



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Není hraní jako HRaní

E-terén v on-line
prostředí hazardu

 NABERTE
KURZ



Není hraní jako HRaní

E-terén v on-line prostředí hazardu

Společnost Podané ruce o. p. s.
Olomouc, 2020

Úvod	4
1. O Společnosti Podané ruce o.p.s.	5
2. O projektu HRaní	6
2.1 Shrnutí projektu.....	6
2.2 Fáze projektu.....	7
2.3 Výsledky evaluace projektu.....	8
3. Mapování a inspirace zahraniční dobrou praxí	13
4. Preventivní e-terénní sociální práce v on-line prostředí hazardu	16
4.1 Poslání e-terénní práce.....	16
4.2 Cílová skupina.....	16
4.3 Cíle e-terénní práce.....	17
4.4 Zásady poskytování služeb e-terénní práce.....	18
4.5 Složení e-terénního týmu.....	19
4.6 Práce e-terénního pracovníka.....	19
4.6.1 Popis náplně práce e-terénního pracovníka.....	19
4.6.2 Další povinnosti e-terénních pracovníků.....	20
4.7 Denní rutina e-terénních pracovníků.....	20
4.8 Zaškolování e-terénních pracovníků.....	21
4.9 Vedení provozní dokumentace.....	23
4.10 Bezpečnostní zásady e-terénních pracovníků.....	23
5. E-terén, komunikačně informační centrum a mobilní aplikace Port	25
5.1 Popis e-terénu.....	25
5.2 Pohyb v e-terénu.....	25
5.3 Monitoring e-terénu.....	25
5.4 Rozdělení e-terénu.....	25
5.4.1 Webové stránky nebo portály, kde se hrají hazardní hry.....	25
5.4.2 Webové stránky nebo portály, které poskytují informace o hraní hazardních her ..	26
5.4.3 Webové stránky, které nabízejí léčbu v souvislosti s patologickým hráčstvím, a další pomáhající organizace nebo skupiny.....	26
5.4.4 Webové stránky nebo portály, kde je možné o hraní hazardních her a přidružených tématech diskutovat s cílovou skupinou.....	26
5.5 Komunikačně informační centrum - webový portál.....	27
5.6 Sociální sítě.....	28
5.6.1 Průzkum a zjišťování možností.....	28
5.6.2 Kontinuální prezentace e-terénní práce, e-terénních pracovníků a nabízených služeb...	29
5.6.3 Živost a obsah.....	29
5.6.4 Aktivní oslovování potenciální cílové skupiny.....	30
5.6.5 Realizace kontaktu s klientem.....	30
5.6.6 Mobilní aplikace Port.....	30
5.6.7 Kvantitativní přehledy.....	31
5.6.8 Vztah e-terénní práce vůči kamenným provozovněm hazardních her.....	31
6. Komunikační nástroje e-terénních pracovníků	33
6.1 Sebeidentifikace e-terénních pracovníků.....	33
6.2 Pravidla komunikace.....	33
6.3 Odlíšnosti on-line komunikace oproti běžné komunikaci.....	33
6.4 Zanechání vzkazu.....	34
6.5 Individuální chat.....	34
6.6 Telefonní linka.....	34

6.7 Skupinový chat.....	35
6.8 Přidávání komentářů	35
6.9 Dotazníky, ankety a kvízy	36
7. Oblast šíření relevantních informací.....	37
7.1 Význam a možné podoby šíření relevantních informací	37
7.2 Články na webovém portálu.....	37
7.3 Základní postup při psaní článku.....	37
7.4 Recyklace vlastních článků z webového portálu na jiná místa v e-terénu	38
7.5 Příspěvky na sociálních sítích	39
7.5.1 Základní postupy pro přidávání obsahu na Facebook.....	39
7.5.2 Základní postupy pro přidávání obsahu na Instagram	39
7.6 Optimalizace pro vyhledávače.....	40
7.6.1 Klíčová slova	40
7.6.2 Formát textu.....	40
7.6.3 Odkazy	40
7.6.4 Obsah	40
8. Postupy přímé práce s klientem	41
8.1 Oslovování potenciální cílové skupiny	41
8.2 Jednání se zájemcem o e-terénní služby	41
8.3 Uzavření ústní dohody o poskytování služeb e-terénní práce.....	43
8.4 Vymezení klienta	43
8.5 Odložení a odmítnutí poskytování služeb.....	43
8.6 Ukončování poskytování služby, vypovězení dohody	44
8.7 Práva klientů a situace, které mohou práva ohrozit	44
8.8 Poskytované služby	47
8.8.1 Kontaktní práce.....	47
8.8.2 Poskytování relevantních informací.....	48
8.8.3 Poskytování poradenství	48
8.8.4 Poskytování pomoci v krizi.....	49
8.8.5 Pořádání tematických skupinových chatů s odborníkem.....	50
8.8.6 Odkazování na další subjekty.....	50
8.9 Individuální práce.....	51
8.10 Výkaznictví	51
8.10.1 Ochrana osobních údajů.....	51
8.10.2 Proces anonymizace osobních údajů.....	52
8.10.3 Získávání a zpracovávání informací.....	52
8.10.4 Předání informací klientovi.....	53
8.10.5 Postup při vykazování.....	53
9. Oblast křížovatky služeb - síťování	55
9.1 Popis křížovatky služeb	55
9.2 Význam křížovatky služeb	56
10. Plán standardizace a certifikace	57
11. Mechanismy financování	57
12. Mechanismy evaluace a měření efektivity.....	58
13. Příklady dobré praxe	60
14. Elektronické odkazy.....	62
Přílohy	63
Zdroje.....	70

Úvod

Tato publikace vznikla na základě úspěšného pilotního testu preventivní e-terénní sociální práce v on-line prostředí hazardu, který proběhl v rámci projektu „HRaní“ (harm reduction v prostředí hazardu) / CZ .03.2.63/0.0/0.0/17_071/0007714 financovaného z prostředků Evropského sociálního fondu prostřednictvím Operačního programu Zaměstnanost a státního rozpočtu České republiky. Projekt realizovala Společnost Podané ruce o.p.s. od 1. 1.2019 do 31.12.2020 a jeho výslednou metodiku nyní předkládáme odborné veřejnosti, pracovníkům v sociální sféře i dalším zájemcům, kteří působí v oblasti služeb pro rizikové hráče hazardních her anebo mají k tomuto tématu vztah. Za úvodní kapitoly o projektu a jeho vyhodnocení řadíme v publikaci přehled zahraničních praxí, které nám poskytly cennou inspiraci, v kapitole 4. následuje spíše procesní a formální hledisko, v kapitolách 5. a dalších pak zpracováváme podrobně naše zkušenosti z pilotního testu. Publikace je na závěr vybavena kasuistikami a názornými příklady využití metodiky v praxi.

Poděkování

Projekt by nemohl být realizován bez vysokého pracovního nasazení a tvůrčí invence našich e-terénních sociálních pracovníků Barbory Dařílkové, Elišky Garnolové, Markéty Málkové a Jany Šatánkové, přízně Odboru protidrogové politiky Úřadu vlády ČR a cenných rad představitelů společnosti Sazka a.s., Asociace nestátních organizací a zástupců poskytovatelů adiktologických služeb (Drug Out, Kolping, Krizové a kontaktní centrum Pod slunečným, Krystal Help, Magdaléna, Prevent 99, Renarkon, Sananim, White Light I. a další).

Děkujeme!

Za realizační tým projektu:

- Mgr. Lukáš Carlos Hrubý (odborný garant projektu)
- Mgr. Miroslav Charvát, Ph.D. (garant pro evaluaci)
- Bc. František Miklas (metodik)

1. O Společnosti Podané ruce o.p.s.

Z neformální svépomocné skupiny čítající několik osob (osmdesátá léta dvacátého století) se během tří desetiletí stala stabilní organizace s více než dvěma sty zaměstnanci. Sociální pracovníci, psychoterapeuti, adiktologové a další odborníci se v roce 2019 starali více než deset tisíc klientů. Společnost Podané ruce působí především v Jihomoravském, Olomouckém a Zlínském kraji, vzhledem k povaze některých aktivit však přesahuje i do dalších regionů.

Vizí Společnosti Podané ruce o.p.s. je přispívat k podpoře a šíření humanistických myšlenek, k ochraně lidských práv, rozvoji občanské společnosti, vytváření prostoru k respektu a toleranci, k jedinečnosti a právu na sebeurčení. Přispívat k prevenci závislostí vytvářením nezávislého, svobodného prostředí.

Posláním Společnosti Podané ruce o.p.s. je pomáhat lidem v náročných situacích jejich života, a to ve dvou stěžejních oblastech: v oblasti závislostí a v oblasti práce s dětmi a mládeží. Tvorbou kvalitních preventivních, podpůrných a intervenčních služeb se snaží hledat a vytvářet cesty k sociální, zdravotní i osobní stabilizaci svých klientů s ohledem na dlouhodobě udržitelnou kvalitu jejich života a osobní spokojenost.

Hodnoty a principy, ze kterých vychází služby Společnost Podané ruce o.p.s., jsou základní lidské etické principy, tolerance, respekt, empatie, otevřenost, důvěra, inovativnost a tvořivost, týmová práce a profesionalita. Mějme odvalu a vytrvalost být a provázet na cestě ke svobodě!

2. O projektu HRaní

2.1 Shrnutí projektu

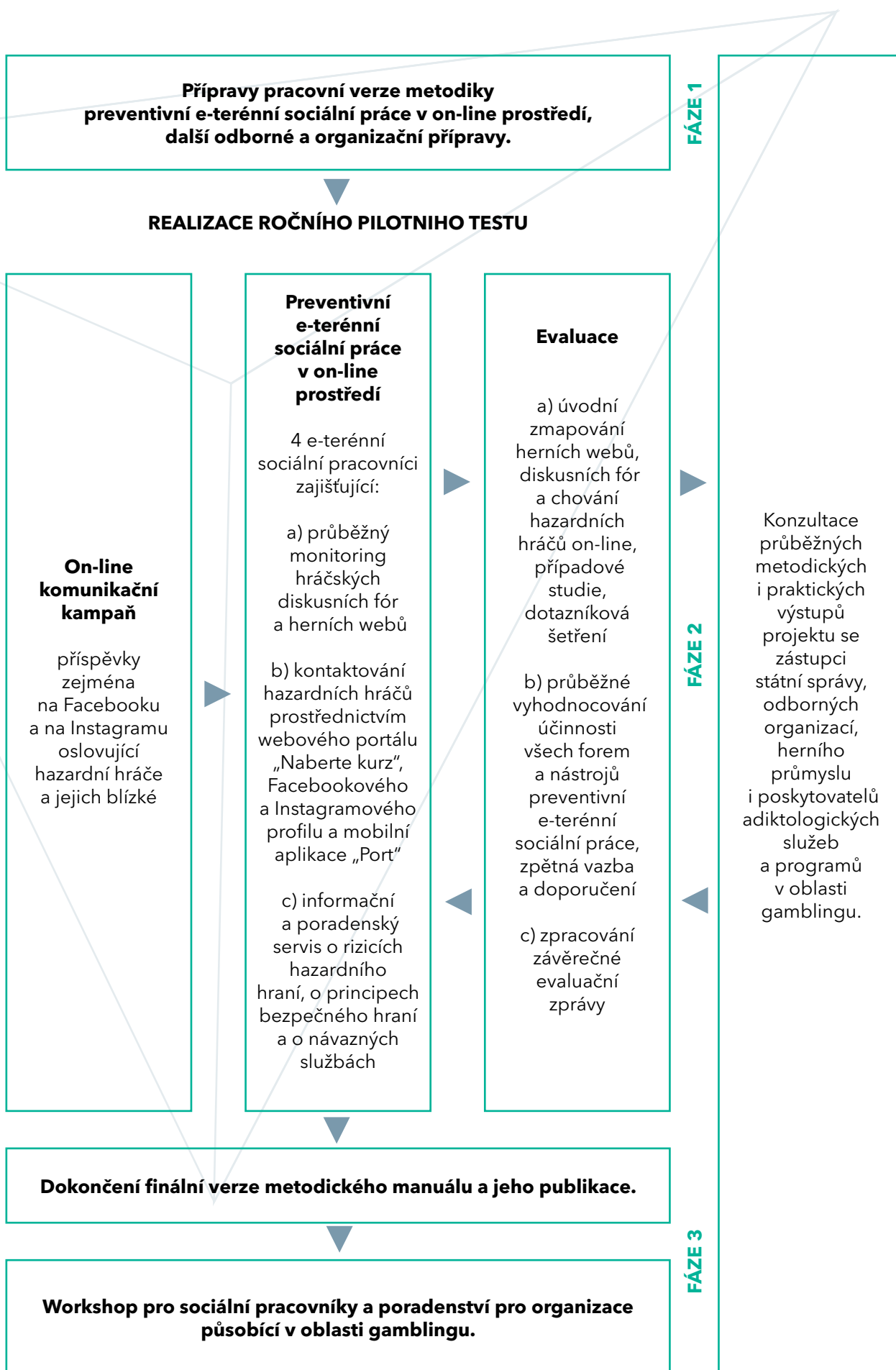
Projekt jsme začali připravovat v létě roku 2017 se záměrem vyzkoušet principy **Harm Reduction** (odtud první 2 velká písmena v názvu projektu) v prostředí rizikového hazardního hraní, tedy v oblasti závislostí, které byly dosud spíše doménou poradenství, terapie a léčby. Projekt byl koncipován jako ověření přínosu terénní práce v provozovnách herního průmyslu – mělo jít o přímé kontakty s hazardními hráči a intervence terénních pracovníků přímo v hernách a v kasinech. Po schválení projektu však došlo v ČR k zásadním legislativním změnám, které ovlivnily harmonogram i povahu projektu.

Od 1.1.2018 vstoupila v platnost účinnost některých ustanovení Zákona České republiky č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách. Tento zákon upravil podmínky provozování hazardních her na území ČR a započal proces náročné standardizace herních provozů (jejich postupné kontroly a na ní navazující udělování licencí). Podniků s licenci bylo na začátku roku 2018 velmi málo (velká část z nich na kontrolu teprve čekala), majitelé provozoven čelili výrazným finančním rizikům a řadě dalších nejistot spojených s novými legislativními požadavky a návštěvnost heren a kasin prudce poklesla. Toto nestabilní období bylo pro zahájení projektu naprosto nevhodné a rozhodli jsme se proto začátek projektu posunout z 1.4.2018 na 1.1.2019.

Hazardní hráči i herní průmysl se na nové podmínky adaptovali i tím, že přesunuli své aktivity více do on-line prostředí. Protože se situace ani na konci roku 2018 výrazně nezlepšila, rozhodli jsme se na růst využívání informačních technologií zareagovat a projekt „HRaní“ jsme proto s vědomím poskytovatele dotace přepsali – dostal nové zaměření na on-line herní a sázkařské prostředí a e-terénní sociální práci.

Další komplikací, s níž jsme se museli již v průběhu realizace projektu vypořádat, byl v roce 2020 dopad epidemie COVID na hazardní průmysl i na chování hráčů. Obě skupiny aktérů se na jednu stranu ještě více přesunuly na internet a na sociální sítě (hazardní průmysl rozšířil svou on-line nabídku a značně stoupl počet nových on-line registrací hráčů), na druhou stranu dramaticky ubylo příležitostí k sázení (omezení či úplný zákaz sportovních zápasů) a početná skupina sportovních sázkařů tak ztratila motivaci se reálně pohybovat v on-line světě. V druhé polovině pilotního testu jsme tak ve statistikách paradoxně zaznamenali stagnaci či mírný pokles kontaktů s cílovou skupinou, nicméně správně zvolenými propagačními aktivitami jsme i v této situaci dosáhli míry využití našich on-line nástrojů dostačující pro seriózní vyhodnocení účinnosti naší inovativní metody.

2.2 Fáze projektu



2.3 Výsledky evaluace projektu

Celková data vypovídající o funkčnosti všech on-line nástrojů

Mobilní aplikace Port	Počet stažení aplikací	850
	Počet stále nainstalovaných aplikací	269
	Počet aktivních aplikací	76
Telefonní linka	Počet hovorů	33
	Počet klientů	17
	Průměrná délka hovoru	30 min.
Facebookový profil	Počet publikovaných příspěvků	285
	Počet sledujících příznivců/likes	190 / 178
	Počet zobrazení	28 000
Instagramový profil	Počet publikovaných příspěvků	50
	Počet sledujících příznivců/likes	3 042 / 1 460
Webový portál	Počet publikovaných informačních článků	185
	Počet jedinečných návštěvníků (ČR)	2 481
	Počet vracejících se uživatelů	500
On-line terén	Počet oslovených	4 359
	Počet reakcí	189

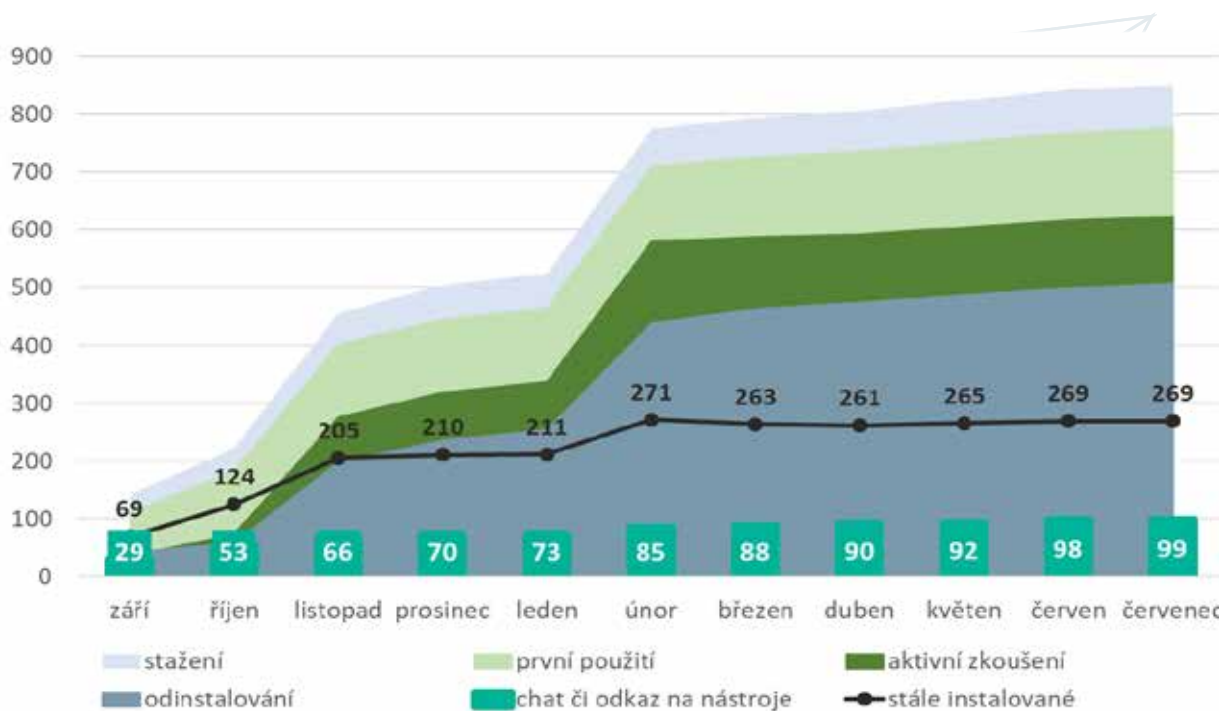
(pilotní test probíhal 12 měsíců, data jsou platná k červenci 2020)

Mobilní aplikace Port

Odezvy klientů

- Stažení aplikace: **850**
- První otevření: **776**
- Uživatelé, kteří aktivně zkoušeli funkce: **623**
- Uživatelé, kteří aplikaci odinstalovali: **507**
- Počet aplikací, které jsou stále nainstalované: **269**
- Počet aplikací, které jsou stále aktivní: **76**
- Uživatelé, kteří využili kontakt nebo chatovali: **99**
- Individuálních intervencí přes chat aplikace: **15**

Kumulativní počty uživatelů aplikace PORT dle měsíců



Aplikace PORT si své uživatele našla. Její uživatelské rozhraní je přehledné a grafické prvky vkusné a minimalistické. Prokázala též základní funkčnost v tom smyslu, že motivovala některé uživatele ke kontaktování e-terénních pracovníků projektu, nicméně zhruba v polovině testovaného období došlo ke stagnaci nových instalací a s tím i k následnému zastavení nárůstu sledovaných ukazatelů. Vývoj žádné aplikace pro chytré telefony není možné považovat za definitivně dokončený, je naopak třeba o její funkčnost a propagaci neustále pečovat.

Telefonní linka

Rozložení informačních a poradenských telefonních hovorů v rámci měsíců

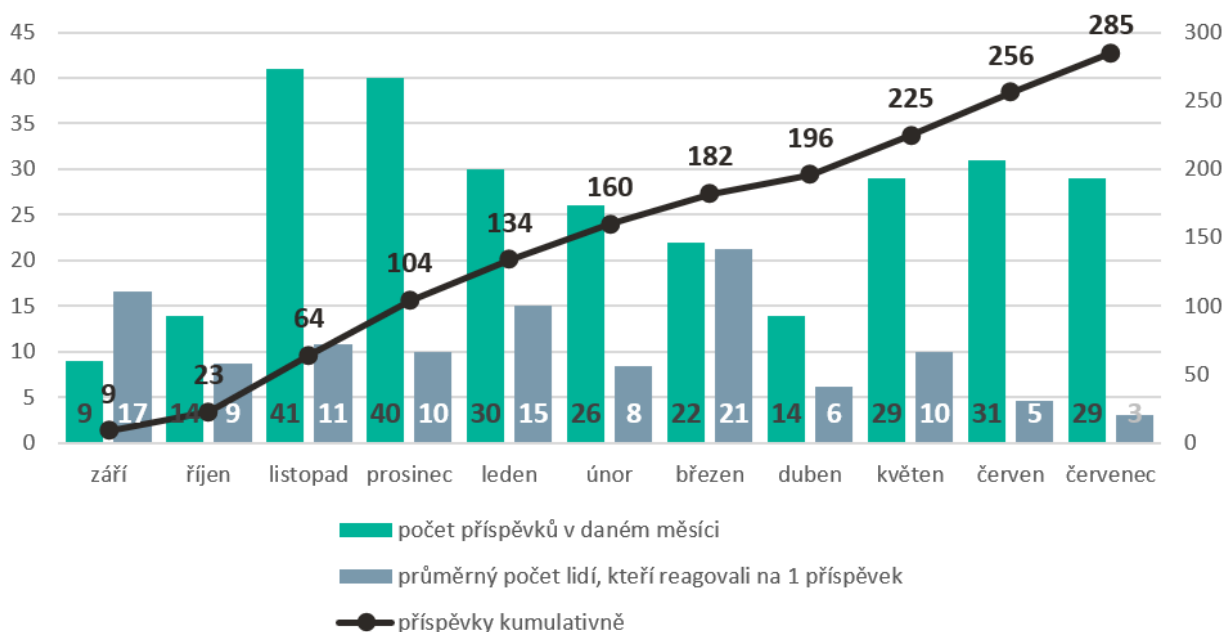
září	říjen	listopad	prosinec	leden	únor	březen	duben	květen	červen	červenec
2019	2019	2019	2019	2020	2020	2020	2020	2020	2020	2020
1	0	1	4	2	10	7	2	5	0	1
Celkový počet hovorů:				33						
Celkem klientů:				17						
Průměrná délka hovoru:				30 minut						

I přes relativně nízké počty má tato možnost kontaktu své opodstatnění, neboť vždy bude existovat určitá skupina klientů, která tuto jednoduchou a osvědčenou formu komunikace bude preferovat (senioři, k technice podezíraví klienti atp.). Nízké využívání telefonu může být dáno i zaměřením projektu a jeho propagačních strategií na spíše mladší a v informačních technologiích gramotnou cílovou populaci.

Facebookový profil

Celkový počet publikovaných příspěvků na FB činil ke konci sledovaného období 285. Průměrný počet reakcí na jeden příspěvek (like, komentář, klik, sdílení...) za celou dobu byl 10. Průměrný počet lidí, kterým se zobrazil na jejich profilech obsah související s jedním příspěvkem, byl 276.

Vývoj počtu příspěvku na FB profilu a průměrné počty reakcí



Profil je udržován ve velmi dobrém a aktivním stavu, pravidelně zde přibývají autentické příspěvky, které často reagují i na aktuální dění v oblasti hazardního hraní. Na případné příspěvky návštěvníků je obratem a s profesionalitou reagováno. Jde o jeden z neživějších nástrojů projektu. Za sledované období se nějaký obsah profilu zobrazil odhadem 28000 jedinečným lidem. S profilem nějakým způsobem interagovalo odhadem 2800 jedinečných lidí. Profil získal celkem 190 sledujících. Profil za celou dobu trvání projektu přivedl celkem 800 uživatelů na web nabertekurz.cz, z tohoto počtu bylo 750 nových. Tito uživatelé si prohlédli průměrně 3 stránky a celkem 44 % z nich se zdrželo déle. Přímo přes facebookový profil a messenger došlo k sedmi intenzivnějším kontaktním rozhovorům s klienty z cílové skupiny.

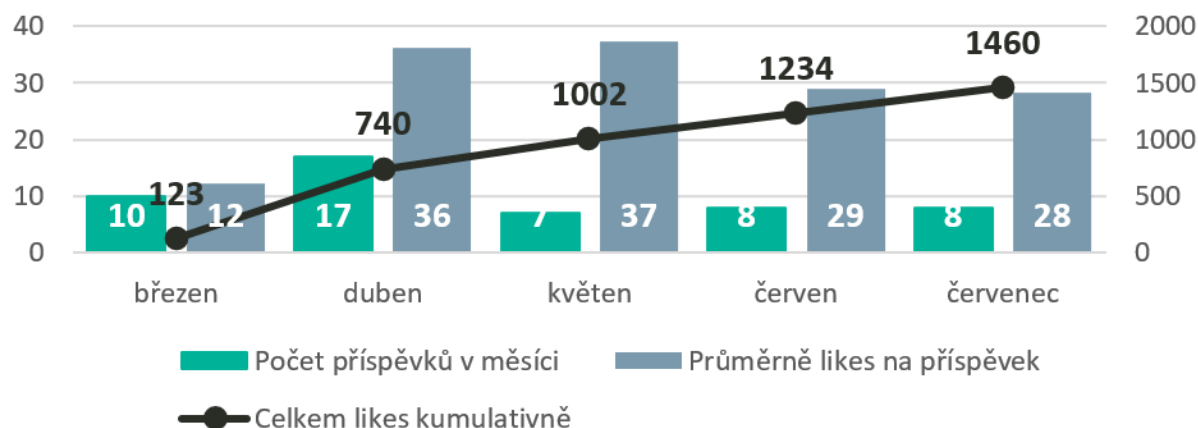
Instagramový profil

Celkem má profil 3042 sledujících. Odezva klientů byla celkem 1460 likes, což činí v průměru 29 likes na příspěvek. Instagramový profil přivedl ve sledovaném období na hlavní web projektu 56 návštěvníků. Přímo přes Instagramový profil došlo celkem k 15 kontaktním rozhovorům.

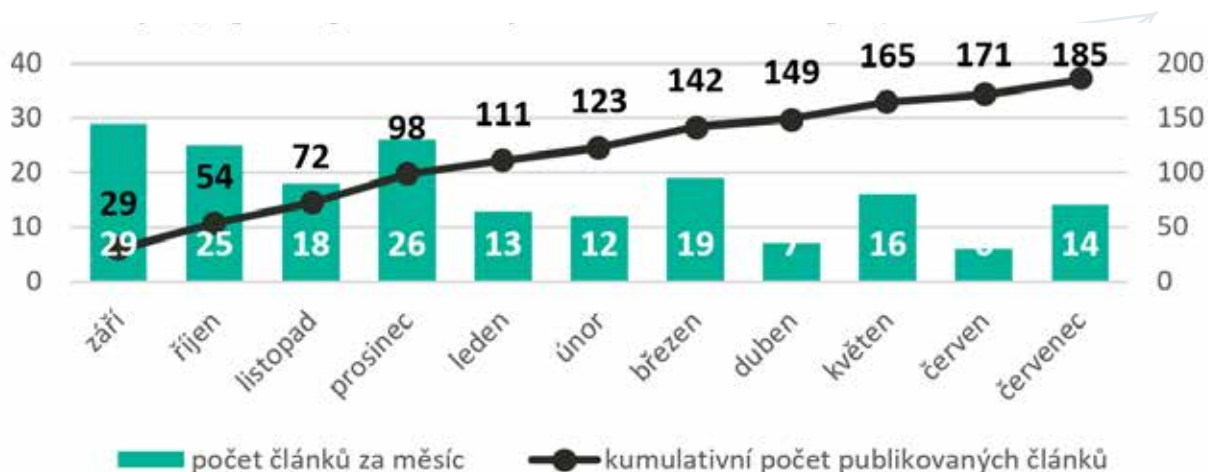
Měsíční přehled vývoje počtu příspěvků a reakcí na ně

Webový portál

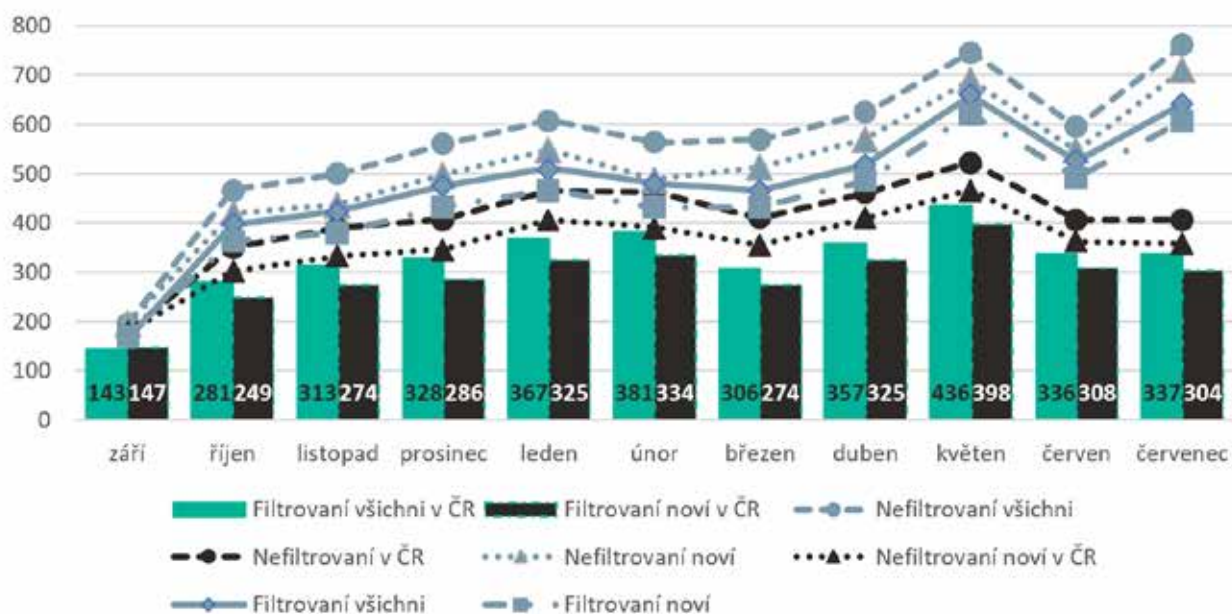
Publikovaných článků bylo za sledované období celkem 185. Celkově se snaží pokrývat poměrně širokou oblast potenciálního zájmu cílové skupiny. Je zde patrná i snaha o optimalizaci klíčových slov vzhledem k internetovým vyhledávačům (SEO).



Přehled vývoje počtu publikovaných článků na webu projektu



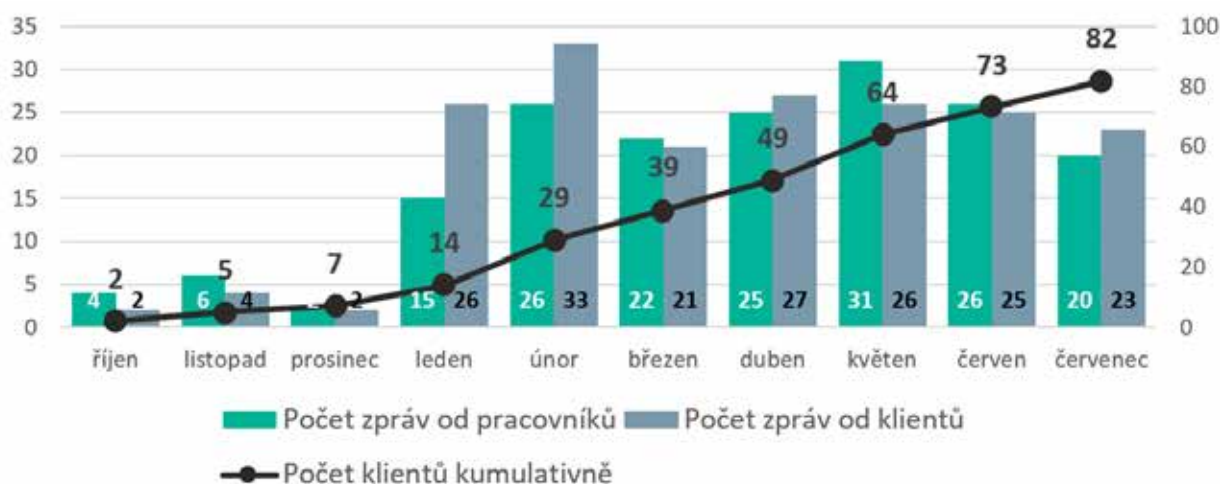
Ukazatele měsíční návštěvnosti webu nabertekurz.cz



Celkové počty za celé sledované období od září 2019 do července 2020 s odfiltrováním vnitřním provozem pracovníků jsou následující. Všichni jedineční uživatelé (bez omezení země s potenciálními roboty) činí 3834, přičemž pouze z ČR je to 2481. Celkem se jednalo o 14925 zobrazených stránek z ČR, s průměrným počtem 4,17 stránek na relaci a mírou okamžitého opuštění 43 %. Vraccující se uživatelů bylo 17,4 %, což celkově po odfiltrování bylo kolem 500 uživatelů. Šlo o 49,6 % žen a 50,4 % mužů. Ze 40 % šlo o uživatele ve věku 25 a 34 let. Celkem 63 % přistupovalo z mobilních telefonů, 34 % z počítačů a 3 % z tabletů. Nejčastěji (přes polovinu návštěv) byl web navštíven po zadání přímého odkazu (direct), přes klíčová slova ve vyhledávačích (organic) šlo přibližně o pětinu návštěv, stejně tak přes sociální sítě (social), nejméně častým způsobem je odkaz z jiných stránek (referral).

On-line terénní práce mimo nástroje projektu

Počet kontaktů a klientů v rámci diskusních fór v e-terénu



Nejrozsáhlejší aktivitou v monitoringu online prostředí mimo vlastní nástroje byla účast v diskusních fórech a jejich vláknech věnujících se přímo či okrajově hazardu. Jednalo se zejména o následující diskusní fóra: www.zpovednice.cz, www.modrykonik.cz, www.mojestarosti.cz, www.doktorka.cz, www.zive.cz, www.poradte.cz, www.pokerarena.cz, www.internetembezpecne.cz. Celkový počet oslovených v rámci těchto diskusních fór ve sledovaném období byl 4359. Zpráv od klientů bylo celkem 189. V 82 případech došlo ke kontaktu v diskuzích prostřednictvím vzájemných reakcí mezi členy cílové skupiny a pracovníky projektu.

3. Mapování a inspirace zahraniční dobrou praxí

USA

Blaszczynski (2002, pp. 9-10) uvádí, že v USA nejsou regulovány hazardní hry na federální úrovni, nýbrž na úrovni jednotlivých států. Obecně lze podle Blaszczyňského říci, že v porovnání s Kanadou nebo Evropou se americké státy zaměřují na harm reduction pouze v rámci povšechných informací pro návštěvníky kasin a heren anebo v rámci edukačních programů primární prevence.

Velká Británie

Podle Blaszczyňského (2002, pp. 8-9) je hazard ve Velké Británii poměrně přísně regulován státem, aby nedocházelo ke zneužívání zákazníků velkými komerčními subjekty v hazardním průmyslu. Mezi opatření uvedená v zákoně o hazardních hrách patří například nutnost registrace v kasinu nebo v herně nebo zákaz alkoholu a živé zábavy (živá hudba atd.).

Nově registrovaní zákazníci musí počkat 24 hodin předtím, než jim bude umožněna hra. Dále je zakázáno zákazníkům nabízet herní bonusy v období svátků a podobných příležitostí, jako jsou třeba Vánoce nebo čínský Nový rok.

Reklama na hazard je zde regulována zákonem. Nedávná studie (Crichtlow et al., 2020) se zabývala právě reklamou na hazard ve Velké Británii optikou harm reduction. Reklama na hazard je sice ve Velké Británii regulována, ale jen co se týče míst, kde je možné ji umístit, nikoli jejího obsahu. Není tedy nutné zahrnout minimální věk pro hraní hazardních her, možná rizika hazardu nebo třeba pravidla dané hazardní hry. Jelikož výzkumy napovídají tomu, že marketing má vliv na chování hráčů hazardních her, povinné použití výše zmíněných informací v reklamě může sloužit jako nízkonákladová a vysoce efektivní metoda šíření myšlenek harm reduction. Z analýzy vybraných reklam vyplývá, že design a pozice těchto informací má vliv na efektivitu jejich propagace. Čím jasnější, čitelnější a přímější zpráva, tím je efektivnější. V některých analyzovaných reklamách jsou podmínky hry prezentovány takovým způsobem, že zákazník může přecenit šanci na výhru, nebo nemusí přesně pochopit, za jakých podmínek získá bonus. Zároveň analyzované reklamy neprezentují možná rizika hazardu, ale jen kontakty na pomoc. Výsledkem výzkumu je tedy doporučení pro zákonodárce k zavedení minimálních standardů pro reklamu na hazard ve Velké Británii.

Roku 2019 se sami provozovatelé hazardu ve Velké Británii společně s Radou pro hraní a sázení rozhodli implementovat do hracích automatů nový prvek. Výherní automaty by měly samy pomocí umělé inteligence rozpoznat, že se hráč příliš zanořil do hry a nemůže přestat hrát. V tuto chvíli se automat na 30 sekund zastaví a zobrazí informaci o možnosti stát se závislým. Obsluze v herně nebo kasinu zároveň přijde zpráva o tom, že se automat zastavil. Obsluha by za hráčem měla přijít a zeptat se, zda si nechce o hraní promluvit. Dlouhodobý efekt tohoto opatření se bude teprve zkoumat. (Bílek, 2019)

V polovině roku 2020 britská Komise pro hazardní hry reagovala na pandemii koronaviru vydáním nových směrnic, které by měly chránit sázkaře před rozvojem problémového hraní. Nově sázkové společnosti nesmí nabízet tzv. zrušení výběru peněz, což znamená, že pokud se sázkař jednou rozhodne poslat si peníze zpět na svůj bankovní účet, sázkovna mu již nesmí nabízet zrušení tohoto příkazu. Sázkovny by navíc měly přestat nabízet bonusy hráčům, které vyhodnotí jako problémové. Můžou to být například ti, kteří sázejí více než hodinu bez přestání. Provozovatelé budou mít také za úkol monitorovat chování sázkařů a v případě výrazné změny chování (například výše sázek) hráče kontaktovat a ujistit se, že hraje zodpovědně. (Lawson, 2020)

Kanada

V Kanadě je ilegální profitovat z hazardu, pokud výtěžek nejde na charitativní účely, do státní kasy nebo do dostihového průmyslu. Provozovatelé si mohou ponechat 15 % výtěžku na zajištění dalšího

provozu. Nestátní organizace, jako třeba The Canadian Foundation on Compulsive Gambling, provozují bezplatné telefonní linky, kde je možné informovat se o rizicích hazardu a možnostech jejich snížení. Dále vytvářejí on-line knihovny s informacemi o rizicích hazardu, zodpovědném hraní apod., nebo provozují edukační programy pro zaměstnance heren a kasin, nezletilé studenty nebo rodiče. (Blaszczynski 2002, pp. 11-12)

Finsko

Ve Finsku je veškerý hazard již více než 70 let provozován výhradně státními organizacemi. Vláda má za to, že je to nejlepší způsob, jak zmírnit nepříznivé dopady hazardu a zabránit zneužívání hazardu. Profity z hazardu poté stát investuje do veřejných zájmů jako jsou sport, věda, kultura, zdravotnictví, sociální problematika nebo jezdeckví. Průměrný roční výdělek z hazardu je 1,1 miliardy eur.

Podle zákona je minimální věk pro hraní hazardních her 18 let. Reklama na hazard tedy nesmí být cílena na mladistvé a má být „zodpovědná“. Veškerá reklama jiných zahraničních provozovatelů hazardu je ve Finsku zakázána. (Gambling)

Austrálie

V Austrálii proběhla studie o vlivu marketingu na chování mladých sázkařů (Deans et al, 2017). Podle této studie marketing hraje velkou roli v normalizaci hazardu ve spojitosti se sportem a povzbuzuje diváky sportovních utkání, aby se hazardu věnovali. Pro mladé muže, kteří byli součástí této studie, hraje sázení na zápas důležitou roli v jejich prožívání sportovních utkání. Tím, že je díky marketingu hazard spojován se společensky vysoko hodnocenou aktivitou (sport), hazardní společnosti nejen ovlivňují percepce rizik spojených s gamblingem u individuálních osob, ale také jejich míru zapojení do hazardu. V současné době tedy pozorujeme velké zastoupení hazardu v odvětvích, které se hazardu netýkají, což je problematické. Výsledkem studie je apel na zákonodárce, marketéry, australské poskytovatele hazardu a neziskové organizace, aby více propagovali myšlenku harm reduction a zodpovědného hraní.

Podle jiného výzkumu (Thomas et al, 2017) australská veřejnost přisuzuje největší škodlivost hazardu v kasinech a automatům. Toto zjištění bylo překvapivé, jelikož se edukační programy pro australskou veřejnost obvykle nevěnují škodlivým aspektům automatů, nýbrž spíše zodpovědnému hraní. Informace mají respondenti tedy asi z jiných zdrojů (media apod.). I přesto však 1 z 5 účastníků výzkumu hraje na automatech alespoň 1 x měsíčně. Může to znamenat, že vědomí rizik se vždy nepromítá do chování. Méně účastníků označilo sázení na dostihy jako škodlivé. V Austrálii jsou dostihy sociálně akceptované a propagované směrem k rodinám.

Z výzkumu také vyplývá, že australská veřejnost by si přála větší regulaci reklam na hazard (ve větší míře než regulaci reklam na alkohol nebo cigarety). Výsledkem by podle respondentů měly být větší a výraznější reklamní kampaně o harm reduction a zodpovědném hraní. Přístup australské vlády se však nepotkává s většinovým názorem veřejnosti; vláda může být ovlivněna jinými zájmy (zisky z hazardu, lobby z hazardního průmyslu atd.). (Thomas et al, 2017)

Nový Zéland

Nový Zéland v roce 2010 připravil strategii na sedm let s cílem předcházet nepříznivým dopadům hazardu a zmírnit zdravotní problémy v populaci spojené s hazardem. Strategie byla zaměřena jak na systémové změny v nastavení herního průmyslu, tak na individuální práci se samotnými hráči a sázkaři. V rámci strategie byly vytvořeny edukační programy pro provozovatele hazardu upozorňující na jejich společenskou odpovědnost, a edukační programy pro zaměstnance v hazardním průmyslu, aby byli lépe schopni komunikovat s hráči o zodpovědném hraní a rozpoznat známky závislostního chování. Stát finančně podpořil výzkum hazardního průmyslu o chování zaměstnanců a hráčů. Stát také navýšil financování pro organizace provozující všechny typy prevence, edukaci veřejnosti anebo léčbu závislosti na hazardu.

V období mezi lety 2010 a 2017 se v populaci zvýšilo povědomí o rizicích spojených s hazardem (70 % obyvatel rozezná znaky problémového hraní). Více osob ví o bezplatné telefonní lince, méně již ví o možnosti bezplatného ambulantního poradenství. Zřejmě je to tím, že marketingové kampaně jsou spíše lokální a krátkodobé, takže nemají dlouhodobý efekt po celé zemi. Na tomto by se tedy mělo do budoucna zapracovat a vytvářet více dlouhodobých celonárodních marketingových kampaní. Také je třeba věnovat se více profesionalizaci zaměstnanců v hazardním průmyslu a osvětě o benefitu profesionálních zaměstnanců. Celkově strategie však fungují a mělo by se v nich s menšími změnami pokračovat. (Ministry of Health 2017)

Přehledové studie

1. McMahon et al (2019) provedli rešerši 55 nezávislých studií o efektu různých harm reduction opatření. Výsledky jsou následující:
 - *Preventivní programy pro mladé lidi*: 2 z 11 studií uvádí pozitivní efekt, neboť po absolvování programu se snížil počet mladistvých hráčů. Zbytek studií nezjistil žádný efekt.
 - *Zkrácení otevírací doby provozoven*: nemá zásadní vliv na průměrnou dobu hraní jednotlivců.
 - *Dobrovolné herní limity*: v obecné rovině nebyl zjištěn velký efekt. Hráči si nastaví limity podle toho, jak moc nebo málo hrají (například problémoví hráči si nastaví vysoký limit). Studie byly však prováděny v zemích, kde lze limit překročit. Podle jedné z analyzovaných studií 80 % hráčů překračuje své nastavené limity běžně.
 - *Sebevyloučení*: 5 studií uvádí, že po určité době sebevyloučení a následném návratu k hraní se frekvence hraní a utracené částky snížily. Efekt ale nebyl dlouhodobý, postupně se hráči vrátili do stejné situace jako před sebevyloučením.
 - *Informační zprávy v automatu (například o nebezpečí závislosti)*: zatím není dostatek informací, aby bylo možné posoudit efekt tohoto opatření. Průměrná doba hraní se však snížila, pokud byly na obrazovce automatu hodiny.
 - *Maximální výše sázky*: dvě analyzované studie nezjistily žádný efekt. Jedna studie zjistila, že hráči utratili méně peněz a hráli méně času na automatech, kde byla maximální sázka 1 dolar než na automatech, kde bylo maximálně 10 dolarů.
 - *Odstranění bankomatů z provozovny*: jedna studie nereportuje žádnou změnu u 97 % hráčů, jiná říká, že patologičtí hráči hráli méně v místech, kde nebyl bankomat.
2. Harris & Griffiths (2017) zanalyzovali literaturu popisující „technologické“ harm reduction prvky v kontextu výherních automatů.
 - Z rešerše vyplynulo, že edukativní informace, které by v hráči měly vzbudit sebereflexi a sebekontrolu, by se měly na displeji automatu objevovat ve formě tzv. pop-up zpráv a neměly by zabírat celou obrazovku. Zdá se, že informace o pravděpodobnosti výhry a hráčských bludech jsou nejefektivnější. Jejich celkový efekt na hráčské chování ovšem není vysoký. Povinné přestávky ve hře (automat se po určité době sám zastaví) nemají podle výzkumníků efekt, pokud se s informací o pauze neobjeví i informace o zodpovědném hraní a riziku závislosti.
 - Určitý pozitivní vliv na délku hraní mají i nástroje monitorující chování hráčů. Jedná se například o informace o délce hry nebo o celkové prohře, srovnání s průměrnou délkou hry a útratou v daném zařízení, nebo vyhodnocení rizikového chování na barevné škále (červená – chování podobné patologickým hráčům). Nicméně se zdá, že tato opatření mají efekt spíše na hráče, kteří dlouhodobě vykazují chování zodpovědného hráče. Na hráče, které studie již považuje za problémové nebo patologické, tyto zprávy efekt neměly.

4. Preventivní e-terénní sociální práce v on-line prostředí hazardu

Preventivní e-terénní sociální práce (e-terénní práce) je naše označení pro komplexní pojetí aktivit realizovaných e-terénními pracovníky s cílem snižovat rizika spojená s hraním hazardních her u cílové skupiny hazardních hráčů a jejich blízkých. E-terénní pracovníci aktivně oslovují potenciální cílovou skupinu v jejím přirozeném prostředí. Veškerá činnost je realizovaná on-line, případně přes telefon. Působnost e-terénní práce tohoto projektu je celorepubliková. Samotné aktivity jsou postaveny nebo vycházejí z principů harm reduction.

4.1 Poslání e-terénní práce

Posláním e-terénní práce je prevence a snižování negativních důsledků plynoucích z hraní hazardních her a s nimi spojeného rizikového chování. Jde o to pomoci osobám, které se již rizikově chovají, osobám, které jsou tímto chováním ohroženy, a podpořit i osoby jim blízké. Součástí e-terénní práce je pomáhat lidem v tíživé životní situaci s řešením jejich problémů v souvislosti s patologickým hraním, podporovat a motivovat konkrétní jedince nebo skupiny k minimalizaci negativních sociálních, ekonomických, psychických i zdravotních důsledků.

4.2 Cílová skupina

Primární cílovou skupinou jsou osoby s projevy návykového (rizikového) chování nebo lidé ohrožení vznikem závislostí, a to v souvislosti s hraním hazardních her, zajímáme se i o osoby blízkých. Sekundární cílovou skupinou se pro potřeby e-terénní práce rozumí laická veřejnost.

Podrobnější popis primární cílové skupiny a významná rizika

Ze zkušeností z pilotního testu vyplývá, že není nutné hráče hazardních her v souvislosti s poskytováním služeb nijak zvlášť rozlišovat nebo specifikovat. Do popředí komunikace se totiž dostávají ne hazardní témata (například vztahy, emoce, finance) a znalost hráčského prostředí slouží spíše pro udržování vztahu s klientem. Znalost specifik jednotlivých druhů hazardních her (Zákon o hazardních hrách) se dostává do popředí v prostředí e-terénu a aktivního oslovování potenciální cílové skupiny.

Hráči loterií

Číselné loterie (například Šťastných deset, Sportka) - vzhledem k celospolečensky normalizované aktivitě je možné snadno zapomenout na celkovou výši finančních vkladů do hry nebo času stráveného analyzováním předešlých losování. Rychlé loterie (Keno), kde probíhá losování každých pár minut, připomínají technickou hru a rizika s ní spojená.

Okamžité loterie (stírací losy) - snadné distribuce mezi nezletilé. Může se jednat o častý dárek, přičemž samotný princip a souvislost s hazardní hrou bývají často opomíjeny. On-line varianta opět připomíná technickou hru.

Kursoví sázkaři

Provozovatelé kursového sázení často propagují dovednosti - hráčské kompetence (znalosti, vlastní zkušenosti z konkrétního sportovního odvětví) jako prvky, které podle nich primárně souvisejí s možností vyhrávat. Soustředění se pouze na tuto oblast a záměrné vyhýbání se principům náhody může vést k iracionálnímu jednání během sázení. Kromě případné větší finanční ztráty se může jednat o velké množství času, které sázkař věnuje analýze zápasů a přípravě svých strategií. V této souvislosti spatřujeme i rizika spojená s problematikou sdílení, prodávání tipů mezi samotnými sázkaři. Sázení ve společnosti a s ní spojenými konvencemi (například alkohol při fandění, posílení týmového štěstí před zápasem) umožňuje polevení až ztrátu vlastních zásad a nastavených hranic.

LIVE sázení se může také blížit svým principem technické hry - rychlé sázky na (náhodné) události - ať už sázkaři známé nebo méně známé sportovní aktivity (extraliga v hokeji vs. třetí liga japonského nohejbalu). Může se tak začít objevovat například impulsivní jednání nebo snaha o rychlé dohánění ztrát.

Hráči věnující se technické hře

Dnes je možné na jednom automatu hrát více druhů samostatných her - nejčastěji se jedná o válcovou hru, ruletu nebo kostky. Princip hry je stejný - náhodný generátor čísel, kdy v rámci nastavené výhernosti automat vyplácí výhry. Díky intenzitě a rychlosti samotné hry se častěji objevují rizika spojená se zanořením do hry a nevnímáním reality kolem sebe, včetně rychlejší ztráty přehledu o čase a penězích do hry vložených, opakující se impulzivní jednání, snahy o dohánění ztrát, rychlejší zadlužování nebo snazší podléhání hráčským bludům a sociální izolaci.

On-line varianty technické hry se objevují stále častěji (někdy i v podobě turnajů zaměřených na největší obrát či celkovou výhru). Rizika jsou obdobná, v některých případech dokonce vyšší, obzvláště v souvislosti s rychlostí, kdy hráč může hrát na více místech současně nebo při hře pod různými profily (ztráta přehledu).

Hráči živých her a turnajů, včetně turnajů malého rozsahu

Jedná se o karetní hry (například Blackjack, poker), ruletu nebo kostky. Díky živému kontaktu s krupiérem nebo ostatními hráči mohou být považovány za více společensky přijatelné. Rizika se týkají delšího setrvání v samotných provozovnách (například kvůli příjemně působícímu prostředí, přístupu personálu nebo občerstvení zdarma, které stále jistými formami někteří provozovatelé svým zákazníkům nabízejí), nedodržování nastaveného bankroll managementu (například ušetřené peníze za občerstvení, časné skončení v turnaji) a s tím spojené zadlužování (například formou vybírání dalších peněz z účtu). Promítají se zde rovněž předchozí zmiňovaná rizika v menším či větším rozsahu.

Osoby blízké

Jedná se o příbuzné (manžel/ka, děti, rodiče), partnerky nebo partnery, ale i blízcí přátelé. Rizika se týkají zhoršení socio-ekonomické situace (dluhy, exekuce, chudoba), nepříznivý vývoj mladistvých (přenos problémového chování z rodiče na dítě), vztahové nebo psychické potíže.

4.3 Cíle e-terénní práce

Cílem e-terénní práce je podílet se na snižování rizik a škod spojených s hraním hazardních her, jak v rovině samotných klientů, tak v rovině širší společnosti.

Dosahování tohoto cíle probíhá v následujících oblastech:

1. Aktivní šíření relevantních informací
2. Přímá práce s klienty
3. Fungování jako křižovatka služeb napříč celou Českou republikou

Obecnými cíli jsou:

- Edukovat cílovou skupinu a preventivně na ní působit. Poskytovat relevantní informace.
- Poskytovat bezpečný prostor a podporu při řešení aktuální situace klienta v souvislosti s rizikovým (návykovým) chováním.
- Eliminovat prohlubování současného negativního stavu či krize a předcházet potenciálním budoucím komplikacím.
- Podporovat klienta v udržení žádoucí změny, která vede k plnohodnotnému prožívání života.
- Zprostředkovávat kontakt a spolupráci s dalšími subjekty (v případě zájmu klienta).

- Zlepšovat kvalitu života klientů (zohledňujeme aspekty bio-psycho-sociálně-spirituální) tak, aby klienti plnohodnotně a uspokojivě prožívali své životy a byli zapojeni do společnosti.

Mezi strategické a rozvojové cíle e-terénní práce patří:

- E-terénní práce je dostatečně známá a definovaná cílové skupině i široké odborné a laické veřejnosti.
- E-terénní práce je začleněna do sítě odborných služeb a je respektovaným principem harm reduction.
- E-terénní práce má zajištěné plynulé a dostatečné financování.
- Vlastní webové stránky a mobilní aplikace, které jsou v e-terénní práci využívány, fungují bez technických chyb, jsou navštěvovány a aktivně používány cílovou skupinou.
- Přímá práce s klienty na sociálních sítích a v diskusních fórech má zvyšující se četnost.
- E-terénní práce je stabilizovaná a rozšiřuje poskytované služby a pružně reaguje na potřeby cílové skupiny.

4.4 Zásady poskytování služeb e-terénní práce

E-terénní pracovníci se řídí Etickým kodexem adiktologů, zákonnými normami ČR a jinými mezinárodními smlouvami.

Základní zásady poskytování služeb e-terénní práce jsou především:

Princip harm reduction

Principem harm reduction označujeme koncepce, programy a činnosti směřující k minimalizaci škod, v našem případě u osob, které hrají hazardní hry a jsou vzhledem k těmto svým aktivitám ohroženy závislostí nebo jinými negativními dopady. Těmto lidem jsou nabízeny možnosti snižující rizika vyplývající z pokračování jejich hraní nebo sázení, čímž eliminujeme případnou budoucí újmu, kterou mohou svým jednáním přivodit sobě nebo druhým.

Poskytování informací směřující ke snižování rizik patří k základním formám podpory, které e-terénní práce poskytuje. E-terénní pracovníci předávají harm reduction informace při každé vhodné příležitosti. Může se jednat o informace předané v rámci kontaktu nebo specifickým způsobem na konci relevantních článků, o informace doplňující sdílené příspěvky na sociálních sítích nebo o vlastní tvorbu přímo zaměřenou na osvětu týkající se snižování rizik a bezpečného hraní a sázení.

Bio-psycho-sociálně-spirituální model

Na situaci klienta se pohlíží v souvislostech bio-psycho-sociálně-spirituálního modelu, a zároveň jsou poskytovány služby „šité na míru“ jednotlivým klientům. Ctí se jedinečnost každého klienta a služby jsou mu poskytovány podle jeho aktuálních potřeb a možností.

Anonymita, bezplatnost, nízkoprahovost

Klient může využívat služeb bez obav ze ztráty anonymity. E-terénní práce garantuje anonymitu tím, že neposkytuje o klientovi informace bez jeho předchozího informovaného souhlasu. Klient se může také rozhodnout, zda využije službu, která by svou povahou vyžadovala při jednání s jinými institucemi ztrátu jeho anonymity, či takovou službu odmítne. V takovém případě je hledána alternativní možnost či způsob řešení. Všechny služby jsou poskytovány bezplatně. Klient může využít nabízených služeb kdykoliv během dne, bez předchozího objednání.

Respektování volby klienta, dobrovolnost využívání služby

Je respektována volba klienta ve způsobu života. Je nabízena aktivně odborná podpora či pomoc a klient se může svobodně rozhodnout, jestli službu využije či nikoliv. Využívání služeb je dobrovolné. Klienti

mohou vyjadřovat svou vlastní vůli a podávat podněty či stížnosti týkající se služeb. Ke klientovi je přístupováno individuálně a strukturovaně.

Flexibilita a potřeba

Služby se pružně přizpůsobují potřebám klientů, nikoli potřebám pracovníků. Pružně reagují na jejich aktuální potřeby v potřebném rozsahu a aktivizace.

Rovný a individuální přístup ke klientům

Služby jsou poskytovány na základě dohody s klientem. Ctí se jedinečnost každého klienta a jeho vlastní vůle. Na základě toho mu jsou nabízeny a poskytovány služby dle jeho aktuálních potřeb a možností.

4.5 Složení e-terénního týmu

E-terénní tým je multidisciplinární s ohledem na bio-psycho-sociálně-spirituální model závislosti. E-terénní pracovníci dále využívají znalostí principů fungování on-line prostředí a problematiky marketingu. E-terénní pracovník má jednoznačně vymezené kompetence, povinnosti a zodpovědnost.

E-terénní tým je složen z vedoucího pracovníka a e-terénních pracovníků, jejichž počet odpovídá aktuálnímu a předpokládanému počtu klientů a finančnímu zajištění (projekt HRaní zaměstnával 4 e-terénní pracovníky). Každému e-terénnímu pracovníkovi jsou přidělené oblasti, za které zodpovídá a na jejichž rozvoji se aktivně podílí.

4.6 Práce e-terénního pracovníka

E-terénní pracovník se pohybuje v e-terénu a vytváří podmínky pro navázání kontaktu s jednotlivci či skupinami, u kterých předpokládá, že se jedná o cílovou skupinu. Tuto potenciální cílovou skupinu oslovuje s nabídkou poskytovaných služeb, včetně možností využití dostupných komunikačních nástrojů (kapitola 5). V případě zájmu cílové skupiny realizuje vzniklé zakázky formou na míru šitých odborných intervencí přímo v e-terénu nebo prostřednictvím komunikačního nástroje dle volby klienta.

E-terénní pracovník se dále podílí na provozu on-line komunikačně informačního centra - vlastního webového portálu. Ve své pracovní době je viditelně dostupný on-line, zabezpečuje provoz telefonní linky a naplňuje zbylé cíle e-terénní práce.

4. 6. 1 Popis náplně práce e-terénního pracovníka

A. Nepřímá práce

1. Aktivní monitoring e-terénu. Analýza získaných poznatků.

E-terénní pracovník pravidelně prochází konkrétní místa v e-terénu a analyzuje zájmy a chování cílové skupiny. Získané poznatky sdílí s celým týmem na společných poradách nebo prostřednictvím zápisů a monitorovacích zpráv.

2. Pasivní oslovování potenciální cílové skupiny

Na základě získaných poznatků z monitoringu a následné analýzy realizuje e-terénní pracovník aktivity týkající se šíření relevantního obsahu a zanechávání stop během pohybu v e-terénu.

3. Zajištění funkčnosti a dostupnost komunikačních nástrojů

E-terénní pracovník pravidelně kontroluje stav a funkčnost všech procesů na webovém portále, v mobilní aplikaci a na sociálních sítích. V případě nefunkčnosti se v rámci svých kompetencí pokouší o opravu a svá zjištění, včetně aktuálního stavu, hlásí vedoucímu. Pravidelně kontroluje doručenou poštu dostupnou pod jednotlivými profily v e-terénu na místech, kde byl nebo je stále aktivní.

4. Síťování a plnění funkce křížovatky služeb

E-terénní pracovník pravidelně oslovuje subjekty z řad pomáhajících profesí a umísťuje na vhodná místa odkazy na e-terénní práci pro snadnější dostupnost možností pomoci.

5. Vykazování a vedení evidence

E-terénní pracovník eviduje všechny poskytnuté služby v určeném rozsahu a určeným způsobem. Poctivě vede evidenci svých aktivit.

6. Účast na poradách, intervizích, supervizích a pracovních setkání

E-terénní pracovník otevřeně komunikuje se svými kolegy i s nadřízenými, využívá porad a jiných setkání k diskusi o vzniklých problémech a navrhuje příslušná řešení, přispívá k dobré atmosféře v týmu.

7. Plnění dílčích úkolů, které přispívají k zefektivnění e-terénní práce

Jedná se o aktivity, které plní podpůrnou úlohu. Například aktualizace informací (na webovém portále, na sociálních sítích) nebo obměna stávajících používaných nástrojů (vzhled a nové funkce na webovém portále nebo v mobilní aplikaci).

B. Přímá práce

1. Aktivní oslovování cílové skupiny

E-terénní pracovník přímo oslovuje cílovou skupinu.

2. Poskytování služeb – přímá práce s klienty

Při individuální práci e-terénní pracovník poskytuje služby klientům v odpovídající kvalitě a stanoveném rozsahu. Poskytování služeb probíhá jak na webovém portále, tak i v rámci pohybu v e-terénu.

4.6.2 Další povinnosti e-terénních pracovníků

- 1) Dodržovat pravidla bezpečnosti a ochrany zdraví při práci.
- 2) Plnit svědomitě a včas zadané úkoly.
- 3) Používat své znalosti a dovednosti ve prospěch klientů.
- 4) Dokázat vysvětlit principy a cíle poskytované služby.
- 5) Soustavně se vzdělávat a rozvíjet své profesní dovednosti.
- 6) Reflektovat svou práci s klienty, pracovat pod odborným metodickým a supervizním vedením.
- 7) Zaznamenávat získané zkušenosti a sdílet je v týmu, včetně doporučených výstupů a postupů, chránit důvěrná data.
- 8) Snažit se o šetrné a úsporné využívání energie, materiálu a finančních prostředků.
- 9) Spolupracovat s dalšími institucemi.
- 10) Podílet se na všech potřebných aktivitách spojených s e-terénní prací.

4.7. Denní rutina e-terénních pracovníků

E-terénní pracovník se věnuje svým aktivitám podle aktuální potřeby a vzhledem k aktuálnímu vývoji v rámci nastavené strategie, a přitom dodržuje základní rámec:

I. Přihlášení do svého účtu a nastavení on-line statusu

Po příchodu na pracoviště se e-terénní pracovník přihlásí do svého účtu, čímž se mu automaticky znamená čas příchodu. Následně si na webovém portále nastaví on-line status, otevře si webová okna s dalšími komunikačními nástroji a zkontroluje jejich funkčnost.

II. Získávání informací za dobu pracovníkovy nepřítomnosti

E-terénní pracovník se seznámí s proběhlými kontakty a denním výkazem e-terénních pracovníků. Podle

potřeby se e-terénních pracovníků přímo doptá nebo jim zde zanechá zprávu.

III. Průběžná administrativa

E-terénní pracovník průběžně zaznamenává své aktivity do denního výkazu a vykazuje proběhlé kontakty. Doplnjuje nebo vyhotovuje vlastní zápisy a výstupy (návrhy na nové postupy, shrnutí atd.).

IV. Přímá práce s klientem má vždy přednost

V případě aktivity ze strany klienta reaguje e-terénní pracovník vždy a bez zbytečného odkladu. Rozdělanou práci si uloží a naplno se věnuje práci s klientem, po dobu probíhajícího kontaktu si vypíná svůj on-line status. V případě pohybu a přímé práci v e-terénu si svůj on-line status ponechává zapnutý.

V. Práce na specifických cílech e-terénní práce

E-terénní pracovník aktivně plní zadané úkoly a podílí se na naplňování cílů e-terénní práce. Jedná se jak o aktivity přímo spojené s naplňováním jednotlivých cílů (napsání článku, příspěvku, realizace tematického skupinového chatu s odborníkem atd.), tak i aktivity podpůrné (rešerše, příprava podkladů, zjišťování informací, komunikace mimo síťování atd.).

VI. Pracovní porady, supervize a intervize

E-terénní pracovník musí počítat se svojí účastí na pracovních poradách, supervizích a intervizích. Svě podněty, připomínky a nápady si průběžně zaznamenává.

VII. Vlastní vzdělávání

E-terénní pracovník si pravidelně a průběžně rozšiřuje své znalosti, které se týkají práce s cílovou skupinou. Týká se jak přímé práce, tak i přípravy v rámci šíření relevantních informací. E-terénní pracovník musí proto optimálně pracovat se svým časem a transparentně komunikovat v týmu (například hledat na tyto aktivity volné časové okno, aby byla primárně pokryta provozní doba). Dlouhodobější vzdělávání (včetně vzdělávacího plánu) konzultují e-terénní pracovníci s vedoucím.

VIII. Odhlášení a závěrečná administrativa

E-terénní pracovník si na konci své pracovní doby nastaví off-line status a odhlásí se z webového portálu. V případě, že na jeho směnu nikdo další nenavazuje, zkontroluje nastavení automatických odpovědí. Pokud je potřeba, dokončí administrativní úkony.

4.8 Zaškolování e-terénních pracovníků

Proces základního zaškolování trvá zpravidla 3 měsíce (zkušební doba), jedná se však o komplexní a náročný proces, který může trvat i déle. Tento proces můžeme rozdělit na dvě oblasti: organizační školení a odborné školení. Organizační školení se zaměřuje na témata týkající se organizace, směrnic, náplně práce, bezpečnosti apod.. Odborné školení obsahuje témata týkající se práce s klienty, smyslu a principů e-terénní práce, poskytování služeb, problematiky hazardního hráčství, závislostí atd.. Zpravidla se začíná tématy z organizačního školení a následně navazují informace z odborné části. Jednotlivé formy se však navzájem prolínají a doplňují. Ke všem tématům se vedoucí nebo e-terénní pracovníci mohou vracet v průběhu zaškolování nebo i po něm.

V rámci pilotního testu projektu jsme na zaškolení měli pouze jeden měsíc, proto byla příprava e-terénních pracovníků velmi intenzivní. Postupné formování jejich přístupů a způsobů práce s cílovou skupinou jsme přesto i v dalších měsících průběžně formovali a upravovali vzhledem k nově získávaným zkušenostem.

Zaškolování e-terénních pracovníků probíhá v ucelených a chronologicky řazených oblastech. Jednotlivé oblasti jsou dále tematicky rozděleny na jednotlivé bloky. Součástí každého bloku je prostor pro diskusi, shrnutí a reflexi. Níže přikládáme možnou osnovu zaškolování:

Uchopení problematiky hazardního hraní

- Primární prevence (význam edukace, herní průmysl a jeho specifika, hazardní hra, závislost, problémové hráčství, zodpovědný přístup a rozhodování)
- Patologické hráčství – gambling (diagnóza, patologie, racionální přístup – bezpečné hraní, typologie hráče, různé přístupy k hráčům včetně historie, doporučení pro komunikaci)
- Léčba (léčebné možnosti a druhy léčby, tři fáze léčby a její průběh, osobnost hráče, práce s motivací, ženy hráčky, závislost a adiktivní chování)
- Harm reduction v prostředí hazardního hraní včetně odkazování do léčby
- Harm reduction (obecné principy a přístupy, specifický způsob nahlížení na danou problematiku, možnosti využití a použití, smysluplnost a přínos pro jednotlivce a pro společnost, význam a použití vhodných intervencí, ukázky dobré praxe týkající se kontaktní práce s uživateli drog)
- Harm reduction a hazardní hraní (příklady využití harm reduction v běžném životě, specifické paradigma – specifický způsob nahlížení na hazardní hraní, příklady použití v prostředí hraní hazardních her, bezpečné a kontrolované hraní, práce s časem a penězi, sociální kotva, sociální kontrola, prevence relapsu)
- Odkazování k jinému odborníkovi nebo přímo do léčby (odkaz na mapu pomoci nebo jiný dostupný vyhledávač včetně vyhledávání podle klíčových slov, zprostředkování kontaktu na konkrétního odborníka v konkrétní lokalitě nebo nabídka přímého zprostředkování propojení, význam síťování a mapování)

Přenos harm reduction do on-line prostředí a vymezení e-terénu

- Specifika on-line prostředí (v čem je on-line prostředí jiné, jak se v on-line prostředí orientovat, co vše je on-line komunikace a jak probíhá, výhody a nevýhody absence nonverbální komunikace, výhody a nevýhody anonymity na internetu, možnosti on-line řešení krizových situací, různé způsoby on-line komunikace)
- Vymezení e-terénu a webového portálu (e-terén – specificky vymezený prostor našeho působení, webový portál – komunikačně-informační centrum, sociální síť, weby, kde se hrají hazardní hry, weby, které poskytují informace o hraní hazardních her, weby, které poskytují léčbu související s hraním hazardních her, weby, kde se o hazardních hrách mluví, typy komunikace pod články zaměřenými na problematiku hazardních her publikovanými v internetových denících)
- Pohyb v e-terénu (pravidla pro pohyb v e-terénu, význam pozorování, transparentnost, zanechávání stop, mapování a evidence pohybu v e-terénu, význam opakované kontroly zanechaných stop)

Seznámení se s jednotlivými nástroji určenými k přímé práci včetně významu týmové spolupráce

- Webový portál (seznámení se s webovým portálem, jeho funkcemi, nástroji a dalšími možnostmi, rozlišení klientské a pracovní sekce)
- Mobilní aplikace (seznámení se s aplikací a jejími funkcemi, využití a použití v praxi)
- Vykazování práce a evidence kontaktů a klientů (automatická výzva pro vyplnění výkazu po proběhlém kontaktu vs. ruční vykazování, využití myšlenkových map pro pohyb v e-terénu a monitoring)
- Význam týmové spolupráce a individuálního zodpovědného přístupu k práci (způsob e-terénní práce není koncipován pouze pro jednotlivce bez kvalitní spolupráce v týmu, není možné předpokládat zvládnutí většího množství kontaktů v danou chvíli, nelze předpokládat, že všichni budou znát vše ve stejném rozsahu, nutnost rozdělení kompetencí, klient pravděpodobně nebude vždy komunikovat se stejným pracovníkem, transparentnost a důslednost ve vykazování, znalost struktury a respektování nastavených pravidel)
- Komunikace s klientem (praktické nácviky pomocí modelových situací)
- Oslovování potenciální cílové skupiny (rozpoznání potenciálního klienta, možné způsoby oslovení,

- vykání vs. tykání, zásada být vždy o stupeň slušnější)
- Možnosti komunikace s klientem (nabídnutí možnosti si jen tak popovídat, nabídnutí možnosti řešit konkrétní situaci, význam opakovaného kontaktu, jak rozeznat krizovou situaci, jak kontakt ukončit, nástrahy a chyby v komunikaci, význam času a struktury v komunikaci)
 - Rozlišování místa působení a význam vlastní role a funkce, cíle a typu komunikačního nástroje (specifika kontaktu na webovém portále a v e-terénu, telefonní linka, individuální chat, skupinový chat, diskusní fórum, komentáře pod článkem nebo příspěvkem, publikování vlastního článku, specifické nástroje sociálních sítí)

4.9 Vedení provozní dokumentace

Řádné vedení dokumentace je nezbytné pro plynulý a bezproblémový průběh e-terénní práce. E-terénní pracovníci tak průběžně získávají nebo si udržují přehled o aktivitách nejen svých, ale i svých spolupracovníků. Vedoucí má k dispozici celkové nebo dílčí přehledy a může tak snadno předávat svým nadřízeným validní informace. Řádně vedená dokumentace tvoří také nezbytné podklady pro případné kontroly.

Základním dokumentem pro udržování si celkového přehledu je Souhrnná tabulka naplňování specifických cílů včetně kritérií úspěšnosti. Jedná se o excelovskou tabulku, do které e-terénní pracovníci zapisují všechny aktivity, které souvisejí s naplňováním cílů e-terénní práce. Každému e-terénnímu pracovníkovi je přidělen vlastní list, všichni e-terénní pracovníci mají přístup ke všem listům. Tabulka obsahuje jak kvalitativní (samotné zápisy o proběhlé aktivitě e-terénních pracovníků), tak i kvantitativní (u každého měřitelného cíle jeho aktuální hodnotu). Součástí tabulky je i prostor pro zapisování podpůrných činností (příprava tematického skupinového chatu s odborníkem, strategie oslovování potenciální cílové skupiny v novém diskusním fóru, psaní článků apod.) a dalších činností e-terénních pracovníků (porady, přidělené jednorázové nebo mimořádné úkoly). Kvantitativní ukazatele jsou kumulativně automaticky dopočítávány v rámci jednotlivých měsíců a ke každému e-terénnímu pracovníkovi. Součástí přehledu jsou jak absolutní, tak i relativní četnosti vztahující se k celému roku, které jsou taktéž automaticky dopočítávány.

Dalším základním dokumentem je dynamický přehled kontaktů a klientů, který je možné vždy vygenerovat aktuální přímo z webového portálu. K tomuto anonymnímu přehledu je k dispozici odděleně skládovaný Klíč anonymních kódů, který je dostupný pouze v papírové ručně psané podobě.

Elektronicky jsou dále archivovány zápisy z porad a případně ze supervizí a intervizí, stížnosti, včetně zápisů o zaevidování a vyřízení a další mimořádné záznamy nebo zápisy.

Písemně je evidovaná kniha úrazů, kniha mimořádných událostí hodnocení a stížnosti zaměstnanců. Dále jsou to zápisy ze školení (BOZP a PO) a další povinná provozní dokumentace.

Veškerá provozní dokumentace je uchovávána nejméně pět let, pokud není organizací nebo povinnostmi vyplývajícími z realizace projektu stanoveno jinak.

4.10 Bezpečnostní zásady e-terénních pracovníků

Každý e-terénní pracovník je osobně zodpovědný za vedení a ochranu provozní dokumentace. Data, která jsou uložena na síťovém disku, se pravidelně automaticky zálohují. Všechny notebooky e-terénních pracovníků jsou chráněny heslem a přístup na síťový disk je možný pouze z těchto notebooků a skrze připojení k místní síti. Každý e-terénní pracovník má k síťovému disku vlastní přístup pod svým jménem a svým heslem. Každé heslo je jiné. Veškerá provozní dokumentace je uložena právě na síťovém disku. Na síťový disk jsou taktéž pravidelně manuálně zálohovány seznamy kontaktů a klientů z databáze webového portálu.

E-terénní pracovníci se přihlašují do webového portálu, pracovního e-mailu, na sociální sítě a dalších komunikačních nástrojů pod svými pracovními přihlašovacími údaji. V některých odůvodněných případech mohou využít společné přihlašovací údaje (například do sociálních sítí, internetových diskusí nebo grafických programů).

Mezi základní bezpečnostní zásady patří znalost nástrah sociálního inženýrství (způsob manipulace lidí za účelem provedení určité akce nebo získání určité informace) a používání silných hesel. Silné heslo má následující znaky: není snadno uhodnutelné, je dostatečně dlouhé (uvádí se alespoň 15 znaků), kombinuje čísla, malá, velká písmena a speciální znaky. Doporučuje se využívat správce hesel (například od ověřených a používaných antivirových společností). E-terénní pracovník si tak pamatuje pouze jedno své heslo a ostatní hesla má uloženy zde.

Mezi bezpečnostní zásady dále patří provádění pravidelných aktualizací operačního systému a zakoupeného softwaru, včetně antiviru. E-terénní pracovníci do pracovních notebooků neinstalují žádný ilegálně získaný nebo neznámý software, nestahují pirátský obsah, ani neklikají na neznámé odkazy nebo neotevírají neznámé přílohy e-mailu.

Kancelář je také vybavená uzamykatelnou skříní, kde se ukládají důležitá data v písemné formě a dokument Klíč anonymních kódů.

5. E-terén, komunikačně informační centrum a mobilní aplikace Port

5.1 Popis e-terénu

E-terén je naše označení pro internetové prostředí, kde se cílová skupina pravidelně nebo obvykle vyskytuje. V e-terénu se e-terénní pracovníci pohybují podle možností jednotlivých míst, provádějí monitoring, zanechávají zde stopy a aktivně oslovují cílovou skupinu. Možnosti e-terénních pracovníků jsou v e-terénu omezeny technickým řešením jednotlivých míst (například možnost účastnit se diskuse nebo přidávat komentáře) a dále pravidly, které stanovují správci diskusí nebo samotní provozovatelé domén (například možnost sdílet odkazy nebo relevantnost obsahu). Specifickou oblastí e-terénu jsou sociální sítě.

5.2 Pohyb v e-terénu

Jedná se o aktivity e-terénních pracovníků, které souvisejí s procházením relevantního obsahu v internetovém prostředí a dle možností zde oslovují potenciální cílovou skupinu. Samotný pohyb je realizován prostřednictvím počítače a skrze internetový prohlížeč. K orientaci v e-terénu využívají e-terénní pracovníci vyhledávače (Google, Seznam) a přes klíčová slova související s hraním hazardních her napodobují chování cílové skupiny. Proklikávají odkazy, které se objevují v diskusích nebo v tematicky relevantních článcích. Vstupují také do hráčských a sázkařských skupin na sociálních sítích a domlouvají možnosti spolupráce.

5.3 Monitoring e-terénu

Jedná se o aktivity, při nichž e-terénní pracovníci mapují prostředí e-terénu a získávají informace o místním prostředí, chování cílové skupiny a nových nebo stávajících trendech v oblasti hazardních her včetně možnosti samotného hraní nebo sázení. Během monitoringu neprobíhá kontakt s cílovou skupinou, pouze shromažďování informací (čtení příspěvků, komentářů a dalšího obsahu), na základě nichž se následně celý tým domlouvá jak na společném postupu, tak i v jednotlivých přidělených oblastech na dílčích strategiích.

Specifickým druhem monitoringu je monitoring zaměřený na on-line media (tisk). Pověřený e-terénní pracovník pravidelně každý den prochází relevantní deníky (periodika) a vyhledává témata nebo přímo články, které mají spojitost s cílovou skupinou. Tento obsah následně pročítá a nejužitečnější nebo nejzajímavější články zprostředkovává svým kolegům k dalšímu zpracování a využití. Součástí je i procházení dostupných diskusí a komentářů pod článkem a rozhodování, zda se zde následně bude věnovat přímé práci - aktivnímu oslovování potenciální cílové skupiny a z toho vyplývající individuální práci.

5.4 Rozdělení e-terénu

Na základě získaných poznatků z monitoringu e-terénu jsme rozdělili e-terén na jednotlivé části. Každá část je specifická svými možnostmi komunikace nebo interakce klienta s e-terénním pracovníkem a samotným obsahem, případně přímo svým účelem, pro který je zřízena.

5.4.1 Webové stránky nebo portály, kde se hrají hazardní hry

- Jedná se o místa výhradně určená k on-line hraní a sázení.
- Cílová skupina se zde přichází cíleně věnovat on-line hraní hazardních her.
- K dispozici jsou většinou kurzové sázky, LIVE sázky a on-line kasina (technická hra, loterie, včetně okamžité loterie nebo turnaje).
- Součástí nabídky je obvykle i obsahová část zaměřená na informace k provozu (pravidla, návody atd.), články nebo blogy.
- V některých případech je k dispozici i diskusní fórum (LIVE chat), kde mezi sebou cílová skupina s občasnými zásahy správců komunikuje. Komunikovat zde mohou pouze registrovaní uživatelé (hráči a sázkaři).

Nejčastěji řešená témata se týkají sdílení čerstvých zkušeností z právě proběhlého hraní nebo sázení. Aktivita je rovnoměrně rozložena do celého dne i noci. Cílová skupina zde řeší vsazené nebo vyhodnocené tikety, sdílí mezi sebou tipy a občas se zde objevují i osoby, které volají o pomoc. Nejčastěji v souvislosti s dluhy nebo vztahovými problémy.

- Účast e-terénního pracovníka v těchto diskusích je problematická, a to hlavně z toho důvodu, že pravidla pro účast v těchto diskusních fórech to přímo zakazují, a dále proto, že není možné odlišit e-terénního pracovníka od ostatních diskutujících a mohlo by tak dojít k porušení zásad pro e-terénní práci.

5.4.2 Webové stránky nebo portály, které poskytují informace o hraní hazardních her

- Jedná se o místa, kde není možné se přímo věnovat hazardním hrám, ale nabízí se zde relevantní obsah pro cílovou skupinu. Tato místa jsou obvykle postavená na důmyslné copywritingové strategii.
- Jsou zde nabízeny informace vzdělávacího charakteru (pravděpodobnost, výhernost, pravidla jednotlivých typů her) nebo se zde prezentuje vlastní názor v rámci dlouhodobé diskuse probíhající mezi cílovou skupinou (například jestli je poker hazardní nebo dovednostní hra, zda lze obejít nastavení automatu nebo sdílení různých strategií, jak vyhrát).
- Dále se jedná o místa, která nabízejí srovnání hazardních společností a jejich nabídek včetně recenzí zaměřených na celou škálu témat od jednotlivých typů hazardních her až po konkrétní on-line automaty.
- Tato místa mají obvykle za cíl finanční zisk. Zpravidla formou bannerové reklamy nebo v rámci affiliate programů.
- Bannerová reklama slouží k upoutání návštěvníkovi pozornosti s cílem navštívit inzerovanou webovou stránku (a nejlépe zde uskutečnit nějaký obchod). Inzerent obvykle platí za pronájem reklamní plochy paušální částku.
- V druhém případě, u affiliate programů, získá provozovatel výchozího webu provizi za uskutečněný nákup (nebo jinou předem definovanou akci) koncovým zákazníkem na cílovém webu. Takto zprostředkovatel může získávat procenta z vkladu vloženého na hráčský účet u dané společnosti. Nejčastěji se proto na těchto místech propagují právě bonusy, které lákají ke zdvojnásobení nebo ztrojnásobení vkladu.
- Na těchto místech není ve většině případů možné komunikovat s cílovou skupinou, protože nejsou k dispozici žádné komunikační nástroje, nebo je diskusní fórum důsledně hlídáno a prochází pravidelnou cenzurou. Během pilotního testu nám na těchto místech byly opakovaně mazány naše příspěvky a následně i zablokován celý účet. A to i přesto (nebo právě proto), že s námi klienti okamžitě vstupovali do kontaktu a měli zájem o námi nabízené služby. Nejčastěji šlo o poradenství v oblasti práce s penězi a časem nebo o poskytování informací o tom, jak propagované bonusy fungují v praxi (pravidlo o několikanásobném protočení samotného vkladu). Přes naši opakovanou snahu se dohodnout se správci těchto míst nebo diskusních fór se nám nepodařilo žádnou spolupráci nastavit.
- Tato místa proto nejčastěji využíváme, abychom získali přehled o agresivnějších nebo podprahovějších metodách oslovování naší cílové skupiny nebo kvůli zajímavému obsahu sloužícímu k inspiraci pro vlastní tvorbu.

5.4.3 Webové stránky, které nabízejí léčbu v souvislosti s patologickým hráčstvím, a další pomáhající organizace nebo skupiny

- Jedná se o místa, která slouží k informování o možnostech léčby nebo se zde přímo léčba nabízí. Hlavní význam tkví v síťování a komplexním propojení.
- Patří sem i svépomocné weby zakládáné bývalými hazardními (patologickými) hráči nebo skupinami těchto osob, které se vůči hazardu striktně vymezují.

5.4.4 Webové stránky nebo portály, kde je možné o hraní hazardních her a přidružených tématech diskutovat s cílovou skupinou

- Jedná se o místa, která cílová skupina vyhledává za účelem sdílení svých zkušeností, rozvíjení tematických diskusí nebo k běžnému povídání. Témata se nejčastěji týkají gamblingu (a gamingu), pro-

blematických situací souvisejících s hraním a sázením, vztahům a dále také znalostí, u kterých hráči předpokládají, že jim pomohou k lepším herním výsledkům. Dále zde cílová skupina vyhledává rady druhých, zejména doporučení zkušenějších (přímá vlastní zkušenost s podobnou situací) a ujištění o vlastním správném postupu. Nesmíme zapomínat, že se zde zároveň pohybují právě ti, kteří se rozhodli radit a pomáhat druhým.

- Kontakty s cílovou skupinou probíhají v diskusních fórech, které jsou zaměřeny na obecnou diskusi. Témata týkající se oblasti hazardních her jsou snadno vyhledatelná a rozlišitelná (gambling, hazardní hry, sázení atd.). Také se může jednat o specificky zaměřená diskusní fóra, nejčastěji právě na poradenství, pomoc, sport, nebo fóra věnovaná jednotlivým typům hazardních her (Blackjack, Poker). Dále také můžeme rozlišit diskusní fóra, která jsou zaměřena na konkrétní socioekonomickou skupinu (například ženy na rodičovské dovolené, nebo děti a mládež). Kromě diskusních fór se jedná dále o blogy a on-line periodika s možností přidávat komentáře pod produkovaný obsah (příspěvky nebo články).
- E-terénní pracovník kontaktuje správce fóra nebo provozovatele a snaží se domluvit na spolupráci. Součástí této prvotní komunikace je jasné a stručné vymezení toho, co je posláním e-terénní práce a jakým způsobem zde hodláme pomáhat naší cílové skupině. V rámci navázané spolupráce také vymezujeme hranice působnosti a rozsah vzájemné spolupráce (možnost zviditelnění našich příspěvků, otevřené prohlášení o podpoře ze strany provozovatele, tichá tolerance našich aktivit atd.). V případě, že není koho kontaktovat, věnuje se e-terénní pracovník přímo následujícímu kroku.
- Po navázání spolupráce se e-terénní pracovník aktivně zapojuje do probíhající diskuse, a to buď formou reagování na příspěvky ostatních, přidávání vlastních příspěvků, nebo dokonce zakládání vlastních vláken a témat.

5.5 Komunikačně informační centrum - webový portál

Z oblasti e-terénu jsme vyčlenili náš vlastní webový portál, který byl vytvořen speciálně pro potřeby projektu a jeho pilotní test. Skloubili jsme dohromady všechny získané poznatky a porovnali pro a proti jednotlivých nástrojů s cílem najít ty nejlepší možnosti pro navazování kontaktu s cílovou skupinou. Vzniklo tak jedinečné místo v e-terénu, na které nahlížíme jako na komunikačně informační centrum. Tento webový portál (www.nabertekurz.cz) zároveň prezentujeme jako bezpečný prostor pro hráče a sázkaře a jako místo, kde propojujeme hazardní svět s tím běžným.

Když říkáme bezpečný prostor, myslíme tím především zachování anonymity klientů, vstřícný, laskavý a trpělivý přístup bez předsudků, transparentní a důstojný přístup ke klientům nebo možnost využívat rozsáhlé možnosti komunikace a samozřejmě bezpodmínečné dodržování zásad e-terénní práce.

Kromě propojení jednotlivých komunikačních nástrojů na jednom místě se také jedná o místo, které propojuje všechny aktivity e-terénních pracovníků v e-terénu (například skrze odkazy v popisku profilu) nebo zajišťuje soukromí pro individuální práci a nabízí možnost cílové skupině se na nás obracet v případě, že se s námi v potřebnou chvíli nepotká v e-terénu. Webový portál je také konstruován pro větší anonymní setkávání cílové skupiny mezi sebou a nabízí prostor pro vznik svépomocné komunity.

Skrze webový portál předávají e-terénní pracovníci cílové skupině informace o nabízených službách, sdílí relevantní obsah, propojují klienty s návaznými službami nebo nabízí cílové skupině vlastní prostor pro sdílení svých zkušeností a názorů, a to jak prostřednictvím e-terénního pracovníka (který na základě klientova přání může sepsat článek a ten následně sdílet), tak i v diskusním fóru vytvořeném speciálně pro tyto potřeby. Viditelně dostupná je provozní doba webového portálu, komunikační nástroje nebo informace o e-terénních pracovnících.

Z technických záležitostí je webový portál již od počátku v responzivním designu (automaticky podle velikosti obrazovky přizpůsobuje uspořádání objektů a velikost textu) a zabezpečen protokolem https.

Přihlašování je víceúrovňové. Každý vstup je anonymní a při vstupu na webový portál přiřazuje nové pořadí anonymní přezdívky (Anonym1, Anonym2, Anonym3 atd.).

Registrovaní uživatelé si mohou zvolit vlastní přezdívku, mají možnost upravit si svůj profil (avatar a zprávu-status, kterou chce zobrazenou jako součást svého profilu) a zpřístupní se jim widget poznámky, které jsou naprosto odděleny od vnitřní databáze portálu a jsou tak zcela soukromou záležitostí.

Registrovaní odborníci z jiných organizací a pozvaní hosté mají povinnost ve svém profilu uvést své skutečné jméno a příjmení a organizaci, kterou reprezentují. Tyto skutečnosti je povinen e-terénní pracovník ověřit a následně teprve pak může profil povolit k používání.

Následuje kategorie e-terénních pracovníků, kterým se tak zpřístupňují další možnosti. Automaticky se objeví avatar v horní části stránky a pole pro přidání medailonku. E-terénní pracovníci mají k dispozici přehled chatů, kterých se právě účastní (příchozí zprávy jsou doprovázeny vizuální a zvukovou notifikací a seznam již realizovaných chatů. Dále mají přístup do výkaznictví a seznamu vlastních článků, které publikovali, včetně možnosti přidávat nové.

Další rozšíření přináší úroveň správce, který navíc disponuje nástroji k úpravě pracovní doby a přehledem on-line dostupných uživatelů (včetně možnosti odepřít jim přístup).

Webový portál disponuje navíc administračním rozhraním přístupným pouze vedoucímu, které umožňují úpravy obsahu včetně položek menu, kategorií a dalšího nezbytně nutného nastavení.

5.6 Sociální sítě

Během pilotního testu jsme postupně zjistili, jak významnou roli v e-terénní práci hrají sociální sítě. Původně jsme plánovali využít sociální sítě pouze k odkazování na činnosti realizované v rámci webového portálu a k aktivnímu oslovování potenciální cílové skupiny. Brzy jsme zjistili, že nepravdivý obsah téměř nikoho nezajímá a že aktivní oslovování potenciální cílové skupiny nepřináší žádné výsledky. V první fázi vstupu na Facebook jsme se také setkali s odmítnutím ze strany správců skupin a výrazným nezájmem ze strany cílové skupiny.

Ze všech získaných zkušeností jsme se poučili a připravili dlouhodobou strategii, jak se dostat do povědomí cílové skupiny a naplňovat zde posláním e-terénní práce. Přinášíme proto souhrn konkrétních nejvýznamnějších zjištění a zkušeností, na kterých jsme postavili současnou podobu naší facebookové stránky Naberte kurz a účtu Naberte kurz na Instagramu. Měřitelností úspěchu je na sociálních sítích především množství sledujících a s tím související organický (neplacený) dosah produkovaného obsahu. Naše sledovanost postupně stoupá a zájem cílové skupiny také.

5.6.1 Průzkum a zjišťování možností

Sociální sítě nabízejí nepřehledné množství dat a informací o cílové skupině. Nejvýznamnějším základním nástrojem pro získání celkového přehledu o cílové skupině se ukázal nástroj pro definování okruhu uživatelů v marketingovém rozhraní Business Manageru patřící Facebooku a disponujícím zároveň daty z Instagramu.

Pomocí tohoto nástroje jsme dokázali zjistit, o jak velkém množství lidí má Facebook informace týkající se jejich zájmu o hraní hazardních her. V období pilotního testu se jednalo o milion uživatelů z celkových pěti a půl milionů aktivních účtů spadající pod oblast České republiky. Tento nástroj nám zároveň pomohl doplnit představu o cílové skupině z oblasti demografických údajů (vzdělání, zaměstnání), dalších zájmů (koníčky, sporty, zábava) a chování (přístupové zařízení a časové dostupnost).

Dále jsme provedli rozsáhlý monitoring zaměřený konkrétně na možnosti setkávání nebo sdružování se v rámci společných zájmů. Získali jsme tak představu o rozsahu a množství zájmových skupin (skupiny zaměřené na sdílení tipů na sázkové příležitosti, sdílení informací o možnostech využívat bonusy, na nové nebo nejvýhodnější možnosti on-line hraní) a o chování naší cílové skupiny a chování poskytovatelů a zprostředkovatelů hazardních her v tomto prostředí.

Významný zdroj informací o cílové skupině jsou samotné profily uživatelů sociálních sítí. V dnešní době je stále patrný trend sdělovat svému okolí (veřejnosti) o sobě velmi mnoho osobních informací. Informace o aktivitách (vlastní příspěvky a fotky), zájmech (v popisu profilu, členství ve skupinách) a vztazích (přehled přátel) jsou v dostatečně míře stále snadno dostupné.

5. 6. 2 Kontinuální prezentace e-terénní práce, e-terénních pracovníků a nabízených služeb

Součástí facebookové stránky a instagramového účtu je i speciálně vyhrazený prostor na informace o subjektu. Tento prostor využíváme, abychom poskytli cílové skupině co nejvíce informací o e-terénní práci, ale zároveň ji nechceme nepřehlítit nebo odradit. Součástí těchto informací jsou kontaktní údaje a základní nebo prvotní informace pro potřeby a možnosti realizace přímé práce s klientem. Tyto statické informace jsou podle potřeb pravidelně aktualizovány.

Způsob předávání informací o poskytovaných službách a možnostech e-terénní práce může mít i dynamickou podobu, kterou aktivně využíváme. Jedná se o samotné příspěvky pro tuto potřebu speciálně vytvářené a následně cíleně sdílené. Dále se jedná o popisky u jinak tematicky laděného obsahu. Například na Instagramu prezentujeme převážně zajímavosti týkající se hazardních her a v popisku se vždy objevuje kromě dovysvětlení i praktické uplatnění vhodného principu snižování rizik nebo přímo možnost, jak se s námi spojit. Téměř každý příspěvek na Facebooku je opatřen co nejvíce relevantním množstvím doplňujících informací.

5.6.3 Živost a obsah

Živost facebookové stránky jsme se rozhodli udržovat prostřednictvím každodenního přidávání vlastního obsahu nebo zprostředkováním obsahu vytvořeného ostatními. Nejedná se pouze o zkopírování a bezduché sdílení dále, ale každý náš příspěvek je vždy opatřen přidanou hodnotou. Články z médií doplňujeme vlastním shrnutím. V případě, že se jedná o problematiku spadající do oblasti hazardního hraní, přinášíme vlastní úhel pohledu často doplněný konkrétními možnostmi souvisejícími s principy snižování rizik. Častá je kombinace obojího, případně také doplnění o další relevantní informace týkající se tématu.

Facebookový obsah má kombinovanou podobu (obrázek nebo fotografie je doplněn textem) a nejčastěji je součástí příspěvku také odkaz směřující na naše vlastní aktivity nebo aktivity spolupracujících organizací. Tento obsah sdílíme na dalších relevantních místech (sázkařské skupiny, v komentářích) nebo je dále sdílen spolupracujícími organizacemi, případně přímo naší cílovou skupinou (sledujícími).

Živost instagramového účtu udržujeme taktéž přidáváním pravidelného obsahu (2 příspěvky týdně) zaměřeného na fakta a zajímavosti týkající se hraní hazardních her. Instagram funguje výhradně na sdílení obrázků a fotografií (textová část je dostupná až po rozkliknutí konkrétního příspěvku), proto je důležité optimálně rozvrhnout jak sdělovaný obsah, tak grafickou podobu samotného příspěvku. V našem případě je obsah co nejjednoznačnější a v nejkratší možné podobě (delší sdělení je rozděleno do více příspěvků) a vizuálně zapadá do konceptu celého Instagramového účtu. Každý příspěvek je (po rozkliknutí) opatřen relevantními informacemi, doporučeními a odkazy. Populárním obsahem jsou také interaktivní kvízy.

Obsah je možné dále šířit pomocí placené reklamy. Je potřeba připravit konkrétní příspěvek a přizpůsobit ho jak graficky, tak obsahově konkrétní cílové skupině a nachystat ho ve vhodných formátech (1:1, 4:3 atd.). Potom už stačí jen nastavit rozpočet a délku trvání reklamní kampaně. Facebook nabízí také možnost využít jeho algoritmů pro analýzu chování svých uživatelů a podle toho zaměřit reklamu ke konkrétnímu účelu. Na základě našich zkušeností získaných v pilotním testu doporučujeme využít z nabízených možností (minimálně pro začátek) zaměření na co největší dosah. Tedy zobrazit reklamní příspěvek co největšímu množství lidí za co nejmenší možnou cenu. V našem případě se cena za zobrazení příspěvku naší cílovou skupinou pohybovala v řádu několika haléřů.

Součástí téměř všech našich příspěvků bývá zpravidla i výzva se nás doptat na více informací nebo přímo nabídka využití dostupných komunikačních nástrojů a sdílet tak s námi svoji situaci a společně hledat možná řešení své nepříznivé situace. Tyto možnosti zmiňujeme opakovaně a postupně se objevují klienti, kteří ke kontaktu využijí komunikační nástroje, které jsou přímo součástí používané sociální sítě.

5.6.4 Aktivní oslovování potenciální cílové skupiny

Aktivnímu oslovování zpravidla předchází pasivní oslovování nejčastěji formou přidávání vlastních komentářů pod relevantní příspěvky ostatních. V těchto komentářích e-terénní pracovník vyjadřuje svůj názor nebo přímo odpovídá na dotaz tazatele. E-terénní pracovník tak nenásilně prezentuje svoji přítomnost mezi cílovou skupinou. Tyto aktivity se neliší od aktivit realizovaných v diskusních fórech nebo jinde v e-terénu.

Nicméně sociální sítě umožňují ještě jeden specifický způsob získávání pozornosti cílové skupiny, a to je projev náklonosti, případně souznění s jejich projevy, případně postoji. Jedná se o přidávání k samotným příspěvkům druhých, případně přímo k jejich komentářům označení od To se mi líbí, Super, až po To mě mrzí nebo To mě štve. E-terénní pracovníci tak opět nenásilně poukazují na svoji přítomnost, zároveň je tato jejich aktivita spojená s konkrétním člověkem. Takto oslovení nejčastěji začínají sledovat naši stránku, případně rovnou zahájí komunikaci s e-terénním pracovníkem.

Následně je příhodné aktivně oslovit potenciálního klienta prostřednictvím soukromých zpráv nebo komentářů adresovaných přímo jemu. Nejčastěji se může jednat o konkrétní nabídku pomoci, případně o obsáhlejší odborné zodpovězení jeho dotazu. Možností je také čistě poukázat na prezentované skutečnosti (dávat si pozor na moralizování apod.), případně nabídnout alternativní pohled.

5.6.5 Realizace kontaktu s klientem

Kontakt s klientem v prostředí sociálních sítí je od ostatních míst mírně odlišný. Zejména proto, že klient částečně ztrácí svoji anonymitu, byť jeho profil může být smyšlený. Přestože nabízíme anonymnější možnosti komunikace, respektují e-terénní pracovníci volbu klienta. Profily cílové skupiny jsou často procházeny e-terénními pracovníky v souvislosti se získáním hrubého odhadu, zda se jedná o cílovou skupinu. Pro potřeby přímé práce však tyto informace dále nezohledňují a vycházejí pouze z informací, které jim klient během kontaktu předá. Kontakt dále probíhá standardním způsobem.

5.6.6 Mobilní aplikace Port

Mobilní aplikace je speciálně vyvinutá pro všechny hazardní hráče. Využívat ji mohou jak začínající hráči a sázkaři, tak i ti, kteří hrají nebo sází již déle nebo ti, kteří se rozhodli s hraním hazardních her přestat. Aplikace nabízí evidenci peněz a času, pomáhá rozvíjet finanční gramotnost a disponuje možností zahájit okamžitý anonymní chat s e-terénním pracovníkem, spojení přes telefonickou linku nebo e-mail.

Aplikace Port (Naberte kurz) je zdarma a dostupná přes oficiální distribuci operačního systému. V našem případě skrze Google Play.

Bližší popis

- Aplikace umí klienta provést základním sestavením vlastního rozpočtu a vypočítáním volných peněz. Volné peníze značí rozdíl mezi příjmy a výdaji.
- Klient má možnost vybrat si typ hry nebo si sám pojmenovat vlastní aktivitu.
- Po spuštění aktivity (vybrání typu hry) automaticky běží čas, dokud ho klient sám nezastaví.
- Aplikace umožňuje nastavit upozornění v průběhu hry jako prevenci „zanoření“ do hry. Upozornění je obohaceno o obsahovou složku – zajímavosti, hádanky a další připomínky.
- Klient může rovněž přidávat poznámky k právě probíhající hře.
- Po zastavení časomíry je klient vyzván k zadání celkového vkladu do hry a výsledku, se kterým hru

ukončil. Zadané údaje se ukládají včetně celkové doby hry. Klient opět může zvolenou hru doplnit o své poznámky.

- Aplikace mu následně sama spočítá výsledek a zobrazí přehled celkové bilance vzhledem k vybranému období (týden, měsíc, rok, bez omezení).
- Pokud si klient nastaví nebo vypočítá volné peníze, zobrazí se mu množství peněz, které má v daném období ještě k dispozici. Počáteční den nového období si lze nastavit dle vlastní volby. Volné peníze zobrazují celkovou bilanci v procentech: více než dvě třetiny k dispozici v zelené barvě (v pořádku), mezi jednou a druhou třetinou oranžově (pozor výstraha), méně než jedna třetina, včetně záporných čísel, červeně (pozor riziková situace, doporučujeme se spojit s e-terénním pracovníkem).

Mobilní aplikace je samostatný nástroj, který je aktivně cílové skupině nabízen e-terénními pracovníky v e-terénu nebo záměrně propagován placenými kampaněmi. Na webovém portále je mu věnována vlastní záložka a několik dalších článků.

5.6.7 Kvantitativní přehledy

Vedoucí si udržuje přehled o všech aktivitách e-terénního týmu a odezvě cílové skupiny. Slouží mu k tomu přehledy o návštěvnosti jednotlivých míst v e-terénu - jednoduchá počítadla, která vývojáři běžně implementují do webových stránek, nejčastěji právě do diskusních fór nebo blogů (například přečtení článku, denní návštěvnost atd.).

Sociální sítě umožňují vygenerování souhrnných přehledů o návštěvnosti, dosahu příspěvků nebo zájmu o příspěvky. Tyto interakce (reakce, komentáře, sdílení, rozkliknutí příspěvku, kliknutí na odkaz) pak udávají, v jaké míře je obsah pro cílovou skupinu zajímavý.

K udržování si přehledu o využívání webového portálu a mobilní aplikace se nám jeví jako dostatečný nástroj Google Analytics. Pomocí tohoto nástroje lze získávat kvantitativní data o počtu návštěv (stažení aplikace), o době setrvání na webovém portále (používání aplikace) atd.. Google Analytics lze také využít k získání informací, odkud k nám cílová skupina přichází (přes vyhledávače, přes sociální sítě, přes přesměrování z jiné stránky nebo přímým zadáním adresy do adresního řádku). Také je možné získat odhad demografických údajů (pohlaví nebo věková kategorie). Celkově je možné informací získat mnohem více, a to od těch základních (například jaký typ zařízení klient pro přístup na web využívá) až po ty komplexnější týkající se samotného chování klienta (jaký obsah a v jaké posloupnosti ho zajímá, případně kdy se rozhodne ze stránky odejít atd.).

5.6.8 Vztah e-terénní práce vůči kamenným provozovněm hazardních her

V dnešní době mají téměř všichni provozovatelé hazardu kromě svých kamenných provozoven (herny, kasina a sázkové kanceláře) své webové stránky a portály, kde nabízejí on-line hazardní hry. Ve většině případů disponují také vlastními profily na sociálních sítích.

Pro potřeby e-terénní práce proto nerozlišujeme, kde se daný klient právě nachází, ale prostřednictvím jakých nástrojů se může on s námi nebo my s ním spojit.

- Může hrát v herně automaty a přitom využívat naši mobilní aplikaci, která ho upozorní, kdy je čas jít domů.
- Může zrovna mířit na pokerový turnaj do kasina nebo se z něho vracet a po cestě nám zavolat a probrat svoji osobní situaci.
- Může s námi řešit nastavení vlastního rozpočtu kvůli vkladům do hry nebo naopak řešit včas vzniklé obtíže hned při jejich propuknutí.
- Pokud zrovna hraje on-line, může u nás chtít vyplnit čas mezi povinnými pauzami nebo po neúspěšné sázce chtít sdílet své pocity.
- Nebo vůbec nemusí hrát ani sázet, ale jen brouzdá po internetu nebo na sociálních sítích a zrovna na nás narazí a bude mít chuť vstoupit do kontaktu.

Výše uvedené příklady (samotných situací je mnohem více) slouží pro přiblížení představy o provázanosti e-terénní práce s hazardním prostředím jako celkem, nikoliv pouze s dílčí on-line částí.

Proto musí být e-terénní pracovníci připraveni na práci s klientem, který se věnuje hraní nebo sázení i pouze v kamenné provozovně (herně, kasinu). Rovněž z tohoto důvodu e-terénní pracovníci musí daná místa znát a být si vědomi, jakým způsobem to v nich funguje.



6. Komunikační nástroje e-terénních pracovníků

Jedná se o takové on-line nástroje, které e-terénní pracovník záměrně a účelně využívá pro zahájení nebo průběh komunikace k naplňování poslání e-terénní práce a plnění stanovených cílů. Jedná se jak o běžně dostupné nástroje (možnosti) v e-terénu, tak i pro potřeby e-terénní práce námi vytvořené. Následuje výčet nejvýznamnějších nástrojů, které jsme v rámci pilotního testu využili.

6.1 Sebeidentifikace e-terénních pracovníků

Nejedná se o on-line nástroj v pravém slova smyslu, ale spíše o nezbytný předpoklad pro využívání všech nástrojů pro přímou práci. Může nabývat různých podob a neměl by nikdy absentovat. Poskytované informace by měly odpovídat pravidlům jednání se zájemcem. V případě, že není možné zajistit řádnou identifikaci e-terénních pracovníků, je povinností e-terénních pracovníků přijít s adekvátní náhradou. Například se okamžitě identifikovat při zahájení prvního kontaktu.

- V e-terénu je identifikace běžně součástí profilu, pod kterým e-terénní pracovník vystupuje a přes který s cílovou skupinou komunikuje.
- Na webovém portálu se jedná přímo o medailonky jednotlivých e-terénních pracovníků a zároveň o popis e-terénní práce jako celku.
- Na sociálních sítích je identifikace součástí informací o profilu, případně součástí příspěvků nebo dalších popisků.

6.2 Pravidla komunikace

Při komunikaci s cílovou skupinou se nám v rámci pilotního testu osvědčilo vždy dodržovat předem nastavená pravidla. Základem je dodržování zásad poskytovaných služeb e-terénní práce.

- Dále je potřeba komunikovat vždy slušně a s ohledem na způsoby a zvyky komunikace cílové skupiny si zároveň udržovat odborný přístup.
- Každá proběhlá komunikace v e-terénu je ve většině případů dohledatelná, a tudíž je i jistou vizitkou a ukázkou našich přístupů a způsobů, obzvláště pro budoucí klienty.
- Z toho důvodu musí e-terénní pracovník vždy odpovídat a reagovat, i když se viditelně nejedná o naši cílovou skupinu. To, že my víme, že se nejedná o cílovou, ještě neznamená, že to ví i naše cílová skupina.
- Odpovídat klientovi co nejdříve a pokud možno, odpovídá stejný e-terénní pracovník, kterého klient oslovil.
- Snažit se vždy používat jednoznačná slovní spojení. Zároveň nepsat jako stroj, ale lidská bytost. Pokud možno v krátkých, ale ucelených větách.
- Vyhnout se tykání, aby nedocházelo k překračování nastavených hranic kontaktu a komunikace ne sklouzávala do osobní roviny.

6.3 Odlišnosti on-line komunikace oproti běžné komunikaci

- Při kontaktu s časovým odstupem více prostoru pro myšlenkový proces a práci s textem. Možnost opravit, zkontrolovat, zkonzultovat obsah před odesláním. Větší tlak na srozumitelnost a jednoznačnost.
- Při kontaktu v reálném čase méně času na přípravu odpovědí, dlouhé pauzy si lze vykládat jako nezájem nebo technickou chybu (nedoručení zprávy). Větší tlak na rychlost a zároveň bezchybnost a jednoznačnost odpovědí.
- Komunikace je dohledatelná a nabízí možnost připomenout si ji celou zpětně nebo odkazovat na předchozí odpovědi.
- Chybí nonverbální komunikace. Emotikony mohou být interpretovány odlišně.
- Záměrné mlčení musí být explicitně připomínáno. Emoce musí být popisovány, nelze je rozeznat v textu.

6.4 Zanechání vzkazu

Jedná se o možnost, jak se může klient nebo zájemce spojit s e-terénními pracovníky v případě jejich nedostupnosti nebo když je vhodné zahájit komunikaci s časovým odstupem. Tento druh komunikace s klientem je soukromý.

1. Jednoduchý kontaktní formulář, který je součástí našeho webového portálu. Obsahuje pouze tři pole. Kontaktní e-mail, textové pole pro zanechání vzkazu a kontrolní otázku. Kontaktní e-mail jsme se rozhodli ponechat jako nepovinný údaj, aby bylo umožněno zanechat anonymně zpětnou vazbu, a to ať už stížnost nebo pochvalu.
1. V případě nedostupnosti (off-line stavu) e-terénního pracovníka na webovém portále je možné mu po rozkliknutí medailonku zanechat vzkaz namísto zahájení chatu. Obsahuje pole pro kontaktní e-mail (nepovinný údaj) a dále pole pro samotnou zprávu. V případě, že je klient zaregistrovaný, může mu být přímo dopovězeno soukromou zprávou v rámci webového portálu.
2. Využití ostatních nástrojů pro komunikaci v reálném čase v případě nedostupnosti (off-line stavu) e-terénního pracovníka v e-terénu. Jedná se o soukromé zprávy na sociálních sítích (Facebook Messenger a Instagram Direct Messenger). Dále se může jednat o soukromé zprávy zasílané prostřednictvím diskusních fór v případě, že tuto možnost umožňují.
3. Používání e-mailů ke komunikaci mezi klientem (zájemcem) a e-terénním pracovníkem. E-terénní pracovníci mají pro komunikaci s cílovou skupinou k dispozici společný e-mail: kontakt@nabertekurz.cz a dále svůj vlastní: jméno@nabertekurz.cz. Společný e-mail slouží převážně pro příjem e-mailů a dále k odpovědi v obecné rovině. E-maily e-terénních pracovníků slouží následně pro přímou práci s klientem.

6.5 Individuální chat

Jedná se o naše označení pro možnosti, jakými se může klient nebo zájemce spojit s e-terénními pracovníky v případě jejich on-line dostupnosti a v rámci preferování komunikace v reálném čase. Tento druh komunikace s klientem je soukromý.

- 1) Individuální chat na našem webovém portále. V případě on-line stavu e-terénních pracovníků je pro možnost komunikace s konkrétním e-terénním pracovníkem k dispozici možnost zahájit chat, viz Přílohy. Po zvolení této možnosti se objeví modální okno (nepřesměrovává z původní stránky), kde probíhá samotný chat. Tento chat je možné minimalizovat nebo z něj odejít. V případě minimalizace zůstane avatar (fotka) e-terénního pracovníka dostupný po celou dobu setrvání na webovém portálu v levém sloupečku a budou se na něm objevovat notifikace příchozích zpráv. V případě, že chatující odejde, avatar e-terénního pracovníka zmizí a chat je ukončen. Klient má možnost chatovat pouze s jedním e-terénním pracovníkem ve stejnou dobu.
- 2) Individuální chat v mobilní aplikaci. Součástí naší mobilní aplikace je možnost využít integrovaného chatu pro spojení s e-terénním pracovníkem. V menu je k dispozici pod položkou chat. Zprávy jsou v tomto chatu k dispozici pouze po dobu 24 hodin. Jedná se o nejvíce anonymní možnost komunikace s e-terénními pracovníky. Ukázka z chatu na mobilní aplikaci viz. Přílohy.
- 3) Soukromé zprávy na sociálních sítích (Facebook Messenger a Instagram Direct Messenger). Ze svých vlastních profilů může kdokoliv kontaktovat e-terénní pracovníky přes soukromou zprávu adresovanou přímo stránce Naberte kurz na Facebooku nebo profilu Naberte kurz na Instagramu. Na Facebooku mohou e-terénní pracovníci kontaktovat pouze ty profily, které jako první oslovily stránku Naberte kurz nebo do 72 hodin poslat soukromou zprávu profilu, který zanechal pod našimi příspěvky komentář. Na Instagramu probíhá vzájemná komunikace bez omezení. Využívání soukromých zpráv pro komunikaci s e-terénními pracovníky je nejméně anonymní způsob komunikace. Mimo provozní dobu je nastavena automatická odpověď se základními informacemi, viz. Přílohy.

6.6 Telefonní linka

Jedná se o jedno konkrétní telefonní číslo, které automaticky přepojuje hovor na dostupného e-terénního pracovníka. Možnost využít ke kontaktu telefonní linku uvádíme na co nejvíce možných místech. Je

umístěno na webovém portálu (v záhlaví, v patičce, v kontaktech), v mobilní aplikaci, na sociálních sítích a na všech dostupných místech v e-terénu (medailonek e-terénních pracovníků nebo v rámci zanechávání stop). Tento druh komunikace s klientem je soukromý.

6.7 Skupinový chat

Jedná se způsob komunikace v reálném čase mezi více osobami. Na webovém portále je možnost vstoupit do již založené chatovací místnosti nebo si založit vlastní chatovací místnost. Součástí každé chatovací místnosti je její název, popis a maximální obsazenost. Založit místnost může kdokoliv, uzavírat místnost může ten, kdo ji založil, nebo e-terénní pracovník. E-terénní pracovník může z účasti v chatu vyloučit osoby, které nedodržují pravidla pro využívání nabízených služeb. Může také probíhající diskusi zmrázit a učinit prohlášení a následně opět přidávání zpráv povolit. Kromě samotných zpráv mezi diskutujícími jsou všem zobrazovány i informace o tom, kdo vstoupil do místnosti nebo z ní odešel. Tento druh komunikace s klientem je veřejný v rámci probíhajícího kontaktu.

1. Stále otevřený skupinový chat v pravém sloupečku je speciální typ skupinového chatu, který je viditelný a přístupný všem, kdo vstoupí do webového portálu. Obsahuje posledních deset zpráv. Jedná se spíše o takový vzkazník, přesto i zde může proběhnout plnohodnotný kontakt s klientem. Zde se informace o vstupu do místnosti ani o opuštění místnosti nezobrazují.
2. Dlouhodobě založená místnost ze strany e-terénních pracovníků v prostoru vyhrazeném pro skupinové chaty. Tento druh místnosti je stále otevřený, ale obsah (posledních 20 zpráv) je viditelný až po vstupu do této místnosti. Místnost je využívána k obecným otázkám (zakázkám), které mohou být směřovány e-terénním pracovníkům nebo k dialogu mezi cílovou skupinou.
3. Jak již bylo zmíněno, vlastní místnost si může založit kdokoliv. Kromě samotné cílové skupiny je možné využívat skupinový chat pro soukromá setkání mezi pracovníky z jiných organizací a jejich klientů. Příchozí pracovník založí místnost pouze pro dvě osoby a po proběhlém kontaktu místnost uzavře, čímž z nabídky dostupných místností i se svým obsahem zmizí.
4. Specifickým a v období pilotního testu hojně využívaným nástrojem bylo využití skupinových chatů ke zprostředkování tematického setkání mezi cílovou skupinou a pozvaným odborníkem nebo hostem z jiné organizace.
 - E-terénní pracovník nejméně s čtrnáctidenním předstihem domlouvá účast konkrétního odborníka nebo hosta z řad hazardních hráčů, organizace zabývající se léčbou, provozovatelů hazardních her nebo kohokoliv významného pro cílovou skupinu.
 - E-terénní pracovník si s pozvaným domlouvá konkrétní téma, datum a čas realizace. Pozvaný je povinen se zaregistrovat na webovém portále a uvést své skutečné jméno a organizaci, kterou zastupuje. Má také možnost připravit medailonek, který nahrajeme na webový portál do záložky spolupracujících organizací. Pokud medailonek nedodá, připraví ho e-terénní pracovník sám.
 - Na základě domluveného tématu připravuje e-terénní pracovník strukturu chatu a posílá pozvanému seznam možných otázek, na které je doporučeno si předem připravit odpovědi.
 - Nejpozději 15 minut před zahájením skupinového chatu jsou všichni zúčastnění společně připraveni na webovém portále a mají odzkoušeno, že je vše připraveno a vše funguje.
 - Následně probíhá skupinový chat, který moderuje e-terénní pracovník, který zároveň neustále komunikuje s pozvaným (přes soukromý chat nebo audio/video hovor).
 - Po skončení skupinového chatu je prostor dkomunikovat mezi pozvaným a e-terénním pracovníkem případné nové skutečnosti zjištěné v průběhu skupinového chatu.
 - E-terénní pracovník proběhlý skupinový chat následně zpracuje a publikuje na webovém portále a dále ho šíří na sociálních sítích. Zároveň se odkaz na článek přidává do medailonku organizace.

6.8 Přidávání komentářů

Jedná se jak o proces postupného navazování kontaktu, tak i o konkrétní individuální práci s cílovou skupinou, a to v rámci komunikace s časovým odstupem. Může se jednat o přidávání krátkých komentářů

v rámci kontaktní práce nebo i o delší a obsahově více strukturované komentáře propagující určité téma, případně i o poradenství. V některých případech mohou komentáře podléhat schvalovacímu procesu ze strany provozovatele nebo jím pověřené osoby. Tento druh komunikace je dlouhodobě veřejný.

1. Přidávat komentáře je možné v rámci vlastního diskusního fóra na webovém portálu nebo ostatních již existujících diskusních fór v e-terénu. Komentáře mohou být vloženy samostatně nebo jako reakce na komentáře ostatních. Přidání komentáře může předcházet zakládání nových tematických diskusních vláken. Tato diskusní fóra mají většinou moderátora nebo správce, který dbá na dodržování pravidel včetně samotné struktury a relevantnosti obsahu.
2. Přidávat komentáře je možné v on-line médiích (v tisku) přímo pod jednotlivými články nebo v článku do vyhrazené diskuse. Často se stává, že diskuse pod článkem není relevantní k jeho tématu nebo obsahu. Je to způsobeno samotnými diskutujícími a také tím, že tyto diskuse nemají moderátora (maximálně cenzora).
3. Přidávat komentáře je možné pod příspěvky na sociálních sítích. A to jak pod vlastními, tak cizími. Ukázka reakce na komentář pod vlastním příspěvkem na Instagramu viz. Přílohy. V některých případech je nutné být součástí dané skupiny nebo být sledujícím dané stránky nebo profilu.

6.9 Dotazníky, ankety a kvízy

Jedná se o interakční nástroje, které vzhledem ke konkrétnímu tématu nabízí cílové skupině sebereflexi, ověření vlastních znalostí nebo možnost spoluovlivňovat směr, kterým se e-terénní pracovníci budou dále ubírat (například v obsahu nebo dostupnosti služeb). Mimo jiné slouží také ke zjišťování zpětné vazby na aktivity a práci e-terénních pracovníků, a hlavně k aktivizaci cílové skupiny s cílem zahájit kontakt s e-terénními pracovníky.

1. Dotazníky mají komplexnější podobu a vedou cílovou skupinu k hlubšímu zamyšlení a sebereflexi. Cílové skupině jsou k dispozici nejčastěji ke zjištění míry rizikového chování nebo otestování se v souvislosti s diagnózou patologického hráčství (DSM-5, Dvacet otázek Anonymních Gamblerů) nebo ke zjištění zpětné vazby a spokojenosti/nespokojenosti. Jsou k dispozici na webovém portále, součástí je krátký text popisující obsah a význam dotazníků, počet otázek a odhad času potřebného k vyplnění. Ukázka dotazníku týkajícího se oblasti hazardu a hazardních her na téma Práce na směny a hraní/sázení viz. Příloha.
2. Ankety probíhají nejčastěji na sociálních sítích nebo v e-terénu v diskusních fórech. E-terénní pracovníci se zpravidla jednou nebo dvěma otázkami ptají cílové skupiny na její zkušenosti nebo zájmy, což následně kromě samotné odpovědi (výběrem z nabízených možností) vede k jejímu dovysvětlení v podobě komentářů pod samotnou anketou. Ukázka ankety v e-terénu v diskusním fóru viz. Přílohy.
3. Kvízy realizujeme výhradně na sociální síti Instagram prostřednictvím Insta Stories. E-terénní pracovník připraví maximálně deset otázek (ke každé zpravidla čtyři odpovědi), na kterých si cílová skupina ověří svoje znalosti z oblasti zodpovědného přístupu k hraní hazardních her, pomoci nebo zajímavostí z oblasti hazardních her. Ukázka z kvízu viz. Přílohy. Na závěr je k dispozici škála pro zpětnou vazbu. Zhruba s dvoudenním odstupem jsou uveřejněny správné odpovědi včetně jejich dovysvětlení. Proběhlé kvízy jsou na profilu archivovány a včetně správných odpovědí dále k dispozici.

7. Oblast šíření relevantních informací

Za významnou součást naplňování poslání a cíle e-terénní práce považujeme aktivní šíření relevantních informací mezi cílovou skupinu. V této oblasti se primárně zaměřujeme na posílení prevence a zvýšení informovanosti v souvislosti s rizikovým chováním naší cílové skupiny a zároveň přiblížení možností dostupné pomoci včetně způsobů jejího využití. Sekundárně obsahově přispíváme k rozvoji a dostupnosti svépomoci.

7.1 Význam a možné podoby šíření relevantních informací

Obsah hraje na internetu v různých podobách ve většině případů klíčovou roli. Není tomu jinak ani v e-terénu. V rámci pilotního testu jsme šířili obsah v co největší míře a v nejrůznějších podobách, abychom následně mohli vyhodnotit odezvu cílové skupiny a zaměřit se tak na ty nejvíce efektivní prostředky a dostupné možnosti.

V předchozích kapitolách jsme zmínili význam aktivního oslovování cílové skupiny, který je, na základě našich současných zkušeností, jednou z nejlepších možností realizace prvního kontaktu. Nicméně má jedno významné úskalí, a tím je hodnověrnost e-terénního pracovníka. Podepsaný obsah, na který je možno během kontaktní práce v e-terénu přímo odkazovat (ať už přímo na svůj nebo v rámci celého e-terénního týmu) pozvedává význam a roli e-terénního pracovníka přímo v e-terénu.

Vytváření obsahu tak nejenom posiluje hodnotu a odbornou úroveň jednotlivých kontaktů, ale přispívá i k dohledatelnosti přes vyhledávání klíčových slov ve vyhledávačích, a tím pádem nás opět přibližuje cílové skupině. V neposlední řadě vytvářením vlastního obsahu se e-terénní pracovníci zároveň významně podílejí na vlastním kontinuálním vzdělávání. Věnováním se této oblasti si tak dlouhodobě rozšiřují své znalosti. Kromě vlastní tvorby obsahu čerpají z obsahu svých kolegů.

K šíření relevantních informací tak využíváme vytváření vlastních článků na našem webovém portálu, přepis již vytvořených článků do podoby vhodné pro šíření na ostatních relevantních místech, posilování dohledatelnosti a provázání vytvořeného obsahu s další tvorbou na sociálních sítích v podobě samostatných příspěvků.

7.2 Články na webovém portálu

Základem je budování vlastního obsahu na webovém portálu. Kromě statických stránek (základní informace, kontakty atd.) se především jedná o pravidelné publikování článků. Účelem psaní článků je předání relevantních informací cílové skupině v podobě pravidelného přísunu nového obsahu. Ve většině případů se jedná o předávání odborných a ověřených informací srozumitelnou formou, případně o fakta, zajímavosti a popis námi zjištěných skutečností. Pravidelně přidávaný obsah demonstruje živost prostředí a může být důvodem pro opakované návštěvy a využívání služeb nabízených skrze webový portál.

Dalším důvodem je zvýšení dohledatelnosti a dostupnosti přes klíčová slova ve vyhledávačích a tím i větší dostupnost možností pomoci pro cílovou skupinu.

Atraktivita obsahu je podpořena okamžitou dostupností komunikačního nástroje, nejviditelněji právě samotných e-terénních pracovníků (jejich avatarů), případně zanecháním vzkazu apod.. Dostáváme tak do povědomí cílové skupiny, že zároveň s obsahem nalézá možnosti komunikace, které může v případě potřeby využívat. Role e-terénních pracovníků a možnosti komunikace bývají podle potřeby (vhodnosti k tématu) součástí samotných článků.

7.3 Základní postup při psaní článku

Nejdříve si musí e-terénní pracovník zvolit téma, které je dostatečně zajímavé pro cílovou skupinu a zároveň je v souladu s e-terénní prací. Dostatečně dlouhou dobu věnuje následně porozumění zvolenému

tématu. Začíná proto rešerší dostupných zdrojů (hledá jak pomocí klíčových slov na internetu, tak v odborné literatuře nebo i ve veřejně prezentovaných zkušenostech cílové skupiny).

Následně si chystá strukturu, rozsah a formu celé této problematiky, které se rozhodl věnovat (kolik článků celkově k tomuto tématu napíše, jaké jsou klíčové informace, na které se chce zaměřit, čím začne a čím tuto oblast zakončí atd.). Teprve poté se věnuje psaní konkrétního článku.

Všechny články na webovém portále by měly mít podobnou strukturu a měli by mít i podobný rozsah. Optimální délka čtení jednoho článku jsou dvě minuty, což odpovídá zhruba 400 slov.

Článek by měl začínat chytlavým krátkým nadpisem, který by již měl obsahovat klíčová slova, která se budou dále objevovat v samotném článku. Úvod k článku (perex) by měl stručně seznámit čtenáře s obsahem a zaujmout pro další čtení. Samotný obsah článku se řídí pravidlem obrácené pyramidy (nejdůležitější obsah je hned na začátku) a je dělen pomocí podnadpisů. Konec článku obsahuje závěrečné shrnutí. Pokud je to možné (vhodné), přidá e-terénní pracovník oblast HR. Následovat by měly ještě zdroje a další odkazy.

HR je naše vlastní postskriptum (PS – původně dodatek k dopisu) v podobě jednoduché věty nebo souvětí přinášející přidanou hodnotu ke konkrétnímu článku. Nejčastěji se přímo týká konkrétních tipů týkajících se snižování rizik, další úhel pohledu na zmiňovanou problematiku v článku, případně přímo naše konkrétní doporučení. Ukázka takového našeho PS viz. Přílohy.

Aby byl článek poutavější a příjemnější pro čtení, využíváme obrázky pro upoutání a udržení pozornosti. Obrázky využíváme buď k estetickému účelu, anebo k informativnímu účelu, kdy samotný obrázek nese nějakou informaci. Může se jednat o infografiku, graf, případně i gif. Možností je také využít specializované databáze (případně fotobanky), které nabízejí k dispozici svůj obsah i zdarma.

Kromě výše zmíněného je součástí každého článku datum publikování článku, jméno autora článku, zařazení do příslušných kategorií a podkategorií a také prolinkování s dalším vlastním obsahem a vnějšími zdroji.

7.4 Recyklace vlastních článků z webového portálu na jiná místa v e-terénu

Jedná se o přepis již vytvořených vlastních článků pro potřeby webového portálu a jejich přizpůsobení konkrétní vhodné podobě související s konkrétní cílovou skupinou a místem, kde budeme náš článek sdílet.

Výběr a vhodnost míst je v kompetencích e-terénního pracovníka, který se právě na tomto druhu spolupráce domlouvá s provozovateli nebo správci konkrétních webových stránek nebo portálů. Nejčastěji se jedná o svépomocná témata, dále články edukativního nebo informačního charakteru. Tuto možnost spolupráce vítají především blogy zaměřené na sdružování se v rámci společných zájmů nebo spadající do podobné socioekonomické skupiny. Dále ji vítají projekty, které jsou zaměřeny na pomáhající profese.

Již vzniklý článek e-terénní pracovník proto upravuje tak, aby byl zaměřen více ke konkrétní cílové skupině, nejčastěji právě k osobám blízkým. Těm srozumitelnou formou předává informace o možnostech komunikace s hráči nebo sázkaři tak, aby vzniklá situace nepřerostla v krizovou a dotyční měli stále co nejvíce možností se v dané situaci účinně rozhodovat. Případně získají informace o tom, jak si sami mohou pomoci a kdy a jak přímo vyhledat konkrétní pomoc. Významově se samotný článek neliší. To, v čem se liší, jsou slovní obraty a způsob předávání informací.

Například článek zaměřený na bezpečné platby pro hráče a sázkaře bude obsahovat mnohem více informací i o práci se samotnými penězi vkládanými do hazardních her a nastavením limitů. Upravený článek pro prostředí osob blízkých bude obsahovat mnohem více samotnou bezpečnost a zabezpečení plateb

a souvislost s hazardními hrami zmíní jako jednu z možností, pro co se platby využívají, přičemž zdůrazní možná rizika a důsledky.

7.5 Příspěvky na sociálních sítích

Na sociálních sítích se obsah sdílí výhradně formou příspěvků. Příspěvky mohou mít podobu obrázkovou (včetně fotek), textovou (nejčastěji kombinace) a dále se může jednat o videa (gify). Často je součástí příspěvku jeden nebo více odkazů.

Příspěvky se uživatelům sociálních sítí zobrazují v tzv. feedu (dříve na zdi), kde jsou řazeny podle algoritmu konkrétní sociální sítě nebo podle času jejich publikování. Uživatel tak má většinou pod sebou všehočtu příspěvků jeho přátel, skupin, kterých je členem, nebo stránek, které sleduje. Pokud si zobrazí konkrétní profil člověka nebo stránky a skupiny, zobrazí se mu výhradně obsah konkrétního uživatele, případně příspěvky, které přímo zde nasdíleli ostatní. Příspěvky je možné komentovat, hodnotit (to se mi líbí, to mě mrzí atd.) a sdílet.

Během pilotního testu jsme pracovali pouze v prostředí dvou sociálních sítí. Jednalo se o sociální síť Instagram (primárně zaměřenou na sdílení obrázkových příspěvků, videí a tzv. Instagram Stories) a o sociální síť Facebook (která se stále postupně rozrůstá a v současnosti nabízí kromě běžných možností v podobě obrázků, videí a textů i vlastní obchod, hry, dobročinné sbírky a podobně).

7.5.1 Základní postupy pro přidávání obsahu na Facebook

Přidávání příspěvků probíhá každý den, obvykle mezi 18:00 – 20:00, kdy je podle statistik naší stránky on-line přítomno nejvíce našich sledujících. Střídáme novinky ze světa hazardních her a možností pomoci, vlastní články a informace z prostředí pomáhajících organizací.

Intenzivně pracujeme s odkazy, a to jak vlastními, tak i zdrojovými. Pokud má obsah příspěvku jiný zdroj než náš, uvádíme ho jako první a odkaz na náš webový portál je přesunut až na závěr příspěvku. Tím pádem i náhled (obrázek) příspěvku je automaticky generován ze zdroje obsahu.

Každý náš příspěvek (mimo příspěvky související s provozem – například pracovní doba) je obohacen o přidanou hodnotu k samotnému sdělení. Jak jsme si řekli výše, sdělením může být článek z médií (tisku), příspěvek spřátelené organizace nebo náš vlastní článek. Naší přidanou hodnotou tak je shrnutí obsahu, na který odkazujeme, doplnění souvislostí s harm reduction a výzva pro další komunikaci, případně možnosti, kde se lze dozvědět více (což jsme nejčastěji také my).

Příspěvek může být také zcela nový, a tím pádem bez hlavního odkazu (není proto generován náhled), proto je potřeba přidat obrázek vlastní. V těchto souvislostech si grafickou podobu (obrázky) vytvářejí e-terénní pracovníci sami. K vytváření vlastních obrázků jsme během pilotního testu využívali on-line grafický program Canva, který nabízí licence zdarma pro neziskové organizace.

7.5.2 Základní postupy pro přidávání obsahu na Instagram

Sociální síť Instagram je určena především pro mobilní zařízení (minimálně s tímto zaměřením původně vznikla). Z tohoto důvodu je zde soustřeďován obsah výhradně ve vizuální podobě. Pro naše potřeby jsme se rozhodli využít koncept převedení textového obsahu do grafické podoby. Text zůstává na obrázku zachován, jeho obsahová složka je však převedena do co nejmenšího rozsahu s úplným zachováním významu. Text je orámován, převážně bublinami známými z komiksů, a dále zdůrazněn vhodným rozložením barev.

Obsah se nejčastěji týká zajímavostí a faktů z prostředí hazardních her. Instagram umožňuje v jednom příspěvku za sebou seřadit více obrázků, proto často formulujeme příspěvek do podoby otázky, kterou v navazujícím obrázku zodpovíme. Příspěvek je vždy doplněn rozsáhlejším textem, než je na Instagramu

obvyklé, kde významově vizuální sdělení doplníme. Součástí doplňujících informací jsou i zdroje nebo odkazy.

Velmi populární je na Instagramu přidávání příběhů (Instagram Stories). Jedná se o sérii více příspěvků za sebou, které mohou být ve statické (fotky, obrázky) nebo dynamické (gify, videa) podobě a zároveň i doplněny zvukem. Podobu příběhů jsme se rozhodli využít pro interaktivní kvízy, které odrážejí znalost námi sdílených témat našimi sledujícími. Celkově se jedná o populární záležitost - zaznamenali jsme zvýšený zájem cílové skupiny související se sdílením námi připravených kvízů nebo uskutečnění kontaktu s klientem. Instagram Stories mají omezenou dobu trvání, proto je v prostředí našeho Instagram účtu dále archivujeme, aby byly naší cílové skupině dlouhodobě k dispozici.

Aktivní na Instagramu jsme, co se oslovování cílové skupiny týká, v pravidelných intervalech. Příspěvky publikujeme průměrně dva až tři týdně. Optimální doba pro zveřejnění příspěvku je ve večerních hodinách. E-terénní pracovníci si i zde veškerý obsah vytvářejí, případně upravují, sami.

7.6 Optimalizace pro vyhledávače

Jedná se o přizpůsobení obsahu pro vyhledávače (jako jsou například Google nebo Seznam) tak, aby byl publikovaný obsah co nejvíce dohledatelný. Optimalizace nalezitelnosti (zkráceně SEO, anglicky search engine optimization) je soubor pravidel a zásad, pomocí kterých lze předat vyhledávači potřebné informace o relevantnosti obsahu, který odpovídá zadanému dotazu. V našem případě jsme se rozhodli dodržovat následující zásady a trpělivě očekávat výsledky. Trpělivost je potřebná právě proto, že se jedná o dlouhodobý proces, který je nutné neustále udržovat v chodu.

7.6.1 Klíčová slova

Vyhledávače obvykle zdarma nabízejí nástroje pro analýzu klíčových slov, které je možné využít pro bližší porozumění chování cílové skupiny v prostředí vyhledávačů. Obvykle tyto nástroje disponují informacemi o četnosti vyhledávacích dotazů a zároveň generují podobná klíčová slova a jejich alternativy.

E-terénní pracovníci těchto nástrojů využívají ve chvílích, kdy připravují nadpisy nebo se rozhodují, který tvar slova více použít. Dávají přednost těm podobám, které jsou cílovou skupinou vyhledávány častěji.

7.6.2 Formát textu

Základem je využívat styly, které by měl být schopen nastavit každý vývojář webových stránek. Každý styl by měl obsahovat typ písma a jeho velikost, barvu, výšku řádku, odsazení atd.. E-terénní pracovníci proto nezasahují do kódu a využívají, pokud možno, výhradně WYSIWYG editor, který zobrazuje při úpravách na obrazovce vzhledově víceméně totožnou podobu se samotným výsledkem.

7.6.3 Odkazy

Odkazy e-terénní pracovníci vkládají do článků v podobě hypertextu, a to v takové míře, aby nerušil cílovou skupinu při čtení a neubíral pozornosti. Odkazují jak v rámci webového portálu (další vlastní články), tak i směrem ven (spolupracující organizace, zdroje svých tvrzení). V rámci navázaných spoluprací se taktéž domlouváme na zpětném odkazování (odkazy z ostatních stránek, které vedou na nás).

7.6.4 Obsah

Přestože uvádíme obsah až jako poslední z bodů, jedná se o tu nejdůležitější část. Výběr a tvorba sdělení a informačních textů vyžaduje pečlivost a rozvahu, musí obsahovat pravdivé a odborně správné informace. Svým vzhledem a obsahem musí být sdělení klientům blízké a srozumitelné. Obsah musí být dále čtivý a zároveň i jeho vizuální uspořádání by nemělo odrazovat.

8. Postupy přímé práce s klientem

8.1 Oslovování potenciální cílové skupiny

Potenciální cílovou skupinou (PCS) rozumíme osoby, u kterých předpokládáme, že spadají do naší cílové skupiny, ale ještě nevíme, zda se chovají rizikově nebo jsou rizikovým chováním ohroženy. E-terénní pracovníci proto vstupují do míst, kde se PCS s největší pravděpodobností vyskytuje a oslovují je s nabídkou služeb. Oslovování PCS probíhá dvěma způsoby - pasivně nebo aktivně.

Pasivní oslovování probíhá formou šíření relevantního obsahu nebo cílených marketingových akcí. Na základě chování lidí v on-line prostředí předpokládáme, že lidé, které náš přístup a nabízené služby zaujmou, sami využijí některý z komunikačních nástrojů a vstoupí tak do kontaktu s e-terénním pracovníkem. Další možností pasivního oslovování je cílené zanechávání stop v e-terénu.

Zanechávání stop je záměrná aktivita e-terénních pracovníků v e-terénu s cílem vytvářet nové kontakty s klienty. E-terénní pracovník vzbuzuje zájem u cílové skupiny v jejich přirozeném prostředí formou zapojování se do probíhajících diskusí nebo zakládáním nových diskusí či diskusních vláken. Zanechaná stopa je vždy adresovaná celé PCS. Za zanechanou stopu považujeme i veřejnou podobu proběhlého aktivního oslovování a veškerou veřejně dostupnou aktivitu e-terénního pracovníka v e-terénu (včetně jednání se zájemcem, kontaktní práce atd.).

Aktivní oslovování PCS probíhá přímo od konkrétního e-terénního pracovníka směrem ke konkrétní osobě. Může mít podobu veřejnou nebo soukromou. Veřejnou podobou rozumíme reakce na komentáře nebo příspěvky v diskusích, na sociálních sítích nebo v tisku (pokud to dané on-line médium umožňuje). Soukromou podobu mají osobní zprávy nebo e-maily.

8.2 Jednání se zájemcem o e-terénní služby

Jednání se zájemcem o e-terénní služby (dále jen zájemce) je standardizovaný a sám o sobě komplexní proces, který pro potřeby e-terénní práce musel v některých případech dostat specifickým změnám. Aby mohla být řádně naplněna jeho podstata a účel (učinit rozhodnutí, zda mohou být služby poskytovány), zavedli jsme do jednání se zájemcem automatizační procesy.

Automatizační procesy umožňují omezit míru přítomnosti člověka při vykonávání určité činnosti. Jejich zavedením (vyskakovací okna, funkční tlačítka na webu - vstoupit, zahájit chat nebo používání odkazů) jsme dosáhli maximální nízkoprahovosti bez omezení v poskytování prvotních a základních informací zájemci.

Zároveň se nám takto u zájemce podařilo snížit rizika z přehlcení poskytovanými informacemi nebo snížení zájmu a motivace vedoucí k řešení jeho situace v souvislosti s administrativními náležitostmi. Celý proces jednání se zájemcem se tak stává velmi rychlým a efektivním, a i přes absenci „face to face“ kontaktu zůstává stále bezpečným jak pro samotného zájemce, tak pro e-terénního pracovníka.

Zájemcem rozumíme osobu z řad cílové skupiny, která je v přímém kontaktu s e-terénním pracovníkem, nebo u ní tento druh kontaktu předpokládáme (čte obsah na webovém portálu, využívá mobilní aplikaci, sleduje naše sociální sítě) a ještě s ní nebyla uzavřena dohoda o poskytování služeb e-terénní práce.

Jednat se zájemcem může každý e-terénní pracovník. E-terénní pracovník vždy dbá na to, aby neopomenul dodržovat zásady e-terénní práce. E-terénní pracovník vždy zohledňuje prostředí a situace, ve kterých se zájemce právě nachází. E-terénní pracovník je připraven v případě zájemcových nejasností nebo jakéhokoliv nepochopení nejasností dovyvětlit.

Konkrétní podoby jednání se zájemcem včetně využití automatizačních procesů:

Jednání se zájemcem v **e-terénu** je zahájeno ve chvíli, kdy zájemce přímo a adekvátně zareaguje na oslovení e-terénním pracovníkem ve svém přirozeném prostředí. E-terénní pracovník je povinen reagovat vždy a bez zbytečných odkladů, přičemž podmínku adekvátnosti reakce vyhodnocuje sám na základě svého nejlepšího vědomí a svědomí v souvislosti s posláním e-terénní práce. Jedná se o opatření v souvislosti s běžným chováním v on-line prostředí. Za neadekvátní reakce standardně považujeme vulgarismy, provokaci, agresi, ale i pouhé přidání označení to se mi líbí (srdíčka) ke sdílenému příspěvku.

Součástí automatizačního procesu v e-terénu je umístění prvotních informací na místa, kde lze v daném prostředí běžně nalézt informace o diskutující osobě (medailonek, profil). Pokud tato možnost není k dispozici, poskytne e-terénní pracovník prvotní informace během přímého kontaktu.

Jednání se zájemcem prostřednictvím **webového portálu** je zahájeno vstupem oslovené osoby na webový portál. Prostřednictvím automatizačních procesů jsou zájemci poskytnuty prvotní a základní informace a zájemce tak má dostatek prostoru a času se zorientovat. Komunikační nástroje jsou nabízeny ve srozumitelné a jednoznačné podobě. E-terénní pracovník je povinen při využití kteréhokoliv komunikačního nástroje zájemcem bezpodmínečně reagovat vždy a bez zbytečných odkladů.

Součástí automatizačního procesu na webovém portálu je úvodní vyskakovací okno, které se zobrazí při každém vstupu na webový portál. Obsahuje prvotní informace a bez vyjádření souhlasu s následným seznámením se základními informacemi není možné využívat žádných nabízených služeb (vstoupit).

Dále se jedná o medailonek každého e-terénního pracovníka, jehož součástí je představení e-terénního pracovníka a shrnutí nejzákladnějších informací týkajících se především uzavření ústní dohody nebo objasnění, že zahájení individuálního chatu je považováno za projev souhlasu s podmínkami uvedenými v základních informacích.

Popisek u skupinových chatů rovněž shrnuje podmínky pro vstup do skupinového chatu a jeho využívání.

Jednání se zájemcem prostřednictvím **mobilní aplikace** je zahájeno prvním spuštěním nainstalované aplikace. Prostřednictvím automatizačních procesů jsou zájemci při prvním spuštění a při každém využití integrovaného individuálního chatu poskytnuty prvotní nebo základní informace. Zájemce může aplikaci využívat i bez komunikace s e-terénním pracovníkem. E-terénní pracovník je povinen při využití integrovaného individuálního chatu zájemcem bezpodmínečně reagovat vždy a bez zbytečných odkladů. V případě nefunkčnosti automatizačního procesu odešle sám e-terénní pracovník jako první předdefinovanou zprávu.

Jednání se zájemcem prostřednictvím **telefonní linky** je zahájeno ve chvíli, kdy dojde k propojení e-terénního pracovníka a volajícího. Zde není možné využít žádných automatizačních procesů. E-terénní pracovník proto musí sám poskytnout prvotní a základní informace a na základě dialogu se zájemcem rozhodnout, zda spadá do naší cílové skupiny a uzavřít s ním ústní dohodu. E-terénní pracovník je povinen bezpodmínečně reagovat vždy a bez zbytečných odkladů na každý telefonát.

Jednání se zájemcem prostřednictvím **e-mailové komunikace** je zahájeno ve chvíli, kdy e-terénní pracovník odpoví zájemci na příchozí e-mail, ve kterém mimo jiné přímo poskytne prvotní nebo základní informace, které doplní funkčním odkazem. E-terénní pracovník je povinen reagovat vždy a bez zbytečných odkladů, přičemž podmínku adekvátnosti reakce vyhodnocuje sám na základě svého nejlepšího vědomí a svědomí v souvislosti s posláním e-terénní práce.

Jednání se zájemcem prostřednictvím **soukromých zpráv na sociálních sítích** je zahájeno ve chvíli, kdy e-terénní pracovník odpoví zájemci na adekvátní příchozí zprávu, ve které mimo jiné přímo poskytne prvotní nebo základní informace. Ukázka takovéto odpovědi viz. Přílohy. E-terénní pracovník je povinen reagovat vždy a bez zbytečných odkladů, přičemž podmínku adekvátnosti reakce vyhodnocuje sám na základě svého nejlepšího vědomí a svědomí v souvislosti s posláním e-terénní práce.

E-terénní pracovník zajistí, aby byl při každém kontaktu se zájemcem řádně představen a podepsán. Snaží se využít všech dostupných možností, aby byl co nejvíce transparentní a předcházel tak případnému nedorozumění. Může se jednat o medailonek, který doplní o co nejvíce vhodných informací. Součástí podpisu je vždy jméno e-terénního pracovníka, které je doplněno o název projektu (centra), případně roli (e-terénní pracovník). Pokud volí přezdívku (v externích diskusních fórech), může zvolit pouze název projektu (centra), přičemž při kontaktu doplňuje svoje sdělení o svůj podpis. Pokud to situace umožňuje, využije odkaz na základní informace.

Prvotní informace obsahují název projektu (marketingové označení), poslání, nabízené služby a pokyny (povinnost) seznámit se se základními informacemi.

Základní informace obsahují poslání, cíle, vymezení cílové skupiny, nabídku služeb, místní a časovou dostupnost, zásady e-terénní práce (výrazně anonymitu, bezplatnost, individuální přístup), práva a pravidla pro klienty včetně formy a podoby uzavírání ústní dohody, důvody pro omezení nebo ukončení poskytování služeb nebo možnosti podání stížností.

Veškeré informace jsou poskytovány srozumitelně a je zdůrazněno využití komunikace s e-terénním pracovníkem pro případné doptávání nebo při nedorozumění zmiňovanému.

Na základě vlastního úsudku a zjištěných skutečností se e-terénní pracovník rozhoduje, zda zájemce splňuje kritéria cílové skupiny a o jaké služby má zájem. Pokud si není jistý, doptává se zájemce vhodně pokládanými otázkami. Nespadá-li zájemce do cílové skupiny, je mu nabídnut nebo zprostředkován kontakt s jinou institucí či zařízením.

8.3 Uzavření ústní dohody o poskytování služeb e-terénní práce

Pokud zájemce projde procesem jednání se zájemcem, spadá do cílové skupiny a rozhodne se využít nabízených služeb, je s ním rovnou při prvním kontaktu automaticky uzavřena dohoda o využívání služeb. Tím se ze zájemce stává klient. K uzavírání ústních dohod jsou pověřeni všichni e-terénní pracovníci. Pokud se klient nedomluví s e-terénním pracovníkem jinak, je ústní dohoda uzavřena na dobu neurčitou.

Na **webovém portále** je ústní dohoda uzavřena vstupem do individuálního chatu a využitím kterékoliv z nabízených služeb. V této chvíli se ze zájemce automaticky stává klient. E-terénní pracovník musí rozpoznat u klienta informované chování, v opačném případě si explicitně ověří, zda daná osoba ví, kde se nachází a proč. Klientem se zájemce stává i vstupem do tematického skupinového chatu a setrváním v něm po dobu alespoň 50 % z celkové délky jeho trvání, nebo aktivním zapojením do chatu.

V **e-terénu** je uzavření ústní dohody podmíněno rozpoznáním informovaného chování cílové skupiny projevující se zájmem využívat služby, které e-terénní pracovník nabízí. Rovněž při prvním kontaktu přes telefonní linku e-terénní pracovník vždy explicitně poskytne prvotní nebo základní informace.

8.4 Vymezení klienta

Klientem rozumíme osobu z řad cílové skupiny, se kterou byla uzavřena dohoda o poskytování služeb. V některých situacích (obzvláště v e-terénu) je odpovědností e-terénního pracovníka vyhodnotit, zda proběhlo řádně jednání se zájemcem a jedná se tudíž o klienta, který informovaně využívá nabízených služeb.

8.5 Odložení a odmítnutí poskytování služeb

Odložit jednání se zájemcem o službu je možné z důvodů časového vytížení e-terénních pracovníků (překročení kapacity e-terénní práce). Také zájemce může sám z vlastních důvodů odložit jednání na příhodnější dobu. Pokud je zájemce v situaci, kdy někdo jiný narušuje veřejný druh kontaktu, nabídne mu e-terénní pracovník alternativu pro pokračování v kontaktu (jiný čas, jiné místo například individuální chat nebo telefonní linku).

K odmítnutí zájemce dojde v případě, když zájemce poptává jiné služby, než jsou poskytovány v rámci e-terénní práce nebo zájemce nespadá do cílové skupiny. Také v případě, kdy zájemce naruší pravidla či hranice pro poskytování služeb (slovní agrese, porušování hranic, nesouvislá mluva).

V případě odložení nebo odmítnutí poskytování služeb zájemci provede e-terénní pracovník záznam.

8.6 Ukončování poskytování služby, vypovězení dohody

Ukončení dohody je ze strany klienta možné kdykoliv v průběhu poskytování služby, a to bez udání důvodů. Jedná se dále o situace, kdy dojde k naplnění zakázky a klient již nemá další zakázku, v případě přechodu do jiné služby nebo úmrtí klienta.

Ukončení ze strany e-terénního pracovníka je možné v situacích, kdy dojde k naplnění zakázky a klient již nemá další zakázku, v případě, kdy klient opakovaně nebo zvláště výrazně (agrese, vyhrožování, porušování hranic) narušuje pravidla či hranice pro poskytování služeb. Dále v případě, pokud klient rok a více nevyužije žádnou z nabízených služeb.

8.7 Práva klientů a situace, které mohou práva ohrozit

1. Klient má právo na rovný přístup k jednotlivým službám. Vzájemný vztah pracovník - klient není postaven na nadřazenosti a podřazenosti. Jedná se o rovný vztah založený na budování důvěry, je respektována klientova volba způsobu života. E-terénní pracovníci jsou povinni dodržovat závazná pravidla obsažená v pokynech a směrnících organizace a v neposlední řadě také v etickém kodexu.

Porušení práva na rovný přístup	Prevence nebo náprava
Pracovník neposkytne službu klientovi z důvodů osobních antipatií.	Pracovník se chová ke všem klientům stejně, pokud cítí antipatie ke konkrétnímu klientovi, konzultuje svoje pocity na poradě či supervizi týmu.
	Prevencí je pečlivý výběr pracovníků s osobnostními předpoklady pro daný typ práce dle pravidel pro výběr a přijímání.

Porušení práva na dodržování Etického kodexu pracovníky	Prevence nebo náprava
Pracovníci porušují etický kodex.	Prevencí je pečlivý výběr pracovníků s osobnostními předpoklady pro daný typ práce.
	Témata hranic etického kodexu jsou probírána na supervizi či týmových poradách.
	Každý pracovník se zavazuje k dodržování etického kodexu.
	Porušení etického kodexu je považováno za hrubé porušení pracovní kázně, včetně následných sankcí.

2.1. Klient má právo na anonymitu. Služby jsou poskytovány anonymně. Pracovníci od klientů nezískávají žádné osobní údaje. Klient má právo sdělovat jen ty informace, které uzná za vhodné, a z důvodů neposkytnutí údajů nemůže být diskriminován jeho přístup ke službám. Základem je tzv. nízkoprahový přístup k jednotlivým službám. Tento princip umožňuje vstup do služeb bez předchozího doporučení, bez nutnosti se představit či sdělovat jiná osobní či intimní data, i bez povinnosti mluvit o svém problému. Klient, jehož žádost o poskytnutí služby přesahuje možnosti programu a tato služba vyžaduje kontakt s jinými organizacemi či institucemi, je pracovníkem vždy upozorněn na možnost ztráty své anonymity a možnost stigmatizace, pokud takový kontakt bude uskutečněn.

Porušení práva na anonymní využití služeb	Prevence nebo náprava
Pracovník podmiňuje poskytnutí služby sdělením osobních informací nebo klienta neinformuje o možnosti anonymního využití služeb.	Dodržením smluvního vztahu, etického kodexu a uplatněním sankčních mechanismů, zachování mlčenlivosti.
Zneužití informací pracovníkem - informováním třetí osoby či instituce.	Pracovníci nesdělují osobní údaje klientů třetí osobě.

2.2. Prolomení nebo vystoupení klientů z anonymity

Povinnosti mlčenlivosti mohou být pracovníci zproštěni pouze tím, v jehož zájmu tuto povinnost mají, a to písemně s uvedením rozsahu a účelu. Klient tak může učinit prostřednictvím informovaného souhlasu. Klient je podrobně seznámen s tím, co informovaný souhlas obnáší, a s tím, že poskytnuté informace e-terénní pracovníci využijí k jen domluvenému účelu a po stanovenou dobu. E-terénní pracovníci důsledně dodržují pravidla anonymity a případné sdělené osobní informace nesdělují k jiným účelům, než jaké byly s klientem stanoveny. Po vyřešení dané klientovy zakázky, pokud není stanoveno jinak, se klient vrací zpět do anonymity a pracovníci mají povinnost jednat tak, jak vyžaduje zásada anonymity a zákon.

K prolomení anonymity může také dojít bez souhlasu klienta, ale opět jen podle zákona. Týká se to zejména situace, kdy by zachováním mlčenlivosti došlo ke spáchání trestného činu neoznámení nebo nepřekažení trestného činu. Další možností je jen zbavení mlčenlivosti po předchozím souhlasu soudce. K tomu může dojít například ve chvílích, kdy je s klientem vedeno trestní řízení a soudce si vyžádá určité informace (například zda je dotyčný klientem). Pouze na vyžádání příslušníků PČR (bez náležitého soudního rozhodnutí) nebo jiných osob není možné sdělovat informace o klientech.

3. Klient má právo na bezplatné využívání služeb. Služby jsou klientům poskytovány bezplatně.

4. Klient má právo se svobodně rozhodnout k využívání či nevyužívání služeb. Klient není z povahy služby považován za pacienta. Nabízené služby jsou klientovi sice aktivně nabízeny, jsou však realizovány pouze na základě jeho volby.

Porušení práva na svobodné myšlení, rozhodování a svobodu projevu.	Prevence nebo náprava
E-terénní pracovník nerespektuje rozhodnutí klienta, přesvědčuje či nutí k využívání služeb, léčbě nebo podsouvá či vnucuje své osobní názory a rady.	E-terénní pracovníci vždy respektují řešení situace, které si klient zvolil, a podporují jej k řešení situace vlastními silami.
Klient si nemůže zvolit, jakou službu chce využívat. Nejasná nabídka služeb působí dezorientaci v možnostech jejich využití.	Během uzavírání ústní dohody jsou klientovi poskytnuty základní informace přehlednou a srozumitelnou formou.
	Klienti mají možnost kdykoliv vyjádřit nespokojenost, aniž by za to byli sankcionováni.

5. Klient má právo sdělovat své připomínky, přání a stížnosti k fungování služby. E-terénní pracovníci se aktivně zajímají o názory a připomínky klientů. Jedině tak můžeme přizpůsobit naše služby skutečným potřebám klientů a předcházet porušování práv klientů.

Porušení práva stěžovat si.	Prevence nebo náprava
E-terénní pracovník neinformuje či nedostatečně informuje o možnosti vznést stížnost či námitku, o postupu vyřizování stížnosti a opravných prostředcích.	E-terénní pracovník zná pravidla pro vyřizování a možnosti podávání stížnosti a tyto informace poskytuje klientům při uzavírání ústní dohody a následně podle potřeby. E-terénní pracovníci dodržují pravidla předávání informací klientům. Informace jsou podávány srozumitelnou formou.
Stížnost je vyřizována nestandardním způsobem. Stížnost není vyřizována vůbec.	Informace o vyřizování a možnosti podávání stížnosti jsou součástí základních pravidel a jsou dostupné na webových stránkách. Klienti mají možnost kdykoliv vyjádřit nespokojenost, aniž by za to byli sankcionováni
E-terénní pracovník podanou stížnost schová, odstraní, smaže atd.	Pracovníci dodržují platné směrnice organizace týkající se stížností. Stížnosti jsou evidovány a okamžitě přeposílány vedoucímu.

6. Klient má právo na ochranu osobních údajů. Klienti mají právo na to, aby informace o jejich osobě byly chráněny před zneužitím a bylo s nimi zacházeno podle zákona.

Porušení práva na ochranu osobních údajů	Prevence nebo náprava
E-terénní pracovník se o klientovi baví s třetí osobou mimo pracovní tým.	E-terénní pracovníci znají a dodržují zákon č.101/2000 sb. o ochraně osobních údajů.
E-terénní pracovník sděluje cizí osobě bez souhlasu klienta, že využívá služeb e-terénní práce.	E-terénní pracovníci při předávání klienta do navazující péče či jiných služeb vždy vyžadují klientův souhlas s poskytováním jeho osobních údajů.
Neoprávněná osoba se dostane k databázi organizace s údaji o klientech a k písemným dokumentům.	Osobní počítač s databází je chráněn heslem, které je známo pouze e-terénním pracovníkům, a nikdo kromě nich ho nesmí používat (mimo pověřené osoby).

7. Klient má právo na ochranu před zneužitím. Klienti nesmí být nuceni k činnosti, která přísluší pracovníkům, ani být manipulováni a emočně vydíráni.

Porušení práva na ochranu před zneužitím	Prevence nebo náprava
Klient je využíván na práci, kterou má vykonávat e-terénní pracovník. E-terénní pracovník využívá klienta k vlastnímu prospěchu nebo podmiňuje poskytnutí standardní služby nějakou protislužbou od klienta.	Pracovníci dodržují etický kodex a pracovní náplň. Porušení je řešeno na poradě týmu či supervizi.

8. Klient má právo na svobodné myšlení, rozhodování a svobodu projevu. Pracovníci respektují odlišné názory a přístup klientů.

9. Klient má právo na zachování lidské rovnosti, důstojnosti, osobní cti, dobré pověsti a ochrany jména. Na klienty pohlíženo jako na jedinečné lidské bytosti.

Porušení práva na zachování lidské rovnosti, důstojnosti, osobní cti, dobré pověsti a ochrany jména	Prevence nebo náprava
K porušení tohoto práva může dojít při komunikaci s médií, při rozhovoru s jinou osobou nebo při nevhodné komunikaci e-terénního pracovníka s klientem.	Dodržování pravidel o ochraně klientů před předsudky a negativním hodnocením, respektování individuality klientů.
	Prevencí je pečlivý výběr pracovníků s osobnostními předpoklady pro daný typ práce dle pravidel pro výběr a přijímání.

8.8 Poskytované služby

Služby jsou poskytovány klientům prostřednictvím probíhajícího kontaktu. Kontaktem rozumíme interakci mezi klientem a e-terénním pracovníkem v on-line prostředí nebo přes telefonickou linku. Rozlišujeme dva druhy kontaktu: kontakt v reálném čase a kontakt s časovým odstupem. Oběma přikládáme stejnou důležitost.

Kontakt v reálném čase probíhá skrze individuální a skupinové chaty, telefonickou linku nebo soukromé zprávy, a to za předpokladu, že prodleva mezi vyměněnými zprávami mezi e-terénním pracovníkem a klientem dosahuje zpravidla od několika vteřin po několik minut. E-terénní pracovník má více možností, jak s klientem přímo pracovat, samotná komunikace je flexibilnější. E-terénní pracovník se snadněji klienta doptává, pracuje s emocemi v přítomném čase nebo klienta motivuje a domlouvá s ním další zakázky nebo setkání právě vzhledem k probíhajícímu kontaktu. Tento způsob se nejvíce podobá klasickému face-to-face kontaktu.

Kontakt s časovým odstupem probíhá skrze komentáře na sociálních sítích a diskusích nebo přes e-mail, občas i přes soukromé zprávy. Prodleva mezi vyměněnými zprávami může být až několik hodin nebo dnů. E-terénní pracovník má zpravidla více času na přípravu a samotnou formulaci svého sdělení klientovi. Zároveň musí e-terénní pracovník počítat s tím, že na jeho veřejně zanechané zprávy (komentáře, příspěvky) může zareagovat kdokoliv, proto se k nim musí pravidelně vracet.

Při kontaktu jsou e-terénní pracovníci slušní, nepoužívají nadměrně vulgaritu (například zopakují klientovu vulgaritu, když se ho doptávají na její význam, ale sami tyto termíny nepoužívají), jednájí s klienty s respektem. Součástí e-terénní práce je nabídka poskytovaných služeb a zjišťování zakázky klienta. E-terénní pracovníci se aktivně zajímají o situaci klienta, životní styl, zdravotní komplikace a podobně tak, aby mu mohli nabídnout co nejefektivnější spektrum služeb. Klientům nabízejí prostor pro vyjádření a sdílení svých pocitů, zážitků či přání.

Zakázkou rozumíme cíl spolupráce, na kterém se vzájemně dohodl klient s e-terénním pracovníkem. V některých případech může být vzájemná dohoda vyjádřena implicitně, a to přímo využitím nabízených služeb.

Kontakty s klienty v e-terénu mohou být velice krátké, ale jsou jimi i relativně dlouhé chaty nebo velké množství komentářů v jednom vláknu. E-terénní pracovník může například poskytnout krátkou, ale údernou pomoc v krizi v reakci na klientův sebevražedný komentář a dále s klientem vůbec nepřijít do kontaktu. Ukázka takovéto intervence viz. Přílohy. Někdy naopak může dojít k poradenskému individuálnímu chatu právě skrze kontakt navázaný díky poskytnutému informačnímu servisu formou komentáře na sociálních sítích.

8.8.1 Kontaktní práce

E-terénní práce vychází z principů kontaktní práce a ta je proto součástí téměř každého realizovaného kontaktu. Cílem je vytvořit dostatečnou vzájemnou důvěru a podmínky potřebné pro rozvíjení kontaktu

a poskytování služeb. E-terénní pracovník se zajímá o klienta jak v rovině jeho konkrétních sdělení vyplývajících ze vzájemné komunikace, tak i (pokud je k dispozici) v souvislostech klientovi sebezprezentace v on-line prostoru (například při kontaktu přes Instagram se e-terénní pracovník podívá na klientův instagramový účet a odpovídá vzhledem ke zjištěným skutečnostem).

8.8.2 Poskytování relevantních informací

Jedná se o poskytování specifických informací e-terénním pracovníkem klientovi, který o ně vyjádřil zájem. Informace předávané klientům se nejčastěji týkají témat spojených s riziky hraní a sázení, pravidel bezpečného hraní nebo sázení, systému zařízení v síti péče a podpory pro hazardní hráče, sociálně-právního minima, komunikace s provozovateli hazardních her, informací o sebeomezujících opatřeních, fungování bonusů, principů fungování jednotlivých hazardních her nebo principů a možnostech pomoci.

E-terénní pracovníci jsou povinni si doplňovat své odborné znalosti (četba odborné literatury, kurzy, semináře, konference) a orientovat se v aktuálních trendech. Na všechny klientovi dotazy by proto měli být schopni relevantně odpovědět. Ať už informace v průběhu kontaktu rovnou dohledat (například kontakt s časovým odstupem) nebo nabídnout způsob, jak o zjištěných skutečnostech dodatečně informovat (domluvit se na dalším kontaktu nebo například na e-mailové zprávě).

8.8.3 Poskytování poradenství

Jedná se o delší kontakt e-terénního pracovníka s klientem, který je zaměřen na řešení aktuálních problémů a zvyšování kompetencí tyto problémy řešit. Nejčastěji probíhá formou individuálních rozhovorů nebo intenzivního vyměňování komentářů v relativně krátkém čase. Součástí poradenství je hledání zakázky nebo podrobnější poskytování informací. E-terénní pracovníci se aktivně zajímají o současnou situaci klientů i o širší kontext vycházející z jejich minulosti. Klient přichází s tématem nebo s problémem a e-terénní pracovník ho provází procesem hledání řešení. V průběhu tohoto procesu mohou vyvstat další témata k řešení. E-terénní pracovníci motivují klienty ke změně rizikového chování a k aktivnímu přístupu k životu. Poradenství probíhá občas přímo v e-terénu, nejčastěji však prostřednictvím individuálního chatu na webovém portále.

Některé zakázky je možné realizovat v rámci jednoho či dvou kontaktů: proces a význam nastavování sebeomezujících opatření před samotnou hrou nebo postup vstupu do léčby a konkrétní možnosti v konkrétní situaci klienta. Jiné zabírají tři až pět kontaktů: motivace ke změně, prohlubování zájmu o rizika související s hraním nebo sázením, příprava na předcházení rizikového chování nebo pomoc s aplikováním principů bezpečného hraní a sázení. Více než pět setkání zpravidla neprobíhá. V situacích, kdy má klient zájem o dlouhodobější spolupráci, dochází z naší strany k odkazování do dalších odborných služeb.

Mezi základní zásady v poradenství patří:

- Zodpovědnost za sebe nese klient, na něm především záleží, jak se rozhodne řešit svou situaci.
- Klient si vybírá, jak bude jednat. Pocit jisté svobody či alespoň jednání bez nátlaku zvyšuje pravděpodobnost správné volby. Poradce sděluje svůj názor, ale má též právo nevědět.
- Pokud chce klient něco zlepšit, musí si důvěřovat. Pracovník proto podporuje sebedůvěru klienta.
- Velmi důležitá je empatie a respekt k osobnosti a možnostem klienta, skutečný zájem o jeho život a problémy.
- Poskytovat klientovi jasné shrnutí toho, co vyjádřil, včetně citové odezvy. Nic nebagatelizovat ani nedramatizovat.

Nevhodné postupy v poradenství:

- Hodnotící odpověď ve smyslu „Můžete si za to sám.“
- Vysvětlení situace podle svého přístupu.
- Uspokojující odpověď bez informací o možných následcích.

- Společný jmenovatel chyb - dát klientovi žádajícím o radu to, co sám e-terénní pracovník chápe jako hodnotné a důležité, místo toho, aby klientovi byly nabídnuty postupy směřující k vlastnímu sebepoznání.
- Nálepkovat klienta.
- Není vhodné být v přístupu ke klientům nadměrně aktivní ani zcela pasivní.

8.8.4 Poskytování pomoci v krizi

Jde o specializovanou činnost směřující k okamžitému zásahu zaměřenému na osoby, které se ocitly v akutní krizové situaci. Cílem pomoci v krizi je uklidnit klienta, stabilizovat jeho stav a snížit riziko jeho prohloubení, a to s využitím stávajících možností klienta. E-terénní pracovník mluví s klientem o blízké budoucnosti a společně hledají možnosti řešení dané situace. Domluví se s klientem na postupu v případě, že by se situace opakovala (kontaktování blízké osoby nebo e-terénního pracovníka).

V případě poskytování pomoci v krizi dochází k omezení ostatních služeb (e-terénní pracovník si nastavuje off-line status, ukončuje případné probíhající kontakty a zároveň nereaguje na příchozí telefonáty). Pomoc v krizi má přednost před poskytováním ostatních služeb.

Každá poskytnutá pomoc v krizi se řeší na nejbližší intervizní poradě nebo supervizi z důvodů prohloubení zkušeností ostatních e-terénních pracovníků a ověření si správného postupu.

Poskytování pomoci v krizi tvoří v praxi nejčastěji následující aktivity:

- poskytnutí emocionální podpory
- poskytnutí první psychologické pomoci
- usnadnění komunikace
- podpora ventilace emocí
- identifikace nejdůležitějšího problému, který je nutno řešit (mapování klientových zdrojů)
- mobilizace zdrojů pomoci
- vytvoření plánu pomoci
- odkaz na následnou pomoc (další odborníky)

Poskytování pomoci v krizi během kontaktu s časovým odstupem vyžaduje důkladnou přípravu, maximální zhodnocení komplexnosti situace a co nejrychlejší odezvu e-terénního pracovníka.

Mezi základní zásady komunikace s jedincem se znaky suicidálního chování patří:

- Nebát se mluvit o sebevraždě přímo, při pochybnostech se zeptat, jestli dotyčný uvažuje o sebevraždě.
- Nechat klientovi kompetence v rozhodnutí, co udělá se svým životem, zkusit se dohodnout na odložení záměru, hledat i jiné řešení jeho problému.
- Zjistit očekávání klienta od smrti a snaha pomoci mu nalézt stejné hodnoty v životě.
- Pokud si klient nechce povídat, pracovník pracuje s tichem, může klidně mlčet a jen s klientem „být“.
- Rozšířit jeho zúžené vnímání na pozitiva v jeho světě.
- Uvolnit zablokovanou agresivitu a jiné negativní emoce jejich ventilací - povzbudit ve vyjadřování, dát mu právo cítit to, co cítí, vracet klienta z fantazií do skutečnosti.
- Hledat tu klientovu část, která se rozhodla žít, s tou komunikovat.
- Odložit vše ostatní a věnovat plnou pozornost klientovi, měl by cítit naši emoční podporu, přijetí a angažovanost.
- Po akutní pomoci v krizi, při které klient zjistí, že existuje i jiné řešení jeho problému, a rozhodne se sebevraždu odložit - zjistit, zda už klient něco podobného prožíval, co mu tenkrát pomohlo, proč si stejným způsobem nemůže pomoci i nyní.
- Vědět, že klient hledá v sebevraždě řešení něčeho, s čím si sám neví rady (dlouho neřešené problémy, které přerostly přes hlavu, nedosycené potřeby a dlouhotrvající frustrace, déletrvající deprese, snaha uniknout z něčeho, snaha zbavit se vědomí a necítit, neprožívat neúnosné pocity - bezmoc,

beznaděj, bolest, ambivalence, stud, vina, ztráta, osamělost...), nebo může jít o „technický“ problém – ztráta zaměstnání, rozvod, rozsudek trestního či opatrovnického soudu, nová diagnóza apod. – vést ho k tomu, aby mluvil, nebo naopak sdílet jeho dlouhé pauzy, když je potřebuje.

- Nespěchat (suicidální člověk je v jiné časové dimenzi, zpomalení).
- Nabídnout „Smlouvu o přežití“.
- Případná „Smlouva o přežití“, by měla obsahovat konkrétní popis závazků v časové posloupnosti (ted, potom, zítra, za týden...).

Špatné postupy, kterým je třeba se vyhnout:

- Bagatelizování („Prosím Vás nedělejte z toho vědu, o nic nejde.“)
- Apel na zodpovědnost („Co by to asi udělalo mamince/manželce/dětem...“) – zesílili bychom pocity viny a tendenci k sebeustrukci.
- Direktivita („Okamžitě se uklidněte a zapomeňte na takové myšlenky.“)
- Bojování („Uvidíme, kdo z nás měl pravdu.“)
- Blokování emocí („Nemyslete na to, z toho se vyspíte.“)
- Hodnocení („To jste nevymyslel nejlíp, Vaše úvahy jsou špatné a zcestné.“)
- Oponování („Já myslím, že nemáte pravdu.“) – nedávat svůj souhlas, ale také nepřít se s ním, nebrat mu jeho názor, jeho prožívání, snažit se pochopit ho a podržet.
- Vysvětlování, předkládání svých názorů.
- Poučování, mentorování, vyhrožování.

8.8.5 Pořádání tematických skupinových chatů s odborníkem

Probíhá pouze na webovém portálu prostřednictvím předem zorganizovaných a naplánovaných setkání mezi cílovou skupinou, e-terénním pracovníkem a pozvaným odborníkem (z řad cílové skupiny, hazardního průmyslu, adiktologie atd.). Každé takovéto setkání má své téma, které je předpřipraveno e-terénním pracovníkem a pozvaným odborníkem. E-terénní pracovník vede s pozvaným odborníkem polostrukturovaný rozhovor s maximální snahou zapojit do probíhající komunikace cílovou skupinu.

Primárním cílem je předání konkrétních tematických informací (náhlé změny finanční situace, možná krize o Vánocích nebo zapojení blízkých do léčby), edukovat cílovou skupinu (zmiňovat konkrétní situace a konkrétní možnosti jejich řešení) a aktivizovat cílovou skupinu. Sekundárním cílem je využití skupinové aktivity k nakontaktování cílové skupiny do individuálních zakázek. Cílová skupina je pobízena k zapojení do probíhající komunikace, sdílení vlastních zkušeností nebo k doptávání. V případě výrazného vybočení z tématu je povinností pracovníka diskusi usměrnit a klientovi nabídnout možnost individuálního kontaktu.

Tematický skupinový chat s odborníkem probíhá 90 minut, dalších 30 minut je vyhrazeno na jeho přípravu a závěrečné zhodnocení. Aktivity související se zajištěním, realizací a sepsáním shrnutí spadají do oblasti šíření relevantních informací a oblasti křížovky služeb.

8.8.6 Odkazování na další subjekty

Podle individuálních potřeb, které vyplynou z rozhovoru, jsou klienti odkazováni na příslušná zařízení, organizace, instituce nebo subjekty v rámci celé České republiky. Pro e-terénní pracovníky je důležitá orientace v sociálních službách a mezi dalšími subjekty poskytující různé druhy pomoci pro hráče hazardních her. Cílem je zlepšení sociální situace klienta a jeho schopností řešit běžné sociální problémy (léčba, udržení abstinence, dluhy, vztahy a podobně).

E-terénní pracovníci vycházejí z celé specifické oblasti týkající se síťování, kterou sami zajišťují, čímž zabezpečují a plní funkci křížovky dostupných služeb. Součástí nabídky odkazů a kontaktů je i zprostředkování setkání s konkrétním odborníkem. Jednou z možností zprostředkování kontaktu mezi konkrétním odborníkem a klientem je využití skupinového chatu. E-terénní pracovník založí místnost pouze pro tři

osoby, čímž dojde k zabezpečení potřebného soukromí a vzájemného bezpečí. E-terénní pracovník moderuje setkání tak, aby bylo odpovězeno na klientovy otázky a napomohl klientovi se rozhodnout, zda využije odborníkem nabízené služby. Po proběhnutém kontaktu e-terénní pracovník místnost uzavře, čímž ji znepřístupní a uloží do databáze, kde je chráněna před vnějším/nepovolaným přístupem.

8.9 Individuální práce

Individuální práce (IP) probíhá se všemi klienty. IP je s klientem zahájena po uzavření ústní dohody. Cílem IP je realizace osobního cíle klienta. Jedná se o kontinuální práci s klientem, kdy e-terénní pracovník a klient společně plánují, realizují a vyhodnocují průběh poskytování služby s ohledem na osobní cíle a možnosti klienta. Osobní cíle mají vycházet z reálných možností klienta a přitom respektovat jeho ambice. Důraz je kladen na cíle blízké, které vedou k cílům vzdálenějším. V průběhu dosahování cílů mohou být tyto cíle změněny nebo doplněny o další cíle.

E-terénní pracovník se během tohoto procesu stává tím, kdo klienta doprovází a pomáhá mu vidět jeho životní situaci z jiné perspektivy. Následně spolu průběžně hodnotí, zda jsou tyto cíle naplňovány a případně se domlouvají na změně či doplnění.

Vzhledem k častým rychlým kontaktům s klienty musí e-terénní pracovník mnohdy zvládnout IP co nejdříve zjednodušit a zároveň dbát na to, aby nesnížil jeho význam.

Individuální práce se nejčastěji týká:

Sociální oblasti: rodinné, přátelské, profesní (obecně mezilidské) vztahy, sdílení (jakým způsobem začít sdílet a proč je důležité sdílet své zkušenosti a zážitky) a otevírání se druhým (patří sem způsoby, možnosti a postupy zahajování komunikace nebo předcházení a řešení případných krizí), práce s tabu nebo vztah k sobě samému.

Ekonomické oblasti: práce s penězi obecně, volné peníze (jejich spočítání a využívání, bankroll management), dluhová problematika (půjčky, splácení, exekuce), finanční limity a jejich nastavení, práce s časem (udržování přehledu, vymezení času ke hře, ale i k odpočinku) nebo práce s výhrou a prohrou.

Oblasti zdravotní rizik: životní styl, vliv dlouhodobé zátěže na tělo nebo duši, práce s emocemi, zvládání stresových situací, alkohol a jiné drogy, nemoci nebo zdraví obecně.

Oblasti edukace: rozšiřování si povědomí a znalost principů a způsobů jednotlivých her (výhernost, výhoda kasina, pravděpodobnost), prvky hazardu, gaming.

Druhů a možností pomoci: zdůrazňujeme, že pomoc není jen léčba, možnost kontaktu s e-terénním pracovníkem, sociální kotva, neřešit věci sám, ale poradit se s odborníkem, systém pomoci v České republice, ambulantní a pobytová léčba, krizové linky.

Individuální práce je vždy zaznamenávána v rámci vykazování kontaktu. E-terénní pracovník vždy po realizaci zakázky zjišťuje, zda klient nepotřebuje ještě s něčím pomoci.

8.10 Výkaznictví

Při e-terénní práci jsou služby poskytovány anonymně. E-terénní pracovníci dbají na to, aby svým jednáním, chováním a zpracováváním informací o klientech včetně jejich osobních údajů nedošlo k prozrazení identity klientů.

8.10.1 Ochrana osobních údajů

Přestože se snažíme osobní údaje získávat v minimální možné míře, není vzhledem ke způsobu fungování e-terénní práce nebo provozování webového portálu a mobilní aplikace možné, abychom s nimi

nepřišli vůbec do styku. Osobním údajem je jakákoliv informace týkající se určeného nebo určitého subjektu údajů. Subjekt údajů se považuje za určený nebo určitelný, jestliže lze subjekt údajů přímo či nepřímo identifikovat zejména na základě čísla, kódu nebo jednoho či více prvků specifických pro jeho fyzickou, fyziologickou, psychickou, ekonomickou, kulturní nebo sociální identitu.

Automaticky získáváme tyto osobní údaje:

- IP adresa zařízení (počítač, mobil), přes které klient vstoupí na webový portál nebo používá mobilní aplikaci. Tyto údaje nijak nezpracováváme, slouží nám pouze k získání statistického přehledu o návštěvnosti webového portálu a využívání mobilní aplikace.
- Při komunikaci přes sociální sítě, e-mail, telefon nebo v e-terénu získáváme jméno a příjmení (případně přezdívku, telefonní číslo nebo fotografie) osob, které začnou sledovat naše profily na sociálních sítích, zanechají u našich příspěvků komentář nebo nám zašlou soukromou zprávu, e-mail, případně nám zavolají. Takto realizované kontakty při vykazování anonymizujeme a nezbytné osobní údaje zpracováváme a spravujeme odděleně (viz dále).

E-terénní pracovníci neověřují pravost získaných osobních údajů, ani se nepokoušejí zjišťovat skutečnou identitu klientů.

V žádném případě e-terénní pracovníci nezpracovávají citlivé osobní údaje. Citlivým osobním údajem se rozumí osobní údaj vypovídající o národnostním, rasovém nebo etnickém původu, politických postojích, členství v politických stranách, hnutích, odborových či jiných zaměstnaneckých organizacích, náboženství a filozofickém přesvědčení, trestné činnosti, zdravotním stavu a sexuálním životě subjektu údajů. Pokud se e-terénní pracovník hodnověrně dozví o trestné činnosti klientů, postupuje podle zákona.

8.10.2 Proces anonymizace osobních údajů

Anonymní údaj je takový údaj, který buď v původním tvaru nebo po provedeném zpracování nelze vztáhnout k určenému nebo určitému subjektu údajů. Pro potřeby e-terénní práce a její vykazování je klientovi vždy po prvním kontaktu přidělen anonymní kód. Veškeré osobní údaje, které jsou e-terénním pracovníkům známy, jsou zpracovány odděleně od výkaznictví a nesmějí být nahrávány do on-line prostředí. Existují pouze v ručně psané podobě a jsou bezpečně uloženy v kanceláři e-terénních pracovníků.

E-terénní pracovník provádí přidělování anonymních kódů manuálně na základě proběhlého kontaktu. Princip přidělování anonymních kódů je u všech komunikačních nástrojů totožný. Klienty evidujeme posloupně pod kódem klient (klient1, klient 2, klient3). Do předtištěného formuláře e-terénní pracovník ručně zapisuje klientem poskytnuté osobní údaje. Vyplněné formuláře je zakázáno svévolně přenášet mimo kancelář e-terénních pracovníků nebo pořizovat jakoukoliv fotodokumentaci. O případné manipulaci s osobními údaji rozhoduje vedoucí pracovník (nebo jeho nadřízený) a je vždy proveden záznam.

8.10.3 Získávání a zpracovávání informací

Veškeré informace, které se s námi rozhodne klient sdílet, jsou automaticky ukládány v databázi příslušného komunikačního nástroje. Databáze se nezávisle na vůli e-terénních pracovníků zálohují na servery příslušných poskytovatelů on-line služeb (webhosting, sociální sítě, Google server atd.).

Ze strany e-terénních pracovníků jsou získávány pouze takové nezbytné údaje, které slouží ke kvalitní práci s klientem a jsou klientem poskytovány dobrovolně a z vlastní vůle.

Zpracovávány jsou pouze ty informace, které jsou pro obsah a rozsah poskytovaných služeb nezbytné. Všichni (kromě e-terénních pracovníků a jejich nadřízených se může jednat o osoby provádějící kontrolu z řad donátorů), kteří s těmito informacemi přijdou do styku, jsou povinni dodržovat mlčenlivost. E-terén-

ní pracovníci získané informace ani osobní údaje nikdy (mimo situace dané zákonem) neposkytují třetím stranám. Veškerá dokumentace je vedena citlivě, odborně a tak, jako by byl klient přítomen.

Zpracovávané údaje uchováváme po dobu nezbytně nutnou danou zákonem (5 let) a následně je skartujeme. Skartace probíhá ve vlastní režii (znehodnocení papírových dokumentů a nepřepisovatelných médií nebo zformátování paměťových disků) a je za ni zodpovědný vedoucí pracovník.

8.10.4 Předání informací klientovi

V případě, že sám klient chce získat informace, které v jeho případě zpracováváme, jsou mu vždy poskytnuty obecné informace o průběhu získávání a zpracovávání těchto informací. Pokud to situace umožňuje a nedojde k důvodným obavám o porušení práv klienta (právo na soukromí, na ochranu osobních údajů atd.), jsou mu předány i konkrétní informace, které v rámci kontaktu byly zpracovány.

Klientovi je vysvětleno, že v některých případech není možné požadované informace předat, protože nejsme schopni (ani to neděláme) ověřit jeho skutečnou identitu jak nyní, tak zpětně.

Například na webovém portálu je při každém vstupu vygenerovaná nová anonymní přezdívka. Pokud klient požádá o předání informací, které jsou v rámci jeho kontaktu aktuálně zpracovávány, e-terénní pracovník mu bezodkladně vyhoví. Pokud však klient (žadatel) požaduje informace o již proběhlém kontaktu pod jinou přezdívku, musí žadatel předat e-terénnímu pracovníkovi dostatečné informace o předešlém kontaktu tak, aby e-terénní pracovník měl stoprocentní jistotou, že se jedná o stejného klienta. Pokud e-terénní pracovník nebude mít stoprocentní jistotu, je povinen předání informací odepřít. Žadatel o tuto informaci slušně situaci vysvětlí s důrazem na dodržování práv každého klienta. Pokud žadatel o tyto informace na svém požadavku trvá, předá mu e-terénní pracovník informaci o situacích, kdy je e-terénní pracovník tyto informace povinen poskytnout (rozhodnutí soudu) nebo o možnosti se tuto situaci pokusit dále řešit podáním stížností.

V případě, že klient využil ke kontaktu komunikační nástroje, prostřednictvím kterých se rozhodl poskytnout své osobní údaje (e-mail, profil na sociálních sítích atd.), žádost o poskytnutí zpracovávaných informací podal stejnou formou a e-terénní pracovník nemá důvodné pochybnosti, je mu taktéž bezodkladně vyhověno. Důvodné pochybnosti mohou být například podobný e-mail (namísto jméno@seznam.cz je jméno@email.cz), odesílatelův e-mail je shodný, ale žádost o poskytnutí zpracovávaných informací je směřována na jiný email, stejné jméno na Facebooku, ale samotný Facebook nespároval předchozí komunikaci, rozdílný hlas při telefonním hovoru atd..

8.10.5 Postup při vykazování

Všechna přímá práce je e-terénním pracovníkem řádně zaznamenávána nejlépe ihned po proběhlém kontaktu, nejpozději na konci každé pracovní směny.

Vykazování probíhá přes přihlášení e-terénních pracovníků přímo v prostředí webového portálu v sekci vykazování. Zde mají pracovníci k dispozici přehled všech proběhlých kontaktů. Ve vykázaných kontaktech mohou vyhledávat a řadit nebo filtrovat data podle vybraných parametrů. Pokud se nejedná o prvokontakt, využijí rovněž tuto databázi k vyhledání klienta kódu a k němu přidají další kontakt. Celý proces vykázaní kontaktu je interaktivní a některé úkony jsou prováděny automaticky. Tím, že je e-terénní pracovník přihlášen, je automaticky přidáno jeho jméno k vykázanému kontaktu. Každý e-terénní pracovník je oprávněn vykazovat pouze své kontakty. Pouze vedoucí pracovník může provádět změny ve vykázaných kontaktech (opravovat překlepy nebo chyby) ostatních e-terénních pracovníků.

Proces vykázaní kontaktu probíhá následovně:

1. E-terénní pracovník vybere volbu vykázat kontakt a následně zvolí, zda se jedná o nového nebo stávajícího klienta. Automaticky je přidáno pořadové číslo kontaktu (například 1, 2, ...) a v případě

- prvokontaktu i aktuální anonymní kód klienta (například klient1, klient2, ...).
2. E-terénní pracovník následně zkontroluje správné datum a doplní čas zahájení kontaktu (například 2.11.2020,17:47)Časemzahájeníkontaktoodehrávajícíchohosevreálnémčaseserozumíokamžikzahájení komunikace se-terénním pracovníkem. V případě kontaktu s časovým odstupem zadá e-terénní pracovník jako čas zahájení okamžik splnění podmínek pro práci s klientem (v e-terénu se jedná o okamžik, kdy e-terénní pracovník zareagoval na poptávku služby v rámci klientovy reakce na zanechanou stopu, nebo při e-mailové komunikaci okamžikem, kdy e-terénní pracovník zahájí psaní e-mailu)
 3. E-terénní pracovník vybere nástroj, přes který kontakt probíhal (například individuální chat). V případě, že klient využil v průběhu komunikace s e-terénním pracovníkem více komunikačních nástrojů (například z e-terénu přešel do individuálního chatu na webový portál), vykáže e-terénní pracovník dva kontakty. V případě, že e-terénní pracovník vykazuje Pořádání tematických skupinových chatů s odborníkem, systém se sám zeptá, zda si e-terénní pracovník přeje přidružit k tomuto kontaktu více klientů. Pokud ano, zadá pouze počet klientů a systém jim sám přiřadí anonymní kódy.
 4. E-terénní pracovník následně provede zápis o proběhlém kontaktu a provedené individuální práci. Zároveň zadá počet konkrétně realizovaných výkonů. Obsah zápisu vychází pouze z poskytnutých informací klientem.
 5. E-terénní pracovník uloží zadané informace a zvláště zaznačí klientem poskytnuté osobní údaje do konkrétního formuláře.

Databáze výkonů a klientů umožňuje na základě vybraných kritérií generovat souhrnné výkazy.

9. Oblast křížovky služeb - síťování

Pravidelné udržování přehledu o stavech a možnostech navazujících služeb vyústilo s některými organizacemi v rozsáhlejší formu spolupráce. Proto jsme se na základě těchto zkušeností rozhodli na problematiku síťování a zprostředkování kontaktu mnohem intenzivněji zaměřit. Postupně jsme v rámci této činnosti realizovali stále více aktivit, které měly ve výsledku za cíl propojovat a tím zvýšit dostupnost sítě služeb určených cílové skupině.

9.1 Popis křížovky služeb

Dostupný zdroj informací o nabídce a dostupnosti služeb pro cílovou skupinu v rámci celé ČR. Možnost dohledání konkrétního subjektu (odborníka) z řad pomáhajících profesí v daném tématu. Možnost přímo zprostředkovat kontakt podle přání a potřeb klienta.

Funkce a úkoly křížovky služeb:

1. Odkazování a propagování Mapy pomoci spravované Národním monitorovacím střediskem pro drogy a závislosti.

- Probíhá na webovém portále (přímo viditelná mapa, která po rozkliknutí rovnou přesměruje na www.drogy-info.cz/mapa-pomoci), v mobilní aplikaci a v rámci šíření relevantního obsahu ve člancích a příspěvcích. Mapu pomoci propagujeme i v prostředí sociálních sítí, viz. Přílohy.
- Zprostředkováváním tohoto odkazu dochází mimo jiné ke zvýšení jeho dostupnosti ve vyhledávacích.

2) Zřízení vlastní databáze dostupných subjektů, které by mohla naše cílová skupina potřebovat, a její aktivní využívání při kontaktu s klientem.

- Z dostupných registrů a seznamů máme k dispozici jedince a organizace z oblasti sociálních, zdravotních, dluhových, právních nebo obdobných služeb.
- Rozdělili jsme je podle krajů a měst. Součástí této databáze je vždy kontaktní osoba, e-mailový i telefonický kontakt a oblast působení.
- V rámci pilotního testu jsme zmiňovaným (369) subjektům rozeslali e-mail o způsobu naší práce s cílovou skupinou a možnostech další spolupráce. Žádný z oslovených subjektů se nevyjádřil proti případné spolupráci.
- Informace o možnostech propojení nebo odkázání na konkrétního odborníka v konkrétní lokalitě jsou jedněmi z nejčastějších, které cílové skupině předáváme. Jedná se často o závěry v člancích, samostatné příspěvky nebo v některých případech odkazy přímo v podpisu e-terénních pracovníků.

3) Postupné navazování užší spolupráce s konkrétními organizacemi, službami nebo jedinci.

- E-terénní pracovník telefonicky nebo e-mailem přímo osloví konkrétního odborníka, předá mu informace o e-terénní práci a nabízených možnostech spolupráce.
- Za možnosti spolupráce považujeme účast v pravidelně pořádaných tematických skupinových chattech s odborníkem, využívání komunikačních nástrojů dostupných na webovém portále nebo sdílení a šíření informací o subjektu a způsobech jeho práce u nás na webovém portále a na sociálních sítích. Součástí je také vzájemné prolinkování v rámci vytvářených obsahů nebo vyjadřování vzájemné podpory na sociálních sítí (přidávání komentářů, to se mi líbí nebo sdílení).
- E-terénní pracovník ve spolupráci se subjektem připraví jeho medailonek, který následně nahraje na webový portál a provádí ho relevantními odkazy.
- V rámci této užší spolupráce také dochází k vzájemným diskusím nad společnými tématy (například průběh registrace, zkušenosti s rušením hráčského konta, blokování přístupu k hazardním hrám apod.) a vzájemnému odkazování jak samotných klientů, tak nabídky služeb.

- V rámci pilotního testu jsme se setkali například se situací, kdy na nás spolupracující organizace odkazovala v souvislostech s možností poskytnout klientovi poradenství s blokováním hazardních her na počítači a mobilním telefonu nebo v rámci společného přispívání a spravování facebookové skupiny tematicky zaměřené na výskyt prvků hazardních her ve videohrách.
- Dobrým příkladem je také provázání napříč službami v rámci domovské organizace. Vzájemně na sebe odkazujeme přímo mezi jednotlivými centry zaměřujícími se na pomoc hazardním hráčům.

4) Aktivní využívání marketingových akcí včetně organického šíření obsahu k propagaci možností a způsobů pomoci cílové skupině mezi širší veřejnost.

- E-terénní pracovníci vyhotovují jednoduché propagační materiály a obsah (letáčky, články, příspěvky, gify, obrázky), které následně dle možností (finance na nákup mediálního obsahu, tisk letáků a následná rozesílka atd.) zveřejňují (například na sociálních sítích, v diskusních fórech) nebo přímo rozesílají (například do médií, zastřešujícím organizacím, municipalitám atd.).
- Dobrým příkladem z projektu je rozeslání letáků do nízkoprahových center, dětských domovů, sportovních klubů a klubů seniorů, čímž došlo nejenom k předání informací o poskytovaných službách a fungování e-terénní práce, ale i k samovolnému přesdílení těchto informací na sociální sítě nebo vlastní webové stránky některými oslovenými subjekty. Ukázka těchto letáků viz. Přílohy.

5) Spolupráce s hazardním průmyslem (přímo odkazovat a propagovat dostupnost e-terénních pracovníků v souvislosti s poskytováním odborných informací o možnostech a způsobech pomoci včetně možnosti využít zprostředkování kontaktu s konkrétním odborníkem v konkrétní lokalitě.

- Vedoucí e-terénního týmu, případně jeho nadřízený, komunikuje se zástupci hazardních společností a domlouvá možnosti a rozsah spolupráce.
- V rámci pilotního testu se nám podařilo navázat partnerství se společností Sazka a.s., která umístila odkaz na náš webový portál (logo) na své stránky do záložky Mapa pomoci.
- Výhledově bychom rádi navázali spolupráci přímo se zákaznickou podporou poskytovatelů hazardních her. Kromě nabídky možnosti proškolení v oblasti harm reduction by se mohlo jednat i o propojení klienta přímo s e-terénním pracovníkem prostřednictvím individuálního chatu tak, aby celá situace pro samotného klienta byla co nejnízkoprahovější (vlastní okno chatu vedle chatu se zákaznickou podporou nebo zprostředkování odkazu přímo do našeho chatu na webovém portále). Další možností je nabídnout poskytovatelům hazardních her k dispozici námi vytvářený odborný obsah pro jejich vlastní blogovací nebo jinak informující aktivity a přiblížit se takto cílové skupině v rovině konzumace obsahu. Dále by se mohlo jednat o zřízení jasně identifikovatelných profilů (úctů) e-terénních pracovníků přímo v diskusních fórech, pokud jsou součástí webových portálů nebo stránek, kde dochází k provozování on-line hazardních her.
- Samotným provozovatelům hazardních her jsme zároveň k dispozici v souvislosti s jejich vlastním zodpovědným přístupem provozování hazardních her. Nabízíme odborné konzultace, poradenství nebo proškolení jejich pracovníků.

9.2 Význam křížovatky služeb

Jak je z výše zmiňovaného již patrné, význam křížovatky služeb tkví ve snadnější dostupnosti odborné pomoci jako celku. Dále ve zvýšení dohledatelnosti relevantních informací a odkazů na pomoc nebo odborné poradenství včetně krizové pomoci.

10. Plán standardizace a certifikace

Na základě zkušeností z pilotního testu se přikláníme současný projekt překlopit do podoby služby opírající se o standardy odborné způsobilosti RVKPP. Proto i v této metodice vycházíme ze samotného obsahu standardů.

11. Mechanismy financování

Podle vzoru rozpočtu projektu, zkušeností z pilotního testu a praxe v organizaci, předpokládáme celkové roční náklady na provoz pětičlenného týmu (vedoucí a čtyři e-terénní pracovníci) řádově ve výši čtyř milionů Kč. Velikost týmu určuje rozsah a množství poskytovaných služeb. Počet klientů a zájem o nabízené služby má tendenci stoupat, a to především vzhledem k postupné stabilizaci e-terénní práce přímo mezi cílovou skupinou.

Co se výše celkových nákladů týče, bereme v potaz spotřebu materiálu a energií, opravy udržování a cestovné, náklady na služby (zejména nájemné, telefonní a internetové připojení, tisky a grafické práce, supervize, software a správu komunikačních nástrojů, webhosting a pronájem domén nebo vzdělávání a výcviky) a mzdové náklady včetně zákonných pojištění.

Provozní náklady zahrnují 22 % a osobní náklady včetně odvodů pak 78 % celkových nákladů.

12. Mechanismy evaluace a měření efektivity

Ze zkušeností pilotního testu vyplynuly specifické cíle včetně prostředků k jejich dosažení a kritérií úspěšnosti. Kritéria jsou vztahována ke čtyřem celým úvazkům e-terénních pracovníků za období jednoho kalendářního roku.

Oblast č. 1 Aktivní šíření relevantních informací

1. Rozšiřování povědomí o e-terénní práci - jejich možnostech a nabídce služeb mezi potenciální cílovou skupinu.

Prostředek: Udržování živosti (každodenní aktivity) na sociálních sítích.

Kritérium: Přidání 240 příspěvků na Facebook a 120 příspěvků na Instagram.

2. Zvyšování informovanosti potenciální cílové skupiny v oblastech rizikového (návykového) chování.

Prostředek: Přidávání relevantního obsahu na webovém portále.

Kritérium: Publikovat 96 kvalitních článků ročně.

3. Rozšiřování povědomí o rizicích spojených s hraním hazardních her, o možnostech podpory a pomoci.

Prostředek: Sdílení vlastních článků a příspěvků na další externí stránky (weby a sociální sítě) s přihlédnutím k tomu, že vlastní obsah může být modifikován pro konkrétní cílovou skupinu ať už úvodním textem či celkovou úpravou.

Kritérium: Přesdílet vlastní obsah alespoň 168krát. (Může se jednat o stejné články i stejná místa, nikoliv však současně - je možné nasdílet i jeden a ten samý obsah na více míst)

4. Udržování přehledu o aktivitách a chování hráčů hazardních her v jejich přirozeném on-line prostředí a zefektivňování poskytované služby aplikací těchto poznatků

Prostředek: Pravidelný monitoring a jeho následné zhodnocení.

Kritérium: Zpracování 4 monitorovacích zpráv, které popisují zjištěné poznatky ohledně chování a potřeb potenciální cílové skupiny a jejich následné zaimplementování do procesu práce s cílovou skupinou.

Oblast č. 2 Přímá práce s klienty

5. Aktivní vyhledávání a oslovování cílové skupiny v jejím přirozeném on-line prostředí.

Prostředek: E-terénní pracovníci pravidelně aktivně oslovují potenciální cílovou skupinu.

Kritérium: Provést alespoň 400 jednání se zájemci o e-terénní služby.

6. Pravidelný kontakt a poskytování služeb klientům.

Prostředek: Udržování vztahu a kontaktu s klienty (poskytování služeb klientům)

Kritérium: Minimální počet klientů za rok 250/500 kontaktů.

7. Poskytnout možnosti sdílení zkušeností a informací cílové skupině mezi sebou a s dalšími odborníky

Prostředek: Realizace tematických skupinových chatů s odborníkem.

Kritérium: Úspěšně realizovat 24 skupinových chatů.

Oblast č. 3 Křižovatka služeb - síťování

8. Funkční a pravidelná komunikace s ostatními zařízeními v systému podpory a odborné veřejnosti.

Prostředek: Vytváření podpůrných sítí společně se spolupracujícími subjekty.

Kritérium: Pravidelně komunikovat napříč organizacemi - oslovit minimálně 120 subjektů s výsledkem alespoň 60 medailonků na našem webu.

13. Příklady dobré praxe

David35

Klient nejdříve zanechává vzkaz, kde popisuje problém s registrací k nám na webový portál. Po naší e-mailové odpovědi se zdárně zaregistruje a využívá ke komunikaci individuální chaty. Klient přichází s tím, že by chtěl přestat s kurzovým sázením. Přítelkyně mu dává „ultimátum“, pokud nepřestane, rozejde se s ním. Má za sebou již pobytovou i ambulantní léčbu, ale vždy zhruba po měsíci začíná opět aktivně sázet.

Klient s námi pravidelně sdílí svoji situaci, mluvíme i o opatřeních, které mu pomáhají nesázet. Často zmiňuje strach z prohry, vyjadřuje také obavu, že do toho „opět spadne“. Správu svých financí předal přítelkyni, ale ze zkušeností ví, kde mu půjčí nebo „jak si ulít peníze bokem“.

Klient opakovaně popisuje bažení po sázení, v takových případech volá své přítelkyni. Stejnou nabídku pomoci má i od nás. Klienta zajímá možnost společné terapie s přítelkyní nebo další možnosti léčby, především skupinové terapie. Klientovi nabízíme zprostředkování kontaktu, zajímá ho přesný postup, jak, kde a na koho se může přímo obrátit. S klientem zůstáváme na webovém portálu nadále v kontaktu.

Kristian9

Hráč hazardních her po pobytové léčbě s občasnou recidivou. Ke komunikaci s ostatními (abstinujícími) patologickými hráči, v léčbě či po léčbě, využívá diskusní fórum www.doktorka.cz, konkrétně přímo vlákno s názvem Gamblerství. Pravidelně přispívá a reaguje na příspěvky ostatních, rád sdílí své vlastní zkušenosti, snaží se pomáhat druhým s problémem závislosti, na veřejnosti se striktně vymezuje vůči jakémukoliv hraní a sázení.

Nejdříve naše příspěvky zcela ignoruje. Posléze začíná zaujímat ofenzivní přístup, často zpochybňuje možnosti pomoci, které zmiňujeme, také říká, že nevěří v kontrolované ani zodpovědné hraní. Později přechází do více defenzivního způsobu komunikace a následně s námi začíná čím dál tím otevřeněji mluvit.

Dále pojmenovává, že se v minulosti naučil zaplatit, nebo si odložit peníze na nezbytně nutné výdaje, a teprve potom byl zvyklý zbytek peněz prohrát.

Postupně s námi začíná čím dál tím více komunikovat bez agresivního zabarvení. Nenápadně se začíná ptát, co si jako odborníci myslíme o alternativních možnostech léčby. Následně otevřeně projevuje zájem o další odbornou pomoc. V e-terénu jsme s klientem stále v kontaktu.

Paní Aneta (osoba blízká)

S partnerem, který dříve hrál automaty a následně přešel na kurzové sázení, včetně sázení on-line, je již 17 let. V současnosti společně dluží více než 600 000 Kč a mají spolu dvě malé děti. Obrátila se na nás po hádce kvůli partnerovu sázení, který následně v afektu odešel z domu.

Jako první komunikační nástroj využila zanechání vzkazu na webovém portálu nabertekurz.cz. Zmiňuje, že se nemá na koho obrátit, ani na rodiče nebo své přátele. Nikdo v jejím okolí o jejich situaci (dluhy a partnerovo sázení) neví. Nejdříve komunikujeme pomocí e-mailů, následně přecházíme do pravidelných telefonních hovorů s frekvencí jedenkrát týdně o délce jedné hodiny. Když se ze strany klientky kontakt nemůže uskutečnit, dává nám vědět smskou s žádostí o náhradní termín.

Situaci blíže mapujeme, poskytujeme bezpečné místo a prostor pro sdílení tíživé situace a společně hledáme možnosti konkrétní pomoci. Klientka má nejdříve zájem o obecný informační servis, následně společně pracujeme s osobní motivací. Dále poskytujeme informační servis týkající se dluhové problematiky.

Klientka je v současné době připravena na využití ambulantní léčby v místě svého bydliště. Jeví se sebejistější a říká, že je připravena situaci řešit a dojít k uspokojivému řešení. S partnerem bydlí zase společně a začínají o situaci více mluvit, aniž by komunikace eskalovala do hádky, jako bylo zvykem dříve. S klientkou zůstáváme v kontaktu.

Honza - pravidelný sázkař

Klient si stáhl naši aplikaci Port a díky dostupnému chatu s pracovníci se rozhodl navštívit webový portál Naberte kurz. S klientem vedeme přirozený rozhovor a zjišťujeme, že je osamělý a k vzrušení využívá sázkové příležitosti, nejčastěji na domácí tým, kterému sám fandí.

Přes situační intervence se dostáváme k poradenství, klientovi pomáháme lépe pracovat s vlastní energií a distribucí času. Dostáváme se také k tématům vztahů, což následně vede k tomu, že klient o nás otevřeně hovoří mezi blízkými a ti nás také kontaktují.

Klient nakonec sám přichází s myšlenkou potřeby odborného poradenství nebo psychoterapie. Na základě možností, kterému mu nabízíme, nás žádá o sjednání schůzky s dostupným odborníkem. Kontakt zprostředkováváme. Klient nás i posléze občas navštěvuje, dává však přednost tematickým skupinovým chatům s odborníkem, kde rád sdílí svůj příběh a své zkušenosti.

Petr - osoba blízká

Klient si nás díky on-line reklamě našel na internetu a posílá e-mail, kde se ptá na možnosti, jakým způsobem může pomoci svému bratrovi, který v pokeru prohrál velké množství peněz a následně si peníze začal i půjčovat. Nyní přestal půjčené peníze vracet a klient proto hledá dle jeho slov „šetrný počáteční způsob, jak bratrovi pomoci než ho přímo tlačit k návštěvě psychiatrické nemocnice“.

Klient na sebe v e-mailu zanechává telefonní kontakt, proto mu voláme a poskytujeme informační servis o možnostech, které má k dispozici. Domlouváme si následné telefonické kontakty, během kterých se zaměřujeme na témata, která se klienta bezprostředně týkají. Klient oceňuje možnost hovořit jak o svém bratrovi, tak i o sobě samém, přičemž tuto potřebu si zpočátku vůbec neuvědomoval.

Klientovi jsou následně zprostředkovány odkazy na služby poskytující pomoc pro osoby blízké v lokalitě na základě jeho volby a zároveň telefonický kontakt s dluhovou poradnou.

Martin

V externím diskusním fóru se setkáváme s klientem, který se rád vyjadřuje k problematice hazardních her. Klient mluví otevřeně, proto s ním navazujeme kontakt a dáváme mu najevo náš zájem o něj. Pod různými tématy si s klientem pravidelně vyměňujeme příspěvky.

Klient následně využívá pobídky k návštěvě našeho webového portálu a vstupuje do individuálního chatu s pracovníci. Zde se více otevírá a zmiňuje, že i když již přestal hrát, pohybuje se v prostředí, kde se s hazardními hrami stále setkává, obzvláště u svých kamarádů a občas opět pocituje silné chutě k hraní. S klientem proto procházíme typické situace a hledáme možné spouštěče těchto chutí. Informujeme klienta o možnostech využití krizových linek nebo i služeb, které my sami poskytujeme. S klientem dále průběžně pracujeme.

14. Elektronické odkazy

Stránka o projektu HRaní

<https://podaneruce.cz/projekty/hrani/>

Webový portál

<https://www.nabertekurz.cz>

Mobilní aplikace

<https://play.google.com/store/apps/details?id=cz.podaneruce.hrani>

Facebooková stránka

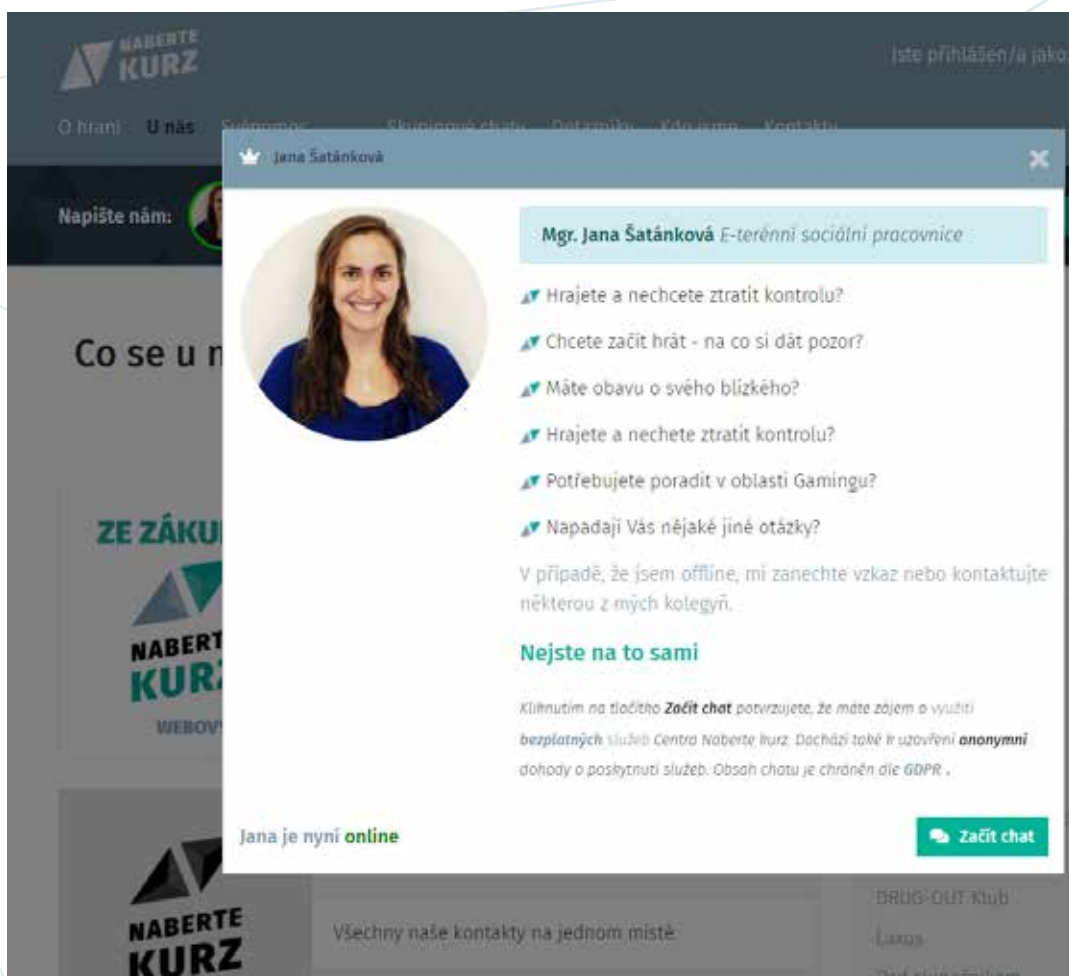
<https://www.facebook.com/nabertekurz.cz>

Instagramový účet

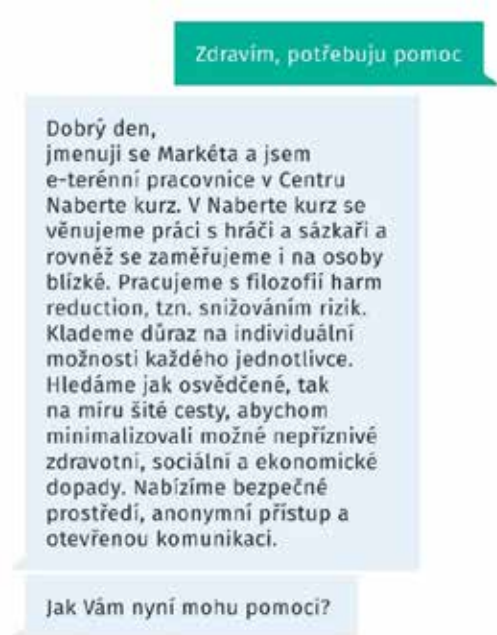
<https://instagram.com/nabertekurz>

Přílohy

Příloha 1 Zahájení individuálního chatu na webovém portálu



Příloha 2 Ukázka individuálního chatu v mobilní aplikaci Port (Naberte kurz)



Dobrý den, právě jsme offline. Na Vaše zprávy budeme reagovat nejdříve, jak to bude možné. Pokud budete potřebovat něco neodkladně řešit, využijte kontakty, které uvádíme v článku Krizové linky v Česku na našem webu. V případě přímého ohrožení zdraví nebo života volejte rovnou 155 (zdravotnická záchranná služba).
Děkujeme za pochopení,
tým Naberte kurz

Příloha 4 Ukázka reakce na komentář pod vlastním příspěvkem na Instagramu



< Práce na směny a hraní/sázení

Pracujete ve **směnném provozu**? Jste recepční, ostraha, prodavač/ka, skladník nebo třeba pracovník ve výrobě? Pokud ano, věnujte nám prosím pár minut Vašeho času a vyplňte následující dotazník o hraní a sázení. Moc nám tím pomůžete. Děkujeme!

Otázky

1. Jste...

- Žena
- Muž

2. Kolik Vám je let?

3. Máte v současné době pravidelné zaměstnání?

- Ano
- Ne

4. Máte pravidelnou pracovní dobu?

- Ano
- Ne

5. Pracujete na směny včetně nočních?

- Ano
- Ne

Stírací losy vs děti - váš názor 1x [2]

Od: [nabertakurz](#) 02.06.20 14:00 odpovědi: 27 změna: 03.06.20 18:03

 Pěkný den, zajímalo by mě, zda berete losy jako hazardní hru?

Stírací losy jsou považovány za okamžitou loterii, což dle Zákona o hazardních hrách 186/2016 Sb. § 18 (4) znamená "...hazardní hra, u níž je výhra podmíněna výherní kombinací po setření zakryté části losu..."

Vzhledem k faktu, že tedy stírací los splňuje podmínky hazardní hry je tomu, mimo jiné, podmíněn prodej a účast od 18 let věku. I přes tohle všechno jsou losy běžně dávány dětem k Vánocům, narozeninám či svátku. A leckde mají možnost koupit si je i samy. 🤔

Jaký pohled na to máte vy a proč by (ne)měli mít možnost přijít dětem do ruky?

Děkuji za reakce
Jana

[Odpovědět na otázku](#) [Skočit na nejnovější odpověď](#) [Rozbal všechny komentáře](#)

Anketa: Jsou stírací losy (pode Vás) vhodné pro děti?

[Nevidím v tom problém](#)

0x

[Pokud je dostanou jen někdy, tak je to v pořádku](#)

2x 29%

[Nejsou vhodné](#)

5x 71%


[Nepřemýšlel/a jsem nad tím](#)

0x

[Stírací losy jdou mimo nás](#)

0x

počet hlasů: 7




DO KOLIKA LET SI ČLOVĚK MŮŽE KOUPIŤ LOS?

A 10 let

B 15 let

C 18 let

D není věkové omezení



Příloha 8 Ukázka našeho PS na konci článku

HR: I když sázíte na společenskou událost, nezapomínejte na fakt, že se pořád jedná o druh hazardní hry!

Příloha 9 Využití automatizačních procesů prostřednictvím soukromých zpráv na sociálních sítích

Zdravím Vás,
v Naberte kurzu se věnujeme práci s hráči a sázkaři a rovněž se zaměřujeme i na osoby blízké. Pracujeme s filozofií harm reduction, tzn. snižováním rizik. Klademe důraz na individuální možnosti každého jednotlivce. Hledáme jak osvědčené, tak na míru šité cesty, abychom minimalizovali možné nepříznivé zdravotní, sociální a ekonomické dopady. Nabízíme bezpečné prostředí, anonymní přístup a otevřenou komunikaci. Jak Vám mohu pomoci?
S přáním pěkného dne,
Eliška

Příloha 10 Ukázka pomoci v krizi v reakci na klientův sebevražedný komentář (anonymizované údaje)

Hezký večer Prosím poradte jak se nejlépe zabít. Skočit z mostu? Vypít kyselinu sírovou? Prášky? Chci se zabít díky

odpovědět



Naberte kurz

↳ Odpověď na Hezký večer

Dobrý den, děkuji Vám za odvalu. Vnímám to tak, že o sebevraždě mluvit chcete a vážím si toho, že jste odepsal přímo na můj příspěvek. Pokud se rozhodnete zabít se, trůfám si tvrdit, že Vám v tom nebude moci nikdo zabránit. Já však chci věřit tomu, že jste to napsal, abyste se tomuto nevratnému řešení vyhnul. Můžete se na mě či mé kolegyně obrátit v individuálním chatu nebo přes telefon. Případně lze u nás na webu naléznout kontakty na krizové linky, které běží nonstop. Jana Nabertekurz.cz

odpovědět

Příloha 11 Propagace Mapy pomoci na Facebooku

Naberte kurz
20. červen 2020 · 🌐 · 🌐

Máte pocit, že Vám hraní nebo sázení přerůstá přes hlavu? Rádi byste se poradili s odborníkem? 📍 Na webu drogy-info.cz nebo i na našem webu najdete mapu pomoci, která obsahuje kontakty na odborníky v oblasti hráčství po celé ČR! 🇨🇪 Pokud se obrátíte přímo na nás, poskytneme Vám kontakt na odborníka ve Vaší lokalitě, anebo Vám kontakt s odborníkem zprostředkujeme přímo na našem webu. Nemusíte na to být sami!



DROGY-INFO.CZ
Mapa pomoci - drogy-info.cz
Mapa pomoci

👍 1

Příloha 12 Ukázka informačních letáků



Hraješ a nebo si zahráváš?
I odemčení beden a kupování skimů tě může přivést na mizinu

- ▼ Kupuješ si ve třídě nové šaty?
- ▼ Přifidíš si občas sázení kas nebo si vyzkoušíš v loterii?
- ▼ Slavíš se si mělo, že jsi utrátil víc, než jsi měl původně v plánu?

POKUD ANO, NAPIŠ NÁM
jestli se ti stává, že si hraješ nebo si kupuješ šaty a trčíš na řev, obrať se na nás. Můžeme ti poradit a nebo si můžeme přečíst rady a tipsy na blogu.

kontakt@nabertekurz.cz
@nabertekurz
www.nabertekurz.cz
drogy-info.cz/mapa-pomoci

Hrajete a nebo si zahráváte?
I z nevinné hry se může stát nebezpečné riziko

- ▼ Záháníte nadu sázením?
- ▼ Zkoušíte loterii přes počítač?
- ▼ Hraje někdo Vám blůžky a máte o něj starost?
- ▼ Prohráváte víc, než si můžete dovolit?

POKUD ANO, NEBOJTE SE NA NÁS OBRÁTIT

kontakt@nabertekurz.cz
+420 773 776 373
www.nabertekurz.cz
drogy-info.cz/mapa-pomoci

Hrajete a nebo si zahráváte?
I když máte o sportovním dění přehled, můžete snadno minout

- ▼ Sážete na výsledky sponzorůch zápasů?
- ▼ Stálo se Vám někdy, že jste musel sázet jen ahyne vybral, to, co jste předvídal?
- ▼ Trávíte sledováním sázkových kurzů víc času a energie, než by se vám blížilo?

POKUD ANO, NAPIŠTE NÁM
Chcete-li mít svou situaci pod kontrolou, obraťte se nám oplat nebo si stáhněte mobilní aplikaci POPI

kontakt@nabertekurz.cz
www.nabertekurz.cz
drogy-info.cz/mapa-pomoci

Příloha 13 Jednoduchý gif vyzývající k sebereflexi



Příloha 14 Informační medailonek

 An informational flyer for Naberte kurz. At the top left is the logo. To the right, it says 'Stále jsme pro Vás ONLINE!' with icons for a globe, a telephone, and a smartphone. Below these icons are the website 'NABERTE KURZ.CZ', the phone number '773 774 373', and 'PORT Naberte kurz'. A dark blue bar contains 'NABERTEKURZ.CZ'. Below that is the website 'www.nabertekurz.cz'. The main body contains three paragraphs of text in Czech.

Stále jsme pro Vás ONLINE!

NABERTE KURZ.CZ 773 774 373 PORT Naberte kurz

NABERTEKURZ.CZ

www.nabertekurz.cz

Již více než rok pracujeme na tom, abychom vytvořili bezpečné prostředí pro hráče, sázkaře a jejich blízké, kam se mohou v případě potřeby obrátit pro pomoc či radu. Pracujeme on-line a máme nakontaktovanou síť odborníků po celé České republice, kteří se věnují prevenci a léčbě závislosti. Naše služby poskytujeme zdarma a anonymně. Projekt Naberte kurz funguje pod společností Podané ruce o.p.s.

Zodpovídáme dotazy, pomáháme zkontaktovat odborníky ve zvolené lokalitě, poskytujeme odborné poradenství nebo také pořádáme skupinové chaty na různá témata, jako jsou dluhová problematika, krize, gaming... Využít lze ale i dalších forem komunikace, jako jsou Facebook, Instagram, diskuzní fórum, telefonní linka (773 774 373) nebo Skype.

Pracovnice Naberte kurz lze zastihnout každý den, včetně víkendů, ve vymezené pracovní době. Webový portál www.nabertekurz.cz je nicméně k dispozici nepřetržitě a lze na něm zanechat i vzkaz. Kromě výše výjmenovaných komunikačních kanálů se tým Naberte kurz pohybuje také na webech nebo internetových fórech zaměřených nejen na hazardní hry. V tzv. e-terénu po sobě zanechávají stopy, a tudíž je možné s nimi navázat kontakt i v tomto prostředí.

Zdroje

- Bílek, P. (2019, November 21). Hazardní společnosti v UK nasazují umělou inteligenci do boje proti nadměrnému hraní. Retrieved January 08, 2021, from <https://otechnice.cz/hazardni-spolecnosti-v-uk-nasazuji-umelou-inteligenci-do-boje-proti-nadmernemu-hrani/>
- Blaszczynski, A. (2002). *HARM MINIMIZATION STRATEGIES IN GAMBLING - An Overview of International Initiatives & Interventions*. Australian Gaming Council.
- Critchlow, N., Moodie, C., Stead, M., Morgan, A., Newall, P., & Dobbie, F. (2020). Visibility of age restriction warnings, harm reduction messages and terms and conditions: A content analysis of paid-for gambling advertising in the United Kingdom. *Public Health, 184*, 79-88.
- Deans, E. G., Thomas, S. L., Derevensky, J., & Daube, M. (2017). The influence of marketing on the sports betting attitudes and consumption behaviours of young men: Implications for harm reduction and prevention strategies. *Harm Reduction Journal, 14*(1). doi:10.1186/s12954-017-0131-8
- Gambling - Ministry of the Interior. (n.d.). Retrieved January 08, 2021, from <https://intermin.fi/en/police/gambling>
- Harris, A., & Griffiths, M. (2017, March). A Critical Review of the Harm-Minimisation Tools Available for Electronic Gambling. Retrieved January 08, 2021, from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5323476/>
- Lawson, S. (2020, November 25). UKGC Brings out New Lockdown Guidance. Retrieved January 08, 2021, from <https://www.online-casinos.com/news/casino/ukgc-brings-out-new-lockdown-guidance.html>.
- McMahon, N., Thomson, K., Kaner, E., & Bambra, C. (2019). Effects of prevention and harm reduction interventions on gambling behaviours and gambling related harm: An umbrella review. *Addictive Behaviors, 90*, 380-388.
- Mezinárodní asociace pro harm reduction (IHRA). *Co je „harm reduction“?* (2010), from https://www.hri.global/files/2010/06/01/Briefing_What_is_HR_Czech.pdf.
- Ministry of Health (2019). *Progress on Gambling Harm Reduction 2010 to 2017: Outcomes report - New Zealand Strategy to Prevent and Minimise Gambling Harm*. Wellington: Ministry of Health.
- Mravčík, V., Rous, Z., Chomynová, P., Tion Leštinová, Z., Grohmannová, K., Janíková, B., Kozák, J., Vlach, T., & Kiššová, L. (2019). *Výroční zpráva o hazardním hraní v České republice v roce 2018*. Praha: Úřad vlády České republiky.
- Mravčík, V., Rous, Z., Chomynová, P., Grohmannová, K., Janíková, B., Černíková, T., & Cibulka, J. (2020). *Výroční zpráva o hazardním hraní v České republice v roce 2019*. Praha: Úřad vlády České republiky.
- Společnost Podané ruce o.p.s. (2020). *Výroční zpráva Společnosti Podané ruce 2019*, from https://podaneruce.cz/wp-content/uploads/2020/07/VZ2019_podane_ruce_web2.pdf
- Thomas, S. L., Randle, M., Bestman, A., Pitt, H., Bowe, S. J., Cowlshaw, S., & Daube, M. (2017). Public attitudes towards gambling product harm and harm reduction strategies: An online study of 16-88 year olds in Victoria, Australia. *Harm Reduction Journal, 14*(1).



Společnost Podané ruce o. p. s.
Olomouc, 2020.

www.podaneruce.cz

