

Mediální komise ČMKU, online 3. 12. 2025

Účast:

- Natálie Bezvodová (natalie.bezvodova@seznam.cz)
- Jaroslav Kratochvíl (sis-consult@seznam.cz) v závěru jednání
- Jana Krouman (jana.petr@email.cz)
- Vladimíra Tichá (vticha@volny.cz)

Program:

1. technické řešení svolávání a realizace schůzek
2. Dotazníkové šetření - diskuse k cílům
3. FCI jednání v Helsinkách - proč psa s PP

Ad 1) google meet

Dle paní Tiché aktuálně ČMKU nemá online platformu, kterou by využívaly komise pro jednání. Pokud by v budoucnu byla, rádi využijeme, do té doby budeme řešit individuálně.

Ad 2) Dotazníkové šetření

Shoda na tom, že dotazník je vhodným nástrojem, jak zmapovat "terén". Současně se možná někteří teprve dozví, že mediální komise existuje, a budou moci vyjádřit svoje očekávání, problémy, se kterými se potýkají. Návazně na to může MEKO lépe specifikovat okruhy svojí činnosti a stanovit priority.

Výsledky by měly být prezentovány na VH ČMKU.

Ad 3) FCI Helsinky

Booklet „Proč si pořídit psa s PP“ – dokument bude brzy dostupný i v českém jazyce - viz zápis z mimořádného jednání GA FCI v srpnu 2026 - příloha zápisu P ČMKU 13.8.2025.

Česká verze byla zaslána na FCI k grafickému zpracování pro oficiální vydání.

Je doporučeno jeho široké šíření mezi veřejnost prostřednictvím výstav, klubů a médií - jsme připraveni se na tom podílet a materiál využít.

Žádáme P ČMKU o vyjádření:

- Zda souhlasí s provedením dotazníkového šetření, jak je navrženo v příloze 1
- Zda lze dotazník pro jednotlivce sdílet na FCB ČMKU s ohledem na velký dosah skupiny (16.000 sledujících)

Termín dalšího setkání: 7.1.2026 ve 20h, online, plán je každou první středu v měsíci.

Zapsala: Jana Krouman

Příloha 1 - dotazníkové šetření

Distribuce dotazníku:

- ČMKU -> chovatelské kluby přímo pod ČMKU
- Velké organizace komunikovat napřímo ČKS, MSKS, ČMKJ
- Organizace pod ČKS, MSKS, ČMKJ oslovit prostřednictvím ČKS, MSKS, ČMKJ
- Jednotlivci - eCanis, facebook - skupiny jako je Sportovní kynologie, Psí sporty - vytipované skupiny s vysokým počtem sledujících.

Dotazník bude pouze v elektronické podobě Google formuláře, kterou lze snadno sdílet a následně také vyhodnotit.

Načasování distribuce, sběr a vyhodnocení výsledků

Spuštění dotazování: Bezprostředně po odsouhlasení P ČMKU

- Organizace - během ledna 2026
- Jednotlivci - optimálně během Vánočních svátků 2026

Sběr dotazníků - do konce února 2026

Vyhodnocení a představení výsledků - Valná hromada ČMKU březen 2026

Cíl dotazování

Získat zpětnou vazbu od individuálních kynologů i kynologických organizací ohledně jejich aktivit a problémů, se kterými se potýkají, a s jejichž řešením by mohla být nápomocna Mediální komise ČMKU v rámci svojí činnosti. Na základě výstupu budou také stanoveny priority činnosti mediální komise.

Dotazované skupiny:

a) Chovatelské kluby a další organizace sdružující kynology

Tyto organizace budou osloveny adresně, prostřednictvím zastřešujících organizací (ČMKU, ČKS, MSKS a Kynologická jednota). Dotazník bude mířit na klubové činovníky a jejich aktivity v rámci klubu a pro klub a v rámci celé české kynologické soustavy.

b) Individuální kynologové

Organizovaní i neorganizovaní majitelé psů budou osloveni hromadně, prostřednictvím sociálních sítí, prostřednictvím médií, zabývajících se kynologií, případně dalšími elektronickými kanály.

Tématické okruhy dotazů

Každá z oslovovaných skupin bude mít specifický typ dotazníků, reflektující problematiku, kterou se zabývají a mohou setkat.

a) Okruhy dotazů pro kynologické organizace

Identifikace, základní národné respondenta (název, funkce osoby, která dotazník vyplňuje, náplň činnosti, počet členů...), cílem není sběr osobních údajů

Stávající činnost organizace (jaké akce organizuje, jak často, jaká je účast členů na akcích, jakými kanály akce propaguje, účastní se akcí klubu také veřejnost z řad nečlenů, jakým způsobem komunikuje se svými členy, jakým způsobem komunikují členové s vedením klubu, jak aktivní je vedení v komunikaci se členy, jak aktivní jsou členové v komunikaci s vedením)

Jaké **problémy** musí řešit (jaké jsou problémy v činnosti organizace, jakým způsobem ovlivňují činnost klubu)

Mediální prezentace (přijde Vám mediální prezentace Vaší organizace a kynologie obecně dostatečná, jaké kanály při prezentaci využíváte, co je pro Vás při prezentaci nejdůležitější, co by Vám pomohlo mediální prezentaci zlepšit)

Vztah k ČMKU (jak probíhá spolupráce s ČMKU, v čem je pro respondenta ČMKU přínosem, co Vám ve fungování ČMKU vůči Vám chybí)

MEKO (co konkrétně očekávají od MEKO, co by měla být podle nich náplň činnosti, byli by ochotni se podílet na aktivitách MEKO - např. formou lokálního kontaktu / lokálního ambasadora) - výhradně pro tyto případy pak požádat o jejich kontakt

b) Okruhy dotazů pro jednotlivce

Základní národné (základní národné jako věk, odkud jsou, muž/žena/jiné)

Kynologické CV (kolik psů vlastní, jaké plemeno, odkud si psa pořídili, S PP/bez PP, důvod proč si pořídili psa, proč právě toto plemeno, jaké aktivity provozují, organizovanost v kynologických organizacích)

Kynologické organizace (jaké kynologické organizace znají, kolika jsou členy, v čem využívají jejich služeb)

ČMKU (znají ČMKU, jaký k ní mají vztah, jakých služeb využívají, v čem by jim mohla pomoci a v čem by mohla fungovat lépe)

Komunikace, informace (jakými informačními kanály získávají informace pro svůj kynologický život, jak komunikují s ostatními kynology, jak komunikují s kynologickými organizacemi)

Aktivity (jak intenzivně se věnují nějaké kynologické aktivitě, odkud získávají informace o možnostech aktivit se psem, jak moc jim přijde aktivní život se psem důležitý).

Problémy (s jakými problémy se při svém životě se psem potýkají, jak vnímají vztah společnosti ke psům, setkali se někdy ve vztahu k jejich psům s ekologickým aktivismem, na koho se při problému obrátí o pomoc, jak si myslí, že by jim s problémy mohly pomoci kynologické organizace např. ČMKU)

Psi s PP/bez PP (jaký mají vztah ke psům s PP a bez PP, vidí nějaký rozdíl mezi psy s PP a bez PP)

Prodej psů (jaké znají způsoby prodeje psů u nás, jaké vnímají pozitivně/negativně, jaká řešení, případně regulace prodeje psů by navrhovali)

Výstavy (jezdí na výstavy, jak vnímají atmosféru, jaký vidí ve výstavách smysl, odkud se o výstavách dozvídají)

Zlepšení informovanosti (co jim chybí v kynologii z hlediska informovanosti, co by mělo být základním informačním kanálem)

MEKO (co konkrétně očekávají od MEKO, co by měla být podle nich náplň činnosti, byli by ochotni se podílet na aktivitách MEKO - např. formou lokálního kontaktu / lokálního ambasadora) - výhradně pro tyto případy pak požádat o jejich kontakt