Univerzita Palackého v Olomouci
Cyrilometodějská teologická fakulta

Katedra křesťanské sociální práce

Diplomová práce

2024 Bc. Lucie Nováková

Univerzita Palackého v Olomouci
Cyrilometodějská teologická fakulta

Katedra křesťanské sociální práce

Charitativní a sociální práce

Bc. Lucie Nováková

Komunikace s uchazeči o zaměstnání z pohledu pracovníků úřadů práce

Diplomová práce

vedoucí práce: Mgr. Pavlína Jurníčková, Ph.D.

2024

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a že jsem všechny použité informační zdroje uvedla v seznamu literatury.

V Olomouci dne 26.04.2024 Bc. Lucie Nováková

……

Poděkování

Tímto bych chtěla poděkovat Mgr. Pavlíně Jurníčkové, Ph.D. za odborné vedení, které mi poskytovala v rámci zpracování mé práce. Dále bych ráda poděkovala za vstřícnost a čas účastníkům výzkumu.

OBSAH

ÚVOD **7**
1 KOMUNIKACE **8**
1.1 Vymezení pojmu komunikace 8
1.2 Sociální komunikace 10
1.3 Funkce komunikace 11
1.4 Typy komunikace 12
1.4.1 Verbální komunikace 12
1.4.2 Paralingvistické projevy 13
1.4.3 Neverbální komunikace 14
1.5 Sociální percepce v komunikaci 16
1.5.1 Nedostatky a chyby ve vnímání 17
1.6 Komunikační bariéry 18
2 ROZHOVOR **19**
2.1 Fáze rozhovoru 19
2.2 Klíčové momenty rozhovoru 21
2.3 Druhy rozhovorů 21
2.4 Dialog 22
2.5 Zpětná vazba 22
3 JEDNÁNÍ S UCHAZEČEM O ZAMĚSTNÁNÍ **23**
3.1 Sociální pracovník jako zprostředkovatel zaměstnání 23
3.2 Uchazeč o zaměstnání 25
3.2.1 Motivace a stimuly uchazeče o zaměstnání 26
3.3 Uchazeč o zaměstnání jako klient 27
3.4 Jednání s novým uchazečem o zaměstnání 30
3.5 Jednání s dlouhodobě nezaměstnaným klientem 32
4 METODOLOGIE **34**
4.1 Výzkumný cíl 34
4.2 Strategie výzkumu 35
4.3 Validita a reliabilita 36
4.4 Etické zásady ve výzkumu 36
4.5 Slabé a silné stránky výzkumu 37
4.6 Cílový výzkumný vzorek 37

4.7 Technika a metoda sběru dat 38
4.8 Postup ve sběru dat 39
4.9 Postup zpracování dat 39
5 INTERPRETACE 40
5.1 První výzkumná otázka 40
5.2 Druhá výzkumná otázka 40
5.3 Třetí výzkumná otázka 41
5.4 Čtvrtá výzkumná otázka 42
5.5 Pátá výzkumná otázka 43
6 SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ Z KVALITATIVNÍHO VÝZKUMU A DISKUZE 44
ZÁVĚR 46
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY 47

ÚVOD

Cílem diplomové práce je popsat jednání pracovníka s uchazečem o zaměstnání na úřadě práce. Nedílnou součástí jednání s klienty je komunikace a pro pracovníky úřadů práce je i tím nejdůležitějším pracovním nástrojem. A i když se nám může zdát, že je komunikace něco, co děláme automaticky a bez většího přemýšlení, tak není až tak samozřejmou záležitostí, jak se nám může na první pohled jevit. Komunikace je proces, který zahrnuje sdílení informací, myšlenek, emocí a potřeb mezi lidmi. Je důležitá nejen pro vztahy, spolupráci, porozumění, ale také k předcházení nebo řešení konfliktů. Rovněž při jednání s klienty může docházet k situacím, které mohou vyústit v konflikty. Je proto nezbytné, aby pracovníci na úřadech práce komunikaci ovládali a dále rozvíjeli tak, aby jednání s klienty byla co nejefektivnější. Schopnost efektivně komunikovat s klientem je pro pracovníka klíčové, neboť jenom tak může správně porozumět potřebám klienta a zajistit jeho spokojenost. Pokud není komunikace efektivní nebo je narušená, může to vést k nedorozuměním a problémům v mezilidských vztazích. Je tedy podstatné si uvědomovat důležitost komunikace a neustále pracovat na jejím zlepšení.

Ve své práci se budu zabývat procesem jednání pracovníka úřadu práce s uchazečem o zaměstnání a klíčovými situacemi, která mohou ovlivnit spolupráci a další jejich setkání. Dále se zaměřím na jednání s uchazečem o zaměstnání, který je nový v evidenci na úřadě práce a na jednání s klientem, který dochází na setkání za zprostředkovatelem již dlouhodobě.

Na základě kvalitativního šetření budu zjišťovat, v čem vidí pracovníci úřadů práce největší problémy a bariéry v komunikaci s nezaměstnanými osobami.

Mojí snahou je prostřednictvím teoretických poznatků a ze získaných výsledků z kvalitativního šetření ve své práci využít k rozvoji jednání pracovníků na úřadech práce s uchazeči o zaměstnání, vyvarovat se vzniku komunikačních bariér a ke zvýšení kvality sociální práce s klienty na úřadech práce.

1 KOMUNIKACE

V úvodní kapitole považuji za nezbytné se zaměřit na důležité pojmy, které se s komunikací pojí. Snažím se vymezit nejen pojem komunikace samotný, ale také úzce související sociální komunikaci, funkce a typy komunikace, sociální percepci v komunikaci a komunikační bariéry.

1.1 Vymezení pojmu komunikace

Pojem komunikace představuje širokou škálu interpretací a není jednoduchý způsob, jak ji jednoznačně definovat. Vymezení pojmu je ovlivňováno také vědním oborem, kterým na komunikaci nahlížíme. V odborné literatuře se můžeme setkat s různými interpretacemi tohoto fenoménu.

Jedna z nejznámějších definic pochází od Paula Watzlawicka: *„Nelze nekomunikovat, veškeré chování je komunikací“* (Watzlawick, Bavelas a Jackson, 2011, s. 51).

Komunikace pochází z latinského „communicare“, které znamená sdělování a přenášení informací (Svatoš, 2006). Autor poukazuje na skutečnost, že komunikace je interdisciplinární pojem – má tedy hodně různých významů. S terminologií se tak setkáváme u řady vědních disciplín: sociologie, biologie, filozofie, psychologie, pedagogické vědy, jazykověda, logika, kybernetika, technické vědy, výpočetní technika a další (Svatoš, 2006).

Matoušek a Hartl (in Matoušek, 2003) zdůrazňují, že komunikační dovednosti sociálního pracovníka jsou nezbytné v každé fázi práce s klientem. Tyto dovednosti jsou klíčové pro navázání vztahu a zaměření se na klientův problém. Komunikace pracovníka zahrnuje nejenom jeho slova, ale také jeho jednání. Sociální pracovník by měl být v souladu s tím, jak se projevuje verbálně i neverbálně.

Autorka Bednaříková (2006, s. 13) uvádí*: „Komunikace je opravdu spojení, dorozumívání, můžeme ji chápat jako technický nebo lidský signál.“* Podle autorky se nám mohou s tímto termínem vybavit různé technické vymoženosti. Jako jsou například: železnice, silnice, počítačové spojení, telefon a další (Bednaříková, 2006). Podobně vymezuje komunikaci autor Mikuláštík (2003). Ten uvádí, že pojem komunikace je možné použít „*jako označení pro dopravní síť, přemísťování lidí, materiálu, ale také myšlenek,*

informací, postojů a pocitů od jednoho člověka k druhému. Komunikačními prostředky mohou být jazyk, pošta, telegraf, telefon, počítač, rozhlas, televize, ale také autobusy, vlaky, letadla" (Mikuláštík, 2003, s. 18).

Odlišný pohled na komunikaci nalezneme třeba v psychologii, ve které není komunikace chápána jen jako přenos informací. *„Jde o mnoho více, jde o sebeprezentaci o sebepotvrzování. Jde o vyjadřování postojů k předmětu, ke komuniké, ale i k příjemci informace. Jde o různou úroveň působení, ovlivňování, znesnadňování, či usnadňování porozumění"* (Mikuláštík, 2003, s. 19).

Podle Hartla a Hartlové (2010, s. 258) představuje komunikace: *„Dorozumívání, sdělování, kdy však obecně nejde o specificky lidský jev, na rozdíl od jazyka, ji můžeme pozorovat i u živočichů. Vysílat a přijímat informace je potřeba vrozená všem živým tvorům, ať jde o zvuky, barvu, gesta, mimiku nebo pachy."* Ve srovnání s lidskou komunikací mají zvířata omezené komunikační možnosti. Například včely komunikují pomocí bzučení nebo opice vydávají omezené množství skřeků. Také ale komunikují prostřednictvím gest, mimiky, pohybu a pomocí pachů (Mikuláštík, 2003). Dále autor uvádí: *„Lidská komunikace je odlišná od komunikace nižších druhů, stejně tak jako je odlišná psychika nižších druhů od psychiky člověka. Symbolika a řeč jsou těmi nejvýraznějšími odlišovacími znaky"* (Mikuláštík, 2003, s. 18).

Autor DeVito (2001, s. 15) definuje pojem následujícím způsobem: *„Komunikace představuje moc. Kdo se naučí ji efektivně využívat, může změnit svůj pohled na svět i pohled, kterým svět pohlíží na něj."* Autor za nejdůležitější lidské vlastnosti považuje ty, které se týkají komunikačních dovedností. Uvádí, že řečník svými komunikačními dovednostmi a také projevem může ovlivnit chování nebo postoje posluchače. Současně poukazuje na to, že tyto dovednosti mohou ovlivnit nejen osobní ale také profesní život (DeVito, 2008).

Maturana a Varela nahlíží na komunikaci z biologického a neurofyziologického hlediska. Jejich stanovisko ovlivnilo tzv. systemické myšlení v poradenství, psychologii a terapii. Uvádí, že se jedná o koordinované chování, které se vyskytuje mezi členy sociální skupiny. Poukazují na to, že pokud je každé chování možné rozlišit na naučené sociální jednání a na instinktivní chování, můžeme tímto způsobem také rozlišovat ontogenetickou a fylogenetickou komunikaci (Vybíral, 2005).

Různých definic by bylo možné jmenovat celou řadu. Některé interpretace se zaměřují více na obsahovou stránku. Jiné definice zdůrazňují prožitkové nebo logické aspekty. Další upřednostňují stránku formální. Na komunikaci můžeme nahlížet z různých úhlů pohledu. Nejdůležitější charakteristiky lze shrnout následovně: *„Komunikace je nezbytná k efektivnímu sebevyjadřování a je přenosem a výměnou informací v mluvené, psané, obrazové nebo činnostní formě, která se realizuje mezi lidmi, což se projevuje nějakým účinkem. Komunikace je výměnou významů mezi lidmi použitím běžného systému symbolů“* (Mikuláštík, 2003, s. 19).

Americký sociolog Lasswell (2017) určil 3 prvky v komunikaci a označil je jako komunikátor, komunikant a komuniké. Zdrojem informací je zde komunikátor, který stojí na počátku komunikačního procesu a odesílá sdělení. Příjemcem sdělení je komunikant, který se obsahu sdělení snaží dekódovat a porozumět. Mezi komunikátorem a komunikantem probíhá přenos sdělení, tzv. komuniké. Mimo jiné obsahuje komunikace další prvky, a to komunikační šum a zpětnou vazbu. Komunikační šum znemožňuje obsah sdělení pochopit. Můžeme jej také označit jako komunikační bariéru. Komunikátor a komunikant by se měli vzájemně snažit zamezit tomuto komunikačnímu šumu. U prvku zpětné vazby platí pravý opak. Komunikátor může díky této vazbě u komunikanta ověřit, jestli obsahu sdělení správně porozuměl.

1.2 Sociální komunikace

Sociální komunikace úzce souvisí s pojmem komunikace. Vybíral (2003, s. 20) poukazuje na to, že člověk je tvorem společenským a naší základní potřebou je žít ve společnosti dalších osob. Pro zaručení fungující společnosti je důležitá právě ona komunikace. Kvalitnější komunikací mezi členy je umožněno lepší fungování společnosti.

Autorka Bednaříková (2006) rozlišuje sociální komunikaci na užší a širší. Širší sociální komunikaci popisuje jako sdílení. Užší sociální komunikaci jako všechny informace, které si lidé mezi sebou vymění. Může se jednat o pocity, postoje, představy a další. Sociální komunikaci interpretuje tímto způsobem: *„Komunikovat v kontextu sociální komunikace tudíž znamená navzájem si sdělovat, spolupodílet se s někým na něčem společném, spoluúčastnit se nebo vtahovat někoho do spoluúčasti. Rozhodující je spojení, dorozumění, vzájemné sdělování, nikoliv způsob přenosu informací“* (Bednaříková, 2006, s. 13).

Leško (2008, s. 19) definuje sociální komunikaci následovně: *„Sociální komunikace je specifická forma spojení, je to různosměrné sdělování a sdílení informací mezi nejméně dvěma lidmi v souběhu sdělování verbálními, neverbálními a meta komunikačními prostředky. Každá komunikace je střetem, konfliktem s kladným, záporným nebo nerozhodným výsledkem.“*

1.3 Funkce komunikace

Komunikace může plnit škálu různých funkcí. Hranice mezi nimi není často jednoznačná. Funkce někdy působí současně nebo se mezi sebou prolínají.

Vybíral (2005) vymezuje 5 hlavních funkcí, s kterými se nejčastěji setkáváme při komunikaci:

- Informativní funkce – spočívá v předávání informací nebo také pro oznámení či prohlášení.
- Instruktážní funkce – pomáhá k navedení, vysvětlení nebo naučení něčeho nového.
- Persuazivní funkce – spočívá k ovlivnění adresáta, za účelem změnění jeho názoru nebo dokonce ke zmanipulování.
- Vyjednávací funkce – spočívá v řešení a vyřešení nebo vyjednání dohody s jinou osobou.
- Zábavní funkce – slouží k rozveselení jiných osob nebo sebe samotných, dále může tato funkce pomáhat k rozptýlení.

Autor Mikuláštík (2003) a Vybíral (2005) se shodují na informativní, instruktivní, přesvědčovací a zábavné komunikační funkci. Mikuláštík (2003) rozlišuje v komunikaci i další funkce:

- Výchovná a vzdělávací funkce – její uplatnění nalezneme v rámci institucí, bývá zde propojení s funkcí informativní, instruktivní a také dalšími funkcemi.
- Poznávací funkce – souvisí s funkcí informativní, rozdíl u této funkci spočívá v pojetí, které se vztahuje spíše na komunikanta. U informativní funkce se jedná o pojetí z obou stran – jak komunikátora tak i komunikanta.

- Socializační a společensky integrující funkce – její uplatnění spočívá v navazování a sbližování vztahů mezi lidmi, k vytvoření sounáležitosti a vzájemné blízkosti. Tato funkce ale také závisí na tom, v jaké společnosti se nacházíme a do jaké společnosti chceme náležet.
- Funkce osobní identity – pomáhá nám uvědomit si o sobě samém spoustu věcí. Pomáhá k utřídění našich názorů, postojů nebo hodnocení. Komunikace probíhá na osobnostní úrovni a je pro naše JÁ velmi důležitá.
- Motivující a posilovací funkce – souvisí s funkcí přesvědčovací. Uplatnění nachází v posilování pocitů sebevědomí a vlastní potřebnosti.
- Svěřovací funkce – její uplatnění spočívá ve sdělování pocitů a informací, kdy očekáváme od druhého pomoc a podporu. Svěřit se někomu jinému nám dopomáhá se zbavit vnitřního napětí a překonání těžkostí.
- Úniková funkce – využíváme ji v situacích, kdy se necítíme dobře a potřebujeme se odreagovat a zapomenout na shon a starosti, které nás trápí.

1.4 Typy komunikace

Nejčastěji se můžeme setkat s dělením komunikace na dva základní typy, a to na verbální a na neverbální komunikaci. Tyto typy komunikace se mohou doplňovat, anebo dokonce jeden typ může nahrazovat druhý. V některých případech může také docházet k tomu, že lidé slovy něco vyjadřují, ale jejich chování tomu neodpovídá. Takovou situaci můžeme označit jako dvojnou vazbu. Mikuláštík poukazuje na to, že v dané situaci je věrohodnější neverbální sdělení než slova mluvčího (Mikuláštík, 2003).

Autorka Bednaříková (2006) zmiňuje ještě jako další typ komunikace paralingvistické projevy.

1.4.1 Verbální komunikace

Pro člověka je charakteristické vyjadřovat se prostřednictvím verbální komunikace. Tímto typem rozumíme komunikaci prostřednictvím slov (Linhartová, 2007*). „Verbum znamená slovo.“* (Bednaříková, 2006, s. 37). Prostřednictvím slov tak dochází k přenosu sdělení, kdy slovy označujeme konkrétní věci a jejich poskládáním do věty, tak následně

rozumíme jejich významu (Linhartová, 2007, s. 12). *„Význam verbální komunikace je nepopiratelný. Je nezbytnou součástí sociálního života a je nezbytnou podmínkou myšlení“* (Mikuláštík, 2003, s. 113).

Autor Vymětal (2008, s. 112) tento pojem definuje následovně: *„Verbální komunikací se rozumí vyjadřování pomocí slov prostřednictví příslušného jazyka. V širším pojetí se do verbální komunikace zařazuje komunikace ústní i písemná, přímá nebo zprostředkovaná, živá nebo reprodukovaná.“*

Na výše uvedeném se shoduje také autorka Bednaříková (2006), která verbální komunikaci dále rozděluje do těchto podob:

- mluvená podoba – rozhovory, pracovní pohovory
- písemná podoba – dopisy, emaily
- živá podoba – veřejné přednášky
- reprodukovaná podoba – vystoupení prostřednictvím televize, rádia
- přímá podoba – v rámci osobního kontaktu
- zprostředkovaná podoba – prostřednictvím sociálních sítí, telefonického kontaktu

1.4.2 Paralingvistické projevy

Paralingvistických aspektů je celá řada a při běžném rozhovoru si často ani neuvědomujeme, že je používáme. Vybíral (2005) označuje paralingvistické projevy jako doprovodné znaky slovní komunikace. Jedná se například o tón hlasu, intonaci, tempo řeči, pomlky, pauzy, artikulaci, zvuky vydávané při zaražení („ééé“) a další.

Bednaříková (2006) uvádí, že paralingvistické aspekty se projevují pouze ve verbálním projevu, v písemném sdělení uvedené jevy nenalezneme.

Podle Mikuláštíka (2003) tyto prvky nevyužíváme natolik, jako jsou jejich možnosti. Poukazuje na to, že dobrý řečník umí ve svém projevu paralingvistické aspekty uplatňovat.

Pro názornost níže uvádím příklady paralingvistických projevů a jejich bližší charakteristiku:

Barva hlasu, podle které je dotyčná osoba rozpoznávaná se mění z hlediska vývoje, vlivem onemocnění nebo vyjádřením emocí. Může být ovlivněna únavou, vzrušením nebo ve stresové situaci (Vymětal, 2008). Podle Mikuláštíka (2003) hlubší hlas působí na posluchače důvěryhodněji a přesvědčivěji, než hlas vyšší.

Hlasitost řeči se vyskytuje v rozmezí 15 až 60 decibely. Tichý projev bývá znakem stydlivosti, nesmělosti nebo nervozity řečníka. Také ale může být projevem upoutávání pozornosti. Hlasitá řeč znamená uvolněnost a sebevědomí mluvčího. Na druhou stranu ji můžeme vnímat jako špatné sebeovládání (Vymětal, 2008). Mikuláštík (2003) doporučuje při delším projevu střídat hlasitost řeči, aby bylo zabráněno monotónnosti.

Mikuláštík (2003) uvádí, že rychlá řeč často vede posluchače k únavě, protože se musí více soustřeďovat na rychlé množství informací. Rychlost řeči je vhodné měnit také v kontextu tématu. Důležité informace je vhodné říkat v pomalejším tempu, a naopak věcná témata můžeme říkat rychleji. Autor dále poukazuje na to, že rychlé tempo řeči je znakem temperamentní osoby nebo může být také projevem nervozity. Pomalejší tempo představuje rozvahu, vyrovnanost, ale také může znamenat určitou váhavost.

Slovní důrazem upřesňujeme, co je v projevu podle mluvčího důležité. A to podle toho, kam tento důraz v projevu umístíme (Křivohlavý, 1993).

Pauzy můžeme v komunikaci použít úmyslně nebo neúmyslně. Účelovou pomlkou v řeči se snažíme zdůraznit určitou část sdělení. Nebo touto pauzou můžeme vytvářet prostor pro posluchače k zamýšlení nad sdělením či na jejich reakci. Projev naopak zdržují neúmyslné pomlky, ke kterým dochází většinou u nezkušených řečníků (Mikuláštík, 2003).

1.4.3 Neverbální komunikace

„Neverbální komunikace zahrnuje širokou oblast toho, co signalizujeme beze slov či spolu se slovy jako doprovod slovní komunikace“ (Vybíral, 2009, s. 81).

Autor Štěpáník (2005, s. 42) neverbální komunikaci popisuje následujícím způsobem: *„Neverbální komunikaci je v posledních letech věnována zvlášť velká pozornost. Přináší také výpověď o temperamentových vlastnostech komunikujících. Neverbální signály dávají znát o lásce i nelásce na první pohled. Informují o vzniku sympatií a antipatií, averzi a idiosynkrazii.“*

Mikuláštík (2003) a Bednaříková (2006) se shodují na tom, že neverbální komunikaci se učíme už v dětství od svých rodičů.

Neverbální projevy, které jsou vyjadřovány emocemi není často možné v sobě potlačit, ani když se na to sebevíc člověk soustředí. Proto je kolikrát neverbální komunikace důvěryhodnější než samotná verbální komunikace (Kramulová, 2015).

Mezi neverbální projevy řadíme zejména:

Mimiku, která představuje výraz v obličeji. Zobrazuje to, co se uvnitř jedince odehrává. Je považována za nejvýraznějšího ukazatele emocí, protože prostřednictvím mimiky ukazujeme mluvčímu prožitek ze sdělení (Mikuláštík, 2003). *„Z obličejových expresí lze vysuzovat prožitek šesti základních emoci: štěstí, smutek, překvapení, znechucení, vztek a strach.“* (Kliment, 2013, s. 15).

Gestikou rozumíme komunikaci pomocí gest. Gesta jsou výrazné pohyby některé části lidského těla, zejména rukou nebo nohou. Prostřednictvím gest zdůrazňujeme obsah sdělení (Černý, 2012). Gesta můžeme podle Mikuláštíka (2003) rozlišit na ilustrace, znaky a regulátory chování. Ilustrace zobrazují gesta, která v prostoru vykreslují slovní výklad. Příkladem může být ukazování směru. Gesto jako znak může představovat vytvoření kruhu pomocí palce a ukazováčku, což znamená, že je všechno O.K. A upozorňování někoho na něco představuje gesto jako regulátor chování. Dalším příkladem regulátoru chování může být ukazování na někoho prstem.

Posturika představuje komunikaci prostřednictvím držení těla. Směr natočení těla nebo polohy rukou a hlavy naznačují postoj posluchače ke sdělení, jeho zaujetí a emoční stav (Mikuláštík, 2003). Autorka Žantovská (2008) uvádí, že fyzický postoj je zásadní pro vyjádření shody nebo neshody s názory mluvčího.

Kinezika znázorňuje komunikaci prostřednictvím pohybů různých částí těla, které ale současně nejsou gesty (Mikuláštík, 2003). Jedná se o pohyby spontánní a příkladem může být poklepávání končetin, dotýkání se obličeje, mnutí rukou nebo procházení se po místnosti (Křivohlavý, 2009).

Haptika je řeč prostřednictvím doteků. Podle částí těla, kterých se lidé dotýkají jsou možná rozlišit doteková pásma komunikace. Pokud se lidé dotýkají rukou nebo paží, jedná se o zdvořilostní pásmo. V případě doteku vlasů nebo obličeje se jedná o pásmo přátelské. U pásma intimního nejsou doteky omezeny (Mikuláštík, 2003). Autor Křivohlavý (1988)

poukazuje na to, že hmat není jedním smyslem, ale souborem smyslů, které mají společné to, že souvisí s kůží.

Vizikou rozumíme komunikaci prostřednictvím očí. Mikuláštík (2003, s. 128) uvádí: *„Oči hrají v komunikaci velmi důležitou roli. Působí jako sdělovače, ale také jako přijímače. Čím menší je oní kontakt, tím nejistěji se cítí příjemce zprávy, tím kratší je vzájemný kontakt a tím méně slov se ve vzájemném kontaktu vysloví“*.

Do neverbální komunikace jsou zařazeny i takzvané proxemické vzdálenosti. Podle vzdálenosti mezi mluvčím a posluchačem jsou rozlišovány vzdálenosti na intimní vzdálenost, vlastní osobní prostor, skupinovou zónu a veřejný prostor. Do intimní vzdálenosti vstupují jen nejbližší osoby a jedná se o vzdálenost do 0,5 metru. Do osobního prostoru vstupují osoby od 0,5 metru do 2 metrů. Záleží na tom, kde se rozhovor uskutečňuje a také na tématu rozhovoru. Dále uvádí skupinovou zónu, kterou využíváme denně. Například při setkávání s kolegy z práce. Mluvíme zde o vzdálenosti od 1 metru do 10 metrů. Nad 2 metry až do 100 metrů se jedná o veřejnou zónu – tento prostor se využívá při kontaktu s neznámými osobami. Dalším příkladem může být politický projev uskutečněn na náměstí (Mikuláštík, 2003).

Mikuláštík (2003) poukazuje na to, že nejvíce je věnována pozornost neverbálním projevům v oblasti hlavy a obličeje. Má největší vliv na to, jak posluchač vnímá sdělení (vizika, mimika). Dále je pozornost věnována rukám a pažím (gestika, haptika) a až na závěr se věnuje pozornost pozici těla (posturologie), nohou a pohybům (kinezika).

1.5 Sociální percepce v komunikaci

V rámci každé lidské komunikace se vyskytuje sociální percepce. Neboli sociální vnímání lidí a pozorování vzájemných vztahů. Sociální percepce je ovlivňována vlastními zkušenostmi (Mikuláštík, 2010). *„Vnímání druhého člověka úzce souvisí s vnímáním sebe sama, to je se sebepoznáváním a sebeuvědomováním“* (Křivohlavý, 1988, s. 13).

Autor DeVito (2008) uvádí, že naše sociální vnímání vychází z našich potřeb, zkušeností, přání nebo také nenávisti. Sociální vnímání ovlivňuje naši komunikaci. *„Sdělení, která vysíláte a přijímáte, závisejí na tom, jak vidíte svět, jak hodnotíte konkrétní situace a co si myslíte o lidech, s nimiž komunikujete“* (DeVito, 2008, s. 82).

1.5.1 Nedostatky a chyby ve vnímání

U sociálního vnímání dochází často k chybným úsudkům. Abychom těmto chybám mohli předcházet, je dobré se s nimi seznámit a následně těmto chybám předcházet (Mikuláštík, 2003).

Pro názornost níže uvádím některé z nich:

Haló efekt vzniká u osob, u kterých je jedna vlastnost nápadnější a pozorovatel ji tak vnímá jako dominující. Osobu pak vnímáme podle prvotního dojmu a neumíme se na jedince dívat objektivnějším způsobem (Hartl, 2000). Vyhnout se této chybě můžeme tím, pokud se nebudeme zaměřovat jen na ty informace, které nám právě haló efekt způsobil a nebudeme přisuzovat k prvotní informaci další, které se nám k tomu hodí. Také nám může pomoci čas, který s dotyčnou osobou strávíme, abychom došli ke správnému závěru (Mikuláštík, 2003).

Efekt prvního dojmu vzniká v prvních vteřinách, kdy se s osobou setkáváme, a to na základě vzhledu jedince. První dojem je neopakovatelný (Nakonečný, 2009).

Projekce vzniká v případě, když očekáváme od druhé osoby stejné názory, zájmy nebo chování a promítáme je do druhé osoby (Strnadová, 2007). Často bývá používána jako obranný mechanismus, kdy přenášíme vinu na jinou osobu. Nebo také jako ochranu před svými psychickými a před svými pocity (Mikuláštík, 2003).

Favoritismus vzniká při nadhodnocování úspěchů u blízkých osob, ale u ostatních je přehlížíme (Mikuláštík, 2003).

Předsudky nezískáváme z vlastní zkušenosti, ale jsou převzaté ze zkušenosti jiných. Osobám jsou často přisuzovány vlastnosti, které jsou charakteristické pro celou skupinu (Strnadová, 2007).

Chyba kontrastu znamená, když pracovní výkon nebo chování jiných měříme podle svých schopností a nikoliv objektivně (Mikuláštík, 2003).

Efekt mírnosti znamená přehlížení drobných chyb a přeceňování měnších úspěchů (Mikuláštík, 2003).

1.6 Komunikační bariéry

„Pod pojmem komunikační bariéry rozumíme překážky, které musí být při komunikaci překonávány, nebo které uskutečnění komunikace brání“ (Vymětal, 2008, s. 37).

Podle příčiny vzniku komunikačních překážek je rozlišujeme na externí a interní. Externí komunikační bariéry souvisí s rušivými elementy z prostředí. Může se jednat např. o hluk, vizuální rozptylování, neobvyklé prostředí, organizační překážky, nepřiměřenou vzdálenost mezi komunikujícími nebo vyrušování další osobou. Interní komunikační bariéry vznikají vnitřními problémy komunikátora. Nejčastější bariérou bývá strach z neúspěchu, která se projevuje chvěním hlasu a slovním vyjadřováním komunikujícího. Dalšími překážkami mohou být: nesoustředěnost, emoční stav, skákání do řeči, čtení myšlenek a další (Mikuláštík, 2003).

Autor De Vito (2008) označuje zkreslené přenášené sdělení rušivým prvkem jako komunikační šum a rozlišuje je následujícím způsobem:

- Psychologický šum – ke komunikačnímu šumu dochází např. kvůli předsudkům, předpojatosti nebo kvůli nedůvěře.
- Sociálně-psychologický šum – důvodem mohou být minulé zkušenosti, aktuální emoční stav, vztahy mezi komunikujícími nebo společenské postavení.
- Fyzický šum – komunikaci narušují okolní zvuky, např. sirény, projíždějící auta a další.
- Fyziologický šum – důvodem mohou být různé fyziologické vady řečníka nebo posluchače (vady zraku nebo sluchu apod.).
- Sémantický šum – dochází k němu v případě odlišnosti jazyka, dialektu, zkušeností nebo používání terminologie.
- Časový šum – komunikaci může stěžovat časová rezerva pro poskytnutí informací.
- Kulturní šum – normy a pravidla, která jsou ve společnosti akceptovány.

2 ROZHOVOR

Rozhovorem se označuje komunikace, která probíhá mezi dvěma nebo více lidmi (Křivohlavý, 1988). Allen a Langford (2021) doplňují, že rozhovor v sociální práci je komunikace dvou lidí, který probíhá za určitým záměrem. Rozhovor je tak veden za účelem zjišťování informací, k jejich výměně nebo pro terapeutické účely.

Matoušek (2005, s. 169) rozhovor interpretuje tímto způsobem: *„Rozhovor je prostředkem, který umožní získat velké množství informací o klientovi, jeho minulých rolích, zaměstnání, zájmech, sociálních podmínkách a historických souvislostech, v nichž žil.“*

Rozhovor je tedy základní technikou využívanou ve všech pomáhajících profesích (Matoušek, 2008). A pro sociálního pracovníka je základním nástrojem (Úlehla, 2005).

Mikuláštík (2003) doplňuje, že rozhovor nemusí probíhat jen tváří v tvář, ale může být i zprostředkovaný po telefonu, a to za použití otázek a odpovědí.

Křivohlavý (1988) uvádí, že někdy může nastat rozhovor, ve kterém se projevují soutěživé rysy (např. debaty, hádky). Autoři Beesley, Watts a Harrison (2018) se shodují na tom, že rozhovory v sociální práci nejsou často jednoduché. Naopak jsou mnohdy provázány náročnou komunikací a vyjednáváním. Jindy se může jednat o rozhovor kooperativní, který je vedený na úrovni spolupráce (Křivohlavý, 1988).

2.1 Fáze rozhovoru

Rozhovor je proces, který zahrnuje několik fází. Má svůj začátek, průběh a závěr. Pracovník vědomě provází klienta všemi těmito fázemi rozhovoru. Aby rozhovor s klientem probíhal plynule a přirozeně záleží na komunikačních dovednostech pracovníka (Kadushin & Kadushin, 2013).

V odborné literatuře se můžeme setkat s více možnostmi pojetí a také různými počty fází rozhovoru. Úlehla (2005) uvádí, že fáze rozhovoru na sebe navazují, prolínají se mezi sebou a cyklicky se opakují. Ve své publikaci rozlišuje 6 fází rozhovoru. Podle autora vše začíná již před samotným rozhovorem, a to přípravou. Pracovník by se měl připravit nejen na rozhovor s klientem, ale v této fázi by si měl pracovník také

připomenout, kým je a čím svým přičiněním klientům pomáhá. Autor také zmiňuje, že by si měl pracovník zodpovědět na otázky týkající se poslání, zdrojů a cílů.

Další fází je otevření se pro práci s klientem. V této části probíhá sjednání schůzky, pozvání klienta do kanceláře a prvotní rozhovor. V této fázi by se měl pracovník snažit vytvořit bezpečnou atmosféru.

V následující fázi rozhovoru probíhá dojednávání objednávky klienta a nabídka pracovníka. Cílem je zjistit, co si klient přeje a jaké možnosti mu může pracovník nabídnout.

Průběh rozhovoru spočívá v řešení problému klienta. V této fázi by měl klient převzít kontrolu nad svým životem a přijít na řešení problému sám.

V závěru rozhovoru se zhodnocuje práce mezi klientem a pracovníkem. Pracovník stručně shrne rozhovor a zdůrazní podstatné části, které byly řešeny a na co je potřeba se do budoucna dále zaměřit.

Poslední fází je opět příprava, která představuje seberozvoj, supervizi, vzdělávání a další přípravu.

Oproti Úlehlovi autor Mikuláštík (2003) rozlišuje pouze 4 základní fáze rozhovoru.

Úvodní fáze neboli „warming up“ spočívá v zásadách slušného chování, které zahrnuje pozdravení, podání ruky, nabídnutí místa k sezení, vytvoření bezpečné, uvolněné atmosféry („warming up“) tím, že počáteční rozhovor se týká neformálních témat. Rovněž je důležité vytvořit dojem znalosti v dané problematice.

Ve fázi shromažďování základních faktů seznamuje pracovník dotyčného s podmínkami rozhovoru. V této části je důležité prostřednictvím vhodných otázek získat nejpodstatnější informace o daném problému.

Před počátkem rozhovoru by si měl pracovník nejdříve zjistit dostupné informace o tázajícím. Protože v této fázi pracovník shromažďuje doplňující informace, které nemůže zjistit jinak než pokládáním doplňujících otázek.

Při ukončování rozhovoru pracovník zrekapituluje to nejdůležitější, co bylo řečeno. Vhodné je také poděkovat za rozhovor a rozloučit se.

Přestože výše uvedení autoři rozlišují jiné počty fází, tak můžeme dojít k závěru, že uvedené fáze vyjadřují stejnou podstatu.

2.2 Klíčové momenty rozhovoru

V sociální práci má rozhovor vést k vyjádření potřeb daného klienta nebo k nalezení zdroje, kterým by bylo možné klientovu situaci zlepšit. Prostřednictvím rozhovoru se rozvíjí mezi pracovníkem a klientem vztah, který by měl směřovat k potřebné změně. Aby byl pracovník schopen rozpoznat klientovy potřeby, je zapotřebí aby pracovník aktivně naslouchal a dokázal rozeznat, co mu klient verbálně nebo neverbálně sděluje (Matoušek, 2003).

Podle Baileyho a Gasteho (2014) je pro sociálního pracovníka klíčovou situací navázání kontaktu s klientem. Tento první krok vyžaduje komunikaci založenou na důvěře, vzájemném porozumění, respektu a rovnoprávnosti.

Také Mikuláštík (2003) považuje za nutnost aktivní naslouchání. To, když se někdo snaží porozumět tomu, kdo se mu svěřuje, kdo s ním řeší jeho problémy. Posluchač pozorně vnímá, reaguje a tím dává tomu druhému najevo, že jej poslouchá. *„Aktivně naslouchající je ten, který také reaguje, dává zpětnou vazbu, podporuje, kritizuje*“ (Mikuláštík, 2003, s. 102). Autor Bělohlávek (1996) uvádí, že pokud umíme vnímavě naslouchat, můžeme si vytvořit cit pro to, jakým způsobem druzí uvažují. To nám umožní vhodně navázat spolupráci. Také uvádí, že běžný naslouchající zachytí jen polovinu z celkového sdělení hovořícího. Z tohoto důvodu by měl být rozhovor podpořen i jiným druhem sdělením a sledovat zpětnou vazbu sdělení.

2.3 Druhy rozhovorů

V běžném životě se můžeme setkat s celou řadou druhů rozhovorů.

Vymětal (2008) uvádí jako nejčastější běžně používané druhy rozhovorů tyto: konverzační, vyprávěcí, pracovní, řízený a telefonický. Konverzační nebo také běžný rozhovor se vede za hlavním účelem dialogu. Setkáváme se s ním při náhodném kontaktu, třeba v obchodě nebo na poště. Dalším druhem je vyprávěcí rozhovor, ke kterému dochází především při sdělování zážitků, dojmů nebo příhod. Vedeme jej třeba při návštěvách nebo rodinných oslavách. Pracovní rozhovor bývá charakteristický odbornou specializací. Často obsahuje odbornou terminologii nebo názvy pro určitou oblast profese. Dále autor uvádí řízení rozhovor. Tento rozhovor je předem jasně stanoven. Jako poslední druh rozhovoru rozlišuje telefonický. Jak už vypovídá z názvu, jedná se o rozhovor

prostřednictvím telefonu. Oproti předchozím druhům rozhovorů neobsahuje neverbální komunikaci.

Autoři (Kadushin, Kadushin, 2013) rozlišují rozhovory na nedirektivní a direktivní. U nedirektivního rozhovoru se má pracovník snažit vytvořit takovou atmosféru, aby byl klient schopen otevřeně o sobě hovořit. U tohoto druhu rozhovoru se využívá tzv. Rogerovský přístup. Naopak u direktivního rozhovoru pracovník pokládá více otázek a je aktivnější. Uvedené druhy rozhovorů vyžadují od pracovníka různé přístupy. Záleží tedy na dovednostech pracovníka, aby přizpůsobil vedení rozhovoru a komunikaci s klientem.

Novosad (2009) rozlišuje rozhovory zase z jiného úhlu pohledu, a to na skupinové nebo individuální.

2.4 Dialog

Dialog je tou nejkvalitnější formou rozhovoru dvou osob, který probíhá v rovnoprávném postavení obou zúčastněných. Autor Křivohlavý (1988) upozorňuje na to, že o dialog se nejedná v případě, pokud nejsou splněné následující podmínky:

- Nesplněné úkolové podmínky – v rámci rozhovoru mají účastníci jiné cíle a každý je nasměrován jiným směrem.
- Nesplněné interakční podmínky – žádný z účastníků není ochoten změnit svůj postoj nebo ustoupit, v tomto rozhovoru se nenachází interakce.
- Nesplněné vztahové podmínky – absence důvěry a vzájemných dobrých vztahů.

2.5 Zpětná vazba

V rámci rozhovoru nám zpětná vazba dává na vědomí, jestli sdělení, které předáváme je přijato i druhou stranou (Bělohlávek, 1996).

Bělohlávek (1996) dále uvádí úrovně zpětné vazby:

• Úroveň vnímání – je založena na vysílání sdělení a následně na příjmu, že adresát sdělení opravdu přijal.

• Úroveň kódu – jedná se o celkové zopakování sdělení.

• Úroveň významu – jedná se o nedůležitější zpětnou vazbu, a to jestli adresát správně porozuměl významu sdělení.

3 JEDNÁNÍ S UCHAZEČEM O ZAMĚSTNÁNÍ

Vzhledem k tomu, že se ve své práci zabývám komunikací s uchazeči o zaměstnání, a aby byly propojené všechny souvislosti s tím spojené, tak považuji za nezbytné nastínit Úřad práce ČR. Protože se zaměřuji na oblast zprostředkování zaměstnání, tak v dalších podkapitolách se věnuji službám v oblasti zaměstnanosti, roli zprostředkovatele zaměstnání, zájemci a uchazeči o zaměstnání. Dále jak už vypovídá i název kapitoly se zaměřuji na jednání s klientem, v mém případě uchazečem o zaměstnání.

3.1 Sociální pracovník jako zprostředkovatel zaměstnání

Zprostředkovatel zaměstnání pracuje každý den s klienty a svou činností se jim snaží pomoci. Pozici zprostředkovatele zaměstnání tak můžeme zahrnout do pomáhajících profesí. Autorka Géringová (2011, s. 21) definuje pomáhající profesi následovně*: „Pomáhající profese tedy představují systém, na jehož jedné straně stojí pomáhající (učitel, lékař, zdravotní sestra, kněz, sociální pracovník, psycholog, terapeut…) a na straně druhé ten, jemuž má být pomoženo (žák, pacient, klient, chovanec, student, uživatel…)“*

Existuje široká škála klientů, se kterými jednají pracovníci v rámci zprostředkování zaměstnání. Uchazeči o zaměstnání jsou rozdílného věku, pohlaví, vzdělání. Mezi jejich klienty také patří osoby s různým zdravotním znevýhodněním. Nebo se může jednat o nepřizpůsobivé klienty – osoby závislé na návykových látkách, osoby bez přístřeší nebo osoby propuštěné z výkonu tretu odnětí svobody a další. Z tohoto důvodu se považuje osobnost zprostředkovatele, odbornost v dané problematice a komunikační dovednosti za velice důležité (Géringová, 2011; Havrdová 1999*).*

Funkce úřadů je ovlivňována profesionálně vedenou komunikací pracovníků s klienty (Pomahač a kol., 2013, s. 132). Kvalitní a konstruktivní komunikace je jedna z nejdůležitějších oblastí pro práci na úřadech. Je založena na porozumění sebe samotných, a postojům nejen nás samotných ale i druhých (Motschnig, Nykl, 2011, s. 21).

Jedná se o klíčovou kompetenci pracovníka, a aby byla účinná a působila přirozeně je nutné porozumět sobě samému. Jestliže se vyjadřujeme jasně a přiměřeně k dané situaci, poskytuje to druhé osobě možnost lépe sdělení pochopit (Motschnig, Nykl, 2011, s. 22).

Podle Mlčáka (2005, s. 43) by do kompetencí úředníků státní správy mělo být zahrnuto:

- Znalosti pro vykonávání konkrétní činnosti
- Požadavky pro profesní rozvoj
- Schopnosti a dovednosti pro řízení nebo pro činnost
- Chování
- Osobnostní vlastnosti
- Volní osobnostní vlastnosti
- Morální vlastnosti

„Osobnost pomáhajícího je jedním z důležitých nástrojů, které při své práci používá“ (Géringová, 2011, s. 25). Dále uvádí, že osobnost pracovníka má vliv na kvalitu jeho práce, pokud by pracovník neměl ze své práce pocit naplnění, tak by mohlo hrozit vyhoření pracovníka.

Odbornost dané problematiky je pro zprostředkovatele zaměstnání nezbytná. *„Bez znalostí teoretických základů a přístupů je práce s uchazeči o zaměstnání založena zejména na vlastních nebo převzatých zkušenostech a intuitivním vyhodnocování dané situace, zatímco s teoretickými vědomostmi se obvykle otevírá daleko širší škála možností a rozhodování je kompetentnější.“* (Freibergová, Maříková, 2013, s. 19). Pro výkon jejich práce jsou důležité znalosti potřebné legislativy, aby ji mohli dále využívat v praxi s klienty. *„Poradce a jeho odborná erudice, jeho počáteční i průběžné vzdělávání, supervize a další aktivity, které udržují, inovují a zvyšují jeho odborné kompetence, jeho přístup ke klientům i k vedení poradenského procesu významně ovlivňují průběh poradenského procesu“* (Freibergová, Maříková, 2013, s. 18).

Zprostředkovatelé zaměstnání každý den komunikují s různými typy klientů a své komunikační dovednosti by měly neustále zlepšovat. *„Pracovník se projevuje prostřednictvím toho, co říká a co dělá. Dobrý pracovník je v souladu s tím, co říká, i s tím, jak se projevuje neverbálně, aniž by o tom musel příliš přemýšlet“* (Matoušek a kol., 2003, s. 53). Havrdová (1999) dále uvádí, že pracovník by měl svou

komunikaci umět přizpůsobit individualitě klienta, jeho věku a zároveň klienta namotivovat pro dosažení jeho cíle.

3.2 Uchazeč o zaměstnání

Mareš (2002, s. 17) definuje nezaměstnanost tímto způsobem: *„Definice nezaměstnanosti je založena nejen na tom, že osoba schopná práce je z možnosti pracovat v placeném zaměstnání vyřazena, ale i na tom, že se se svým vyřazením nespokojuje a hledá nové placené zaměstnání.“* Z výše uvedeného můžeme konstatovat, že aby osoba patřila mezi nezaměstnané, měla by chtít pracovat a být schopná pracovat s ohledem na věk, zdravotní stav a rodinnou situaci. Přesto všechno nemůže zaměstnání najít.

Uchazečem o zaměstnání se může stát fyzická osoba, která si podá žádost o zprostředkování zaměstnání u krajské pobočky Úřadu práce ČR, ve kterém má osoba trvalé bydliště. Současně musí splňovat zákonem stanovené podmínky, aby jej pobočka mohla zařadit do evidence uchazečů o zaměstnání (Úřad práce ČR, 2020).

Uchazeč má právo na zprostředkování zaměstnání – poskytnutí informací o možných pracovních příležitostech, poradenství a vyhledávání zaměstnání. Pokud potřebuje může mu být nabídnuta zvýšená péče při zprostředkování zaměstnání. Jestliže uchazeč o zaměstnání splní zákonem dané podmínky, může mít také nárok na podporu v nezaměstnanosti (Úřad práce ČR, 2020).

Mezi povinnosti uchazeče o zaměstnání patří poskytování součinnosti a postupování podle pokynů při zprostředkování zaměstnání, sdělování potřebných informací o zdravotním stavu a omezení při hledání vhodného zaměstnání, pracovní rehabilitace a rekvalifikaci. Je nutné, aby uchazeč zdravotní omezení doložil lékařským posudkem od praktického lékaře. Uchazeč musí výkon činnosti nekolidujícího zaměstnání oznámit nejpozději v den nástupu a dokládat výši měsíčního výdělku zprostředkovateli. Dále jeho povinností je do 8 kalendářních dnů ohlásit změny rozhodné pro zařazení nebo vedení v evidenci Úřadu práce. V případě dočasné pracovní neschopnosti je nutné, aby do 3 kalendářních dnů uchazeč oznámil, že není schopen vykonávat jeho povinnosti a do 8 kalendářních dnů doložil potvrzení od vystavení dočasné pracovní neschopnosti (Úřad práce ČR, 2020).

3.2.1 Motivace a stimuly uchazeče o zaměstnání

Evidence na Úřadu práce ČR není povinností, ale co vlastně motivuje nezaměstnané, aby svou situaci nějakým způsobem řešili nebo neřešili?

Interpretovat motivaci můžeme následujícím způsobem a to jako: *„souhrn činitelů, které podněcují, směrují a udržují chování člověka“* (Hrabal, Man, Pavelková, 1989).

Autorka Vágnerová (2008) popisuje 5 motivů k vykonávání práce:

- Finanční prostředky – je jedna z nejvýznamnějších motivací k vykonávání práce. Prostřednictvím financí uspokojujeme své životní potřeby (bydlení, jídlo, záliby a jiné).
- Nezávislost – finanční prostředky nám poskytují možnost být samostatní a finančně nezávislý (např. na svých rodičích).
- Sociální kontakty – v zaměstnání udržujeme sociální kontakty s kolegy, z kterých se mohou stát naši přátelé.
- Seberealizování – při dobře odvedené práci můžeme získat pocit dobře vykonané práce, úspěch nebo společenské uznání.
- Aktivita – jedná se o užitečnou práci, která se nedotkne pouze nás, ale je i pro ostatní.

Autor Plamínek (2010, s. 14) popisuje a vysvětluje pojmy motivace a stimulace na uložení úlohy tímto způsobem: *„Kladný vztah k nějaké úloze obvykle vzniká z některé ze dvou příčin: buď proto, že je její splnění spojeno se ziskem nějakých zvenčí přicházejících hodnot (například finanční odměny), nebo proto, že její splnění je v souladu s vnitřním vyladěním člověka, který má úlohu vykonávat.“* Podle Plamínka (2010) můžeme tedy rozlišit jednání člověka na vnitřní motivaci nebo vnější stimuly. Pokud bychom převedli jeho definici na uchazeče o zaměstnání, tak můžeme říct, že vnitřní motivací pro uchazeče o zaměstnání je například zájem najít si zaměstnání podle svých schopností a dosaženého vzdělání a vnějším stimulem je prostředek, který ho nutí se evidovat na Úřadu práce ČR, a to třeba za účelem hrazení zdravotního pojištění nebo k získání podpory v nezaměstnanosti.

Důsledkem nezaměstnanosti může u klienta vzniknout ztráta motivace. Sociální práce s uchazečem by měla být spočívat v znovu nalezení motivace si zaměstnání aktivně hledat. Podle autora Hangoniho (2010) je vhodné použít komunikační techniku povzbuzování.

3.3 Uchazeč o zaměstnání jako klient

Klient je definován ve Slovníku sociální práce jako *„subjekt, který využívá sociální služby“* (Matoušek, 2016, s. 201). Malík Holasová (2014, s. 13) uvádí, že se jedná o *„pojem v sociální práci, který označuje adresáty sociální práce (užší pojetí)“.*

Kodymová, Koláčková (in Matoušek, 2010) uvádí, že cílem sociální práce s nezaměstnanými osobami spočívá ve *„snížení rizika jejich sociálního vyloučení, k němuž dochází v rovině ekonomické, sociální i psychologické“.* Autorky poukazují na to, že sociální práce by měla být zaměřena na zvládání životní situace klienta a současně by měla být s ohledem na individualitu jedince, skupiny nebo komunity probíhat prostřednictvím veřejných institucí.

Nezaměstnané osoby se mohou v počátku své nezaměstnanosti věnovat svým zájmům a užívat si nově nabytý volný čas nebo se zaměřují na jiné problémy (Hora, 2008). Pokud je ztráta zaměstnání neočekávaná, jedinec může zažívat pocity neužitečnosti. Negativní pocity se objevují především v momentech odmítnutí při hledání nové práce (Bimrose, Hearne, 2012). Se ztrátou zaměstnání se objevují také finanční problémy. Ty mají vliv na chod domácnosti a na vztahy v rodině nebo v partnerském vztahu (Jurečka, 2017). S nezaměstnaností souvisí i ztráta sociálních kontaktů. Nezaměstnané osoby vnímají odlišně čas a mění se jim denní harmonogram (Matoušek, 2005).

Je důležité, aby si zprostředkovatelé zaměstnání uvědomovali, že ztráta zaměstnání může potkat opravdu každého z nás. A každý z nás může vnímat onu ztrátu jiným způsobem. Zvlášť v situaci, kdy osoba ukončení zaměstnání neočekávala a nebyla na situaci předem připravena. Král uvádí (In: Freibergová, Maříková, 2013), že prožívání ztráty zaměstnání má svůj vývoj a nezaměstnaný prochází následujícími fázemi: šok, optimismus, pesimismus, fatalismus. Podle osobnosti a temperamentu klienta nebo jeho schopnosti vyrovnávat se s nepříznivými situacemi, může mít každý klient jinou intenzitu reakce na ztrátu svého zaměstnání. Současně mohou ovlivňovat jednání mezi zprostředkovatelem a klientem (Vágnerová, Král, In: Freibergová, Maříková, 2013).

Zprostředkovatelé zaměstnání při výkonu své práce denně jednají s klienty a setkávají se s různými typy osob. Podle Malík Holasové (2014) se může jednat buď o dobrovolné klienty, kteří se dostanou do tíživé situace a hledají cestu k řešení prostřednictvím služeb. Druhým typem klientů jsou naopak nedobrovolní klienti, kteří přicházejí z toho důvodu, že je někdo poslal, popř. přikázal svou situaci řešit.

Pro každého jedince nebo rodinu je konkrétní životní situace individuální (Klimentová, 2009). Krakešová (1946) podle sociálních situací rozlišuje na dva typy klientů, se kterými se zprostředkovatelé zaměstnání běžně setkávají:

- Sociálně oslabeného klienta – oslabení klienta většinou vzniká z vnějších důvodů, převážně kvůli nedostatku pomoci. Většinou se jedná o materiální problém, který vzniká často z důvodu ztráty zaměstnání, dlouhodobé nezaměstnanosti, ztráty živitele rodiny, více dětí apod. Jednání s tímto klientem – uchazečem o zaměstnání je především charakteru uplatnění nároku na možné sociální dávky a poskytnutí poradenství.
- Sociálně vykolejený klient – takový klient není schopen uživit sebe ani svoji rodinu, má potíže dodržovat společenský řád a má špatný vztah k zaměstnání nebo může mít problém s výchovou svých dětí apod. Sociální práce s klientem sociálně vykolejeným je nejen časově náročnější, zahrnuje většinou i spolupráci s dalšímu subjekty (např. se zaměstnavateli, s rodinou, městskými úřady, obcemi apod.).

Pomáhající pracovníci se ale setkávají i s „rizikovými“ typy klientů. Které autor Gabura (2005) rozlišuje následovně:

- Mlčenlivý klient svým chováním projevuje nejistotu a nedůvěru v pracovníka. Pracovník může s klientem nejdříve mluvit o běžných společenských tématech, aby klienta rozmluvil a následně mu vysvětlit, že mu nebude schopen pomoci s jeho problémem, pokud nezíská od něj více informací. U tohoto typu klienta může pomoci přítomnost klientovy blízké osoby (rodinný příslušník, přítel).
- Nedobrovolný klient dochází za pracovníkem pouze z toho důvodu, že jej vyšle nějaké instituce. Jedná se například o soud, organizaci nebo rodinného příslušníka. Sám klient si většinou problém nepřipouští, a proto nemá ani žádnou motivaci

jej řešit. Pracovník se snaží získat jeho důvěru a vytvořit motivaci, aniž by to u klienta mohlo vyvolat agresivitu.

- Klient v odporu se od nedobrovolného klienta odlišuje tím, že si klient svůj problém připouští, ale nechce jej řešit. Klient má obavy ze změny. Pokud pracovník nevyvolá v klientovi motivaci problém řešit, navrhne klientovi ukončení spolupráce. Tím většinou v klientovi probudí motivaci ke změně a spolupracovat na řešení svého problému.
- Manipulativní klient se snaží manipulaci použít jako ochranu před svými problémy. Klient za účelem výhod vede s pracovníkem neformální konverzace. Pracovník musí nastavit hranice – odmítá manipulaci ze strany klienta a vymezí přesně čas na jednání s ním.
- Depresivní klient má potíže naplňovat své denní plány. Před jednáním s pracovníkem je vhodné zajistit klientovo psychiatrické vyšetření. Ze strany pracovníka je požadována zvýšená pozornost, pro účely zjišťování úspěšnosti v intervencích. Jednání s tímto klientem je časově náročnější.
- U agresivního klienta by měl pracovník dbát na zvýšenou pozornost, aby nebyla ohrožena jeho vlastní bezpečnost. Tomu může předcházet tím, že odstraní nebezpečné předměty z dosahu klienta nebo tím, že vhodně uspořádá kancelář. Při jednání s agresivním klientem je důležité nesnažit se klienta uklidňovat prostřednictvím racionálních argumentů, ale umožnit ventilaci jeho emocí. Po odeznění bouřlivé reakce je možné v další spolupráci pokračovat, nebo klienta upozornit na ukončení spolupráce.
- Suicidální klient by měl být nejdříve v péči psychiatra. Hlavní náplní pracovníka je zjistit typ suicidálních tendencí a zaujmout neodsuzujícího postoj ke klientovi.
- Sociopatický klient se chová nemorálně, ale své chování považuje za správné a nepociťuje vinu. Práce může být úspěšná pouze v případě, pokud klient bude motivován ke spolupráci. Tento typ klienta se vyskytuje například u domácího násilí.
- Hysterický klient se svým chováním snaží na sebe upozornit. Většinou žije nezodpovědně a má sebestředné sklony. Pracovník se snaží zamezit klientovy manipulaci a zachovat racionalitu.

Klienty můžeme také rozlišovat podle jejich délky evidence na Úřadu práce ČR. Podle zákona o zaměstnanosti (2004) evidence uchazeče o zaměstnání do 5 měsíců je považována za krátkodobou evidenci klienta. Za dlouhodobou evidenci je považována evidence delší než 12 měsíců. Špatenková (2011) uvádí, že dlouhodobá nezaměstnanost může způsobit u klienta řadu onemocnění – psychické i fyzické potíže. Jedná se například o: depresi, rezignaci, bezmoc a další. Nezaměstnaní zažívají pocity neužitečnosti a mají sníženou sebedůvěru. Často jsou tyto osoby ve stresu a mohou u nich vznikat psychická onemocnění, ale také onemocnění cévního, kardiovaskulárního, imunitního a mozkového systému (Krebs et. al., 2010). Autor Plesník (2000) zmiňuje, že se dlouhodobá nezaměstnanost na klientovi odráží v citové i intelektuální oblasti a ovlivňuje klientovu vůli.

3.4 Jednání s novým uchazečem o zaměstnání

Po zaevidování žádosti o zprostředkování zaměstnání do systému OK práce (databáze uchazečů o zaměstnání), přichází na řadu vstupní rozhovor nového uchazeče o zaměstnání se zprostředkovatelem zaměstnání (MPSV, 2013).

Před vstupním rozhovorem je zapotřebí vhodně připravit prostředí, ve kterém rozhovor bude probíhat. Vstupní rozhovor je běžně veden v kanceláři zprostředkovatele zaměstnání. Autorka Schneiderová (2009) pokládá za důležité, aby zařízení kanceláře bylo uspořádáno takovým způsobem, aby se klient cítil bezpečně, uvolněně a vstupní rozhovor nebyl nikým a ničím rušen. Vhodné prostředí pro vedení poradenského rozhovoru považuje za důležité také autorka Juříčková (2008), která poukazuje na to, že významným komunikačním prostředkem jsou také předměty, které zprostředkovatel běžně používá. Také upozorňuje na to, že není vhodné do kanceláře umisťovat fotografie, které mohou u klienta způsobit nepřístupnost klienta nebo klientovi poskytnout o zprostředkovateli informace, které by mohl nezákonně využít. Jedná se především o rodinné fotografie, snímky s politickou nebo náboženskou tematikou a další. Při vedení poradenského rozhovoru není mezi klientem a zprostředkovatelem bezpečnostní překážka, která by mohla mezi nimi představovat komunikační bariéru. Je proto nezbytné, aby zprostředkovatel při jednání s klienty dbal na své bezpečí (MPSV online, 2020).

Také je vhodné se před setkáním řádně připravit na rozhovor s klientem. Přípravou se rozumí prostudování spisu uchazeče o zaměstnání, jeho vyplněnou žádost

o zprostředkování zaměstnání nebo prostudování elektronického spisu v systému OK práce. Jestliže by pracovník shledal určité nejasnosti, může se obrátit na další oddělení (pokud s klientem pracují). Jedná se především o pracovníky dávek hmotné nouze, pracovníky státní sociální podpory nebo pracovníky trhu práce. Freibergová (2013) považuje za nezbytné, aby oddělení na úřadech práce vzájemně spolupracovala a předávala si důležité informace pro zajištění kvality práce s klienty.

V úvodu vstupního rozhovoru je prvním krokem navázání kontaktu a získání důvěry klienta. Navázání kontaktu spočívá v pozdravu, vzájemném představení a nabídnutí místa k sezení. Vytvoření uvolněné atmosféry a získání důvěry uchazeče je důležité, aby neměl klient problém mluvit otevřeně o své situaci na trhu práce (Plesník, Šobáňová, 2014). Už v počátku setkání je přínosné vnímat a správně zhodnotit neverbální komunikaci klienta. Podle mimiky a výrazu obličeje lze rozpoznat v jakém rozpoložení klient přichází. Můžeme například poznat, jestli je klient uvolněný nebo naopak nejistý, pesimistický nebo optimistický. Podle očního kontaktu můžeme zjistit klientův zájem a ochotu spolupracovat. Také gesta a pozice těla mohou poskytnout spoustu informací. Můžeme z nich poznat klientovu otevřenost nebo obavy, netrpělivost nebo pohodu. I vzhled a oblečení uchazeče může hodně prozradit, a to sice zda o sebe klient dbá, jestli je čistotný apod. Pracovník by měl umět poznat a vhodně reagovat na neverbální komunikaci klienta. Pokud se klient jeví v úzkosti, tak by pracovník neměl přistupovat k uchazeči příliš blízko a nezasahovat mu do osobní zóny, aby se klient neuzavřel a mohl se rozhovor dále rozvíjet. V případě, že uchazeč poposedává na místě k sezení a nevěnuje pozornost hovořícímu pracovníkovi, může to značit klientovu netrpělivost nebo nespokojenost. Následně může pomoci přerušení pracovníkovi řeči, podávání méně informací nebo zeptání se na názor klienta. Je vhodné klienta opět včlenit do konverzace (Plesník, Šobáňová, 2014).

Následně se přistupuje k samotnému rozhovoru. Zprostředkovatel zjišťuje současnou situaci klienta a jeho očekávání. Prostřednictvím otevřených a uzavřených otázek, popř. klientových doložených dokladů ověřuje vyplněná data v žádosti o zprostředkování zaměstnání. Postupně nové informace pracovník doplňuje nebo opravuje v systému OK práce. Uchazeč může být vyzván k doložení dokladů potřebných pro vedení v evidenci. Může se jednat o doklad o vzdělání nebo potvrzení o zdravotním stavu uchazeče. Klientovi jsou poskytnuté informace o volných pracovních místech a možnostech přístupu k aktuálním volným pracovním pozicím prostřednictvím nástěnek v prostorách úřadu práce

a internetových stránek. Na závěr je shrnut a zhodnocen vstupní rozhovor, optání klienta, zda má doplňující otázky, klientovi je stanoven termín a čas další schůzky (Směšná, 2010).

Ze vstupního rozhovoru je proveden protokol o průběhu schůzky. Klient je s tímto zápisem seznámen a podepisuje jej k vyjádření souhlasu. Při ukončení jednání obdrží uchazeč po jednom výtisku a druhý výtisk je vložen do klientova osobního spisu. V protokolu jsou uvedené informace a další postupy, na kterých se se zprostředkovatelem dohodli během schůzky (Freibergová, 2013).

Na konci jednání je vhodné klienta povzbudit, vyjádřit naději na úspěch a rozloučit se (Směšná, 2010).

3.5 Jednání s dlouhodobě nezaměstnaným klientem

Za dlouhodobě nezaměstnaného klienta považujeme uchazeče o zaměstnání nezaměstnaného déle než dvanáct měsíců. (Pavelka et al., 2011, s. 5).

„Sociální práce s touto skupinou obyvatelstva je velmi zdlouhavá, vyžaduje individuální přístup ke klientovi, musí se respektovat jejich individualita a jedinečnost. Náročnost sociální práce spočívá také v tom, že tito lidé postupně ztrácejí schopnost pracovat, pracovní návyky se vytratily, aspirace výrazně poklesly." (Hangoni, 2010, s. 78).

Také autoři Bimrose a Hearne (2012) poukazují na to, že dlouhodobě nezaměstnaná osoba přichází o své cíle, dovednosti a schopnosti.

Absolventi, starší uchazeči o zaměstnání, zdravotně znevýhodněné osoby, osoby s nízkou kvalifikací, osoby romského původu a ženy patří do skupiny osob, které patří mezi tzv. ohrožené osoby dlouhodobou nezaměstnaností. Vzhledem k tomu, že nezaměstnanost může představovat obtížnou životní situaci pro uvedené skupiny, tak sociální práce může těmto osobám na trhu práce pomoci ke zlepšení jejich situace.

Vágnerová (in Matoušek 2013, s. 301) uvádí, že mladí lidé, kteří jsou bez praxe nebo mají jen minimální pracovní zkušenosti jsou ohroženou skupinou dlouhodobou nezaměstnaností. Ohroženi jsou důsledkem nedostatku pracovních míst na trhu práce v absolvovaném oboru nebo také nedostatkem pracovních styků. Buchtová (2013) uvádí, že do skupiny absolventů můžeme také zařadit mladé osoby do 30 let věku. Ohroženou skupinou jsou také naopak uchazeči o zaměstnání staršího věku. Obtížněji se přizpůsobují novým situacím a mají již zažité určité stereotypy. Také považují za velkou konkurenci

mladší osoby ucházející o podobná místa (Buchtová, 2013). Mezi ohrožené osoby patří také zdravotně znevýhodnění uchazeči o zaměstnání. Jejich zdravotní omezení většinou také souvisí s psychologickými a ekonomickými potížemi. Pro tyto osoby jsou na trhu práce vytvořená tzv. chráněná pracovní místa, která jsou pro ně přizpůsobena, avšak není jich dostatek (in Matoušek, 2013). Do ohrožených skupin zařazujeme také osoby s nízkou kvalifikací. Autorky Koláčková a Kodymová (in Matoušek, 2013) uvádí, že se jedná většinou o mladé osoby s nedostatečným zájmem o práci, která může souviset s rodinnou nebo sociální situací. Často jsou tyto osoby odkázáni na pobírání sociálních dávek. Avšak připouští, že moderními technologiemi jsou také pracovní místa nahrazována stroji. Ohroženou skupinu zde také představují osoby romského původu (Koláčková, Kodymová in Matoušek, 2013). Potíže s uplatněním dle autorek představuje nízké vzdělání, zhoršená pracovní morálka nebo zhoršený zdravotní stav. Dále uvádí jako další ohroženou skupinu ženy. Také autorka Buchtová (2013) poukazuje na to, že muži bývají upřednostňováni před ženami na trhu práce. Odůvodňují to tím, že zaměstnavatelé pociťují ze zaměstnání žen obavy, aby jako matky nepožadovaly přizpůsobení pracovní doby z důvodu péče o děti.

Uchazeč předloží zprostředkovateli bílý průkaz uchazeče, kde si zapisuje všechny naplánované termíny setkání. Zprostředkovatel si připraví veškeré podklady pro jednání se stávajícím uchazečem. Poté vyzve uchazeče k osobnímu jednání a probíhá rozhovor mezi zprostředkovatelem a uchazečem (Směšná, 2010).

V počátku setkání dochází k navázání kontaktu, který spočívá v pozdravu a nabídnutí místa k sezení. Následně dochází k rozhovoru. Pracovník ověří údaje o uchazeči v systému OK práce a doplní případné změny, které proběhly od posledního setkání. Pracovník využívá otevřené i uzavřené otázky pro získání těchto informací. V případě, že byl klient na předchozím setkání vyzván k doložení dokladů, požaduje pracovník o předložení. Dále je klient informován o aktuálních volných místech a možnostech přístupu k místům, kde se aktuální nabídka nachází (nástěnky, webové stránky). Dále je informován o možnostech využití poradenského střediska, které může uchazeči poskytnout informace o aktuálních rekvalifikačních kurzech, práci v zahraničí, poradenství pro osoby se zdravotním znevýhodněním nebo psychologické poradenství. V závěru schůzky je shrnuto celé jednání a zopakované dohodnuté. Pracovníka se optá klienta, zda mu bylo vše srozumitelné. Pokud je klientovi vše jasné, je mu stanoven další termín a čas schůzky,

který si sám vlastní rukou poznačí do své průkazky uchazeče. V závěru schůzky pracovník vyjádří uchazeči naději a rozloučí se (Směšná, 2010).

4 METODOLOGIE

V této kapitole se věnuji výzkumnému cíli, strategii výzkumu, validitě a reliabilitě a etickým zásadám během výzkumu. Následně uvádím slabé a silné stránky výzkumu, popisuji cílový výzkumný vzorek, techniku a metodu sběru dat a dále postup ve sběru a zpracování dat.

4.1 Výzkumný cíl

Baum (2014, s. 21) vymezuje výzkumný cíl následujícím způsobem: „*Výzkumným cílem je nalézt odpověď na výzkumné otázky, které vyrůstají ze vztahu mezi lidským jednáním a sociálními strukturami.*“

Autoři Švaříček a Šeďová (2007) poukazují na to, že ve výzkumném procesu je důležité se neodchýlit od výzkumného cíle.

Cílem výzkumné části této práce je zjistit, v čem pozorují pracovníci úřadu práce největší problémy a bariéry v komunikaci s uchazeči o zaměstnání. Zjištěné poznatky z tohoto výzkumu by mohly posloužit k předcházením nedorozumění a vyvarování se konfliktům. Rovněž by mohla posloužit ke zvýšení kvality a efektivity při komunikaci s klienty na úřadech práce.

Jako hlavní výzkumný cíl jsem zvolila: **Zjistit, v čem pracovníci úřadů práce vnímají největší komunikační problémy a bariéry s uchazeči o zaměstnání?**

Hlavní cíl jsem následně rozlišila na dílčí cíle:

1. **Zjistit, jestli je důležitá osobnost pracovníka při komunikaci s uchazeči o zaměstnání.**
2. **Zjistit, jaký typ komunikace činí pracovníkovi největší potíže při komunikaci s uchazečem o zaměstnání.**
3. **Zjistit, jestli prostředí, ve kterém komunikace probíhá ovlivňuje komunikaci pracovníka s uchazečem o zaměstnání.**

4. **Zjistit, s jakým typem uchazeče o zaměstnání se pracovníkovi navazuje komunikace nejobtížněji.**
5. **Zjistit, jestli pracovníka ovlivňuje při komunikaci s uchazečem o zaměstnání jeho vzhled.**

4.2 Strategie výzkumu

Hendl (2008, s. 36) uvádí, že výzkumné strategii můžeme rozumět jako *„analýzu dat získaných nějakým metodologickým způsobem.“* Výzkumné strategie obvykle rozdělujeme do dvou hlavních strategií, a to na kvalitativní a kvantitativní. Někdy dochází k jejich kombinaci a dochází tak k jejich propojení (Švaříček, Šeďová, 2007). V případě, že bereme v úvahu to, že lidské chování je do určité míry měřitelné, tak využíváme statistickou metodu kvantitativní strategie (Hendl, 2008). Autor Disman (2008, s. 289) uvádí, že kvalitativní výzkum můžeme brát jako *„porozumění lidem v sociálních situacích.“*

Z tohoto důvodu jsem pro výzkumnou část své práce zvolila strategii kvalitativní.

Autoři Švaříček a Šeďová (2007, s. 17) uvádí: *„Kvalitativní přístup je proces zkoumaní jevů a problémů v autentickém prostředí s cílem získat komplexní obraz těchto jevů založený na hlubokých datech a specifickém vztahu mezi badatelem a účastníkem výzkumu.“* Strauss a Corbinová (1999) popisují kvalitativní výzkum tím způsobem, že se výsledky nedosahují prostřednictvím statistických procedur nebo jiné kvantifikace.

Kvalitativní výzkum spočívá ve sběru dat, přestože na počátku nejsou stanoveny hypotézy a ani neznáme proměnné. Výzkum není založen na teoriích, které již někdo předem stanovil (Švaříček, Šeďová, 2007).

Mezi výhody kvalitativní strategie patří podle Hendla (2005) podrobný vhled a popis při výzkumu osoby, skupiny nebo určité události. Tento fenomén umožňuje zkoumat v přirozeném prostředí a pomáhá při jeho exploraci. Kvalitativní strategie nám může dopomoci navrhovat nové teorie a studovat procesy. Umožňuje nám ihned reagovat na různé situace a hledat souvislosti.

Nevýhody této strategie můžeme spatřit v časové náročnosti na sběr dat a následné jejich analyzování. Hendl (2005) upozorňuje na to, že výsledky kvalitativní strategie mohou být ovlivněné výzkumníkem. Také nemusí být zobecnitelné pro jiné podmínky a prostředí.

4.3 Validita a reliabilita

Autoři Skutil a Křováčková (2006) říkají, že validita je výzkumný nástroj, který nám zjišťuje pravdivost nebo platnost. Maxwell (1992 in Hendl, 2008, s. 339-340) rozlišuje validitu teoretickou, deskriptivní, interpretativní, hodnotovou a validitu zobecnitelnosti. Teoretická validita spočívá v tom, že výzkumník přebírá teoretické konstrukty a vkládá je do svého výzkumu. Pokud výzkumník využívá pro svůj výzkum statistická data, tak výzkum není zkreslený a je faktuálně přesný. V takovém případě se jedná o deskriptivní validitu. Interpretativní validita bere v úvahu emoce, kognitivní procesy a přesvědčení všech účastníků výzkumu, které vycházejí z jazykových projevů. Hodnotová validita vzniká na základě kategorií hodnot ve výzkumu a uplatňuje se v samotném závěru. Pokud výsledky výzkumu můžeme použít i v jiné situaci a můžeme je uplatnit pro novou teorii, tak se jedná o validitu zobecnitelnosti.

Reliabilita představuje takové měření, kdy v případě opakování výzkumu, dosáhneme podobných nebo stejných výsledků (Hendl, 2008). Autor Žižlavský (2003) reliabilitu popisuje jako spolehlivost a minimalizaci náhodných chyb. Disman (2008) uvádí, že kvalitativní výzkum má nízkou reliabilitu. Podle autora je to z toho důvodu, že v průběhu výzkumu jsou pokládány volné formy otázek a neomezené možnosti odpovědí.

4.4 Etické zásady ve výzkumu

Při výzkumném šetření musí výzkumník dodržovat etická pravidla. Hendl (2008) uvádí, že všichni účastníci výzkumu mají být seznámeni s tématem, cílem, dobrovolnosti a zachování anonymity respondentů. Aby tato anonymita byla zachována, tak často dochází k úpravě osobních údajů jako je např. jméno a bydliště. Tak aby nedošlo k porušení soukromí respondentů. Účastníci výzkumného šetření mají právo na seznámení s výsledky tohoto šetření, ale takovým způsobem, aby byla nebylo možné identifikovat ostatní respondenty. Je to z toho důvodu, protože se ve výzkumu mohou být sděleny důvěrné informace nebo názory (Pelikán, 1998; Hendl, 2005). Podle Reichel (2009) výzkumník nesmí nijak upravovat získané informace od dotazovaných. Po celou dobu výzkumného šetření má být výzkumník nezaujatý a udržovat si odstup (Reichel, 2009).

V rámci svého výzkumného šetření jsem z důvodu ochrany osobních údajů a zachování anonymity účastníků neuvedla ve své práci opravdová jména respondentů nebo konkrétní

pracoviště Úřadů práce České republiky. Všichni účastníci byli seznámeni s tématem a cílem výzkumu. Také bylo umožněno účastníkům neodpovídat na všechny otázky, anebo kdykoliv svou účast ve výzkumu ukončit. Následoval ústní souhlas a také souhlas se záznamem rozhovoru. Byli informováni o tom, že jejich odpovědi budou použité pouze za účelem diplomové práce.

4.5 Slabé a silné stránky výzkumu

Na počátku rozhovorů jsem pozorovala od účastníků odstup. Jejich odpovědi byli střídmé a respondenti se omezovali na krátké odpovědi. Podle mého názoru jejich strohost odpovědí plynula z toho důvodu, že neměli možnost se na otázky předem připravit. Rozhovory jsem se snažila neodůvodněně neprodlužovat.

Silnou stránkou výzkumného šetření byla informace o tom, že rozhovory jsou naprosto anonymní. Rovněž za pozitivní považuji osobní kontakt s dotazovanými, kdy bylo možné sledovat jejich neverbální komunikaci. Bylo tak možné sledovat jejich mimiku a gesta. Kladně také hodnotím rozhovor s doplňujícími otázkami, kdy byly účastníci určitým způsobem nasměrováni k rozvedení své odpovědi.

4.6 Cílový výzkumný vzorek

U kvalitativního výzkumu se využívá spíše záměrný výzkumný vzorek, a to z důvodu většího porozumění při dotazování. Na rozdíl od kvantitativního výzkumu, kdy se dává přednost náhodnému výběru (Žižlavský, 2003). Autor se také zaměřuje na velikost výzkumného vzorku. V rámci kvalitativního výzkumu se vychází z menšího počtu dotazovaných. Většinou se jedná o jednoho až tucet respondentů. Tyto respondenty vybíráme podle výzkumného tématu a cíle. Oproti tomu u kvantitativního výzkumu se může jednat o vzorek okolo stovek respondentů (Žižlavský, 2003).

Pro svůj výzkum jsem zvolila záměrný výběr, a to konkrétně kriteriální. Podle autora Žižlavského: *„Záměrný výběr dovoluje vybrat případ, protože ilustruje nějaký rys nebo proces, který nás zajímá*.“ Konkrétně kriteriální výběr nám umožňuje vybrat takový výzkumný vzorek, který splňuje určitá kritéria (Žižlavský, 2003).

Pro cílový výzkumný soubor jsem zvolila záměrně následující kritéria: pracovníci zaměstnaní na Úřadu práce České republiky. Pracující v oblasti zaměstnanosti, konkrétně

na pozici zprostředkovatelů zaměstnání. Dalším kritériem byla délka jejich praxe na této pozici, kterou jsem stanovila na jeden rok. Ve výzkumu používám fiktivní jména respondentů, aby byla zachovávána jejich anonymita. Fiktivní jména si zvolili na požádání sami respondenti. Domnívám se, že je tím zachována přehlednost a čtivost textu. Níže krátce představuji respondenty, s kterými byly rozhovory vedeny:

- **Respondent č. 1: Věra**
  Vzdělání: střední s maturitou (veřejná správa)
  Věra pracuje na pozici zprostředkovatele zaměstnání 16 let.

- **Respondent č. 1: Hana**
  Vzdělání: vysokoškolské magisterské (humanitní obor)
  Hana pracuje na pozici zprostředkovatele zaměstnání 4 roky.

- **Respondent č. 3: Petra**
  Vzdělání: střední s maturitou (ekonomický obor)
  Petra pracuje na pozici zprostředkovatele zaměstnání 7 let.

4.7 Technika a metoda sběru dat

Szostkiewicz (1964) považuje rozhovor jako hlavní techniku sběru dat. Výzkumníkova úloha spočívá v pokládání otázek a nasměrováním rozhovoru. Autoři Křováčková a Skutil (2006) popisují ve své publikaci výhody a nevýhody rozhovoru. Za výhody rozhovoru považují nejen navázání osobního kontaktu. Ale také v případě, že je výzkumníkovi některá z odpovědí respondenta nejasná, může se hned dotázat na jejich vysvětlení. To poukazuje na flexibilitu kladení otázek výzkumníka. Výzkumník má také během rozhovoru možnost pozorovat reakce respondenta a současně získat od něj důvěrné informace. Za nevýhody rozhovoru považují malý výzkumný vzorek, časovou náročnost, obtížné zaznamenávání odpovědí dotazovaného a závěrečné vyhodnocení.

Szostkiewicze (1964) považuje za úspěšný rozhovor ten, kdy výzkumník už disponuje určitými znalostmi a umí rozhovor nasměrovat. Mezi tyto znalosti zahrnuje schopnost navazovat vztahy s ostatními, ve znalosti sociokulturního prostředí, ve zdvořilosti, v umění naslouchat a v teoretické přípravě.

Hendl (2008) uvádí, že hlavní metodou sběru dat je naslouchání, pokládání otázek a následné získávání odpovědí. Dotazování rozlišuje na pokládání uzavřených otázek se stanovenou strukturou. Nebo pak na volné rozhovory, které jsou formou vyprávění. Autor Žižlavský (2003) uvádí jako další možnost dotazování prostřednictvím polostrukturovaného rozhovoru. Ve kterém jsou sestavené otázky, ale v případě nejasností může výzkumník dotazovanému položit doplňující otázku. Zároveň tímto způsobem může výzkumník rozhovor usměrňovat potřebným směrem.

Ve svém výzkumu jsem použila techniku rozhovoru a metodu dotazování.

4.8 Postup ve sběru dat

Svůj výzkum jsem nejdříve započala tím, že jsem oslovila pracovníky v oddělení zaměstnanosti u vybraných pracovišť Úřadů práce České republiky. Oslovení pracovníci byli seznámeni s tématem a cílem diplomové práce. Dále jsem pracovníky seznámila s výzkumným šetřením a požádala o jejich spolupráci na tomto výzkumu. Respondenti byli informováni o tom, že se jedná o kvalitativní výzkum a šetření proběhne prostřednictvím rozhovorů. Výzkum probíhal v dubnu 2024. Každý respondent byl před rozhovorem seznámen s tím, že rozhovor bude zcela anonymní, tudíž nikde nebude uvedeno jejich jméno nebo jiné osobní údaje. Také jsem pracovníky požádala o svolení nahrávání rozhovoru a přepsání do písemné podoby. Pro samotný rozhovor byla zvolena místnost, která poskytovala soukromí při nahrávání na diktafon. Všichni komunikační partneři byli ujištěni, že získaná data budou použita pouze pro účely mé diplomové práce.

4.9 Postup zpracování dat

Realizované rozhovory s respondenty jsem prostřednictví nahrávek z výzkumu převedla transkripcí do písemné podoby. Následně jsem kontrolovala, zda je písemná podoba shodně přepsaná podle nahrávky z diktafonu. Zaznamenané řádky rozhovorů jsem označila počátečním písmenem jména respondenta (které si účastník pro tento výzkum sám zvolil) a také číslem řádku. Uvedený postup je efektivní i při pozdějším vyhledávání dat. Dále probíhalo otevřené kódování, kdy v prvotní části bylo nashromážděno početnější množství výroků. V další fázi jsem kódy přetřídila a vybrala z nich jen takové, které byly podstatnější pro mé výzkumné šetření. Tyto kódy byly barevně zvýrazněny. Poté, co byl

sestaven seznam kódů, byly kódy příslušející ke stejnému jevu sloučeny do nově vytvořených kategorií.

5 INTERPRETACE

Výsledky jsem interpretovala prostřednictvím odpovědí na mé výzkumné otázky.

5.1 První výzkumná otázka

Odpovědi týkající se tohoto tématu jsem označila kódy: vliv osobnosti, zkušenosti a spolupráce.

Myslíte si, že je osobnost pracovníka důležitá při komunikaci s uchazeči o zaměstnání?

Paní Věra uvedla (V5 – V7): *„Určitě ano. Řekla bych, že při rozhovoru se vždy projeví osobnost toho člověka. Myslím si, že na pracáku nemůžou dělat lidi, kteří jsou prudší povahy nebo nervóznější. Tuto práci musijou dělat lidi klidnější povahy. Měli by být vyrovnaní a odolní.“*

Paní Hana na otázku odpověděla (H3 – H4): *„Myslím si, že osobnost pracovníka je pro tuto práci důležitá. Ne každý tuto práci může vykonávat. Každý den se potkáváme s různými typy lidí. Většinou přichází nešťastní ze své situace. Člověka jejich nálada také ovlivňuje, takže je potřeba si zachovat dobrou náladu.“*

Paní Petra zodpověděla následujícím způsobem (P4 – P6): *„Osobnost je vždy důležitá. To, jak na ně budu mluvit a chovat se k nim ovlivní celý průběh setkání. Svým chováním můžu ovlivnit, jak naše spolupráce bude vypadat.“*

5.2 Druhá výzkumná otázka

Odpovědi týkající se tohoto tématu jsem označila kódy: verbální komunikace a neverbální komunikace.

Jaký typ komunikace považujete za nejobtížnější při jednání s uchazečem o zaměstnání?

Paní Věra odpověděla (V23 – V25): *„Asi s tou verbální. Já mluvím prostě svýma slovama a občas používám takový to mluvijou. Jinak si myslím, že mám komunikaci dobrou. Jakoby reagujou na mě klienti dobře.“* Respondentce jsem položila doplňující otázku, zda se snaží více pracovat na spisovnosti při komunikaci s klienty (V26):

„Nějak tak snažím se no. Přemýšlím nad tím, ale čím víc nad tím přemýšlím, tak tím víc se pak do toho zamotám. Takže spíš mluvím tak, aby oni mně rozuměli. Několikrát jsem musela jednu věc třeba říct třikrát jinak. A když jsem na nich viděla, že mi nerozumijou, tak jsem jela prostě znova a zas jinak. Snažila jsem se to vysvětlovat jako nějaké kamarádce, aby to pochopili. Pak jsem se ujišťovala, jestli už tomu rozumijou.“

Paní Hana uvedla (H24 – H25): *„Řekla bych, že neverbální typ. Někdy jde z toho hlasu cítit, že jsou na nervy. Snažím se je pak uklidnit a pomoci. Vnímám to tak, že všichni se do té situace můžeme dostat. A ráda bych, aby se ke mně chovali taky tak.“*

Paní Petra odpověděla (P24 – P26): *„Pro mě je to asi kombinace verbální i neverbální. Občas je to takové náročnější. Někteří klienti mají dojem, že jsme tam jen pro ně, a tak k nám i přistupují. Nejen tím, co říkají, ale i tím, jakým způsobem s námi mluví.“* Požádala jsem respondentku, jestli by mohla být konkrétnější (P27): *„Někteří uchazeči jsou nespokojení se svou situací nebo životem natolik, že nám to dávají znát. Například si myslí, že žádost vyplníme automaticky za ně. Občas jsou dost hluční nebo vulgární. Je potřeba zachovat klid, upevnit hlas a být asertivní.“*

5.3 Třetí výzkumná otázka

Odpovědi týkající se tohoto tématu jsem označila kódy: komunikační šum a prostředí.

Ovlivňuje Vás prostředí, ve kterém Vaše komunikace s uchazečem o zaměstnání probíhá?

Paní Věra uvedla (V33 – V36): *„Jo, ovlivňuje. My jsme třeba tři v kanceláři a když máme klienty zároveň, tak to mi pak vadí. Když vedle sebe mluvíme s těma lidma, tak se pak třeba neslyšíme. Pak to musíte opakovat nebo zvyšovat hlas. Několikrát se mi stalo, že jsem musela přímo vedle klienta, obejít tu přepážku a bavit se s ním takhle.“*

Paní Hana odpověděla (H32 – H33): *„Občas se stane, že máme s kolegyní v kanceláři jednání s klienty současně. Někdy je to těžší v tom, že se musí některé věci opakovat a ověřovat, zda jsme si s klientem dobře rozuměli.“*

Paní Petra zodpověděla (P35 – P36): *„Je pravda, že když se sejde v jeden moment více klientů v kanceláři, tak je to občas hlasitější. Protože se s kolegyněmi snažíme přeřvávat, aby nás dobře slyšeli. Občas projede kolem troubící auto. Takže ano, ovlivňuje.“*

5.4 Čtvrtá výzkumná otázka

Odpovědi týkající se tohoto tématu jsem označila kódy: typy klientů, způsob jednání klienta.

S jakým typem uchazeče o zaměstnání se Vám navazuje komunikace nejobtížněji?

Paní Věra odpověděla (V42 – V45): *„No tak to už vidíte, když přijde někdo v teplákách. Takovej ošuntělej s roztrženou košulou, tak už očekáváte tu komunikaci takovou jinou. Nemyslím to tak, že bych se k takovým lidem chovala jinak. S každým jsem se bavila stejně, ale u bezdomovců jsem musela tu komunikaci přizpůsobit, aby mi rozuměli. Nebo taky obtížná komunikace je s vysokoškoláky nebo bývalými podnikateli. Většinou přijdou do kanceláře jakoby všechno věděli a i tak se chovají.“*

Paní Hana na otázku odpověděla (H36 – H38): *„Asi to bude zvláštní, ale obtížná komunikace je s bývalými podnikateli. Většina těchto klientů se chová arogantním způsobem a dávají najevo, že oni jsou něco víc. Také komunikace s klienty, kteří jsou bez domova je dost obtížná.“*

Paní Petra uvedla následující (P38 – P41): *„Mně se obtížně komunikuje s takovými těmi špekulanty. Většinou jde o podnikatele, co skončili s živností. S takovými klienty mi vadí komunikovat více než když přijde někdo méně inteligentní a potřebuje třeba více času něco dovysvětlit. Pořád se s nimi dá lépe domluvit než u takových těch prudce inteligentních lidí. Nejraději by kdybychom jim spočítali, jestli se jim vyplatí být v evidenci uchazečů o zaměstnání nebo jinde.“*

5.5 Pátá výzkumná otázka

Odpovědi týkající se tohoto tématu jsem označila kódy: vzhled, popis klienta a dojem z klienta.

Ovlivňuje Vás při komunikaci s klientem jeho vzhled?

Paní Věra odpověděla (V48 – V49): *„Já se ke všem snažím chovat stejně, ať už přijdou v teplákách nebo v saku. Někteří z nich opravdu potřebují sprchu. Snažíte se ale na to nedbat a chovat se ke všem stejně.“*

Paní Hana na otázku odpověděla (H40 – H41): *„Člověk by neměl dát na první dojem, ale vzhled klienta mi už ve dveřích říká, že to bude kolikrát složitější a nejspíš na delší jednání.“*

Paní Petra zodpověděla následovně (P43 – P44): *„Snažíte se ke všem chovat bez rozdílu. Ale je pravda, že to není vždy příjemné. Třeba když Vám tam přijde zanedbaný člověk s roztrhaným oblečením a igelitkou. Někdy takový klient taky úplně nevoní.“*

6 SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ Z KVALITATIVNÍHO VÝZKUMU A DISKUZE

V této kapitole seznamuji s výsledky výzkumu a uvádím závěrečnou diskuzi.

Cílem diplomové práce bylo prostřednictvím kvalitativního výzkumu zjistit, v čem pracovníci úřadů práce vnímají největší komunikační problémy a bariéry s uchazeči o zaměstnání. Což bylo i mou hlavní výzkumnou otázkou.

V čem vidí pracovníci úřadů práce největší problémy a bariéry v komunikaci s nezaměstnanými osobami?

Z hlavní výzkumné otázky jsem vytvořila další otázky vedlejší, aby mi více dopomohly ke zjištění výzkumného problému.

Myslíte si, že je osobnost pracovníka důležitá při komunikaci s uchazeči o zaměstnání?

Všechny respondentky se jednomyslně shodly na tom, že osobnost je při komunikaci pracovníka s uchazečem o zaměstnání velice důležitá. Paní Věra uvedla, že takovou práci by měli vykonávat pracovníci, kteří jsou klidní, vyrovnaní a odolní. Nedoporučuje takovou práci lidem, kteří jsou nervózní nebo prudší povahy. Paní Hana doplnila, že je potřeba si při této práci udržovat dobrou náladu a nenechat se ovlivňovat situací, kterou zažívají klienti. Paní Petra uvedla, že chování a komunikace pracovníka s klientem může ovlivnit jednání a celkovou jejich spolupráci.

Jaký typ komunikace považujete za nejobtížnější při jednání s uchazečem o zaměstnání?

U této otázky nebyla odpověď jednoznačná. Paní Věra uvedla za nejobtížnější komunikační typ ten verbální. Respondentka si uvědomuje svou nespisovnou komunikaci. Často používá slova v nářečí, hlavně co se týče skloňování slov. Ale považuje za důležité, že se s klienty domluví. A v případě, když u klienta zaznamená, že se v dané problematice ztratil, tak se snaží danou věc přeformulovat i několikrát. Následně se ujišťuje, že je klientovi opravdu již vše jasné. Pro paní Hanu je nejobtížnější typem neverbální komunikace. Paní Petra uvedla kombinaci verbální a neverbální komunikace. Doplňuje, že je při komunikaci důležité zachovat klid, upevnit svůj hlas a být asertivní.

Ovlivňuje Vás prostředí, ve kterém Vaše komunikace s uchazečem o zaměstnání probíhá?

Všechny respondentky uvedly, že je prostředí, ve kterém komunikace probíhá značně ovlivňuje. Dokonce všechny dotazované účastnice výzkumu uvedly, že je ruší sdílené kanceláře s jinými kolegy. V případě, kdy v jednu chvíli mají všechny respondentky a jejich kolegové přítomného klienta musí zvyšovat hlas, aby klienti dobře slyšeli, co se jim snaží říct. Nebo jim danou záležitost musí několikrát zopakovat.

S jakým typem uchazeče o zaměstnání se Vám navazuje komunikace nejobtížněji?

Všechny respondentky uvedly, že se jim nejobtížněji komunikuje s bývalými podnikateli. Odůvodňují to tím, že mají dojem, že tito klienti se často k nim chovají povýšeně. Jako další typ uchazeče o zaměstnání uvedly respondentky osoby bez domova a osoby s vysokoškolským vzděláním.

Ovlivňuje Vás při komunikaci s klientem jeho vzhled?

Všechny respondentky se shodly na tom, že se snaží ke všem klientům chovat stejně bez ohledu na to, jak daný klient vypadá. Ale také poukazují na to, že většinou první pohled je utvrdí v tom, že jednání bude náročnější, když vcházející klient do místnosti působí zanedbaně a nehygienickým dojmem.

Prostřednictvím kvalitativního výzkumu jsem měla zjistit, v čem pracovníci úřadů práce vnímají největší komunikační problémy a bariéry s uchazeči o zaměstnání. Na základě teoretických poznatků a výsledků výzkumného šetření jsem si ověřila důležitost potřeby neustálého vzdělávání nejen teoretických ale i praktických dovedností v oblasti komunikačních dovedností.

V návaznosti na realizovaný kvalitativní výzkum bych ráda navrhla podnět k realizaci kvantitativního výzkumu, jehož účelem by bylo zjistit, zda na všech pracovištích úřadů práce existují komunikační problémy zapříčiněné společnými kancelářemi s jinými kolegy a současně vedenými jednání s klienty.

ZÁVĚR

Cílem mé diplomové práce bylo popsat jednání pracovníka s uchazečem o zaměstnání na úřadě práce. Nejdůležitějším pracovním nástrojem je pro pomáhajícího pracovníka komunikace.

V teoretické části diplomové práce se v první kapitole zaměřuji na samotnou komunikaci. Druhou kapitolu jsem věnovala rozhovorům. Třetí kapitola práce se zaměřuje na jednání s uchazečem o zaměstnání.

Ve výzkumné části bylo cílem zjistit, v čem pracovníci úřadů práce vnímají největší komunikační problémy a bariéry s uchazeči o zaměstnání.

Na základě teoretických poznatků a výsledků výzkumného šetření jsem si ověřila důležitost potřeby neustálého vzdělávání nejen teoretických ale i praktických dovedností v oblasti komunikačních dovedností. Podle mého názoru je pro pomáhající pracovníky nutné se neustále v těchto oblastech vzdělávat, protože jenom tak můžeme správně porozumět potřebám klienta a zajistit spokojenost na obou stranách. A to jak na straně klienta, tak rovněž pomáhajícího pracovníka.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ALLEN, G., Langford, D. (2021). Effective Interviewing in Social Work and Social Care: A Practical Guide. Velká Británie: Bloomsbury Publishing. ISBN 9781137119087.

BEESLEY, Paula, Melanie WATTS a Mary HARRISON. Developing your communication skills in social work. Los Angeles: SAGE, 2018. ISBN 9781473975866.

BIMROSE, J., HEARNE, L. 2012. Resilience and career adaptability: Qualitative studies of adult career counselling. Journal of Vocational Behavior, 81(3), 338-344.

BUCHTOVÁ, B. 2013. Nezaměstnanost. Praha: Grada. ISBN: 978-80-247-4282-3.

ČERNÝ, V. (2012). Řeč těla: neverbální komunikace pro obchodníky i pro běžný život (2nd ed). Brno: Edika. ISBN: 978-80-251-1658-6.

DE VITO, J. A. Základy mezilidské komunikace. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. ISBN: 80-7169-988-8.

DE VITO, J. A. Základy mezilidské komunikace. 6. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2008. ISBN: 978-80-247-2018-0.

FREIBERGOVÁ, Z. a MAŘÍKOVÁ, P. Zprostředkování a poradenství pro uchazeče o zaměstnání realizované Úřadem práce České republiky. Projekt TAČR OMEGA: Poradenský proces na Úřadu práce ČR. 1. Vydání. Praha: Středisko podpory poradenských služeb Národního vzdělávacího fondu, 2013, 95 s. ISBN 978-80-86728-62-9.

FREIBERGOVÁ, Z. Metodika poradenského procesu realizovaného s uchazeči o zaměstnání na Úřadu práce České republiky. Praha: Národní vzdělávací fond, 2013. s. 14–15. Dostupné

z: http://www.nvf.cz/cms//assets/docs/be482a44177eef7ebb47cb25724bf3ff/563-

0/td010024-metodika-poradenskeho-procesu.pdf

GAST, Linda Eileen a Martin BAILEY. Mastering communication in social work: from understanding to doing. Philadelphia, PA: Jessica Kingsley Publishers, 2014. Mastering social work skills series. ISBN 9781849054447.

GÉRINGOVÁ, J. Pomáhající profese: tvořivé zacházení s odvrácenou stranou. Vyd. 1. Praha: Triton, 2011. ISBN 978-80-7387-394-3.

GRUBER, D. Zlatá kniha komunikace. Repronis 2005. 249 s. ISBN 80-7329-092-8.

HANGONI, T. 2010. Podiel sociálnej práce na prekonaní dôsledkov nezamestnanosti. Sociální práce/Sociálna práca, roč. 2010, č. 1, s. 77-81.

HARTL, P.; HARTLOVÁ, H. Velký psychologický slovník. 4. vyd. Praha: Portál, 2010. 251 s. ISBN 978-80-7367-686-5.

HARTLEY, Mary. Řeč těla v praxi: teorie, cvičení a modelové situace. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 104 s. ISBN 80-7178-844-9.

HAVRDOVÁ, Z. Kompetence v praxi sociální práce: metodická příručka pro učitele a supervizory v sociální práci. Praha: Osmium, 1999. ISBN 80-902081-8-5.

HORA, O., 2008. Strategie dlouhodobě nezaměstnaných: vstupní analýza problému: (původní, rozšířená verze). 1. vyd. Praha: VÚPSV, výzkumné centrum Brno. ISBN: 978-80-7416-004-2.

HRABAL, V., MAN, F. a PAVELKOVÁ, I. Psychologické otázky motivace ve škole. 2., upr. vyd. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1989. Knižnice psychologické literatury. ISBN 80-04-23487-9.

JANDOVÁ, E. 2006. Čeština na WWW chatu. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě, 262 s. ISBN 80-7368-253-2.

JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ, B. 2003. Média a společnost. Praha: Portál, 208 s. ISBN: 80- 7178-697-7.

JUREČKA, V. 2017. Makroekonomie. 3., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN: 978-80-271-0251-8.

JUŘÍČKOVÁ, V. Komunikace, Dolní Životice: OPTYS, 2008. s. 44. ISBN 978-80-85819-68-7.

KADUSHIN, A., KADUSHIN, G. (2013). The social work interview. (5th ed.). Columbia University Press. ISBN: 9780231534888.

KREBS, V., et. al. 2010. Sociální politika. Praha: Wolters Kluwer. ISBN: 978-80-7357-585-4.

KŘIVOHLAVÝ, J. Jak si navzájem lépe porozumíme: kapitoly z psychologie sociální komunikace. Praha: Svoboda, 1988. ISBN: 25-095-88.

LASSWELL, H. D. Power and Personality. 1948, s. 37–51. ISBN 9780393008296.

LEŠKO, L. Náhled do sociální komunikace. V Tribunu EU vyd. 1. Brno: Tribun EU, 2008. Knihovnicka.cz. ISBN 978-80-7399-466-2.

MALÍK HOLASOVÁ, V. Kvalita v sociální práci a sociálních službách. Praha: Grada, 2014, s. 13. ISBN 978-80-247-4315-8.

MATOUŠEK, O., KODYMOVÁ, P., KOLÁČKOVÁ, J. (eds.). 2010. Sociální práce v praxi. Specifika různých cílových skupin a práce s nimi. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-818-0.

MATOUŠEK, Oldřich. Metody a řízení sociální práce. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003b. ISBN: 80-7178-548-2.

MATOUŠEK, Oldřich. Metody a řízení sociální práce. Praha: Portál, 2003. ISBN: 8071785482.

MATOUŠEK, O. Slovník sociální práce. 3. vyd. Praha: Portál, 2016, s. 201. ISBN 978-80-262-1154-9.

MIKULÁŠTÍK, M. Komunikační dovednosti v praxi. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2010. ISBN: 978-80-247-2339-6.

MINISTERSTVO PRÁCE A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ (online) Praha: MPSV, 2020 cit. 20. 4. 2024. Dostupné z: https://www.uradprace.cz/documents/37855/1364611/TZ_incidenty_leden2020.pdf/dbd5bae5-4515-6391-25b5-2db2e6c5eeda.

MLČÁK, Z. Profesní kompetence sociálních pracovníků a jejich hodnocení klienty. Ostrava: Ostravská univerzita, Filozofická fakulta, 2005, 350 s. ISBN 80-7368-129-3.

MOTSCHNIG, Renate a Ladislav NYKL. Komunikace zaměřená na člověka: rozumět sobě i druhým. Praha: Grada, 2011, 172 s. ISBN 978-80-247-3612-9.

PAVELKA, Tomáš, Tomáš LÖSTER, Petr MAKOVSKÝ a Jana LANGHAMROVÁ, 2011. Dlouhodobá nezaměstnanost v České republice. ISBN 978-80-86175-76-8.

PLAMÍNEK, J. Komunikace a prezentace: Umění mluvit, slyšet a rozumět. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN: 978-80-247-4484-1.

PLAŇAVA, Ivo. Průvodce mezilidskou komunikací: přístupy - dovednosti - poruchy. Vyd. 1. Praha: Grada, 2005, 43 s. ISBN 80-247-0858-2.

POMAHAČ, R. Veřejná správa. Praha: C. H. Beck, 2013, 315 s. ISBN 978-80- 7400-447-6.

SCHNEIDEROVÁ, A. Základy poradenství. Ostrava: Ostravská univerzita. 2009. s. 56. ISBN 978-80-7368-523-2.

SMĚŠNÁ, Erika. Jednání zprostředkovatele s uchazečem o zaměstnání. Bakalářská práce. Moravská vysoká škola Olomouc, o.p.s., 2010.

ŠPATENKOVÁ, N. Krize a krizová intervence. Praha: Grada, 2017. Psyché (Grada). ISBN 978-80-247-5327-0.

ŠTĚPANÍK, J. Umění jednat s lidmi 2. Praha: Grada Publishing, 2005. s. 42. ISBN 80-247- 0844-2.

VÁGNEROVÁ, M. Psychopatologie pro pomáhající profese. Vyd. 4., rozš. a přeprac. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-414-4.

VYBÍRAL, Z. Psychologie lidské komunikace. 1. vyd. Praha: Portál, 2000. ISBN 80-7178-291-2.

VYBÍRAL, Z. Psychologie komunikace. 1. vyd. Praha: Portál, 2005. s. 110. ISBN: 80-7178-998-4.

VYBÍRAL, Z. Psychologie komunikace. 2. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-387-1.

WATZLAWICK, P., J. B. BAVELAS a D. D. JACKSON. Pragmatika lidské komunikace: interakční vzorce, patologie a paradoxy. 2. rev. vyd., Brno: Newton Books, 2011, 51 s. ISBN 978-80-87325-00-1.

Právní normy:

Zákon č. 73/2011 Sb., o Úřadu práce České republiky

Zákon č. 435/2004 Sb., Zákon o zaměstnanosti