

**UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ**

Ústav sociální práce

**Streetwork na internetových sociálních sítích**

Diplomová práce

Autorka:	Bc. Alice Egertová
Studijní program:	Sociální práce
Studijní obor:	Sociální práce
Vedoucí práce:	Mgr. Miroslav Kappl, Ph.D.

UNIVERZITA HRADEC KRÁLOVÉ  
Ústav sociální práce  
Akademický rok: 2014/2015

**ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE**  
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Alice Egertová**  
Osobní číslo: **U1316**  
Studijní program: **N6731 Sociální politika a sociální práce**  
Studijní obor: **Sociální práce**  
Název tématu: **Streetwork na internetových sociálních sítích**  
Zadávající katedra: **Oddělení sociální práce a sociální politiky**

**Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :**

V diplomové práci se budu věnovat terénní sociální práci na internetových sociálních, přičemž se zaměřím na facebook (FB). Cílem práce je zjistit, s jakými riziky je třeba počítat při terénní sociální práci s cílovou skupinou neorganizované děti a mládež na FB a jak se s nimi úspěšně vypořádat. Zaměřím se především na rizika, kterými je tento virtuální prostor potažmo sociální práce nejvíce limitována a dále pak na konkrétní praktické způsoby, jak tyto situace ošetřit. Mimoto budu zkoumat, kde jsou hranice, kdy na FB jako služba už nebýt. Výzkum pojmu kvalitativně. Údaje budu od respondentů sbírat metodou polostrukturovaných rozhovorů.

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná**

Seznam odborné literatury:

Vedoucí diplomové práce:

**Mgr. Miroslav Kappl, Ph.D.**

Oddělení sociální práce a sociální politiky

Datum zadání diplomové práce: **28. ledna 2014**

Termín odevzdání diplomové práce: **30. března 2015**

L.S.

JUDr. Miroslav Mitřöhner, CSc.  
ředitel

Mgr. Zuzana Truhlářová, Ph.D.  
vedoucí katedry

dne

**Prohlášení:**

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci zpracovala pod vedením vedoucího diplomové práce a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Praze dne ..... podpis

Poděkování:

Ráda bych tímto poděkovala neziskové organizaci Proxima Sociale o.p.s. za poskytnutí interních materiálů, ze kterých jsem převážně vycházela a v neposlední řadě také panu Mgr. Miroslavu Kapplovi, Ph.D. za cenné rady, připomínky a metodické vedení.

## **Abstrakt:**

EGERTOVÁ, Alice. *Streetwork na internetových sociálních sítích*. Hradec Králové: Univerzita Hradec Králové - Ústav sociální práce, 2015, Diplomová práce.

V diplomové práci zpracovávám téma terénní sociální práce na Facebooku (FB). Jejím cílem je zjistit, s jakými riziky je třeba počítat při terénní sociální práci s cílovou skupinou neorganizované děti a mládež na FB a jak se s nimi úspěšně vypořádat. Mimoto se ještě zabývá otázkou, kde jsou hranice, kdy na FB už nebýt (jako služba). Rizik je celá řada, ale především se týkají legislativy, bezpečnosti a ochrany práv klientů, specifík internetové komunikace a prostředí FB celkově. Výzkum je pojat kvalitativně, kdy metodou strukturovaných rozhovorů s otevřenými otázkami jsou získávány údaje od terénních sociálních pracovníků, kteří pracují ve svých programech s klienty i na Facebooku. Jako doprovodné metody je využito analýzy dokumentů – FB profilů služeb a intervencí sociálních pracovníků, které s klienty probíhaly v prostředí FB. Sebrané údaje jsou vyhodnoceny metodou vytváření trsů a jsou interpretovány pro každou výzkumnou otázku zvlášť, v závěru práce pak celkově a je zodpovězen hlavní cíl práce. Výzkum odhalil řadu rizik, ale překvapivě zjistil, že největším rizikem je Facebook samotný. Účinným řešením jsou jiné bezpečné internetové prostory, které jsou pro on-line sociální práci vhodnější. Potenciál FB je velký, velká jsou i jeho rizika a tato práce nabízí jejich řešení, ať už se terénní programy rozhodnou využívat Facebook k sociální práci a nebo „jen“ k předávání informací a propagaci.

**Klíčová slova:** terénní sociální práce, děti a mládež, Facebook, rizika práce na FB, internetová komunikace.

## **Abstract:**

EGERTOVÁ, Alice. *Social Work on Internet Social Networks*. Hradec Králové: University of Hradec Králové – Institute of Social Work, 2015, Master Degree Thesis.

The topic of this thesis is social work on Facebook (FB). Its aim is find out what risks should be calculated at street work with the target group unorganized children and youth on FB and how to deal with them successfully. Moreover, it deals with question, where are the limits, when it is already good to not be on FB (as a social program). Risks are many, but mainly relate to legislation, safety and protection of the rights of clients specifics of Internet communications and FB environment overall. The research is conceived qualitatively when using structured interviews with open-ended questions are collected data from social workers who work in their programs with clients on Facebook. As an accompanying method involves analysis of documents - FB profiles, programs and interventions social workers with clients, which took place in the environment FB. The collected data are evaluated by the method of clustering and are interpreted for each research question separately, in conclusion of this work, then overall and answering the main objective of the work. The research revealed a number of risks, but surprisingly found that the biggest risk is Facebook itself. An effective solution is another secure Internet spaces that are for on-line social work better. The FB Potential is great, great are its risks and this work offers their solutions, however the social programs decide to use Facebook for the social work or "just" for sharing information and promotion.

**Keywords:** social work, children and youth, Facebook, risks of working on FB, internet communication.

## Obsah:

Úvod .....	10
I. Teoretická část.....	12
1 Terénní sociální práce .....	12
1.1 VYMEZENÍ POJMŮ.....	12
1.2 SPECIFIKA A ZÁKLADNÍ PRINCIPY TERÉNNÍ SOCIÁLNÍ PRÁCE .....	13
1.3 LEGISLATIVNÍ UKOTVENÍ TERÉNNÍ SOCIÁLNÍ PRÁCE.....	15
2 Terénní sociální práce s neorganizovanými dětmi a mládeží .....	19
2.1 CÍLOVÁ SKUPINA NÍZKOPRAHOVÝCH TERÉNNÍCH PROGRAMŮ .....	19
2.1.1 Děti a mládež (13 – 19).....	20
2.1.2 Mladí dospělí (20 – 26 let).....	22
2.2 PRINCIPY NÍZKOPRAHOVÉ TERÉNNÍ SOCIÁLNÍ PRÁCE.....	23
2.3 OBSAH TERÉNNÍ SOCIÁLNÍ PRÁCE S DĚTMI A MLÁDEŽÍ .....	24
2.4 SLUŽBY POSKYTOVANÉ KLIENTŮM.....	27
2.5 METODY TERÉNNÍ SOCIÁLNÍ PRÁCE.....	32
3 Internetová sociální síť - Facebook.....	34
3.1 JAK FACEBOOK FUNGUJE.....	34
3.2 PODMÍNKY A ZÁSADY FACEBOOKU .....	36
3.3 POTENCIÁL FACEBOOKU PRO TERÉNNÍ PROGRAMY .....	38
3.4 MOŽNOSTI ZAPOJENÍ TERÉNNÍ SLUŽBY DO „ŽIVOTA“ NA FACEBOOKU .....	39
3.5 ZÁKLADNÍ STANDARDY PRO SOCIÁLNÍ PRÁCI V PROSTŘEDÍ FACEBOOKU ...	40
3.6 RIZIKA SOCIÁLNÍ PRÁCE V PROSTŘEDÍ FACEBOOKU .....	41
3.7 KONTAKT A INTERVENCE NA FACEBOOKU .....	47
3.7.1 Hlavní zásady on-line komunikace v prostředí Facebooku.....	48
3.8 NASTAVENÍ PROFILU .....	49
II. Empirické výzkumné šetření.....	53
4 Formulace hlavního cíle výzkum a dílčích výzkumných otázek .....	53
5 Metodologie výzkumu.....	53
5.1 ČASOVÝ HARMONOGRAM VÝZKUMU .....	55
5.2 RIZIKA VÝZKUMU A JEJICH ELIMINACE.....	56
5.3 TRANSFORMACE.....	56
5.3.1 Transformační schéma .....	57
5.4 ANALÝZA A INTERPRETACE DAT .....	60
5.4.1 VO1: Jaká rizika nejvíce limitují terénní sociální práci na FB? ....	61
5.4.2 VO2: Jaké jsou konkrétní způsoby, jak se s těmito riziky vypořádat.....	65



5.4.3 VO3: Proč nebyt na FB (jako služba)? .....	67
<b>Závěr</b> .....	70
<b>Seznam použité literatury</b> .....	73
<b>SEZNAM PŘÍLOH</b> .....	75

## Úvod

Má diplomová práce se zaměřuje na terénní sociální práci s neorganizovanými dětmi a mládeží na Facebooku. S prací s dětmi na Facebooku jsem se poprvé setkala asi před třemi lety, kdy jsem začínala pracovat jako terénní sociální pracovnice s dětmi a mládeží na Jižním Městě, kde jsem dodnes. Na Facebook jako fenomén této doby narážím denně. FB jako prostor, kam se mladí lidé chodí nudit je pro sociální práci výzvou - jsou tam „všichni každý den“.

Většina nízkoprahových programů pro děti a mládež s klienty komunikuje přes FB a některé programy toto prostředí využívají i k sociální práci. Je to relativně nová věc a málo z těch programů má sociální práci s klienty na FB strategicky promyšlenou a metodicky ukotvenou. Prostředí Facebooku je specifické a platí v něm jiná pravidla než na ulici a hlavně ta pravidla nestanovujeme my ani klienti, ale majitelé sociální sítě Facebook.

Ráda bych zde zmínila jméno Jana Vališe, který pracuje jako sociální pracovník s dětmi a mládeží a zároveň se dlouhodobě věnuje tématu bezpečnosti práce na internetu. Při psaní této práce jsem také čerpala z jeho zkušeností.

Tomuto tématu se nevěnuje téměř žádná literatura a tak v teoretické části vycházím hlavně za svých zkušeností, ze zkušeností kolegů a z interní metodiky práce na Facebooku organizace ve které pracuji.

Výsledky výzkumu by mohly zajímat terénní programy, které s klienty na FB pracují a také ty, které se k tomu zatím chystají. Myslím, že nabízí i zajímavé podněty pro Českou asociaci streetwork, která mimo jiné nízkoprahové programy pro děti a mládež zastřešuje.

Cílem této práce je zjistit s jakými riziky je třeba počítat při terénní práci s cílovou skupinou dětí a mládež na Facebooku a jak se s nimi úspěšně vypořádat. Výzkum jsem pojala kvalitativně. K získání údajů jsem použila metody polostrukturovaného rozhovoru s otevřenými otázkami a mimoto ještě metody analýzy dokumentů. Rozhovory jsem dělala se sociálními pracovníky ze čtyř pražských NZDM terénních programů, které pracují s dětmi a mládeží. Za zkoumané dokumenty jsem zvolila intervence, které tyto pracovníci poskytli svým klientům v prostředí Facebooku. Dále jsem ještě zkoumala Facebookové profily oslovených služeb.

Teoretická část je řazena do tří kapitol. První kapitola se věnuje především ujasnění terminologie, popisu terénní práce obecně a legislativnímu ukotvení. Druhá kapitola je pak o něco konkrétnější a popisuje terénní sociální práci s neorganizovanými dětmi a mládeží, realizovanou nízkoprahovými programy. Kapitola se věnuje se tématům jako cílová skupina, obsah a metody terénní sociální práce. Stěžejní pro moji práci je třetí kapitola, která popisuje sociální síť Facebook nejprve obecně a pak ještě z perspektivy sociální práce. Jsou zde uvedeny podmínky FB, jeho potenciál, rizika a možné fungující postupy práce.

V druhé výzkumné části, která je pro tuto práci zásadní a navazuje na část teoretickou, nejprve popisuji a zdůvodňuji zvolenou výzkumnou strategii a výzkumnou metodu, výběr respondentů, průběh výzkumu, rizika výzkumu a jejich eliminace. Dále uvádím dílčí cíle a popisuji proces jejich transformace do sledovaných znaků. Následuje analýza získaných údajů a jejich interpretace, zvláště pro jednotlivé dílčí cíle. V závěru výzkumu zodpovídám hlavní výzkumnou otázku, zhodnocuji výzkum a navrhuji možnosti využití této práce a témata, která by v budoucnu stálo za to rozvinout.

# I. Teoretická část

## 1 Terénní sociální práce

Terénní sociální práce je velmi široký pojem. Je jednou z forem sociální práce, jak ji definuje zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o sociálních službách). Probíhá v přirozeném prostředí a orientuje se na ty, kteří sami institucionalizovanou pomoc nevyhledávají. Pomáhá jim překonat jejich nepříznivou sociální situaci. Sleduje celou řadu cílů v závislosti na cílové skupině a kontextu, ve kterém se pohybuje.

Je méně formální a dokáže včas zachytit problémovou situaci a není tak finančně nákladná oproti jiným formám sociálních služeb. Důvodů proč ji rozvíjet je celá řada.

### 1.1 Vymezení pojmů

Terminologie v oblasti terénní sociální práce je poněkud nejednotná. Terénní sociální práce se jinými slovy také nazývá streetwork, to se ovšem v anglicky mluvících zemích nepoužívá. Dále pak se můžeme setkat s výrazy, jako je sociální práce na ulici, kontaktní (sociální) práce, terénní programy atp. Já ve své práci budu používat všechny výrazy jako synonyma.

Zdena Bednářová definuje terénní sociální práci jako: *„Specifickou vyhledávací, mobilní terénní sociální práci, která zahrnuje aktuální nízkoprahovou nabídku sociální pomoci uživatelům drog a osobám, zpravidla mladšího věku, žijícím rizikovým způsobem života, u nichž je předpoklad, že sociální pomoc potřebují a dosud nejsou v kontaktu s příslušnou institucí. Tyto osoby (klienti) jsou kontaktovány ve svém*

*přirozeném prostředí, tzn. v místech a době, kde a kdy se nejvíce vyskytují:*“ (Matoušek, 2008: 169.)

A. Elich zdůrazňuje, že terénní sociální práce *„nečeká, až se na ni kdokoli obrátí s problémem, ale která se sama nabízí v místech vznikajících sociálních konfliktů.“* (Matoušek, 2008: 170.)

Slovník sociální práce uvádí, že pro terénní sociální práci je charakteristická práce s rizikovými skupinami a nebo jednotlivci v přirozeném prostředí. Její součástí je vyhledávání, navazování kontaktů, poskytování sociální pomoci a mapování lokality. Streetwork chápe jako speciální typ terénní sociální práce, která probíhá na ulici. (Matoušek, 2003).

*„Terén si můžeme vymezit jako místo, kde se s klienty setkáváme, kde bydlí, kde tráví svůj volný čas, kde se obvykle sdružují.“* (Janoušková, Nedělníková, 2008: 12.)

Z tří uvedených definic je patrné, že mají společné to, že se jedná o sociální práci s rizikovými skupinami a jednotlivci v jejich přirozeném prostředí, která je aktivně vyhledává a nabízí jim pomoc.

## **1.2 Specifika a základní principy terénní sociální práce**

Terénní sociální práce se tedy orientuje na přirozené prostředí a kontakt s klienty, tudíž zpravidla neprobíhá na půdě organizace. Práce v přirozeném prostředí umožňuje kontakt s lidmi, kteří z různých důvodů sami institucionální pomoc nevyhledávají. Vyhledávací funkce terénní sociální práce je prvním krokem aktivního přístupu ke klientům. Další funkce spočívá v pomoci a podpoře cílové skupiny při zvládání obtížných životních období. Jedná se tedy o nedirektivní formu sociální práce založené na partnerském přístupu. Je založena na důvěře a dobrovolnosti. Z toho vyplývá, že

pracuje na principu nízkoprahovosti a klade důraz na důstojnost a lidská práva. Nízkoprahovost klientům umožňuje co nejsnazší vstup do služby a její další čerpání. To znamená, že sociální služba je poskytována anonymně, bezplatně, nepravidelně či nárazově, podle potřeb klienta (samozřejmě v pevně definovaných časech, které služba garantuje) a na principu dobrovolnosti.

Terénní sociální práce sleduje zájmy konkrétní cílové skupiny či jedinců, které se v prostoru a čase mění – mobilita cílové skupiny. Terénní sociální práce tak aktivně reaguje na potřeby konkrétní lokality. Potřeby zjišťuje ze sociodemografických analýz a monitoringu prostředí, ve kterém se zaměřuje na subkulturní projevy, výskyt cílových (rizikových) skupin, nezabezpečené objekty, výskyt aplikačního materiálu atp. Mobilita cílové skupiny je způsobena různými faktory jako například ročním obdobím, kulturními nebo sportovními akcemi, zásahy policie, stížnostmi občanů, denní dobou aj.

Terénní sociální práce sleduje celou řadu cílů, v závislosti na cílové skupině a kontextu, ve kterém se pohybuje. Usiluje o prevenci sociálního vyloučení a jeho prohlubování; prevenci sociálně rizikových jevů; sociální začleňování; mírnění negativních důsledků a rizik životních situací klientů; pomoc klientům získávat či znovu nabývat sociální kompetence; předávání informací atp.

D. Černá uvádí následující výhody terénní sociální práce (Janoušková, Nedělníková, 2008: 11.):

- *„snazší navázání důvěry mezi klientem a pracovníkem,*
- *méně formální kontext,*
- *možnost kontaktovat klienty, kteří nevyhledávají institucionalizovanou pomoc,*
- *nižší finanční náklady na službu,*

- *možnost působit preventivně,*
- *včasné zachycení problému,*
- *zmapování lokality a snadnější orientace v ní,*
- *intenzivnější kontakt s klientem,*
- *možnost získání důvěry v komunitě v dané lokalitě,*
- *možná anonymita klienta,*
- *kontakt s realitou, ve které klient žije a další.“*

Terénní sociální práci zpravidla volíme v situaci, kdy se s cílovou skupinou nedaří navázat kontakt jiným způsobem.

### **1.3 Legislativní ukotvení terénní sociální práce**

Terénní sociální práce je z hlediska zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách v platném znění (zákon o sociálních službách) realizovaná prostřednictvím terénních forem sociálních služeb.

*„(1) **Terénní programy** jsou terénní služby poskytované osobám, které vedou rizikový způsob života nebo jsou tímto způsobem života ohroženy. Služba je určena pro problémové skupiny osob, uživatele návykových látek nebo omamných psychotropních látek, osoby bez přístřeší, osoby žijící v sociálně vyloučených komunitách a jiné sociálně ohrožené skupiny. Cílem služby je tyto osoby vyhledávat a minimalizovat rizika jejich způsobu života. Služba může být osobám poskytována anonymně.*

*(2) Služba podle odstavce 1 obsahuje tyto základní činnosti:*

- a) zprostředkování kontaktu se společenským prostředím,*
- b) pomoc při uplatňování práv, oprávněných zájmů a při obstarávání osobních záležitostí.“*

(zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách v platném znění, § 69)

Zákon rozlišuje tři druhy sociálních služeb:

- sociální poradenství,
- služby sociální péče,
- služby sociální prevence.

*Sociální poradenství* se dělí na základní a odborné. Základní poradenství jsou povinny poskytovat všechny druhy sociálních služeb a jde především o poskytování potřebných informací. Odborné sociální poradenství je poskytováno ve specializovaných poradnách, které se zaměřují na potřeby jednotlivých cílových skupin. Mimoto je součástí odborných poraden sociální práce s osobami, jejichž způsob života může vést ke konfliktu se společností.

*Služby sociální péče* zajišťují cílovým skupinám fyzickou a psychickou soběstačnost, aby se mohly co nejvíce zapojit do života. Pokud to není kvůli jejich zdravotnímu stavu možné, usilují o zajištění důstojného prostředí a zacházení. Prioritou je život v přirozeném sociálním prostředí. (např. osobní asistence, pečovatelská služba atp.).

*„Služby sociální prevence napomáhají zabránit sociálnímu vyloučení osob, které jsou tímto ohroženy pro krizovou sociální situaci, životní návyky a způsob života vedoucí ke konfliktu se společností, sociální znevýhodňující prostředí a ohrožení práv a oprávněných zájmů trestnou činností jiné fyzické osoby. Cílem služeb sociální prevence*



*je napomáhat osobám k překonání jejich nepříznivé sociální situace a chránit společnost před vznikem a šířením nežádoucích společenských jevů.“ (zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách v platném znění, § 53)*

Dalším právním předpisem, který reguluje terénní sociální práci je vyhláška č. 505/2006 Sb., prováděcího předpisu k zákonu č. 108/2006 Sb., o sociálních službách v platném znění (vyhláška č. 505), která mimo jiné obsahuje standardy kvality sociálních služeb, které jsou pro poskytovatele sociálních služeb závazné.

Zjednodušeně lze říci, že standardy sociálních služeb poskytovatelům sociálních služeb ukládají povinnost vykonávat práci odborně, bezpečně a co nejvíce dbát na zachování lidské důstojnosti a lidských práv uživatelů služby. Služba by měla v co nevyšší míře podporovat samostatnost klientů a zapojovat je do vlastního procesu (stanovování cílů, plánování a realizace). Jde o to, aby služby byly kvalitní.

Standardů je celkem 15 a dělí se do tří skupin:

- **Procedurální standardy č. 1 – 8** definují, jak má poskytování služby vypadat a to hlavně z perspektivy uživatele služeb. Ošetřují např. jednání se zájemcem, jak službu přizpůsobit individuálním potřebám jedince, věnují se ochraně práv uživatelů (podávání stížností, střety zájmů atp.)
- **Personální standardy č. 9 – 10** se věnují personálnímu zajištění služby (vzdělání, dovednosti, rozvoj pracovníků, supervize atp.)
- **Provozní standardy č. 11 – 15** stanovují podmínky pro poskytování sociálních služeb (prostory, časová dostupnost, bezpečnost, nouzové a havarijní situace a rozvoj služby).

## ***Shrnutí***

Terénní sociální práce nebo také kontaktní práce podporuje lidi v řešení jejich obtížných situacích, pomáhá jim je překonat, zmírnit a tím zabraňuje prohlubování sociálního vyloučení. Je realizována v jejich přirozeném prostředí a může být funkční alternativou k institucionalizovaným formám pomoci, které klienti z nějakého důvodu odmítají. Terénní sociální práce funguje na principu nízkoprahovosti, dobrovolnosti a bezplatnosti s důrazem na lidskou důstojnost a lidská práva. Právní rámec terénní sociální práce nalezneme v zákonu o sociálních službách a ve vyhlášce č. 505, která definuje kritéria pro posuzování kvality sociálních služeb a dbá v první řadě na odbornost, bezpečnost a transparentnost sociálních služeb z perspektivy klientů.

## **2 Terénní sociální práce s neorganizovanými dětmi a mládeží**

Terénní sociální práce s neorganizovanými dětmi a mládeží je od roku 2007, kdy vstoupil v platnost zákon o sociálních službách, který definuje terénní programy, realizovaná v rámci nízkoprahových zařízení pro děti a mládež (NZDM). Služba je určena dětem a mládeží od 6 do 26 let, kteří se ocitli v obtížné životní situaci nebo jsou jí ohroženi, a kteří nevyhledávají standardní formy institucionalizované pomoci a péče.

Jde o navázání a udržování kontaktu, poskytování informací, odborné pomoci, podpory a vytváření podmínek pro sociální začlenění a pozitivní změnu ve způsobu života. Cílem je umožnit mladým lidem se lépe orientovat v jejich sociálním prostředí a vytvářet podmínky, aby v případě zájmu mohli řešit svoji nepříznivou sociální situaci. (Pojmosloví, 2008)

### **2.1 Cílová skupina nízkoprahových terénních programů**

Cílová skupina terénních programů je definována třemi základními znaky: věkem, lokalitou a obtížnou životní situací.

Terénní programy se zaměřují na práci s dětmi a mládeží ve věku 6-26 let. Já se ve své práci zaměřím na cílovou skupinu od 13 do 26 let. Toto věkové rozpětí považuji za homogennější z hlediska témat, se kterými se klienti setkávají a která řeší. Cílovou skupinu ještě rozdělují do dvou skupin, na děti a mládež od 13 do 19 let a na mladé dospělé od 20 do 26 let.

Druhým znakem, který určuje cílovou skupinu, je lokalita, kterou lze vymezit geograficky anebo sociálně. Terénní programy jsou realizovány v přirozeném prostředí uživatelů, vždy se jedná o region, město, vesnici anebo městskou čtvrť. Pracovníci

terénních programů vyhledávají uživatele v lokalitách, tj. v jejich přirozeném prostředí, v místech, kde se scházejí a pomáhají jim najít cestu z ulice zpět do života místní komunity.

Třetím znakem, kterým je definována cílová skupina terénních programů, je obtížná životní situace. Jde o události v životě klientů, které nemohou nebo nejsou schopni uspokojivě vyřešit svými vlastními silami, které významně zasahují do jejich životů a sociálního fungování, nebo také o jejich životní návyky a způsob života vedoucí ke konfliktu se společností. Mimoto ještě sociálně znevýhodňující prostředí, které tvoří vnější rámec jejich životů.

### **2.1.1 Děti a mládež (13 – 19)**

Toto období je vnímáno jako rizikové, a to z několika důvodů. V první řadě děti procházejí několika zásadními vývojovými úkoly – budují si vztah k sobě samým, ke své intimitě, k autoritám a vytvářejí si svůj vlastní světonázor. V druhé řadě dochází v jejich životě k většímu kontaktu s „velkým“ světem a jsou tak vystaveny jevům a situacím, se kterými se do té doby nesetkaly nebo je neoslovovaly. V kombinaci obou faktorů jsou tak mladí lidé více ohroženi sociálně nežádoucími jevy a chováním, které mohou vést k jejich vyloučení z většinové společnosti nebo ke konfliktům s ní. Toto jsou typické obtížné životní situace, které děti a mládež řeší:

- ***Obtíže ve škole***

Hrozba reparátu, propadnutí, vyloučení; přechod na jinou školu, do nové třídy; konflikty s učiteli a kázeňské problémy; oběti a aktéři šikany; návrat do školy; záškoláctví; nerespektování školního řádu.

- ***Obtíže v rodině***

Rozvod, nový partner, konflikty v rodině (s rodiči nebo sourozenci); špatné rodinné vztahy, nemoc v rodině, člověk s handicapem v rodině, úmrtí v rodině, nezáměr, nepochopení ze strany rodiny, závislosti v rodině, násilí v rodině, špatná finanční situace v rodině, stěhování, rodina s problémy integrace do majoritní společnosti, zanedbávání péče ze strany rodičů.

- ***Obtíže s trávením volného času***

Nuda, rezignace na aktivní využití svých možností; přehnaná očekávání o svých schopnostech; zájem o volnočasové aktivity, ale absence prostředků pro jejich využívání (např. finanční); absence volného času anebo nemožnost ho využívat požadovaným způsobem.

- ***Obtíže ve vrstevnických vztazích***

Osamělost – málo kamarádů, neschopnost navázat fungující kamarádské vztahy; nepřijetí a vyloučení z party; nevyhovující tlak party; neefektivní řešení konfliktů, manipulátoři.

- ***Obtíže v partnerských vztazích***

Nešťastná láska, první sexuální zkušenost, tlak okolí, hormonální změny, problémy se sexuální orientací, nevěra, promiskuita, pohlavní choroby, těhotenství, potrat, mateřství, nedostatečná informovanost; neschopnost navázat partnerský vztah.

- ***Obtíže ve vztahu ke společnosti***

Problémy s hranicemi; jedinci a subkultury, které jsou v konfliktu s hodnotami a normami majoritní společnosti odmítají pracovat nebo se vzdělávat.

- ***Obtíže s návykovými látkami***

Užívání návykových látek zasahující do vztahů, finanční situace, fungování ve škole; důsledky rizikového užívání (řízení pod vlivem, neznámá látka, velká dávka, úrazy, konflikty, agrese, trestně-právní postihy); přistižení autoritou při užívání, experimentátoři s návykovými látkami.

- ***Obtíže ve vztahu k sobě samému***

Přijetí vlastního těla, přijetí své sexuální orientace, sebehodnocení (podceňování - přeceňování), sebepoškozování, poruchy příjmu potravy, sebevražedné pokusy, hledání sebe sama (kdo jsem?).

- ***Obtíže ve vztahu s institucemi***

Trestní řízení, intervence kurátora, pobyty ve výchovných zařízeních, konflikty v práci, exekuce, zneužívání sociálních dávek.

## **2.1.2 Mladí dospělí (20 – 26 let)**

Mladí dospělí řeší podobná témata jako děti a mládež, i když témata týkající se sebepojetí a partnerských a kamarádských vztahů nejsou tak častá.

Dali by se charakterizovat jako „věční“ studenti, kteří často mění školy nebo v minulosti několikrát opakovali první ročník studia na více školách. Často mají pouze základní vzdělání. Nemají práci, ať už z toho důvodu, že ji nemohou sehnat (nedokončené vzdělání), nebo pracovat nechtějí, a nebo pracují jen při nárazových brigádách. Volný čas tráví na ulici s mladšími kamarády. Nechtějí dospět a převzít zodpovědnost. Chybí jim struktura času, kterého mají velké množství a tráví jej pasivně. Zneužívají alkohol, marihuanu a poměrně často také experimentují společně s dospívajícími s návykovými látkami. Konflikty řeší většinou neadekvátně, často

agresivním způsobem, a tím se dostávají do konfliktu s institucemi jako je policie, úřad práce atp. Mají dluhy (např. na zdravotním pojištění), které nesplácejí, ať už kvůli nedostatku peněz a nebo to nepovažují za důležité (k dané situaci přistupují laxně). Obecně příliš neřeší svoje problematické životní situace, pokud je vyloženě neohrožují, řešení odsouvají, nemají pevnou vůli a věci nedotahují do cíle. Bydlí s rodiči, s nimiž se nepodílí na chodu domácnosti – vznik častých konfliktů. Pokud s nimi nebydlí, přespávají po kamarádech nebo známých. Jsou nespokojení se svými životy.

Jejich témata (obtížné životní situace) jsou:

- Dluhy
- Bydlení
- Práce
- Konflikty se zákonem

## **2.2 Principy nízkoprahové terénní sociální práce**

Terénní sociální práce s neorganizovanými dětmi a mládeží pracuje na principu nízkoprahovosti. To znamená, že služba je realizována tak, aby byla umožněna maximální dostupnost, tedy ve snaze odstranit časové, prostorové, psychologické a finanční bariéry, které by bránily cílové skupině v poskytování služeb. Pro omezení přístupu klienta ke službě není důvodem pasivita či názorová odlišnost. Klient má možnost zůstat v anonymitě. Jakákoli dokumentace obsahující osobní údaje uživatele musí být vedena se souhlasem uživatele a s právem do ní nahlížet. Zařízení získává jen ty údaje uživatele, které jsou stanoveny jako nezbytné pro poskytování odborných a kvalitních služeb. Pro užívání služby není podmínkou členství ani jiná forma registrace. Pravidelný kontakt s pracovníkem není podmínkou užívání služby. Klient není povinen

zapojit se do připravených činností. Služby sociálního charakteru jsou poskytovány bezplatně. Provozní doba služby odpovídá potřebám cílové skupiny. Je k dispozici v době, kdy klient má podmínky přijít do zařízení (jak z hlediska dne, tak měsíce a roku). Zároveň je provozní doba služby stabilní a nedochází k jejím náhlým výpadkům. Službu může využít kdokoliv z cílové skupiny bez omezení, pokud svým chováním a jednáním neomezuje a neohrožuje sám sebe, ostatní klienty, pracovníky či efektivitu služby. (Janoušková, Nedělníková, 2008)

### **2.3 Obsah terénní sociální práce s dětmi a mládeží**

Náplň terénní sociální práce s dětmi a mládeží je velice různorodá. Skládá se z několika fází, které po sobě následují, přičemž některé probíhají neustále. Fáze jsou řazeny tak, jak klienti prochází službou, i když ve skutečnosti začínají ještě před samotným vstupem klienta do služby: (Pojmosloví, 2008)

#### ***Monitoring lokality***

První fází terénní sociální práce s neorganizovanými dětmi a mládeží je monitoring - mapování lokality. Fáze mapování zároveň není nikdy ukončena a měla by probíhat průběžně. Stěžejní technikou je pozorování. Konkrétně to vypadá tak, že pracovník systematicky prochází celou lokalitu a mění časy, kdy se v jednotlivých částech pohybuje. Při monitoringu si pochopitelně všímá výskytu dětí a mládeže a soustředí se na skupinky či dvojice (zřídka jednotlivce), kteří se na určitých místech zdržují pravidelně. Všímá si, kdy a kde se potenciální klienti vyskytují, jaké je složení partičky a jakým způsobem tráví čas na daném místě. Místa, na která se zaměřuje, jsou dětská hřiště, lavičky, podchody atp., při obcházení konkrétních míst si všímá odhozených



nedopalků od cigaret nebo jointů, filtrů, lahví od piva nebo jiných nápojů, obalů od sušenek, poškrábaných, počmáraných nebo ošoupaných laviček, dále pak tagů<sup>1</sup>, graffiti a podobně.

Monitoring je neustálý proces, protože lokalitu je třeba průběžně mapovat a to hned z několika důvodů: mobilita cílové skupiny se mění s ročním obdobím, s rytmem školního roku, ovlivňuje ji urbanistický rozvoj, hrozby jako přestěhování vaříče<sup>2</sup> do lokality, stížnosti obyvatel, policejní intervence, vznik anebo zánik institucí, hospod či klubů atp. Monitoring probíhá většinou jako nezúčastněný, to znamená, že nedochází ke kontaktu s cílovou skupinou.

### ***Kontaktování klientů***

Nejdůležitějším momentem je první kontakt s klientem. Je to okamžik, kdy klient vstupuje do služby a mnohdy se poprvé v životě setkává s nějakou sociální službou a nebo má již nějaké zkušenosti z minulosti, které nemusí být nutně pozitivní. Jak Klíma uvádí: *„Nízkoprahově organizované služby, jsou mimo jiné také způsobem, jak zprostředkovat různým rizikovým a ohroženým mladým jedincům i skupinám zážitek i zkušenost, že odborná pomoc dospělých a jejich zájem na změně nežádoucího chování nemusí být pouze omezujícím, dozorujícím a normativním přístupem“* (Klíma, 2004: 73)

### ***První kontakt***

V rámci prvního kontaktu by se klienti měli od terénního pracovníka dozvědět informace o službě, aby pochopili roli terénního sociálního pracovníka, co jim může

---

<sup>1</sup> Tagy jsou značky kterými se příslušníci graffiti subkultury podepisují a nebo označují plochy

<sup>2</sup> Vaříč je člověk, který vyrábí drogy, nejčastěji se jedná o pervitin.

nabídnout, respektive k čemu jim může být služba dobrá, kdy a kde ho mohou potkat. Dobré je informace předat ještě na letáku, aby si to klient mohl posléze v klidu přečíst, bylo-li mu něco nejasné. Klient by měl také dostat informaci, že se s terénními pracovníky bavit nemusí, nebude-li chtít a nebo, že může službu odmítnout (kompletně) a to z jakéhokoli důvodu. Důležité je klienty nepřehltit informacemi.

### ***Jednání se zájemcem***

V rámci jednání se zájemcem se navazuje vztah s klientem a jsou mu předávány informace o službě. Měl by se dozvědět o pravidlech, právech a povinnostech, o možnosti si na pracovníky nebo na službu stěžovat, o vedení dokumentace a možnosti do ní nahlížet, o mlčenlivosti pracovníků, oznamovací (viz. Příloha B) a překazovací povinnosti (viz. Příloha C). V této fázi může probíhat sociální práce s klienty, ale pouze ty výkony, které je možné klientům poskytovat bez smlouvy (zpravidla se jedná o kontakt, rozhovor, informační servis atp., záleží na individuálním nastavení konkrétní služby). Etapa je ukončena uzavřením smlouvy s klientem, kdy se ze zájemce o službu stává uživatel.

### ***Uzavření smlouvy***

Smlouva se s klienty v terénu uzavírá písemně a nebo je možné ji uzavřít ústně (ústní dohoda má stejnou váhu). Před uzavřením smlouvy by klient měl dostat veškeré informace o službě. Smlouva musí obsahovat tyto náležitosti: účastníky smlouvy, předmět smlouvy, sociální služby, které chce uživatel čerpat, místo a čas využívání, práva a povinnosti uživatele, cenu služby (zdarma), dobu platnosti smlouvy a možnost jejího ukončení, podpis uživatele a pracovníka služby a také souhlas s vedením

dokumentace. Pro děti a mládež je vhodné obsah smlouvy přizpůsobit jejich jazyku. U mladých dospělých je naopak dobré, má-li smlouva podobu běžné smlouvy, se kterou se mohou uživatelé setkat v komerčních službách – může jim pomoci lépe se v oblasti smluv orientovat.

### ***Práce s uživatelem***

Proces individuálního plánování probíhá s každým uživatelem, který má uzavřenou smlouvu o poskytování služeb. Je to proces, při kterém uživatel společně s pracovníkem nejprve hledají cíl spolupráce, pak si vyjasňují podmínky, plánují intervenci, revidují a uzavírají individuální plán. Proces samotného plánování může začít již před uzavřením smlouvy.

## **2.4 Služby poskytované klientům**

Vyhláška č. 505 udává rozsah úkonů poskytovaných v rámci základních činností u jednotlivých druhů sociálních služeb.

Základní činnosti při poskytování terénních programů se zajišťují v rozsahu těchto úkonů (Pojmosloví, 2008) :

### ***Společná aktivita***

Jde o aktivity poskytující náplň volného času zájemců/uživatelů, které nespadají do jiných výkonů NZDM, jednorázové či příležitostné programy (fotbálek, hakis, freesbee, volnočasové hry, streetfotbal,...).

### ***Situační intervence***

Je sociálně pedagogická práce s výchovným obsahem. Pracovník poskytuje klientovi zpětnou vazbu k jeho aktuálnímu jednání či vzniklé situaci „tady a teď“. Tato intervence může být pozitivní či negativní. Cílem je přinášet podněty a témata, na kterých se dá dále pracovat, čili využít potenciál situace k výchovnému působení

### ***Zprostředkování dalších služeb***

Dojednání návazné služby v příslušném zařízení, fyzický doprovod uživatele v situaci, kterou nezvládá sám a asistenci při jednání v těchto institucích.

### ***Kontakt s institucí ve prospěch klienta***

Jedná se o intervence realizované pracovníkem (ústně, telefonicky, písemně) u institucí návazné péče nebo dalších institucí, které ovlivňují uživatelův život. Kontakt je realizován se souhlasem a vědomím uživatele (nejlépe za jeho přítomnosti).

### ***Informační servis***

Jde o poskytování specifických informací pracovníkem. Tematicky mohou být informace zaměřeny na stejná témata jako poradenství (např. škola, rodina, shánění brigády, vztahy), sociálně právní a zdravotní témata (právní normy, bezpečný sex, rizika užívání návykových látek) nebo specifická témata dle dohody s uživatelem. Nejedná se o poradenský proces ale o prosté jednostranné předání informací od pracovníka k zájemci nebo uživateli.

### ***Poradenství***

Odehrává se formou rozhovoru s uživatelem. Zjišťuje se zakázka uživatele, co chce změnit, vyřešit, zlepšit, probrat, s čím chce poradit a uživatel zakázku potvrzuje. Obsahuje vyhodnocení situace, nabídku rady, společné hledání řešení a informací vedoucích k odstranění problémů. Cílem je jednak řešení aktuálních problémů a také zvyšování kompetencí uživatele tyto problémy řešit samostatně. Poradenství v NZDM se nejvíce zaměřuje na záležitosti vztahů, rodiny, sexu, návykových látek, školy, volného času, sociálně právní a jiné (obtížné životní situace).

### ***Skupinová práce***

Cílená aktivita poskytovaná skupině klientů, zaměřená na rozvoj psychosociálních dovedností, časově a prostorově ohraničená. Cílená práce se skupinou, s následnou reflexí, motivací, záměry. Pracovník je v roli moderátora a dělá odbornou práci, udává směr, řídí skupinu. Vychází z potřeb skupiny, ale může ji iniciovat i pracovník. Může být opakovaná i jednorázová s dlouhodobým cílem/přesahem.

### ***Krizová intervence***

Řešení krizové situace, vzniklé v životě uživatele, diagnosticko-terapeutickým přístupem přispívá ke zvládnutí psychické krize. Rozsah intervence závisí na tom, zda pracovník je kvalifikován pro krizovou intervenci. Pracovník bez kvalifikace poskytne uživateli v krizi pomoc pouze v rozsahu akutní intervence a předá ho kolegovi s kurzem krizové intervence. Pokud to není možné, doporučí jiného odborníka a nabídne doprovod. Pracovník v klidném prostředí stabilizuje emoce, vytvoří zájemci/uživateli bezpečný prostor, mluví na něj klidným hlasem, zrcadlí situaci a nebagatelizuje ji.

### ***Případová práce***

Je dlouhodobá individuální práce, která se zabývá konkrétním problémem klienta. Děje se plánovaně. Je to proces, který je totožný s individuálním plánováním.

K běžným úkonům terénní služby ještě patří uzavírání smluv a individuální plánování (viz výše).

Mimoto mohou terénní služby poskytovat ještě další výkony dle jejich potřeby, které ovšem zapadají do tohoto rámce, např.:

### ***Kontaktní práce***

Specifický druh kontaktu s klientem, který má za cíl vytvořit dostatečnou vzájemnou důvěru a podmínky potřebné pro rozvíjení kontaktu a poskytování dalších služeb. Součástí kontaktní práce je hledání a upevňování hranic a komunikace s uživatelem a kultivování jeho schopnosti vyjádřit své potřeby a naučit se využívat existující nabídky služeb. Zjednodušeně lze říci, že se jedná o každý „malý interaktivní rozhovor“ – trvající cca 5 minut.

### ***Rozhovor***

Delší rozhovor zaměřený na jedno téma. Jedná se o výkon, který pomáhá navzájem poznávat zájemce/uživatele, pracovníky, ale i sama sebe a tím se rozvíjí vztah a vzájemná důvěra.

### ***Vzdělávání***

Výchova a rozvoj kognitivních a motorických dovedností, hygienických a společenských návyků aj. (např. upevňování hygienických návyků, schopnost hospodařit s penězi apod.) Také jde o doučování školní či mimoškolní látky. Obvykle probíhá individuálně. Skupinově lze realizovat pouze na základě specifických potřeb cílové skupiny a lokality (např. společné téma lokality nebo skupiny).

### ***Volnočasové aktivity***

Volnočasové aktivity nabízené klientům v rámci terénní sociální práce s dětmi a mládeží sledují hned několik motivů. Pomáhají při navázání vztahu s klienty. Klienti zažijí pracovníky v jiné situaci, pro ně přirozenější a společné zážitky mají stmelující charakter. Mohou mít i preventivní potenciál, např. Graffiti jamy – klienti dostávají informace o legálním graffiti a mohou si to vyzkoušet.

Volnočasové aktivity mají také učící potenciál, obzvlášť ty, s kterými přijdou sami klienti a podílí se na jejich samotné realizaci. Pracovník zde má spíš roli mentora.

Vícedenní akce - výjezdy - mají pro klienty velký růstový potenciál. Učí se starat se sami o sebe, mít zodpovědnost za ostatní, učí se mluvit o „věcech“, pocitech, vyjadřovat názory, hodnotit sebe i ostatní, zažívají nové situace, učí se novým dovednostem, mohou si na pár dní odpočinout od každodenních problémů a svého prostředí, navazují nové vztahy a získávají možnost odstoupit od sebe a žít chvíli jinak než jsou zvyklí.

Volnočasové aktivity učí klienty jak trávit čas společensky přijatelnou formou a vytvářejí alternativu k placeným a nebo jiným institucionalizovaným aktivitám, které klienti nevyhledávají. Takovéto aktivity jsou prostředkem k sociálním službám a ne cílem.

## 2.5 Metody terénní sociální práce

K hlavním metodám terénní sociální práce patří především rozhovor, dále pak naslouchání a v neposlední řadě také pozorování. Rozhovor je de facto jediným nástrojem, kterým se sociální pracovník v terénu vybaven.

Při práci s klienty je osvědčené používat metodu motivačních rozhovorů, které Jan Soukup definuje jako: „*komunikační přístup zaměřený na hledání a rozvíjení vnitřní motivace klientů ke změně chování.*“ (Soukup, 2014: 15). Je to nedirektivní metoda, která vychází z předpokladu, že co lidé říkají, se spíš stane, než to o čem nemluví. Když se pracovníkovi v hovoru podaří klienta otázkami navést, aby mluvil o tom, jak se to dá udělat, co už v minulosti fungovalo, tak je daleko pravděpodobnější, že u klienta dojde ke změně, než když bude mluvit o tom, proč se to nedaří. Další postup, s kterým motivační rozhovory pracují, je že klient lépe přijme to, na co si přijde sám a proto je důležité používat otevřené otázky, shrnutí a reflexe namísto poskytování rad a hodnocení. Celá metoda pracuje s tzv. kolem změny, které dělí celý proces do pěti, respektive šesti fází, protože počítá i s relapsem. Jednotlivé fáze změny jsou: 1. Před uvažování o změně; 2. Uvažování o změně; 3. Rozhodnutí; 4. Akce (intervence); 5. Upevnění změny; 6. Relaps. Jednotlivé fáze se liší technikami a postupy, které pracovník používá. Například ve fázi „Uvažování o změně“ se zaměřujeme na ambivalence v klientových postojích. Zatím co ve fázi předešlé (Před uvažování o změně) zjišťujeme, na kolik klient změnu chce a na kolik si věří. (Soukup, 2014)

Technika pozorování je neméně důležitou metodou. Pracovník ji používá ve všech fázích terénní sociální práce, počínaje monitoringem, kde jak již bylo řečeno, se zaměřuje na lokalitu jako celek. Při práci s klienty si pracovník všimá chování a změny



chování klientům, (skupin i jednotlivců), jejich emocí, způsobu vyjadřování, stereotypů, norem, postojů atp.

### ***Shrnutí***

Druhá kapitola se věnuje terénní sociální práci s neorganizovanými dětmi a mládeží. V samotném úvodu vymezuje NZDM terénní služby, jak je definuje zákon. Cílovou skupinu definuje věkem, lokalitou a nepříznivou sociální situací, přičemž ji dělí do dvou skupin na děti a mládež (13 – 19 let) a mladé dospělé (20 – 26 let). V této práci se nezabýváme dětmi od šesti do dvanácti let.

Děti a mládež nejčastěji řeší: obtíže ve škole, v rodině, s trávením volného času, obtíže ve vrstevnických a partnerských vztazích, ve vztahu k sobě samému, ke společnosti, k institucím a obtíže s návykovými látkami.

Mladí dospělí mají mnohá témata společná s dětmi a mládeží a navíc se ještě často potýkají s dluhy, řeší bydlení, práci a konflikty se zákonem. Terénní sociální práce s dětmi a mládeží se snaží být pro klienta co možná nejvíce dostupná a to ve všech směrech (místně, časově, finančně, metodami práce atp). Tento přístup se nazývá nízkoprahový. Obsah terénní sociální práce probíhá v několika fázích, které kopírují průchod klienta službou, počínaje monitoringem, vyhledáváním, kontaktováním až po práci s uživatelem. Vyhláška č. 505 definuje devět NZDM výkonů, jejichž prostřednictvím pracovníci poskytují sociální služby klientům. Mimoto pro klienty a s klienty organizují různé volnočasové aktivity, které mají přesah do sociální práce.

Stěžejní metodou práce s klienty je metoda motivačních rozhovorů, kterou lze popsat jako nekonfrontační empatický přístup, který se zaměřuje na změnu chování klienta k chování méně rizikového.

### 3 Internetová sociální síť - Facebook

Facebook je rozsáhlý společenský webový systém sloužící hlavně k tvorbě sociálních sítí, komunikaci mezi uživateli, sdílení multimediálních dat, udržování vztahů a zábavě. Se svojí miliardou aktivních uživatelů (říjen 2012) je jednou z největších společenských sítí na světě. V současné době je na Facebooku přibližně 1,4 miliard uživatelů a jejich počet neustále roste. Je plně přeložen do šedesáti osmi jazyků. Název serveru vznikl z papírových letáků zvaných *Facebooks*, které se rozdávají studentům prvních ročníků na amerických univerzitách. Tyto letáky slouží k bližšímu seznámení studentů mezi sebou.

Z pohledu dětí a mládeže je Facebook virtuální prostor, který umožňuje snadné a jednoduché spojení s ostatními, s možností sdílení fotografií a zábavy. Prostor kde platí minimální pravidla je pro všechny dostupný a je aktuální. To znamená, že na Facebooku jsou „všichni každý den“, napříč sociálními a geografickými rozdíly, a i v případech kdy děti a mladí lidé nemají doma internet, ale mají alespoň chytrý telefon, a i kdyby ani ten neměli, tak se mohou připojit ve školách, knihovnách, obchodních centrech nebo NZDM klubech.

#### 3.1 Jak Facebook funguje

FB je, jak už bylo zmíněno virtuální prostor, který primárně slouží k zábavě. Je založen na „přátelských vztazích“, na sdílení informací, fotek nebo videí. Uživatelé FB si zakládají osobní profily<sup>3</sup>, které nejčastěji pojmenovávají svým jménem nebo svojí přezdívkou. Umísťují na nich informace o sobě, prezentují své názory a postoje. Mohou

---

<sup>3</sup> Osobní profil jsou „stránky“, které reprezentují jednotlivé uživatele FB.

si přidávat kamarády nebo kohokoli do „přátel<sup>4</sup>“, se kterými pak sdílí to, co zveřejňuje na svém profilu. Přátele je možné rozdělit do skupin a každé skupině pak přiřadit jinou míru toho co s nimi chceme sdílet. Profil se skládá ze „zdi<sup>5</sup>“, kam její uživatel umísťuje své statusy (text, fotky, videa), které sdílí s ostatními nebo lépe to, čím se chce prezentovat. Mimoto se na „zdi“ také objevují statusy, nebo stránky, které „lajkuje<sup>6</sup>“, sdílíme a nebo se k nim vyjadřujeme prostřednictvím komentáře<sup>7</sup>. Stejně tak naše statusy mohou lajkovat, sdílet a nebo komentovat ostatní. Pak se tyto reakce zobrazují, jak pod daným statusem, tak u těch, kdo na ně reagují na zdi. Dalším prostorem je „hlavní stránka“<sup>8</sup>, kde se uživatelům FB zobrazují statusy jejich přátel a navíc ještě statusy vlastní. Čím častěji my někoho lajkujeme, tím častěji se objevují jeho statusy u nás na profilu. Na tomto principu funguje zasílívanost FB.

Na FB je také možné zakládat různé skupiny a přidávat do nich přátele a nebo oni se do nich mohou přidávat sami, záleží na nastavení skupiny. Na FB je také možné zakládat „události“<sup>9</sup>, to se osvědčuje při propagaci akcí. Dalším způsobem, jak se dá na FB komunikovat, je posílání zpráv ostatním uživatelům FB, stačí znát jméno jejich profilu a nebo „chatovat“<sup>10</sup> s přáteli.

FB jako vizuální medium nejúčinněji komunikuje prostřednictvím fotek a videí, kterými se jeho uživatelé prezentují. A jestliže osobní profil slouží k sebe prezentaci

---

<sup>4</sup> Přátel je označení pro ostatní uživatele FB, se kterými se rozhodneme sdílet informace.

<sup>5</sup> Zed' je prostor na profilu, kam jeho majitel umísťuje své statusy

<sup>6</sup> Lajkovat pochází z anglického slova „like“, které znamená líbit se. Pod každým statusem je tlačítko „to se mi líbí, kterým je možné kladně ohodnotit status.

<sup>7</sup> Komentáře se zobrazují pod jednotlivými statusy a uživatelé FB se tak k nim vyjadřují, diskutují o nich.

<sup>8</sup> Hlavní stránka je další prostor na profilu kde se objevují příspěvky, které prezentují naši „přátelé“.

<sup>9</sup> Událost je efektivní způsob pro oslovení a pozvání uživatelů FB na svou akci .

<sup>10</sup> Chat je krátká komunikace nebo rozhovor dvou nebo více lidí prostřednictvím komunikační sítě.

Uskutečňuje se vždy v reálném čase.

uživatele FB, pak se dá říci, že je to de facto virtuální obraz, který dotyčný o sobě vytváří. Tímto vzniká nová kultura „selfie<sup>11</sup>“, kdy uživatelé FB fotí sami sebe svými telefony při různých situacích, které pak sdílí s ostatními. Stejně tak je populární natáčení videí.

### **3.2 Podmínky a zásady Facebooku**

FB ve své příručce Podmínky a zásady služby Facebook uveřejňuje veškeré podmínky, zásady a pravidla, kterými se řídí a které jsou platné i pro jeho uživatele. V jednotlivých kapitolách se věnuje právům, povinnostem a podmínkám, s nimiž musíte vyjádřit souhlas, chcete-li FB používat; zásadám používání dat; zásadám komunity; principům FB; reklamě na Facebooku a bezpečnosti.

Podmínky se na FB neustále mění a Facebooku o nich pravidelně informuje své uživatele. Poslední novelizace proběhla v lednu 2015.

Facebook shromažďuje řadu informací, které souvisejí s tím, jak ho jeho uživatelé používají. Tyto informace získává přímo od uživatelů. Sleduje, odkud ho používají, kdy ho používají, jaké weby a jak často navštěvují, co nakupují, za co platí, kam si nechávají koupené věci posílat a řadu dalších dat.

FB také shromažďuje informace o uživatelích, které poskytují jejich přátelé i zcela cizí lidé – sdílení fotografií, příspěvků, poslané zprávy, ale také (a to je potenciálně hodně problematické) informace získané, když někdo nezodpovědný a neopatrný poskytne Facebooku přístup ke svým kontaktům v mobilních telefonech či elektronické poště.

---

<sup>11</sup> Selfie je typ fotografického autoportrétu, pořízeného z ruky za pomoci digitálního fotoaparátu či chytrého telefonu.

FB shromažďuje i informace o zařízeních, která uživatelé užívají – počítače, telefony, tablety, jejich operační systémy, hardware, nastavení, jména souborů, používané aplikace, identifikátory zařízení, stav baterie, sílu signálu, GPS lokaci, informace z Bluetooth i WiFi, informace o mobilním operátorovi, IP adresu a telefonní číslo.

Opravdu velké množství informací FB shromažďuje z webů, které používají prvky jako Like/Líbí či přihlášení přes Facebook. Díky prakticky neustále aktivnímu přihlášení uživatelů má FB velmi detailní přehled o tom, co na internetu, klasickém i mobilním, navštěvují.

Mimoto FB získává informace od třetích stran, ať už partnerů nebo aplikací, zejména pak od Instagramu<sup>12</sup> a WhatsAppu<sup>13</sup>, které mu patří a je jen zcela na něm jak s informacemi naloží.

Shromážděné informace slouží prioritně k cílení reklamy a k marketingovým nabídkám. A jak sám FB zdůrazňuje, také k tomu, aby ochránil své uživatele; např. zablokováním účtu, pokud zjistí, že se uživatel náhle přihlašuje odjinud než obvykle. FB získaná data může poskytnout komukoli, protože cokoli uživatelé na FB nahrají, nahrávají do veřejného prostoru a není podstatné, jestli status nastaví jako „veřejný“ či „neveřejný“. To znamená, že cizí lidé mohou sdílet obsah uživatelů, psát o nich a nahrávat jejich fotografie.

Stejně tak může FB poskytovat dostupné informace (jako je seznam přátel) o uživatelích třetím stranám (aplikace, weby).

---

<sup>12</sup> Instagram je volně dostupná aplikace, která svým uživatelům umožňuje sdílení fotografií. K tomu je určena řada filtrů, které lze na pořízenou fotografii aplikovat.

<sup>13</sup> WhatsApp je aplikace umožňující výměnu zpráv a multimediálních souborů mezi vlastníky smartphonů

Jednou z priorit FB je cílená reklama a k tomu také využívá získané informace o uživateli. Při tom se ale zavazuje nesdílet žádné informace, které jakkoliv osobně identifikují jeho uživatele. Čím více informací FB sdílí, tím méně jsou anonymizované. FB považuje za „osobně identifikovatelné“ informace hlavně e-mail a jméno. FB uchovává informace o svých uživateli „*tak dlouho, jak bude potřebovat*“. Data, která o uživateli nasdíleli jiní uživatelé, smazána nebudou.

FB předá informace o uživateli na základě právních žádostí, pokud jednají v dobré víře, že je na dotaz nutné odpovědět, jak je uvedeno v podmínkách Facebooku. Zablokované účty si FB ponechává v databázích minimálně rok – pro případ, že by bylo potřeba něco zjistit. (Facebook, 2015)

### **3.3 Potenciál Facebooku pro terénní programy**

Důvodů proč být na FB je hned několik - Facebook naplňuje znaky terénu - tedy přirozeného prostředí, ve kterém se setkávají děti a mladí lidé. Je „cizím územím“, které neovládají sociální pracovníci ani rodiče se svými pravidly. U této cílové skupiny je vysoce oblíbené a jak už bylo řečeno, na Facebooku jsou „všichni každý den“. Díky těmto dispozicím je možné prostřednictvím FB oslovit velmi široké spektrum mladých lidí. Je vhodný nejen pro komunikaci s cílovou skupinou jako s celkem, ale nabízí i možnost vyhledávání jednotlivců (zasíl'ovanost - přátelé přátel)

Navíc je FB vhodný jako nástroj na propagaci terénní služby, akcí, prezentaci výstupů (fotky, videa). Komunikace je rychlá a efektivní oproti emailu, Skypu, ICQ apod., se vše odehrává v jednom prostředí a v reálném čase. Na FB máme přehled o tom „co se děje“ v rámci cílové skupiny, jaká témata jsou aktuální, jaké jsou skupinové normy, postoje, jak se vede jednotlivcům v jejich životě a jak se sami prezentují

(negativní a ohrožující jevy, aktuální témata atd.). Přes FB je možné předávat důležitá sdělení do komunity. Prostor FB je také možné využít k intervenci, zvláště když není možnost osobního kontaktu. V neposlední řadě můžeme v rámci FB preventivně působit na cílovou skupinu a na jednotlivce. Oproti klasickému terénu nejsme limitováni otevírací dobou a s klienty můžeme pracovat i mimo tyto pevně stanovené časy. Mimoto ještě FB prostředí nám zaručuje soukromí, v průběhu intervence. Klient se nemusí obávat reakcí kamarádů v partičce, jak tomu často v ulicích bývá.

### **3.4 Možnosti zapojení terénní služby do „života“ na Facebooku**

Míra zapojení se do dění na FB může být větší nebo menší. To s sebou přináší i různé příležitosti a rizika. Proto je dobré si před vstupem na FB stanovit, co je cílem vstupu terénní služby do tohoto prostředí, jaké jsou její možnosti a prostředky, zejména pak časové a personální.

#### ***Prezentační stránka***

Tato forma umožňuje využívání potenciálu FB převážně k propagaci služby, akcí a k informování klientů o otevíracích hodinách služby, o trasách kde se budou terénní sociální pracovníci nacházet, o aktuálních událostech, důležitých tématech apod. Jedná se víceméně o jednosměrnou komunikaci směrem ke klientům. Prezentační stránka neumožňuje chatovat s klienty, pouze jim zasílat zprávy. Není možné nahlížet na profily klientů. Prezentační stránku je možné pouze laikovat a psát komentáře pod statusy.

Pro službu je ideální zvolit formu „prezentační stránky“ na facebooku, pokud se rozhodnou využívat FB k prezentaci služby a zprostředkovávání informací. Touto

úrovni se ve své práci budu zabývat jen minimálně, protože slouží převážně k propagaci a neumožňuje poskytování intervencí jednotlivcům či skupinám.

### ***Osobní profil služby nebo pracovníků***

Osobní profil slouží především ke kontaktu s klienty formou osobní komunikace s jednotlivci nebo se skupinou prostřednictvím zpráv nebo chatu. Osobní profil je vhodný pro sdílení aktualit, diskutovaných témat, ale hlavně umožňuje osobní komunikaci, poskytování intervencí, sdílení fotek z akcí nebo preventivní působení na společenská témata, jako jsou skupinové normy apod. Osobní profily umožňují nahlížení do profilů našich přátel.

V této práci se budu zabývat touto formou, protože pouze na osobním profilu může probíhat „sociální práce“.

## **3.5 Základní standardy pro sociální práci v prostředí Facebooku**

Prvním krokem je bezpečný přístup na internet, nejlépe i v terénu. Pro tuto potřebu jsou ideální netbooky a nebo tablety s vlastním internetovým připojením. Je důležité si stanovit pravidelný čas na pohyb na FB, ideálně alespoň dvakrát týdně, aby nám neunikly důležité kauzy, žádosti o pomoc atp. Při hledání pravidelného času vycházíme z denního režimu cílové skupiny a z možností terénní služby. Nezbytností je dobře zabezpečený profil proti ukradení. Takovým situacím se dá předejít pravidelným upgradováním zabezpečení a hesla. Pravidla zabezpečení se na FB často mění a je potřeba na ně reagovat. Z toho vyplývá, že je důležité také pravidelně sledovat aktualizace. Při vytváření hesla platí obecně platné zásady (počet znaků a kombinace



jejich druhů a diakritiky). Dodržování etického kodexu a standardů kvality sociálních služeb platí i ve virtuálním prostředí. (Příhoda a kol., 2014)

V neposlední řadě je dobré mít vypracovanou metodiku práce na FB, která by měla řešit tyto oblasti (Příhoda a kol., 2014):

- úroveň zapojení do dění na FB,
- informace o službě,
- oslovování klientů, kdo koho bude žádat o přátelství,
- zabezpečení profilu,
- podmínky pro zveřejňování fotek a videí s klienty,
- jaké názory jsou vhodné, aby je pracovník prezentoval na FB,
- poskytování intervencí,
- vykazování intervencí,
- práce s informacemi, které klienti o sobě zveřejňují,
- ohlašovací a překazovací povinnost,
- nahlížení do profilů klientů.

### **3.6 Rizika sociální práce v prostředí Facebooku**

Prostředí FB můžeme vnímat jako jednu z lokalit, kterou navštěvujeme v rámci terénní sociální služby, ale na rozdíl od „ulice“ má svá specifika, stejně jako třeba terénní sociální práce v obchodních centrech, v hospodách atp. Specifika lokality nás navedou na rizika, která FB prostředí skýtá.

Nejprve se zaměřím na rizika, která popíši a vysvětlím. Bezprostředně potom budou následovat řešení, jak se s těmito riziky úspěšně vypořádat. Rizika dále nijak netřídím

do kategorií, i když by to samozřejmě bylo možné, třeba na komunikační, technické, etické, právní atp., ale nespátřuji v tom žádný přínos a proto to nedělám. V této kapitole vycházím z interní metodiky neziskové organizace Proxima Sociale o.p.s., ze svých zkušeností a ze zkušenosti svých kolegů.

#### ***a) Administrátoři zruší profil služby***

Služba má založený „osobní profil“, to znamená, že za profilem se nachází člověk a ne firma nebo nezisková organizace či terénní služba. Nahlásí - li někdo tuto skutečnost administrátorům, je to důvod pro zrušení profilu služby.

**Řešení:** Situaci je možné řešit již při samém zakládání profilu. Je vhodné profil pojmenovat tak, aby se v jeho názvu objevovali lidé /terénní pracovníci (např: „Teréňáci Jana a Honza“ spíše než „Terén Laxus“). Každý profil služby, by měl deklarovat, kdo se za ním „skrývá“, to znamená, že má v názvu profilu jména pracovníků nebo je má jako vysvětlení v informacích „o mně“. Po založení profilu je možné napsat administrátorům FB a nechat si udělit výjimku, s tím že je důležité vysvětlit, že za profilem se skrývají sociální pracovníci (lidé) a že klienti vědí, s kým komunikují. Tím se předejde pozdějšímu možnému zrušení účtu.

#### ***b) Změna podmínek a pravidel zabezpečení***

Na FB se neustále mění pravidla bez ohledu na naše přání a to zejména bezpečnostní nastavení. Hrozí špatná orientace sociálních pracovníků a tudíž neadekvátní reakce na novinky (např. přátelé nás mohou sami přidávat bez našeho souhlasu do skupin, kterých

jsou strůjci či správci). Změny podmínek FB, především v oblasti zabezpečení profilu, mohou mít fatální následky při prolomení anonymity klientů.

**Řešení:** Pravidelná kontrola nastavení FB, především bezpečnostní nastavení, sledování aktualizací a sledování skupin.

### ***c) Únik informací***

i. Individuální komunikace na FB, formou zpráv nebo chatu, nemůže klientům zaručit, že informace které o sobě sdělí, se nikdo jiný nedozví (netýká se překazovací a ohlašovací povinnosti). Nacházíme se v prostředí, kde veškeré informace skladuje třetí strana (na datových uložiscích společnosti FB) a my tudíž nemáme žádnou kontrolu nad tím, jak s těmito daty nakládá. Je zde riziko, že data mohou být zneužita nebo použita někým jiným (např. policií nebo pro marketingové nebo jiné účely jakoukoli společností, která si je koupí nebo jinak získá).

ii. Ukradením profilu, nebo nabouráním se do něj (vyzrazením hesla používaného při vstupu do FB profilu nebo jiným způsobem), hrozí jasné riziko úniku informací o klientech a jejich bezpečnosti. Zvláště zveřejnění citlivých informací o klientech sociální služby nebo vydávání se za pracovníky služby může být velmi nepříjemné.

**Řešení:** i. Na počátku každé individuální komunikace je možné klienta informovat o rizicích, aby se mohl sám svobodně rozhodnout např. vložení následujícího poučení“

*„Jsme rádi, že si s námi chceš povídat/psát, ale než začneme, musím Tě požádat o souhlas s přijetím rizik, které komunikace přes FB obnáší.*

*Tyto rizika jsou:*

*V prostředí FB hrozí ztráta tvého soukromí především z důvodu ukradení/nabourání se do tvého profilu někým jiným. Také tím, že vše co si tady napíšeme, se ukládá na datová úložiště společnosti FB a ani ty ani my nemáme kontrolu, jak s těmito daty nakládá. Je určité riziko, že data mohou být zneužita/využita někým jiným (např. policií).*

*Rozumíš těmto rizikům, přijímáš je, a i přesto chceš svá témata řešit přes FB?“*

(Příhoda a kol, 2014: nečíslováno)

ii. Profil služby je chráněn heslem (nejlépe s více jak osmi znaky a kombinací písmen a čísel), při přihlašování na FB je dobré dávat pozor, aby klienti neviděli zadávání hesla, heslo je dobré neukládat a vždy po ukončení práce se odhlásit. Pracovníci si jsou vědomi možného ukradení profilu klienta (na druhé straně komunikace nemusí být vlastník profilu). Na tuto možnost reagují jako by komunikace probíhala poprvé. Komunikace o „osobních věcech“ i kdyby navazovala na předchozí rozhovor, nechávají na klientovi a reagují pouze na to, co aktuálně píše (cílem je neprozradit případné osobní informace) a pokusí se ověřit několika otázkami skutečnou totožnost osoby na druhé straně.

***d) Chování klientů ve FB prostředí může být jiné, než jsme zvyklí z osobního kontaktu***

Klienti se často v prostředí FB chovají a komunikují jinak, než jak jsme zvyklí z osobního kontaktu „na ulici“. Komunikace bývá otevřenější, drsnější, stručnější, klienti i klientky „mají větší ramena“, témata zveličují nebo používají různé fráze. Z toho

vychází nebezpečí vzájemného nepochopení a v důsledku neadekvátní reakce pracovníka může dojít k poškození klienta.

**Řešení:** Pracovníci reflektují tyto okolnosti a v kontaktu s klienty jednájí opatrněji, více se ujišťují, zda si vzájemně rozumí, více reflektují a shrnují co bylo řečeno (otázky typu: „Chápu-li tě dobře...; Chtěla jsi mi tím říct“ apod.)

#### ***e) Špatně nastavená pravidla soukromí***

Špatně nastavená pravidla soukromí profilu služby ohrožují soukromí klientů a tím i ostatních přátel (zejména co nebo kdo může vidět: „přátelé, přátelé přátel, všichni“ nebo co kdo může do profilu, skupiny a zdi vkládat).

**Řešení:** Nastavení soukromí je ve všech parametrech na úrovni „vidí pouze přátelé“, pokud se to netýká všeobecných informací o službě, nebo o akcích pro veřejnost. Nastavení „všichni“, na našem „statusu“ by mělo být pouze pro veřejné příspěvky od nás.

#### ***f) Horší možnosti ochrany***

Umístíme-li fotku klienta na FB musí klient počítat s tím, že ji kdokoli z „přátel“ může sdílet a dotyčného na fotce označit. Tím může dojít k narušení soukromí.

**Řešení:** Před umístěním fotky na FB je vždy nutné si vyžádat souhlas od klienta a upozornit na možné „označení“ z třetí strany, případně požádat o souhlas i s

označením. Přesto, že klient souhlasí, je dobré se ujistit, že chápe důsledky (ztráta anonymity).

### ***g) Etická rizika***

i. Na FB dochází k většímu odhalování soukromí klientů než by samotní pracovníci chtěli vidět. Klienti umisťují na FB fotky na kterých konzumují návykové látky, fotky které zobrazují nelegální graffiti, videa z bitek, statusy<sup>14</sup> s rasistickými názory, informace naznačující dealování drog atp. Na určité situace se vztahuje ohlašovací a překazovací povinnost a některé situace jsou povinni hlásit podle zákona č. 359/1999 Sb., o sociálně právní ochraně dětí, ve znění pozdějších předpisů (zákon o SPOD).

Některé statusy se objevují u pracovníků na profilu a zda je uvidí či ne úplně ovlivnit nedokáží, protože se na hlavní stránce objevují automaticky, jsou-li s klienty v „přátelském vztahu“. Navíc se těžko posuzuje hodnověrnost těchto informací.

ii. Prostředí FB, ze své podstaty otevřeného a propojeného prostoru, nabízí pracovníkům sociálních služeb možnost prohlížení profilů klientů. Pracovníci se tak dostanou k velkému množství osobních informacích o klientech, které by jim možná sami o sobě ani neřekli.

iii. Vyjadřují-li pracovníci své názory na FB, měli by si uvědomit, že názory a stanoviska neprezentují sami za sebe, ale ze službu. Vyjadřují-li se k náboženským nebo politickým otázkám dostávají se eticky na slabý led.

---

<sup>14</sup>Statusem se rozumí jakýkoli výrok, názor, komentář, vtip, fotka, video, který uživatel FB umisťuje do tzv. „status baru“ (okénka) na svém FB profilu.

**Řešení:** i. Klienty již v rámci prvního kontaktu informujeme o povinnostech pracovníků, které vyplývají z ohlašovací a překazovací povinnosti a ze zákona o SPOD. Tyto informace se navíc mohou objevujevit i v nastavení profilu - „Informace o službě“. Objeví-li pracovník takové skutečnosti které je nutné hlásit, informuje klienta a doporučí mu status z FB stáhnout a dále postupuje podle zákona. Pracovník si vždy nejprve ověří, zda situace, skutečnost je opravdu taková jakou se jeví.

Pracovníci by měli prohlížení FB profilů klientů omezit na co nejmenší možnou míru, a když už do profilů nahlíží, tak z jasných důvodů nebo cílů, když vědí proč tak činí (např. klienta dlouho neviděli a mají o něj obavu). Na témata svou závažností hraničící s ohlašovací povinností pracovníci reagují bezodkladně. Pracovníci své názory k politickým, náboženským tématům na FB nevyjadřují. Komentují statusy neutrální a nebo vycházející z obtížné životní situace.

### **3.7 Kontakt a intervence na Facebooku**

Pracovníci by si měli být při každém kontaktu s uživateli v prostředí FB vědomi rizik (viz výše), která z tohoto kontaktu plynou a snažit se je minimalizovat. K minimalizování rizik poslouží dodržování základních zásad pro kontakt a intervence v prostředí FB s cílovou skupinou. Zásady se nesnaží postihnout běžnou komunikaci s uživateli o obyčejných věcech (např. běžná otázka jak se kdo má, domluva kdy začíná rytířský turnaj apod.), ale soustřeďují se na řešení závažnějších témat.

Definice vážnějších/osobnějších témat: „Témata, která jsou pro uživatele důležitá, je v nich emočně vázán a dotýkají se jeho osobnosti a vztahů (např. vztahy s vrstevníky, partnerská hádka, konflikt s rodiči), nebo jsou pro něj rizikovými s ohledem na okruh

témat vycházejících ze závažné životní situace. (např. potíže ve škole, hledání vhodné práce, rizikové chování kriminalita, drogy apod.).

### **3.7.1 Hlavní zásady on-line komunikace v prostředí Facebooku**

Osobní forma intervence má vždy přednost před FB. Na počátku každé intervence v prostředí FB pracovníci dbají na kontext, jak kontakt vzniknul, pokud aktuální komunikace vznikla čistě přes FB, připomene pracovník klientovi nebezpečí vyplývající z FB komunikace a snaží se iniciativu nechat především na klientovi samotném. Pro případ ukradeného/zneužitého profilu, se pracovník snaží neprozrazovat nic, o čem již přes FB nebyla řeč, pokud klient navazuje na komunikaci mimo FB, pracovník se doptává a ověřuje, případně, pokud to počká a klient bude souhlasit, vyzývá klienta, aby souhlasil s možností později celý problém probrat osobně. Pokud si klient i přes upozornění na rizika vybere možnost probrat téma na FB pro vážné důvody, které mu zabraňují osobní setkání (pracovník ověří doptáním se na možnosti klienta), pracovník mu vyhoví a zahájí intervenci i přes FB.

Během rozhovoru pracovník dbá na rizika nedorozumění a častěji se doptává jak to či ono bylo myšleno či z klientovy strany pochopeno. Snaží se redukovat komunikaci a striktně se držet tématu, reagovat na aktuální klientovy potřeby a možnosti (např. emoční stav), je si vědom rizik, příliš nerozvětňuje a nezavádí tok komunikace do přílišných souvislostí, které by byly pro pracovníky NZDM jindy také zajímavé, ale přes omezení v psané formě intervence (a rizik spojených s FB) není vhodné do nich zabíhat. Uděluje jednoduché rady maximálně srozumitelným způsobem (několikrát než je odešle si je přečte a zamyslí se, jak to může být pochopeno), ověřuje si, jak to bylo



pochopeno, a častěji shrnuje „jestli ti dobře rozumím, tak ...?“ Těmito postupy dává klientovi prostor k odhalení případného vzájemného nedorozumění.

Po udělení intervence pracovník rekapituluje sobě i klientovi jak a kam v komunikaci došli a ověří si, že to klient pochopil a že mu to stačí, opět mu nabídne možnost osobního setkání, pokud se později ukáže, že to je potřeba. Pracovník se domluví s klientem na jasných termínech revize (co a kdo udělá a kdy se to bude vyhodnocovat). Během období do revize klienta nezatěžuje otázkami, jak se téma posunulo, ale nechá aktivitu na jeho straně. Jinak vzniká nebezpečí zahlcení klienta tématem a kontaktem s pracovníkem (možnost četné komunikace na FB svádí k neustálému doptávání). Pokud bude mít uživatel naopak potřebu téma sám zmínit nebo revidovat, pracovník mu vyhoví. (Příhoda, 2014)

### **3.8 Nastavení profilu**

Z FB profilu služby by mělo být klientů jasné, že se jedná o terénní sociální službu; kdo se za profilem skrývá (s kým fakticky komunikují); co je předmětem činnosti, komu je služba určena a jakým způsobem pracuje; jaká zde platí pravidla; jaká jsou práva a povinnosti klientů a povinnosti pracovníků; kontakty na službu a na pracovníky. V podstatě se jedná o informace, které jsou klientům předávány v rámci prvokontaktu (když vstupují do sociální služby) při kontaktu v ulicích. Jedině když klienti pochopí co FB profil nabízí, tak mohou službu čerpat.

Vzhledem ke skutečnosti že FB profily jsou primárně osobní profily a je v nich minimální prostor ke vložení informací o službě, je potřeba být vynalézaví. Informace o službě lze vkládat přímo do profilu, dále pak je zde prostor v záložce „Informace“, kde

jsou předdefinované oblasti, jako: „Přehled; Práce a vzdělání; Místa, kde jste žili; Kontaktní a základní údaje; Rodina a vztahy; podrobnosti o nás; Životní události“.

V informacích by nemělo chybět poučení o rizicích spojených s komunikací na FB:

*„Jsme rádi, že si s námi chceš povídat/psát, ale než začneme, musím Tě požádat o souhlas s přijetím rizik, které komunikace přes FB obnáší.*

*Tato rizika jsou:*

*V prostředí FB hrozí ztráta tvého soukromí především z důvodu ukradení/nabourání se do tvého profilu někým jiným. Také tím, že vše co si tady napíšeme, se ukládá na datová úložiště společnosti Facebook a my ani ty nemáme kontrolu jak oni s těmito daty nakládají. Je zde určité riziko, že data mohou být zneužita/využita někým jiným (např. policií).“*

*Rozumíš těmto rizikům, přijímáš je a i přesto chceš svá témata řešit přes FB?*

(Příhoda a kol., 2014: nečíslováno)

Informace o službě:

- název organizace,
- jména pracovníků/pracovníků,
- kontaktní údaje (adresa, email, telefon, web.),
- otevírací doba služby,
- časy garantované na FB,
- veřejný závazek,
- pravidla služby na FB,
- práva a povinnosti klientů,
- povinnosti pracovníků (ohlašovací a překazovací povinnost),
- poučení o rizicích komunikace na FB,

- návazné služby.

### *Shrnutí*

Facebook je jedna z největších sociálních sítí na světě. Slouží ke komunikaci mezi uživateli, seznámení, budování vztahů, sdílení různých dat a především k zábavě. FB můžeme chápat, jako jednu z lokalit, kde se vyskytují „všichni každý den“. Jsme-li na Facebooku, pak bychom si měli být vědomi, že tento prostor vlastní soukromá firma, která má veškerou kontrolu nad informacemi, které na FB sdílíme a mimo to ještě disponuje s informacemi o nás (jaké webové stránky navštěvujeme, odkud se připojujeme, co nakupujeme atp.) a je jen pouze na ní, jak s informacemi naloží a komu je prodá. Zároveň je to virtuální prostor, jehož potenciál můžeme využít k propagaci sociální služby, komunikaci s klienty - jednotlivci a nebo se skupinami, prezentaci názorů a v neposlední řadě k sociální práci. To k čemu FB budeme používat, definuje typ profilu, který si zvolíme. Při zakládání a nastavování profilu bychom měli mít na paměti, že klientovi by mělo být na první pohled jasné, že se jedná o sociální službu, která má nějaká pravidla a ne o dalšího „přítele“. Rizika práce určují specifika tohoto virtuálního prostředí a je dobré se jimi zabývat, abychom mohli takovým situacím předcházet.

Jako rizika uvádím: zrušení profilu služby, změnu podmínek a pravidel zabezpečení, únik informací, ukradení profilu, odlišnosti v chování klientů ve virtuálním prostředí od reálného kontaktu tváří v tvář, špatně nastavená pravidla soukromí, ochrana soukromí, odhalování soukromí klientů, prezentace názorů, nabourávání se do soukromí klientů a problematická ověřitelnost informací. Většina těchto situací se dá předem ošetřit, a na ty ostatní se alespoň můžeme připravit a promyslet postup. Při osobním kontaktu

s klientem přes FB a při poskytování intervencí by měl mít pracovník na paměti všechna rizika, a klienta na ně předem upozornit. Je dobré si ověřovat, že oba mluvíme (píšeme) o tomtéž. I přes všechna rizika má FB daleko větší potenciál, a je jen na nás, jak ho využijeme a jak rizikové situace ošetříme.

## II. Empirické výzkumné šetření

### 4 Formulace hlavního cíle výzkum a dílčích výzkumných otázek

#### *Hlavní výzkumný cíl zní:*

HC: Zjistit, s jakými riziky je třeba počítat při terénní sociální práci s cílovou skupinou neorganizované děti a mládež na FB a jak se s nimi úspěšně vypořádat.

Aby bylo stanoveného hlavního cíle výzkumu dosaženo, byly položeny tyto dílčí výzkumné otázky:

#### *Dílčí výzkumné otázky:*

VO1: Jaká rizika nejvíce limitují terénní sociální práci na FB?

VO2: Jaké jsou konkrétní způsoby, jak se s těmito riziky vypořádat?

VO3: Proč nebýt na FB (jako služba)?

### 5 Metodologie výzkumu

Práci budu zkoumat kvalitativní výzkumnou strategií, jejíž podstatou, jak uvádí Hendl, je vytvořit komplexní holistický popis daného jevu při kterém výzkumník analyzuje texty, situace, názory a chování účastníků výzkumu. Zkoumání provádí v přirozených podmínkách (Hendl, 2008).

Při výzkumu budu vycházet z induktivní metody, to znamená že: „z pravidelnosti zkoumaných událostí budu odvozovat obecné pravidlo o určité pravidelnosti platné pro další události na jiném místě nebo v jiném čase.“ (Hendl, 2008: 34)

Údaje budu získávat metodou polostrukturovaného rozhovoru (interview), s otevřenými otázkami. „Tento typ rozhovoru je kompromisem mezi strukturovaným a nestrukturovaným rozhovorem. Tazatel se drží předem připravených otázek, avšak průběžně reaguje na podněty, které přicházejí ze strany respondenta. Nejedná se tedy pouze o sledování připraveného schématu“ (Skutil a kol., 2011: 91) „Polostrukturovaný rozhovor vyžaduje náročnější technickou přípravu. Vytváříme si určité schéma, které je pro tazatele závazné. Toto schéma obvykle specifikuje okruhy otázek, na které se budeme účastníků ptát. Obvykle je možné zaměňovat pořadí, v jakém se okruhům věnujeme, a dle potřeby a možností tedy toto pořadí upravujeme, abychom tím maximalizovali výtěžnost interview. Někdy strategii v průběhu interview mezi jeho různými částmi diferencujeme.“ (Miovský, 2006: 160)

To znamená, že některé části necháváme více na tazateli a u jiných dodržujeme formu striktně. Vše s ohledem na danou situaci. V průběhu rozhovoru si od respondenta necháváme upřesnit a vysvětlit jeho výroky. Průběžně se ujišťujeme, že hovoříme o tomtéž a klademe doplňující otázky a téma rozvíjíme, pokud koresponduje s výzkumnými otázkami.

Analytickou jednotkou budou sociální pracovníci z oslovených terénních programů, kteří jsou s klienty v kontaktu na FB služby. Kritériem výběru pro sociální pracovníky bude co nejdelší praxe v daném terénním programu, respektive co největší zkušenosti s prací na FB.

Za kritérium výběru terénních programů jsem zvolila: terénní program pracuje s dětmi a mládeží a má osobní profil na FB, který neslouží pouze k propagaci služby. Z oslovených organizací mi kladně odpověděly právě tyto čtyři terénní programy. Jedná se tedy o totální výběr.

Jako druhou doprovodnou metodu jsem zvolila analýzu dokumentů – „Výhodou této výzkumné metody je rozmanitost dokumentů a nabízí přístup k informacím, které by se jiným způsobem těžko získávaly. Další výhodou je, že nedochází ke zkreslení dat interpretací, jak je tomu například u rozhovoru. Subjektivita hraje roli pouze při volbě dokumentů a ne při získávání informací.“ (Hendl, 2008: 130)

K záznamu rozhovorů, po předchozím souhlasu použiji diktafon. Nahrané rozhovory přepíši a vyhodnotím. Přepsané rozhovory uveřejním jen v případě získání souhlasu respondentů (viz. Příloha A).

Za zkoumané dokumenty jsem zvolila FB profily oslovených terénních programů.

Za druhý druh zkoumaných dokumentů jsme zvolila konkrétní intervence poskytované pracovníky vybraných služeb, které mi pracovníci jednotlivých terénních programů poskytli. Z etických důvodů je nebudu dávat do příloh, protože se jedná o citlivé údaje o klientech.

Sebraná data budu analyzovat metodou vytváření trsů a dále pak interpretovat. Budu dávat do souvislosti rizika a fungující postupy. Nakonec zodpovím dílčí výzkumné otázky a otázku hlavní.

## **5.1 Časový harmonogram výzkumu**

Sběr údajů se konal v období od ledna 2015 do února 2015. Osloveni byli pracovníci pražských terénních programů, kteří pracují s cílovou skupinou neorganizované děti a

mládež. Rozhovory probíhaly buď přímo v zázemí terénních programů, případně v prostředí, které si respondenti sami zvolili.

Rozhovory byly přepsány v průběhu února 2015. Získaná data vyhodnocena počátkem března 2015.

## **5.2 Rizika výzkumu a jejich eliminace**

Riziko výzkumu spatřuji ve zvolené metodě získávání údajů – polostrukturovaném rozhovoru, kdy otázky mohou ovlivnit odpovědi respondentů. Konkrétně mám na mysli situaci, kde se ptám respondentů na jejich práci s klienty na FB, na rizika sociální práce v tomto prostoru atp. Mám pocit, že respondenti budou odpovídat, ne jak reálně s klienty pracují, ale jak by to měli ideálně dělat, respektive jak to mají napsané v metodice.

Tuto situaci jsem se snažila eliminovat tím, že jsem zvolila doprovodnou metodu – analýzu dokumentů, ve které budu analyzovat intervence sociálních pracovníků na FB a tím se o jejich reálné práci dozvím daleko více. Samozřejmě zde vyvstává další riziko, které spočívá v tom, že je pouze na respondentech, které intervence mi poskytnou. Nabízí se možnost mi poskytnout intervence, které jsou z jejich pohledu bezchybné. Této situaci jsem se snažila předejít tím, že získané intervence nebudu dávat do příloh ani nikde publikovat. Po vyhodnocení je skartuji. O tomto postupu jsem je informovala.

## **5.3 Transformace**

Transformaci lze zjednodušeně chápat jako klíč, který nám slouží k přeměně (transformaci) dílčích cílů do sledovaných znaků či indikátorů, respektive otázek, abychom věděli, jaké údaje je třeba při výzkumu shromáždit a co shromážděné údaje



znamenaají. V další fázi –analýzy údajů probíhá transformace opačně, sebrané údaje se opět transformují a dostaneme odpovědi na dílčí výzkumné otázky a na hlavní výzkumnou otázku.

U každého dílčího cíle uvedu metodu získání informací, definuji nositele informací (zdroj) a nakonec určím indikátory, tedy sledovaná slova nebo uvedu konkrétní otázku. Pro lepší přehlednost nepoužiji formátu tabulky, ale zvolím formu schéma.

### **5.3.1 Transformační schéma**

***VO1: Jaká rizika nejvíce limitují terénní sociální práci na FB?***

METODA: a) Polostrukturovaný rozhovor s otevřenými otázkami.

b) analýza dokumentů

c) analýza dokumentů

ZDROJ: a) terénní sociální pracovníce/pracovníci

b) intervence

c) FB profily

INDIKÁTORY: a) výčet rizik, výčet situací, výčet odlišností v komunikaci

b) nejednoznačnosti v komunikaci, bezcílná komunikace

c) zveřejněné údaje o klientech (jména profilů, detailní fotografie klientů, označení klientů na fotkách)

OTÁZKY: Jaká rizika vnímáte při sociální práci na FB?

Jaké situace ošetřuje Vaše FB metodika?

V čem je komunikace klientů na FB odlišná od komunikace „naživo“?

Jak vnímáte situaci, kdy informace o klientech „skladuje“, 3. strana?

**VO2: Jaké jsou konkrétní způsoby, jak se s těmito riziky vypořádat?**

METODA: a) Polostrukturovaný rozhovor s otevřenými otázkami.

b) analýza dokumentů

c) analýza dokumentů

ZDROJ: a) terénní sociální pracovníce/pracovníci

b) intervence

c) FB profily

INDIKÁTORY: a) příklady dobré praxe, výčet kurzů a vzdělávání

b) informace o rizicích, o bezpečnosti na internetu

c) informace o službě (název organizace, jména pracovníků / pracovníků, kontaktní údaje - adresa, e-mail, telefon, web., otevírací doba služby, časy garantované na FB, veřejný závazek, pravidla služby na FB, práva a povinnosti klientů, povinnosti pracovníků (ohlašovací a překazovací povinnost), poučení o rizicích komunikace na FB, návazné služby).

OTÁZKY: a) Jakým způsobem pracujete s klienty na FB.

Jaký kurz/vzdělávání zaměřený na sociální práci na FB jste absolvoval/la.

DOPLŇKOVÉ OTÁZKY: aa) Jak si ověřujete, že za profilem je ta/ten, co si myslíte, že tam je?

Jak chráníte soukromí vašich klientů?

Jak posuzujete věrohodnost informací?

Jak budete postupovat, dozvíte-li se na FB o trestném činu, který spadá do oznamovací, překazovací povinnosti? Už jste podobnou situaci řešili?

Co děláte pro to, aby Vaši klienti z FB profilu poznali, že se jedná o sociální službu?

***VO3: Proč nebýt na FB (jako služba)?***

METODA: a) Polostrukturovaný rozhovor s otevřenými otázkami.

ZDROJ: a) terénní sociální pracovníce/pracovníci

INDIKÁTORY: a) mezní hranice, výčet nepřijatelných situací, statusů, fotek, podmínek FB

OTÁZKY: a) Jaká témata s klientkami/klienty neřešíte a proč?

Proč je podle Vás dobré nebýt na FB (jako služba)?

Dovedete si představit, že zrušíte svůj (služební) FB profil? Co by se muselo stát?

## 5.4 Analýza a interpretace dat

Pro systematizaci získaných údajů jsem použila kódování dat. Miovský tento proces chápe jako operaci, při které neseskupené údaje převádíme do datových jednotek, s nimiž je možné dále pracovat. Jednotkám přiřazujeme názvy. (Mioviský, 2006).

Nejprve jsem však rozdělila data podle zdrojů a použitých metod a následně jsem je redukovala, přičemž jsem vynechala všechny části textu, které nesdělují explicitně vyjádřenou informaci. Takto upravená data jsem podrobila analýze. Dle Miovského je analýzu údajů možné považovat za jednu z nejtěžších fází výzkumu. Lze na ni nahlížet různě. Jeden směr ji vnímá jako utřídění a popis získaných údajů a na druhé straně ji můžeme chápat více jako umění než vědu. Já jsem zvolila metodu analýzy, která se nachází někde uprostřed této pomyslné škály. (Mioviský, 2006)

Pro analýzu dat jsem použila „metody vytváření trsů“. *„Tato metoda slouží obvykle k tomu, abychom seskupili a konceptualizovali určité výroky do skupin, např. dle rozlišení určitých jevů, místa, případů atd. Tyto skupiny (trsy) by měly vznikat na základě vzájemného překryvu (podobnosti) mezi identifikovanými jednotkami. Tímto procesem vznikají obecnější, induktivně zformované kategorie, jejichž zařazení do dané skupiny (trsu) je asociováno s určitými opakujícími se znaky, určitým charakteristickým uspořádáním atd. Společným znakem takového trsu může být například tématický překryv.“* (Mioviský, 2006: 221) Zjednodušeně řečeno v získaných údajích hledáme části textu, které se týkají jednoho úzce ohraničeného tématu. Základní princip této metody spočívá ve vytváření trsů na základě srovnávání a shlukování dat. Jako klíč, jak již bylo řečeno v kapitole 5.3 Transformace, jsem použila transformační schéma, ale opačným směrem než prve.

Interpretace dat je prostředek, díky němuž jsme schopni nalézt odpovědi na zkoumané otázky. Při interpretaci vycházím z holistického přístupu. Citace respondentů uvádím v uvozovkách v doslovném přepisu. Respondenty a potažmo i služby od sebe odlišuji označením A, B, C a D, což nemá žádnou souvislost s jejich jmény a nebo názvy služeb.

Analyzované údaje interpretuji zvláště pro jednotlivé dílčí výzkumné otázky, které následně zodpovím.

#### **5.4.1 VO1: Jaká rizika nejvíce limitují terénní sociální práci na FB?**

Jako riziko, respondenti uváděli odlišnou formu komunikace. Písemné komunikaci chybí neverbální složka, je odosobněná a jsou z ní patrné jen těžko patrné emoce. *„Člověk musí daleko víc dávat pozor na vtípky a ironie, to tam není poznat. Člověka můžeš docela dobře urazit a nebo naštvat, můžeš ho rozbrečet, protože nepřepneš do toho, že mluvíš, ale píšeš“*, jak uvádí respondent D. V důsledku toho dochází častěji k nedorozuměním. Také s sebou tato komunikace přináší větší množství testování pracovníků, kdy je na nich, aby rozlišili, kdy je klient jen zkouší a kdy se jedná o seriózní sdělení. Mimoto komunikace v prostředí FB s sebou přináší větší míru rozvláčnosti a povrchnosti. *„Pokud neinicujeme tu hloubku, tak ten klient ji neinicuje“*, říká respondent A. Písemná komunikace je náročná časově a daleko víc zahlcující. Klienti tráví na FB čas a nudí se a tak píše pracovníkům, ale de facto nic nepotřebují, což je patrné z intervencí poskytnutých respondentem B, kdy jim klientka píše, protože je doma nemocná a nudí se, ale nic nepotřebuje a ani po úvodních frázích: *„Ahoj, jak se máš, co nového, co děláš?“*, vlastně ani neví o čem se má s pracovníkem bavit. Celá konverzace trvá hodinu a půl. Oproti osobní komunikaci v terénu, ale

nedochází k navázání bližšího vztahu. Tyto komunikační šumy jsou pro pracovníky časově vysilující a navíc se nedají tak snadno odhalit.

„Pracovníci nemusí vědět, kdo je na druhé straně, ale zároveň si myslí, že je to ten člověk kterej ti píše“, uvedl respondent D. To představuje další riziko v podobě úniku informací o klientech. Je snadné se někomu nabourat do profilu, protože klienti se často zapomínají odhlásit. „Je to takovej nešvar, že to zmiňujou i ty děti. Když jim půjčuju tablet, tak vidíme, že se neodhlásili, tak jim to připomínáme“, uvádí respondent B a dále dodává, že těch zkušeností je mezi klienty daleko víc. V intervenci poskytnuté pracovníkem A, klient oslovuje pracovníka sprostě a o dvě hodiny později se pracovníkovi omlouvá s tím, že to psal asi někdo jiný a že neví, kdo.

Rizikové je samo o sobě prostředí FB, které je založené na sdílení informací a není anonymní. Je sice na klientech, jak pojmenují svůj profil, což s reálným jménem klienta nemusí korespondovat, ale obvykle z profilu klientů lze poznat, o koho se jedná. Míra úniku informací v důsledku špatného zabezpečení profilů, jak pracovníků, respektive služeb a klientů, je velká. V důsledku špatného zabezpečení profilu služby tak klienti přestávají být anonymní. Ostatní vidí, že jsou přiřazeni k sociální službě. Na profilu služby B se pod statusy, které tam pracovníci umísťují, zobrazují komentáře, z kterých je jednoduché vydedukovat, že se jedná o klienty. Mimoto pracovníci s klienty veřejně řeší, kde se klienti v tu chvíli nacházejí, aby se za nimi mohli stavit. Potíž je i s lajkováním statusů a to jak na profilu, tak na stránce, kde se na profilu zobraze seznam lidí, kteří status lajkovali. Na stránce se musí status rozkliknout a pak se seznam také objeví. Samozřejmě statusy mohou lajkovat i ti, kdo nejsou klienti, ale zároveň není těžké vypožorovat, kdo by klient mohl být.

V důsledku špatného zabezpečení klientských profilů se klienti stávají snadno identifikovatelní a pracovníci se o nich mohou volně dozvídat věci, které jim sami klienti neposkytnou, ale objevují se na hlavní stránce profilu služby. Může docházet k situacím, kdy pracovníci jsou nuceni zákonem (ohlašovací a překazovací povinnost) situace hlásit Policii, protože znají klientovo jméno a příjmení. Respondent D ve svém výzkumu zaměřeném na chování NZDM klientů na FB zjistil, že polovina pražských služeb neměla zabezpečené profily tak, aby se cizí člověk nedostal k jejich klientům (do přátel).

Problematické je také zveřejňování fotek, klientů na profilu služby, protože opět tak dochází ke ztrátě anonymity klientů, kterou si ne všichni klienti jsou schopni uvědomit. Na profilu služby B jsou detailní fotky klientů a na některých jsou klienti i označeni<sup>15</sup> a na některých jsou dokonce označeni urážlivými slovy jako: „Pi-a“ a „Č-rák“. Na profilu služby C jsou také detailní fotky klientů. K fotkám jsou připojeny komentáře vyfocených, čímž je také prolomena anonymita klientů.

Problematické může být samo vykazování intervencí poskytovaných v prostředí Facebooku z perspektivy zákona o sociálních službách, protože NZDM služby jsou poskytovány pouze formou terénní a ambulantní. On- line intervence úplně nespadají ani do jedné z uvedených kategorií. Respondent D se setkal se situací, kdy jim středočeský kraj nechtěl zaregistrovat službu „Jdi di klubu“, která poskytuje intervence v internetovém prostředí jako NZDM službu s touto argumentací.

Další riziko, které spatřuji spíš já než respondenti výzkumu, je podceňování rizik. Týká se to především zabezpečení profilu, kdy respondenti B a C odpověděli, že heslo nemění a přitom respondent B uvedl situaci, kdy pracovníci klientovi půjčili v terénu

---

<sup>15</sup> Označení znamená, že na fotografii je přidáno jméno profilu dotyčného.

tablet, nebyli odhlášeni z pracovního profilu a klient se jim naboural do profilu a napsal status: „*Terén XXXX smrdí*“ na jejich zeď. Mimoto respondenti A, B a C si jsou vědomi možnosti, že jim Facebook může profily zrušit, nahlásí-li je někdo, ale situaci nijak neřeší, protože jak uvádí respondent C: „*jednak nejsou zkušenosti jiných lidí, kterejm to na základě toho zrušili, což možná v ten moment bysme o tom začali uvažovat.*“

Respondent D spatřuje riziko v poskytování sociální práce v prostředí Facebooku také proto, že prostor FB nevnímá jako bezpečný. Jak uvádí: „*nikdo neví, kde se ty chaty ukládaj a vlastně ani nevíš, jak s nima můžou majitelé FB naložit.*“ Ostatní respondenti toto riziko vůbec neřeší, i když si jsou situace, kdy informace o klientech skladuje třetí strana, vědomi. Zároveň jim stačí, že k uveřejňování zpráv a chatů momentálně ze strany FB nedochází, i když jak respondent A uvádí: „*podmínky na FB se často mění.*“

### ***Dílčí shrnutí***

Terénní sociální práci na Facebooku nejvíce limitují rizika spočívající v obtížné ochraně práv klientů. V důsledku sdílení informací, špatnému zabezpečení či ukradení profilu může dojít k prolomení anonymity klientů a vyzrazení citlivých informací. Riziková je taktéž odlišná forma komunikace, pro kterou je typická větší míra testování, povrchnost a rozvleklost. Podceňování rizik a Facebooku je neméně ohrožující pro obě strany, stejně tak jako nemožnost zabezpečit informace o klientech tak, aby se k nim nedostal nikdo další.



## 5.4.2 VO2: Jaké jsou konkrétní způsoby, jak se s těmito riziky vypořádat

Služby A, B, C pro komunikaci a sociální práci s klienty používají osobní FB profil. Služba D sociální práci na FB neposkytuje a osobní profil v současnosti ruší a přesouvá se na Prezentační stránku služby v důsledku vyhodnocení příliš velkých rizik, které osobní profil a sociální práce na něm představuje. Sociální práci odkazují do bezpečného prostoru služby „Jdi do klubu“<sup>16</sup> a nebo klientům nabízí možnost se sejít a situaci řešit osobně. Osobnímu kontaktu dávají přednost všichni respondenti a tato nabídka se objevuje i v intervencích, které mi pracovníci poskytli. „ *Můžeme se potkat a probrat to osobně to fakt bude lepší.* “ navrhuje respondent C klientovi.

Respondent A uváděl, že v komunikaci je důležitá předběžná opatrnost, která se týká všech zmiňovaných rizik. Klienta, ještě než si ho přidají do přátel, informují o rizicích FB a mimoto si ještě ověřují, že se jedná opravdu o toho, o koho si myslí, že se jedná. Tento postup je víceméně shodný pro službu C, která ještě navíc požaduje souhlas s podmínkami před tím, než si klienta přidá do přátel.

Respondent A uvedl, že nemají žádné pevné časy, kdy jsou na FB a poskytují intervence. Respondenti B a C mají deklarované hodiny, kdy sociální služby poskytují.

Respondent A v rozhovoru uvedl, že když s klienty komunikuje přes chat, tak se ptá klienta, kde se nachází a jestli je tam sám. Tím se ujišťuje, že komunikace probíhá v bezpečí. Z analýzy intervencí se to ale nepotvrdilo. Ale možná pracovník situaci vyhodnotil tak, že není nutné klientce vše opakovat, protože ví, že takové věci

---

<sup>16</sup> „Jdi do klubu“ nabízí mimo jiné možnost poradenství pro děti a mládež v internetovém prostředí, které je anonymní a bezpečné.

nezapomíná, jak uvádí v rozhovoru. Naopak, když se s klientkou dostávají k citlivým informacím, tak respondent A klientku informuje o rizicích intervence na FB a píše jí:

*„To probereme až v klubu – facebook si může nechtěně přečíst třeba i někdo další“.*

Respondent B uvedl, že hovory s klienty nezačínají a čekají, s čím přijde klient. Nejsou ti aktivní a drží se zpátky. Touto metodou předcházejí vyzrazení informací o klientech v případě, že došlo k zcizení profilu, což je i patrné z analýzy poskytnutých intervencí.

Respondent D velmi doporučuje kurz krizové intervence a výcvik internetového poradenství a určitě semináře bezpečnosti práce na internetu, které sám pořádá. Respondenti B a C se na tyto semináře bezpečnosti práce na internetu v rozhovorech odkazují. Na základě poznatků z nich lépe zabezpečily profily služeb.

Respondent C uvádí, že informace o klientech, které získají z Facebooku, si dále ověřují stejně, jako, když se o klientovi dozvědí informace z třetí ruky a dále pak s nimi pracují. Respondent B v rozhovoru uvedl: *„my to máme v současné době nastavený tak (metodika je tak nastavená), že se informace o klientech, které spadají do ohlašovací nebo překazovací povinnosti, nedozvíme. Prostě to nedopustíme, aby to došlo tak daleko.“* Respondent A v rozhovoru sdělil, že v takové situaci, rozlišují a zkoumají pravdivost informace, případně klienta informují o tom, že věc podléhá ohlašovací a překazovací povinnosti a nemá problém situaci ohlásit na policii, má s tím dobrou zkušenost.

Respondent B má dobrou zkušenost s propojením Instagramu s Facebookem, říká: *„vidím zlepšení, že nás lidi začali víc sledovat. Začali jsme připomínat, že je dneska terén přes fotky. Funguje to líp, než, když jsme psali: „Jdeme na XXXX<sup>17</sup>, YYYY“<sup>18</sup>.*

---

<sup>17</sup> jméno lokality

<sup>18</sup> taktéž

*Když jsme dali nějakou fotku, tak nás lidi víc lajkovali... mám pocit, že na to slyšej, že jsou na to zvyklí“.*

Fotky klientů všechny služby, kromě služby D, která fotky klientů na FB nedává, umísťují po souhlasu s klientem a dbají na to, aby je fotky nijak nepoškozovaly.

Všechny služby mají na svých profilech a stránce informace, ze kterých je evidentně patrné, že se jedná o sociální službu. Mají tam však opravdu jen základní informace jako jsou kontakty, adresa, otevírací doba, odkaz na webové stránky, fotky pracovníků. Služba A má navíc vysvětleno, co program nabízí, kdy si ho služba přidá do přátel a navíc uvádí postu pro stížnosti na službu nebo pracovníka. Rizika Facebooku na svém profilu nebo stránce neuvádí žádná ze služeb.

### ***Dílčí shrnutí***

Konkrétní způsoby, jak se s těmito riziky vypořádat jsou následující:

Problémům v komunikaci se dá předejít vzděláváním, či kurzem zaměřeným tímto směrem. Přínosné jsou i kurzy bezpečnosti práce na internetu a krizová intervence. Vyplácí se i předčasná opatrnost, ověřování informací, informování klientů o rizicích, souhlas s uveřejňováním fotek atp. Propojení s jinými sociálními sítěmi zvýší atraktivitu profilu. Pro poskytování intervencí je vhodné využít bezpečnějšího virtuálního prostoru.

### **5.4.3 VO3: Proč nebýt na FB (jako služba)?**

Důvodem proč nebýt na FB jsou příliš velká rizika, které toto prostředí pro sociální práci představuje. Facebook je rizikový hned z několika důvodů. Jeho rizikovost je primárně daná tím, že tento virtuální prostor nebyl navržen k práci a individuální komunikaci, ale je určen k zábavě, komunikaci, navazování vztahů a sdílení informací.

Profily je možné zabezpečit a nastavit tak, aby informace viděli pouze přátelé (klienti), ale co ovlivnit nejde je situace, kdy do přátel pronikne „nepřítel“. Stane se to velice jednoduše, například když se klient zapomene odhlásit a někdo jiný získá přístup na jeho profil a tím i přístup k ostatním klientům služby.

Pro respondenta D je hraniční již současná podoba Facebooku a to především díky podmínkám, které FB pro tento prostor stanovil (viz. kapitola 3.2 Podmínky a zásady Facebooku). Pro respondenta A by tato situace nastala ve chvíli, kdyby Facebook umožnil aplikacím zveřejňovat zprávy nebo by se zprávy začaly objevovat na profilech lidí. To znamená, že by došlo k ohrožení bezpečnosti klientů. Ale to se reálně může stát kdykoli, protože FB sbírá veškeré informace o svých uživateli. Některé informace sice zatím nezveřejňuje, ale své podmínky často mění, tak že jistota, že se něco takového nestane je lichá.

Respondent C jako důvod uvádí zahlcenost pracovníků, kterým na práci na FB nezbyde čas. Také říká: *„myslim, že by to bylo fajn, jim ukázat (klientům), že to není potřeba, že by to bylo takový výchovný. Seděj na tom (FB) pořád, i když jsou v klubu .. to je úplně hrozný, oni jsou takový facebookový. Nuda“* Mimoto má pocit, že lidi jsou přehlaceni informacemi a že FB už ani není pro klienty tak atraktivní jako dřív a že se služba bez Facebooku obejde.

### ***Dílčí shrnutí***

Proč nebýt na Facebooku (jako služba)? Tato hranice je velmi individuální, ale obecně se dá říci, že taková situace nastává v případě, kdy rizika převažují nad přínosy. Pro některé to může být ohrožení bezpečnosti klientů a narušení ochrany jejich práv.

Individuální je ovšem i vnímání situace – pro některé se to již děje a jiné současný stav  
neznepokojuje.

## Závěr

Z výzkumu vyplývá, že největším rizikem pro terénní sociální práci na Facebooku je FB samotný. Vychází to už ze samé podstaty prostředí, které bylo navrženo za účelem zábavy a sdílení. Mimoto funguje na „přátelských“ vztazích. Z těchto důvodů je pro sociální práci, která se řídí standardy kvality služeb a její formu definuje zákon o sociálních službách, velmi rizikový.

Poskytujeme-li sociální služby na Facebooku, porušujeme zákon hned několikrát. Zákon o sociálních službách neumožňuje on-line formu poskytování NZDM služeb; pouze terénní nebo ambulantní. Na Facebooku nejsme schopni zaručit klientům anonymitu, ani jim nejsme schopni zaručit to, že informace, které nám o sobě sdělují, nikdo nezneužije.

Je samozřejmě možné některé tyto situace ošetřit viz. výše, klienty o rizicích informovat, ale se situací, kdy informace o klientech skladuje třetí strana a nikdo neví na co informace použije nebo komu je prodá, se nedá nic dělat a riziko to je příliš velké.

Jako řešení se nabízí prostředí Facebooku používat k prezentaci služby, informování klientů k preventivnímu působení a předávání informací do komunity. Pro poradenství a krizovou intervenci je vhodné použít bezpečný internetový prostor jako třeba službu „Jdi do klubu“ nebo „Modrou linku bezpečí“. Obě jsou bezplatné a anonymní. Odkazy na ně lze umístit na profil služby a v případě zájmu o sociální služby on-line tam klienta přeposílat. A nebo pokud je to možné, tyto intervence směřovat do osobních kontaktů.

Umístování fotek klientů, i když s jejich souhlasem, na profily služeb je neméně problematické, protože nejsme schopni ovlivnit, jestli na fotce klienta někdo označí, případně kam bude fotku sdílet.

Abychom mohli ve virtuálním prostoru pracovat kvalitně, je dobré si doplnit informace a dovednosti v oblasti bezpečnosti práce na internetu, internetové respektive chatové komunikace a kurz krizové intervence se rozhodně taky hodí. Mimo to je to způsob jak předcházet dalšímu zásadnímu riziku, které spočívá v podceňování rizik sociální práce na Facebooku.

Výsledky samotného výzkumu byly pro mne osobně velmi překvapivé. Na počátku práce jsem vnímala Facebook jako moderní nástroj s velkým potenciálem, který má svá specifika a ty je důležité promyslet a rizika ošetřit, abychom ho mohli v sociální práci s klienty používat. V průběhu výzkumu se můj pohled začínal pomalu měnit, ale stále jsem si nebyla jistá, jestli můj závěr není příliš radikální a jestli opravdu jsou ta rizika tak zásadní. Definitivně mě přesvědčilo, když jsem analyzovala profily služeb a zkoumala, zda se dostanu k informacím o klientech a zjistila jsem, že u všech služeb je možné celkem jednoduše zjistit, jména profilů klientů, kteří statusy lajkují, potvrzují účast na události, komentují statusy a nebo jsou označeni na fotografiích.

Osvědčila se doprovodná metoda - analýza dokumentů, konkrétně poskytnutých intervencí, kdy jsem mimo jiné oproti svému očekávání zjistila, že pracovníci své klienty informují o rizicích FB a nabízí jim možnost osobní schůzky, jednájí v souladu s metodikou více, než jsem předpokládala. Tento výzkum se zabýval pouze pražskými terénními programy a tak pohled na danou problematiku může být zkreslený.

Má práce by mohla být rozhodně přínosná pro programy se kterými jsem v rámci této práce spolupracovala, ale i pro ty ostatní, které s klienty na Facebooku pracují a nebo to teprve plánují. Zvažuji zveřejnění výzkumu na stránkách České asociace streetwork, aby byly tyto výsledky co nejdostupnější. Dále bych ráda motivovala Českou asociaci streetwork k otevření kurzů či vzdělávacích programů pro sociální

pracovníky, zaměřených na bezpečnost práce ve virtuálním prostoru a na internetové poradenství se zaměřením na práci na chatu.

Téma sociální práce na Facebooku je velmi aktuální a přináší s sebou bezesporu řadu otázek. Myslím, že by stálo za to prozkoumat problematiku poskytování on-line služeb NZDM programy, kterým zákon o sociálních službách stanovuje pouze formu ambulantní či terénní. Já se o tom ve své práci zmiňuji, ale myslím, že by si tato situace zasloužila více pozornosti.



## Seznam použité literatury

- BAŠTEČKÁ, Bohumila a kolektiv. *Terénní krizová práce - Psychosociální intervenční týmy*. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0708-X
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-485-4.
- JANOUSHKOVÁ, Klára; NEDĚLNÍKLOVÁ, Dana. *Profesní dovednosti terénních pracovníků – Sborník studijních textů*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 2008. ISBN 987-80-7368-503-4
- KULHÁNKOVÁ, Hana; ČAMEK Jakub. *Fenomén facebook*. BigOak: Kladno, 2010. ISBN 978-80-904764-0-0
- MATOUŠEK, Oldřich a kol. *Encyklopedie sociální práce*. Praha: Portál, 2013. ISBN 987-80-262-0366-7
- MATOUŠEK, Oldřich a kol. *Metody a řízení sociální práce*. Praha: Portál, 2008. ISBN 987-80-7367-502-8
- MATOUŠEK, Oldřich. *Slovník sociální práce*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-549-0
- MATOUŠEK, Oldřich; KOLÁČKOVÁ Jana; KODYMOVÁ Pavla. *Sociální práce v praxi – Specifika různých cílových skupin a práce s nimi*. Praha: Portál 2005, 2010. ISBN 978- 80-7367-818-0
- MIOVSKÝ, Michal. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Havlíčkův Brod: Grada. 2006. ISBN 80-247-1362-4
- PŘÍHODA, Tomáš a kol. *Metodika komunikace a chování sociální pracovníků NZDM v prostředí FB*. Praha: Proxima Sociale, 2014. ISBN neuvedeno
- Pracovní skupina pro dodefinování NZDM. *Pojmosloví nízkoprahových zařízení pro děti a mládež (NZDM)*. Praha: ČAS, 2008. ISBN neuvedeno
- ROGERS, Vanessa. *Kyberšikana – Pracovní materiály pro učitele a žáky i studenty*. Praha: Portál, 2011. ISBN 978-80-7367-984-2
- SOUKUP, Jan. *Motivační rozhovory v praxi*. Praha: Portál, 2014. ISBN 987-80-262-0607-1
- SKUTIL, Martin a kol. *Základy pedagogicko-psychologického výzkumu pro studenty učitelství*. Praha: Portál, 2011. ISBN 687-80- 7367- 778-7

SYRUNEK, A.; KOMÁROVÁ, R.; KAŠPAROVÁ, E. *Základy sociologického výzkumu*. Praha: Management Press, 2001. ISBN 80-7261-038-4.

### **Internetové zdroje**

Facebook. *Building your presents with Facebook pages: A guide for non-profit organizations*. [cit. 11. 12. 2014]. Dostupné na WWW:< <https://fbcdn-dragon-a.akamaihd.net/>>

Facebook. *Podmínky a zásady služby facebook* [cit. 11. 12. 2014]. Dostupné na WWW:< <https://www.facebook.com/policies/>>  
<https://www.facebook.com/nonprofits> [cit. 8. 12. 2014]

ŽÁK, Tomáš. *Facebook z různých úhlů pohledu*. [cit. 8. 12. 2014]. Dostupné na WWW:< <http://www.streetwork.cz/>> [cit. 20. 12. 2014]

### **Právní přepisy**

Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách v platném znění

Vyhláška č. 505/2006 Sb., prováděcího předpisu k zákonu č. 108/2006 Sb., o sociálních službách v platném znění

Zákon č. 40/2009 Sb., Trestní zákoník v platném znění

Zákona č. 359/1999 Sb., o sociálně právní ochraně dětí v platném znění

## **Seznam příloh**

Příloha A: Přepsaný rozhovor s respondentem D

Příloha B: Oznamovací povinnost

Příloha C: Překažovací povinnost

## **Příloha A: Přepsaný rozhovor s respondentem D**

Jakým způsobem s těma klientama na FB pracujete?

My máme stránku klubovou, dřív jsme měli profil. Ten teď opouštíme, respektive už jsme ho opustili, co se týče aktivity, ale ještě ho necháváme běžet, aby klienti se stihli přehlásit na tu stránku. A pojedeme už jenom na stránce, tj. informativně. FB budem využívat jako informace o službě – zavřeno, výjimečný situace, kdy je zavřeno, případně oznamování akcí. Na tom profilu to bylo tak, že jsme ho používali dost podobně, akorát, tak to trochu svádělo k tomu, že ten chat byl otevřenější, to znamená, že nám mohli klienti psát. Ve chvíli, kdy nám napsali, pokud to bylo ve stylu: „kdo je dneska na klubu?“ tak jsme jim napsali, kdo má dneska službu. Pokud, to byly informace jiného charakteru, pokud se opravdu nejedná o základní ISK, tak jsem jim říkal, ať prostě přijdou, protože jsme se právě o tom hodně bavili, jak tady v teamu, tak jsme to řešili v projektu, Jdi do klubu, že tam je vlastně u FB takový problém, že nemusíš vědět, kdo je na druhé straně, ale zároveň si myslíš, že je to ten člověk, kterej ti píše. Může se tam najednou stát to, že si budeš psát se sourozencem toho člověka jako že je to on a můžeš tam vlastně napsat věci, který by ten sourozenec neměl vědět. Další věc, která je v tom. Co pro nás byla to, proč jsme se rozhodli to nedělat, tak je to že se klienti najednou vzdávají anonymity a vlastně ti tam můžou napsat věc, kterou ty pak můžeš jít hlásit, protože už najednou máš jeho jméno příjmení. Samozřejmě nemusí být úplně pravý, což s tím se dá taky nějakým způsobem počítat, ale přišlo nám, že je to nebezpečný.

A jaký teda další rizika tam vnímáš?

Riziko je v tom, že pokud to není dobře ošetřený, tak ty vlastně najednou, že máš klienta v přátelích máš přístup k informacím. Ukazují se ti věci na zdi, pokud to teda nemáš zablokovaný, což většina služeb nemá. Můžeš mu vlastně prolézt profil, pokud si ho samozřejmě nezablokuje. Většina lidí to má volně přístupný, rozhodně přístupný pro svoje přátele. Ty se volně můžeš dozvídat věci, které ti on sám neposkytne, úmyslně tě sice přijme do přátel, ale mám zkušenost, že těm lidem často nedojde, co všechno se o nich můžeš dozvědět. My samozřejmě neprojízíme profily klientů, ale když ti na úvodní zeď něco naskočilo od klienta, tak jsem to přečetl a pak jsme tomu klientovi řekli, co na té zdi a von jako ty to vidíš, on byl ykulenej, že o tom víme. To byly podněty, které nás vedly k tomu to opustit a dát se tou cestou té stránky. To znamená využívat FB na propagaci a v ideálním případě pak využívat, což by tak mělo v dohledný době bejt. ...využívat to Jdi do klubu. Jelikož je to prostor, kterej je bezpečnej jak pro pracovníka, tak pro klienta. Zároveň nikdo neví, kde se ukládají ty chaty, někde se ukládají, ale vlastně nevíš jak s nima můžou majitele FB naložit. To jsou věci, které z mého pohledu hovořej proti používání FB profilu, pro sociální práci jinou než ISK. Na kontaktní práci a nebo na krizový poradenství, tam bych se toho trochu bál, aby tam nezazněly věci, který by si mohl přečíst někdo jinej.

Vnímáš, že ta komunikace těch klientů, i z pohledu jdi di klubu, ale ptám se na FB je jiná než ta komunikace na živo?

Z mého pohledu z komunikace face to face a komunikace po netu je rozdíl ten, že tam nejsou emoce a podle mě se častějce stávají nedorozumění, at' už pracovník nerozumí klientovi a nebo klient nerozumí pracovníkovi. Tak v tom je určitě rozdíl, jinak si myslím, že Jdi do klubu je anonymní služba a my vůbec nevíme, kdo nám píše, tak že jsou ty lidi otevřenější. Tím, že je to asi nejvíc anonymní typ, kterej existuje.

V telefonické službách je aspoň hlas, kdežto tady o tom člověku nevíš vůbec nic. Tak mi přijde, že jsou trošičku otevřenější. U FB, to nemusí platit, protože tam píšou ta sebe. Jsou tam jiná témata, než jaký nám psaly na FB, tady se jde víc do hloubky a k nějakým hraničním tématům a to je podle mě daný tou anonymitou služby. Co po nás většinou chtěli klienti na FB bylo, jestli máme otevřeno, kdy je otevřeno, kdo je na službě, co je tady za klienty a tak. Na Jdi do klubu píšou už lidi, když mají nějaký problém.

Jaký situace ošetřovala Vaše metodika?

My jsme tam měli ošetřeno to, že s klienty se neřeší nic jiného, než ty informační záležitosti, po chatu. Máme v plánu si zavést pracovní profily pracovníků, kde by měli platit podobná pravidla, chat mít vyplej, to ještě nemáme úplně rozhodnutý, jestli úplně vyplej, nebo sloužící k tomu poskytnout informaci o službě, jak jsme to měli na profilu klubovým – XXXX klub.

A jak to máte udělaný, aby klient poznal, že se jedná o sociální službu a ne o dalšího kámoše?

To už si úplně nepamatuju, už ho půl roku nemáme aktivní, to jsme si vytvořili novou metodiku, celkově služby a až v průběhu toho tvoření jsme přemýšleli, co s FB. věděli jsme, že nám ten profil nevyhovuje a vymysleli jsme tu stránku s tím, že bysme časem chtěli mít i profily pracovníků, aby bylo jasné komu ten klient napíše, kdo má ten den službu, se může podívat, kdo je on line. Vůbec nevím, jestli to nakonec tak bude. A ještě další věc, která mi mluvila proti tomu profilu byl profil za službu a to, že klient neví, kdo sedí na druhé straně a poslední věc je to, že je to proti pravidlům FB, že ti to může kdykoli, kdokoli nahlásit a oni ti to můžou odstříhnout, což ta stránka ne, ta ti zachová kontakt s těma lidma.

Jak posuzujete věrohodnost informací?

Nám tam nic sociálního nepsaly, a když jo, tak my jsme napsaly hele sorry přijď na klub. Na stránce nám vyskakují akorát komentý těch našich věcí. Tam se toho nedotýkáme.

A jak to máte s chozením na profily?

To je další výhoda tý stránky, když máš stránku, tak ty lidi daj, že se jim líbí a ty vlastně nevidíš jejich profily. Oni ti s tím nedávaj souhlas s tím, vidět do jejich profilů. Máme v metodice obecně napsaný, že si o klientech nezjišťujem víc informací, než je potřeba pro poskytnutí služby a tam spadá i FB.

A co by se muselo stát, abyste se rozhodli zrušit i tady tu stránku, co máte?

Asi, nedokážu si představit, co by se muselo stát, abychom to zrušili. Myslim, že je to docela rozumnej nástroj, jak dostat ke klientům informace, jinak než tady na klubu, jsou tam všichni, jsou tam každý den. Asi tak 95% všech našich klientů je tam každý den, tak že ty věci od nás jim tam vyskakují. Nějakej průšvih a ani si nedokážu představit jakej. My třeba tam nedáváme fotky klientů, což si dokážu představit, že by mohl bejt nějakej problém, že bysme zveřejnily fotky, někdo z rodičů by to napad, to si dokážu představit, ale pro to tam ty fotky nedáváme. Nepíšem tam samozřejmě informace o klientech, nepředáváme informace třetí osobě, nevím jestli je nějakej typ statusů, který tam nedává. Snažíme se držet stejnejch etických zásad, to znamená, že tam nepíšem věci, který by vzbuzovaly nesnášenlivost, zapadá to do standardů.

Máte na vaší stránce odkaz Jdi do klubu?

Na stránce odkaz nemáme, bylo tam několik příspěvků, to jo, ale odkaz ne. My tu stránku máme od začátku roku a zatím ji zasypáváme informacema, postupně, takže ta stránka nemá zalaikovaný s jinou tematikou a nebo jiných klubů, tak to zatím není. A

odkaz na Jdi do klubu, tam dáváme formu příspěvků, myslím si, že každé třetí příspěvek na té stránce se týká Jdi do klubu.

Co by se muselo stát, abyste si profil na FB zase zřídily a poskytovali sociální služby přes FB?

Myslím so, že FB není vhodnej nástroj na to asi jako nic. Nebo takhle, musel by FB zaručit to, že tam je možnost anonymního chatování s nějakou konkrétní osobou. To znamená, že já bych tam mohl mít profil, jako pracovník a klient by my mohl anonymně napsat cokoli, pak s dokázu představit, že bysme měli profily a poskytovali soc. službu přes tohle. Ale to nenastane, protože FB chce informace o lidech, hodně propojovat, aby z toho měl prachy.

Intervence z Jdi do klubu skladujem jen formou. Do dvou vět, je to úplně anonymní, nenavazujou na sebe ty klienti. Nevíš, kdo ti píše, tak že tam máme jen téma a dvě věty, pokud to bylo něco zajímavýho, pokud to bylo klasická poradenství, tak jen téma, forma služby.

A tak kdybys mi něco řekl k Jdi do klubu?

Dostanou se k tomu nejčastějc přes FB, kde jsme na to měli i placený reklamy, cílený přímo na věkovou skupinu, protože si tam jde všechno jde, zacílit reklamu plně přesně, tak se o tom dozvěděli plus jsme měli různý reklamy v Chilli – chilli, měli jsme – některý základní školy mají takový informační kanál televizní, na chodbách maj televize, tam běžely naše spoty, na klubech visej plakáty. Nejčastějc přes tydlety reklamní věci. Ještě mi někdo psal, že se to zvěděl z toho Chilli chilli, my zrovna psal. Z reklamy. Je vidět, že když reklama není, že je tam úbytek klientů. Potom, z mý zkušenosti, jsou tam nejčastějc věci spojený s poradenstvím ohledně drog, Takový ty pokusy, jako s drogama, ale vyloženě, že by to byla drogová poradna, tak to ne. Spíš



jsou to ty první pokusy s tou drogou nebo: „Co se mi může stát, když budu moc hulit?“ a tak. A pak jsou tam a to vim i od kolegů, takový ty věci: rozešla se semnou holky, rozešel se se mnou kluk. Škola, co mám dělat, když propadám. Měl jsem sebevražednou klientku až do krizova, ale nejčastěji to jsou ty informační věci typu vztah, drogy. Má to otevřeno každé všední den a to 5 hodin a každé den trochu jinak, ale v odpoledních hodinách až brzký večer, do sedmi. Já to mám jako další práci. My jsme chtěli, aby ten portál, ten projekt běží 3 roky. První rok se to testovalo, druhý rok, jsme to zajižďeli, ale nebyly na to úplně prachy. Teď jsme ve třetím roce, když na to jsou konečně peníze a můžem si dovolit tam zapojovat víc věcí. Doufám, že po tomhle tom roce, to bude nástroj, který se bude dát nabídnout NZDM, aby byl používané místo FB, aby tam i na FB odkázat své klienty. Hele tady so s tebou budu psát, protože je to bezpečný. A samozřejmě bezplatný. Byla to prvotní myšlenka a furt jsme ji neopustili, po nějakým drobným zaškolení, aby to mohli zvat ty svoje klienty.

Máš teda nějaký kurz?

Já mám za sebou výcvik internetovýho poradenství od Modrý linky, co dělá, jmenuje se to výcvik, ale je to třídní kurz. To bylo zaměřený víc na maily, ony ta chaty totiž nikdo moc nedělá, ty školení. Jsou nějaký služby, který využívaj svoje chatový články. Mám krizovou intervenci, komplexní, což jsou jako dvě důležitý věci. To si myslim, že jsou takový dvě důležitý věci. Ta krizovka určitě, protože jak je to anonymní, tak to svádí k tomu, aby tam hodně psali krizový klienti. A základ aspoň tý komunikace na internetu. Pak mám ještě nějakou práci na FB, co dělal ČAS, jako takovej seminář. A pak jsme vlastně dělaly už dva semináře na práci na internetu s klientama pro NZDM. Ty informace si člověk získá sám, protože jich moc není a je to něco, co je relativně nový. Vlastně málo, kdo to má vyřešený, ať už je to ten etickej

kodex práce na FB, protože o tom se mluví strašně dlouho, ale furt s tím služby nevědí. Když jsem měl příspěvek na konferenci, jak dělal XXXXXX, tak to bylo na chování klienta na FB a bylo vidět, jak ty služby s tím neuměj. Víc jak půlka pražskejch služeb neměla zabezpečený profily, tak aby se člověk nedostal k jejich klientům. Už to je třeba věc, proč nemít profil, protože, když si to člověk nenastaví včas, tak najednou se tam dá dostat k jejich klientům. Tak že ty kurzy je určitě dobrý mít. Je hrozně těžký je v Čechách najít.

Tak že bys je i doporučil, těm co jedou poradenství na FB?

Určitě. Už jen ta komunikace je jiná. Je jiná v tom, že je odosobněná a myslím, že si tam člověk musí dát daleko víc bacha na vtípky, ironie, to tam z toho není poznat. Face to face to používat můžeš jako docela dobrý nástroje, ale ve chvíli , kdy to píšeš tak toho člověka můžeš docela dobře urazit a nebo naštvat, můžeš ho rozbrečet, protože nepřepneš do toho, že nemluvíš, ale píšeš. Nebo další věc, jestli požívat emotikony, nebo ne. To jsme hodně diskutovali s tou Modrou linkou. Oni říkali nepoužívat, protože tomu můžeš dodat nějaký vlastní emoce, než tomu psanému textu. To jsou věci, o kterých ty služby často moc nepřemejšlej a jenom to sypou, protože získaly nějaký další nástroj, často třeba ty klienty nemaj na klubu, tak jsou rádi, že si s nima aspoň píšou. Mě to přijde hrozně rizikový.

Dá se ten tvůj výzkum někde najít.

Ne, já jsem to nikde neprezentoval, protože z mýho pohledu tendle výzkum byl hodně na hraně etiky. Snažil jsem se, abych ji nepřekročil. A myslím, že se mi to povedlo. Já jsem se vydával za klienta a oslovoval jsem klienty služeb, přidával jsem si je do přátel. Nic víc, jen jsem jim posílal žádosti, nic jsem jim k tomu nepsal a oni si mě přidávali. Kolem tisícovky klientů jsem takhle oslovil. Klienti pražskejch služeb. A

výjma naší. To my přišlo hodně neetický. Oslovoval jsem klienty jiných služeb. Z tý tisícovky jsem mněl během třech tejdnu asi 120 přátel, kterej jsem viděl do profilu, jak jsem chtěl, já jsem je nesjížděl ty profily a měl jsem několik nabídek na to se setkat, ať už to byly nabídky, ať jdu na brko a nabídky na rande od holek a od jedný holky jsem měl dokonce nabídky, ať přijedu k ní domů v době, kdy tam nejsou její rodiče. Ty lidi mi psali po chatu: „ Ahoj, kdo jseš?“ Jsem jim psal, že jsem novej v Praze a že by mě zajímalo, kam se dá prostě vyrazit a oni mi začli psát takovýdle věci. A myslim, že to hodně potvrzuje to, že je nebezpečný, že nevíš, kdo je na druhý straně. je to snadno zneužitelný, někdo se snadno může nabourat do jeho FB profilu, stává se to, já jsem zažil třeba 15 případů, že přišel někdo z klientů, že mu někdo heknul heslo a nebo že se zapomněl přihlášeněj a začne mu tam něco, psát na profilu. a kdyby takhle začal psát sociálnímu pracovníkovi,“ jak to teda dopadlo?,“ a nebo si přečet předchozí komunikaci a na to naváže. Z mého pohledu je to hodně nebezpečný.

A služby si taky žádal o přátelství?

To jsem nedělal, protože mě šlo o to, zjistit jak se chovaj klienti na FB. Chtěl jsem si potvrdit, že oni jsou schopný si přidat kohokoli a to že jsou schopný s tím neznámým člověkem, kterýho poznali na FB se s nim velice rychle zkontaktovat natolik, že jsou schopný, s nim sejít osobně. Dělal jsem to pro to, bych to mohl říct těm službám, aby o tom s klientama mluvili, protože se podle mě mluví málo o bezpečí na internetu. a je to přitom nebezpečný. Po deseti hodinách práce, já bych mohl naložit holku do auta a odvézt někam pryč.

Po rozhovoru:

problém s registrací (Jdi do koubu)

NZDM – jen terénní či ambulantní forma, FB je virtuální a přitom si tak vykazujeme intervence.

FB funguje na bázi přátelských vztahů a ne pracovních, není k tomu navržen

## **Příloha B: Oznamovací povinnost**

§ 368

### **Neoznámení trestného činu**

(1) Kdo se hodnověrným způsobem dozví, že jiný spáchal trestný čin vraždy ([§ 140](#)), těžkého ublížení na zdraví ([§ 145](#)), mučení a jiného nelidského a krutého zacházení ([§ 149](#)), obchodování s lidmi ([§ 168](#)), zbavení osobní svobody ([§ 170](#)), braní rukojmí ([§ 174](#)), zneužití dítěte k výrobě pornografie ([§ 193](#)), týrání svěřené osoby ([§ 198](#)), padělání a pozměnění peněz ([§ 233](#)), neoprávněného opatření, padělání a pozměnění platebního prostředku ([§ 234](#)), neoprávněné výroby peněz ([§ 237](#)), porušení předpisů o kontrole vývozu zboží a technologií dvojího užití ([§ 262](#)), porušení povinností při vývozu zboží a technologií dvojího užití ([§ 263](#)), provedení zahraničního obchodu s vojenským materiálem bez povolení nebo licence ([§ 265](#)), porušení povinností v souvislosti s vydáním povolení a licence pro zahraniční obchod s vojenským materiálem ([§ 266](#)), obecného ohrožení ([§ 272](#)), vývoje, výroby a držení zakázaných bojových prostředků ([§ 280](#)), nedovolené výroby a držení radioaktivní látky a vysoce nebezpečné látky ([§ 281](#)), nedovolené výroby a držení jaderného materiálu a zvláštního štěpného materiálu ([§ 282](#)), získání kontroly nad vzdušným dopravním prostředkem, civilním plavidlem a pevnou plošinou ([§ 290](#)), zavlčení vzdušného dopravního prostředku do ciziny ([§ 292](#)), vlastizrady ([§ 309](#)), rozvracení republiky ([§ 310](#)), teroristického útoku ([§ 311](#)), teroru ([§ 312](#)), sabotáže ([§ 314](#)), vyzvědačství ([§ 316](#)), ohrožení utajované informace ([§ 317](#)), válečné zrady ([§ 320](#)), přijetí úplatku ([§ 331](#)), podplacení ([§ 332](#)), účasti na organizované zločinecké skupině podle [§ 361 odst. 2 a 3](#), genocidia ([§ 400](#)), útoku proti lidskosti ([§ 401](#)), apartheidu a diskriminace skupiny lidí ([§ 402](#)), agrese ([§ 405a](#)), přípravy útočné války ([§ 406](#)), použití zakázaného bojového prostředku a nedovoleného vedení boje ([§ 411](#)),

válečné krutosti ([§ 412](#)), perzekuce obyvatelstva ([§ 413](#)), plenění v prostoru válečných operací ([§ 414](#)) nebo zneužití mezinárodně uznávaných a státních znaků podle [§ 415 odst. 3](#), a takový trestný čin oznámí bez odkladu státnímu zástupci nebo policejnímu orgánu nebo místo toho, jde-li o vojáka, nadřízenému, bude potrestán odnětím svobody až na tři léta; stanoví-li tento zákon na některý z těchto trestných činů trest mírnější, bude potrestán oním trestem mírnějším.

(2) Kdo spáchá čin uvedený v odstavci 1, není trestný, nemohl-li oznámení učinit, aniž by sebe nebo osobu blízkou uvedl v nebezpečí smrti, ublížení na zdraví, jiné závažné újmy nebo trestního stíhání.

(3) Oznamovací povinnost podle odstavce 1 nemá advokát nebo jeho zaměstnanec, který se dozví o spáchání trestného činu v souvislosti s výkonem advokacie nebo právní praxe. Oznamovací povinnost nemá také duchovní registrované církve a náboženské společnosti s oprávněním k výkonu zvláštních práv, dozví-li se o spáchání trestného činu v souvislosti s výkonem zpovědního tajemství nebo v souvislosti s výkonem práva obdobného zpovědnímu tajemství. Oznamovací povinnost trestného činu obchodování s lidmi podle [§ 168 odst. 2](#) a zbavení osobní svobody ([§ 170](#)) nemá též osoba poskytující pomoc obětem trestných činů.

(zákon č. 40/2009 Sb., Trestní zákoník v platném znění, § 368)

## **Příloha C: Překažovací povinnost**

§ 367

### **Nepřekažení trestného činu**

(1) Kdo se hodnověrným způsobem dozví, že jiný připravuje nebo páchá trestný čin vraždy ([§ 140](#)), zabití ([§ 141](#)), těžkého ublížení na zdraví ([§ 145](#)), mučení a jiného nelidského a krutého zacházení ([§ 149](#)), nedovoleného přerušení těhotenství bez souhlasu těhotné ženy ([§ 159](#)), neoprávněného odebrání tkání a orgánů ([§ 164](#)), obchodování s lidmi ([§ 168](#)), zbavení osobní svobody ([§ 170](#)), zavlčení podle [§ 172 odst. 3 a 4](#), loupeže ([§ 173](#)), braní rukojmí ([§ 174](#)), vydírání podle [§ 175 odst. 3 a 4](#), neoprávněného nakládání s osobními údaji podle [§ 180 odst. 4](#), znásilnění ([§ 185](#)), pohlavního zneužití ([§ 187](#)), zneužití dítěte k výrobě pornografie ([§ 193](#)), týrání svěřené osoby ([§ 198](#)), krádeže podle [§ 205 odst. 5](#), zpronevěry podle [§ 206 odst. 5](#), podvodu podle [§ 209 odst. 5](#), pojistného podvodu podle [§ 210 odst. 6](#), úvěrového podvodu podle [§ 211 odst. 6](#), dotačního podvodu podle [§ 212 odst. 6](#), podílnictví podle [§ 214 odst. 3 a 4](#), legalizace výnosů z trestné činnosti podle [§ 216 odst. 4](#), padělání a pozměnění peněz ([§ 233](#)), neoprávněného opatření, padělání a pozměnění platebního prostředku ([§ 234](#)), neoprávněné výroby peněz ([§ 237](#)), zkrácení daně, poplatku a podobné povinné platby podle [§ 240 odst. 3](#), zneužití informace a postavení v obchodním styku podle [§ 255 odst. 4](#), poškození finančních zájmů Evropské unie podle [§ 260 odst. 5](#), porušení předpisů o kontrole vývozu zboží a technologií dvojího užití ([§ 262](#)), porušení povinností při vývozu zboží a technologií dvojího užití ([§ 263](#)), provedení zahraničního obchodu s vojenským materiálem bez povolení nebo licence ([§ 265](#)), porušení povinnosti v souvislosti s vydáním povolení a licence pro zahraniční obchod s vojenským materiálem ([§ 266](#)), obecného ohrožení ([§ 272](#)), vývoje, výroby a držení zakázaných bojových

prostředků ([§ 280](#)), nedovolené výroby a držení radioaktivní látky a vysoce nebezpečné látky ([§ 281](#)), nedovolené výroby a držení jaderného materiálu a zvláštního štěpného materiálu ([§ 282](#)), nedovolené výroby a jiného nakládání s omamnými a psychotropními látkami a s jedy ([§ 283](#)), získání kontroly nad vzdušným dopravním prostředkem, civilním plavidlem a pevnou plošinou ([§ 290](#)), zavlečení vzdušného dopravního prostředku do ciziny ([§ 292](#)), vlastizrady ([§ 309](#)), rozvracení republiky ([§ 310](#)), teroristického útoku ([§ 311](#)), teroru ([§ 312](#)), sabotáže ([§ 314](#)), vyzvědačství ([§ 316](#)), ohrožení utajované informace ([§ 317](#)), válečné zrady ([§ 320](#)), násilí proti orgánu veřejné moci podle [§ 323 odst. 3 a 4](#), násilí proti úřední osobě podle [§ 325 odst. 3 a 4](#), přijetí úplatku ([§ 331](#)), podplacení ([§ 332](#)), násilného překročení státní hranice podle [§ 339 odst. 2 a 3](#), organizování a umožnění nedovoleného překročení státní hranice podle [§ 340 odst. 4](#), vzpoury vězňů ([§ 344](#)), účasti na organizované zločinecké skupině podle [§ 361 odst. 2 a 3](#), neuposlechnutí rozkazu podle [§ 375 odst. 2 a 3](#), zprotivení a donucení k porušení vojenské povinnosti podle [§ 377 odst. 2 a 3](#), porušování práv a chráněných zájmů vojáků stejné hodnosti podle [§ 382 odst. 3 a 4](#), porušování práv a chráněných zájmů vojáků podřízených nebo s nižší hodností podle [§ 383 odst. 3 a 4](#), zběhnutí ([§ 386](#)), ohrožování morálního stavu vojáků podle [§ 392 odst. 2](#), genocidia ([§ 400](#)), útoku proti lidskosti ([§ 401](#)), apartheidu a diskriminace skupiny lidí ([§ 402](#)), agrese ([§ 405a](#)), přípravy útočné války ([§ 406](#)), styků ohrožujících mír ([§ 409](#)), použití zakázaného bojového prostředku a nedovoleného vedení boje ([§ 411](#)), válečné krutosti ([§ 412](#)), perzekuce obyvatelstva ([§ 413](#)), plenění v prostoru válečných operací ([§ 414](#)) nebo zneužití mezinárodně uznávaných a státních znaků podle [§ 415 odst. 3](#), a spáchání nebo dokončení takového trestného činu nepřekazí, bude potrestán odnětím svobody až na tři léta; stanoví-li tento



zákon na některý z těchto trestných činů trest mírnější, bude potrestán oním trestem mírnějším.

(2) Kdo spáchá čin uvedený v odstavci 1, není trestný, nemohl-li trestný čin překazit bez značných nesnází nebo aniž by sebe nebo osobu blízkou uvedl v nebezpečí smrti, ublížení na zdraví, jiné závažné újmy nebo trestního stíhání. Uvedení osoby blízké v nebezpečí trestního stíhání však nezbavuje pachatele trestní odpovědnosti, týká-li se nepřekažení trestného činu vlastizrady (§ 309), rozvracení republiky (§ 310), teroristického útoku (§ 311), teroru (§ 312), sabotáže (§ 314), vyzvědačství (§ 316), genocidia (§ 400), útoku proti lidskosti (§ 401), apartheidu a diskriminace skupiny lidí (§ 402), agrese (§ 405a), přípravy útočné války (§ 406), použití zakázaného bojového prostředku a nedovoleného vedení boje (§ 411), válečné krutosti (§ 412), perzekuce obyvatelstva (§ 413), plenění v prostoru válečných operací (§ 414) a zneužití mezinárodně uznávaných a státních znaků podle § 415 odst. 3.

(3) Překazit trestný čin lze i jeho včasným oznámením státnímu zástupci nebo policejnímu orgánu; voják může místo toho učinit oznámení nadřízenému.

(zákon č. 40/2009 Sb., Trestní zákoník v platném znění, § 367)