

# **Marketingová komunikace aplikované behaviorální analýzy**

Bc. Martina Bolatzká

---

Diplomová práce  
2019/2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ústav marketingových komunikací

Akademický rok: 2019/2020

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Martina Bolatzká**  
Osobní číslo: **K17162**  
Studijní program: **N7202 Mediální a komunikační studia**  
Studijní obor: **Marketingové komunikace**  
Forma studia: **Prezenční**  
Téma práce: **Marketingová komunikace aplikované behaviorální analýzy**

### Zásady pro vypracování

1. Připravte teoretické podklady pojednávající o marketingové komunikaci v neziskovém sektoru, poruchách autistického spektra a aplikované behaviorální analýze v kontextu Českého prostředí. Zpracujte metodiku práce.
  2. Zpracujte analýzu mediálních výstupů zmiňujících aplikovanou behaviorální analýzu u osob s poruchami autistického spektra. Provedte dotazníkové šetření zaměřené na rodiče dětí s poruchami autistického spektra určené ke zjištění povědomí o aplikované behaviorální analýze a vztahu k ní.
  3. Na základě výsledků z praktické části navrhnete komunikační aktivity pro osvětu o aplikované behaviorální analýze u rodičů dětí s poruchami autistického spektra.
-

Forma zpracování diplomové práce: **Tištěná/elektronická**

**Seznam doporučené literatury:**

- BAČUVČÍK, Radim, 2011. Marketing neziskových organizací. Zlín: VeRBuM. ISBN 978-80-87500-01-9.  
FORET, Miroslav, 2011. Marketingová komunikace. 3., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, ISBN 978-80-251-3432-0.  
PŘIKRYLOVÁ, Jana, 2019. Moderní marketingová komunikace. 2., zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing, Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2.  
RICHMAN, Shira, 2015. Výchova dětí s autismem: aplikovaná behaviorální analýza. Vydání třetí. Přeložil Miroslava JELÍNKOVÁ. Praha: Portál. Speciální pedagogika (Portál). ISBN 978-80-262-0984-3.  
THOROVÁ, Kateřina, 2016. Poruchy autistického spektra. Rozšířené a přepracované vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0768-9.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D.**  
Ústav marketingových komunikací

Datum zadání diplomové práce: **31. ledna 2020**

Termín odevzdání diplomové práce: **10. srpna 2020**

---

**doc. Mgr. Irena Armutidisová**  
děkanka



**Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.**  
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 30. června 2020

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 10. 8. 2020

Jméno a příjmení studenta: Bc. Martina Bolatzká

podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Cílem diplomové práce s názvem Marketingová komunikace aplikované behaviorální analýzy je navrhnout způsob, jakým o tomto specifickém typu intervence pro děti s poruchou autistického spektra informovat jejich rodiče a poskytnout jim informace pro rozhodování. Teoretická část práce pokládá teoretický základ témat neziskové marketingové komunikace, autismu a aplikované behaviorální analýzy. Praktická část využívá dva typy výzkumných metod k zjištění postojů rodičů dětí s PAS. Výsledky výzkumné činnosti jsou následně využity v projektové části k navržení edukačního projektu.

**Klíčová slova:** aplikovaná behaviorální analýza, autismus, poruchy autistického spektra, marketingová komunikace v neziskovém sektoru, marketingová komunikace, online marketingová komunikace

## **ABSTRACT**

The aim of this diploma thesis named Marketing Communication od Applied Behavioral Analysis is to propose the way, how to promote this specific type of intervention for children with autism to their parents and provide them with information for decision-making. Theoretical part of this work sets the theoretical base for the topics of marketing communication in non-profit sector, autism and applied behavioral analysis. Practical part uses two types of research to find out the attitudes of parents of children with autism. The result of practical part is used for creating the educational project in project part.

**Keywords:** applied behavioral analysis, autism, autism spectrum, marketing communication in nonprofit organizations, marketing communication, online marketing communication

Děkuji vedoucímu této práce doc. Mgr. Ing. Radimu Bačuvčíkovi, Ph.D. za rady při zpracování, organizaci Modrý kruh z.s. za inspiraci k tématu a Bc. Běle Harazimové za konzultaci v otázkách poruch autistického spektra a aplikované behaviorální analýzy, na které nejsem odborníkem.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1 MARKETING V NEZISKOVÉM SEKTORU</b> .....	<b>12</b>
1.1    MARKETINGOVÝ MIX A JEHO SPECIFIKA V NEZISKOVÉM SEKTORU .....	13
1.1.1    Specifika marketingového mixu v neziskovém sektoru.....	14
<b>2 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE A JEJÍ SPECIFIKA V NEZISKOVÉM SEKTORU</b> .....	<b>16</b>
2.1    MARKETINGOVÝ KOMUNIKAČNÍ MIX A JEHO SPECIFIKA V NEZISKOVÉM SEKTORU .....	17
2.1.1    Reklama.....	17
2.1.2    Public relations.....	18
2.1.3    Podpora prodeje .....	19
2.1.4    Direct marketing.....	19
2.1.5    Osobní prodej.....	20
2.1.6    Sponzoring a fundraising .....	21
<b>3 INTERNETOVÝ MARKETING</b> .....	<b>23</b>
<b>4 KOMUNIKACE S RODIČI DĚTÍ SE SPECIÁLNÍMI VZDĚLÁVACÍMIPOTŘEBAMI</b> .....	<b>30</b>
<b>5 PORUCHY AUTISICKÉHO SPEKTRA</b> .....	<b>31</b>
5.1    PROBLÉMOVÉ OBLASTI.....	31
5.2    DĚLENÍ PORUCH AUTISTICKÉHO SPEKTRA .....	32
5.3    MOŽNOSTI LÉČBY, VZDĚLÁVACÍ METODY A INTERVENCE .....	34
5.4    LIDÉ S PORUCHAMI AUTISTICKÉHO SPEKTRA V ČESKÉ REPUBLICE .....	39
<b>6 APLIKOVANÁ BEHAVIORÁLNÍ ANALÝZA</b> .....	<b>41</b>
6.1    LOVAASŮV RANNÝ INTERVENČNÍ PROGRAM.....	41
6.1.1    Kritika Lovaasova výzkumu .....	42
6.2    SOUČASNÉ PŘÍSTUPY .....	42
6.3    KRITIKA ABA TERAPIE .....	42
<b>7 NEZISKOVÉ ORGANIZACE</b> .....	<b>44</b>
<b>8 MARKETINGOVÝ VÝZKUM</b> .....	<b>45</b>
8.1    MEDIÁLNÍ ANALÝZA .....	45
8.2    DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	45
8.2.1    Tvorba dotazníku a typy otázek .....	46
8.2.2    Výběr vzorku.....	48
<b>9 CÍLE, VÝZKUMNÉ OTÁZKY A METODY PRÁCE</b> .....	<b>49</b>

9.1	CÍL VÝZKUMU .....	49
9.2	VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	49
9.3	ÚČEL ŠETŘENÍ .....	49
9.4	ČASOVÝ PLÁN .....	49
9.5	RESPONDENTI.....	50
9.6	METODA SBĚRU DAT .....	50
<b>II</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>51</b>
<b>10</b>	<b>MEDIÁLNÍ ANALÝZA .....</b>	<b>52</b>
10.1	ČASOVÉ VYMEZENÍ .....	52
10.2	ZAMĚŘENÍ MÉDIÍ .....	54
10.3	ROZSAH VÝSTUPŮ .....	56
10.4	TÉMATA .....	57
10.5	VYUŽITÍ KONKRÉTNÍCH PŘÍBĚHŮ .....	59
10.6	SENTIMENT .....	60
10.7	DALŠÍ MÉDIA .....	60
10.8	JAK ČESKÁ MASOVÁ MÉDIA PREZENTUJÍ ABA – SHRUTÍ A ZÁVĚRY .....	61
<b>11</b>	<b>DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ .....</b>	<b>62</b>
11.1	RESPONDENTI.....	62
11.2	ZÍSKÁVÁNÍ INFORMACÍ O METODÁCH.....	63
11.3	POVĚDOMÍ O ABA, ZKUŠENOSTI A POSTOJE .....	66
11.4	ODPOVĚDI NA VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	71
<b>III</b>	<b>PROJEKTOVÁ ČÁST .....</b>	<b>73</b>
<b>12</b>	<b>APLIKOVANÁ BEHAVIORÁLNÍ ANALÝZA V ČESKÉ REPUBLICCE .....</b>	<b>74</b>
<b>13</b>	<b>POPIS AKTUÁLNÍ SITUACE A NAVRHOVANÉ ŘEŠENÍ.....</b>	<b>76</b>
<b>14</b>	<b>WEBOVÉ STRÁNKY .....</b>	<b>77</b>
14.1	CÍL WEBOVÝCH STRÁNEK.....	77
14.2	CÍLOVÁ SKUPINA WEBOVÝCH STRÁNEK .....	77
14.3	NÁZEV WEBOVÝCH STRÁNEK .....	78
14.4	SEKCE WEBOVÝCH STRÁNEK.....	78
14.4.1	Co je to ABA.....	78
14.4.2	Historie a vývoj ABA.....	78
14.4.3	Mapa ABA .....	78
14.4.4	Často kladené otázky o ABA (FAQ – frequently asked questions).....	79
14.4.5	Poradna.....	79
14.4.6	ABA na doma.....	80
14.4.7	Literatura a studie.....	80
14.4.8	O nás.....	80
14.4.9	Kontakt.....	80
14.5	GRAFICKÉ ZPRACOVÁNÍ .....	80
14.6	TESTOVÁNÍ WEBU .....	81
14.7	ROZŠÍŘENÍ WEBOVÝCH STRÁNEK MEZI CÍLOVOU SKUPINU RODIČŮ DĚTÍ S PAS.....	81
14.7.1	Sociální sítě .....	81



14.7.2	Public relations a komunikace v médiích.....	82
14.7.3	Odborníci.....	83
14.8	SHRNUTÍ.....	84
<b>ZÁVĚR</b>	.....	<b>85</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY</b>	.....	<b>86</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ</b>	.....	<b>89</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK</b>	.....	<b>92</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ</b>	.....	<b>93</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b>	.....	<b>94</b>

## ÚVOD

Tato diplomová práce se bude zabývat aplikovanou behaviorální analýzou jakožto intervencí pro děti s poruchami autistického spektra. Nahlíženo na ni bude z pohledu marketingové komunikace, která by měla být cílena převážně na rodiče těchto dětí, protože ti o budoucnosti svých dětí zpravidla rozhodují.

Vzhledem k povaze tématu, ke kterému je potřeba přistupovat citlivě a eticky, zde bude využita spíše informační než přesvědčovací funkce marketingové komunikace. Život s dítětem s postižením je velmi specifický a cílem by mělo být jej rodičům co nejvíce ulehčit a alespoň částečně podat pomocnou ruku.

Teoretická část se zaměří na marketing a marketingovou komunikaci v neziskovém sektoru, a to proto, že terapii nabízí v České republice často neziskové organizace a jménem konkrétní neziskové organizace by také rodičům dětí s PAS měly být předávány informace. Dále bude v teoretické části prozkoumáno téma internetového marketingu, jehož bude využito v projektové části. Nastaveny budou teoretické základy tématu autismu a zmíněné aplikované behaviorální analýzy. Konec první, teoretické části je věnován metodice práce a popisu výzkumu.

Praktická část obsahující výzkum bude mít dvě fáze. V první fázi bude provedena mediální analýza výstupů zmiňujících aplikovanou behaviorální analýzu v posledních letech, na základě které bude částečně zmapován její vývoj, ale hlavně mediální obraz, pomocí kterého budou sestaveny závěry pro ověření v dotazníkovém šetření, které bude druhou fází výzkumu. Pomocí dotazníkového šetření bude zjišťováno, jakým způsobem rodiče obecně informace o různých terapiích získávají, jaké je jejich povědomí o aplikované behaviorální analýze a jaké jsou jejich postoje k ní.

Na základě praktické části bude v projektové části navrženo řešení, které by mělo vést k edukaci rodičů o aplikované behaviorální analýze a k případnému vyvrácení mýtů s tímto typem terapie spojených.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 MARKETING V NEZISKOVÉM SEKTORU

V minulosti byl význam slova marketing zejména v prodeji, dnes je však chápán jako uspokojování potřeb zákazníka, a to od fáze vývoje produktu na základě analýzy potřeb zákazníka až po samotný prodej. Jde o komplexní činnost, která pokračuje po celou dobu životnosti produktu, snaží se přilákat nové zákazníky, udržet ty stávající a učit se z výsledků prodeje. „Marketing definujeme jako společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot.“ (Kotler, 2007, s. 38-39).

American Marketing Association (©2020) formálně definuje marketing jako aktivitu zahrnující soubor institucí a procesů pro tvorbu, komunikaci, dodání a směnu nabídek, které mají hodnotu pro zákazníky, klienty, partnery a celou širokou veřejnost.

Jakubíková (2013, s. 51) zdůrazňuje důležitost zákazníka a definuje marketing jako „uvědomělé, na trh orientované, vedení firmy a organizace, kdy zákazník je do jisté míry alfou i omegou podnikatelského procesu.“

Marketing je mnohdy vnímán jako čistě komerční aktivita, které není potřeba v neziskovém sektoru. Ve skutečnosti je tomu naopak. Jak zmiňuje Bačuvčík (2011, s. 16-17), rozdíl mezi komerčním marketingem a marketingem neziskových organizací je zejména v tom, že marketing neziskových organizací se nezaměřuje primárně na uživatele služeb, ale také na ty, kteří poskytují finance. Větší část financí zpravidla nepřichází do neziskových organizací od uživatelů služeb, ale z veřejných rozpočtů, od firem a dárců z řad veřejnosti. Mylná bývá také představa mnohých neziskových organizací, že potenciální uživatelé si danou neziskovou organizaci v případě potřeby naleznou sami s použitím neformálních vazeb. Ne vždy je však pro uživatele možné si informace aktivně vyhledávat, a proto musí i neziskové organizace najít vhodné kanály, jak uživatele nebo jejich blízké oslovit.

Šedivý a Medlíková (2011, s. 75) poznamenávají, že marketing je v neziskové organizaci velmi provázan s fundraisingem, v mnohém se překrývají a fundraising zde bývá daleko rozsáhlejší než marketing. Při plánování je důležité si uvědomit, že jeden člověk může být zároveň klient organizace, dárcem i dobrovolníkem.

Spojíme-li specifika marketingu neziskového sektoru s obecnou definicí marketingu, můžeme říct, že marketing v neziskových organizacích je neméně důležitý ve srovnání s marketingem komerčním. Jeho podstata tkví rovněž v uspokojování potřeb organizace a jejích

partnerů a zákazníků, v případě neziskových organizací jsou partnery zejména subjekty a jednotlivci, kteří dané neziskové organizaci poskytují finance na její chod.

Bačuvčík (2011, s. 21) shrnuje roli marketingu v neziskových organizacích následovně: „Marketing jako cílené, profitově orientované jednání je pro neziskovou organizaci klíčovou aktivitou řízení, která prostupuje všechny úrovně její účinnosti a která směřuje k identifikaci, předvídání a uspokojení potřeb uživatelů služeb a k naplnění filantropických potřeb organizace samotné i jejích podporovatelů.“

## 1.1 Marketingový mix a jeho specifika v neziskovém sektoru

Marketingový mix je soubor taktických nástrojů společnosti, které firma využívá k dosažení svých cílů. Nástroje zahrnují firemní cenovou, produktovou, distribuční a komunikační politiku. Podle anglických výrazů *product*, *price*, *place* a *promotion* je marketingový mix nazýván také 4P (Kotler, 2007, s. 70-71):

**Produkt** (product) je označením pro výrobky či služby, které firma nabízí. Jeho účelem je uspokojit potřebu či přání zákazníka.

**Cena** (price) je firmou požadovaná suma peněz, kterou zákazníci směňují za vlastnictví či užívání produktu nebo využití služby.

**Komunikace** (promotion) zahrnuje veškeré činnosti, které mají za úkol představit zákazníkovi přednosti produktu a přesvědčit jej k nákupu.

**Distribuce** (place) označuje veškeré činnosti, kterými firma činí produkt dostupný zákazníkům.

Dle Příkrylové (2019, s. 19-20) by měl být tzv. model 4P ponechán pouze pro vnitřní plánování, z pohledu přístupu k zákazníkovi je pak vhodnější model 4C – *customer value*, *customer costs*, *convenience* a *communications*.

**Customer value** neboli hodnota pro zákazníka je obdobou pro produkt či službu (product). Jedná se o něco, co může uspokojit zákaznickou potřebu nebo přání, či přinést užitek v různých podobách. Firma by měla chápat, jakou hodnotu zákazník očekává a nabídnout mu produkt, který tato očekávání splňuje.

**Customer costs** neboli náklady pro zákazníka jsou jiným pohledem na cenu (price). Vyjadřují, co zákazník musí investovat, aby získal produkt. Nemusí se přitom jednat pouze o finanční náklady, ale o veškeré negativní prožitky, které se pojí s nákupem, tedy například i

čas, fyzická námaha či vypětí. Firma by tedy neměla cenu vnímat pouze jako peníze, naopak by měla zohlednit všechny položky nákladů pro zákazníka.

**Convenience** neboli (nákupní) pohodlí je jiným pohledem na místo prodeje (place). Zahrnuje celou cestu hmotného výrobku od výrobce k uživateli. I zde jde o komplexní pohled, je zde tedy obsaženo veškeré úsilí, které musí zákazník vynaložit, aby se k prodejnímu místu dostal. Pojem tak lze chápat jako vytvoření pohodlí pro nákup.

**Communications** neboli komunikace nahrazuje podporu (promotion) a vyjadřuje veškeré informace, které se zákazník potřebuje dozvědět, tedy hodnotu, kterou produkt přináší, s ním spojené náklady a jakým způsobem a kde jej může získat. Kromě toho však komunikace zahrnuje také reakci zákazníka, zpětnou vazbu z trhu, která firmě pomáhá se zákazníkem správně „mluvit“.

Výhrady vůči klasickému modelu 4P připouští také Koudelka a Vávra (2007, s. 25), kteří tomuto modelu vytýkají zejména nedostatečný záběr a upozorňují na nutnost doplnění. Zmíní vhodnost doplnění o tzv. další 3P, kterými jsou people (lidé), physical evidence (zhmotnění) a process (průběh), jejichž role je důležitá zejména v sektoru služeb. Dále také doporučují větší zohlednění zákazníka, které rovněž posouvá model 4P k modelu 4C.

### 1.1.1 Specifika marketingového mixu v neziskovém sektoru

#### **Produkt**

Produkt je v marketingu neziskového sektoru vnímán zejména jako hodnota, blížíme se tak spíše nahlížení pohledem modelu 4C. Jelikož neziskový produkt může mít velmi rozmanitou podobu, nelze jej obecně definovat. Dle úrovně lze u produkt rozčlenit na jádro produktu, rozšířený produkt a komplexní produkt, stejně jako je tomu u produktů v komerčním marketingu. Klíčová je však stále hodnota, a to nejen zákaznická hodnota konkrétního uživatele, ale potažmo celé společnosti (Bačuvčík, 2011, s. 85).

#### **Cena**

Pojetí ceny je v neziskovém marketingu odlišné od toho komerčního. Stejně jako u komerčního marketingu to sice je částka, kterou uživatel zaplatí za služby, ale tato částka právě v neziskovém sektoru často nepokrývá náklady. Cena je v neziskovém sektoru vnímána v několika rovinách a může být na ni pohlíženo jako z hlediska donátora, tak z hlediska realizátora služby. Donátoři, ať už jde o veřejnou správu či komerční firmy, zohledňují částku, kterou neziskové organizaci darují, a zároveň také náklady, které by jim vznikly, pokud by

tato nezisková organizace a její služby neexistovaly. V některých případech se neziskové organizace snaží poskytovat uživatelům služby zdarma a zcela je financovat z prostředků donátorů, Bačuvčík (2011, s. 86) však upozorňuje, že v některých případech je lepší službu pro uživatele zpoplatnit a docílit tak toho, že si jí budou více cenit.

### **Distribuce**

Za předpokladu, že produktem neziskových organizací jsou často služby spojené s osobou realizátora, lze říci, že na místo je zde nahlíženo jako na způsob poskytování pokrývající určitý prostor. Rozlišit můžeme několik typů míst, kterými jsou zařízení poskytovatele, sídlo či domácnost uživatele, pracoviště uživatele, terén, případně může být služba poskytována bez vazby na dané místo (Bačuvčík, 2011, s. 87).

### **Komunikace**

Komunikaci v neziskovém sektoru se blíže věnuje 2. kapitola této práce.

Kromě základního marketingového mixu se odborná literatura v souvislosti s neziskovým sektorem zmiňuje také o rozšířeném marketingovém mixu. Dalším „P“ může být v tomto rozšířeném marketingovém mixu *public* neboli cílová skupina zahrnující zákazníky a produkční kapacitu, čímž lze definovat schopnost organizace efektivně uspokojit poptávku po jejich produktech. Doplněno může být také *politics*, čímž je myšlen lobbying, zájmové a nátlakové skupiny neziskových organizací. Jako další podstatné „P“ rozšířeného marketingového mixu lze zmínit *people*, kam řadíme pracovníky, stakeholdery, veřejnost a zákazníky. Zařadit zde můžeme také donátory. Zmiňován bývá pojem *interní zákazníci*, kterým jsou myšleni dobrovolníci (Krechovská, Hejduková a Hommerová, 2018).

Lze říci, že marketingový mix v neziskovém sektoru se přímo odvíjí od klasického komerčního marketingového mixu. Jeho součásti však mohou být odlišné v závislosti na specifikách neziskového sektoru. Rozdíl činí zpravidla finance, na jejichž zajišťování i využití je v neziskovém sektoru nahlíženo jinak.

## 2 MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE A JEJÍ SPECIFIKA V NEZISKOVÉM SEKTORU

Pojem komunikace pochází z latiny a jeho původní význam zahrnuje sdílení, spolčování či společnou účast. Komunikace tvoří základ veškerých vztahů mezi lidmi. Představuje také proces sdílení, přenosu a výměny informací, ale i jiných projevů a výsledků lidské činnosti (Foret, 2011, s. 16). Marketingovou komunikaci lze v širším pojetí definovat jako systematické využívání principů, prvků a postupů marketingu při prohlubování a upevňování vztahů mezi producenty, distributory a jejich konečnými příjemci, kterými jsou zákazníci. Cílem marketingové komunikace by mělo být dosahování vyšší spokojenosti zákazníků a vytváření vztahů mezi nimi a distributory či producenty. Marketingová komunikace slouží k získávání a trvalému udržení zájmu zákazníka (Foret, 2011, s. 231-232). Dle De Pelsmackera (2003, s. 24-25) je marketingová komunikace nejviditelnějším nástrojem marketingového mixu. Upozorňuje také na to, že marketingová komunikace může být mylně zaměňována s reklamou. Reklama je však jen částí marketingové komunikace spolu s dalšími nástroji.

Z hlediska strategického pojetí marketingové komunikace bývá často využíván tzv. model AIDA:

**A** – attention (pozornost)

**I** – interest (zájem)

**D** – desire (přání)

**A** – action (akce)

Dle tohoto modelu musí být prvním krokem v komunikaci upoutání pozornosti zákazníka, které je nezbytné k dalšímu kontaktu. Sdělení by pak mělo upoutat zájem o nabídku. Dále následuje stimulace přání přesvědčením spotřebitele o schopnosti produktu uspokojit jeho potřebu či přání. Nakonec je žádoucí předvedením nabídky vyvolat akci, zpravidla koupi. Spokojenost s nákupem pak může vést k opakovanému nákupu (Přikrylová, 2019, s. 36)

Komerční komunikace jako taková byla dlouhou dobu oddělena od neziskového sektoru. Tuto situaci změnil sociální marketing, jehož principem je win-win-win přístup, který by měl nastat při spolupráci komerční a neziskové organizace. Znamená to, že daná kampaň musí mít pozitivní přínos pro komerční subjekt, pro neziskového partnera a také pro veřejnost (Frey, 2011, s. 182).



Specifikem komunikace v neziskovém sektoru bývají nedostatečné zdroje, a tudíž neziskové organizace často nedosáhnou na možnosti, jaké má komerční firma. Je tedy zpravidla potřeba naplánovat komunikaci s velkým zásahem, ale s nízkými náklady. Neziskovým organizacím se však často otevírají jiné možnosti než komerčním firmám, protože mnohé komunikační agentury přistupují k tvorbě kampaní pro tyto subjekty zdarma, tzv. pro bono. Velký význam pro neziskové organizace má public relations a osobní prodej, méně často pak bývá využívána reklama. Dle modelu 4C, který zmiňuje při komunikaci oboustrannou zpětnou vazbu mezi zákazníkem a organizací, lze říci, že u neziskových organizací může být tato komunikace celospolečenská (Bačuvčík, 2011, s. 87).

## **2.1 Marketingový komunikační mix a jeho specifika v neziskovém sektoru**

Marketingový komunikační mix je podmnožinou marketingového mixu (Přikrylová, 2019, s. 45). Kotler (2007, s. 809) jej definuje jako „specifickou směs reklamy, osobního prodeje, podpory prodeje, public relations a nástrojů přímého marketingu.“ Přikrylová (2019, s. 45) do komunikačního mixu zahrnuje rovněž sponzoring, který bývá jinými autory zařazován do nástrojů public relations, a veletrhy a výstavy. Dále zmiňuje další nástroje, které byly dříve v minulosti uváděny jako nové trendy, vzhledem k jejich historii je však již o příliš nové trendy nejedná. V této kategorii hovoříme o guerillové komunikaci, product placementu a word-of-mouth. U většiny zmíněných nástrojů lze pro přenos využít jak online, tak offline přenosová média.

### **2.1.1 Reklama**

Reklama je nástroj marketingového komunikačního mixu, který zahrnuje neosobní placenou komunikaci za využití různých médií realizovanou či zadávanou podnikatelskými subjekty, neziskovými organizacemi nebo osobami. Tento realizátor či zadavatel je přitom v reklamním sdělení vždy identifikovatelný. Cílem reklamy je oslovit specifickou skupinu příjemců, kterou nazýváme cílovou skupinou (Přikrylová, 2019, s. 46). Vysekalová a Mikeš (2018, s. 14-15) rovněž akcentují přesvědčovací funkci reklamy. Přesvědčování může probíhat různými způsoby, přičemž je cílem procesu naplnění obchodního záměru. Reklama by však neměla za každou cenu přesvědčovat ke koupi, nýbrž spíše informovat příjemce, že subjekt disponuje produktem, který by mohl uspokojit potřeby příjemce.

Pokud se na reklamu podíváme pohledem nekomerčního sektoru, můžeme ji vysvětlit jako „přesvědčovací proces, jímž má být ovlivněno lidské chování, které se netýká obstarání užitečných (zejména hmotných) hodnot, při němž se však používají stejné metody (stejně techniky) působení, které se uplatňují při reklamním doporučení zboží a služeb (Hajn, 2002, s. 258-253).“

### 2.1.2 Public relations

Public relations (dále PR) má za úkol budování vztahů uvnitř firmy i navenek. V doslovném českém překladu se jedná o vztahy s veřejností. Vnitřní veřejností jsou myšleni zaměstnanci firmy, zákazníci, dodavatelé či akcionáři. Externí neboli vnější veřejnost zahrnuje média, vládní orgány, lokální komunity a potažmo celou společnost, ve které se organizace pohybuje. Jednou z důležitých součástí PR je vytváření publicity, kterou lze definovat jako neosobní stimulaci poptávky prostřednictvím umístění významných zpráv zpravidla v masových médiích. Takovouto zprávu subjekt nefinancuje a je nezbytné, aby to ze sdělení bylo patrné. Oproti ostatním nástrojům tak může PR vyžadovat méně finančních nákladů, přičemž má potenciál působit důvěryhodněji než placené nástroje (Příkrylová, 2019, s. 46-47).

Ftorek (2010, s. 18) pracuje s definicí, která vysvětluje PR jako „ovlivňování mínění s cílem dosažení souhlasu mezi občany.“ Souhlasem přitom může být koupě konkrétního produktu, hlas ve volbách pro politického kandidáta a v některých případech také mlčení.

V neziskovém sektoru má dle Šedivého a Medlíkové (2012, s. 30) public relations za cíl zejména budování silné značky, dobrého jména organizace, a především veřejností pozitivně vnímaného obrazu organizace neboli image. Aktivity public relations vycházejí z celkové strategie organizace, která obsahuje poslání, vizi a hodnoty. Zároveň tito autoři uvádějí, že public relations si lze představit jako cokoli, co vede k tomu, aby se o organizaci mluvilo.

Svoboda (2009, s. 104) uvádí, že tlak na aktivity public relations v neziskovém sektoru vytváří převážně zahušťující se prostor zájmů a vztahů ve společnosti. Tyto zájmy neustále vznikají v procesu tvorby demokratické společnosti, která se heterogenně uspořádává do různých zájmových segmentů. V jiném pojetí jsou pak public relations nástrojem tzv. corporate citizenship, tedy občanství, které je společnou komunitou mezi státem, podniky, společenskými organizacemi a občany. Public relations v tomto smyslu má za cíl vzbudit v občanské veřejnosti pocit angažovanosti. K tomu je potřeba podnikat aktivity za účelem vzájemné důvěry a pochopení organizací a veřejnosti.

Bačuvčík (2011, s. 96) zmiňuje rozdělení okruhů cílových skupin public relations v neziskovém sektoru, kterými jsou vnitřní veřejnost (zaměstnanci, dobrovolníci, členové), vnější veřejnost (která může mít vzhledem k neziskovým organizacím kontrolní roli a apelovat na případné donátory), donátoři, legislativci (volení veřejností) a média (která zprostředkovávají komunikaci s ostatními cílovými skupinami a mohou ovlivnit jejich rozhodování a mají tedy mocenský potenciál).

### 2.1.3 Podpora prodeje

Podporu prodeje lze definovat jako poskytnutí určité výhody zákazníkovi při nákupu. Jedná se o neosobní formu komunikace. Využívány jsou různé postupy, které mají zajistit, aby zákazník nákup učinil či zvětšil jeho objem. Podpora prodeje bývá označována jako nejdůležitější krátkodobý nástroj v rámci integrované marketingové komunikace. Výhodou podpory prodeje je její pružnost a zpravidla rychlá a intenzivní odezva zákazníků. Nevýhodou je její krátkodobost a nevyužitelnost v budování zákaznické loajality. Rovněž může přílišné využívání nástrojů podpory prodeje vést k znehodnocení značky, kterou mohou zákazníci začít vnímat jako levnou, což může vést k poklesu poptávky (Příkrylová, 2019, s. 98-99).

Zamazalová (2009, s. 203) zdůrazňuje časté využívání podpory prodeje současně s reklamou. Podpora prodeje může sloužit jako podpůrný prvek reklamy, využít lze však také reklamu jako upozornění na probíhající podporu prodeje. Podpora prodeje využívá dva druhy nástrojů – cenové a necenové.

Mluvíme-li o neziskovém sektoru, není v literatuře pojem podpora prodeje příliš zmiňován, i když se zde samozřejmě může také vyskytovat. Z neziskových organizací mohou podporu prodeje využívat například kulturní neziskové organizace. Může se zde jednat o podporu návštěvnosti, ale i podporu prodeje doprovodných služeb, výrobků, suvenýrů, katalogů nebo odborných publikací (Johnová, 2008, s. 228).

### 2.1.4 Direct marketing

Direct marketing neboli přímý marketing představuje cílenou individuální komunikaci zaměřenou na konkrétního zákazníka. Lze zde zařadit všechny aktivity, které probíhají v přímém kontaktu s cílovou skupinou. Výhodou přímého marketingu je zejména snadná měřitelnost odezvy na sdělení (Příkrylová, 2019, s. 105).

Měřitelnost zdůrazňuje také De Pelsmacker (2003, s. 388), který přímý marketing definuje jako „kontaktování stávajících a potenciálních zákazníků s cílem vyvolat okamžitou a měřitelnou reakci.“ V přímém marketingu se využívají média, která dokážou zprostředkovat přímý kontakt jako je pošta, katalogy, telefonní kontakty nebo brožurky. Příkrylová (2019, s. 113) dále zmiňuje také online marketing, který umožňuje komunikaci prostřednictvím elektronických zařízení a internetu. Poznává, že na internetu se veškerá marketingová komunikace stává přímou, protože umožňuje okamžitou odezvu daného uživatele. V dnešní době se direct marketing odehrává převážně v digitálním prostředí a jeho podstatou je sběr zákaznických dat, následné správné cílení a tím budování vztahů se zákazníky (Thomas, 2017, s. 1).

Bačuvčík (2011, s. 28) vysvětluje direct marketing jako formu budování public relations neziskové organizace. Jako příklad uvádí neziskovými organizacemi využívanou formu osobního dopisu, kterou lze zařadit na hranici mezi individuální a hromadnou komunikací. Tyto dopisy, byť mohou působit osobně, bývají produktem automatické funkce textového editoru a direct mailové databáze. Využívány mohou být jak v elektronické, tak klasické papírové podobě pro komunikaci s donátory, dobrovolníky nebo dlouhodobými uživateli služeb dané organizace.

### **2.1.5 Osobní prodej**

Osobní prodej je osobní formou komunikace, která zahrnuje „interpersonální ovlivňovací proces prezentace výrobku, služby, myšlenky atd. prodávajícím v přímém kontaktu s kupujícím.“ Může se jednat o průmyslový prodej, mezifiremní obchod, prodej do distribuční sítě či prodej konečným zákazníkům (Příkrylová, 2019, s. 136).

Podstatou osobního prodeje je rozpoznání potřeb zákazníka a jejich uspokojení prostřednictvím vhodného produktu nebo služby. Prodejce by měl umět správně odprezentovat hodnotu daného produktu a výhody, které mu přinese. Pro osobní prodej je charakteristická flexibilita, prostřednictvím které se prodejce dokáže pružně přizpůsobit zákazníkovi. Osobní prodej buduje vztah se zákazníkem a umožňuje oboustrannou komunikaci, která není možná například u reklamy. Nevýhodou osobního prodeje je poměrně vysoká finanční náročnost (Van Heerden, 2005, s. 3-4).

Bačuvčík (2011, s. 97) uvádí osobní prodej jako důležitou součást marketingové komunikace v neziskovém sektoru. Lze si jej představit jako jednání s uživatelem či donátorem.

Stejně jako direct marketing jsou aktivity osobního prodeje řazeny jako nástroj budující public relations dané organizace. Uvádí se, že každý rozhovor, který vede některý z pracovníků organizace s někým mimo ni, je potřeba vnímat jako součást public relations. Práce neziskových organizací je totiž vnímána jako dobrovolná činnost, ke které je potřeba dostatek osobního entuziasmu. Každý pracovník se tak stává také reprezentantem organizace.

### 2.1.6 Sponzoring a fundraising

Sponzoring je některými autory zařazován jako nástroj PR, Příkrylová (2019, s. 141) jej však zmiňuje jako samostatný nástroj, neboť se vyznačuje výraznou flexibilitou a může být spojen s více nástroji marketingové komunikace. Dle definice je sponzoring „obchodním vztahem mezi poskytovatelem financí, zdrojů či služeb a jedincem, akcí či organizací, které na oplátku nabízejí práva a asociace, jež mohou být komerčně využity.“ Jedná se o oboustranně výhodný obchod, kdy sponzorovaný subjekt získá zdroje, které potřebuje k realizaci svých cílů a sponzorující získává prostor pro svou vlastní prezentaci. Narozdíl od tzv. dárcovství je sponzoring ze strany sponzora vždy prováděn za účelem vlastního marketingového přínosu.

Zatímco sponzoring je provozován zpravidla ze strany komerčního subjektu směrem k nekomerčnímu ze strany neziskové organizace směrem ke komerčním subjektům, jedincům a dalším probíhá proces zvaný fundraising.

Bačuvčík (2011, s. 108) poznamenává, že fundraising bývá v neziskových organizacích nejpropracovanější oblastí komunikace, protože je na něm často závislé samotné fungování. Fundraising se zabývá zajištěním finančních prostředků pro chod organizace, ale také hmotných darů, lidské práce a času, jmen a značek (například celebrit a firemních značek jako garantů) nebo prostorů a zázemí. Z pohledu neziskového sektoru je potřeba o všech těchto možnostech uvažovat při sestavování fundraisingového plánu. V rámci fundraisingu se za účelem získávání zdrojů mohou neziskové organizace zaměřovat na tyto skupiny dárců, případně sponzorů: soukromé osoby, neformální občanské skupiny, jiné neziskové organizace, podnikatelé, filantropické instituce a orgány veřejné správy.

Souhrnně lze říci, že se marketingový komunikační mix v neziskovém sektoru zásadně neliší od toho komerčního. Oproti komerčnímu sektoru, kde bývá výrazným prvkem reklama, jsou

v neziskovém sektoru výrazné zejména public relations, jejichž budování by mělo být zohledněno ve všech aspektech komunikace neziskové organizace. Zatímco v komerčním sektoru bývají public relations vysvětlovány jako samostatná disciplína, v neziskovém sektoru se jedná spíše o všeobjímající proces, který většinou ostatních prvků marketingového komunikačního mixu zahrnuje. Důležitý závěr pro komunikaci v neziskovém sektoru tedy je nutnost uvědomovat si, že vztahy s veřejností jsou tvořeny neustále a veškerá komunikace organizace s kýmkoliv mimo ni by měla vést k budování dobrého jména.

### 3 INTERNETOVÝ MARKETING

Internet výrazně přispěl ke změně marketingu. Umožňuje zejména snadnou dostupnost informací, z hlediska marketingu je například jednoduché porovnávání cen produktů, výměna názorů a zkušeností ohledně produktů, hodnocení a možnost nákupu. Vzhledem k otevřenému prostoru na internetu mají možnost prosadit se i malé firmy, pokud jsou schopny vhodně využít možností reklamy, podpory prodeje, public relations nebo přímého marketingu. Podle Janoucha (2014, s. 19) je internetový marketing v dnešní době významnější než ten klasický tam, kde lidé používají vyspělé technologie. Internetový marketing, širěji řečeno online marketing, a klasický offline marketing však od sebe nelze oddělovat, protože se vzájemně doplňují. Online marketing je až na ojedinělé případy vždy doporučeno podpořit i offline marketingem. Podobně situaci popsal Foret (2011, s. 357), dle kterého je vytlačení ostatních médií internetem spíše nepravděpodobné.

Internetový marketing lze definovat jako „komplex strategií propagující jakýkoliv produkt (firmu) na internetu.“ Spadá do něj již doménová politika, webová prezentace firmy (produktu), distribuce produktu, propagace produktu (informativní, imageová) a další (Internetový marketing, ©2020).

Dle Managementmania.com zahrnuje internetový marketing „všechny marketingové činnosti, které organizace provádí prostřednictvím internetu,“ oproti předchozí definici není tato zúžena pouze na propagaci ale veškeré marketingové činnosti. „Jedná se o usměrňování a aktivní ovlivňování podnikání a obchodních aktivit organizace podle potřeb trhu a zákazníků. Internetový marketing v sobě integruje všechny činnosti, které budují silné vztahy se zákazníky nebo obchodními partnery a podporují celkovou strategii organizace a jejího postavení na trhu. K tomu je třeba mít vyjasněnou internetovou strategii.“ (Internetový marketing, ©2011-2016).

Souhrnně lze říci, že internetový marketing má stejné cíle jako klasický marketing, k jejich dosažení využívá technologie internetu. Slouží k uspokojování potřeb zákazníků, usměrňování a ovlivňování podnikatelské i neziskové činnosti. Je využíván pro budování vztahů se zákazníky i obchodními partnery. Od offline marketingových aktivit by neměl být oddělován, ale naopak by s nimi měl být propojen. Internetový marketing nabízí nové příležitosti i malým firmám, které zde mají možnost díky otevřenosti prostoru.

Internetový marketing nabízí podle Foreta (2011, s. 353-356) následující výhody:

- možnost operativních změn v návaznosti na situaci, možnost rychle se přizpůsobit;
- rychlost komunikace;
- snížení nákladů na propagaci i na prodej;
- rozšíření komunikačních možností
- oboustranné spojení, možnost zpětné vazby;
- prezentace institucí, nákup i prodej nepřetržitě 24 hodin denně;
- přístup k informacím;
- rychlá a flexibilní komunikace se zákazníky;
- dostupnost nabídky z celého světa.

Co se týče složek marketingového komunikačního mixu, které lze v rámci internetu využít, Janouch (2014, s. 74-75) jmenuje pouze 4 z nich: Reklama, Podpora prodeje, Public relations a Přímý marketing, mezi které zařazuje nejčastěji využívané nástroje. Docházet může k prolínání různých forem navzájem.

Internetový marketing využívá různé nástroje a formy marketingové komunikace.

### **Optimalizace pro vyhledávače**

Optimalizace pro vyhledávače bývá označována také SEO, tedy zkratkou z anglického *Search Engine Optimization*. Jedná se o následování pravidel, která webovým stránkám zajistí přední pozice při vyhledávání v internetových vyhledávačích. Tato pravidla vznikají pozorováním činnosti vyhledávačů, jejich algoritmů a hodnocení výsledků vyhledávání. Čím větší je konkurence v daném oboru, tím je optimalizace pro vyhledávače náročnější (SEO, ©2005–2020).

### **Internetová reklama**

Reklama na internetu má podobné charakteristiky jako klasická reklama. Jedná se o nejčastěji používanou formu marketingové komunikace na internetu a investice do ní se stále zvyšují. Rozlišit můžeme různé druhy internetové reklamy. Mezi často využívané patří plošná reklama, která je historicky prvním typem reklamy na internetu a v současné době zahrnuje především reklamní proužky (tzv. *bannery*), vyskakovací okna či tlačítka. Za reklamu je považován také zápis do internetových katalogů. Jednou z nejúčinnějších forem reklamy na



internetu je PPC reklama (*pay per click*, v překladu zaplat' za klik). Využita může být například ve vyhledávacích nebo na obsahových sítích a zpravidla je její obsah individuální podle toho, co uživatel na internetu vyhledává, jaké stránky navštěvuje. Zadavatel reklamy neplatí za její zobrazení, ale až za kliknutí uživatele na danou reklamu. Nejrozšířenějším reklamním systémem pro PPC reklamu na světě je Google AdWords, v České republice je pak také využíván reklamní systém Seznam Sklik (Janouch, 2014, s. 77-99).

### **Public relations**

Také v rámci internetového marketingu by public relations neboli vztahy s veřejností měly vést k tvorbě pozitivního obrazu o firmě, jejích produktech, budování image a povědomí o značce. Základním prostředkem public relations jsou dle Janoucha (2014, s. 167-187) **webové stránky**, na které jsou následně směřovány odkazy z článků, zpráv či diskuzí. Public relations mohou sloužit také pro budování lepších pozic ve vyhledávacích. Nástroji public relations na internetu jsou zprávy a články. Jejich výhodou oproti zveřejnění v tiskových médiích je dlouhodobé zveřejnění a jednoduchá zpětná dohledatelnost.

Při tvorbě zprávy je potřeba zvážit téma **zprávy**, které by mělo být zajímavé. Zpráva by pak měla být vypuštěna ve vhodném čase, kdy je téma relevantní. Vhodně by měly být vybírány také zpravodajské a zájmové portály, zástupci (novináři) těchto portálů mohou za zveřejnění zprávy získat různá zvýhodnění, vhodné je s nimi navazovat dlouhodobé spolupráce. Samotný obsah zprávy by měl být krátký a stručný. Vyhodnocení účinnosti zprávy by mělo probíhat pomocí sledování odkazů a vyhledávání klíčových slov (Janouch, 2014, s. 167-187). Doporučováno je stanovit si cíl, cílovou skupinu, vytvořit seznam příjemců a pro každého příjemce unikátní sdělení a reagovat rychle a s takovým sdělením, které se ještě nikde jinde neobjevilo (Sálová, Veselá, Šuplíková, Jebavá a Viktora, 2015, s. 110-111).

**Články** jsou určeny ke zveřejňování na zájmových portálech, tematicky zaměřených blozích, zpravodajských portálech, vlastních webových stránkách nebo webových stránkách jiných (spolupracujících) firem. Jejich zveřejnění třetími stranami bývá zpoplatněno. Články jsou tvořeny za účelem návštěvy webových stránek a získání zákazníků. Cílem může být také získávání komentářů k článku, a tím zpětné vazby, získávání zpětných odkazů, zlepšení pozic ve vyhledávacích či ukládání článků do sociálních záložek. Obsah článku by neměl působit prvoplánově a neměl by příliš vyzdvihovat produkty. Naopak je vhodné tvořit články informačně přínosné. Největší čtenost mívají články psané formou popisu „jak na to“, krátké

případové studie, populárně formulované informace o nových technologiích, sdělování překvapivých informací, vyjadřování se k aktuálním trendům a také výsledky průzkumů. Pro dosažení dobrých výsledků je nutné umístit článek na vhodném portálu ve vhodné kategorii, používat správná klíčová slova, mít tematicky jasný obsah a zvolit správné zpětné odkazy na stránku odpovídající tématu. Články je možné využít také za účelem firemního blogování (Janouch, 2014, s. 167-187). Kubíček a Linhart (2010, s. 207) poznamenávají, že články pomáhají budovat větší důvěru ve firmu, která je vydává a lze je využít k budování lepších pozic ve vyhledávačích. Rovněž dodávají, že články by měly mít informační hodnotu.

Další součástí public relations na internetu jsou **diskuze**, které mohou probíhat na webových stránkách, specializovaných portálech určených k diskuzím, na zpravodajských portálech nebo na sociálních sítích. V diskuzích lze monitorovat názory zákazníků, lze se také diskuzí jménem organizace přímo účastnit a podněcovat k dalším reakcím. Na specializovaných diskuzních fórech uživatelé zpravidla diskutují na určité téma či o daném problému, kterým může být také firma či její produkty, zde uživatelé často sdílejí svou nespokojenost. Do takové diskuze může firma transparentně vstoupit, uvést případné pravdivé informace a získávat další podněty k nápravě situace (Janouch, 2014, s. 167-187).

Součástí public relations mohou být také **podcasting** a **vodcasting**. Tyto aktivity si lze představit jako vkládání zvukového obsahu na internet, kde si jej uživatelé mohou poslechnout. Dále se uvádí také **virální marketing**, který lze definovat, jak sdělení o produktu za účelem jeho šíření ústně nebo elektronicky. Jde zpravidla o video, nebo také o obrázek, prezentaci nebo text. Sdělení je šířeno pomocí sociálních sítí a emailu. Virální marketing může být dále dělen na další podkategorie (Janouch, 2014, s. 167-187).

Důležitou součástí public relations na internetu jsou **sociální média**, která jsou dále probrána samostatně.

### **Sociální média**

Oproti Janouchovi zařazuje Příkrylová (2019, s. 193) sociální média jako součást přímého marketingu, protože umožňují přímý *one-to-one* kontakt mezi firmou a zákazníkem. Do tohoto procesu mohou dále vstupovat i další zákazníci a mohou být budovány komunity. Příkrylová dále poznamenává, že každá stránka či skupina na sociálních sítích je v podstatě databází jejích členů s řadou údajů o nich. Karlíček a kol. (2016, s. 196) definují sociální média jako „otevřené interaktivní online aplikace, které podporují vznik neformálních uživatelských sítí“. Uživatelé na nich mohou sdílet různý obsah jako jsou texty, fotografie,

hudba, či video. Frey (2011, s. 60-67) uvádí mezi hlavní sociální sítě YouTube, kde je sdílen videoobsah, LinkedIn, sociální síť orientovanou na byznys, Twitter, který je zaměřen na mikroblogging a Facebook, rozsáhlý společenský webový systém. Dle novějších zdrojů, jako např. Semerádová a Weinlich (2019, s. 106), by se mezi hlavní sociální sítě měl zařadit také Instagram, který například v roce 2017 zaznamenal nárůst firem využívajících tuto sociální síť o 48,8 %.

### **Webové stránky**

Někteří autoři, například Janouch (2014, s. 194), zařazují webové stránky jako prostředek pro budování public relations, pro které by měly tvořit základ. Pro účely této práce však budou webové stránky rozebrány samostatně, což však neznamená, že součástí public relations nejsou. Jiní autoři, například Karlíček a kol. (2016, s. 184-185), uvádí, že webové stránky je možné vedle public relations zařadit také jaké nástroj direct marketingu, jelikož umožňují přímý prodej a mohou se přizpůsobovat konkrétnímu návštěvníkovi. Mimo to je lze považovat za reklamní nástroj, ale také nástroj podpory prodeje.

Webová stránka může být označena také jako internetová stránka, www stránka, web page nebo zkráceně web. Jedná se o označení dokumentu s informacemi, který je přístupný pomocí webového prohlížeče. Tyto informace jsou uloženy takovým způsobem, který umožňuje přístup více uživatelům, a to pomocí internetu. Informace na webové stránce jsou zpravidla prezentovány pro návštěvníka estetickým a čitelným způsobem (Webová stránka, © 2011-2016).

### **Zásady tvorby webových stránek**

Jedna ze zásad tvorby webových stránek říká, že jejich návštěvník by měl během několika vteřin jednoznačně porozumět, kde se nachází a k čemu web slouží. Je důležité návštěvníkovi co nejvíce ulehčit orientaci, správně odhadnout jeho chování a podle toho umístit vše tak, aby to pro něj bylo lehce k nalezení (Král, 2012). Řezníček (2016) doporučuje vytvořit si osoby typických, ideálních návštěvníků webu a podle toho vhodnou formou vytvořit obsah. Rovněž doporučuje soustředit pozornost na tvorbu kvalitních textů, které pomohou tvořit vztah s návštěvníkem webu (zákazníkem). Zdůrazňuje důležitost uvedení kontaktu na vlastníka webu.

Webové stránky by měly být přitažlivé, aby udržely pozornost svých návštěvníků a měly by na nich být aplikovány nejnovější technologie. Je doporučováno, aby byly webové stránky navrženy takovým způsobem, aby se jejich uživatelé cítili, jako by vstoupili do nového,

soudržného světa, tedy aby různé stránky a obsahy na stránce měly stejné prvky designu, barvu i umístění (Keller, 2007, s. 330).

Karlíček a kol. (2016, s. 185) navrhuje čtyři zásady úspěšných webových stránek:

- atraktivní a přesvědčivý obsah,
- snadná vyhledatelnost,
- jednoduché užití,
- odpovídající design.

Atraktivní obsah je stěžejním faktorem pro dosažení efektivity webových stránek. Informace uváděné na webových stránkách by měly uživatelům nabízet zábavu, či být jinak relevantní, užitečné, jedinečné a zejména důvěryhodné. Jejich důležitou vlastností by měla být také aktuálnost, zastaralé informace totiž uživatele spíše odrazují. Aktualizace webových stránek spočívá zejména v pravidelném dodávání nového atraktivního obsahu, který uživatele motivuje k opakovaným návštěvám. K upoutání pozornosti je vhodná také interaktivita webových stránek (Karlíček a kol., 2016, s. 186).

Samotný atraktivní a informačně hodnotný obsah úspěch nezajistí, pokud bude pro uživatele obtížné web vyhledat (Karlíček a kol., 2016, s. 186). Jednodušší vyhledatelnosti lze dosáhnout způsoby, které jsou zmíněny dříve v této kapitole. Využít lze například optimalizaci pro vyhledávače, internetovou reklamu nebo PR články.

Kritériem úspěšnosti je také jednoduchost webu, který by měl být přehledný, snadno použitelný a intuitivně ovladatelný. K tomu přispívá jednoduchá a logická struktura obsahu. Jako pravidlo se uvádí, že by měl uživatel najít jakoukoliv informaci na webu na tři kliknutí (Karlíček a kol., 2016, s. 191). Toto však vyvrací Hamill (2009), dle kterého je lepší najít požadovanou informaci raději na více kliknutí, ale jednoduše.

Největší pozornost by měla být věnována úvodní stránce, tzv. homepage, která by na nejviditelnějších místech měla obsahovat stěžejní informace webu.

Dalšími pravidly jsou pak dle Karlíčka a kol. (2016, s. 192) dobrá čitelnost textu a vhodně zvolené písmo, přístupnost a dobré zobrazení z různých zařízení, provázanost odkazy, vhodná rychlost načítání a vhodný grafický design odpovídající technickým požadavkům a estetickému vkusu cílové skupiny.



## 4 KOMUNIKACE S RODIČI DĚTÍ SE SPECIÁLNÍMI VZDĚLÁVACÍMI POTŘEBAMI

Marketingová komunikace v neziskovém sektoru zaměřená na rodiče dětí se speciálními vzdělávacími potřebami není v odborné literatuře probádaným tématem. Zabývat se však lze komunikací ze strany pedagogů směrem k rodičům těchto dětí, která má rovněž svá specifika. Pedagogové mají za úkol mimo jiné rodičům předávat důležité informace o vývoji jejich dětí a v jistém smyslu ovlivňovat jejich chování. V přeneseném smyslu se tak můžeme odborná doporučení směřovaná pedagogům, potažmo také lékařům, aplikovat i v marketingové komunikaci. Následující kapitola se bude zabývat doporučením pro pedagogy, která by mohla být přenesena také do marketingové komunikace.

Webster (2020) v článku určeném pedagogům poznamenává, že při komunikaci s rodiči dětí se speciálními potřebami, by měl být zohledněn stres, který rodiče prožívají. Mohou se cítit hůře, protože jejich dítě není schopné se o sebe v různých ohledech samo postarat a stále potřebuje jejich pomoc. Rovněž mohou pociťovat, že okolí kvůli odlišnostem dítěte nevidí jeho hodnoty. Mohou mít potřebu dítě bránit a obhajovat i ve chvíli, kdy se jim pedagog snaží pomoci.

Hartman (2014) doporučuje v komunikaci pedagoga s rodičem dítě často chválit a vyzdvihovat jeho silné stránky. Rovněž uvádí jako velmi nevhodné používat humor či jakékoliv nevhodné či slangové výrazy v souvislosti s dítětem. Jako žádoucí uvádí citlivou edukaci rodičů a předkládání všech důležitých informací.

Dle Feřtka (2011, s. 95) by pedagog měl k rodiči přistupovat jako expertovi, který zná své dítě nejlépe, a komunikovat s ním jako s rovnocenným partnerem. Podle Felcmanové (2013) je potřeba rodiče ujistit, že jejich zapojení je důležité.

Welsh (2014) doporučuje ke komunikaci přistupovat s empatií a zajímat se i o jiné aspekty života dítěte než jeho speciální vzdělávací potřeby či poruchy. Důležité je také vyjádřit porozumění, soustředit se na kladné stránky a působit pozitivně.

Lze říci, že dle doporučení je důležité ke komunikaci přistupovat především citlivě. Je potřeba vzít v potaz emoce rodičů, pro které může být výchova dítěte se speciálními vzdělávacími potřebami, stresující. Komunikátor by měl ukázat porozumění, působit pozitivně a užívat vhodný jazyk. Vyzdvihovány a chváleny by měly být zejména kladné stránky dítěte. Nevhodné je v komunikaci využití humoru či slangových výrazů.

## 5 PORUCHY AUTISICKÉHO SPEKTRA

Poruchy autistického spektra (dále PAS) jsou pervazivními vývojovými poruchami, které v důsledku vrozeného postižení mozkových funkcí způsobují, že dítě touto poruchou trpící není schopné zpracovávat a vyhodnocovat informace stejným způsobem jako jiné dítě stejné mentální úrovně. Pro PAS je charakteristická značná variabilita symptomů. Diagnostika probíhá na základě přítomnosti určitého množství symptomů ve specifických oblastech. PAS se mohou vázat s jakoukoliv jinou nemocí či poruchou, což může diagnózu ztížit. Projevy PAS bývají znatelné v prvních letech života, konkrétní věkové rozmezí závisí na konkrétním typu poruchy. Diagnostika probíhá na základě chování dítěte (Thorová, 2016, s. 59-60).

PAS mají výrazný dopad na mentální vývoj dítěte ve více oblastech. Chování a projevy se často v průběhu vývoje mění, v mnoha případech se zmírňují. Samostatný život však dle Vocilky (1996, s. 12-13) dokáže v dospělosti vést pouze 5 % postižených.

Dle Richman (2015, s. 7-10) se autismus vyskytuje zhruba třikrát častěji u chlapců než u dívek a jeho etiologie je stále nejasná. Diagnóza autismu se může v průběhu let měnit, většina diagnostikovaných však zůstává autisty po celý život.

### 5.1 Problémové oblasti

Osoby trpící PAS vykazují v důsledku vrozeného postižení mozkových funkcí problémy ve třech oblastech vývoje – sociální interakce a sociální chování, komunikace a představitost.

#### **Sociální interakce a sociální chování**

Sociální intelekt je u dětí s PAS jednoznačně v deficitu vůči jejich mentálním schopnostem. Vyskytovat se může celá škála sociálního chování s dvěma výraznými protipóly. Některé děti se vyznačují osamělostí a nezájmem sociální kontakt navazovat. Při pokusu o navázání sociálního kontaktu ze strany jiné osoby se odvracejí, protestují, zakrývají si obličej nebo utíkají. Na druhé straně škály jsou naopak děti, které navazují sociální kontakt nadměrně. Nedokážou se řídit sociální normou, cizích osob se dotýkají a hovoří s nimi, i když to danou osobu nezajímá nebo viditelně obtěžuje. Sociální interakci u dětí s PAS rozlišujeme na tři typy – typ osamělý, typ pasivní a typ aktivní – zvláštní (Thorová, 2016, s. 63-97).

Sociální chování je vždy velmi individuální a naprosto typické chování vykazuje jen část osob s PAS. Většina jich ale o sociální kontakt stojí, i když se jejich chování vyznačuje spíše netečností a odtazitostí. Problémy v komunikaci pramení z jejich nejistoty a neschopnosti

přiměřený kontakt navázat, chování ostatních lidí je pro ně často velmi nečitelné a nejednoznačné. „Specifický kognitivní styl, ke kterému přispívá doslovné a přesné chápání instrukcí a situací, rigidita myšlení, egocentrismus s omezenou schopností empatie, malá nebo žádná schopnost porozumět metakomunikaci a neschopnost zobecňovat lidem s PAS neumožňuje chápat jemnost a komplexitu sociálních vztahů a situací.“ (Thorová, 2016, s. 63-97)

### **Komunikace**

Porucha komunikace se u dětí s PAS projevuje na úrovni verbální i neverbální. Tyto děti mívají problémy s porozuměním i vyjadřováním. Poruchy komunikace mohou být různorodé. Některé děti si mohou osvojit řeč, a tedy snížit svůj komunikační handicap, v komplexním řečovém vývoji se však vždy nacházejí abnormality. Děti s PAS mívají potíže s rozeznáním významů gestikulace, výrazů v obličeji či posturace těla. Častým problémem bývá oční kontakt, kterému se v mnoha případech vyhýbají, nebo jej naopak navazují nepřiměřeně dlouho. Tyto děti si také často spontánně vytvářejí vlastní posunky či znaky, které jim nahrazují deficit v řeči (Thorová, 2016, s. 99-107).

### **Představivost**

Přirozenou součástí vývoje dítěte je rozvoj nápodoby. U dětí s PAS je tato schopnost imitace a symbolického myšlení narušena, čímž ztrácejí zájem o hru, která by měla fungovat jako základní stavební kámen učení a vývoje. Nedostatečná představivost u dětí s PAS způsobuje, že vyhledávají předvídatelné situace a stereotypní činnosti. Pro PAS jsou tak charakteristické repetitivní aktivity, stereotypní modely chování a přílišné zaujetí pro jedno téma. Stejně jako sociální interakce a komunikace je představivost u každého dítěte s PAS narušena jiným způsobem a v různém rozsahu (Thorová, 2016, s. 119).

## **5.2 Dělení poruch autistického spektra**

Podle Mezinárodní klasifikace nemocí se PAS dělí na několik různých typů.

### **Dětský autismus**

Dětský autismus je jádrem PAS. Aby mohl být diagnostikován, musí dítě vykazovat problémy ve všech třech oblastech zmíněných v předchozí kapitole. Mimo poruchy sociální interakce a sociálního chování, komunikace a představivosti se však často vyskytují i jiné dysfunkce, které se projevují výrazně odlišným a nezvyklým chováním (Thorová, 2016, s. 183).

### **Atypický autismus**



Dítě trpící atypickým autismem splňuje kritéria dětského autismu jen částečně. Atypický autismus se vyznačuje velkou rozmanitostí a může zahrnovat množství různých sociálních, emocionálních a behaviorálních symptomů, které se běžně vyskytují u dětského autismu. Náročnost péče a potřeba intervence je zde podobná jako u dětského autismu (Thorová, 2016, s. 183).

### **Aspergerův syndrom**

Aspergerův syndrom je velmi rozmanitou poruchou. Osoby jím trpící se v některých případech mohou začlenit do běžného života, najít si zaměstnání i životního partnera, jiní se zase celoživotně neobejdou bez asistence. V případě, že vedou běžný život, okolí je mnohdy považuje za podivínské. Problémy často činí sociální chování, jedinci se těžko začleňují do kolektivu, činí jim potíže rozumět neverbálním signálům, ironicky míněným výrokům nebo kontextům situací. Příznakem v dětství bývá nezáměr navazovat přátelství a preference zůstat o samotě. Zájmy bývají velmi úzké a nadměrně vyhraněné (Thorová, 2016, s. 191-196).

### **Dětská dezintegrační porucha**

Dezintegrační porucha se vyznačuje náhlým výrazným regresem ve vývoji, který do daného okamžiku probíhal zcela normálně. Porucha se může projevit mezi druhým a desátým rokem věku dítěte. Dítě se prudce zhoršuje v komunikačních a sociálních dovednostech. Rozdíl oproti dětskému autismu je pozdější nástup symptomů a markantnější ztráta již nabytých dovedností. Způsob terapií a vzdělávání je však stejný jako u dětského autismu (Thorová, 2016, s. 196-207).

### **Autistické rysy**

Pro autistické rysy není dosud vytvořena jednotná definice a nejedná se o diagnózu. Tento pojem bývá využíván pro symptomy poruch autistického spektra, jejichž intenzita a frekvence neodpovídá diagnostickým kritériím žádné z poruch autistického spektra. Thorová považuje označení autistické rysy za vágní a v praxi zaměňované za atypický či dětský autismus a mentální retardaci. Dítě tak vykazuje symptomy autistického chování, rodiče těchto dětí však nemají oporu v legislativě, a tedy postrádají nárok na služby, které potřebují (Thorová, 2016, s. 212).

### **Hyperaktivní porucha sdružená s mentální retardací a stereotypními pohyby**

Hyperaktivní porucha sdružená s mentální retardací a stereotypními pohyby se vyznačuje symptomy jako je trvalý motorický neklid, obtížemi zůstat déle sedět, přehnanou aktivitou a neschopností vydržet u nějaké aktivity delší dobu. Objevuje se také sebepoškozování, opakované motorické manýry, přehnané opakování činností. Oproti ostatním poruchám autistického typu však není narušeno sociální chování, oční kontakt nedělá problém, dítě navazuje vztahy s vrstevníky, nemá potíže se přiblížit k lidem (Thorová, 2016, s. 213).

### **Rettův syndrom**

Rettův syndrom je vývojová porucha mozku, která výrazně ovlivňuje motorické, psychické a somatické funkce. Objevuje se pouze u dívek a jeho symptomy se objevují v 5 až 48 měsíci života. Symptomy jsou zpomalení růstu hlavičky dítěte, ztráta již naučených pohybů a stereotypní pohyby, poruchy sociální interakce, obtíže s koordinací pohybu a poruchy řeči (Thorová, 2016, s. 214-215).

### **Jiné pervazivní vývojové poruchy**

Dle Thorové (2016, s. 207) je tato kategorie neurčitá, v Evropě se příliš nevyužívá a nejsou k ní přesně definovaná ani diagnostická kritéria. V zásadě se jedná o kritéria jako u dětského autismu. Symptomy jsou velmi podobné jako u dětského autismu, ale v dané kategorii se vždy vyskytují v menším množství. Jedná se o hraniční symptomatiku, což ale neznamená, že péče o dítě je méně náročná.

## **5.3 Možnosti léčby, vzdělávací metody a intervence**

Richman (2015, s. 12) uvádí několik metod léčby autismu a vzdělávacích metod, které byly nebo jsou používány. Upozorňuje, že se nejedná o doporučení, ne všechny zmíněné metody jsou účinné. Širší škálu metod léčby a vzdělávání uvádí Thorová (2016, s. 399), která upozorňuje na to, že žádná z terapií nepřináší stoprocentní výsledky, mohou však život osoby s PAS zkvalitnit. Dle Thorové prokázaly nejlepší výsledky strukturované intervenční programy využívající behaviorální metody a rámce, pracující s vizuálními informacemi, pochopitelnými a předvídatelnými pravidly a motivací. Mezi tyto strukturované intervenční programy se řadí především TEACCH a ABA.

### **Strukturované učení**

Pomocí strukturalizace jsou vnesena jasná pravidla, jsou zprůhledněny posloupnosti činností a uspořádáno prostředí, ve kterém osoba s PAS žije. Jasná struktura a uspořádání dávají osobám s PAS alespoň částečný pocit jistoty a bezpečí a pomáhají jim učit se, akceptovat nové úkoly a lépe snášet nepředvídatelné události (Thorová, 2016, s. 402-403).

## **TEACCH**

Metoda TEACCH (Treatment and Education Autistic and related Communication handicapped Children) byla vyvinuta Ericem Schoplerem v 70. letech minulého století. Metoda přistupuje k dítěti jako k individualitě a předpokládá, že nic jako „normální“ chování neexistuje. Je založena na strukturovaném přístupu. Upozorňuje, že i když autisté mají společné rysy, nejedná se o podřadnou skupinu osob. Výuka rozvíjí silné stránky postiženého, zaměřuje se na strukturované prostředí, pevný denní program a vizuální pomůcky. Jedná se o účinnou metodu, která však může mít dle Richman (2015, s. 14) v praxi problematické využití. TEACCH využívá podobné techniky jako aplikovaná behaviorální analýza (níže), avšak je založena na mírně odlišných základech. Podobnost TEACCH s ABA potvrzuje také Thorová (2016, s. 405) a potvrzuje, že na základě výzkumů je tato metoda považována za vysoce efektivní.

## **Aplikovaná behaviorální analýza**

Aplikovaná behaviorální analýza je rovněž jednou z metod léčby a vzdělávání dětí s autismem. Blíže je rozebrána v kapitole 2.

## **Farmakoterapie**

Thorová (2016, s. 418) zahrnuje do metod intervence PAS také farmakoterapii. Vzhledem k tomu, že autismus je vnímán spíše jako handicap než jako nemoc, není farmakoterapie první volbou, ale je potřeba ji zmínit, protože některé symptomy či přidružené poruchy jsou v případě PAS léčitelné psychofarmaky. Může tak být zlepšena kvalita života. Na druhou stranu je však nutné také počítat i s jejich vedlejšími a negativními účinky či tvorbou tolerance.

## **Ergoterapie**

Ergoterapie je metoda, pomocí které osoby s PAS nacvičují pracovní návyky a pracovní chování a zlepšují si sebeobslužné dovednosti. Cílem by měla být samostatnost a schopnost vykonávat určité činnosti, které vedou k vyšší životní spokojenosti a lepšímu sebehodno-

cení. Součástí bývá také nácvik samoobslužných a domácích prací. V praxi se jedná například o techniky práce s textilem, tkaní, košíkářství či výrobu keramiky. Tyto činnosti některým osobám s PAS zároveň pomáhají relaxovat a ukázat svůj talent a originalitu (Thorová, 2016, s. 415)

### **Terapie s asistencí zvířat**

Mezi terapie s asistencí zvířat se řadí canisterapie (terapie s pomocí psů), hipoterapie (terapie s pomocí koní) a také plavání s delfíny. Při zařazení těchto terapií je potřeba zvážit individuální přístup dítěte ke konkrétnímu zvířeti. Terapie může pomoci vyrovnávat se se stresem, zlepšovat sociální interakci či redukovat problémové chování (Thorová, 2016, s. 412-413).

### **Herní a interakční terapie**

Herní a interakční techniky jsou součástí práce a kontaktu s dítětem. Herní situace mohou být spontánní či strukturované a mohou být propojeny s behaviorálními technikami. Tyto metody pomáhají zlepšovat myšlení a uvažování, komunikaci skrze gesta, znaky a slova a přispívají k vývoji emocí a sociálního chování (Thorová, 2016, s. 411).

### **Logopedická péče**

Děti s PAS mají narušený vývoj komunikace, se kterou jim může pomoci logopedická péče. Cílovou skupinou logopedické péče jsou osoby s lehkými poruchami artikulace ale i s těžkými řečovými poruchami. Logoped zpravidla dovede diagnostikovat a napravit narušené komunikační schopnosti u dětí i dospělých. Náprava verbálního chování může být také součástí aplikované behaviorální analýzy (Thorová, 2016, s. 410-411).

### **Komunikační terapie**

U nemluvicích dětí a u dětí s nedostatečným vývojem komunikace se používá komunikační terapie, která zahrnuje nácvik znaků, používání piktogramů, psaní a čtení slov. Uceleným systémem komunikační terapie je například tzv. PECS (Picture Exchange Communication System) v České republice známý jako VOKS (Výměnný obrázkový komunikační systém). Terapie nezprostředkovává alternativní způsob komunikace, ale snaží se u dítěte rozvíjet všechny potřebné funkce komunikace (Thorová, 2016, s. 408-410).

### **Fyzioterapie a pohybová aktivita**

Fyzioterapie zahrnuje rehabilitaci a další pohybové aktivity, které prospívají správnému vývoji. Jedná se o tělocvik, procházky, běh, jízdu na kole, plavání a další. Pohyb vede k uvolňování endorfinů, a tím k dobrému naladění a snižování problémového chování. Také zvyšuje schopnost přijímat informace (Thorová, 2016, s. 416).

### **Muzikoterapie, taneční terapie, arteterapie**

Muzikoterapie, taneční terapie či arteterapie slouží k uklidnění, zlepšují motorickou obratnost, posilují koordinaci a kladně působí na emocionální pochody postižených. Docházet může také k redukci nevhodného chování. Dle Richman (2015, s. 14) tyto terapie přináší pozitivní prvky, avšak pro zlepšení kognitivních výkon je třeba je zkombinovat s dalšími aktivitami. Thorová (2015, s. 412-416) zmiňuje pouze arteterapii a muzikoterapii, u obou však potvrzuje pozitivní účinky.

### **Psychoanalýza**

Psychoanalýza byla často používanou metodou v 40. až 60. letech minulého století. Tehdy byly autistické děti umisťovány do psychiatrických léčeben a jejich symptomy byly důkladně analyzovány a interpretovány. Důkladná analýza a interpretace autistických symptomů je součástí psychoanalýzy i dnes, rozdílem je však doporučení, aby se rodiče účastnili psychoanalýzy spolu s dítětem (Richman, 2015, s. 12). Thorová (2016, s. 424) poznamenává, že v této terapii je kladen velký důraz na abstrakci, symbolické a verbální uvažování, což se neslučuje s povahou poruch autistického spektra. Specifická účinnost psychoanalytického přístupu nebyla nikdy u autismu prokázána.

### **Diety**

Metody diet byly původně určeny dětem s poruchami pozornosti či hyperaktivitou, časem však byly upraveny také pro děti s autismem. Někteří dietní specialisté se v minulosti domnívali, že intolerance některých potravin vede u autistů k výrazným jídelním prioritám a specifickým stravovacím návykům. Tyto speciální diety zpravidla ve stravě vylučují různá aditiva a konzervační činidla, omezeny mohou být také cukr, sója, mléko, droždí či jiné potraviny. Žádné studie, které by pozitivní vliv diety potvrdily, však zatím neexistují (Richman, 2015, s. 12).

### **Facilitovaná komunikace**

Při této metodě, původně navržené pro pacienty s neuromotorickými poruchami, přidržuje terapeut nebo rodič dítěti ruku, pomáhá mu ukazovat slova a písmena, a tak posiluje jeho komunikaci. Metoda byla populární v 60. letech minulého století a údajně pomáhá postiženému lépe vyjadřovat myšlenky a city. Richman (2015, s. 13) uvádí, že všechna svědectví o úspěšnosti této metody byla subjektivní, k podobnému zjištění v roce 1994 došla Americká psychologická asociace, dle které většina sdělení pocházela od samotných facilitátorů. Thorová (2016, s. 422) pak poukazuje na případy z USA z 90. let 20. století, kdy facilitovaná komunikace vedla k sexuálnímu zneužívání a uvádí, že odbornou společností je tato metoda považována za zdiskreditovanou a její účinnost byla vyvrácena množstvím výzkumů.

### **Sluchový trénink**

Sluchová terapie se obvykle skládá z deseti hodin rozdělených do dvou týdnů a je založena na poslouchání audiozáznamů skrze sluchátka. Postupně jsou z těchto audiozáznamů identifikovány a odstraňovány frekvence, na které je dítě hypersenzitivní. Sluchová terapie je metodou, která byla populární v 90. letech, dle Richman (2015, s. 13) však není potvrzeno, že právě hypersenzitivní sluch u dětí s PAS způsobuje problémové chování. Potvrzeno není ani to, zda poslechem audiozáznamů dochází ke změně ve sluchové senzitivitě.

### **Senzorická integrace**

Senzorická integrace se doporučuje dětem, které abnormálně reagují na smyslové podněty. Tato terapie se používá v posledních zhruba 25 letech a pomáhá dítěti omezit nepříjemné pocity a relaxovat. Důkaz, že tato terapie pomáhá ovlivnit způsob zpracovávání smyslových stimulací v mozku, se zatím nenašel (Richman, 2015, s. 13). Stejný přístup zastává Thorová (2016, s. 419-421), podle které zatím nebyla výzkumem potvrzená efektivita této metody. Uznává ale, že se jedná o vhodnou doplňkovou metodu, která může být pro dítě velmi zábavnou a atraktivní aktivitou.

### **Terapie pomocí pevného držení**

V minulosti převažoval názor, že autismus je způsoben chladným přístupem rodičů k dítěti. S tím měla zejména v 80. letech pomáhat tzv. holding therapy neboli terapie pomocí pevného držení. Při této terapii rodič pevně drží dítě i přes jeho odpor obličejem k sobě a křičí na něj pocity, které k němu chová. Držení trvá tak dlouho, dokud se dítě nevyčerpá a neuklidní a mělo by v něm vyvolat pocit bezpečí a úlevy. Ani zde není vědecky potvrzeno zlepšení sociálních vztahů nebo rozvoj dovedností (Richman, 2015, s. 13-14). Nedostatek vě-

deckých důkazů potvrzuje také Thorová (2016, s. 428), která poukazuje na množství psychologů, kteří proti tomuto přístupu vystupují. Podle nich může být pevné držení násilím páchaným na dětech a může v nich vyvolat frustraci, paniku, zmatek či pocit bezmoci.

### **Option terapie**

Option terapie probíhá v uzavřené místnosti, na dítě nejsou kladeny žádné nároky a terapeut opakuje veškeré jeho pohyby. Napodobování je klíčová dovednost, doslovné napodobování dítěte může nežádoucí chování oslabit i posílit. Při této terapii však nedochází k učení žádné nové dovednosti (Richman, 2015, s. 14). Thorová (2016, s. 420-421) zde kritizuje také vysokou časovou náročnost a poznamenává, že takto strávený čas lze využít efektivněji. Rovněž poukazuje na dosavadní výzkum efektivity této metody, který je minimální.

## **5.4 Lidé s poruchami autistického spektra v České republice**

Z epidemiologického hlediska jsou prokázány zhruba 1-2 případy poruch autistického spektra na 100 osob. Dle tohoto údaje tak v České republice žije zhruba 100 000 až 200 000 osob s PAS. Každoročně se tak dle odhadů v České republice narodí zhruba 1000 až 2000 dětí s PAS (Autismus, ©2020). Přesné statistické údaje však nejsou k dispozici.

V rámci státní pomoci byla v roce 2014 Vládním výborem pro osoby se zdravotním postižením zřízena *Odborná skupina pro koncepční řešení problematiky života osob s poruchou autistického spektra*. Cílovými oblastmi této skupiny jsou především školství, sociální a zdravotní péče. Skupina je složená z členů výboru Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky, členů z příslušných ministerstev a obhájců lidí s PAS s těžší až těžkou symptomatikou, pečujících osob, sebeobhájců s PAS a patientských organizací.

Dle Podnětu k řešení situace života osob s poruchou autistického spektra vydaného *Odbornou skupinou pro koncepční řešení problematiky života osob s poruchou autistického spektra* v roce 2016 není v České republice známa struktura věku a míry postižení osob s PAS. S tím je spojena také odpovídající potřeba podpory v jednotlivých krajích, která nemůže být bez dostatečné evidence správně zajištěna. V rámci zajištění vhodné podpory pro osoby s PAS se v roce 2016 Ministerstvo zdravotnictví zavázalo, že bude tato statistická data získávat (Podnět k řešení situace, 2016, str. 17). Dle Zprávy o postupu prací na řešení problémů popsaných v tomto Podnětu jsou od roku 2018 evidovaná a vykazovaná veškerá data a konzumování zdravotní péče v Národním registru hrazených zdravotních služeb budovaném na

základě novelizovaného zákona č. 372/2011 Sb. Dle těchto dat lze evidovat všechny interakce osob s PAS se zdravotním systémem, jejich trajektorii napříč zdravotními zařízeními a kvantifikovat objem využívaných zdravotnických služeb. Relevance evidovaných dat je zde přímo závislá na správné diagnostice. Záměrem bylo také pravidelné vyhodnocování prevalence. Dle zprávy je k dispozici Pilotní analýza dat k odhadu prevalence léčených osob s diagnózou PAS (označováno F84) za roky 2015-2016 (Zpráva o postupu prací na řešení problémů, 2018, str. 27). Tato data však nejsou veřejně dostupná a dohledatelná.

V červnu 2020 se organizaci Naděje pro děti úplňku podařilo od Lékařské posudkové služby České správy sociálního zabezpečení získat dosud nepublikovaná data o počtech lidí s PAS posouzených pro účely příspěvku na péči v jednotlivých regionech. Tato data jsou od června 2020 veřejně dostupná na webu Mapaautismu.cz, který slouží rovněž k rozšíření Petice za dostupnější služby pro děti a dospělé s autismem. Ve statistikách jsou započítány pouze ty osoby s PAS, které z tohoto důvodu prošly posudkovým řízením pro účely přiznání příspěvku na péči. (Mapa počtu osob, ©2020)

Pro účely této práce jsou stěžejní data osob s PAS ve věku 0-20 let. Podle dat webu Mapaautismu.cz je v České republice 1619 osob s PAS ve věku 0-5 let, 3455 ve věku 6-10 let, 2143 ve věku 11-15 let a 1030 ve věku 16-20 let (Mapa počtu osob, ©2020). Pro přehlednost byla tato věková rozhraní využita pro sběr dat v praktické části. Celkem se jedná 8247 osob ve věku 0-20 let, přičemž je potřeba počítat s tím, že jsou to pouze osoby, které prošly zmíněným posudkovým řízením a skutečné počty jsou pravděpodobně vyšší.

Další možné údaje o počtech osob s PAS lze získat ze školského systému. Dle údajů ze školního roku 2016/2017 se v českých mateřských školách vzdělávalo 1231 dětí s PAS, v základních školách 5465 a na středních školách 1017 žáků s PAS (Autismus, ©2020).



## 6 APLIKOVANÁ BEHAVIORÁLNÍ ANALÝZA

Aplikovaná behaviorální analýza (dále ABA) je založena na behavioristickém přístupu a je určena k dosažení změn v chování prostřednictvím systematického učení modifikovaných vzorců chování. ABA je založena na filozofii Burrhuse Frederica Skinnera a jeho výzkumech o operantním podmiňování. Metody ABA se mohou lišit různými přístupy, všechny však zahrnují (Link, 2008, s. 2):

- individuální učení autistického dítěte lektorem,
- metodu učení pomocí dílčích úkolů (discrete trial method),
- intenzivní režim v rozsahu až 40 hodin týdně po dobu tří let.

Cílem ABA terapie je úprava chování po emoční, jazykové či sociální stránce. Specifikem je vysoká míra využití pozitivního odměňování, které slouží k systematickému posílení chtěných projevů, naopak při negativních projevech se trestů nevyužívá. V průběhu terapie je dítěti poskytována různá míra pomoci fyzickým i verbálním vedením.

ABA terapie je pro každé dítě připravována individuálně a všechny pokroky jsou podrobně zaznamenávány do inventáře. Rozbor chování dítěte je prováděn na základě speciální ucelené metodiky aplikované behaviorální analýzy (Thorová, 2016, s. 406).

Richman (2015, s. 17) poukazuje na důležitost porozumění chování. Porozumět chování lze pouze pomocí důkladného posouzení souboru okolností před i po sledovaném chování. Změny chování lze dosáhnout učením. Úspěšné učení je takové, které vede k trvalé změně chování.

ABA terapii lze využít bez věkového omezení, s metodikou je možné pracovat již v útlém věku. Kromě autismu je využitelná rovněž u jiných neurovývojových onemocnění jako je ADHD, demence nebo Alzheimerova choroba (Gandalovičová, 2016).

### 6.1 Lovaasův Ranný intervenční program

Jeden z přístupů ABA byl vypracován Ole Ivaarem Lovaasem a pojmenován Ranný intervenční program (the Early Intervention Program, zkráceně EIP). S tímto přístupem je Lovaas považován za zakladatele ABA (Link, 2008, s. 2). Lovaasův výzkum dopadu ranné intervenční terapie byl publikován v roce 1987 a zabýval se 19 dětmi předškolního věku. U všech těchto dětí bylo zaznamenáno výrazné zlepšení v nárůstu intelektu. Skupina zkoumaných předškolních dětí byla následně podrobena studii po 6 letech od první publikace výzkumu.

Ukázalo se, že většina z nich byla integrována do běžných škol a dosáhla tzv. „normální úrovně fungování.“ (Thorová, 2016, s. 407)

### 6.1.1 Kritika Lovaasova výzkumu

Účinnost Lovaasova programu byla následně podrobena kritice ze strany odborníků a spustila rozsáhlou diskuzi. Nedostatky metody viděli odborníci zejména v následujících oblastech (Thorová, 2016, s. 407):

- Do výzkumu byly nejspíše zařazeny zejména děti s mírnou variantou poruchy.
- Norma je ve výzkumu definována integrací do běžné základní školy a nebere v úvahu úspěšnost v kontaktech s vrstevníky, flexibilitu chování, emoční a sociální dovednosti a pružnost myšlené.

Rovněž Richman (2015, s. 10) poznamenává, že prováděním intenzivní ABA terapie se u Lovaasových žáků kromě nápravy problémového chování také zvýšilo IQ. Sama však dále diskutuje, do jaké míry výsledky provedených IQ testů odpovídají skutečnosti.

## 6.2 Současné přístupy

ABA terapie se postupem času rozdělila do dvou přístupů, které Thorová dělí na **tradiční** a **moderní**. Tradiční ABA terapie klade důraz na strukturované prostředí, operantní podmiňování, direktivnost a kontrolní přístup. Moderní ABA naopak přidává terapii hrou, vizualizaci či prostor pro navázání a upevnění terapeutického vztahu. Také dává větší prostor individualitě dítěte, snaží se o přenos dovedností do přirozeného prostředí a klade větší důraz na sociálně-komunikační vývoj (Thorová, 2016, s. 407).

## 6.3 Kritika ABA terapie

ABA terapie bývá kritizována za svůj rigidní přístup, který může potlačovat individualitu dítěte. Jako negativa mohou být vnímány také vysoká intenzita individuální práce, tím pádem nedostatečný důraz na běžné dětské aktivity a rozvoj vlastního úsudku. Přesto jsou behaviorální techniky považovány za úspěšné. Lze je využít k odbourávání problémového chování, zlepšování deficitů, rozvoj dovedností, zlepšení řeči a celkové adaptivity (Thorová, 2016, s. 407).

V rámci negativ ABA terapie zmiňuje Thorová (2016, s. 407) také finanční náročnost. Gandalovičová (2016) však oponuje zahraničními výzkumy, podle kterých úspěšné využití ABA

terapie může naopak znamenat finanční úsporu. „Celoživotní náklady na 1 osobu s PAS v USA činí cca 1,4-2,4 mil. US dolarů, ve VB 0,9-1,4 mil. liber. Např. studie dětí s PAS, u kterých byla ABA praktikována, potvrdila finanční úsporu cca 210 000 US dolarů na dítě do 18 let v porovnání s jedincem, kde k intervenci nedošlo. Aproximací na všechny děti s PAS v Texasu úspora činí cca 2,1 miliardy dolarů. Jiná studie z Holandska vyčíslila celoživotní úsporu na jedince s PAS na 1,1 milionu liber při implementaci ABA v raném dětství.“

Další úhel pohledu lze vnímat od samotných osob a diagnózou poruchy autistického spektra, kteří ABA terapii podstoupili. Lowery (2017), který získal diagnózu autismu ve 4 letech, podstupoval ABA terapii od 6 do 13 let. ABA terapie mu pomohla získat sociální dovednosti, zvládnout každodenní běžné činnosti a naučila jej vypořádat se se vztekem a úzkostí. Jako negativum však vnímá snahu terapeutů bojovat s autostimulací, která mu v mnohých případech pomáhá se vypořádat s nepříjemnými situacemi. Nevhodná mu připadá také snaha terapeutů ovlivnit zájmy dětí, aby se co nejvíce podobaly zdravým dětem. V konečném důsledku však ABA terapii oceňuje a přičítá jí fakt, že je v dospělosti schopný žít běžný život bez pomoci někoho dalšího. Davison (2018) pak ABA terapii odsuzuje pro její nátlak a snahu měnit osobnost a chování autisty tak, aby se ničím nelišil od ostatních, bez ohledu na to, zda o to daná osoba stojí.

Holá (2018) v článku zabývajícím se mýty spojenými s ABA terapií zmiňuje, že cílem určité není potlačit identitu dítěte či autismus zcela vyléčit. Cílem by mělo být odstranění nežádoucích vzorců chování, které v některých případech mohou být nebezpečné pro dítě i pro jeho okolí. Prostřednictvím ABA terapie se může dítě s poruchou autistického spektra (či jinou poruchou) také naučit mnoho sociálních dovedností a usnadnit si komunikaci. Špatné zkušenosti osob, které ABA absolvovali, vysvětluje jako špatnou práci daného analytika.

## 7 NEZISKOVÉ ORGANIZACE

„Neziskové organizace jsou charakterizovány jako takové organizace, které nevytvářejí zisk k přerozdělení mezi své vlastníky, správce nebo zakladatele. Zisk sice mohou vytvořit, ale musí ho zase vložit zpět do rozvoje organizace a plnění jejího poslání,“ (Neziskovky.cz, ©2020) Podobně k definici pojmu přistupuje také Vít (2015, s. 10), který upozorňuje na častý, ale mylný předpoklad, že neziskové organizace z podstaty svého názvu nevytvářejí zisk. Podstatou neziskové organizace není absence zisku, ale fakt, že zisk není podstatou její existence. Pokud je zisku dosaženo, je dále investován do činnosti organizace. Další důležitou charakteristikou je služba veřejnému zájmu. Základními znaky neziskových organizací (Neziskovky.cz, ©2020):

- organizovanost (formalizovaná struktura),
- soukromý charakter a nezávislost na státu (soukromoprávnost),
- nerozdělování zisků (mezi členy a rozhodující osoby),
- samosprávnost (vnitřní struktura),
- dobrovolnost (s účastí dobrovolníků).

V České republice lze aktuálně neziskové organizace rozdělit na 3 podskupiny: korporace, fundace a ústavy. Do korporací řadíme spolky, zájmová sdružení právnických osob a sociální družstva. Do fundací řadíme nadace a nadační fondy. Do skupiny ústavů řadíme ústavy a obecně prospěšné společnosti (Vít, 2015, s. 46).

## 8 MARKETINGOVÝ VÝZKUM

V této kapitole budou popsány výzkumné metody, které jsou využity dále v praktické části této práce.

### 8.1 Mediální analýza

Cílem mediální analýzy je přinést pohled na danou společnost, instituci, mediální kauzu či téma z dlouhodobějšího hlediska. Mediální analýza se zpracovává z hlediska času i prostoru, výstupem jsou informace kvalitativního i kvantitativního charakteru (Nový a Surynek, 2006, s. 189). Mužátko (2017) doporučuje pro mediální analýzu zvolit vhodné časové období, vytvořit si časovou osu, zaznamenat si hlavní témata, rozlišit mediatyp a rozlišit nejaktivnější média, která se zabývají danou organizací, či tématem.

Mediální obsah se dá analyzovat různými způsoby, jako je: sběr článků, analýza oběhu a čtenářů, ekvivalent inzerční hodnoty (Advertising Value Equivalent neboli AVE), jednoduchá obsahová analýza, analýza sdělení, analýza tonality, analýza důležitosti, kvalita pokrytí či analýza konkurence a další (Michaelson a Griffin, 2005, s. 2-5).

Pro účely této práce bude využita zejména *jednoduchá obsahová analýza*, jejíž podstatou je rozřazení a zakódování mediální obsahu do kategorií, které mohou být následně analyzovány statisticky. Rezervy této metody mohou tkvět v tom, že je analyzováno pouze to, co je napsáno, ale ne hlubší a zakódované významy (Michaelson a Griffin, 2005, s. 4). Ty však pro potřeby této práce nejsou stěžejní.

### 8.2 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je technikou kvantitativního výzkumu, který je koncipován a prováděn s cílem postihnout dostatečně velký a reprezentativní vzorek (Foret, 2011, s. 121). Dotazníkové šetření je dotazování prostřednictvím standardizovaného výzkumného / měřicího nástroje. Jedná se o techniku poskytující standardizovaná data, a to zejména vytvořením stejných podmínek pro všechny dotazované. Díky tomu je zajištěna srovnatelnost získaných dat a jejich reliabilita. Dotazník zjišťuje verbálně vyjádřené názory, postoje a pocity, které jsou vědomě poskytovány vybranými respondenty. Dotazník nezkoumá realitu jako takovou, ale to, jak lidé sociální realitu vidí, jak o ní uvažují, jaký k ní zaujímají postoj, jak se stylizují a co si myslí o svém jednání. Dotazníkové šetření lze realizovat jako poštovní dotazování,

dotazování prostřednictvím tazatele / standardizovaný osobní rozhovor, telefonické dotazování či internetové dotazování (Sedláková, 2014, s. 157-158). Pro potřeby této práce je využita čtvrtá zmíněná možnost.

### 8.2.1 Tvorba dotazníku a typy otázek

Dotazník je velmi flexibilním a také nejběžnějším nástrojem využívaným pro sběr dat. Při tvorbě dotazníku je důležité pečlivě volit otázky, jejich formu, slovní podobu a sled. Tahal a kol. (2017, s. 55) doporučuje nedělat dotazníky, jejichž vyplňování trvá déle než 10 až 15 minut, protože po této době již respondent ztrácí pozornost

Otázky mohou být **otevřené** nebo **uzavřené**. Otevřené otázky nenabízí žádné varianty odpovědí a respondent na ně odpovídá dle vlastního uvážení. Kladou vysoké nároky na paměť respondenta a jejich vyhodnocení může být problematické (Kozel a kol., 2006, s. 170).

Uzavřené otázky nabízí varianty odpovědí, které by měly být sestaveny tak, aby postihly celou škálu možných odpovědí (Kozel a kol., 2006, s. 170). Pro případy, že by chtěl respondent odpovědět jinak, se doporučuje zařadit odpověď *jiné* (Kotler a Keller, 2013, s. 145). Tahal a kol. (2017, s. 57) tento typ otázek nazývá **polootevřenými**, a to v případě, že je respondent vyzván, aby onu jinou odpověď vypsals (podobně, jako je tomu u otevřených otázek).

Nevýhodou uzavřených otázek je omezení svobodného rozhodování respondenta, kladem je naopak jednodušší vyhodnocení (Kozel a kol. 2006, s. 170).

Dle Kozla a kol. (2006, s. 170) by varianty měly být sestaveny tak, aby:

- se týkaly jen jedné problematiky;
- byly přizpůsobeny znalostem respondenta a účelu dotazování;
- se navzájem se nepřekrývaly;
- postihovaly normální i extrémní odpovědi;
- dávaly vyčerpávající možnost odpovědi.

Kotler a Keller (2013, s. 145) také doporučují se v dotaznících vyhnout předpojatým otázkám, které mohou navádět k určitým odpovědím. Otázky by měly být pokládány jednoduše, specificky, bez slangu, zkratk a slov bez jasného smyslu. Také není vhodné pokládat otázky obsahující zápor či hypotetické otázky na imaginární situace. Na citlivější dotazy, což pro někoho může být například věk, je dobré se ptát pomocí intervalů. Nabízené odpovědi by se

neměly překrývat a v otázkách s uzavřenými možnostmi odpovědí by měla být možnost *jiné*. Tahal a kol. (2017, s. 57) pak uvádí jako chybu ve formulaci otázek použití příliš odborných výrazů, tvorbu příliš dlouhých otázek a ptaní se na více skutečností v rámci jedné otázky.

Otázky můžeme dělit na **selektivní** a **alternativní**, přičemž v selektivních otázkách se odpovědi navzájem vylučují a respondent vybírá jen jednu z nich. V alternativních otázkách může naopak vybrat jednu či více odpovědí (Kozel a kol., 2006, s.170).

Dále můžeme rozdělit otázky na **bipolární**, s **neutrální odpovědí** a **výběrové**. Bipolární otázky nabízejí pouze dvě možnosti odpovědí, zpravidla *ano* a *ne* a slouží především k třídění respondentů. Otázky s neutrální odpovědí nabízejí kromě dvou variant odpovědí také třetí jako možnost úniku, typicky *nevím*, *neznám*, *nemám názor*. Výběrové pak nabízejí více možností s jemnějšími rozdíly mezi odpověďmi (Kozel a kol., 2006, s.171).

Speciálními typy otázek jsou pak otázky **dialogové**, **kvantifikovatelné škály** a **kvalitativní škály**. Dialogové otázky využívají nepřímé techniky dotazování. Kvantifikovatelné škály jsou vyjádřeny pomocí stupnice vyjadřující kvantitativní údaje, tzn. číselné. Kvalitativní škála je stupnice vyjadřující kvalitativní údaje, často pro vyjádření postojů, názorů či preferencí (Kozel a kol., 2006, s.171). Tahal a kol. (2017, s. 56) rozděluje škály na číselné a slovní, přičemž u číselných doporučuje vkládat lichý počet čísel, které zajistí respondentovi možnost zvolit i střední hodnotu. U slovních škál, kde jsou možnostmi často výroky *určitě souhlasím*, *spíše souhlasím*, *spíše nesouhlasím*, *určitě nesouhlasím* pak doporučuje zůstat u těchto čtyř možností. V případě dodání neutrální možnosti se totiž respondenti k této neutrální možnosti často přiklánějí, protože je to pro ně nejjednodušší. Kozel a kol. (2006, s. 174) však zmiňuje nevýhodu sudého počtu možností, která tkví v možném nebezpečí nutnosti vyjádřit názor i v případě, že respondent na danou problematiku žádný názor nemá.

Škály mohou být dále koncipovány jako: škály pořadí, škály oceňování či grafické hodnotící škály (např. pomocí smajlíků k vyjádření spokojenosti; Kozel a kol., 2006, s. 174-175).

Ke speciálním typům otázek je řazen **sémantický diferenciál**, kdy respondent na škále označuje, ke které krajní hodnotě se jeho názor blíží (Tahal a kol., 2017, s. 57). Tento typ otázky bývá využíván například k analýze image a umožňuje porovnání linií v různých situacích (Kozel a kol., 2006, s. 175).

### Členění dotazníku

Dotazník by měl dle Tahala a kol. (2017, s. 56) začínat úvodem, který by měl obsahovat představení, účel dotazování a orientační délku dotazníku v minutách. Dále by měla následovat **filtrační** (screeningová) otázka, která vyřadí respondenty, kteří nespádají do cílové skupiny. Pokračovat by měl dotazník **kvótními** otázkami pro rozlišení věku, pohlaví apod. a to v případě, že je použit kvótní výběr respondentů. Následují tzv. **meritorní** otázky, tedy klíčová část dotazníku, která se týká vlastního tématu. Ukončen by měl být dotazník **identifikačními** otázkami, např. místo bydliště. Kozel a kol. (2006, s. 165) kromě zmíněného doporučuje seřazovat otázky od obecných ke specifickým a uvádí, že pro uvedení do tématu mohou být využity také tzv. **zahřívací** otázky. Na závěr doporučuje respondentovi poděkovat za jeho čas a vyplnění dotazníku.

### 8.2.2 Výběr vzorku

Celou skupinu respondentů nazýváme základním souborem. V případě, že se dotazujeme všech členů tohoto základního souboru, nazýváme šetření vyčerpávajícím. V případě, že vybíráme pouze vzorek respondentů, jedná se o výběrové šetření. Výběr respondentů by měl být pro dosažení reprezentativnosti náhodným procesem. Respondenty lze losovat, vybírat dle tabulky náhodných čísel, vybírat systematicky či dle nezávislého znaku (Kozel a kol., 2006, s. 157).

Tahal (2017, s. 50) uvádí tyto metody výběru respondentů:

- Prostý náhodný výběr
- Kvótní výběr
- Systematický výběr
- Stratifikovaný výběr
- Další postupy (metoda sněhové koule, úsudkový výběr)

Většina těchto metod vyžaduje mít k dispozici kompletní seznam všech jednotek (lidí) v základním souboru. Pro účely této práce bohužel tento seznam není k dispozici, a proto bude využito **metody sněhové koule** (snow ball), neboli nabalování. Při tomto dotazování jsou oslovení respondenti požádáni, aby dotazník předali dalším respondentům, kteří splňují stejné charakteristiky (Tahal, 2017, s. 54).



## 9 CÍLE, VÝZKUMNÉ OTÁZKY A METODY PRÁCE

Výzkum pro potřeby této práce se skládá ze dvou částí.

První částí je **mediální analýza**, pomocí které je zjišťováno, v jakých souvislostech se ABA terapie objevuje v médiích. Analýza se zabývá výstupy v online, tiskových, rozhlasových médiích a v televizi, zjišťuje, v jakém období se v médiích o ABA začíná hovořit a zkoumá po kvantitativní i kvalitativní stránce mediální výstupy do konce března 2020. Jednoduchá obsahová analýza se zabývá tematikou, v jejíž souvislosti se o ABA terapii hovoří, zkoumá sentiment mediálních sdělení a také typy médií, které o ABA terapiích píšou. Pomocí mediálních výstupů je částečně také sledován také celkový vývoj ABA v České republice. Závěry z mediální analýzy jsou využity jako podklad pro dotazníkové šetření.

Druhou částí výzkumu je **dotazníkové šetření** mezi rodiči dětí s PAS, prostřednictvím kterého je zjišťována míra jejich informovanosti o ABA terapii, případné zkušenosti s touto terapií a postoje k ní. Zabývá se také způsobem, jakým se rodiče dětí s PAS dozvídají a vzdělávají v problematice léčby autismu a vzdělávacích metod.

Dotazníkové šetření je blíže popsáno v následujících podkapitolách.

### 9.1 Cíl výzkumu

Cílem výzkumu je zjistit míru informovanosti rodičů autistických dětí o možnostech Aplikované behaviorální analýzy, jejich případné zkušenosti a postoje.

### 9.2 Výzkumné otázky

Jaká je míra informovanosti rodičů autistických dětí o ABA terapii?

Jaké jsou postoje rodičů dětí s PAS k ABA terapii?

Jakým způsobem se rodiče dětí s PAS vzdělávají o možnostech léčby?

### 9.3 Účel šetření

Výsledky šetření povedou k vypracování komunikační strategie, která bude sloužit k edukaci rodičů autistických dětí o ABA terapii.

### 9.4 Časový plán

Dotazníkové šetření proběhlo od 7.6.2020 do 7.7.2020.

## 9.5 Respondenti

Respondenty jsou osoby splňující následující kritéria:

- Jsou rodiči nebo zákonnými zástupci dítěte s PAS ve věku 0-20 let.
- Žijí na území České republiky

## 9.6 Metoda sběru dat

Šetření probíhá pomocí elektronického dotazníku umístěného na webu VyplnTo.cz, o jehož vyplnění jsou rodiče dětí s PAS žádáni metodou sněhové koule. K získávání respondentů jsou využity zejména skupiny na sociální síti Facebook, kde se rodiče dětí s PAS sdružují a také interní kontakty organizace Modrý kruh, z.s.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 10 MEDIÁLNÍ ANALÝZA

Mediální analýza byla provedena za účelem vytvoření mediálního obrazu ABA, který může ovlivnit rodiče dětí s PAS při rozhodování o tom, zda danou intervenci s dítětem podstoupit, či ne. Analýza zkoumá, zda a v jakých souvislostech je ABA v masových médiích zmiňována a jak případně může na veřejnost, potažmo rodiče dětí s PAS komunikačně působit. Za účelem monitorování médií byla využita služba Monitora, která pokrývá významná česká (a slovenská) tisková, online, rozhlasová i televizní média celostátního i regionálního významu. Prostřednictvím této služby byly vyhledávány výrazy ABA terapie, ABA a Aplikovaná behaviorální analýza. K dodatečnému vyhledávání byl využit také vyhledávač Google, jehož omezení však spočívá ve vyhledávání převážně jen online mediálních výstupů.

Celkem 166 výstupů ve sledovaném období je pro přehlednost zaznamenáno v tabulce, která je přílohou této práce. V této kapitole jsou mediální výstupy hodnoceny kvantitativně, a to na základě počtů článků v různých obdobích, typů médií, počtů článků zabývajících se určitými tématy, i kvalitativně, obsahovým rozbohem vybraných článků.

### 10.1 Časové vymezení

Sledováno bylo období od začátku roku 1990 do konce března roku 2020. Poprvé se v českých médiích objevuje ABA v roce 2014. Tato podkapitola stručně shrnuje mediální dění ohledně ABA za každý sledovaný rok.

#### Rok 2014

První výstupy jsou zaznamenány v roce 2014, kdy se o ABA začal zmiňovat časopis Respekt, a to v rozhovoru s terapeutkou, která se ABA naučila ve Spojených státech amerických. S její pomocí jako první pracuje s českými dětmi s PAS. Další méně rozsáhlý výstup se v roce 2014 objevil v Českém rozhlase, kde je ABA terapie zmíněna jako způsob, kterým lze zcela odstranit projevy autismu. Před rokem 2014 se významnější výstupy zabývající se ABA v českých médiích nevyskytují.

#### Rok 2015

V roce 2015 tuto intervenci začalo nabízet charitativní Středisko Na Sioně v Kutné Hoře, o čemž se zmiňují také regionální výstupy z tohoto roku. Celkově bylo v roce 2015 publikováno 6 mediálních výstupů zmiňujících ABA. Významným výstupem v roce 2015 je reportáž České televize v pořadu Události v regionech v ostravském regionu, který hovoří o ABA

jako o novém psychoterapeutickém přístupu pro práci s autisty. Reportáž je natočena v domácím prostředí rodiny, která s autistickou dcerou ABA provozuje. ABA je zde popsána jako účinná metoda, která je však nedostupná a finančně náročná. Další výstupy se věnují opavskému sportovci, který v rámci své charitativní činnosti věnuje finance autistické dívce a podporuje tak její terapii založenou na ABA.

### **Rok 2016**

V roce 2016 se ABA objevuje v 22 mediálních výstupech a jejich tématem je zejména akreditace postgraduálního studia ABA na brněnské Masarykově univerzitě. V médiích je tato skutečnost prezentována jako krok k lepší dostupnosti ABA pro osoby s PAS. V roce 2016 se rovněž objevují další výstupy v časopise Respekt.

### **Rok 2017**

V roce 2017 opět došlo k nárůstu mediálních výstupů, a to na 45. Výstupy se hojně zabývaly legislativními změnami, které by měly vést k uzákonění zdravotnického povolání ABA terapeut. Ve významnějším počtu médií vyšla také obecnější zpráva o osobách s PAS, kterým se nedostává dostatečné péče a podpory státu a kterých může být v České republice vysoké množství, ale vzhledem k obtížnosti diagnostiky není přesné číslo známo. Mediální pozornosti regionálního významu se dostalo otevření zlínského centra pro osoby s PAS, které ABA nabízí. Tato zpráva opět zmiňuje uzákonění povolání ABA terapeut a stručně popisuje podstatu ABA. O ABA psal několikrát Atypmagazin.cz, internetový magazín věnující se autismu. Výraznější množství zpráv bylo také věnováno programu Simple steps, který by měl pomoci rodičům s provozováním ABA v domácím prostředí.

### **Rok 2018**

V roce 2018 bylo publikováno celkem 33 mediálních výstupů. Opět je hojně zmiňována otázka uzákonění zdravotnického povolání ABA terapeut. Dále mediální výstupy zejména regionálního charakteru informují o nových organizacích, které ABA poskytují. V dubnu 2018 byl rovněž v České televizi odvysílán pořad Otisky doby: Cesta z pasti autismu, v němž vystupuje lékařka Jana Gandalovičová v roli matky syna s PAS a zakladatelky spolku Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy (CSABA), a senátor Vladimír Plaček. Součástí pořadu je reportáž, v níž vystupuje Jana Gandalovičová se svým synem, na kterého má ABA pozitivní účinky, a následná diskuze Jany Gandalovičové se senátorem Vladimírem Plačkem. Na podzim roku 2018 Český rozhlas na svých webových stránkách postupně zveřejnil seriál s příběhem chlapce s PAS, kterému ABA pomáhá.

### **Rok 2019**

V roce 2019 bylo v médiích publikováno 45 výstupů. Médii byly opět sledovány legislativní změny, v roce 2019 bylo projednáváno uzákonění nového povolání terapeuta neurovývojevých a behaviorálních poruch pro děti s autismem, který by měl širší působení než ABA a zahrnoval i další typy terapií. Ve významnějším množství mediálních výstupů se objevovala osoba lékaře Jaroslava Matýse, který byl nucen kvůli svým kontroverzním vyjádřením o ekologické aktivistce Gretě Thunbergové, z postu předsedy Asociace dětské a dorostové psychiatrie a předsedy a místopředsedy dětské sekce České psychiatrické společnosti České lékařské společnosti Jana Evangelisty Purkyně.

### **Rok 2020**

V období od začátku ledna do konce března 2020 bylo publikováno 13 mediálních výstupů, které se z velké části zabývají přímo ABA a jejím využití při inkluzi dětí s PAS do běžných škol. Dalším tématem v médiích bylo zajištění pracovních míst a chráněného bydlení pro osoby s PAS.

Celkový počet výstupů ve sledovaném období je 166, nejvíce za roky 2017 a 2019, kdy byl médii sledovány převážně legislativní změny. O roku 2015 do roku 2018 byl patrný nárůst mediálního zájmu o ABA, který kopíroval postupný rozvoj ABA v České republice.

## **10.2 Zaměření médií**

Nejvíce výstupů bylo publikováno ve zpravodajských médiích, ABA se ale věnují také média zaměřená na zdravotnictví. Prostor dostala ABA i v několika médiích zaměřených na životní styl a v bulváru.

### **Zpravodajská média**

ABA je nejčastěji zmiňována ve zpravodajských médiích (celkem 86krát) tiskových, online, televizních i rozhlasových. Největší podíl tvoří online média, která jsou zastoupena 56 výstupy, což se dá předpokládat vzhledem k tomu, že těchto médií existuje ze všech zmíněných typů nejvíce. Články a zprávy se často vyskytují v médiích regionálního významu, a to zejména v případě, že se zabývají konkrétním dítětem, které terapii podstupuje. Pozornost v regionálních médiích mají také regionální centra poskytující terapie založené na ABA.

Z nejčtenějších českých zpravodajských médií píše o ABA často Deník a jeho regionální mutace, dále Lidové noviny, Novinky.cz a Aktualne.cz. Několik výstupů se objevuje také v MF Dnes a online verzi Idnes.cz, v Hospodářských novinách a iHNed.cz.

Samostatnou podkategorii tvoří týdeník Respekt, který se sice také zaměřuje na zpravodajství, ale více investigativním způsobem. Problematice autismu se tento týdeník věnuje poměrně často a jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole, byl také vůbec prvním masovým médiem v České republice, kde se informace o ABA objevily.

Co se týče televizních výstupů, objevila se ABA 4krát v České televizi, jednou na FTV Prima a jednou v Televizi Seznam. V České televizi se dvakrát jednalo o reportáž zaměřenou čistě na ABA.

Výstupů v rozhlasových médiích bylo zaznamenáno 5, a to na Českém rozhlasu na stanicích Plus a Radiožurnál. Seriál o autistickém chlapci byl zveřejněn také na iRozhlas.cz, webových stránkách Českého rozhlasu.

### **Média zaměřená na zdravotnictví**

ABA terapie je často (celkem 37krát) zmiňována v médiích zaměřených na zdravotnictví, což je vzhledem k charakteru tohoto tématu pochopitelné. Kromě méně čtených a úzce zaměřených médií (informace o čtenosti/návštěvnosti poskytuje služba Monitora) se ABA objevila 7krát v odnoži Zdraví online verze týdeníku Euro.

Všechny výstupy v médiích zaměřených na zdravotnictví jsou online, v tiskových médiích tohoto zaměření se ABA neobjevuje vůbec.

Pro větší přehlednost je do kategorie zdravotnictví možné zařadit také Atypmagazin.cz, který je úzce zaměřen pouze na autismus. V tomto internetovém magazínu bylo ve sledovaném období publikováno 10 výstupů, z nichž 1 je tematicky zaměřen na mýty spojené s ABA, které stále mezi některými rodiči panují. Zda tomu tak opravdu je, je dále zjišťováno v druhé etapě výzkumu obsaženém v této praktické části práce.

### **Pedagogika / Školství**

Média zaměřená na pedagogiku a školství zmínila za sledované období ABA celkem 7krát, z toho 3 výstupy jsou až z roku 2020 a zaměřují se na ABA z pohledu inkluze autistických dětí do běžných škol.

### **Bulvár**

Celkem 5krát je ABA terapie zmíněna v internetové verzi nečtenějšího českého deníku Blesk.cz, který lze zařadit do kategorie bulvár. Již v roce 2016 tento deník o ABA informoval ve spojitosti s akreditací nového studijního oboru na Masarykově univerzitě, který umožňuje právě studium ABA. Jeden z nejnovějších článků spojuje legislativní dění ohledně terapií pro autistické děti s politikem Vladimírem Špidlou, který má vnuka s PAS.

### **Ekonomika**

Celkem 3 výstupy byly ve sledovaném období zaznamenány v ekonomických médiích, konkrétně na Euro.cz, kde se ABA objevila také v zdravotnické odnoži a dvakrát na portálu Kurzy.cz. Ve všech případech jde o informování o událostech spojených s ABA, kterými jsou převážně legislativní změny.

### **Životní styl**

V médiích zaměřených na životní styl se zmínka o ABA objevila ve sledovaném období celkem 5krát. Šlo o média zaměřená na ženy a ABA zde často byla zmíněná jako nový přístup, který může pomoci v léčbě autismu.

### **Ostatní**

Do kategorie ostatní jsou zařazeny výstupy na informačních portálech Vlády, Senátu a Masarykovy univerzity. Dále tato kategorie zahrnuje zaměření médií, které nebylo možné zařadit jinam. Tato kategorie obsahuje celkem 9 mediálních výstupů.

## **10.3 Rozsah výstupů**

Pro získání ucelnější představy o mediálním obrazu ABA byly výstupy také zhodnoceny z hlediska rozsahu, v jakém se ABA ve výstupu objevuje. Dle toho byly výstup označen jako *celý/á článek / zpráva / reportáž / rozhovor* nebo *zmínka*. Do první kategorie byly řazeny výstupy, které se ABA věnují primárně, nebo je v nich zmiňována ve větší míře. Kategorie *zmínka* označuje výstupy, které ABA zmiňují jen na okraj, jako zajímavost, druhotnou nebo doplňující informaci. Celkem 86 článků se ABA věnuje zcela, zbylých 80 ji pouze zmiňuje. Jedná se tedy o téměř rovnoměrné rozložení. Je pravděpodobné, že velké množství výstupů se věnuje pouze ABA z důvodů velkých legislativních změn, kterými tato metoda ve sledovaném období prošla.



## 10.4 Témata

V rámci analýzy byly dále mediální výstupy rozděleny podle témat, kterým se věnují a kategorizovány podle tematického zaměření. Často se výstupy zabývají více tématy najednou, vždy bylo zvoleno to téma, které rozsahově převládá. Například články věnující se čistě ABA se často překrývaly s těmi o legislativních změnách či všeobecně o poruchách autistického spektra.

### **ABA terapie – informace**

Do této kategorie byly zařazeny výstupy, které se zabývají čistě terapií založenou na ABA, popisují, jak probíhá a její další specifika. Výstupů v této kategorii bylo za sledované období publikováno celkem 24, a to napříč různými typy médií.

Jedním z výstupů v této kategorii je článek z 15. února 2018 v magazínu *Atypmagazin.cz* s titulkem *Mýty o ABA aneb rodiče uspořádali cyklus přednášek k Aplikované behaviorální analýze*, který v úvodu hovoří o cyklu probíhajících přednášek o ABA pro rodiče dětí s PAS, ale následně stručně rozebírá obsah těchto přednášek, a plně se tak věnuje ABA. Záměrem těchto přednášek a potažmo i článku je vyvrácení mýtů o ABA, kterým mohou rodiče věřit, i když ve skutečnosti nejsou založeny na pravdě. Zda tyto mýty rodiče považují za pravdivé, je částečně zjišťováno dotazníkovým šetřením v druhé části tohoto výzkumu. Častým mýtem je podle tohoto článku například to, že je ABA násilnou metodou, která jde cestou trestů, což ve skutečnosti a v dnešním podání není pravda.

Dalšími výstupy v této kategorii jsou součástí časosběrného seriálu reportáží Českého rozhlasu, který sleduje vývoj chlapce Matyáše s PAS. ABA chlapci pomáhá rychle se učit nové dovednosti a v reportážích je popisováno, jakým způsobem k takovému učení dochází, a tím je vysvětlována podstata ABA.

### **Celostátní a regionální událost**

V těchto dvou kategoriích jsou zařazeny výstupy, které informují o událostech spojených s ABA, které ale nemají charakter legislativních změn. Jedná se především o zprávy informující o nových centrech poskytujících ABA, zprávy o programu Simple Steps pro rodiče nebo otevření nového oboru pro studium ABA na Masarykově univerzitě. Často se jedná o výstupy založené na tiskových zprávách, a proto se jejich znění napříč médii opakuje. Výstupů informujících o celostátních událostech bylo ve sledovaném období publikováno celkem 28, o regionálních událostech 17.

## **PAS a kvalita péče**

V této tematické kategorii jsou zařazeny výstupy, které se zabývají obecně poruchami autistického spektra, případně kvalitou péče, které se v České republice autistům dostává. Kromě zpravodajských médií se tato témata objevují také v médiích zaměřených na životní styl, pedagogiku a školství či zdravotnictví. Výstupů v kategorii PAS a kvalita péče je celkem 55, a tedy se jedná o nejrozsáhlejší kategorii. Ve výstupech v této tematické kategorii bývá ABA zmiňována jako účinná a vědecky ověřená metoda pro léčbu autismu.

Například:

*Deník.cz, 27. 9. 2017 - Takzvaná ABA terapie učí pacienty s poruchou autistického spektra upraveným vzorcům chování a využívá efektivní strategie na posílení a udržení vhodných dovedností a chování. Zároveň uplatňuje postupy, které mají eliminovat nebo upravit nežádoucí projevy. Může pomoci dětem od nejútlejšího věku, ale také dospělým autistům. Je vědecky ověřená.*

*Kafe.cz, 11. 6. 2019 - K nejúspěšnějším metodám patří tzv. ABA (aplikovaná behaviorální analýza).*

*Hospodářské noviny, 13. 8. 2019 - Vědecky ověřené jsou ale jen některé z nich, jako právě ABA terapie, kterou podstupuje malá Julie.*

## **Jednání o zákonech**

V průběhu sledovaných let byla ABA projednávána Senátem, Poslaneckou sněmovnou i Vládou. Jednalo se o uzákonění zdravotnického povolání ABA terapeut a dále o uzákonění zdravotnického povolání terapeut neurovývojových a behaviorálních poruch u dětí s PAS.

## **Jiné**

Kromě zmíněných témat se ve sledovaném období vyskytla zmínka o ABA v rámci zprávy o krádeži peněz ze sbírky.

## 10.5 Využití konkrétních příběhů

Průběh ABA a její účinky jsou v médiích často prezentovány pomocí příběhů jednotlivých dětí a jejich rodin.

Například:

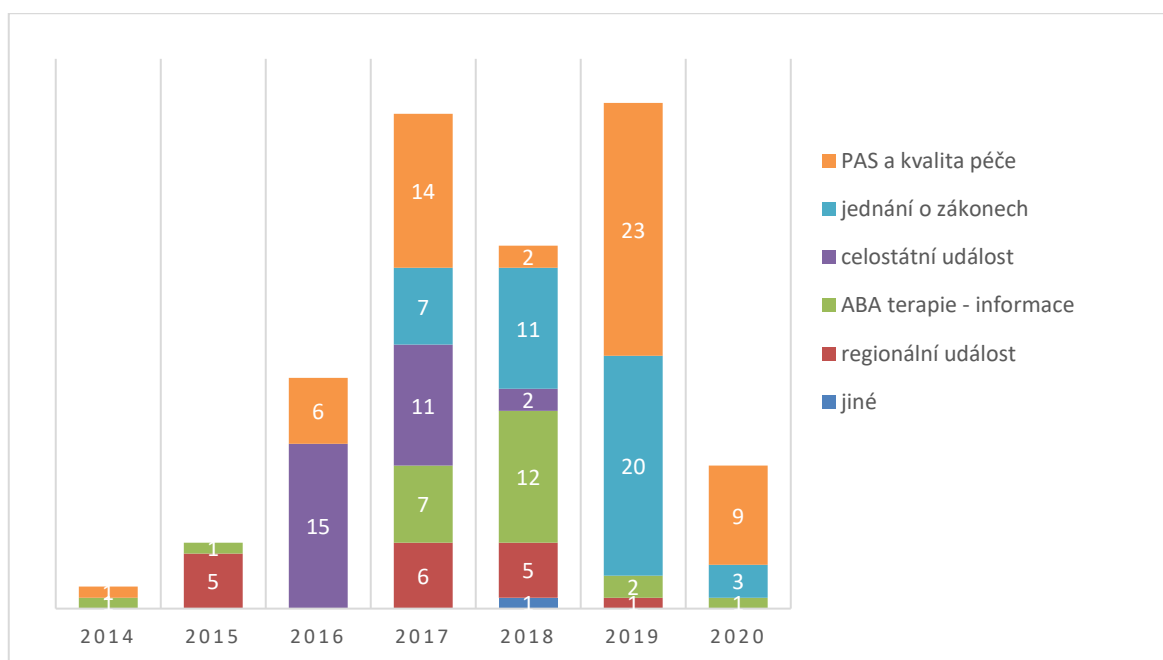
7.6.2017 – Atypmagazin.cz – článek *ABA terapie u nás doma*, napsaný matkou syna s PAS o vlastním příběhu a zkušenostech s ABA v domácím prostředí

4.4.2018 - Pořad České televize Otisky doby, kde svůj příběh se synem s PAS prezentuje Jana Gandalovičová

3.9.2018 – 7.11.2018 – Série reportáží Českého rozhlasu o chapci Matyáši s PAS a jeho pokrocích pomocí ABA

6.6.2019 – Prostejovskiy.denik.cz – článek *Tobík miluje čísla, s komunikací ale bojuje. Je totiž autista* o příběhu chlapce Tobiáše, který má autismus a pomáhá mu ABA

4.9.2019 – Idnes.cz - článek *Expremiér Špidla se stará o vnuka autistu. Sociální systém pomoci nezvládá*, který popisuje příběh Davida, chlapce s autismem a Downovým syndromem, který je vnukem Vladimíra Špidly



Graf 1 – Rozložení témat v průběhu sledovaného období

Graf 1 popisuje na vodorovné ose sledované roky, jejichž průběh byl rozebrán v kapitole 10.1, a na svislé ose témata a četnosti, v jakých se v těchto letech vyskytovala. Témata mediálních výstupů v průběhu let kopírují vývoj ABA v České republice. V počátečních letech sledovaného období se jedná o první informace a události nejprve regionálního a poté celostátního charakteru. Od roku 2017 se pak často jedná zejména o témata spojená s projednáváním legislativních změn.

## 10.6 Sentiment

V rámci sledovaného období bylo zaznamenáno 113 výstupů, dle kterých vyznívá ABA pozitivně a 51 výstupů s neutrálním vyzněním. Jeden výstup, konkrétně rozhovor (video) s dívkou s PAS na Video.aktualne.cz (DVTV), hovoří o ABA negativně, kritizuje nátlakový přístup, přílišnou intenzitu a přehnanou snahu pomocí drastických metod potlačovat autistické chování. Video s rozhovorem pak bylo zveřejněno také na portálu Pedagogicke.info, takže se jedná celkem o 2 negativní výstupy.

## 10.7 Další média

Kromě klasických médií, kterým se věnovala tato analýza, se články o ABA vyskytují i jinde. Často o ní píše webový portál Mujautismus.cz, kde bylo od roku 2016 do roku 2019 publikováno celkem 12 článků zaměřených na kritiku ABA. Ve většině případů (8) jde o články ze zahraničních blogů (převážně z USA) přeložené do češtiny. Kritizována je zde ABA zejména za svůj údajně násilný přístup, tvrdé zasahování do osobnosti autisty a také za svou minulost, která je spojena s učením pomocí tvrdých trestů či dokonce sexuálním zneužíváním. O ABA tento web píše jako silně nepřirozený přístup, či dokonce týrání. S podobnými názory je potřeba počítat a v dalších částech práce je zohledňovat.

## 10.8 Jak česká masová média prezentují ABA – shrnutí a závěry

O ABA se v českých masových médiích hovoří poměrně hodně, zejména v souvislosti s legislativními změnami. Česká média zpravidla ABA popisují jako účinnou metodu založenou na vědeckých poznacích, která je ale u nás hůře dostupná a finančně náročná. V médiích se také často objevují příběhy jednotlivých autistických dětí, pomocí kterých si danou situaci čtenář, divák či posluchač dokáže lépe představit a vcítit se. Co se týče obsahu mediálních výstupů

Co se týče obsahu mediálních výstupů, lze vyvozovat následující závěry:

- ABA je účinná metoda, která autistickým dětem pomáhá se rozvíjet.
- ABA pomáhá omezovat problémové chování.
- ABA je vědecky podložená metoda.
- ABA je finančně náročná.
- ABA je časově náročná.
- ABA je v České republice relativně novým přístupem.
- ABA lze provozovat i v domácím prostředí.
- Na ABA zdravotní pojišťovny nepřispívají a spousta rodičů musí shánět finance svépomocí.
- ABA může být vnímána jako nátlakový přístup.
- ABA může výrazně zasáhnout do osobnosti dítěte.

Zda takto vnímají ABA i rodiče autistických dětí, bude zjišťovat dotazníkové šetření v druhé polovině této Praktické části.

## 11 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Na základě podkladů z teoretické části práce a mediální analýzy byl sestaven dotazník pro rodiče dětí s PAS od 0 do 20 let, jehož celé znění je umístěno v příloze této práce.

Vzhledem k tomu, že je dotazník určen pro rodiče dětí s PAS, je započat filtrační otázkou, která vylučuje všechny, kteří tuto charakteristiku nesplňují.

Meritorní část dotazníku je rozdělena na dvě části.

První část (otázky 2-6) obsahuje otázky zaměřující se na způsob, jakým rodiče dětí s PAS získávají informace o různých metodách léčby. Součástí je také škála, ve které respondenti hodnotí důležitost jednotlivých faktorů při rozhodování o podstoupení či nepodstoupení metody.

Druhá část se již zaměřuje výhradně na ABA. V této části je zjišťováno, zda rodiče dětí s PAS o tomto typu intervence vědí, odkud o něm vědí, zda jej vyzkoušeli a pokud ne, tak jaký k tomu mají důvod. Dotazník také zjišťuje, zda již informace o ABA rodiče aktivně vyhledávají, a to na internetových stránkách a sociálních sítích. Dále dotazník obsahuje baterii otázek typu sémantického diferenciálu, kterými je zjišťováno, jak je ABA rodiči dětí s PAS vnímána na bipolárních škálách. Část věnovaná ABA je zakončena dotazy vnímání největších kladných a záporných stránek ABA a otevřenou otázkou, kde mohou respondenti doplnit jejich vlastní zkušenost či uceleněji formulovat svůj názor.

Dotazník je ukončen identifikačními otázkami. Kromě charakteristik samotného respondenta jsou zjišťovány také charakteristiky dítěte.

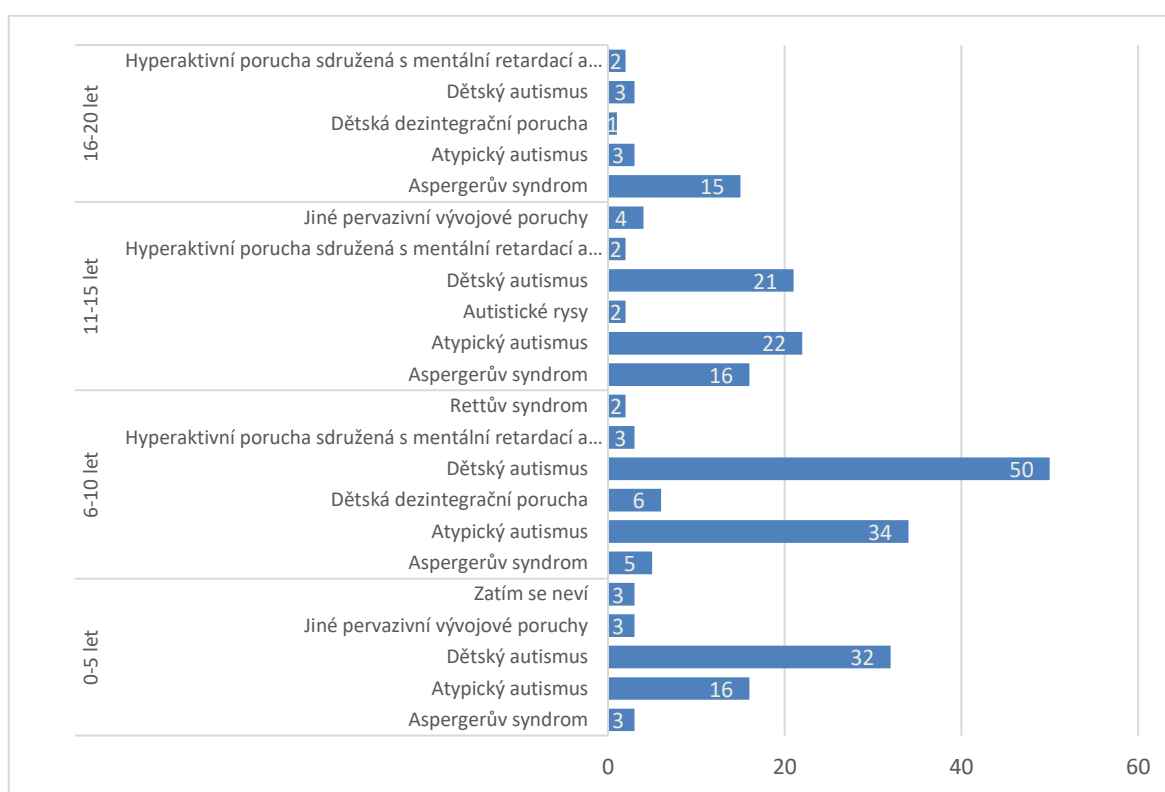
Od 1.6.2020 do 6.6.2020 probíhala pilotní analýza, v rámci které dotazník vyplnilo 10 rodičů dětí s PAS. Zhodnotili porozumění jednotlivým otázkám, jejich smysluplnost a jednoznačnost. Na základě toho byly některé otázky lehce upraveny či doplněny možnosti k výběru.

### 11.1 Respondenti

Dotazník v období 7.6.2020 až 7.7.2020 vyplnilo celkem 250 respondentů, z nichž 2 nebyli rodiči PAS a ukončili vyplňování první otázkou. Vzhledem k tomu, že nepatřili ke zkoumanému vzorku, jsou pro vyhodnocení dotazníkového šetření vyřazeni, a tedy je celkový počet respondentů 248. Respondenti byli získáváni prostřednictvím sociální sítě Facebook ve skupinách, kde si rodiče dětí s PAS předávají své zkušenosti a také prostřednictvím interních kontaktů organizace Modrý kruh z. s. Respondenty byli převážně ženy, kterých bylo celkem

197, mužů pak celkem 51. Nepoměr je pravděpodobně způsoben tím, že ženy, jakožto matky, tráví s dítětem více času, zajímají se významným způsobem o jeho péči a mají větší tendenci pohybovat se ve zmíněných skupinách na sociálních sítích. Součástí příloh (Příloha PIII) této práce je tabulka geografického rozložení respondentů podle pohlaví a také další materiály s výsledky tohoto dotazníkového šetření.

Kromě identifikace respondentů – rodičů je pro lepší představu a vyhodnocení důležité identifikovat také věk dítěte a jeho konkrétní poruchu. Nejčastěji byli respondenty rodiče, jejich dítě má diagnózu dětský autismus, často se vyskytovaly také lehčí formy jako Atypický autismus a Aspergerův syndrom.



Graf 2 – Rozložení dětí respondentů podle věku a typu PAS

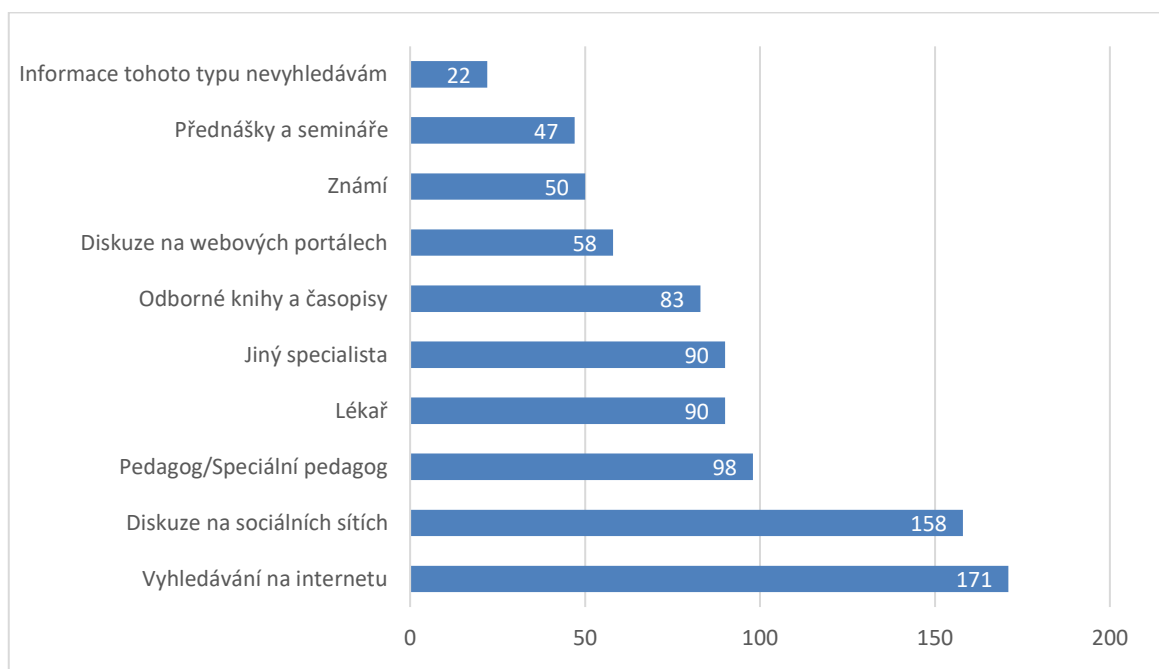
## 11.2 Získávání informací o metodách

První část dotazníku byla zaměřena na způsob, jakým rodiče získávají informace o různých intervencích, metodách, terapiích a způsobech léčby (dále jen *metody*) a celkově způsob, jakým k této problematice přistupují. Téměř polovina dotazovaných rodičů (49,6 %) uvedla, že zjišťováním těchto informací tráví 1-3 hodiny týdně, 30,7 % touto činností tráví maximálně 1 hodinu a 19,8 % více než 3 hodiny. Pokud zde srovnáme muže (otce) a ženy (matky), zjistíme, že se v množství času stráveného touto činností významně neodlišují.

Další otázkou bylo zjišťováno, kde nejčastěji rodiče tyto informace získávají. Respondenti měli možnost vybírat i více možností (proto také součet netvoří 100 %). Z výsledků je patrné, že respondenti různé zdroje informací kombinují.

Nejčastěji využívají vyhledávání na internetu, které je nejrychlejší, a často nejjednodušší a nejdostupnější volbou. Časté je také využívání diskuzí na sociálních sítích, to lze ale vysvětlit také tím, že touto cestou byli respondenti oslovoováni. Dalšími často volenými možnostmi byla skupina specialistů – pedagog / speciální pedagog, lékař (např. pediatr či psychiatr) nebo jiný specialista (např. psycholog nebo raná péče). Celkem 22 respondentů uvedlo, že dané informace nevyhledává vůbec. Jedná se převážně o rodiče dětí, kterým byl diagnostikován Aspergerův syndrom (14 případů) a rodiče starších dětí (14 případů), kteří pravděpodobně již získáváním těchto informací a zkoušením různých metod strávili delší dobu a přišli na to, co dítěti nejvíce vyhovuje.

Respondenti často uvádí kombinaci vyhledávání na internetu či diskuzí se specialistou jako zdrojem informací. Lze si tedy představit postup, kdy se rodič radí s lékařem / pedagogem / jiným specialistou o něčem, co si vyhledal na internetu či se dozvěděl v diskuzi s jinými rodiči. Možný je i opačný postup, kdy si vyhledává na internetu dodatečné informace o něčem, co mu doporučil specialista.



Graf 3 – Nejčastější zdroje informací o metodách / terapiích / léčbách

Další zjišťovanou informací bylo, jaké faktory při rozhodování o absolvování či neabsolvování dané metody. Výsledky jsou zaznamenány v Grafu 4. Bylo zjištěno, že nejdůležitější je

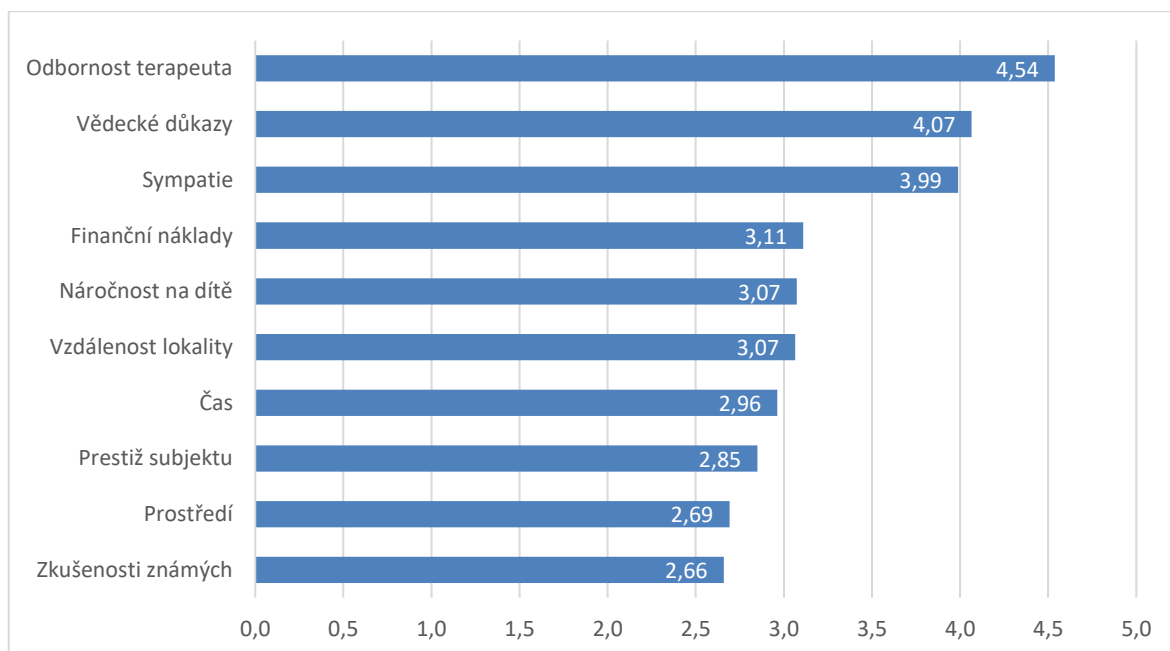


pro rodiče odbornost terapeuta, který metodu poskytuje. Lze tedy usuzovat, že zavedení zdravotnického povolání ABA terapeut je pro rodiče dětí s PAS důležité. Člověku s touto specializací budou rodiče pravděpodobně více důvěřovat, zejména pak, pokud si s ním budou rozumět také v osobní rovině a bude jim sympatický, což se ukázalo jako třetí nejdůležitější faktor při rozhodování.

Druhý nejdůležitější faktor jsou pro rodiče vědecké důkazy, tedy zda je účinnost dané metody potvrzena vědeckými studiemi. Vzhledem k tomu, že vědeckých studií potvrzujících účinnost ABA stále přibývá, jak ostatně uvádí Gandalovičová (2016), lze předpokládat, že budou rodiče ABA více důvěřovat, a to za předpokladu, že budou mít k těmto studiím přístup.

Dalším důležitým faktorem jsou finanční náklady. Metody léčby autismu bývají drahé a jak dále 87,1 % respondentů uvádí, finanční podporu státu nepovažují za dostatečnou. Vzhledem k tomu, že tento faktor nebyl vyhodnocen jako nejdůležitější, je možné usuzovat, že rodiče jsou ochotni finance do rozvoje svých dětí vkládat, avšak mají své limity.

Nejméně důležité jsou pro rodiče zkušenosti známých, pravděpodobně proto, že každé dítě s PAS je velmi individuální a dobré zkušenosti jiných nemusí zaručovat vysokou účinnost.



Graf 4 – Důležitost jednotlivých faktorů v rozhodovacím procesu

Méně důležitým faktorem při rozhodování o metodách léčby je pro rodiče také čas, který by bylo potřeba absolvováním metody strávit.

Z odpovědí respondentů vyplývá, že jsou mimo domov nad rámec běžné školní docházky věnovat terapiím dítěte s PAS průměrně 8,4 hodiny a doma, kdy se jedná o čas, který musí dítěti věnovat je to v průměru 6,9 hodiny. Celkem 10 respondentů uvedlo, že jsou ochotni se doma různému procvičování, metodám a terapiím věnovat neustále a přirozeně dítě učit i při různých přirozených činnostech každodenního života.

Více času (průměrně 9,2 hodiny) mimo domov jsou ochotni metodám věnovat rodiče dětí, které navštěvují speciální vzdělávací zařízení a také ti, jejichž děti již ABA absolvovali nebo jsou právě v průběhu této terapie (průměrně 9,3 hodiny).

Dle Gandalovičové (2016) se doporučuje ABA provádět zejména v domácím prostředí, a to pod vedením ABA terapeuta ve spolupráci s rodiči. Rozsah těchto terapií by měl být 25 až 40 hodin týdně, což může naznačovat větší časovou náročnost, než jaká je pro mnoho rodičů přípustná. Dále se techniky ABA uplatňují i jinde v přirozeném prostředí dítěte. Z Grafu 4, který vyznačuje důležitost jednotlivých faktorů v rozhodovacím procesu, je ale patrné, že čas je jedním z méně důležitých faktorů, a tedy lze předpokládat v této oblasti větší přizpůsobivost.

### 11.3 Povědomí o ABA, zkušenosti a postoje

Z odpovědí respondentů vyplynulo, že 76,6 % respondentů o ABA terapii již slyšelo a 0,8 % si není jistá. O ABA terapii neslyšeli převážně rodiče dětí, kterým byl diagnostikován Aspergerův syndrom či Atypický autismus a jejich děti často navštěvují běžná vzdělávací zařízení a je pravděpodobné, že podobný typ intervence ani nepotřebují, tudíž se o ni nemusí zajímat. Rovněž se často jedná o respondenty, kteří v jedné z předchozích otázek uvedli, že informace o metodách nevyhledávají, případně vyhledáváním tráví maximálně jednu hodinu týdně. Můžeme se tedy domnívat, že cílová skupina, která dané informace vyhledává a potřebuje, již o existenci ABA terapie ví.

Celkem 22 % dotázaných se o ABA dozvěděla vyhledáváním na internetu a dalších 19 % diskuzemi na webových portálech a sociálních sítích. V 15 % se dotázaní o tomto typu terapie dozvěděli od známého. 11 % dotázaných o ní poprvé zaslechlo od jiného specialisty, než je lékař a pedagog. Kromě psychologů je v této kategorii zařazena také raná péče, sociální

služba na podporu dětí s ohroženým vývojem. Pouze 1 respondent uvedl, že se o ABA poprvé dozvěděl od lékaře (pediatra či psychiatra). Celkem 14 % respondentů si nepamatuje, kde se o ABA poprvé dozvěděli. I dle těchto výsledků je patrné, že rodiče se při vyhledávání informací často spoléhají obecně na internetové zdroje, ať už diskuze, či vyhledávání, kde mohou narazit jak na jednotlivé organizace poskytující AB, tak na mediální výstupy, kterými se zabývala předchozí část, ale také další zdroje.

Více než polovina respondentů (50,5 %) uvedla, že sleduje (13,68 %) nebo občas sleduje (36,84 %) webové stránky zabývající se ABA. Z největší části se jedná o webové stránky Csaba.cz, které uvedlo celkem 35 respondentů. Celkem 13 respondentů pak uvedlo stránky Centra ABA při Masarykově univerzitě a 10 respondentů stránky pražského ABA Centra. Vyskytly se také zmínky o organizaci Nautis, která se ale věnuje autismu obecně.

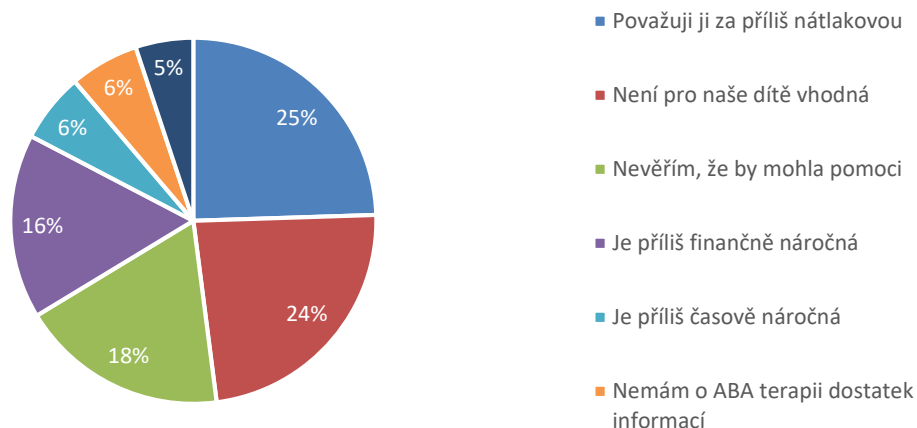
Na sociální síti Facebook sleduje stránky zabývající se ABA 28,4 % dotázaných, jde zejména o stránky, které patří k webům zmíněným v předchozí kapitole. Celkem 20 % respondentů uvedlo, že sleduje i Instagramové profily věnující se ABA, zde jde často o profil ABA strategie, který 2 respondentky uvedly jako inspiraci pro hry a aktivity s dětmi s PAS.

Co se týče osobních zkušeností respondentů s ABA terapií, celkem 4,8 % ze všech dotázaných ji s dítětem v minulosti vyzkoušelo a celkem 16 % je právě v průběhu terapie. Dále 32,8 % absolvování terapie v budoucnosti nevyklučuje a 22,4 % absolvování ABA terapie neplánuje. Zbylou zhruba čtvrtinu tvoří respondenti, kteří o ABA dříve neslyšeli.

Celkem 52 respondentů má tedy s ABA vlastní zkušenost, z toho celkem 5 uvádí, že ABA na jejich dítě neměla pozitivní účinky. Jedna respondentka, jejíž dítě ABA absolvovalo, vyjádřila jako důvod k nespokojenosti nedostatečnou vzdělanost terapeutů v České republice. Zbytek respondentů uvádí, že ABA je účinnou terapií a ti, kteří se rozhodli přidat slovní komentář, uvádějí dobré zkušenosti, avšak horší dostupnost. Doslovná vyjádření respondentů jsou přílohou (Příloha PIII) této práce.

Lze tedy říci, že většina těch, kteří s dětmi ABA absolvovali, s ní mají pozitivní zkušenost, avšak je zde náročnost na samotné zajištění terapie a získání vhodného terapeuta. Negativní zkušenost má malé množství respondentů, což lze vysvětlit různě, například nedostatečně kompetentní terapeut, nevhodnost terapie pro dítě, či další.

Zjišťovány byly také důvody pro neabsolvování terapie. Zde hovoříme pouze o respondentech, kteří dříve uvedli, že absolvování ABA v budoucnu nemají v plánu (29,5 % ze všech respondentů).

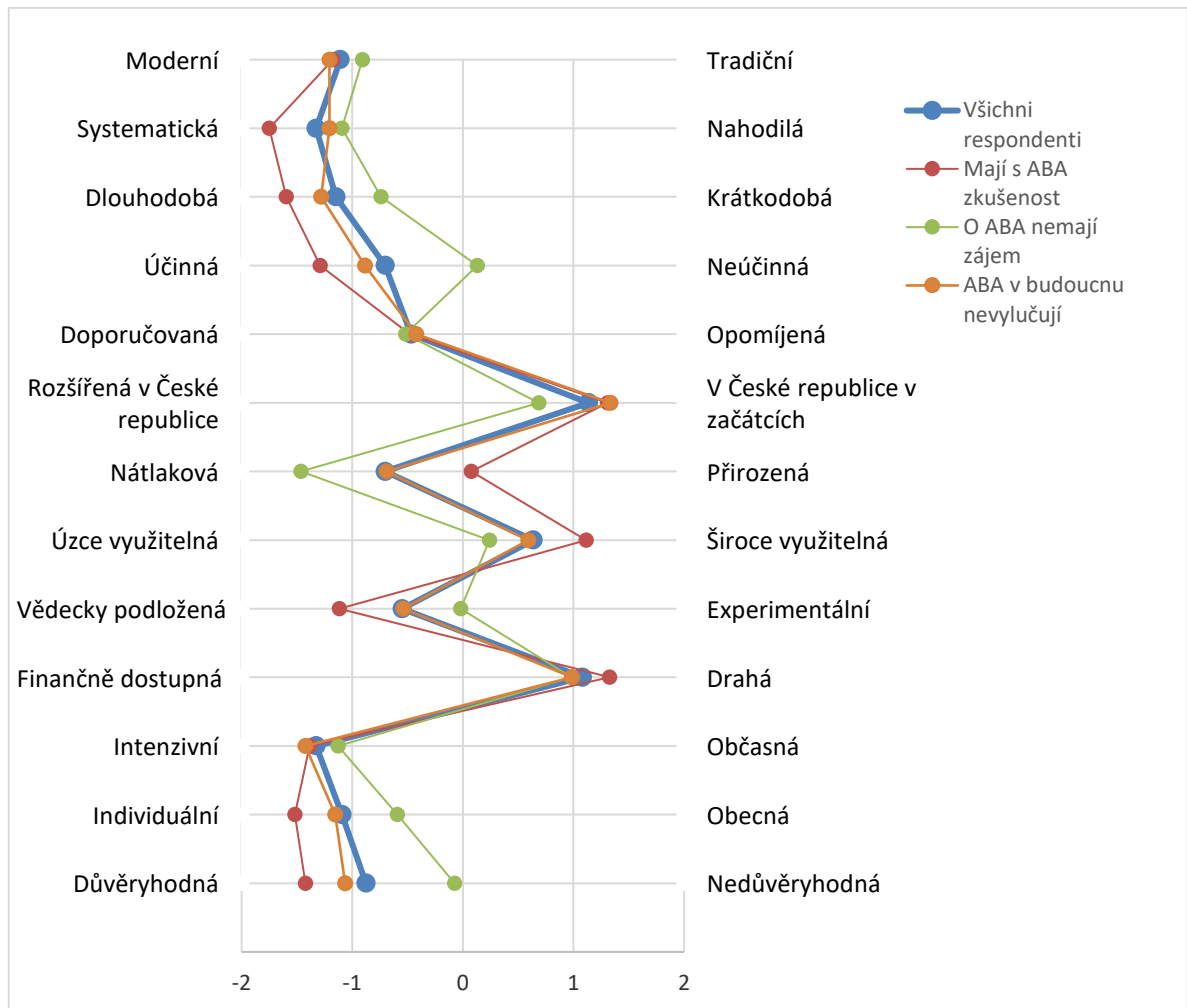


Graf 5 – Důvody k neabsolvování ABA

Byť je ABA velmi často zmiňována jako finančně a časově náročná, není to nejčastějším důvodem k jejímu neabsolvování. Tím je převážně představa, že terapie je příliš nátlaková a také fakt (či obava), že pro dítě není vhodná a nevíra, že by mohla pomoci. Nízké procento dotázaných uvádí, že je důvodem špatná dostupnost / přístup v místě bydliště, což opět naznačuje možnou ochotu za terapií dojet i dále od místa bydliště.

Z odpovědí na dotaz, který zjišťoval další absolvované terapie (kromě ABA), lze usoudit především to, že mnoho rodičů má za sebou spoustu různých metod. Z nejčastěji jmenovaných je to Fyzioterapie, Ergoterapie, TEACCH, Son-rise, O.T.A., Handle, Logopedie, Arteterapie, Sensorická integrace, Hipoterapie, Canisterapie, Návčik sociálních dovedností, Rodinné terapie, Psychologická a psychiatrická sezení, Alternativní komunikace a další. Spíše než konkrétní terapie a četnost jejich využití je zde důležitější zjištění, že rodiče často terapie kombinují, zkoušejí a hledají co možná nejlepší možnost.

Dále bylo zjišťováno, zda se respondenti domnívají, že jsou rodiče dětí s PAS o ABA dostatečně informováni. Dle 60 % respondentů rodiče dětí s PAS dostatečné množství informací o ABA spíše nemají. Celkem 18 % se pak přiklání k názoru, že rodiče dostatek informací určitě mají či spíše mají. Výsledek je spíše názorem respondentů než konečným faktem, částečně jej však můžeme při tvorbě závěrů zohlednit.



Graf 6 – Postoje k ABA

Graf 6 popisuje postoje respondentů k ABA, přičemž zobrazuje také porovnání tří skupin respondentů:

1. Respondenti, kteří mají s ABA zkušenosti a jejich dítě ji již podstoupilo nebo právě podstupuje
2. Respondenti, kteří ABA s dítětem nepodstoupili a do budoucna to ani neplánují
3. Respondenti, kteří ABA do budoucna nevyklučují

Pro přehlednost obsahuje graf také linii vyznačující postoje celé skupiny respondentů (modře).

Na stupnici *Moderní – Tradiční* hodnotí respondenti ABA jako spíše moderní, a to pravděpodobně z toho důvodu, že se v České republice využívá pro osoby s PAS spíše kratší dobu. Postoje jednotlivých skupin respondentů se výrazně neliší.

Další škála zobrazuje, jak respondenti hodnotí ABA na stupnici *Systematická – Nahodilá*. Obecně je vnímána jako velmi systematická, přičemž ještě silněji tento názor zaujímají rodiče, kteří již ABA s dítětem podstoupili. Systematičnost je jednou ze základních charakteristik ABA (Gandalovičová, 2016), lze tedy říci, že v tomto směru jsou respondenti s principy ABA obeznámeni. Podobně je to se stupnicí *Dlouhodobá – Krátkodobá*.

Stupnice *Účinná – Neúčinná* se více zabývá postoji a je patrné, že skupina respondentů, která se ABA nechystá podstoupit ji považuje spíše za neúčinnou, myšleno ve smyslu zkvalitnění života člověka s PAS. Obecně ji ale respondenti vnímají jako účinnou, což opět platí spíše pro rodiče, kteří již mají s ABA zkušenost.

ABA považují všichni respondenti za spíše *doporučovanou* metodu a rovněž se shodnou na tom, že v *České republice je stále v začátcích*.

Kontroverzně působí ABA v otázce nátlakovosti, kdy ji respondenti se zkušeností hodnotí jako spíše *přirozenou*, ale celek a zejména ti, co se ji absolvovat nechystají, ji hodnotí jako velmi *nátlakovou*. To je pro ně v mnoha případech také důvod ABA nepodstoupit. Může se jednat o působení mýtu, podle kterého jde ABA cestou trestů. Přístup ABA se naopak tresty snaží co nejvíce eliminovat, protože mohou správné chování spíše snížit (Holá, 2018).

Mýtem může být rovněž to, že je ABA využitelná pouze pro osoby s PAS, její principy jsou totiž využitelné také pro děti s epilepsií, Downovým syndromem, ale i pro dospělé lidi (Holá, 2018). Dle odpovědí respondentů si tuto šíři využití všechny skupiny respondentů spíše uvědomují a vnímají ji.

Jak již bylo zmíněno v předchozích kapitolách, vědeckých důkazů o účinnosti ABA je mnoho (Gandalovičová, 2016). ABA je považována za tzv. evidence-based metodu (Applied Behavior Analysis, ©2020), tedy takovou metodu, jejíž účinnost je podložena vědeckými důkazy. Respondenti ji takto také spíše vnímají. Skupina respondentů, která se ABA nechystá vyzkoušet, ji umísťuje do středu této stupnice, je tedy možné, že o vědeckých důkazech nevědí, nebo je nepovažují za relevantní a vypovídající.

Na čem se respondenti shodují, jsou finanční náklady, které činí ABA *drahou*, což potvrzují hlavně ti, kteří s ní mají zkušenost.

Jednou z charakteristik klasických ABA terapií je její *intenzita*, kdy se doporučuje mezi 25 až 40 hodin týdně (Gandalovičová, 2016), k čemuž se přiklání také většina respondentů. Stejně tak je tomu u její *individuálnosti*. ABA je ve svém klasickém pojetí metodou, kdy

terapeut pracuje individuálně s konkrétním dítětem a metodu přizpůsobuje jeho potřebám (Gandalovičová, 2016).

Dle poslední stupnice *Důvěryhodná – Nedůvěryhodná* je ABA pro většinu respondentů velmi důvěryhodnou metodou, přičemž výsledky se zde pohybují podobně, jako u účinnosti. Je zde možné hledat souvislost s vnímaným dostatkem vědeckých důkazů.

Podíváme-li se na respondenty vnímanou největší výhodou ABA, je to pro více než polovinu respondentů její účinnost. Pětina respondentů uvedla, že neví, 13 % pak uvádí jako největší výhodou individuální přístup. Výsledky jsou zaznamenány v Grafu 7, který je umístěn v přílohách této práce. Naopak největší vnímanou nevýhodou je pro polovinu respondentů finanční náročnost, pro další pětinu nátlakový přístup, dále pro 15 % nedostupnost. V možnosti vlastní odpovědi jedna z respondentek uvedla nedostatečné vzdělání terapeutů. Je tedy patrné, že byť stále docela vysoké procento respondentů považuje ABA za nátlakovou, to, co rodiče dětí s PAS trápí nejvíce, je právě její finanční náročnost.

## 11.4 Odpovědi na výzkumné otázky

### **Jaká je míra informovanosti rodičů autistických dětí o ABA terapii?**

Zhruba tři čtvrtiny rodičů o ABA vědí, zbylá jedna čtvrtina o ní zatím neslyšela nebo si není jistá. Ti, co o ní neslyšeli však nejsou cílovou skupinou a pro jejich děti, které mají často slabší formy PAS, pravděpodobně ani není vhodná či nezbytná. Ti rodiče, kteří ABA znají o ní mají i přehled z hlediska základních charakteristik (jako je individuální a vysoce systematický přístup), možných slabin a nevýhod. Více než pětina rodičů se svými dětmi ABA vyzkoušela, přičemž výsledky považují převážně za pozitivní.

### **Jak jsou postoje rodičů autistických dětí k ABA terapii?**

ABA se rodiči dětí s PAS hodnocena převážně pozitivně – jako účinná, důvěryhodná a vědecky podložená metoda, která přináší výsledky. Tento názor zastávají z velké míry také ti rodiče dětí s PAS, kteří mají s ABA vlastní zkušenosti. Co se týče výhrad k ABA, je to zejména její finanční náročnost, která by mohla být vyřešena pokrytím ze zdravotního pojištění. Další výhradou je její horší dostupnost a nedostatek terapeutů v České republice, kteří tuto terapii poskytují. Obavou také bývá nedostatečná kvalifikace těchto terapeutů, což by se však díky akreditaci oboru ABA terapeut na Masarykově univerzitě mělo v průběhu let zlepšit. Další obavou některých rodičů je také nátlakové až násilné učení, které by mohlo vést ke ztrátě vlastní identity dítěte.

**Jakým způsobem se rodiče autistických dětí vzdělávají o možnostech léčby?**

Rodičům je největším zdrojem informací internet, často internetové diskuze na portálech a sociálních sítích. Informace si zjišťují či ověřují u odborníků jako jsou pedagogové, speciální pedagogové, pediatři, psychiatři, psychologové či raná péče. Různé zdroje často kombinují. Zjišťování informací věnují 1-3 hodiny týdně.



### **III. PROJEKTOVÁ ČÁST**

## 12 APLIKOVANÁ BEHAVIORÁLNÍ ANALÝZA V ČESKÉ REPUBLICCE

Organizace a terapeuti nabízející ABA se začaly v České republice objevovat od roku 2014, v současné době zde funguje různých organizací vícero. ABA lze v České republice také studovat, a to na Masarykově univerzitě v Brně, takže zde lze získat patřičné vzdělání k poskytování těchto typů terapie. V následující kapitole bude několik organizací zabývajících se ABA zmíněno. V České republice je jich více, jejich seznam není ve strukturované podobě nikde k dispozici, ale počty terapeutů tohoto směru postupně narůstají, a tím se postupně zlepšuje také dostupnost. Problémem však zůstává to, že ABA programy nejsou hrazeny ze zdravotního pojištění a bývají poměrně drahé. Rodiče je buď financují ze svých prostředků nebo pomocí veřejných sbírek a různých dárcovských příspěvků.

Zásadní organizací zabývajících se ABA v České republice je Centrum Aplikované Behaviorální analýzy Masarykovy univerzity sídlící v Brně. Jeho posláním je zejména rozvoj ABA v České republice, vzdělávat odborníky v tomto oboru a zvyšovat tak dostupnost terapií a učení pomocí ABA. Centrum se zabývá třemi skupinami činností: vzdělávání a příprava specialistů v oboru, semináře pro rodiče a odborníky, překlady a dostupnost literatury v českém jazyce. Ve školním roce 2017/2018 zde byl zahájen první postgraduální vzdělávací program pro studium ABA analytiků (CABA / Masarykova univerzita, ©2018).

Základní škola a Mateřská škola v Mladé Boleslavi poskytuje od roku 2018 vzdělání dětem s poruchami autistického spektra formou ABA a inkluzi prostřednictvím speciální třídy, která je zatím jediná v České republice (v rámci základního vzdělávání). Žáci se zde vzdělávají se speciálním pedagogem a asistentem pedagoga (ZŠ a MŠ Mladá Boleslav, 2019).

Vzdělání dětem s poruchami autistického spektra na základech ABA poskytuje také ABAškolka. Jedná se o soukromou mateřskou školu sídlící v Cerhencích ve Středočeském kraji zřízovanou zapsaným spolkem Vulnus Curare, jehož cílem je podpora vzdělávání a rozvoje dětí s autismem (z.s. Vulnus Curare, © 2018).

V Praze se ABA přístupu věnuje společnost ABA strategie s.r.o., která vznikla v roce 2017 a poskytuje komplexní behaviorálně analytické služby: hodnocení dovedností dítěte, vypracování individuálního programu intervence, přímá intervence s dítětem (1:1) pod supervizí BCBA, evaluace programu po 6 měsících intervence, konzultační služby a školení pro rodiče, asistenty, pedagogy a odbornou veřejnost (ABA Strategie, 2020). Dalším místem

v Praze věnujícím se ABA je ABA Centrum poskytující konzultace pro rodiče a terapie dětí pomocí ABA.

Za účelem vzdělávání odborníků na ABA vznikl spolek Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy. Jeho cíli jsou: dosažení možnosti vzdělání v nelékařském oboru aplikované behaviorální analýzy dle mezinárodních standardů s možností certifikace BACB, zavedení behaviorální analýzy v terapii dítěte již po pozitivním záchytu na PAS v 18 až 24 měsících, docílení hrazení ABA z prostředků zdravotního pojištění (Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy, ©2016-2020). V roce 2016 zahájila Česká odborná společnost aplikované behaviorální analýzy projekt zajištění české verze Simple steps – multimediálního výukového kompletu, určeného rodičům dětí s PAS a pracovníkům v přímé péči u osob s PAS. Cílem Simple steps je seznámit uživatele se základy (principy a postupy) ABA, pomoci jim tak lépe pochopit chování dítěte (Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy, ©2016-2020).

### 13 POPIS AKTUÁLNÍ SITUACE A NAVRHOVANÉ ŘEŠENÍ

Z výzkum vyplynulo, že většina dotazovaných rodičů dětí s PAS o Aplikované behaviorální analýze ví, ale je pro ně nedostupná, ať už finančně či geograficky. V možnostech této práce bohužel není sehnat rodičům na terapii dostatek finančních prostředků (i když fundraisigový projekt by mohl být pokračováním této práce), či jim zřídit centra tuto terapii poskytující v jejich blízkosti. Záměrem je však navrhnout, jak by bylo možné jim pomoci alespoň předáním dostatku informací, které by jim v první řadě mohly pomoci se správně rozhodnout, zda tuto terapii s dítětem podstoupí. Dalším komunikačním cílem by mělo být vyvrácení mýtů, které jsou s tímto v České republice relativně novým typem intervence pro osoby s PAS spojeny. V neposlední řadě je cílem předat případným zájemcům strukturovaný seznam míst s kontakty, kde lze v České republice ABA podstoupit, případně za jakých podmínek.

K dosažení těchto tří cílů povedou všeobjímající a shrnující webové stránky, které mohou fungovat jako informační centrum o ABA pro rodiče.

Mnoho souhrnných informací v dnešní době nabízí zejména Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy na svém webu Csaba.cz. Tyto webové stránky jsou však ve velké míře zaměřeny spíše na studenty a potenciální studenty oboru aplikovaná behaviorální analýza. Svědčí o tom například sekce Pro rodiče, kde je podsekce Rodičovské semináře viditelně neaktualizována. Dále zde rodiče mohou najít sekci Simple Steps, která obsahuje přeloženou českou verzi výukového programu určeného právě rodičům, tedy publikaci, kterou si rodiče mohou stáhnout a s její pomocí provozovat metody založené na ABA s dětmi doma.

Tato kapitola se bude zabývat koncepcí webových stránek, které by naplňovaly zmíněné cíle a způsoby, jak rodiče dětí s PAS na tyto webové stránky nasměrovat.

## 14 WEBOVÉ STRÁNKY

Jak bylo zmíněno v předešlé kapitole, cílem webových stránek je zejména edukace a dosažení informovanosti rodičů dětí s PAS o tématu ABA. Cílem naopak nemá být rodiče dětí s PAS přesvědčovat o jedinstvosti a správnosti tohoto typu terapie, vzhledem k tomu, že se jedná o citlivé téma a jakékoliv přesvědčování v tomto směru by bylo neetické.

Byť byla tato práce zpočátku tvořena a konzultována ve spolupráci s organizací Modrý kruh z.s., která se poskytováním ABA zabývá, v průběhu práce se ukázalo, že řešení je vhodnější spíše pro větší organizaci, která se tématem ABA zabývá aktivněji. Takovou organizací je v České republice Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy, zapsaný spolek, která má za cíl rozšiřování ABA v České republice, a to na různých úrovních.

Jak bylo popsáno v teoretické části, specifickým znakem neziskového sektoru jsou finance, které nepochází z uživatelů služeb neziskové organizace, ale z dárcovství a příspěvků. Vzhledem k tomu, že tvorba navrhovaných webových stránek by se pohybovala patrně v řádech desítek tisíc korun, i zde by bylo potřeba projekt webových stránek financovat z dárcovství, získat příspěvek či vyhledat společnost, která by byla ochotná webové stránky vytvořit tzv. pro bono.

### 14.1 Cíl webových stránek

Webové stránky by měly vést k dosažení tří cílů, které již byly v předchozí kapitole rovněž naznačeny:

1. předání veškerých zásadních informací o ABA rodičům dětí s PAS;
2. vyvrácení mýtů o ABA;
3. poskytnutí strukturovaného seznamu míst, kde lze ABA podstoupit.

### 14.2 Cílová skupina webových stránek

Webové stránky jsou primárně určeny rodičům dětí s PAS, které potřebují vhodnou intervenci, a rodiče jsou v procesu rozhodování a získávání informací. O ABA už nejspíše slyšeli, ale potřebují více podrobností a možná mají strach, že ABA by mohla jejich dítěti uškodit.

Využívat tyto webové stránky mohou ale také ti rodiče dětí s PAS, kteří o ABA dostatek informací mají, ale chtějí se inspirovat novými tipy na využití principů ABA v domácím prostředí.

### 14.3 Název webových stránek

Jako název webových stránek bylo zvoleno heslo **ABA mě ba** (www.abameba.cz), a to z následujících důvodů:

- působí hravě a odkazuje na to, že ABA může být i hrou, není systémem trestů, jak se stále někteří rodiče mohou domnívat;
- autistické děti se mimo jiné pomocí ABA učí mluvit a jednou z fází tohoto procesu je slabikování, které je využito i v tomto názvu;
- jednoduchá zapamatovatelnost.

### 14.4 Sekce webových stránek

V závislosti na třech zmíněných cílech webových stránek by měly být obsaženy následující sekce.

#### 14.4.1 Co je to ABA

Vzhledem k charakteru webových stránek je nezbytné představení ABA, její principy, jak funguje, na čem je založena a pro koho je vhodná. Příloženo může být také ukázkové video, jak ABA probíhá. Zmíněno by mělo být, že ABA není jen přístup pro děti s PAS, ale je vhodná také pro jiné poruchy.

Informace by měly být podávány stručně bez zbytečné slovní vaty, což je obecným pravidlem pro textaci webových stránek. Pro rodiče dětí s PAS, kteří jsou často velmi časově vytíženi, by však měl být na toto pravidlo brán zvýšený zřetel.

#### 14.4.2 Historie a vývoj

Historie by měla být graficky znázorněna na časové ose pro přehlednost a měla by obsahovat všechny důležité informace, včetně negativnějších momentů, které jsou s ABA spojeny. Jedná se o příležitost zdůraznit, že v dnešní době je k ABA přistupováno moderně a bez negativního podmiňování.

#### 14.4.3 Mapa

Tato sekce by měla rodičům pomoci najít vhodného terapeuta v případě, že se rozhodnou ABA podstoupit a splnit tak cíl předání strukturovaného seznamu míst s kontakty, kam se rodiče dětí s PAS mohou obracet. Obsah sekce by měl být graficky znázorněn jako mapa se

špendlíky v místech, kde se organizace a terapeuti poskytující ABA nacházejí. Po rozkliknutí by uživatel měl získat více informací a mapa by tak měla fungovat jako rejstřík.

Vzhledem k tomu, že Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy se sama staví proti působení necertifikovaných odborníků (Kasal, Gandalovičová, Pančocha a Němcová, © 2016-2020), budou zde zařazeni pouze ti terapeuti, kteří mají certifikaci dle tzv. Behavior Analyst Certification Board a kterých bude díky možnosti studia ABA na Masarykově univerzitě v Brně v České republice postupně přibývat. Tato selekce pomůže také rodičům, kteří v dotazníkovém šetření problém nedostatečné odbornosti terapeutů zmiňovali a zároveň odbornost terapeuta uvedli jako nejdůležitější faktor při rozhodování o absolvování dané terapie.

#### **14.4.4 Kurzy, školení a přednášky**

Do této sekce by měly být pravidelně přidávány termíny různých školení, kurzů a přednášek na téma ABA v celé České republice. Opět zde platí zveřejňování akcí vedených pouze odbornými lektory, kteří mají patřičné vzdělání.

#### **14.4.5 Často kladené otázky o ABA (FAQ – frequently asked questions)**

V této sekci by měly být nenásilným způsobem vyvráceny mýty o ABA. Záměrně není použit nadpis, který by mohl zbytečně odradit i ty uživatele webu, kteří se s žádnými mýty o ABA nesetkali. Obsaženy by měly být odpovědi na otázky:

Jde ABA cestou trestů?

Může ABA potlačit osobnost dítěte?

Lze ABA využít i ve skupině dětí nebo jen s jednotlivcem?

a další.

Odpovídat na dotazy by měl odborník, tedy nejlépe někdo ze zakládajících členů České odborné společnosti Aplikované behaviorální analýzy, který tématu jednak rozumí a dokáže adekvátně odpovědět, ale také svou odborností vzbuzuje důvěru.

#### **14.4.6 Poradna**

V sekci *Poradna* mohou rodiče pokládat dotazy týkající se ABA, na které jim bude odpovídat odborník. Dotazující se uživatelé se mohou rozhodnout, zda se chtějí zeptat privátně,

nebo zda souhlasí se zveřejněním svého dotazu. Odpověď jim vždy dorazí na email, v případě veřejného dotazu bude navíc zveřejněna v sekci poradna, kde si ji budou moci přečíst i ostatní uživatelé webu.

#### **14.4.7 ABA na doma**

Sekce *ABA na doma* nabízí užitečné tipy na to, jak nenásilně využívat principy ABA v domácím prostředí, různé hry a cvičení s návodem, jak je provozovat, pro jaké děti se hodí a čemu mohou pomoci. Tipy zde budou přidávány jako články a sekce bude fungovat jako blog, kde lze i komentovat. Tipy budou rozřazeny dle náročnosti, aby mezi nimi rodiče mohli snadno vyhledávat a jednoduše si vybrat, co bude jejich dítěti nejvíce vyhovovat. V této sekci by také měl být zahrnut již existující projekt Simple Steps s možností stažení.

#### **14.4.8 Literatura a studie**

Sekce *Literatura a studie* bude obsahovat doporučené odborné zdroje, které potvrzují účinnost ABA a odkazy na ně. Ideální je vložení stěžejních zahraničních studií přeložených do českého jazyka. Možností ke zvážení je také vložení stanoviska českých odborníků k daným studiím.

#### **14.4.9 O nás**

Sekce *O nás* je důležitou součástí webu a měla by obsahovat základní informace o České odborné společnosti Aplikované behaviorální analýzy. Jedná se především o informace o tom, kdy byla založena, jaký je její účel a vize a co se organizaci již podařilo dokázat.

#### **14.4.10 Kontakt**

Sekce *Kontakt* by měla obsahovat identifikaci majitele stránky, telefonní číslo a email, na kterých jej lze zastihnout a adresu, kde sídlí.

### **14.5 Grafické zpracování**

Grafické zpracování by mělo odpovídat grafickému zpracování webových stránek Csaba.cz, aby byla vizuálně očividná jejich propojenost. Využita by měla být modrá barva, která je symbolem autismu a kterou zároveň Csaba.cz již využívá. Dle Vysekalové (2007, s. 85) je modrá barva lehce srozumitelná a jde o barvu klidu. Symbolizuje klidnou vodu, důvěru, něhu, lásku a oddanost. Ze zmíněného je pro webové stránky tohoto typu důležité zejména navození důvěry a klidu, na které by se rodiče při návštěvě webových stránek měli naladit.



Zároveň lze do grafického zpracování zařadit motiv puzzle, který je rovněž využíván jako symbol autismu a místy se na stránkách Csaba.cz také objevuje.

Webové stránky by měly využívat moderní prvky pro přilákání pozornosti návštěvníků, a zároveň působit hravým dojmem, aby podtrhly podstatu ABA, ke které může být přistupováno jako ke hře.

Grafickou stránku by měly podtrhnout kvalitní ilustrační fotografie pro doplnění, v rámci zachování hravého vzhledu se může jednat o fotografie pomůcek k terapii, her a hrajících si dětí.

## 14.6 Testování webu

Před finálním spuštěním a komunikací je potřeba web otestovat, aby bylo v ostrém provozu zamezeno potížím. Jedná se o web převážně informační, není určen k tvorbě objednávek a také není příliš rozsáhlý, proto by zde neměly nastat problémy se složitými a potenciálně nesrozumitelnými procesy. Na druhou stranu jde o web, který má podat o ABA ucelené informace, proto je vhodné jej otestovat po obsahové a textové stránce. K tomu by mělo být využito zástupců cílové skupiny, tedy rodičů dětí s PAS. Zjištěno by mělo být, zda zástupci této cílové skupiny obsahu webových stránek rozumí, nepostrádají zde stěžejní informace a především - zda jsou pro ně webové stránky užitečné.

## 14.7 Rozšíření webových stránek mezi cílovou skupinu rodičů dětí s PAS

Tvorba webových stránek sama o sobě nemá smysl, pokud se na ně cílová skupina uživatelů nemá možnost dostat. Tato kapitola se bude věnovat způsobům, jak mezi rodiči dětí s PAS webové stránky rozšiřovat tak, aby se k nim co nejjednodušeji dostali.

### 14.7.1 Sociální sítě

Sociální sítě by měly být přesahem webu. Jedná se zejména o Facebook, který rodiče dle výzkumu využívají, a také Instagram.

#### Facebook

Na Facebooku by měla být založena stránka ABA mě ba, která by byly přidávány pravidelně a rovnoměrně příspěvky následujících typů:

- Novinky na webových stránkách ABA mě ba
- Zajímavosti o ABA formou *Věděli jste, že...?*

- Tipy na ABA na doma
- Sdílení webových stránek jednotlivých center a terapeutů, kteří ABA poskytují (a jsou zahrnuti na webu v sekci *Mapa ABA*)
- Sdílení zajímavostí z jiných webů a médií
- Otevírání diskuzí na téma ABA

V začátcích mohou být jednotlivé příspěvky sponzorovány / podpořeny reklamou.

K rodičům dětí s PAS se dále může Facebooková stránka (potažmo webová stránka) dostat prostřednictvím Facebookových skupin, kde se lze jménem stránky připojit do skupiny (Hušková, 2018) a přispívat v diskuzích pod příspěvky odbornými radami, a také lze doporučovat webové stránky a odkazovat na ně.

Další možností na Facebooku je spolupráce se subjekty poskytujícími ABA, které jsou zahrnuty v sekci Mapa ABA na webových stránkách, které mohou pomoci webové stránky sdílet. Tím je dostanou ke svým sledujícím, kteří jsou ve velké míře cílovou skupinou – rodiči dětí s PAS.

Poslední možností na Facebooku je sdílení pomocí Facebookové stránky Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy.

### **Instagram**

Možností je také zviditelnění pomocí sociální sítě Instagram, kde je důležité využívat vizuálně atraktivní obsah. Opět by mělo být záměrem, aby obsah profilu působil hravě. Sdílet lze podobně jako na Facebooku tipy na ABA aktivity na doma, zajímavosti o ABA a také zde lze otevírat diskuze a podněcovat rodiče dětí s PAS ke sdílení jejich zkušeností a názorů.

Na Instagramu je vhodné využívat tzv. hashtagy. Kromě vlastního hashtagu #ABAMEBA je vhodné využívat hashtagy jako #aplikovanabehavioralniaalyza, #bcaba, #appliedbehavioralanalysis a další. Podle hashtagů lze také vyhledat podobně zaměřené profily a příspěvky a u nich se zapojovat do diskuzí přidávat odborné komentáře.

### **14.7.2 Public relations a komunikace v médiích**

Při spuštění webových stránek by Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy měla o tomto informovat na svém vlastním webu a zároveň vydat tiskovou zprávu. Tisková zpráva by měla informovat o spuštění nových webových stránek, o tom, pro koho jsou určeny, co je jejich obsahem a proč by je rodiče dětí s PAS měli navštěvovat.

Cílovými médii této tiskové zprávy by měla být primárně média zaměřená na autismus, kterých ale v České republice není tolik, a také média zaměřená na zdravotnictví a školství. Dále je možné zprávu nabídnout zpravodajským médiím a médiím zaměřeným na životní styl a na ženy. Vycházet je možné z mediální analýzy, která je součástí praktické části této práce a z které jsou patrná média zabývající se touto tematikou.

Konkrétně by mělo jít o média: Atypmagazin.cz, Ceskaskola.cz, MedNews.cz, Ozdravnictvi.cz, Týdeník Školství, Učitelství, Učitelství, Zdravi.euro.cz, Zdravotnickýdeník.cz, Respekt, Mladá fronta DNES (Idnes.cz), Hospodářské noviny (iHNed.cz), Aktuálně.cz, Seznam.zpravy.cz, Právo (Novinky.cz), Lidové novinky (Lidovky.cz), Blesk (Blesk.cz), Deník N, Deník (Denik.cz), Eurozpravy.cz. Seznam je možné doplnit také o další tituly.

Dále je možné informovat také televizní a rozhlasová média, kterými jsou Česká televize, TV Nova, FTV Prima a Televize Seznam. Z rozhlasových médií by mělo jít zejména o Český rozhlas, který se v minulosti již ABA zabýval.

Předána by měla být tisková zpráva také České tiskové kanceláři (ČTK), která poskytuje zpravodajský servis mnoha dalším médiím.

Ve zmíněných médiích je vhodné zvolit vždy vhodného redaktora, který se podobnými tématy zabývá a jsou pro něj relevantní. Tiskovou zprávu je danému médiu potřeba přizpůsobit.

### 14.7.3 Odborníci

Online komunikaci je vždy vhodné propojit s offline komunikací. Další z cest, jak rodiče dětí s PAS na nové webové stránky přivést, je prostřednictvím odborníků, kteří mohou informace o nových webových stránkách rodičům dětí s PAS předat. Předání této informace lze uskutečnit prostřednictvím informačních letáček, které budou umístěny:

- v centrech a u terapeutů, kteří s dětmi s PAS pracují;
- v čekárnách u psychiatrů a psychologů, kteří s dětmi s PAS pracují;
- v čekárnách u pediatrů;
- v pobočkách rané péče.

Letáčky by měly stručně informovat o ABA a odkazovat na webové stránky, kde lze získat více informací. Jejich grafické provedení by mělo odpovídat grafickému provedení webových stránek.

## 14.8 Shrnutí

K edukaci rodičů by měly být vytvořeny speciální webové stránky s názvem ABA mě ba (ABAMEBA.CZ). Tyto stránky by měly poskytnout ucelené informace o tomto typu terapie, vysvětlit a případně vyvrátit nepravdivé mýty a ní spojené, nabídnout strukturovaný seznam míst, kde lze terapii podstupovat, poradit s nejasnostmi a sdílet užitečné tipy ohledně ABA. Na samotný web je potřeba uživatele z řad cílové skupiny dostat, k čemuž mohou být využity sociální sítě Facebook a Instagram, vhodná média, ordinace a pobočky odborníků zabývajících se problematikou dětí s PAS.

## ZÁVĚR

Diplomová práce se zabývala způsoby, jak komunikovat určitý druh intervence pro děti s PAS jejich rodičům, tedy osobám, které o těchto věcech zpravidla rozhodují. Aplikovaná behaviorální analýza je v České republice rozvíjejícím se typem terapie, se kterým jsou stále spojeny určité mýty a nedůvěra. Tyto mýty však lze v mnoha případech vyvrátit poskytnutím dostatku informací.

V teoretické části byla pokryta témata marketingu a marketingové komunikace v rámci neziskového sektoru, autismu, aplikované behaviorální analýzy, internetového marketingu a v závěru první části byla nastavena metodika práce. V praktické části byl proveden výzkum, který se zabýval mediální analýzou a dotazníkovým šetřením.

Na základě závěrů z praktické části byl v projektové části navrhnout způsob, jakým by rodičům měly být předány informace o aplikované behaviorální analýze tak, aby se mohli rozhodnout, zda ji podstoupí. Tímto způsobem jsou webové stránky zabývající se aplikovanou behaviorální analýzou a jejími specifiky, její dostupností v České republice, mýty s ní spojenými a užitečnými tipy pro rodiče. Navrženy byly také způsoby, jak rodiče o těchto webových stránkách informovat. Logickým pokračováním této práce by byla textace webu a jeho samotná tvorba, následné testování, spuštění a provoz.

Součástí tvorby této diplomové práce byla komunikace s rodiči autistických dětí, s terapeuty, čtení knih a desítek článků a rozhovorů, sledování reportáží a jakési celkové ponoření se do světa autismu. I když ve Spojených státech amerických je ABA běžnou metodou hrazenou zdravotními pojišťovnami, u nás stále do jisté míry vzbuzuje kontroverzní reakce. Důkazy, že funguje a dokáže život člověka s autismem zkvalitnit, však existují a pokud má ABA potenciál pomoci lidem s autismem k samostatnému životu, vyplatí se podporovat její rozšiřování.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] BAČUVČÍK, Radim, 2011. *Marketing neziskových organizací*. Zlín: VeRBuM. ISBN 978-80-87500-01-9.
- [2] FELCMANOVÁ, A. a kol., 2013. *Rodiče – nečekaní spojenci: Jak rozvíjet partnerský dialog mezi školou a rodinou*. Praha: Člověk v tísni o.p.s., vzdělávací program Varianty. ISBN 978-80-87456-45-3.
- [3] FERTEK, T., 2011. *Rodiče vítáni: Praktický návod, jak usmířit rodiče a učitele našich dětí*. 1. vydání. Praha: Yinachi. ISBN 978-80-904735-2-2.
- [4] FORET, Miroslav, 2011. *Marketingová komunikace*. 3., aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, ISBN 978-80-251-3432-0.
- [5] FREY, Petr, 2011. *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0.*, 3., rozš. vyd. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-237-6.
- [6] FTOREK, Jozef, 2012. *Public relations jako ovlivňování mínění: jak úspěšně ovlivňovat a nenechat se zmanipulovat*. 3., rozš. vyd. Praha: Grada. Komunikace (Grada). ISBN 978-80-247-3926-7.
- [7] HAJN, Petr, 2002. *Nekomerční reklama a právo, Právní rozhledy*. Brno, 2002(6), 258-263.
- [8] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2013. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2., rozš. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.
- [9] JANOUC, Viktor, 2014. *Internetový marketing*. 2. vyd. V Brně: Computer Press. ISBN 978-80-251-4311-7.
- [10] JOHNOVÁ, Radka, 2008. *Marketing kulturního dědictví a umění: [art marketing v praxi]*, 2008. Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-247-2724-0.
- [11] KARLÍČEK, Miroslav a kol., 2016. *Marketingová komunikace: jak komunikovat na našem trhu*. 2., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5769-8.
- [12] KELLER, Kevin Lane, 2007. *Strategické řízení značky*. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-1481-3.
- [13] KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER, 2013. *Marketing management*. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.

- [14] KOTLER, Philip, 2007. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [15] KOUDELKA, Jan a Oldřich VÁVRA, 2007. *Marketing: principy a nástroje*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu. ISBN 978-80-86730-19-6.
- [16] KOZEL, Roman a kol., 2006. *Moderní marketingový výzkum*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-2476978-3.
- [17] KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ, 2018. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3075-2.
- [18] KUBÍČEK, Michal a Jan LINHART, 2010. *333 tipů a triků pro SEO: [sbírka nejlepších technik optimalizace webů pro vyhledávače]*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-2468-0.
- [19] NOVÝ, Ivan a Alois SURYNEK, 2006. *Sociologie pro ekonomy a manažery*. 2., přepracované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing, Manažer. ISBN 80-247-1705-0.
- [20] PELSMACKER, Patrick de, Maggie GEUENS a Joeri van den BERGH, 2003. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Expert (Grada). ISBN 8024702541.
- [21] PŘIKRYLOVÁ, Jana, 2019. *Moderní marketingová komunikace*. 2., zcela přepracované vydání. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0787-2.
- [22] RICHMAN, Shira, 2015. *Výchova dětí s autismem: Aplikovaná behaviorální analýza, speciální pedagogika*. 3. vydání. Přeložila: Michaela Jelínková. Praha: Portál. ISBN: 978-80-262-0984-3
- [23] SÁLOVÁ, Anna, Zuzana VESELÁ, Jana ŠUPOLÍKOVÁ, Lucie JEBAVÁ a Jiří VIKTORA, 2015. *Copywriting: pište texty, které prodávají*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-4589-0.
- [24] SEDLÁKOVÁ, Renáta, 2014. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.
- [25] SEMERÁDOVÁ, Tereza a Petr WEINLICH, 2019. *Marketing na Facebooku a Instagramu: využijte naplno organický dosah i sponzorované příspěvky*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-4959-1.
- [26] SMITH, Scott M. a Gerald ALBAUM, 2005. *Fundamentals of marketing research*. Thousand Oaks, Calif.: Sage. ISBN 9780761988526

- [27] SVOBODA, Václav, 2009. *Public relations moderně a účinně. 2.*, aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2866-7.
- [28] ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ, 2011. *Úspěšná nezisková organizace. 2.*, aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4041-6.
- [29] ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ, 2012. *Public relations, fundraising a lobbying: pro neziskové organizace.* Praha: Grada. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4040-9.
- [30] TAHAL, Radek a kol., 2017. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy.* Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0206-8.
- [31] THOMAS, Brian a Matthew HOUSDEN, 2017. *Direct and digital marketing in practice.* Third edition. New York, NY: Bloomsbury Business. ISBN 9781472939098.
- [32] THOROVÁ, Kateřina, 2016. *Poruchy autistického spektra.* Rozšířené a přepracované vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0768-9.
- [33] VAN HEERDEN, Neels, 2005. *Personal selling.* London: Cape Town: Juta. ISBN 9780702166365.
- [34] VÍT, Petr, 2015. *Praktický právní průvodce pro neziskové organizace.* Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-247-5477-2.
- [35] VOCILKA, Miroslav, 1996. *Autismus: [metodická příručka pro učitele speciálních škol a vychovatele ústavů sociální péče pro mentálně postiženou mládež].* Praha: Tech-market. ISBN 80-902134-3-x.
- [36] VYSEKALOVÁ, Jitka a Jiří MIKEŠ, 2018. *Reklama: jak dělat reklamu. 4.*, aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5865-7.
- [37] VYSEKALOVÁ, Jitka, 2007. *Psychologie reklamy: nové trendy a poznatky. 3.*, rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2196-5.
- [38] ZAMAZALOVÁ, Marcela, 2009. *Marketing obchodní firmy.* Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-80-247-2049-4.



**SEZNAM POUŽITÝCH INTERNETOVÝCH ZDROJŮ**

- [1] ABA strategie, 2020. In. Facebook [online]. Poslední aktualizace 18.7.2020, 20:40. [cit. 2020-07-19]. Dostupné z: [https://www.facebook.com/abastrategie/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/abastrategie/?ref=page_internal)
- [2] American Marketing Association, ©2020. What is Marketing? In. *Ama.org* [online]. [cit. 2020-04-26]. Dostupné z: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- [3] Applied Behavior Analysis, ©2020. In. *Autismspeaks.com* [online]. [cit. 2020-07-17]. Dostupné z: <https://www.autismspeaks.org/applied-behavior-analysis-aba-0>
- [4] Autismus, ©2020. In. *Nautis.cz* [online]. [cit. 2020-05-27]. Dostupné z: <https://nautis.cz/cz/autismus>
- [5] CABA / Masarykova univerzita, ©2018. Naše Centrum ABA. In. *Ped.muni.cz* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://www.ped.muni.cz/caba/>
- [6] Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy, ©2016-2020. O nás. In. *Csaba.cz* [online]. [cit. 2020-06-26]. Dostupné z: <https://csaba.cz/o-nas/>
- [7] Česká odborná společnost Aplikované behaviorální analýzy, ©2016-2020. Projekt: Česká verze SIMPLE STEPS – Pomoc pro rodiny dětí s PAS. In. *Csaba.cz* [online]. [cit. 2020-06-26]. Dostupné z: <https://csaba.cz/aba/>
- [8] DAVISON, Shona, 2018. Does ABA harm autistic people? In. *Autisticuk.org*. [online]. Publikováno 3.2.2017 [cit. 2020-05-16]. Dostupné z:
- [9] GANDALOVIČOVÁ, Jana, 2016. Aplikovaná behaviorální analýza. In. *Csaba.cz* [online]. Publikováno 11.1.2016 [cit. 2020-07-16]. Dostupné z: <https://csaba.cz/aba/>
- [10] HAMILL, David, 2009. Stop Counting Clicks. In. *Uxbooth.com* [online]. Publikováno 11.6.2009 [cit. 2020-06-16]. Dostupné z: <https://www.uxbooth.com/articles/stop-counting-clicks/>
- [11] HARTMAN, Robin, 2014. 8 Tips for Working with Parents of Special Needs Children. In. *Blog.Reallygoodstuff.com* [online]. Publikováno 11.8.2014 [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://blog.reallygoodstuff.com/8-tips-for-teachers-for-working-with-parents-of-special-needs-children/>
- [12] HOLÁ, Dagmar Edith, 2018. Mýty o ABA aneb rodiče uspořádali cyklus přednášek k Aplikované behaviorální analýze. In. *Atypmagazin.cz* [online]. Publikováno

- 10.4.2014 [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://atypmagazin.cz/myty-o-aba-aneb-rodice-usporadali-cyklus-prednasek-k-aba/>
- [13] HUŠKOVÁ, Lucie, 2018. Facebook stránky se mohou přidat do skupin. In. Newsfeed.cz [online]. Publikováno 27.9.2018 [cit. 2020-06-16]. Dostupné z: <https://newsfeed.cz/facebook-stranky-se-mohou-pridat-do-skupin/>
- [14] Internetový marketing, ©2011-2016. In. *Managementmania.com* [online]. [cit. 2020-06-26]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/internetovy-marketing>
- [15] Internetový marketing, ©2020. In. *Mediaguru.cz* [online]. [cit. 2020-06-26]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/slovník-a-mediatypy/slovník/klicova-slova/internetovy-marketing/>
- [16] KASAL, David, GANDALOVIČOVÁ Jana, PANČOCHA Karel, NĚMCOVÁ, Milena, ©2016–2020. In. *Csaba.cz* [online]. [cit. 2020-07-26]. Dostupné z: <https://csaba.cz/prohlaseni/>
- [17] KRÁL, Miroslav, 2012. Jak by měla vypadat úvodní stránka webu? Víme, jaké prvky by měla obsahovat. In. *Marketup.cz* [online]. Publikováno 14.3.2012 [cit. 2020-06-16]. Dostupné z: <https://www.marketup.cz/cs/blog/jak-by-mela-vypadat-uvodni-stranka-webu-vime-jake-prvky-by-mela-obsahovat/>
- [18] LINK, Shrraron, 2008. Applied Behavioral Analysis. In. RESEARCH STARTERS ACADEMIC TOPIC OVERVIEWS. EBSCO Publishing Inc. Dostupné z: [https://www.academia.edu/4196590/Link\\_S.\\_2008\\_.Applied\\_behavioral\\_analysis.\\_Boston\\_Ebsco\\_Publishing](https://www.academia.edu/4196590/Link_S._2008_.Applied_behavioral_analysis._Boston_Ebsco_Publishing)
- [19] LOWERY, Alex, 2017. What I Liked (and Didn't Like) About My ABA Experience. In. *Themighty.com*. [online]. Publikováno 24.3.2018 [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://autisticuk.org/does-aba-harm-autistic-people/>
- [20] Mapa počtu osob s poruchou autistického spektra vedených v databázi příspěvku na péči, ©2020. In. *Mapaautismu.cz*. [cit. 2020-06-03] Dostupné z: <https://mapaautismu.cz/>
- [21] MICHAELSON, David, GRIFFIN, Toni L, 2005. A New Model for Media Content Analysis. The Institute for Public Relations. [online]. [cit. 2020-06-10] Dostupný z: <http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/MediaContentAnalysis.pdf>

- [22] MUŽÁTKO, Richard, 2017. Jak vytvořit mediální analýzu. In. Programmaticblog.cz [online]. Publikováno 5.4.2017 [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <http://www.programmaticblog.cz/jak-vytvorit-medialni-analyzu/>
- [23] Neziskovky.cz, ©2020. Typologie NNO v ČR podle Státní politiky vůči NNO v letech 2015 – 2020. In. Neziskovky.cz [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: [https://www.neziskovky.cz/clanky/511\\_692/fakta\\_typy-neziskovych-organizaci/](https://www.neziskovky.cz/clanky/511_692/fakta_typy-neziskovych-organizaci/)
- [24] Podnět k řešení situace života osob s poruchou autistického spektra a jejich rodin, 2016. [cit. 2020-05-18] Dostupné z: <https://www.vlada.cz/assets/ppov/vvzpo/dokumenty/Podnet-k-reseni-situace-PAS.pdf>
- [25] ŘEZNÍČEK, Josef, 2016. Co by měly obsahovat stránky: Úvod, Kontakt a O nás. In. Vceliste.cz [online]. Publikováno 19.11.2016 [cit. 2020-06-16]. Dostupné z: <https://vceliste.cz/seo/obsah-dulezitych-stranek/>
- [26] SEO, ©2005–2020. In. *Adaptic.cz* [online]. [cit. 2020-06-26]. Dostupné z: <https://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/seo/>
- [27] Webová stránka, ©2011-2016. In. *Managementmania.com* [online]. [cit. 2020-06-26]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/webova-stranka-internetova>
- [28] WEBSTER, Jerry, 2020. Communicate With Special Education Parents. In. Thoughtco.com [online]. Publikováno 4. 2. 2020 [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://www.thoughtco.com/communicate-with-special-education-parents-3110743>
- [29] WELSH, Eric, 2014. Speaking to Parents of Children with Special Needs. In. Blog.Bayada.com [online]. Publikováno 10.4.2014 [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://blog.bayada.com/be-healthy/speak-confidently-and-compassionately-to-parents-of-children-with-special-needs>
- [30] z.s. Vulnus Curare, ©2018. Něco málo o nás. In. *Abaskolka.cz* [online]. [cit. 2020-05-16]. Dostupné z: <https://abaskolka.cz/about/>
- [31] Zpráva o postupu prací na řešení problémů popsanych v Podnětu k řešení situace života osob s poruchou autistického spektra a jejich rodin, 2018. [cit. 2020-05-18] Dostupné z: <https://www.vlada.cz/assets/ppov/vvzpo/dokumenty/Zprava---Podnet-k-reseni-situace-PAS.pdf>
- [32] ZŠ a MŠ Mladá Boleslav, 2019. In. *Dobryskutek.cz* [online]. [cit. 2020-06-26]. Dostupné z: <https://www.dobryskutek.cz/klient/zs-a-ms-mlada-boleslav>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

PAS Poruchy autistického spektra

ABA Aplikovaná behaviorální analýza

PR Public relations / Vztahy s veřejností

TEACCH Treatment and Education Autistic and related Communication handicapped Children

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1 – Rozložení témat v průběhu sledovaného období.....	59
Graf 2 – Rozložení dětí respondentů podle věku a typu PAS .....	63
Graf 3 – Nejčastější zdroje informací o metodách / terapiích / léčbách .....	64
Graf 4 – Důležitost jednotlivých faktorů v rozhodovacím procesu .....	65
Graf 5 – Důvody k neabsolvování ABA.....	68
Graf 6 – Postoje k ABA .....	69
Graf 7 – Největší vnímaná výhoda ABA.....	120
Graf 8 – Největší vnímaná nevýhoda ABA .....	121

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha PI: Tabulka mediálních výstupů

Příloha PII: Znění dotazníku

Příloha PIII: Podklady k interpretaci výsledků dotazníkového šetření

## PŘÍLOHA P I: TABULKA MEDIÁLNÍCH VÝSTUPŮ

Datum	Médium	Zaměření média	Titulek	Rozsah	Zásah	Mediatyp	Téma	Forma	Sentiment
08.09.2014	Respekt	investigativní	Jako by bušily na dveře	celý rozhovor	Celostátní	tisk	ABA terapie - informace	rozhovor	pozitivní
05.12.2014	Čro Plus	zpravodajství / všeobecné	Autismus – novodobá epidemie?	zmínka	Celostátní	Rádio	PAS a kvalita péče	reportáž	pozitivní
27.03.2015	Kutnohorské-listy.cz	zpravodajství / všeobecné	Středisko Na Sioně se připojí ke kampani Česko svítí modře	zmínka	Regionální	Online	regionální událost	zpráva	pozitivní
15.09.2015	Kutnohorské-listy.cz	zpravodajství / všeobecné	ABA terapie v kutnohorském charitním Středisku Na Sioně	celá zpráva	Regionální	Online	regionální událost	zpráva	pozitivní
26.10.2015	ČT1, Události v regionech	zpravodajství / všeobecné	ABA terapie - reportáž	celá reportáž	Regionální	TV	ABA terapie - informace	reportáž	pozitivní
16.11.2015	Opavský a Hlučinský deník	zpravodajství / všeobecné	Tomáš Petreček podpoří Leon-týnku	zmínka	Regionální	Tisk	regionální událost	zpráva	pozitivní
23.12.2015	Bruntálský a krnovský deník	zpravodajství / všeobecné	Tradice je tradice. Tomáš Petreček opět stráví Štědrý večer v přírodě	zmínka	Regionální	Tisk	regionální událost	zpráva	pozitivní
23.12.2015	Opavsky.denik.cz	zpravodajství / všeobecné	Tomáš Petreček opět stráví Štědrý večer v přírodě	zmínka	Regionální	Online	regionální událost	zpráva	pozitivní
10.01.2016	Kultura21.cz	kultura	Autismus není volba, porozumění ano	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
15.02.2016	Zdravotnický-denik.cz	zdravotnictví	Šéf pedopsychiatrické asociace: Nebudeme bojovat jen za práva autistů, ale všech dětí s duševní poruchou	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	neutrální
29.02.2016	Respekt	investigativní	Rozhovor: Lorri Unumbová	celý rozhovor	Celostátní	Tisk	PAS a kvalita péče	rozhovor	pozitivní
24.03.2016	Květy	životní styl	Obviní vás z nedostatečné výchovy	zmínka	Celostátní	Tisk	PAS a kvalita péče	rozhovor	pozitivní

30.03.2016	Zdravotnický-denik.cz	zdravotnictví	Cechovnictví, byrokracie a diletantismus brzdí kvalitu péče o lidi s autismem v České republice	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní
28.04.2016	Respekt	investigativní	Protože jsme měli pravdu	celý rozhovor	Celostátní	Tisk	PAS a kvalita péče	rozhovor	pozitivní
22.09.2016	Mednews.cz	zdravotnictví	Aplikovaná behaviorální analýza pro autisty bude v ČR dostupnější	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
22.09.2016	Vláda.cz	ostatní	Zavedení postgraduálního studia ABA – aplikované behaviorální analýzy a zajištění ABA analytiků	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
22.09.2016	Blesk.cz	bulvár	Aplikovaná behaviorální analýza pro autisty bude v ČR dostupnější	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
22.09.2016	Novinky.cz	zpravodajství / všeobecné	Aplikovaná behaviorální analýza pro autisty bude dostupnější	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
22.09.2016	Parlamentní-listy.cz	zpravodajství / všeobecné	MŠMT: Zavedení postgraduálního studia Aplikované behaviorální analýzy	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
22.09.2016	Tyden.cz	zpravodajství / všeobecné	V Česku bude nově možné studovat behaviorální analýzu	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
22.09.2016	Florence.cz	zdravotnictví	Aplikovaná behaviorální analýza pro autisty bude v ČR dostupnější	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
22.09.2016	Pharmnews.cz	zdravotnictví	Aplikovaná behaviorální analýza pro autisty bude v	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní



			ČR dostupnější						
23.09.2016	Zdravotnický-denik.cz	zdravotnictví	Aplikovaná behaviorální analýza pro autisty získala akreditaci. Bude jednou hrazena?	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
23.09.2016	Euro.cz	ekonomika	Aplikovaná behaviorální analýza pro autisty bude v ČR dostupnější	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
23.09.2016	Ozdravotnickvi.cz	zdravotnictví	Aplikovaná behaviorální analýza pro autisty bude v ČR dostupnější	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
12.10.2016	Vláda.cz	ostatní	SIMPLE STEPS - nový výukový balíček pro rodiče dětí s poruchou autistického spektra (PAS)	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
14.10.2016	Zdravi.euro.cz	zdravotnictví	Manuál pro pečující o osoby s autismem vyšel v češtině	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
18.10.2016	Vitalia.cz	životní styl	Nová pomoc pro rodiče s autisty	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
27.10.2016	Zdravotnický-denik.cz	zdravotnictví	Jak pracovat s dětmi s autismem? Českým rodičům poradí manuál Simple Steps	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
24.01.2017	Atypmagazin.cz	autismus	Terapeut Přemysl Mikoláš: Žiju s rodinami autistický film každý den	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	neutrální
17.02.2017	Blesk.cz	bulvár	Autismus u dětí lékaři poznají už v prvním roce života.	zmínka	Celostátní	Online	celostátní událost	článek	pozitivní

			Našli novou metodu						
18.02.2017	Seznam.cz/zpravy	zpravodajství / všeobecné	Jak začlenit autisty do běžného života? Česko bude brát inspiraci v USA	celý článek	Celostátní	online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
18.02.2017	Zlinsky.denik.cz	zpravodajství / všeobecné	Ve Zlíně by se mělo otevřít centrum pro děti i dospělé s autismem	zmínka	Regionální	Online	regionální událost	zpráva	pozitivní
18.02.2017	Ozdravotnictvi.cz	zdravotnictví	Nové centrum pro děti i dospělé s autismem	zmínka	Celostátní	Online	regionální událost	zpráva	pozitivní
20.02.2017	Zdravi.euro.cz	zdravotnictví	Ve Zlíně by se mělo otevřít centrum pro děti i dospělé s autismem	zmínka	Celostátní	Online	regionální událost	zpráva	pozitivní
03.03.2017	Atypmagazin.cz	autismus	David Kasal: Nemáme dostatek lidí na diagnostiku PAS	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	pozitivní
09.03.2017	Zdravotnickýdenik.cz	zdravotnictví	Mezi zdravotnickými povoláními má přibýt odborník na tradiční čínskou medicínu a ABA terapeut	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	pozitivní
31.03.2017	Slovácké noviny	zpravodajství / všeobecné	Vysoké procento mladých lidí dožene autismus k sebevraždě	zmínka	Regionální	tisk	PAS a kvalita péče	rozhovor	neutrální
25.04.2017	Atypmagazin.cz	autismus	Děti úplňku bijí hlavou za lepší služby pro autisty	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní
27.04.2017	Zdravotnickýdenik.cz	zdravotnictví	Model 4+1 prošel sněmovnou. A spolu s ním i léčitel čínské medicíny a ABA terapeut	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	pozitivní

27.04.2017	Sancedetem.cz	ostatní	Model 4+1 prošel sněmovnou. A spolu s ním i léčitel čínské medicíny a ABA terapeut	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	pozitivní
28.04.2017	MF Dnes (Pardubický)	zpravodajství / všeobecné	Cesta, jak pomoci autistům. Školka v Chrudimi využívá nový přístup	celá zpráva	Regionální	tisk	regionální událost	zpráva	pozitivní
28.04.2017	ldnes.cz/pardubice	zpravodajství / všeobecné	Školka učí malé autisty komunikovat gesty, problémové chování mizí	celá zpráva	Regionální	Online	regionální událost	zpráva	pozitivní
28.04.2017	Impuls.cz/regiony	zpravodajství / všeobecné	Cesta, jak pomoci autistům. Školka v Chrudimi využívá nový přístup	celá zpráva	Regionální	Online	regionální událost	zpráva	pozitivní
02.05.2017	Zpravy.aktualne.cz	zpravodajství / všeobecné	Zůstávají u vyčerpání rodičů nebo končí na psychiatrii. Domovů pro autisty je v Česku málo	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní
22.05.2017	Vláda.cz	ostatní	Odborná skupina projednala Zprávu o postupu prací na řešení problémů uvedených v Podnětu k řešení situace života osob s poruchou autistického spektra	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	pozitivní
07.06.2017	Atypmagazin.cz	autismus	ABA terapie u nás doma	celý článek	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
07.06.2017	Lidové noviny	zpravodajství / všeobecné	Autisti dostanou novou pomoc	celý článek	Celostátní	Tisk	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
07.06.2017	Lidové noviny	zpravodajství / všeobecné	Petice má získat pozornost pro děti s autismem	zmínka	Celostátní	Tisk	celostátní událost	článek	pozitivní

07.06.2017	Blog.idnes.cz	ostatní	Léčba autismu je novodobý Klondajk	celý článek	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	článek	neutrální
08.06.2017	iRozhlas.cz	zpravodajství / všeobecné	Senát schválil změny pro českou medicínu, sestry i kastraci potenciálních sexuálních násilníků	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
08.06.2017	Echoprime.cz	zpravodajství / všeobecné	Pomoc autistům brzdí angažmá poslance a odpor lékařské komory	celý článek	Celostátní	Online	jednání o zákonech	článek	neutrální
08.06.2017	Atypmagazin.cz	autismus	Dita Chapman: ABA analytik musí být energický a kreativní člověk	celý rozhovor	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	rozhovor	pozitivní
28.06.2017	Lidovky.cz	zpravodajství / všeobecné	Problém, o kterém se začíná mluvit. Přibývá lidí s autismem?	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní
29.06.2017	Lidovky.cz	zpravodajství / všeobecné	Petice má získat pozornost pro děti s autismem	zmínka	Celostátní	Online	celostátní událost	článek	pozitivní
04.09.2017	FTV Prima: Zprávy	zpravodajství / všeobecné	Reportáž	zmínka	Celostátní	TV	jednání o zákonech	reportáž	pozitivní
26.09.2017	24zpravy.cz	zpravodajství / všeobecné	Autistů v Česku je 200 tisíc? Přesná čísla chybí	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
26.09.2017	Eurozpravy.cz	zpravodajství / všeobecné	Autistů v Česku je 200 tisíc? Přesná čísla chybí	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
26.09.2017	Globe24.cz	zpravodajství / všeobecné	Autistů může být v Česku i 200 tisíc, tvrdí odhady	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
26.09.2017	Stalosedet.cz	zpravodajství / všeobecné	V Česku může být až 200 tisíc lidí s autismem. Lidé si myslí, že autistů je málo, zlobí se odbornice	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní

26.09.2017	Aktualne.cz	zpravodajství / všeobecné	V Česku může být až 200 tisíc lidí s autismem. Lidé si myslí, že autistů je málo, zlobí se odbornice	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
27.09.2017	Denik.cz	zpravodajství / všeobecné	V Česku je 200 tisíc autistů. Možná méně, statistiky totiž chybí	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
27.09.2017	Ozdravotnictvi.cz	zdravotnictví	V Česku může být až 200.000 lidí s autismem, přesná čísla nejsou	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
27.09.2017	Tyden.cz	zpravodajství / všeobecné	V Česku mohou být až statisíce lidí s autismem, přesná čísla nejsou	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
30.09.2017	Kurzy.cz	ekonomika	Rodinám s autistickými dětmi pomůže výuková platforma Simple Steps. 500 přístupů je zdarma	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
30.09.2017	Zdravotnickýdenik.cz	zdravotnictví	Rodinám s autistickými dětmi pomůže výuková platforma Simple Steps. 500 přístupů je zdarma	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
02.10.2017	Tribune.cz	zdravotnictví	MEDICAL TRIBUNE CZ > Kolik je v ČR autistů, se neví, nejsou pro ně ani programy	zmínka	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
05.10.2017	Medicina.cz	zdravotnictví	Simple Steps - pomoc rodičům dětí s poruchou autistického spektra	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní

10.10.2017	Medical Tribune	zdravotnictví	Kolik je v ČR autistů, se neví, nejsou pro ně ani programy	zmínka	Celostátní	Tisk	celostátní událost	zpráva	pozitivní
23.10.2017	Online.muni.cz	ostatní	Odborníci z Muni podpoří lidi s autismem. Začali učit metody ABA	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
08.11.2017	Brněnský deník	zpravodajství / všeobecné	Metoda pomáhá autistům s agresivitou	celá zpráva	Regionální	Tisk	ABA terapie - informace	zpráva	pozitivní
09.11.2017	Doktorka.cz	zdravotnictví	Pomoc rodičům dětí s poruchou autistického spektra přináší česká verze Simple Steps	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
12.11.2017	Breclavsky.denik.cz	zpravodajství / všeobecné	Nová metoda pomáhá autistům i jejich rodinám. Předcházet záchvatům vzteku	celá zpráva	Regionální	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
17.12.2017	Radiopetrov.com	zpravodajství / všeobecné	Aplikovaná behaviorální analýza	celý rozhovor	Regionální	Online	ABA terapie - informace	rozhovor	pozitivní
11.01.2018	ČT1, Události v regionech (Ostrava)	zpravodajství / všeobecné	Vítězek sbírky ukradl zloděj	zmínka	Regionální	TV	jiné	zpráva	neutrální
22.01.2018	Parlamentnistry.cz	zpravodajství / všeobecné	Pomoc rodičům dětí s poruchou autistického spektra přináší česká verze Simple Steps	celá zpráva	Celostátní	Online	celostátní událost	zpráva	pozitivní
24.01.2018	Medicina.cz	zdravotnictví	Dotaz pro VZP – poruchy autistického spektra	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	odpověď odborníka	neutrální
05.02.2018	Florence.cz	zdravotnictví	Senátoři chtějí rozšířit seznam terapeutů pro děti s autismem	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
06.02.2018	Mednews.cz	zdravotnictví	Aktuality - Senátoři chtějí rozšířit seznam terapeutů pro děti s autismem	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální

06.02.2018	Pharmnews.cz	zdravotnictví	Senátoři chtějí rozšířit seznam terapeutů pro děti s autismem	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
06.02.2018	Zdravi.euro.cz	zdravotnictví	Senátoři chtějí rozšířit seznam terapeutů pro děti s autismem	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
07.02.2018	Zdravotnický-denik.cz	zdravotnictví	Senátoři chtějí rozšířit seznam terapeutů pro děti s autismem	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
07.02.2018	Kurzy.cz	ekonomika	Senátoři chtějí rozšířit seznam terapeutů pro děti s autismem	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
07.02.2018	Deník	zpravodajství / všeobecné	Dětských autistů přibývá. Rozšíří se možnosti jejich léčby	zmínka	Celostátní	Tisk	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
07.02.2018	Denik.cz	zpravodajství / všeobecné	Dětských autistů přibývá. Rozšíří se možnosti jejich léčby	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
15.02.2018	Atypmagazin.cz	autismus	Mýty o ABA aneb rodiče uspořádali cyklus přednášek k Aplikované behaviorální analýze	celý článek	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
16.02.2018	Zdravi.euro.cz	zdravotnictví	Seznam terapeutů pro děti s autismem se možná rozšíří	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
22.02.2018	Miminko	životní styl	RODIČŮM POMŮŽE SIMPLE STEPS	zmínka	Celostátní	Tisk	celostátní událost	zpráva	pozitivní
28.03.2018	Chrudimsky.denik.cz	zpravodajství / všeobecné	Přijďte se podívat do speciální třídy pro autisty v MŠ Strojářů	celý článek	Regionální	Online	regionální událost	článek	pozitivní
29.03.2018	Chrudimský deník	zpravodajství / všeobecné	Přijďte se podívat do speciální třídy pro autisty v MŠ Strojářů	celý článek	Regionální	Tisk	regionální událost	článek	pozitivní

03.04.2018	Ceskatelevize.cz	zpravodajství / všeobecné	Otisky doby: Cesta z pasti autismu	celá reportáž	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	reportáž	pozitivní
04.04.2018	ČT1, pořad Otisky doby	zpravodajství / všeobecné	Otisky doby Cesta z pasti autismu	celá reportáž	Celostátní	TV	ABA terapie - informace	reportáž	pozitivní
07.06.2018	Kolínský deník	zpravodajství / všeobecné	Spolek chystá speciální školku pro autistické děti	celý článek	Regionální	Tisk	regionální událost	článek	pozitivní
07.06.2018	Kolinsky.denik.cz	zpravodajství / všeobecné	V Cerhenticích chystají speciální školku pro autistické děti	celý článek	Regionální	Online	regionální událost	článek	pozitivní
16.08.2018	Zdravotnickýdeník.cz	zdravotnictví	Senát o terapeutech pro děti s autismem rozhodne až po volbách	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
16.08.2018	Zdravi.euro.cz	zdravotnictví	Senát o terapeutech pro děti s autismem rozhodne až po volbách	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
03.09.2018	Čro Radiožurnál	zpravodajství / všeobecné	Maty a porucha autistického spektra: Přesně daný denní režim je nutností	celá reportáž	Celostátní	Rádio	ABA terapie - informace	reportáž	pozitivní
07.09.2018	Čro Radiožurnál	zpravodajství / všeobecné	Jak jde rozpoznat podle prvních signálů autismus? Dítě vyhledává stereotypy a nepřitulí se	celá reportáž	Celostátní	Rádio	ABA terapie - informace	reportáž	pozitivní
08.09.2018	iRozhlas.cz	zpravodajství / všeobecné	Lidi s poruchou autistického spektra přibývá. Na diagnózu se často přijde zbytečně pozdě	celý článek	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
09.09.2018	Kolinsky.denik.cz	zpravodajství / všeobecné	OBRAZEM: V Cerhenticích se konala benefiční akce Ze stejné planety	zmínka	Regionální	Online	regionální událost	reportáž	neutrální



17.09.2018	iRozhlas.cz	zpravodajství / všeobecné	Nahlédněte do světa malého autisty Matyho. Bez přísného denního režimu se neobejde	celý článek	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
18.09.2018	iRozhlas.cz	zpravodajství / všeobecné	Autista Maty si nenasadí čepici ani nenasáhne na ramena. Pomoci mu má systém úkolů a odměn	celý článek	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
19.09.2018	iRozhlas.cz	zpravodajství / všeobecné	Po měsíci terapie ABA došlo u Matyáše k viditelnému posunu. Poznává předměty, dokáže se zabavit	celý článek	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
20.09.2018	iRozhlas.cz	zpravodajství / všeobecné	Jejich syn Maty má poruchu autistického spektra. Výrazný otřes mezi námi nenastal, říkají Průšovi	celý článek	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
21.09.2018	iRozhlas.cz	zpravodajství / všeobecné	Autista Matyáš může být díky vzdělání a terapii soběstačný, tvrdí terapeutka	celý článek	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
07.11.2018	Čro Plus	zpravodajství / všeobecné	Matyho svět. Dětství s diagnózou F84, tedy s poruchou autistického spektra	celá reportáž	Celostátní	Rádio	ABA terapie - informace	reportáž	pozitivní
26.12.2018	Info.cz	zpravodajství / všeobecné	Autisté nejsou geniální Rain Mani. Předsudky pomůže bourat nový projekt sdílené péče Homesharing	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní

28.01.2019	iRozhlas.cz	zpravodajství / všeobecné	,Vznikne profese, která pomůže rodině.' Novela zákona o terapiích pro autisty má odbornou podporu	celý článek	Celostátní	Online	jednání o zákonech	článek	pozitivní
27.03.2019	Video.aktualne.cz (DVTV)	zpravodajství / všeobecné	Autistka: Lidé se bojí, myslí si, že nemáme city a nemluvíme, ženy čelí diskriminaci	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	neutrální
02.04.2019	Čro Radiožurnál	zpravodajství / všeobecné	Matyho svět po půl roce: Už nás bere jako parťáky a dokáže se vcítit do potřeb druhých, popisují Průšovi	celá reportáž	Celostátní	Rádio	ABA terapie - informace	reportáž	pozitivní
02.04.2019	Denik.cz	zpravodajství / všeobecné	Den porozumění autismu. I tyto děti si chtějí hrát a být milované	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní
07.04.2019	Pedagogicke.info	pedagogika/školství	DVTV: Autistka: Lidé se bojí, myslí si, že nemáme city a nemluvíme, ženy čelí diskriminaci	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	neutrální
08.04.2019	Lidové noviny (Morava a Slezsko)	zpravodajství / všeobecné	Žijí „za sklem“. Stát nepomůže	celý článek	Regionální	Tisk	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní
08.04.2019	Ceskaskola.cz	pedagogika/školství	Žijí „za sklem“. Stát nepomůže. Ve školkách je na 1100 autistů. Terapii, která jim může pomoci, pojišťovny nehradí	celý článek	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní
19.04.2019	Ceskapozice.lidovky.cz	zpravodajství / všeobecné	Ve školkách je na 1100 autistů. Terapii pojišťovny nehradí	celý článek	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní

06.05.2019	Televize Seznam, pořad Víkendový rozhovor	zpravodajství / všeobecné	Děti úplňku koušou, křičí, ubližují. Rodiče autistů se ocitají na hraně. Jejich situace se mění, ale pomalu, říká Třešňák	zmínka	Celostátní	TV	PAS a kvalita péče	rozhovor	pozitivní
06.06.2019	Prostejov-sky.denik.cz	zpravodajství / všeobecné	Tobík miluje čísla, s komunikací ale bojuje. Je totiž autista	celý článek	Regionální	Online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní
11.06.2019	Kafe.cz	životní styl	Autismus aneb Co když se vaše dítě chová jinak než ostatní	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní
13.08.2019	Hospodářské noviny	zpravodajství / všeobecné	Za léčbu autismu se stále platí	celý článek	Celostátní	Tisk	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní
13.08.2019	iHNed.cz	zpravodajství / všeobecné	Za léčbu autismu se stále platí	celý článek	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	pozitivní
13.08.2019	Atypmagazin.cz	autismus	Senát má znovu v rukou terapie pro děti nejen s autismem	celý článek	Celostátní	Online	jednání o zákonech	článek	neutrální
13.08.2019	Atypmagazin.cz	autismus	Rodiče dětí s neurovývojevou poruchou chtějí finanční pomoc na terapii pomocí budgetu	celý článek	Celostátní	Online	jednání o zákonech	článek	neutrální
14.08.2019	Lidové noviny (Praha)	zpravodajství / všeobecné	Spor o autisty zaměstná senátory	celá zpráva	Regionální	Tisk	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
14.08.2019	Terapie.digital	zdravotnictví	Návrh změny péče o autisty poslali senátoři do Sněmovny	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
14.08.2019	iRozhlas.cz	zpravodajství / všeobecné	Návrh změny péče o autisty poslali senátoři do sněmovny. Rozšířil by uznávané metody terapie	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální

15.08.2019	Zdravotnický-denik.cz	zdravotnictví	Návrh změny péče o autisty poslali senátoři do Sněmovny	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
15.08.2019	Halonoviny.cz	zpravodajství / všeobecné	CO TAKÉ PROJEDNAL SENÁT - Haló noviny	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
15.08.2019	Lidové noviny	zpravodajství / všeobecné	Senát navrhl profesi terapeuta bez obsahu	celá zpráva	Celostátní	Tisk	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
18.08.2019	Atypmagazin.cz	autismus	Otevřený dopis místopředsedkyni Senátu Mgr. Miluši Horské a senátorce MUDr. Aleně Derňerové.	celý článek	Celostátní	Online	jednání o zákonech	článek	pozitivní
19.08.2019	Fulsoft.cz	ostatní	Návrh změny péče o autisty poslali senátoři do Sněmovny	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
20.08.2019	Lidové noviny (Praha)	zpravodajství / všeobecné	Nepodporují experimenty na postižených dětech	celý článek	Regionální	Tisk	jednání o zákonech	článek	neutrální
29.08.2019	eMimino.cz	životní styl	Novinka v péči o děti s autismem: Vznikne obor, který rozšíří stávající terapeutické metody?	celý článek	Celostátní	Online	jednání o zákonech	článek	pozitivní
05.09.2019	Rizeniskoly.cz	pedagogika/školsství	Mateřská škola v aktuálních otázkách a odpovědích	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	neutrální
07.09.2019	Blesk.cz	bulvár	Jaká je péče o autisty v Čechách? Na vaše otázky odpovídal terapeut Hynek Jůn	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	odpověď odborníka	neutrální
10.09.2019	MF Dnes	zpravodajství / všeobecné	Nová naděje pro autisty: více terapeutů	celý článek	Celostátní	Tisk	jednání o zákonech	článek	neutrální

14.09.2019	Idnes.cz	zpravodajství / všeobecné	Expremiér Špidla se stará o vnuka autistu. Sociální systém pomoci nezvládá	celý článek	Celostátní	Online	jednání o zákonech	článek	neutrální
16.09.2019	Blesk.cz	bulvár	I Špidlův vnuk má zatím smůlu? Vláda odmítla návrh ze Senátu na pomoc autistům	celý článek	Celostátní	Online	jednání o zákonech	článek	neutrální
18.09.2019	Zdravi.euro.cz	zdravotnictví	Senátní návrh změny péče o autisty vláda nepodpořila	celá zpráva	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
27.09.2019	Pedagogicke.info	pedagogika/školsství	Pavel Bartošek: Psychiatři chybí. Děti míří na lůžka	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	článek	neutrální
27.09.2019	Lidové noviny	zpravodajství / všeobecné	Psychiatři chybí. Děti míří na lůžka	zmínka	Celostátní	Tisk	jednání o zákonech	článek	neutrální
27.09.2019	Zdravotnický-denik.cz	zdravotnictví	Problémy dětské psychiatrie? Mýty a stigmatizace, nedostatek lékařů i nedostatečná spolupráce resortů	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	neutrální
29.09.2019	Lidovky.cz	zpravodajství / všeobecné	V Česku chybí psychiatři. Čekací lhůty jsou až půl roku, děti posílají na lůžka	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	neutrální
30.09.2019	Zdravezpravy.cz	zdravotnictví	Psychiatrický obor je přetížený, tvrdí Jaroslav Matýs	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	neutrální
03.10.2019	Info.cz	zpravodajství / všeobecné	Psychiater Matýs: Trávám na svém. Na autismus tu nasedají parazitické skupiny	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	neutrální

03.10.2019	Blesk.cz	bulvár	Jaroslav Matýs: Po výpadu na Gretu Thunbergovou psychiatr přitvrdil	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	neutrální
05.10.2019	Denikn.cz	zpravodajství / všeobecné	Rodiče dětí s autismem čelí nájezdu Gretiných odpůrců. Psychiatr Matýs odstoupil, ale za rozhovorem si stojí	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	neutrální
06.10.2019	iPrima.cz	zpravodajství / všeobecné	Ivan David: Rozhovor o chorobě Grety byla jen záminka k profesní likvidaci doktora Matýse, neřekl o ní nic špatného	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	neutrální
06.10.2019	Magazin.panobcan.cz	zpravodajství / všeobecné	Nejde jen o psychiatra Dr. Matýse, jde o novou totalitní ideologii a její vliv v nejrůznějších oblastech společenského života	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	článek	neutrální
08.10.2019	Lidové noviny	zpravodajství / všeobecné	Dračí vejce	zmínka	Celostátní	Tisk	PAS a kvalita péče	článek	neutrální
15.10.2019	Domaci.iH-Ned.cz	zpravodajství / všeobecné	Práce s autistickými dětmi je náročná, terapeutky jsou často i pokousané, vysvětluje šéfka centra, proč jsou terapie drahé	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	pozitivní
02.12.2019	Senát	ostatní	V hledáčku Senátu státní zástupci i zdravotníci	zmínka	Celostátní	Tisk	jednání o zákonech	zpráva	neutrální
03.12.2019	Ceskapozice.lidovky.cz	zpravodajství / všeobecné	Autistické dítě se může narodit komukoli	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	pozitivní
20.12.2019	Cerhenice.cz	zpravodajství /	Děni v ABA školce	celý článek	Regionální	Online	regionální událost	článek	pozitivní

		všeobecné							
12.01.2020	ČT2, pořad Křesťanský magazín	zpravodajství / všeobecné	Speciální školy Diakonie Českobratrské církve evangelické pohledem A. Lazarova	zmínka	Celostátní	TV	PAS a kvalita péče	reportáž	neutrální
10.02.2020	Muni.cz	ostatní	Inkluze je červený hadr. Musíme vysvětlovat souvislosti	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	pozitivní
11.02.2020	Pedagogicke.info	pedagogika/školsství	David Povolný: Inkluze je červený hadr. Musíme vysvětlovat souvislosti	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	pozitivní
17.02.2020	Denikn.cz	zpravodajství / všeobecné	Vládní skupinu na pomoc autistům dusí spory. Válková vyhodila část členů, pak je pozvala zpět	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	článek	neutrální
17.02.2020	Eduin.cz	pedagogika/školsství	Muni.cz: Inkluze je červený hadr. Musíme vysvětlovat souvislosti	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	rozhovor	pozitivní
18.02.2020	Deník N	zpravodajství / všeobecné	Pomoc autistům brzdí spory	zmínka	Celostátní	Tisk	jednání o zákonech	článek	neutrální
18.02.2020	Pharmnews.cz	zdravotnictví	Autisté: Další výzvy je chráněné bydlení a pracovní místa	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
18.02.2020	iRozhlas.cz	zpravodajství / všeobecné	Jak zlepšit život lidem s autismem? Zařídít chráněné bydlení a lepší porozumění na trhu práce	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní

19.02.2020	Zdravotnický-denik.cz	zdravotnictví	Pro zlepšování života lidí s poruchami autistického spektra je další výzvou chráněné bydlení a pracovní místa	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
19.02.2020	Zdravi.euro.cz	zdravotnictví	Autisté: Další výzvou je chráněné bydlení a pracovní místa	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
20.02.2020	Sancedetem.cz	zdravotnictví	Další výzvou u autismu je chráněné bydlení a pracovní místa	zmínka	Celostátní	Online	PAS a kvalita péče	zpráva	pozitivní
26.02.2020	Atypmagazin.cz	autismus	Lidé s autismem budou moci řídit a budou mít svou konferenci	zmínka	Celostátní	Online	jednání o zákonech	zpráva	pozitivní
24.03.2020	Rizeniskoly.cz	pedagogika/školsství	Aplikovaná behaviorální analýza (ABA) ve vzdělávání dětí s autismem a jinými neurovývojovými poruchami	celý článek	Celostátní	Online	ABA terapie - informace	článek	pozitivní



## PŘÍLOHA P II: ZNĚNÍ DOTAZNÍKU

Dobrý den,

jmenuji se Martina Bolatzká a jsem studentkou magisterského programu Marketingové komunikace na Fakultě multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Ráda bych Vás požádala o vyplnění krátkého dotazníku k mé diplomové práci, která se zabývá povědomím o ABA terapii (aplikovaná behaviorální analýza) pro děti s poruchou autistického spektra u rodičů či osob, které mají tyto děti v péči. Na základě tohoto výzkumu bude navržen projekt vzdělávací kampaně, prostřednictvím které by se rodiče dětí s PAS mohli dozvědět o ABA terapii vše, co potřebují, aby se mohli rozhodnout, zda ji se svým dítětem absolvují.

Odpovědi v dotazníku jsou anonymní.

Děkuji za vyplnění.

### **1. Jste rodičem / pečujete o osobu s poruchou autistického spektra (PAS) ve věku 0-20 let?**

- a) ano
- b) ne (konec dotazníku)

### **2. Kolik času zhruba věnujete TÝDNĚ získávání informací o terapiích a metodách léčby pro osoby s PAS?**

- a) Maximálně 1 hodinu
- b) 1-3 hodiny
- c) Více než 3 hodiny

### **3. Odkud nejčastěji získáváte informace o terapiích a metodách léčby pro osoby s PAS?**

- a) Lékař (např. pediatr, psychiatr)
- b) Pedagog / Speciální pedagog
- c) Jiný specialista (např. psycholog)
- d) Vyhledávání na internetu
- e) Diskuze na webových portálech (např. diskuzní fóra)
- d) Diskuze na sociálních sítích (např. skupiny na Facebooku)
- e) Známí (např. další rodiče autistických dětí)
- f) Odborné knihy a časopisy
- g) Přednášky a semináře
- h) Jinde: (doplňte prosím)
- i) Informace tohoto typu nevyhledávám

### **4. Kolik zhruba hodin TÝDNĚ je pro Vás akceptovatelný čas, který dítě stráví absolvováním terapií, speciálních programů či metod vzdělávání MIMO DOMOV? (nad rámec běžné školní docházky)**

Otevřená

### **5. Kolik zhruba hodin TÝDNĚ je pro Vás akceptovatelný čas, který strávíte s dítětem DOMA různými metodami, procvičováním, pokračováním s terapií? (berte prosím v potaz dobu, kdy se dítěti plně věnujete, mimo povinnosti spojené s běžnou školní docházkou)**

Otevřená

### **6. Na následujících stupnicích prosím zaškrtněte míru důležitosti jednotlivých faktorů při rozhodování, zda Vaše dítě podstoupí danou terapii / speciální program / metodu vzdělávání?**

0-nedůležité, 5-velmi důležité

**U každé podotázky prosím zvolte odpověď v rozpětí 0-5:**

Čas 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

Finanční náklady 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

Vědecké důkazy, že dané metoda / program / terapie funguje 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

Vzdálenost lokality 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

Odbornost terapeuta / lektora / jiné osoby, která má dítě na starost 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

Sympatie / kladný vztah a důvěra vůči terapeutovi / lektorovi / jiné osobě, která má dítě na starost 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

Prestiž subjektu, který danou metodu / program / terapii poskytuje 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

Zkušenosti známých 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

Náročnost (fyzická i psychická) dané metody / programu / terapie na dítě 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

Prostředí, kde metoda / program / terapie probíhá (interiér + vybavení) 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5

**7. Myslíte si, že finanční podpora osob s PAS (a jejich okolí) ze strany státu je dostatečná?**

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nevím

**8. Slyšeli jste již o ABA terapii?**

- a) Ano
- b) Ne
- c) Nevím

**9. Kde jste se o ABA terapii dozvěděli?**

- a) Lékař (např. pediatr, psychiatr)
- b) Pedagog / Speciální pedagog
- c) Jiný specialista (např. psycholog)
- d) Vyhledávání na internetu
- e) Diskuze na webových portálech a sociálních sítích
- f) Známí (např. další rodiče autistických dětí)
- g) Odborné knihy a časopisy
- h) Přednášky a semináře
- i) Jinde: (doplňte prosím)
- j) Nepamatuji si

**10. Sledujete některé webové stránky věnující se ABA terapii?**

- a) Ano, často (dále otázka 11)
- b) Ano, občas (dále otázka 11)
- c) Ne (dále otázka 12)

**11. Jaký web (weby) věnující se ABA terapii sledujete?**

Otevřená

**12. Sledujete některé stránky na Facebooku věnující se ABA terapii?**

- a) Ano (dále otázka 13)
- b) Ne (dále otázka 14)
- c) Nevím (dále otázka 14)

**13. Jaké stránky na Facebooku věnující se ABA terapii sledujete?**

Otevřená

**14. Sledujete některé profily na Instagramu věnující se ABA terapii?**

- a) Ano (dále otázka 15)
- b) Ne (dále otázka 16)
- c) Nevím (dále otázka 16)

**15. Jaké profily na Instagramu věnující se ABA terapii sledujete?**

Otevřená

**16. Absolvovalo (či absolvuje) Vaše dítě ABA terapii?**

- a) Ano, mé dítě terapii již absolvovalo (dále otázka 18)
- b) Ano, terapie mého dítěte je právě v průběhu (dále otázka 18)
- c) Ne a neplánujeme (dále otázka 17)
- d) Ne, ale absolvování terapie v budoucnu nevyklučuji (dále otázka 19)

**17. Z jakého důvodu jste s dítětem ABA terapii nepodstoupili?**

- a) Není pro mé dítě vhodná
- b) Nevěřím, že by mohla pomoci
- c) Považuji ji za příliš nátlakovou
- d) Je příliš časově náročná
- e) Nemám k ní v místě bydliště přístup
- f) Nemám o ABA terapii dostatek informací
- g) Jiný důvod: (doplňte prosím)

**18. Vykazuje u Vašeho dítěte ABA terapie pozitivní výsledky?**

- a) Určitě ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Určitě ne
- a) Zatím nevíme

**19. Jaké (další) terapie, programy či metody vzdělávání Vaše dítě absolvovalo/absolvuje? (Pozorujete u nich pozitivní výsledky?)**

Otevřená

**20. Myslíte si, že mají rodiče (opatrovníci) dětí s poruchami autistického spektra (PAS) o ABA terapii dostatek informací?**

- a) Určitě ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Určitě ne
- e) Nevím

**21. Prosím vyznačte, jakými výrazy byste ABA terapii popsali na následujících škálách:**

Důvěryhodná 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Nedůvěryhodná

Individuální 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Obecná

Intenzivní 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Občasná

Finančně dostupná 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Drahá

Vědecky podložená 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Experimentální

Úzce využitelná 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Široce využitelná

Nátlaková 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Přirozená

Rozšířená v České republice 2 – 1 – 0 – 1 – 2 V České republice v začátcích

Doporučovaná 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Opomíjená

Účinná (ve smyslu zkvalitnění života) 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Neúčinná (ve smyslu zkvalitnění života)

Dlouhodobá 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Krátkodobá

Systematická 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Nahodilá

Moderní 2 – 1 – 0 – 1 – 2 Tradiční

**22. Jaká je podle Vás největší VÝHODA ABA terapie?**

- a) Účinnost
- b) Intenzita
- c) Dostupnost
- d) Dostatek vědeckých poznatků
- e) Rozsah jejího působení
- f) Individuální přístup
- g) Nevím
- h) Jiná: (doplňte prosím)

**23. Jaká je podle Vás největší NEVÝHODA ABA terapie?**

- a) Nedostupnost
- b) Nátlakový přístup
- c) Finanční náročnost
- d) Časová náročnost
- e) Nedostatečné vědecké poznatky

- f) Malý rozsah využití
- g) Nedůvěryhodnost
- h) Nevím
- i) Jiná: (doplňte prosím)

**24. Pokud máte nějaké další zkušenosti, vlastní názor či cokoli dalšího k terapii ABA, co je podle Vás důležité zmínit, vypište to prosím do tohoto pole:**

Otevřená

25. V jakém kraji žijete?

- a) Hlavní město Praha
- b) Jihočeský kraj
- c) Jihomoravský kraj
- d) Karlovarský kraj
- e) Kraj Vysočina
- f) Královhradecký kraj
- g) Liberecký kraj
- h) Moravskoslezský kraj
- i) Olomoucký kraj
- j) Pardubický kraj
- k) Plzeňský kraj
- l) Středočeský kraj
- m) Ústecký kraj
- n) Zlínský kraj

26. Jaká porucha autistického spektra (PAS) má Vaše dítě?

- a) Dětský autismus**
- b) Atypický autismus**
- c) Aspergerův syndrom**
- d) Dětská dezintegrační porucha**
- e) Autistické rysy**
- f) Hyperaktivní porucha sdružená s mentální retardací a stereotypními pohyby**
- g) Rettův syndrom**
- h) Jiné pervazivní vývojové poruchy**
- i) Jiná: (doplňte prosím)**

27. Jak staré je Vaše dítě?

- a) 0-5 let
- b) 6-10 let

c) 11-15 let

d) 16-20 let

**28. Jaké zařízení Vaše dítě navštěvuje?**

a) Speciální škola / školka

b) Běžná škola / školka

c) Jiné: (doplňte prosím)

**29. Jakého pohlaví je Vaše dítě?**

a) Chlapec

b) Dívka

**30. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?**

a) Základní

b) Středoškolské bez maturity

c) Středoškolské s maturitou

d) Vyšší odborné

e) Vysokoškolské bakalářské

f) Vysokoškolské magisterské

g) Vysokoškolské doktorské (a výše)

**31. Jaké je Vaše pohlaví?**

a) Muž

b) Žena

Děkuji za Váš čas a vyplnění dotazníku.

Martina Bolatzká

# PŘÍLOHA P III: PODKLADY K INTERPRETACI VÝSLEDKŮ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ

**Tabulka rozložení respondentů podle krajů a pohlaví**

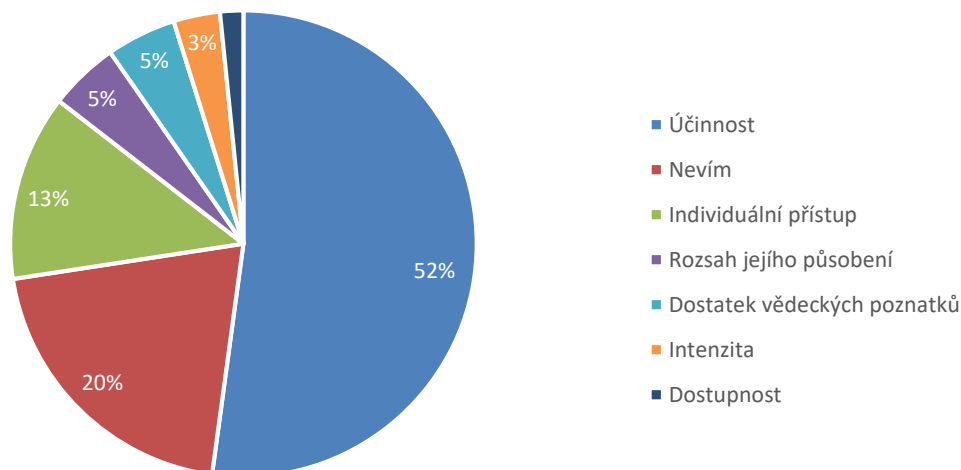
Pohlaví	Kraj	Počet
Muž	Hlavní město Praha	6
	Jihočeský kraj	4
	Jihomoravský kraj	4
	Kraj Vysočina	4
	Královéhradecký kraj	3
	Liberecký kraj	7
	Moravskoslezský kraj	6
	Olomoucký kraj	2
	Pardubický kraj	1
	Plzeňský kraj	5
	Středočeský kraj	2
	Ústecký kraj	4
	Zlínský kraj	3
	<b>Muž Celkem</b>	
Žena	Hlavní město Praha	23
	Jihočeský kraj	12
	Jihomoravský kraj	21
	Karlovarský kraj	17
	Kraj Vysočina	16
	Královéhradecký kraj	10
	Liberecký kraj	19
	Moravskoslezský kraj	10
	Olomoucký kraj	10
	Pardubický kraj	13
	Plzeňský kraj	11
	Středočeský kraj	11
	Ústecký kraj	14
	Zlínský kraj	10
<b>Žena Celkem</b>		<b>197</b>
<b>Celkový součet</b>		<b>248</b>

## Komentáře respondentů k ABA terapii (dobrovolné)

ABA dělá z dětí cvičené opičky
ABA devastuje děti, je to systém, kdy chcete "vytlouct" z klienta jeho potřeby a nahradit je svými představami o kvalitním životě. Neumím si představit, že by to někdo dělal zdravému dítěti - kdyby plakalo, tak by ho nepochoval, dokud by si nesáhlo třeba na hada, kterého se panicky bojí. Nebo něco takového požadovat po dospělém - dostaneš svoji potřebu, až uděláš něco, co se ti strašně ekuje. Chceš koukat na pohádku - musíš se u toho nechat slehat kopřivama (ekvivalent - chceš koukat na pohádku, budeš v ruce držet hlínu, kterou nesnášiš). Takže za mne čiré zlo, nejen kvůli původu, ale i kvůli tomu, co z dětí dělá - vycvičené pejsky...
ABA je drahá, ale vyplácí se se, syn dělá velké pokroky, ABA asi není pro všechny, ale mnoho rodičů má i zbytečně zkreslený pohled, není to nátlak, není to cvičení psů, nám opravdu pomáhá i v každodenním životě a věřím, že časem se díky tomu syn zařadí do běžného života
aba je kontroverzní, mnozí ji považují za nátlakovou pro osobnost dítěte, u nás ale pomáhá dětem se orientovat v běžných situacích a dělá jí i nám život jednodušší
ABA je v mnohém kontroverzní, zjišťujeme si nyní co nejvíce informací, abychom děti neublížili
ABA mění osobnost dítěte, dělá z něj cvičenou opičku, nemáme zájem
ABA nám zatím pomohla nejvíce, je to velmi finančně náročné, ale pro dítě uděláte vše
ABA nerespektuje dítě a jeho potřeby, Je využíváno nepřijatelných tlaku a metod, které by si nikdo vůči zdravému dítěti či dospělmu nedovolil a z dítěte s PAS dělá v podstatě objekt k převychování.
ABA podle mě vlemí zasahuje do osobnosti, dobře o tom píše web mujautismus.cz
ABA program je velmi časově náročný, stejně tak i finančně. Rodiči tomu musí věnovat spoustu hodin práce (min 12-20h/týden). První výsledky jsme viděli již po dvou měsících. Nárůst slovní zásoby a komunikačních dovedností byl raketový. Nyní spíše řešíme problémové chování.
ABA programy jsou skvělé, ale jen v případě, že je provádí opravdu kompetentní odborník
ABA terapii jsem intenzivně se synem dělala 2 roky - 4 hodiny denně - předem připravené. Bohužel jsme nesehnali žádného terapeuta na pomoc, což pro mne bylo velice náročné. Podařilo se nám sehnat supervizi. O tu jsme ale přišli po nástupu do školy - nezáměr školy o spolupráci. Absolvovala jsem semináře o ABA, doporučuji ji dalším rodičům. Ale kvůli časové náročnosti a i náročnosti na nervy terapeuta to vzdávám. Na malém městě není šance pomoc sehnat. Bohužel. Výsledky jsou skvělé. Nyní se snažíme udržovat dodržováním principů ABA. Samotný rodič časem zažívá vyhoření. Ale nelituji.

aktuálně isme na TEACCH, ale alternativy zvažujeme stále
bojime se, aby nebyla příliš nátlaková, hovoříme se známými, kteří aba podstoupili a nebyli spokojeni
bojime se, že ABA mění osobnost dítěte, proto jsme nepodstoupili
Byli jsme na čekací listině do ABA centra v Praze, bohužel se ozvali po delší době, ale s okamžitým nastupem. Při vysoké ceně a 150km vzdalenosti jsme nebyli schopni terapii zrealizovat.
dcera už je na zahájení ABA příliš stará, věřím, že by to mohlo pomoci, ale dříve a té době ještě ABA nebyla vůbec dostupná
Delame pres 4 roky, moc nam pomohla.
do budoucna pro syna zvažuji, ale je to hůře dostupné a velmi drahé
hodne poskozujici je jednostrany web www.mujaautismus.cz, znam mnoho lidi, kteri na zaklade teto stranky abu uplne odmítli -skoda, jejich deti mohli profitovat z te terapie....strasny web,jednostranny, plny frustraci a vyhranenyh jednostrannyh info
Je důležité řídit se názory osob s PAS na ABA a nedeprimovat touto terapií autisty zbytečně. ABA funguje jen navenek, vnitřně působí u autistů velmi negativně.
je hůře dostupná
je to pro nás jedná z možností, ale potřebujeme nyní víc informací, zjišťujeme a rozhodujeme se
jsme velmi spokojeni, je to jen časově náročné a stojí to dost peněz
Kdyby byla lépe finančně dostupná, určitě bychom využili více hodin terapie. Na ABA terapii je v ČR také dlouhá čekací doba a je velmi těžké se na ABA terapii vůbec dostat.
máme dobré zkušenosti, ale je to náročné na čas i na finance
máme v okolí několik rodin s PAS dítětem, kteří mají dobré zkušenosti, problém je najít odborníka a taky cena
Mela by se kombinovat s dalsimi postupy a ne je vylucovat kvuli vyzkumu
Myslím,že je to k nicemu,pokud se něco změní,není to aplikovatelné dál.Co umí ABA, umí normálně smýšlející a milující rodiče.
na ABA chodime už půl roku, zabere to hodně času a stojí to hodně peněz, ale vyplatí se to, rodiče dětí s PAS jsou často ochotni dát cokoliv za terapii, která pomůže a tady to má opravdu smysl, ABA by měla být lépe dostupná a státem hrazená
Nepovazujem ju za vyhodnu. Nevhodne zasahuje do osobnosti dietata a moze narusit prirodzeny vyvin osobnosti (z psychologického pohladu). Napriek tomu viem, ze slavi uspechy a deti vďaka tejto terapii robia pokroky a ucia sa. Napriek údajnym vedeckym dokazom podla mna nie je dostatočne preskumane ake dopady tato terapia skutocne ma. Nasledujúca otazka je povinná - ale ja zijem vo Svajciarsku, tak zaskrtnuta odpoveď nebude relevantna.
nezabývame se tím, takže o ABA moc nevím
o ABA uvažujeme, ale trochu se bojíme zásahu do osobnosti, který údajně může nastat, potřebujeme více informací a důvěru v terapeuta
potřebujeme nyní více informací, abychom se rozhodli
rádi bychom také vyzkoušeli, ale je těžké se k tomu dostat
rádi bychom v budoucnu zkusili, ale je to drahé a není možné se k tomu dostat
rádi bychom vyzkoušeli, ale je není to dobře dostupné
řeší obecně projevy, ne příčiny; motivace dítěte je pouze na odměnu, není potom schopno samo něco dělat, pokud odměnu nedostane/nevidí
Terapeuti nejsou dostatočne vzdelani v oblasti senzorickeh potizi, nedokazi spravne rozpoznat príčinu potizi a snazi se chovani jen modifikovat. Uplne ignoruji moderni poznatky z neurovedy. Nemaji vzdelani, aby rozpoznali trauma a umeli s nim pracovat.
Terapii jsme měly velký zájem vyzkoušet ale v našem kraji a s dalším dítětem je naprosto nedostupná. Mé poslední informace jsou, že v ČR existuje pouze jeden seriózní terapeut, který navíc dojíždí i na Slovensko.
V ČR je strašně moc kvaziobdbkníku, opravdové certifikované terapeuty jsou mimořádně drazí a malodostupní
Viz vyse
zatím jsme spokojeni s TEACCH a neradi bychom překombinovali, ale pokud by do budoucna byla lepší dostupnost ABA, zkusili bychom možná přejít
Zda se mi, ze tato terapie dle toho co jsem o ni cetla, deti s postizenim PAS meni(uci je jak maji zit normalne,ale jsou pak jak opicky)coz ja nechci a tez se mi zda, ze je to moc tvrde uceni.
zjišťujeme, hledáme informace, googlujeme, ptáme se specialistů
známí absolvovali, ale z důvodu zásahu do osobnosti přestali, příliš velký nátlak
známí se synem podstupují a jsou spokojeni, osobně s dcerou s AS zkušenost nemáme a nemyslím si, že by nám pomohlo vzhledem k dg a k věku

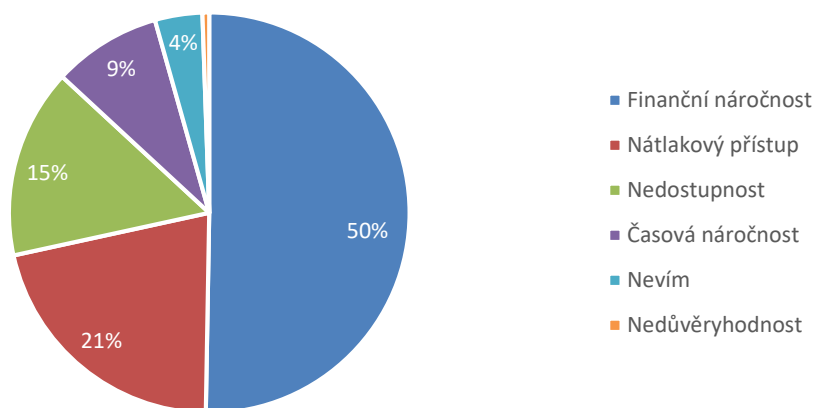
**Graf 7: Největší vnímaná výhoda ABA**



Graf 7 – Největší vnímaná výhoda ABA



**Graf 8: Největší vnímaná nevýhoda ABA**



Graf 8 – Největší vnímaná nevýhoda ABA