vzniká a ještě vznikat bude. Pro zabezpečení realizace informační kampaně jsou a budou využívány veřejné prostředky v řádech desítek milionů korun. Proto není možné ani v procesních záležitostech, ani v samotné kampani zaměřené pro tuto konkrétní cílovou skupinu udělat chyby, které by se ve svém důsledku mohly obrátit proti zadavateli informační

kampaně - České televizi, Národní koordináční skupině, atd. Jediným způsobem, jak zabezpečit celou kampaň, je tedy její centrální řízení.

Základní řídicí, koordináční, jakož i realizační struktura projektu je naznačena na **obrázku č. 15**. Za celou kampaň by měl zodpovídat hlavní manažer, který se bude zodpovídat NKS. Jemu by po dobu celého projektu měla být nápomocna řídicí skupina fungující jako odborný, poradenský a konzultační orgán. Velmi důležitou součástí řízení celého procesu bude jeho PR a marketing. Za tím účelem doporučujeme začlenit do procesu, možná i na úroveň řídicího týmu, osobu znalou této oblasti.

Milník č. 11 Podpora při nákupu set-top boxů pro individuální klienty

Tento milník je zařazen ve chvíli zpracování Komplexní analýzy pouze v rovině teoretické. Je to vysoký nadstandard ve vztahu k přechodu na digitální vysílání a je jím zamýšleno poskytování příspěvků na nákup set-top boxů pro handicapované osoby navíc v sociálně velmi slabém prostředí.

V případě přidělování finančních příspěvků na nákup set-top boxů budou muset být vypracována jasná kritéria pro jejich přidělení a o konečném přidělení bude muset rozhodnout komise s rozhodujícím slovem místně a situace znalého odborníka – krajského koordinátora.

4.3. Doporučení pro systém výběru a činnosti konzultantů na úrovni lokálního zastoupení NRZP v jednotlivých Krajích ČR

Vzhledem k charakteru cílové skupiny, která je do značné míry specifická, bude vyžadován od konzultantů také specifický přístup ke klientovi. Proto bude nezbytné tuto možná klíčovou část celé informační kampaně postavit na individuálním přístupu ke klientovi. Z toho důvodu bude pro zdárný proces kriticky důležitý výběr i činnost konzultantů. Proto vlastní výběr - a nejlépe výběrová řízení - konzultantů bude proveden pod patronací NRZP či pověřené instituce.

Základní preambule výběrových kritérií

Celá informační kampaň k digitalizaci musí být primárně vedena s vědomím individuálního principu. O informační kampani by se cílová skupina neměla dozvědět z médií, ale od konkrétního zástupce týmu naší informační kampaně, který přijde s vysvětlujícími informacemi. Neděláme informační kampaň samoučelovou, ale pro samotnou cílovou skupinu. Tu prezentují i jedinci nikde neorganizováni ani umístění.

Člen řídicího týmu

Požadavky:

- * vysokoškolské popřípadě středoškolské vzdělání
- * projektová praxe s cílovou skupinou OZP a senioři
- * znalosti struktury rozdělení OZP v ČR
- * schopnost naučit se technické podrobnosti k problematice digitalizace TV
- * ŘP sk. B
- * ochota věnovat se danému problému i nad rámec pracovních povinností

Krajský koordinátor informační kampaně

Požadavky:

- * minimálně středoškolské vzdělání
- * optimálně by měl být členem (ze středu) cílové skupiny
- * sociální citění na odpovídající úrovni, základy psychologie
- * schopnost naučit se novým technickým informacím
- * musí mít schopnost základní lektorské dovednosti směrem k cílové skupině OZP a senioři. (Tato dovednost vychází ze základního pravidla lektorské praxe vůči této cílové skupině. Lektor musí mít za cíl pomoci klientům, aby se zorientovali v problematice tak, aby jim byla digitální televize přínosem, a ne dokazovat klientům své schopnosti a znalosti.)
- * musí vlastnit ŘP sk. B

Lokální lektor manažer

Požadavky:

- * angažovanost v rámci své mateřské organizace OZP
- * vhodné komunikační předpoklady směrem k cílové skupině
- * přehled a co možná nejpodrobnější znalosti o situaci v oblasti zdravotního postižení (všech druhů postižení) v dané lokalitě
- * schopnost předávat potřebné informace informační kampaně směrem k jedinci

4.4. Sestavení souboru potřeb cílové skupiny v rámci přechodu na digitální vysílání

Výčet stěžejních potřeb:

- * Základní potřebou je nerušený přechod z analogového na digitální vysílání
- * Stěžejní potřebou pro danou cílovou skupinu ve vztahu k informační kampani budou osobní konzultanti rekrutovaní z regionálně znalých (+/-) sociálních pracovníků
- * Vítaným pomocníkem bude také call centrum se speciálně vyškolenými telefonistkami se znalostí prostředí handicapovaných osob a seniorů
- * Internetový zdroj informací = interaktivní web pro cílovou skupinu se snadnou orientací a také s úpravami pro slabozraké a uživatelsky přátelským prostředím pro seniory
- * Tiskoviny, brožury, letáky, aktuálně vydávaný Newsletter pro koordinátory a školitele
- * CD, DVD, video průvodci a video poradci
- * Případná finanční pomoc při nákupu set-top boxů

5. Závěry a doporučení

Předložená *Komplexní analýza specifických cílových skupin obyvatelstva v rámci projektu Informační kampaně ve vztahu k přechodu na digitální televizní vysílání* byla provedena na základě smluvního vztahu mezi OS Trianon a Českou televizí. Analýza provedla kompletní rozbor problematiky konkrétní cílové skupiny, a to od jejího rozmístění v ČR, přes konkrétní potřeby ve vztahu k přechodu na digitální vysílání, až po návrh vlastního řešení (logistika i personální). Proto výsledky v předkládané studii je možné nadále využít pro vlastní realizační fázi Informační kampaně ve vztahu k cílové skupině obyvatel - tj. 1) v ústavech sociální péče, 2) v domovech důchodců, 3) pro seniory, 4) pro občany ze zdravotním postižením.

Předložená analýza vypovídá o stavu povědomí a potřebách v případech ÚSP a domovů důchodců, nicméně je evidentní, že vypovídá i o povědomí o digitalizaci všeobecně u celé populace. Proto výsledky a doporučení této studie budou v řadě detailů využitelné i pro ostatní cílové skupiny.

Výsledky této studie jednoznačně ukázaly, že informovanost, (nejen cílové skupiny, ale i zbytku veřejnosti) o digitálním vysílání (jeho přednostech, výhodách, termínech, atd.), jsou na velmi nízké úrovni.

Cílová skupina nemá prakticky žádné informace o nastavbových možnostech digitální televize, a proto jedním z výstupních doporučení je provést hloubkovou a samostatnou analýzu informovanosti široké veřejnosti o těchto nastavbových možnostech digitálního vysílání, na jejichž podkladě bude možné připravit specificky zaměřený segment celkové informační kampaně, například v podobě srozumitelného letáku, distribuovaného do každé domácnosti v ČR.

Celkově doporučujeme neprodleně vytvořit funkční informační systém a včas uvolnit dostatek finančních prostředků na jeho realizaci. Realizace vůči zájmové cílové skupině je potom nastíněna v této Komplexní analýze.

Přes všechna úskalí a možná rizika přechodu na digitální vysílání má právě tato cílová skupina výrazné pozitivum. To spočívá v možnosti získat pozitivní medializaci digitalizace skrze spokojené a citlivě informované uživatele televize z řad občanů v ÚSP a domovech důchodců. Pokud se v kampani zaměříme na seniory a handicapované osoby a vysvětlíme jim všechny výhody digitální televize tak, aby její přednosti přijali za své (proto by tato kampaň k této skupině obyvatel měla být POZITIVNÍ), pak můžeme u těchto občanů díky školení a individuálnímu servisu navodit pocit nadstandardní péče a přístupu. To může vzbudit větší pocit hrdosti a sounáležitosti se společností. V případě, že by se podařilo u cílové skupiny prostřednictvím našeho školení navodit takovou atmosféru a takový pocit, potom **prostřednictvím těchto skupin občanů můžeme získat velmi účinný marketingový a mediálně atraktivní nástroj na podporu**

digitalizace jako takové! Proto bude nutné při vlastní informační kampani preferovat takový přístup, který bude tento požadavek akceptovat. Zároveň je třeba mít na paměti, že ten samý fenomén, tedy lidé částečně sociálně vyloučení, mohou být předmětem zájmu zcela opačně orientované medializace!

Pokud u handicapovaných osob navodíme atmosféru a pocit VIP důležitosti s patřičným servisem, vybudujeme mnohem více, než pouze školení osob. Můžeme zde také navázat nové osobní kontakty a ty dále rozvíjet ve smyslu sociální integrace postižených spoluobčanů.

Celý proces informační kampaně je velmi nákladný a včasnost a dostatek uvolněných finančních prostředků je zásadním limitujícím a rozhodujícím faktorem, který ovlivní finální úspěšnost či neúspěšnost. Vzhledem k termínům a všeobecné neinformovanosti jak cílové skupiny, tak i veřejnosti, je nezbytné začít s vlastní kampaní **NEPRODLENĚ**. Proto se jeví jako nezbytně nutné nejméně uvolnit významnou finanční částku na přípravou fázi ještě během prvního čtvrtletí roku 2009, aby mohl být připraven informační web a připraveny a vytištěny první tiskoviny a položen základ pro call centrum, proškolení lektorů, režie, atd.

Závěrem potom doporučujeme bezodkladné uspořádání dvou meetingů:

- 1) Jeden za účasti NKS, NRZP, skupiny Trianon a vytypovaných krajských koordinátorů – za účelem prezentace této Komplexní analýzy a brainstormingu k budoucí realizaci.
- 2) Druhý meeting by měl následovat do 14 dnů a měl by již být realizačně koordinační s definováním kompetencí a sestavení řídicího týmu. Zároveň v této fázi doporučujeme udělat tiskovou konferenci.

Na základě dlouholetých zkušeností skupiny Trianon s handicapovanými osobami a seniory si v závěru této zprávy dovoluujeme ještě jedno, zdánlivě nesouvisející, doporučení.

Osoby naší cílové skupiny se mnohdy vyznačují sníženou mobilitou. Přesto jsou nuceni jednat s řadou úřadů, pojišťovnamí, ministerstvy, atd., a to jim mnohdy znepříjemňuje život. V České republice, stejně jako v jiných zemích evropského prostoru, dochází k postupnému nárůstu informatizace a elektronizace veřejné správy i společnosti obecně. K datu 1. 7. 2009 vejde v platnost nový zákon - Zákon o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů č. 300/2008 Sb.. Proto bychom v rámci příprav Informační kampaně, ale zejména v jejím průběhu, chtěli vyprovokovat a doporučit využití digitálního televizního vysílání, jakožto nástroje e-governmentu, který by právě naší cílové skupině, více než komu jinému, umožnil a zjednodušil kontakt s úřady.

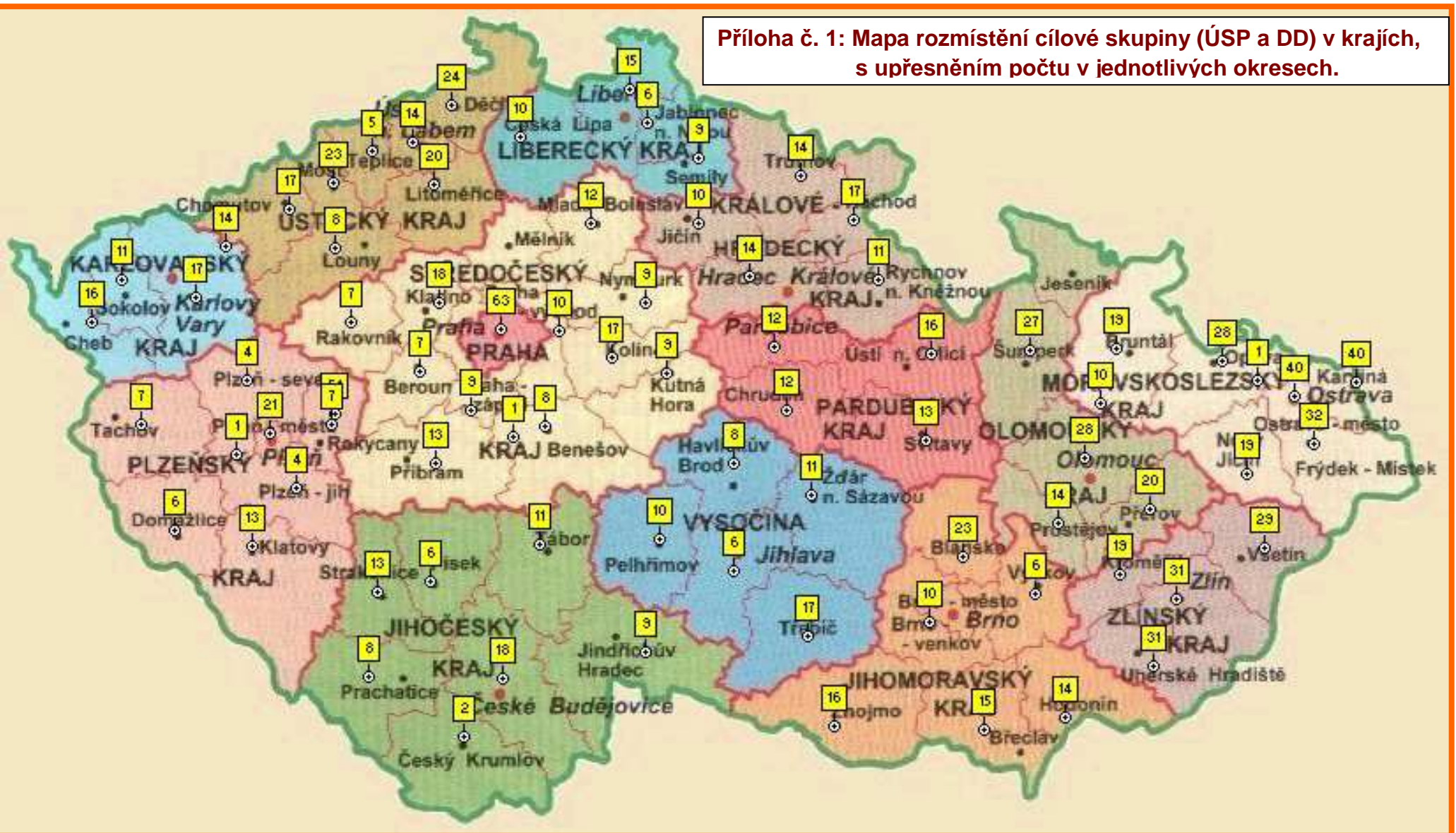
Ve Vimperku dne 28. 1. 2009

Mgr. Jiří Mánek

6. Přílohy

- 1) Mapy rozmístění cílové skupiny (ÚSP a DD) krajích, s upřesněním počtu v jednotlivých okresech všech krajů (v pořadí: celá ČR, Praha, Jihočeský, Plzeňský, Karlovarský, Ústecký, Liberecký, Královéhradecký, Pardubický, Vysočina, Středočeský, Jihomoravský, Olomoucký, Moravskoslezský, Zlínský).
- 2) Internetový dotazník
- 3) Dotazník ve wordu
- 4) Průvodní dopis k dotazníku
- 5) Průvodní email k urgenci dotazníku
- 6) Odpovědi respondentů, kteří z různých důvodů nevyplnili dotazník
- 7) Seznam použitých zkratk

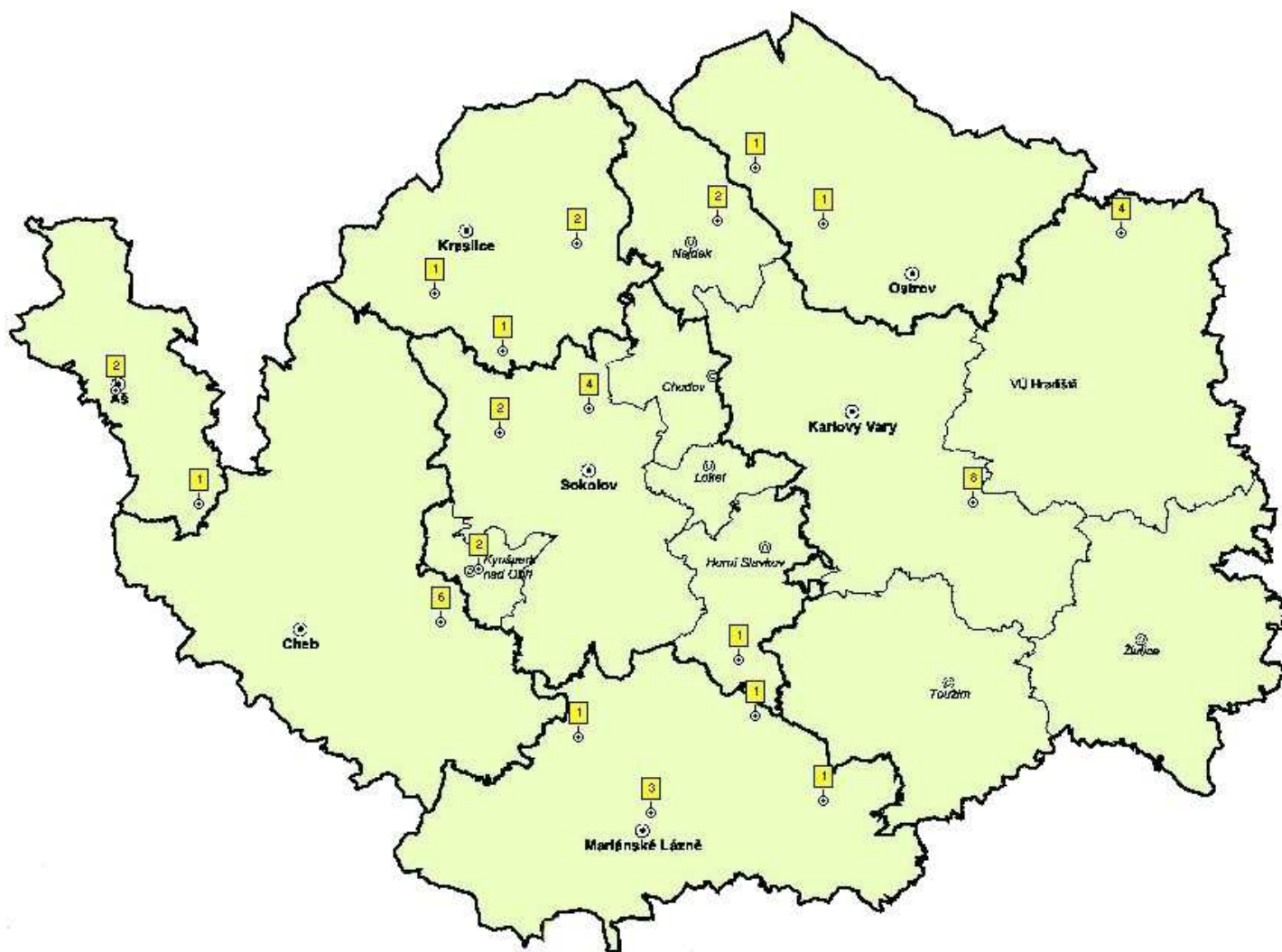
Příloha č. 1: Mapa rozmístění cílové skupiny (ÚSP a DD) v krajích, s upřesněním počtu v jednotlivých okresech.



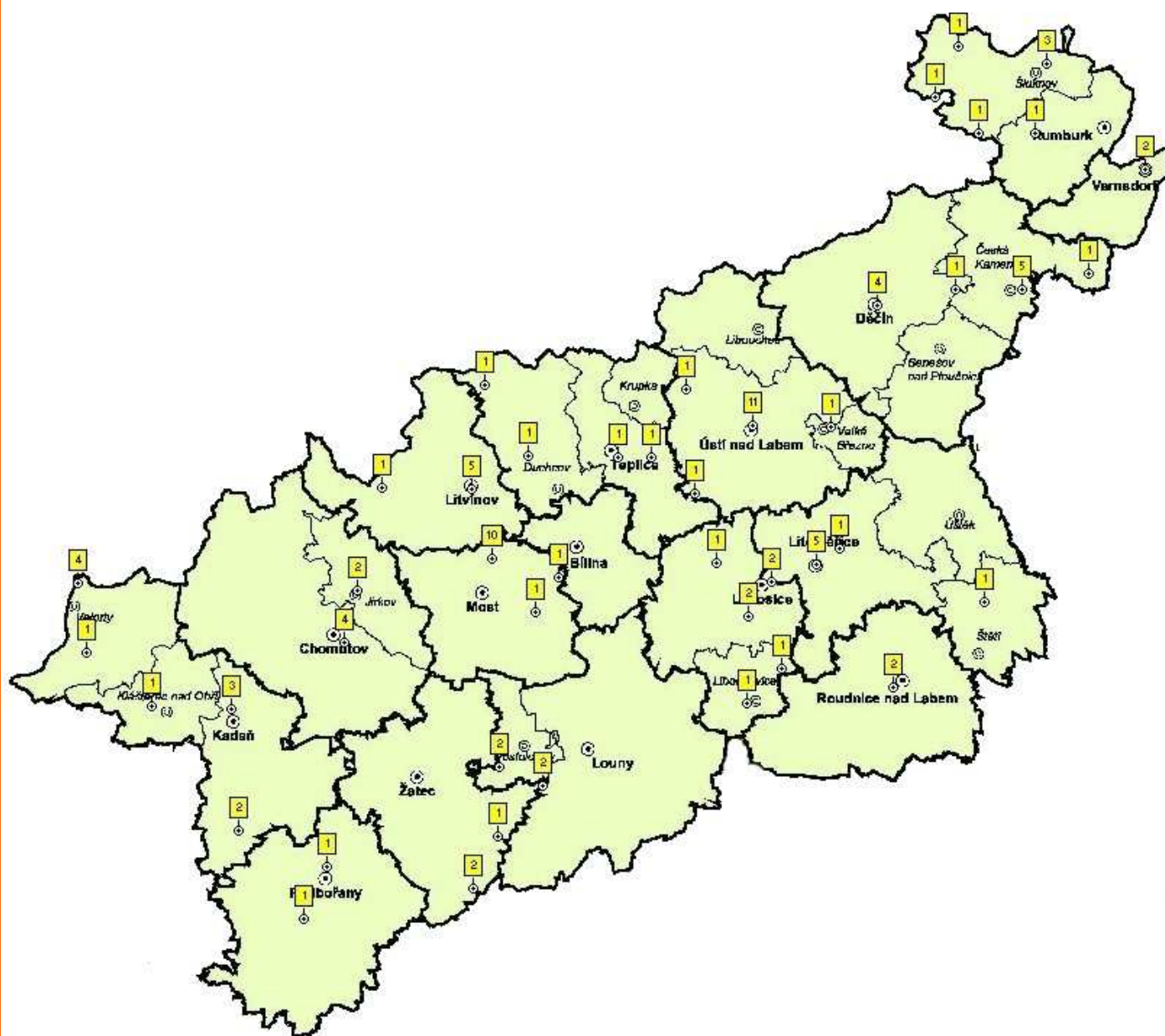
**Příloha č. 1a: Mapa rozmístění cílové skupiny (ÚSP a DD, včetně počtů)
v hlavním městě Praha**



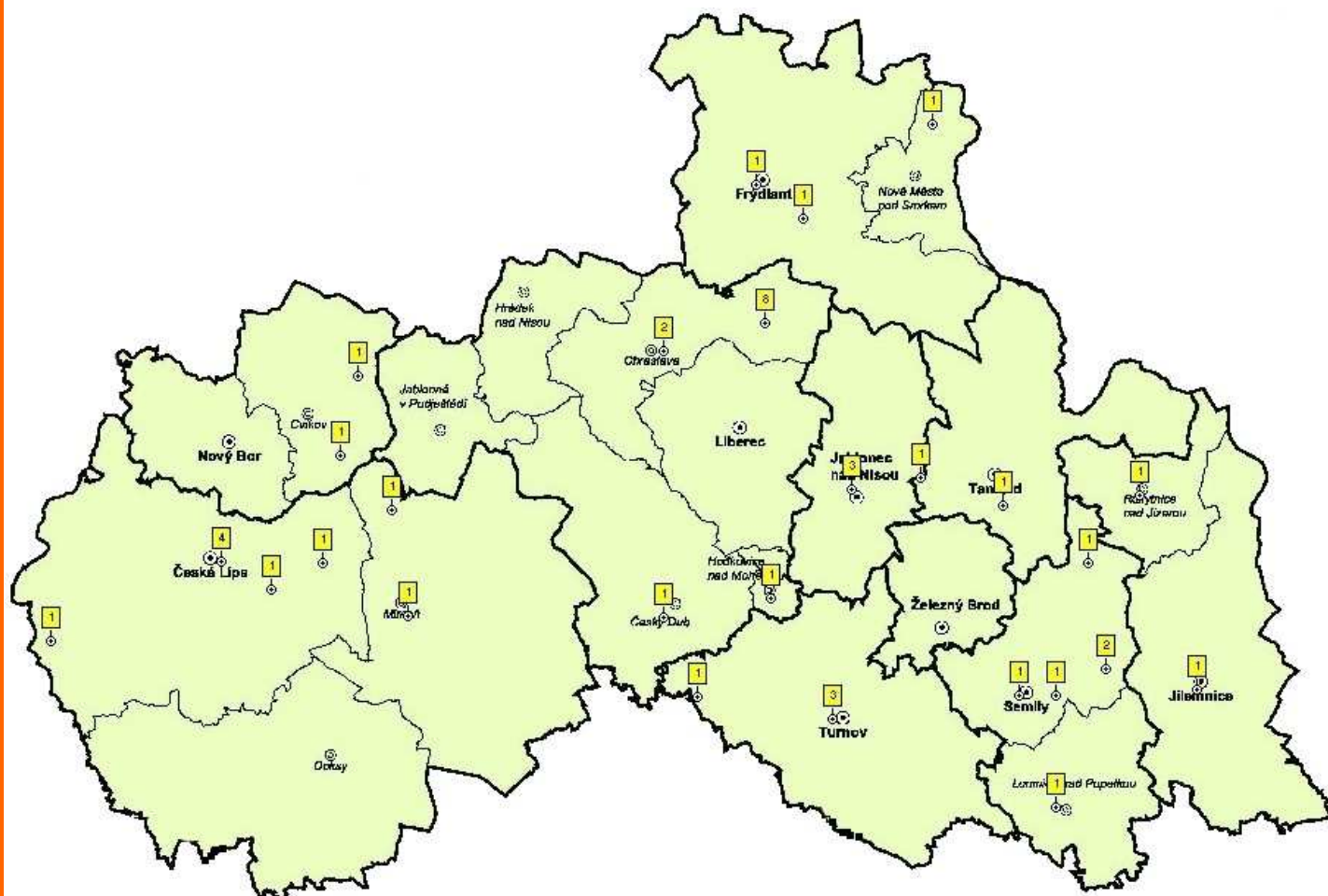
**Příloha č. 1d: Mapa rozmístění cílové skupiny (ÚSP a DD, včetně počtů)
v jednotlivých okresech Karlovarského kraje**



**Příloha č. 1e: Mapa rozmístění cílové skupiny (ÚSP a DD, včetně počtů)
v jednotlivých okresech Ústeckého kraje**



**Příloha č. 1f: Mapa rozmístění cílové skupiny (ÚSP a DD, včetně počtů)
v jednotlivých okresech Libereckého kraje**



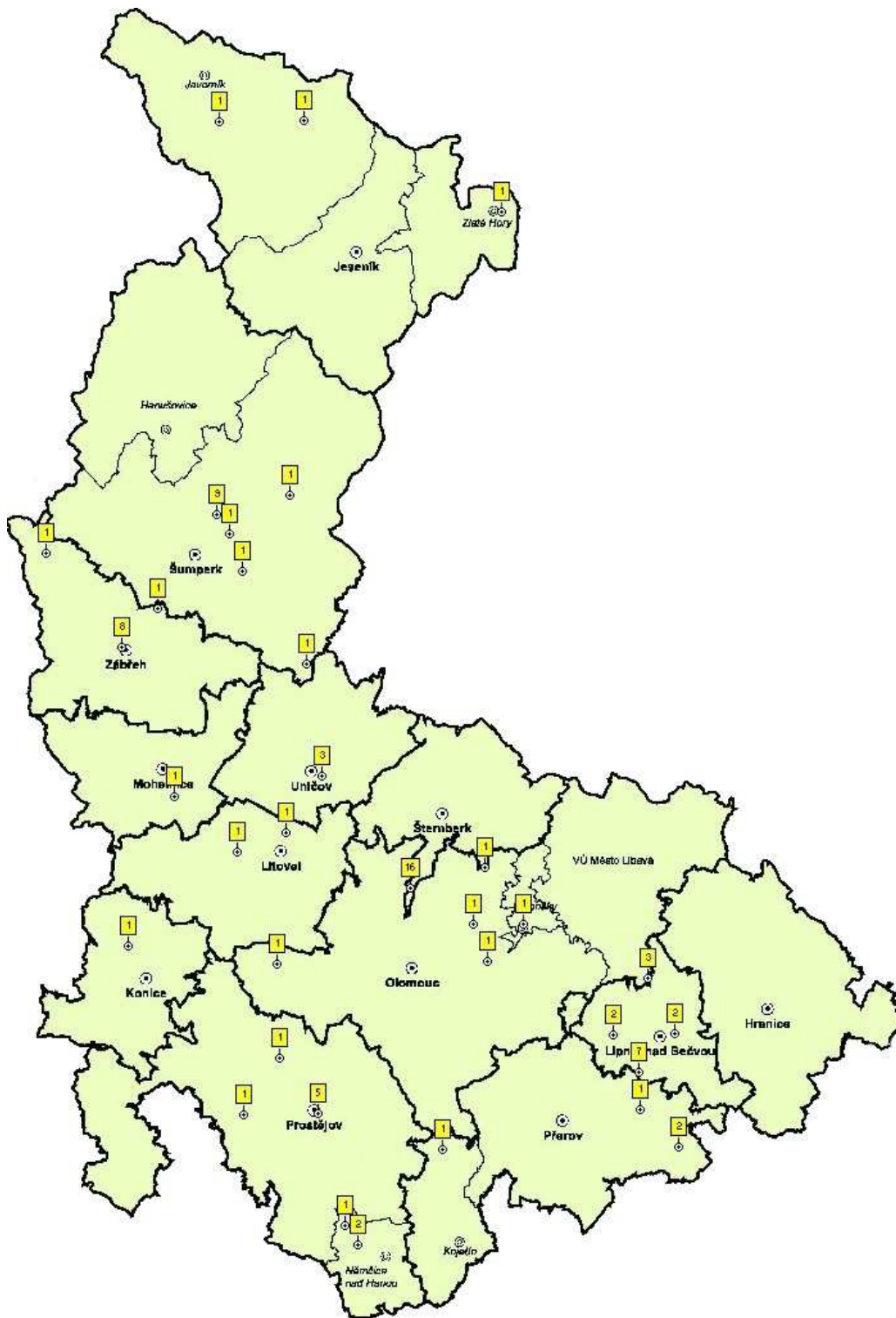
**Příloha č. 1h: Mapa rozmístění cílové skupiny (ÚSP a DD, včetně počtů)
v jednotlivých okresech Pardubického kraje**



**Příloha č. 1j: Mapa rozmístění cílové skupiny (ÚSP a DD, včetně počtů)
v jednotlivých okresech Středočeského kraje**



**Příloha č. 1I: Mapa rozmístění cílové skupiny (ÚSP a DD, včetně počtů)
v jednotlivých okresech Olomouckého kraje**



**Příloha č. 1m: Mapa rozmístění cílové skupiny (ÚSP a DD, včetně počtů)
v jednotlivých okresech Moravskoslezského kraje**



**Příloha č. 2:
Internetová podoba
dotazníku**

TRIANON ČECHY



O NÁS

AKTIVITY

DOKUMENTY

AKCE

KONTAKTY
PARTNERŮ

1) Identifikace zařízení:

Název zařízení: Město:
Okres: Vyberte kraj:

2) Popis potřeb cílové skupiny ve vztahu k přechodu na digitalizaci:

- Zajímalo by nás kolik nás digitalizace bude stát. ANO NE
Zajímalo by nás jaké má digitalizace výhody. ANO NE
Zajímalo by nás na koho se můžeme obrátit s dotazy. ANO NE
Zajímalo by nás kam se můžeme obrátit s dotazy. ANO NE
Budeme potřebovat základní proškolení pro odpovědný personál. ANO NE
Budeme potřebovat tištěný manuál s informacemi. ANO NE
Budeme potřebovat internetový průvodce s možností tisku manuálů. ANO NE
Budeme potřebovat poradce na telefonu (zelenou linku). ANO NE
Potřebujeme vědět, kdy se digitalizace dotkne naší oblasti. ANO NE
Zajímají nás informace o typu digitálních sítí. ANO NE
Zajímá nás kolik digitálních programů budeme přijímat. ANO NE
Zajímá nás jak přesně postupovat při přechodu na digitální vysílání. ANO NE
Zajímají nás možnosti a výhody IPTV - internetová televize. ANO NE
 Nepotřebujeme žádné informace, jsme plně informováni.

Jiná otázka:

3) Věková a vzdělanostní struktura cílové skupiny: (uvedte počet)

V našem zařízení máme v současné době klientů.
z toho do 20ti let
21 - 30 let základní vzdělání
31 - 40 let vyučen bez maturity
41 - 50 let vyučen s maturitou
51 - 60 let střední škola s maturitou
61 - 70 let vysokoškolské
nad 70 let

4) Využívání TV:

Jaká část vašich klientů pravidelně sleduje TV? (v %)
Jak časté jsou případy sledování TV jednotlivci (v %)
ve dvojici (v %)
skupinově (v %)
Jsou to ve většině ženy či muži? Vyberte:
Nejčastěji naši klienti sledují TV v hodinách: Vyberte:

5) Analýza vybavení televizní přijímací technikou a charakteristika příjmu TV:

Kolik TV přijímačů je ve vašem zařízení?
Z toho barevných?
Jak veliké obrazovky? Do 50cm úhlopříčka:
nad 50 cm úhlopříčka:

5) Analýza vybavení televizní přijímací technikou a charakteristika příjmu TV:

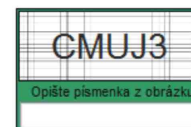
Kolik TV přijímačů je ve vašem zařízení?
Z toho barevných?
Jak veliké obrazovky? Do 50cm úhlopříčka:
nad 50 cm úhlopříčka:
Stáří televizorů do 3 let:
4-10 let:
nad 10 let:
Počet TV se zabudovaným set-top boxem?
Již využíváme digitální vysílání: ANO NE

6) Charakteristika současného příjmu TV signálu:

Přes anténu ANO NE Přes satelit ANO NE
Přes kabel ANO NE Přes IPTV ANO NE

7) Preference dalších souvisejících služeb:

Např.: Možnosti individuálního zřízení TV včetně vybavení
tj. informace o aktuálních cenách TV a možnostech
financování nákupu a jiné podrobnosti k získání TV



Před odesláním opište písmenka

Odeslat formulář



Příloha č. 3:
Tištěná podoba dotazníku

ANON-CECHY, o.s.

Spitrova 47
385 01 Vimperk
www.trianoncechy.cz

1) Identifikace zařízení (název a lokalizace):

Název zařízení:
Město:
Okres:
Kraj:

2) Popis potřeb cílové skupiny ve vztahu k přechodu na digitalizaci (vhodnou odpověď barevně označte)

Otázka	odpověď
Zajímalo by nás, kolik nás digitalizace bude stát.	ANO / NE
Zajímalo by nás, jaké má digitalizace výhody.	ANO / NE
Zajímalo by nás, na koho se můžeme obrátit s dotazy.	ANO / NE
Zajímalo by nás, kam se můžeme obrátit s dotazy.	ANO / NE
Budeme potřebovat základní proškolení pro odpovědný personál.	ANO / NE
Budeme potřebovat tištěný manuál s informacemi.	ANO / NE
Budeme potřebovat internetový průvodce s možností tisku manuálů.	ANO / NE
Budeme potřebovat poradce na telefonu (zelenou linku).	ANO / NE
Potřebujeme vědět, kdy se digitalizace dotkne naší oblasti.	ANO / NE
Zajímají nás informace o typu digitálních sítí.	ANO / NE
Zajímá nás, kolik digitálních programů budeme přijímat.	ANO / NE
Zajímá nás, jak přesně postupovat při přechodu na digitální vysílání.	ANO / NE
Zajímají nás možnosti a výhody IPTV – internetová televize.	ANO / NE
Nepotřebujeme žádné informace, jsme plně informováni.	ANO
<i>jiné</i>
<i>jiné</i>
<i>jiné</i>

3) Věková a vzdělanostní struktura cílové skupiny

V našem zařízení máme v současné době celkem klientů

Věkové rozmezí	počet
do 20ti let
20 – 30 let
30 – 40 let
40 – 50 let
60 – 70 let
nad 70 let
vzdělání	
základní vzdělání
vyučen bez maturitou
vyučen s maturitou
střední škola s maturitou
vysokoškolské

Tel: +420 388 320 747
Fax: + 420 388 320 747
E-mail: info@trianoncechy.cz

IC: 26621258
DIČ:CZ26621258
Číslo účtu: 165878059/0600



TRIANON-CECHY, o.s.

Spitrova 47
385 01 Vimperk
www.trianoncechy.cz

4) Využívání TV

Jaká část vašich klientů pravidelně sleduje TV? %
Jak časté jsou případy sledování TV jednotlivci %
ve dvojici %
skupinově %

Jsou to ve většině: ženy či muži, nebo vyrovnaně?

Nejčastěji naši klienti sledují TV v hodinách: 00:00 – 06:00
06:00 – 10:00
10:00 – 15:00
16:00 – 20:00
20:00 – 24:00
(vhodnou odpověď barevně označte)

5) Analýza vybavení televizní přijímací technikou a charakteristika příjmu TV

Kolik TV přijímačů je ve vašem zařízení?
Z toho barevných?
Jak velké obrazovky? Do 50 cm úhlopříčka:
Nad 50 cm úhlopříčka:

Stáří televizorů do 3 let:
3–10 let:
nad 10 let:

Počet TV se zabudovaným set-top boxem?

Již využíváme digitální vysílání: ANO / NE

6) Charakteristika současného příjmu TV signálu ...

(vhodnou odpověď barevně označte)

Přes anténu ANO / NE
Přes kabel ANO / NE
Přes satelit ANO / NE
Přes IPTV ANO / NE

Tel: +420 388 320 747
Fax: + 420 388 320 747
E-mail: info@trianoncechy.cz

IC: 26621258
DIČ:CZ26621258
Číslo účtu: 165878059/0600

Příloha č. 4: průvodní dopis k dotazníku



TRIANON-ČECHY, o.s.

Špidrova, 47
385 01 Vimperk
www.trianoncechy.cz

Věc: vyřizuje / kontakt datum:
Žádost o vyplnění dotazníku J. Mánek / 725 591 837 11.12. 2008
manek@trianoncechy.cz

Vážená paní ředitelko, vážený pane řediteli,

dovolujeme si obrátit se na Vás se zdvořilou prosbou o pomoc při řešení projektu, který bude sloužit zdravotně postiženým občanům a seniorům v České republice.

V souvislosti s digitalizací televizního vysílání nás všechny čeká mnoho nového. Za tím účelem se rozbíhá informační a školicí kampaň České televize, která má připravit obyvatelstvo na tuto tolik očekávanou i diskutovanou změnu. Aby se předešlo některým možným komplikacím – zejména u zdravotně postižených spoluobčanů a seniorů s ústavní péčí – dostalo naše občanské sdružení TRIANON za úkol komplexně zmapovat aktuální stav a potřeby cílové skupiny (**zdravotně postižených a seniorů**) ve vztahu k digitalizaci.

Proto se obracíme na Vás a vaše zařízení s prosbou o pomoc, kterou spatřujeme ve vyplnění dotazníku, který mapuje situaci v ČR. Na základě vašich odpovědí bude moci být připravena seriózní studie pro vlastní zaškolení a informovanost konkrétní cílové skupiny.

Děkujeme mnohokrát za vašich 5 minut, které věnujete vyplnění dotazníku na této internetové stránce: www.trianoncechy.cz/dotaznik

S pozdravem a úctou

Ing. Jaroslav Dembinný
předseda o.s. TRIANON-ČECHY

Pokud preferujete dotazník v tištěné podobě, prosíme o vyplnění dotazníku přiloženého k dopisu a odeslání poštou na adresu uvedenou v záhlaví. Rovněž možno zaslat faxem na číslo uvedené v zápatí. Dotazník i tuto žádost vám pošleme také elektronicky E-mailem, nejpozději do úterý 16.12. 2008. Prosíme, pokud bude možné, o vyplnění do 22.12. 2008. Ještě jednou děkujeme za vstřícnost, spolupráci a váš čas.

Tel: +420 388 320 747
Fax: +420 388 320 747
E-mail: info@trianoncechy.cz

IČ: 26621258
DIC: CZ26621258
Číslo účtu: 165878059/0600

Příloha č. 5: Průvodní email k urgenci dotazníku

----- Original Message -----

From: [Jiří Mánek](#)

To:

Sent: Monday, December 22, 2008 11:25 AM

Subject: poděkování, dotazník k digitalizaci

Dobrý den, vážení přátelé,

chtěl bych touto cestou poděkovat všem, kteří jste si udělali čas a reagovali na náš dotazník sledující připravenost a potřeby občanů ve vztahu k digitalizaci televizního vysílání.

Cílová skupina, kterou monitorujeme, tedy senioři a osoby se zdravotním postižením s ústavní péčí, si jistě zaslouží, aby přechod na digitální vysílání v jejich místech pobytu proběhl bez problémů a bez rizik jakéhokoli narušení jejich každodenního klidu.

Studii, kterou sestavíme z vašich odpovědí, předáme koncem ledna České televizi a Národní radě osob se zdravotním postižením ČR.

Jako první zpětnou vazbu, prosím, přijměte informaci, že z 1300 oslovených respondentů (tedy ústavů a domovů pro seniory) nám zpět přišly následující počty odpovědí:

(při oslovení jsme vycházeli z databáze kontaktů a adres obdržených od NRZP - která nás tímto monitoringem pověřila).

- 37 - špatných e-mailových adres – nedoručitelné;
- 16 - vrácená pošta, adresát nezastižen, nebo neexistující;
- 10 - odpovědi faxem;
- 10 - dotazník s odpovědí zaslán v obálce poštou;
- 43 - odpovědi na dotazník doručeny elektronicky ve Wordu;
- 56 - odpovědi prostřednictvím internetového dotazníku www.trianoncechy.cz/dotaznik;
- 23 - odpovědi ve formě e-mailové zprávy;

cca 1110 - zcela bez reakce.

Proto ještě jednou děkuji všem z vás, kteří jste reagovali a pomohli tak seniorům a zdravotně postiženým. Pokud patří váš ústav mezi ty, kteří se zatím k odpovědi nedostali, chtěli bychom vás nyní ještě jednou požádat o reakce a odpovědi.

Nejlépe skrze web www.trianoncechy.cz/dotaznik, ev. prostřednictvím dotazníku v příloze.

Moc všem děkujeme a přežeme krásné vánoční svátky.

Za kolektiv TRIANON - ČECHY

Mgr. Jiří Mánek

Příloha č. 6: Reakce respondentů, kteří nevyplnili dotazník

----- Original Message -----

From: [Helena Grundmanová](mailto:Helena.Grundmanova@trianoncechy.cz)

To: manek@trianoncechy.cz

Sent: Monday, December 15, 2008 9:43 AM

Subject: dotazník

Dobrý den,
obdrželi jsme Vaši žádost o vyplnění dotazníku k digitalizaci, myslíme si však, že naše zařízení nespadá do Vaší cílové skupiny – zdravotně postižení a senioři, a proto se domníváme, že je z naší strany zbytečné dotazník vyplňovat. Pokud byste chtěli dotazník i přesto vyplnit, dejte prosím vědět.

S pozdravem

Mgr. Helena Grundmanová

MADŽ Pardubice

Original Message -----

From: domov@pohoda.org

To: manek@trianoncechy.cz

Sent: Monday, December 15, 2008 11:39 AM

Subject: dotazník

Vážení, váš dotazník není pro naši cílovou skupinu, proto na něho nereagujeme.

S pozdravem

Jansová Dagmar

Občanské sdružení CEMA Žamberk

sociální pracovnice, zástupce vedoucí

Domov pro ženy a matky s dětmi v tísní

ČSA 728, Žamberk 564 01

tel. 465 321 295

domov@pohoda.org

----- Original Message -----

From: [Matusinová Jana](mailto:Matusinova.Jana@trianoncechy.cz)

To: manek@trianoncechy.cz

Sent: Monday, December 15, 2008 12:45 PM

Subject: digitalizace - dotazník

Dobrý den,

obdrželi jsme Váš dotazník, týkající se zmapování potřeb seniorů při digitalizaci.

K uvedenému Vám sdělujeme, že naši senioři (průměrný věk 82 let) se o digitalizaci vůbec nezajímají, vše bude řešeno úpravou společné antény na zařízení a náklady ponese zařízení .

S pozdravem

Ing. Jana Matušinová, ředitelka
S - centrum Hodonín, příspěvková organizace
tel. 518 399 932, 604 20 90 66
e-mail: reditelka@ddhodonin.cz
ICQ: 325233673

----- Original Message -----

From: [Naděje Litoměřice](#)

To: 'Jiří Mánek'

Sent: Monday, December 15, 2008 4:21 PM

Subject: RE: prosba o pomoc - dotaznik k ditalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Dobrý den,
naše zařízení nenaplňuje Vaše požadavky.
V Roudnici a Litoměřicích provozujeme azylové domy pro bezdomovce.

S pozdravem
Aleš Slavíček

----- Original Message -----

From: [bastova](#)

To: [Jiří Mánek](#)

Sent: Tuesday, December 16, 2008 8:49 AM

Subject: Re: prosba o pomoc - dotaznik k ditalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Dobrý den,
nemáme ústavní zařízení, ale dva domy s pečovatelskou službou. Zde má každý obyvatel svůj byt a svou televizi.
Máme zde 42 bytů, všichni mají určitě barevné televize. Ale není v mé moci zjistit stáří televizorů a velikost obrazovky. Ani nemohu zjistit, jak je mají dlouho a v kterou nejčastější dobu se obyvatelé DPS dívají na televizory.
Individuálně řeší tázky digitalizace s našimi obyvateli správce objektů.

S pozdravem
Anna Baštová
sociální pracovnice
MěÚ Habartov

----- Original Message -----

From: [SRP Brno](#)

To: [Jiří Mánek](#)

Sent: Tuesday, December 16, 2008 8:13 AM



Subject: Re: prosba o pomoc - dotazník k digitalizaci televizního vysílání, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Dobrý den,
reaguji na Váš dopis ze dne 10.12.08. Vzhledem k tomu, že jsme terénní služba a naši cílovou skupinou jsou rodiny v domácím prostředí neprovozujeme televizní přijímače pro klienty.

S pozdravem

Mgr. Karla Němcová
Středisko rané péče SPRP Brno

----- Original Message -----

From: [DD Sušice](#)

To: [Jiří Mánek](#)

Sent: Tuesday, December 16, 2008 8:01 AM

Subject: Re: prosba o pomoc - dotazník k digitalizaci televizního vysílání, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Dobrý den.
V souvislosti s digitalizací televizního vysílání jsem oslovila odbornou firmu k zajištění kvalitního vysílání pro naše klienty.
S pozdravem
Mgr. Gersdorfová, ředitelka DD

----- Original Message -----

From: [Plas Jaroslav](#)

To: ['Jiří Mánek'](#)

Sent: Tuesday, December 16, 2008 7:24 AM

Subject: RE: prosba o pomoc - dotazník k digitalizaci televizního vysílání, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Vážení,

děkujeme Vám, že zajišťujete tolik potřebnou pomoc seniorům a osobám se zdravotním postižením. Přesto Vás tímto informujeme, že na všech našich pobytových zařízeních byl již zajištěn přechod na digitální vysílání. Tzn. nevyplývá pro nás z tohoto žádný problém a nepotřebujeme Vaši pomoc.

Přejeme hezký den

S úctou a pozdravem

ing. Jaroslav Plas - ekonom
Městský ústav sociálních služeb města Plzně
příspěvková organizace
Klatovská 90, 301 00 Plzeň
tel.: 378 03 7602, 724 251 064

----- Original Message -----

From: [Ing. František Vránek](#)

To: 'Jiří Mánek'

Sent: Tuesday, December 16, 2008 7:16 AM

Subject: RE: prosba o pomoc - dotazník k digitalizaci televizního vysílání, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Dobrý den,

Formulář jsem na internetu vyplnil, ale nejde odeslat, protože neustále hlásí, že je potřeba něco zaškrtnout.

S pozdravem.

Ing. František Vránek
Diagnostický ústav sociální péče, příspěvková organizace
Dobešovská 1
394 94 Černovice
IČ 70659001
tel. 565427100, ústř. 565427111
mobil 602170231
fax. 565427198
e-mail: dusp-cernovice@iol.cz
<http://web.telecom.cz/dusp-cernovice>

----- Original Message -----

From: [Kamil Modl](#)

To: [Jiří Mánek](#)

Sent: Tuesday, December 16, 2008 9:54 AM

Subject: Re: prosba o pomoc - dotazník k digitalizaci televizního vysílání, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Dobrý den.

Na základě Vašeho dotazníku oznamujeme, že digitalizace v našem kraji již probíhá od začátku letošního roku. Takže jsme dávno dobře informováni a proto nám připadá vyplňování dotazníku za zbytečné. Nám to nic nepřinese. Pouze oznamujeme, že každá televize v našem zařízení má svůj set-top box.

S pozdravem Kamil Modl - ředitel Senior-domu
Soběslav



Message -----

From: Čevonová Blanka

To: 'Jiří Mánek'

Sent: Tuesday, December 16, 2008 11:42 AM

Subject: RE: prosba o pomoc - dotaznik k ditalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Vážený pane,

Děkujeme za Vámi učiněnou nabídku. Jsme sice zařízení s názvem Penzion pro seniory, ale vlastně se jedná o samostatné bydlení obyvatel o jejich domácnosti, kde jim je poskytována pouze pečovatelská služba. Takže nelze Váš dotazník vyplnit neboť nejsme klasický penzion. Zdravotně postižené občany nemáme. Na digitalizaci jsme připraveni a žádnou pomoc nepotřebujeme. Na většinu otázek bychom odpověděli ne a ostatní nám nejsou známy, ale přesto děkujeme za nabídku a jsme S pozdravem
Čevonová, úředník odboru Varv

----- Original Message -----

From: "CSA ops" <CSAops@email.cz>

To: "Jiří Mánek" <manek@trianoncechy.cz>

Sent: Tuesday, December 16, 2008 12:00 PM

Subject: Re:prosba o pomoc - dotaznik k ditalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Vážení přátelé,

nejde o pět minut našeho času, ale o to, že jste jedním z několika set a tisíců dotazníků, kteří nás zahrnují svými výplody a my nemůžeme dělat svoji práci. Chtěli bychom Vám sdělit, že je nám úplně lhostejné zda se podaří přechod na digitální vysílání, protože my si doma čteme po večerech pohádky u krbu a na TV se nedíváme.

Přejeme Vám krásné a požehnané Vánoce.

----- Original Message -----

From: Mgr. Markéta Čožíková

To: 'Jiří Mánek'

Sent: Tuesday, December 16, 2008 12:27 PM

Subject: RE: prosba o pomoc - dotaznik k ditalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Hezký den,

v našem zařízení poskytujeme sociální služby pobytovou formou pouze pro děti ve věku od 6 do 18 let (služby sociální prevence, nejde primárně o děti se zdravotním postižením) a předpokládáme, že Váš dotazník je určen pro jinou cílovou skupinu uživatelů sociálních služeb. Děti umístěné v našem zařízení na přechodnou dobu si nepožijí TV ani zde nemají své přijímače.

S přáním klidného adventu

Markéta Čožíková

Středisko sociální prevence Olomouc,



příspěvková organizace

Na Vozovce 26
779 00 Olomouc
tel.: 585 427 141, 777 102 012
fax: 585 754 736
e-mail: ssp@ssp-ol.cz
ssp@iex.cz
www.ssp-ol.cz

Original Message -----

From: [Jana Režnarová](#)

To: [Jiří Mánek](#)

Sent: Tuesday, December 16, 2008 1:23 PM

Subject: Re: prosba o pomoc - dotaznik k digitalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Dobrý den pane Mánek,

v našem zařízení v Hrabyni bydlí uživatelé ve svých vlastních bytech, takže není takový přehled co sledují v televizi. Jedná se o družstevní byty, takže SBDI se stará o digitalizaci.

Myslím, že už dokonce anténu mají a klienti už využívají digitálního televizního vysílání.

S pozdravem J. Režnarová

----- Original Message -----

From: [ŠŤASTNÍKOVÁ Eva](#)

To: manek@trianoncechy.cz

Sent: Wednesday, December 17, 2008 10:02 AM

Subject: Dotazník - digitalizace TV

Dobrý den,

Na základě tel. hovoru sděluji : V našem domě s pečovatelskou v Lipové-lázních byty užívají nájemníci, kteří mají ve svých bytech své TV přijmače.

Jaké druhy a typy nám bohužel není známo.

Pokud se týká set-top boxů, tento problém si budou muset řešit sami.

S pozdravem Šťastníková Eva, OÚ Lipová-lázně

Tel. 584 421 606

----- Original Message -----

From: [USP Mařenice](#)

To: [Jiří Mánek](#)

Sent: Wednesday, December 17, 2008 9:52 AM

Subject: RE: prosba o pomoc - dotaznik k digitalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Dobrý den,

v našem zařízení je digitalizace již zajištěna dokoupením set top boxů (nové televize máme již se zabudovanými dig.tunery).

S pozdravem

Bc. Petra Bröcklová
Domov pro osoby se zdravotním postižením Mařenice
příspěvková organizace
tel.: 487 874 691, 739 370 690
mailto:domov.marenice@tiscali.cz

----- Original Message -----

From: [SKP TeenChallenge](#)

To: 'Jiří Mánek'

Sent: Wednesday, December 17, 2008 12:32 PM

Subject: RE: prosba o pomoc - dotaznik k digitalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Dobrý den, toto se netýká našeho zařízení, Středisko křesťanské pomoci Plzeň pracuje s lidmi, kteří jsou drogově závislí.

S pozdravem
Lenka Povýšilová

----- Original Message -----

From: [DD Lampertice](#)

To: [Jiří Mánek](#)

Sent: Wednesday, December 17, 2008 2:52 PM

Subject: Re: prosba o pomoc - dotaznik k digitalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Tato věc se nás netýká, máme společnou a vyřeší to Domov důchodců jako firma. Klienti berou signál ze zástrčky ve zdi.

Aleš Cabalka
ředitel DD Lampertice

Dobrý den,
na digitalizované vysílání jseme již bez problémů přešli.
Nashledanou

--

Mgr. Dana Zímová
Ředitelka
Domov OZP Leontýn
Roztoky 52, 270 23 Křivoklát
Tel.: 737 086 192
Fax: 313 559 114
e-mail: zimova@leontyn.cz <<mailto:zimova@leontyn.cz>>
www: www.leontyn.cz <<http://www.leontyn.cz>>



----- Original Message -----

From: [Charita Uherský Brod](#)

To: [Jiří Mánek](#)

Sent: Thursday, December 18, 2008 3:16 PM

Subject: Re: prosba o pomoc - dotaznik k digitalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Dobrý den,
obraťte se, prosím, přímo na naše domy resp. na vedoucí těchto zařízení, které mají nejvíc informací,
které požadujete.
Kontakty jsou na našich webových stránkách.
S pozdravem

Bc. Petr Houšť
ředitel Oblastní charity Uherský Brod
Mariánské nám. 13
688 01 Uherský Brod

mobil: 602 706 376
tel.,fax: 572 637 333
email: uhbrod@caritas.cz
www.uhbrod.caritas.cz

----- Original Message -----

From: [Lenka Jurenová](#)

To: manek@trianoncechy.cz

Sent: Thursday, December 18, 2008 8:24 AM

Subject: sdělení

Dobrý den Vážený pane Mánek,

obdrželi jsme od Vás žádost o vyplnění dotazníku v souvislosti s digitalizací televizního vysílání. Naše zařízení poskytuje terénní pečovatelskou službu, uživatelé služby žijí ve svých domácnostech na území města Svitavy. Informace, které dotazník obsahuje není v našich možnostech od 200 uživatelů získat.

S pozdravem

Bc. Lenka Jurenová, ředitelka

Pečovatelská služba města Svitavy
Felberova 31, 568 02 Svitavy
tel: 461534406
e-mail: lenka.jurenova@svitavy.cz



----- Original Message -----

From: [Květa Mašínová](#)

To: [Jiří Mánek](#)

Sent: Wednesday, December 17, 2008 8:43 PM

Subject: Re: prosba o pomoc - dotaznik k digitalizaci televizniho vysilani, ÚSP, domovy důchodců, OZP

Vážený pane, zasílám alespoň nějak vyplněný dotazník. Naši klienti jsou lidé s mentálním a kombinovaným postižením, nelze vyplnit vaši kolonku o dosaženém vzdělání. Přeji Vám pěkný vánoční čas a úspěšný rok 2009. Květuše Mašínová

----- Original Message -----

From: [Bc. Jan Sembdner](#)

To: manek@trianoncechy.cz

Sent: Monday, December 22, 2008 11:39 AM

Subject: Odpověď na dotazník

Vážený pane,
pro naše uživatele zajistila služby spojené s digitalizací naše správní firma.
Děkujeme za Váš zájem a přejeme krásné vánoční svátky.

Bc. Jan Sembdner
ředitel

Centrum sociálních služeb Praha - Jižní Město
Šalounova 2025/7
149 00 Praha 4

Telefon 267 990 153
Mobil 602 702 098, 724 603 300

----- Original Message -----

From: [Sedláček Milan PhDr. - Domov pro seniory Ďáblice](#)

To: [Jiří Mánek](#)

Cc: kadlecova@ddablice.cz

Sent: Monday, December 22, 2008 11:38 AM

Subject: RE: podekovani, dotaznik k digitalizaci



Vážený pane,
my jsme před krátkým časem podobnou analýzu zaměřenou na technické podmínky a ekonomické možnosti zpracovali a předali. Bylo by tedy dobře, aktivity koordinovat.
S přáním hezkého dne
Milan Sedláček

----- Original Message -----

From: [Kabíček DS Dobříš](#)
To: manek@trianoncechy.cz
Sent: Monday, December 22, 2008 11:44 AM
Subject: digitalizace

Vážení,

vzhledem k tomu, že jsme se již dříve spojili s NKS Ing. Dospívou a zaslali vyplněný dotazník, chci Vám poděkovat za zájem a popřát mnoho úspěchů ve Vaší práci a radost a spokojenost v novém roce 2009.

Miloslav Kabíček
provozní technik
Domov seniorů Dobříš

----- Original Message -----

From: "Michaela Vesela" <azyl@raz-dva.cz>
To: "Jiří Mánek" <manek@trianoncechy.cz>
Sent: Monday, December 22, 2008 12:14 PM
Subject: Re: podekovani, dotaznik k digitalizaci

> Dobrý den,
>
> odpovědi jsme nezasílali, neboť se nevěnujeme cílovým skupinám, které
> jste v e-mailu specifikovali.
>
> Michaela Veselá
> ředitelka FCH Prachatice
> tel: 607 768 118
> e-mail: azyl@raz-dva.cz
> ICQ: 485 792 425



Příloha č. 7: Seznam použitých zkratk

CS – cílové skupiny

ČR – Česká republika

ČSÚ – Český statistický úřad

DD – domov důchodců

DTV – digitální televizní vysílání

DVD - (z angl. Digital Versatile Disc nebo Digital Video Disc) formát digitálního optického datového nosiče

GSM - (**G**lobální **S**ystém pro **M**obilní komunikaci původně však francouzsky „**G**roupe **S**pécial **M**obile“) zařízení, které ve spojení s telefonní ústřednou snižuje náklady za volání na mobilní telefony, nahrazuje „pevnou“ telefonní linku, slouží jako součást zabezpečovacího systému, je to nejpopulárnější standard pro mobilní telefony na světě.

HW - Hardware

IP - (angl. *Internet Protocol*) datový protokol používaný pro přenos dat přes paketové sítě, tvoří základní protokol dnešního Internetu

IPTV – (Internet Protocol Television) televize přes internetový protokol

PC – osobní počítač (z angl. *personal computer*) – původně počítače kompatibilní s architekturou IBM PC, nyní přeneseně i v obecném významu

NKS – Národní koordinační skupina

NRZP – Národní rada osob se zdravotním postižením České republiky

OZP – osoby se zdravotním postižením

PR – ([čteno pí ár] z angl. Public relations) vztahy s veřejností

SW - Software

TPP – Technický plán přechodu na zemské digitální televizní vysílání

ÚSP – ústav sociální péče

ZTP- těžce zdravotně postižení

ZTP/P – zvláště těžké zdravotní postižení s potřebou průvodce

