



Zdravotně  
sociální fakulta  
Faculty of Health  
and Social Sciences

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

## Metody práce streetworkera/sociálního pracovníka na sociálních sítích

# BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Studijní program:

SOCIÁLNÍ PRÁCE

**Autor:** Caroline Weise

**Vedoucí práce:** Mgr. et Mgr. et Mgr. Tomáš Zdechovský, MBA

České Budějovice 2023

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci s názvem „**Metody práce streetworkera/sociálního pracovníka na sociálních sítích**“ jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své kvalifikační práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 8.8.2023

.....

Weise Caroline

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala mému vedoucímu práce, Mgr. et Mgr. et Mgr. Tomáši Zdechovskému, MBA za jeho vedení, odbornou pomoc, postřehům a připomínkám při zpracování této bakalářské práce. Poděkování patří i Jitce Fialové, která mi poskytla pomoc při tvorbě této bakalářské práce. Dále děkuji všem komunikačním partnerům za jejich vstřícnost a spolupráci, kteří se zapojili do výzkumu. Velké poděkování patří i mé rodině a přátelům za podporu během mého celého studia.

# Metody práce streetworkera/sociálního pracovníka na sociálních sítích

## Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá metodikou terénního sociálního pracovníka na sociálních sítích. V teoretické části jsou vymezeny pojmy jako např. terénní sociální práce, historie sociální práce a terénní sociální práce. Dále je vymezena pojmy zavedení streetworku v ČR, cílové skupiny, formy terénní sociální práce, pojem internet a sociální sítě, Česká asociace streetwork nebo také metody terénní sociální práce na sociálních sítích podle České asociace streetworku.

Praktická část bakalářské práce je zpracována za použití kvalitativní výzkumné strategie metodou rozhovorů a technikou polostrukturovaných rozhovorů s terénními sociálními pracovníky, pro vyhodnocení byla použita metoda otevřeného kódování. Cíl bakalářské práce je ukázat a popsat práci streetworkera se svými klienty na sociálních sítích. Výzkumná otázka je: *Jak velký efekt nese práce terénního sociálního pracovníka na sociálních sítích?* Komunikační partneři byli vybráni na základě předem stanovených kritérií.

Z výzkumu vyplývá, že práce terénního sociálního pracovníka na sociálních sítích je dostatečně efektivní. Většina komunikačních partnerů se shodla na názoru, že je potřeba zlepšit práci na sociálních sítích a přizpůsobit sociální sítě věkové skupině, se kterou pracují. Díky výzkumu jsem měla možnost poznat terénní sociální službu i z jiného úhlu než doposud. Komunikační partneři, kteří mi poskytli rozhovor, mi sdělili spoustu nových a zajímavých informací.

## Klíčová slova

Terénní sociální práce; sociální sítě; sociální práce; streetwork; Česká asociace streetwork

# **Working Methods of Streetwork/Caseworker on Social Networks**

## **Abstract**

This bachelor thesis deals with the methodology of a field social worker on social networks. In the theoretical part defines concepts such as field social work, history of social work and field social work. Additionally, concepts such as the introduction of streetwork in the Czech Republic, target groups, forms of field social work, the concept of the internet and social networks, the Czech Association of Streetwork, and methods of field social work on social networks according to the Czech Association of Streetwork are outlined.

The practical part of the bachelor thesis is processed using a qualitative research strategy through interviews and semi-structured interviews with field social worker. The open coding method was used for evaluation. The aim of the bachelor thesis is to show and describe the work of streetworkers with clients on social networks. The research question is: What is the significant impact of the field social worker's on social networks? Communication partners were selected based on predetermined criteria.

The research shows that the work of a field social worker on social networks is sufficiently effective. Most of the communication partners agreed that there is a need to improve work on social networks and adapt social networks to the age group they work with. Thanks to the research, I had the opportunity to learn about field social services from a different perspective than before. Communication partners who provided me with an interview shared many new and interesting pieces of information.

## **Key words**

Field social work; social networks; social work; streetwork; Czech streetwork association

## Obsah

<b>Obsah</b> .....	<b>6</b>
<b>Úvod</b> .....	<b>9</b>
<b>1 Teoretická východiska</b> .....	<b>10</b>
1.1 Terénní sociální práce.....	10
1.1.1 <i>Předpoklady sociálního pracovníka</i> .....	11
1.1.2 <i>Depistáž v terénní sociální práci</i> .....	12
1.2 Historie sociální práce .....	13
1.2.1 <i>Starověk</i> .....	13
1.2.2 <i>Středověk</i> .....	14
1.2.3 <i>Novověk</i> .....	14
1.2.4 <i>Moderní doba</i> .....	14
1.3 Historický vývoj terénní sociální práce.....	15
1.4 Zavedení streetworku v ČR.....	15
1.5 Cílové skupiny.....	16
1.5.1 <i>Terénní práce s mládeží</i> .....	16
1.5.2 <i>Terénní práce s uživateli drog</i> .....	17
1.5.3 <i>Terénní práce v sociálně vyloučených lokalitách</i> .....	19
1.6 Formy terénní sociální práce .....	20
1.6.1 <i>Přímá práce</i> .....	20
1.6.2 <i>Nepřímá práce</i> .....	21
1.6.3 <i>Práce přesahující</i> .....	21
1.7 Internet.....	21

1.8	Sociální síť .....	21
1.8.1	<i>Facebook</i> .....	22
1.8.2	<i>Instagram</i> .....	22
1.8.3	<i>TikTok</i> .....	23
1.8.4	<i>YouTube</i> .....	23
1.8.5	<i>Twitter</i> .....	23
1.9	Česká asociace streetwork (ČAS) .....	24
1.10	Metody terénní sociální práce na sociálních sítích podle ČAS .....	24
<b>2</b>	<b>Cíl práce a výzkumné otázky</b> .....	<b>26</b>
2.1	Cíl výzkumu .....	26
2.2	Výzkumná otázka .....	26
<b>3</b>	<b>Metodika</b> .....	<b>27</b>
3.1	Metodiky a techniky výzkumu .....	27
3.2	Výběr a charakteristika výzkumného souboru .....	28
3.3	Realizace výzkumu.....	28
<b>4</b>	<b>Výsledky</b> .....	<b>29</b>
4.1	Charakteristika výzkumného souboru .....	29
4.2	Výsledky rozhovorů .....	30
4.2.1	<i>Kategorie 1: Sociální síť</i> .....	32
4.2.2	<i>Kategorie 2: Využívání sociálních sítí</i> .....	34
4.2.3	<i>Kategorie 3: Oslovování klientů</i> .....	37
4.2.4	<i>Kategorie 4: Zpětná vazba ze strany klienta</i> .....	41
4.2.5	<i>Kategorie 5: Smysl sociálních sítí v této profesi</i> .....	43

<b>5</b>	<b>Diskuze.....</b>	<b>45</b>
<b>6</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>48</b>
<b>7</b>	<b>Literatura .....</b>	<b>50</b>
<b>8</b>	<b>Seznam zkratk.....</b>	<b>54</b>
<b>9</b>	<b>Seznam příloh .....</b>	<b>55</b>



## Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá metodami terénních sociálních pracovníků, kteří ke své práci využívají sociální sítě, aby např. oslovili potencionální klienty nebo se současnými zůstali snadno ve spojení, což má vliv na celkovou kvalitu poskytovaných služeb. Jakožto studentka sociální práce se zajímám o tuto oblast a témata s tím související. Terénní sociální práce mě oslovila již na začátku studia. Během jednoho semináře jsem díky zkušenostem a videí měla možnost nahlédnout do pravé reality.

Dříve jsem o terénní sociální práci jen slyšela a nikdy se o ni více nezajímala. Ve chvíli, kdy jsem měla možnost si toto téma vybrat, vzala jsem to jako obrovskou výzvu, při které se mohu dozvědět více a zároveň mě to může motivovat při budoucí volbě povolání.

Bakalářská práce poskytne více informací o metodice terénní sociální práce na sociálních sítích, jak funguje a jaká je její efektivita především se standardními metodami získávání a udržování klientů. Cílem bakalářské práce je proto podrobně popsat práci streetworkera se svými klienty na sociálních sítích s uvedením konkrétních postupů monitoringu, aktivizace a samotném vykonávání služby.

Pro bakalářskou práci je stanovena výzkumná otázka „Jak velký efekt nese práce terénního sociálního pracovníka na sociálních sítích?“

# 1 Teoretická východiska

## 1.1 *Terénní sociální práce*

Terénní sociální práce má mnoho označení, podle Janouškové a Nedělkové, např. streetwork, terénní programy nebo terénní práce. Označení klient nebo uživatel nese osoba, která využívá sociální služby. Pro sociálního pracovníka je důležité zachovat klientovi lidská práva (Janoušková a Nedělková, 2008).

Cílem terénní sociální práce je chránit společnost před vznikem nežádoucích společenských jevů prostřednictvím primární prevence (např. kriminalita, bezdomovectví, prostituce). Snaží se předcházet sociálnímu vyloučení, ale díky nálepkování brání lidem, kteří do této skupiny patří, se zapojit do ekonomických, politických, spotřebních a dalších aktivit společnosti, proto nemohou být plnoprávními občany (ibidem).

Zvláštností pro terénní sociální práci je, že vyhledává potencionální klienty sociálních služeb v terénu a takové vyhledávání probíhá v klientově přirozeném prostředí. Výhodou terénní sociální práce je individuální přístup, kdy pracovníka netíží čas, že čeká za dveřmi někdo další, jako to bývá na úřadech. Další výhodou je méně formálnosti, pocit bezpečí ze strany klienta a možnost anonymity (ibidem).

Matoušek (2013) dodává, že terénní sociální pracovník nebo také streetworker je odborník, který spolupracuje s lidmi přímo v jejich přirozeném prostředí. To znamená, že vyhledává klienty např. na nádraží, v parcích nebo ve školách. Jeho cílem je pomáhat lidem, kteří žijí rizikovým způsobem a nachází se v prostředí, které může mít negativní dopad. Typickými klienty terénního sociálního pracovníka jsou lidé užívající drogy, většinou mladšího věku, kteří nejsou v kontaktu s příslušnou institucí (Matoušek, 2013).

Matoušek uvádí, že terénní sociální pracovník vyhledává klienty sám a nečeká na to, až ho klient s nějakým problémem zkontaktuje sám. Prvním krokem sociálního pracovníka je provést monitoring ve smyslu, že začne se sběrem a sledováním informací. Pracovník provede depistáž a naváže kontakt s cílovou skupinou, aby mohl společně s nimi řešit daný problém. Hlavním cílem terénní sociální práce je poskytnout pomoc, podporu a asistenci při řešení problému. Tento proces se nazývá „doprovázení krizovým obdobím,“ během kterého pracovník plně respektuje svého klienta. Jde o nedirektivní sociální práci, to znamená, že pracovník klienta nehodnotí, nenapomíná. Sociální pracovník sleduje

konkrétní zájmy a potřeby klienta. Je také důležité zmínit, že prostorové podmínky se mohou měnit v závislosti na denní době a ročním období. Během léta se cílové skupiny setkávají venku na otevřených prostranstvích, zatímco v zimě preferují krytá místa. Stejně tak se místa setkávání mohou lišit mezi dnem a nocí. Dalším faktorem ovlivňujícím místa setkávání mohou být dny v týdnu nebo konání sportovních akcí. Pokud se koná nějaká akce, cílové skupiny se mohou přesunout např. na fotbalové utkání nebo koncert, v závislosti na jejich společných zájmech. Ze strany pracovníka je důležité nezjišťovat klientovu identitu a není nutné ověřovat i jeho totožnost. Pokud by pracovník totožnost zjišťoval, mohla by být důvěra mezi klientem a pracovníkem narušena (ibidem).

Gulová (2011) ve své publikaci v kapitole o terénní sociální práci píše, že tato služba je určena hlavně klientům, kteří nemají motivaci ke změně ve svém životě. Sociální pracovník se vyskytuje hlavně mezi lidmi, kteří patří do skupiny sociálně znevýhodněných. Cílem této práce je proniknout do problematických skupin a nabídnout jim alternativní způsob života. Jedná se o lidi v období dospívání, kteří se nacházejí ve složitých životních situacích. Terénní pracovník tedy nabízí možnost, jak využít volný čas efektivněji, např. prostřednictvím nízkoprahových zařízení pro děti a mládež. Jedná se o různé aktivity třeba na ulici nebo na sídlišti (Gulová, 2011).

Streetwork např. v Lichtenštejnsku má základnu, kde funguje IT, které plánuje, koordinuje a dokumentuje práci sociálního pracovníka. Mají kanceláře, které využívají pro klienty nebo své partnery. Terénní sociální pracovníci jsou oblečeni tak, aby je budoucí nebo stávající klienti rozpoznali (např. vesta nebo bunda s nápisem streetwork). Dále pracovník využívá firemní telefon, MHD, jízdní kola nebo firemní auto, které jim je k dispozici (Konzept Streetwork, 2022).

### ***1.1.1 Předpoklady sociálního pracovníka***

Definované hodnoty sociálního pracovníka především najdeme v etickém kodexu jednotlivých společností a organizací, ale i v dalších zdrojích. Elichová (2017) uvádí, že sociální pracovník by měl mít určité základní osobnostní rysy již před nastoupením do vzdělávacího (a pracovního) procesu. Domnívá se, že osobní hodnoty mají velký vliv na chování pracovníka, protože ho ovlivňují ve volbě přístupu, metod a celkově mají vliv na jeho práci jako takovou. Sociální pracovník je profesionál, jehož úkolem je pomáhat,

podporovat, motivovat, vést, přispívat, učit, organizovat a plnit mnoho dalších rolí. V České republice neexistují žádné jednoznačné definice, které by specifikovaly, jaké psychosociální kritéria by měl sociální pracovník splňovat nebo jaké předpoklady by měl mít. Existují však standardy kvality sociálních služeb, které stanovují minimální požadavky na poskytování sociálních služeb. Tyto osobnostní předpoklady mohou být různě definovány v závislosti např. na typu služby, cílové skupině, cílech poskytovatele, potřebách klientů a osobních profesních cílech sociálních pracovníků. Student sociální práce by měl být vybaven teoretickými, ale i praktickými znalostmi, které získá během studia na praxi a během supervizí, díky čemuž se rozvíjí kompetence k výkonu sociální práce, sebereflexe a k motivaci hledat profesní identitu. Praxe a supervize jsou důležité pro budoucí povolání z toho důvodu, že při praxi student získá spoustu cenných rad a zkušeností, které využije v budoucnu (Elichová, 2017).

Jeden z nejdůležitějších předpokladů, které sociální pracovník musí naplnit, je kvalifikační kritérium. To znamená, že pro výkon práce v oblasti sociální práce je třeba minimálně vyšší odborné vzdělání v oboru souvisejícím se sociální prací a sociální pedagogikou, sociální humanitární prací, sociálně-právní oblasti nebo charitativní a sociální činností. Další možností je získání vysokoškolského vzdělání bakalářského, magisterského nebo doktorského studia v oborech jako je sociální práce, sociální politika, sociální pedagogika, sociální péče, sociální patologie, právo nebo speciální pedagogika (Mátel, 2019).

Mezi osobnostní předpoklady pro výkon sociální práce patří: důvěryhodnost, naslouchání, empatie, iniciativa, cílevědomost, samostatnost, samostatné rozhodování, nápaditost, sebekritičnost, vysoká motivace, odolnost vůči neúspěchu, odmítání stereotypu, zájem o seberozvoj, odmítání rychlých závěrů, potřeba komunikace se spolupracovníky a potřeba participace na řízení (Musil et al., 2019). Jako nejdůležitější schopnost se považuje komunikace bez hlubokého vztahu k lidem (Mátel, 2019).

### ***1.1.2 Depistáž v terénní sociální práci***

Depistáž je činnost, která spočívá v cíleném a včasném poskytování pomoci jednotlivcům nebo skupinám, které jsou ohroženy sociálním vyloučením nebo jinou sociální událostí. Tento proces je součástí terénní sociální práce a zaměřuje se na vyhledávání osob, u

kterých hrozí nebezpečí sociálního selhání, jako např. kriminalita, prostituce, drogová závislost nebo násilí. Depistáž se obvykle provádí mezi sídlištní mládeží nebo v sociálně vyloučených lokalitách při sanaci rodiny. V některých organizacích se depistáž používá k zjištění potřeb ohrožených lidí. Jedná se vždy o práci v přirozeném prostředí klienta, což umožňuje získat mnoho informací o klientovi, např. o jeho bydlišti, životních podmínkách a rodinném systému. Někdy streetworker pracuje s mládeží nebo se sexuálními pracovníci mimo jejich domov, proto toho tolik nezjistí (Hůlová et al., 2017).

## **1.2 Historie sociální práce**

Pro sociálního pracovníka je důležité, aby věděl, kam až sahají kořeny sociální práce jako takové. Pomocí historie může sociální pracovník zjistit, co se povedlo a naopak nepovedlo, a díky tomu zbytečně chyby znovu neopakovat. Také může být připomínkou toho, jak se sociální práce zlepšuje.

### **1.2.1 Starověk**

Ve starověku (1.-10. století) přišla první sociální pomoc ve formě podpory a dávek, začaly se formovat počátky organizované charity. Největší roli hrála charitativní činnost, které se ujala církve. Šlo o pomoc organizovanou formou pravidelných dávek, darů a sbírek. Nejprve se jednalo o oblasti, kde žili lidé v křesťanských obcích, později následovala pomoc, která neodlišovala náboženské vyznání. Od 8. století se začaly zřizovat kláštery, které poskytovaly útulky, špitály a nemocnice pro poutníky, chudé a nemocné, na které bylo přispíváno větším obnosem příjmů. Na finančním přispívání se podíleli panovníci, šlechtici a církevní preláti (např. biskup), ale tento příspěvek byl spíše jednorázový a náhodný (Janák, 2011).

### **1.2.2 Středověk**

Typické pro tuto dobu (11.-15. století) jsou dobrovolné sbírky a laická náboženská charitativní činnost. V této době byl velký nárůst žebráků, proto přišla velká podpora této skupiny (ibidem).

V této době nastaly počátky ošetrovatelství, kdy se vybudovaly první hospice mající podobu útulku, který sloužil pro chudé a nemocné. V sociální práci byla největším rozvojem péče v terénu. Přestože se první hospice zakládaly vedle klášterů, pracovaly v nich civilní sestry. Ošetrovatelé tehdy neměli žádné vzdělání. Špitály měly sloužit poutníkům, ale první právo měli lidé, co dávali dary klášteru nebo špitálu a až následná místa byla určena pro chudinu. Ve 13. a 14. století se církev mohla postarat jen o nejpotřebnější, proto některá města musela začít zaměstnávat veřejné lékaře, opatrovníky a almužníky. Tím se nahrazovala chybějící sociální péče. V některých větších městech se poskytovala lázeňská péče pro chudé, kdy se ohřívala voda a byla jim poskytována základní lékařská péče. V pozdějším středověku se zakládaly spolky, ve kterých se pečovalo např. o odložené děti a nemocné (Historie sociální práce, 2020).

### **1.2.3 Novověk**

V novověku (16.-18. století) byl kladen důraz na podporu milosrdenství, výchovy a trestu. V této době bylo nutné rozlišit skutečné chudáky od falešných. Těm falešným hrozil přísný trest, proto vznikly i chudinské zákony. Jednalo se o uvěznění a nucené práce zločinců a chudáků, které probíhaly v různých typech vězeňských zařízeních (Janák, 2011).

### **1.2.4 Moderní doba**

V 19. a 20. století znamenalo rozvoj sociální politiky, a to hlavně v podobě charitativních sbírek. V této době začaly i první pokusy o případové a komunitní práce. V 70. letech, v době krize po 2.světové válce, se začaly šířit nové metody a přístupy v sociální práci zaměřené především na dodržování práv. Přišel vývoj převýchovné práce a modulace trestu vězeňským personálem. Jednalo se o ústavy, které kladly důraz na výchovu a samostatnost vězňů. Klád se důraz na dodržování lidských práv vězňů (ibidem).

### **1.3 Historický vývoj terénní sociální práce**

Matoušek (2013) uvádí, že streetwork vznikl na přelomu 19. a 20. století v USA. Ambulantní a mobilní sociální práce se vyvinula jako nový přístup k sociální práci, který vznikl jako odpověď na selhávající tradiční způsob poskytování sociálních služeb. Tento selhávající přístup vedl k potřebě změny a pracovníci sociální práce začali poskytovat služby přímo v prostředí svých klientů. Tento nový přístup se začal rozvíjet v 60. a 70. letech 20. století, kdy se metoda streetworku rozšířila do většiny západních evropských zemí. Nový způsob práce se nejprve objevil ve Švýcarsku v rámci projektů zaměřených na pomoc lidem s drogovou závislostí a postupně se rozšířil i do dalších zemí, jako jsou Nizozemsko, Rakousko, Francie a další (Matoušek, 2013).

Mezinárodní odborná organizace pro mobilní práci s mládeží, známá jako ISMO (International Society for Mobil Youth Work), sídlila ve Švýcarsku a působila na celosvětové úrovni. V době, kdy totalitní režimy ovládaly střední a východní Evropu, bylo obtížné přijímat nové myšlenky západního světa nejen v sociální práci, ale i v jiných oblastech. Až po pádu těchto režimů se začaly myšlenky streetworku šířit, přičemž byly ovlivněny i rychlým rozšířením z bývalých západních zemí Německé demokratické republiky. Postupem času se mobilní práce a mládeží rozšířila nejen v České republice, ale také v Maďarsku a dalších zemích (ibidem).

### **1.4 Zavedení streetworku v ČR**

Podle Matouška (2013) došlo v důsledku složité situace po roce 1989 k mnoha změnám v zemi. Mnoho lidí se nedokázalo přizpůsobit novým podmínkám, což vedlo k prohlubování sociálních problémů a nárůstu kriminality. Tyto znepokojující jevy se rozšířily zejména mezi mladou generací, což vedlo ke snížení věku pachatelů trestné činnosti a zvýšení brutality a prostituce, která se rozšířila mezi dětmi školou povinnými. Dále se zvýšil počet drogově závislých mezi mladými lidmi. Vzhledem k těmto problémům se hledala řešení a nové metody, jak oslovit co nejvíce lidí s rizikovým chováním a zabránit tak sociálním i zdravotním rizikům. Byly využívány metody, které představovaly lepší a levnější způsob řešení než napravování škod (Matoušek, 2013).

V 90. letech 20. století se začala prosazovat koncepce sociální práce, která se zaměřovala na prevenci a práci s lidmi s rizikovým chováním. Díky této koncepci nastala systémová změna a vznikla nová pozice sociálního pracovníka, označovaného jako „sociální asistent,“ který se specializuje na práci s cílovými skupinami v přirozeném prostředí. Tyto skupiny jsou především děti školního věku a mladiství, kteří se potýkají s rizikovým chováním. Streetwork, tedy práce s lidmi na ulici, se stala hlavní metodou sociálních asistentů. Tato pozice se dále rozvíjela nejen na drogově závislé, ale také na práci s prostitutkami, mládeží s rizikovým chováním, bezdomovci a další (ibidem).

V roce 1997 byla založena organizace s názvem Česká asociace streetwork (ČAS), jejímž cílem je sdružovat odborníky z praxe a usilovat o rozšíření a zlepšení kvality terénní sociální práce. ČAS se také podílí na zprostředkování výměny zkušeností a odborných informací, organizuje profesní setkání, podporuje vzdělávání a nabízí supervizi v oblasti streetworku (ibidem).

## **1.5 Cílové skupiny**

Terénní sociální pracovník pracuje obecně s jednotlivci, rodinou, skupinou nebo komunitou. Dále se pak pracovníci zaměřují na určité cílové skupiny (Janoušková a Nedělníková, 2008).

### **1.5.1 Terénní práce s mládeží**

V Encyklopedii sociální práce (2013) se nachází vysvětlení terénní práce s mládeží. Tato sociální služba se zaměřuje na děti, dospívající a mladé dospělé a probíhá v jejich přirozeném prostředí. Cílem této práce je pomoci snížit sociální a zdravotní rizika, která souvisí se způsobem života této skupiny lidí. Nízkoprahový přístup zahrnuje práci s ohledem na psychologické, prostorové a časové podmínky. Tento přístup je zaveden s cílem klienty neodradit od využívání této služby. Terénní práce s mládeží se zaměřuje na lidi, kteří se nacházejí v nepříznivé sociální situaci, konfliktech, nepříznivých životních situacích nebo omezujících podmínkách. Charakter těchto situací se může lišit v závislosti na místních podmínkách.



Pracovníci se specializují na děti, které tráví čas mimo domov, školu a organizované aktivity, včetně dětí ulice, dětí bez rodiny nebo v institucionální péči a dětí žijící v sociálně vyloučených oblastech. Cílem je sledovat a aktivně vyhledávat tyto skupiny v jejich přirozeném prostředí, navázat s nimi kontakt a poskytnout pomoc, poradenství, krizovou intervenci, asistenci a aktivní doprovázení. Součástí této práce je prosazování práv a zájmů cílové skupiny, což vyžaduje spolupráci s rodinami a úřady, které jsou pro ně důležité. Terénní sociální práce se snaží podporovat a zvládat obtížné životní situace, snižovat sociální a zdravotní rizika spojená s konfliktními situacemi a rizikovým chováním a zvyšovat sociální dovednosti a schopnosti dětí. To zahrnuje podporu sociálního začlenění do skupiny vrstevníků a společnosti a zapojení do místní komunity (Matoušek a Křišťan, 2013).

V porovnání terénní sociální práce s mládeží v jiných zemích je na webu Sage journals zmíněno, že např. v etiopské kultuře se děti berou jako majetek, a to především v rodinách, které jsou postiženy chudobou. V těchto zemích funguje terénní sociální pracovník jako někdo, kdo se snaží zajistit dětem jídlo a zabránit dětské práci (Sage journals, 2017).

### ***1.5.2 Terénní práce s uživateli drog***

Jde o nízkoprahovou službu, která je poskytována lidem užívající drogy. Sociální pracovník provádí depistáž v přirozeném prostředí a snaží se minimalizovat zdravotní a sociální rizika spojená s užíváním drog. Jeho cílem je zprostředkovávat léčbu pro osoby závislé. Pracovník také distribuuje sterilní injekční materiál a další potřeby pro méně rizikové užívání drog. Cílem této služby je minimalizovat poškození lidí, kteří užívají drogy, ale nejsou připraveni s tím přestat (Matoušek a Křišťan, 2013).

Do snižování rizikového chování patří např.:

- volba bezpečnějšího způsobu aplikace,
- bezpečnější místo aplikace,
- filtrace drogy před aplikací (ibidem).

Hlavním úkolem pro pracovníka je výběr použitého injekčního materiálu, pro který mají speciální vybavení. Zařízení rovněž distribuuje nový sterilní materiál, který zahrnuje

injekční soupravy různých velikostí, injekční voda pro ředění dávky, alkoholové tampóny pro dezinfekci místa před injekční aplikací, filtry pro odstranění nečistot z dávky, želatinové kapsle pro polknutí drogy, kyselina askorbová pro ředění heroinu, allobalová folie pro kouření drogy a další (ibidem).

Terénní práce poskytuje případovou práci, do které patří předléčebné poradenství a motivační trénink. Tyto programy zřizuje nestátní organizace, samospráva i státní správa. Sociální pracovník navazuje kontakt s uživatelem nelegálních návykových látek a předává mu informace o nabídce odborné pomoci. Snaží se o snížení zdravotních a sociálních rizik, motivuje klienta ke změně životního stylu, jehož součástí je abstinence od návykových látek, čím podporuje obranu proti přenosu různých onemocnění a mění rizikové chování směrem k bezpečnějšímu modelu v chování v oblasti užívání návykových látek a sexu (ibidem).

Tato služba se zaměřuje na uživatele drog, kteří se nacházejí na veřejných místech nebo v neobydlených domech, staveništích a dalších podobných prostředích. Hlavním cílem pracovníků je pomoc především mladým uživatelům, kteří aplikují drogy nitrožilně a nemají přístup k jiným službám. Tyto soby bývají označovány jako „skrytá populace uživatelů“. Kontakt mezi pracovníkem a uživatelem může probíhat individuálně nebo skupinově a často představuje riziko pro pracovníka, např. neúspěch přijetí nebo napadení ze strany uživatele. Sociální pracovníci mohou zajistit důvěru mezi sebou a uživatelem např. sdílením vlastní zkušenosti s užíváním drog a překonáním případné závislosti (Matoušek et al., 2005).

Je důležité, aby sociální pracovník spolupracoval s policií a informoval jo o svých postupech. Dále může pracovník spolupracovat s místními lékárnami, které mohou poskytnout uživatelům informační letáky a balíčky obsahující sterilní zdravotnický materiál. Cíle terénního sociálního pracovníka jsou hlavně preventivní, ve formě poskytování informací, poskytování balíčku se sterilním zdravotnickým materiálem výměnou za použitý materiál, zprostředkování vyšetření ve zdravotnickém zařízení a instituci následné péče a celkové poskytnutí motivace k absolvování takové léčby (ibidem).

Jako příklad využití těchto činností v praxi lze uvést studii od BMC Public Health, v níž byly sledovány ženy nebo transgender osoby, které jsou starší 14 let, aktivně provozují sexuální služby na ulici a aktivně užívají nelegální drogy (kromě marihuany). Výzkum

trval 18 měsíců a během této doby se 3x výzkumníci setkali s účastníky výzkumu. Během této schůzky účastníci vyplnili dotazník, absolvovali rozhovor s tazatelem a podstoupili test na HIV. Za každou schůzku dostali odměnu 25 dolarů (BMC Public Health, 2011).

Při této studii chtěli výzkumníci zjistit, kolik mají účastníci klientů za týden, zda mají nechráněný sex z donucení, zda mají zkušenosti s klienty, kteří je fyzicky nebo sexuálně napadli nebo zda si při užívání drog půjčují použité injekční stříkačky (ibidem).

V diskuzi je uveden znepokojivý fakt, že ženy/transgender osoby, které provozují sex za peníze, mohou být ovlivněny prostředím, ve kterém žijí. Ženy žijící na ulici mají více klientů za týden než ty, které mají domov. Dalším znepokojivým faktem u žen žijících na ulici je použití sexuálního násilí ze strany nekomerčních partnerů (ibidem.)

### ***1.5.3 Terénní práce v sociálně vyloučených lokalitách***

Podle Encyklopedie sociální práce (2013) se sociální pracovník věnuje práci v přirozeném prostředí ohrožených jednotlivců, skupin nebo rodin, kteří žijí v problematických podmínkách. Tato problematická oblast se může nacházet na opuštěném místě, na okraji obce nebo v konkrétní městské čtvrti, bloku domů v běžné zástavbě. V České republice jsou mezi sociálně vyloučenými menšinami Romové. Tato skupina, stejně jako ostatní sociálně vyloučené skupiny, se potýká s chudobou, dlouhodobou nezaměstnaností, nekvalitním bydlením, špatnou nebo neexistující dopravní obslužností a společensky nežádoucími jevy, jako jsou kriminalita, hazard, alkoholismus nebo prostituce (Matoušek, Křišťan, 2013).

Podle zprávy MPSV za rok 2016, ve kterém byly monitorovány minority v ČR, jsou Romové jednou z nejvíce ohrožených skupin chudobou a sociálním vyloučením. Ve zmíněném roce bylo zjištěno, že až 58 % Romů je ohroženo přímou chudobou. Asi 80 % Romů patřilo do skupiny sociálně vyloučené lokality v oblastech, ve kterých respondenti bydleli (Strategie sociálního začlenění 2021-2030).

Terénní práce zahrnuje hledání, navazování kontaktu a poskytování sociálního poradenství. Tyto oblasti jsou obývány lidmi, kteří jsou znevýhodněni z mnoha důvodů, jako je nízká úroveň vzdělání, nedostatečný přístup k trhu práce, finanční problémy, zadlužení, jazykové bariéry, institucionální nebo společenská diskriminace nebo

nevhodné podmínky bydlení v porovnání s běžným standardem. Cílem pracovníka v terénu je především zabránit dalšímu sociálnímu dopadu klienta a pomoci mu zlepšit jeho životní podmínky. Sociální pracovník má za úkol pomáhat lidem, kteří se nacházejí v hmotné a sociální nouzi a mají problémy se zorientovat a vyhledat odbornou pomoc. Nabízí jim nízkoprahovou, individuální a odbornou pomoc v oblasti bydlení, sociálních dávek, zaměstnání, dluhů a vzdělání. Při práci se sociálně vyloučenými je klíčové zachovat individuální přístup, neodsuzovat klienty a najít pro ně řešení, které je pro ně vhodné a reálné. Dále pracovník monitoruje situaci v lokalitě a poskytuje informace o ohrožujících rizicích, které vyplývají ze způsobu života (Matoušek a Křišťan, 2013).

### **1.5.3.1 Chudoba**

Chudoba je definována jako stav, kdy člověk není schopen se zaopatřit vlastními silami, jako stav nouze, kdy člověk nemá dostatek prostředků k zajištění své existence. Většinová společnost vnímá chudobu jako nemajetnost, nedostatečné příjmy, zdraví a vzdělání, nelidské podmínky práce a života (Tomeš, 2010).

## **1.6 *Formy terénní sociální práce***

Podle Matouška (2013) se v terénní sociální práci rozlišují formy na přímou, nepřímou práci a práci přesahující (Matoušek a Křišťan, 2013).

### **1.6.1 *Přímá práce***

Přímá práce zahrnuje veškeré aktivity, které probíhají osobně s klientem nebo cílovou skupinou. Mezi ně patří monitoring, zjišťování potřeb, individuální a skupinová práce. V rámci této práce se provádí sociální intervence, která může zahrnovat krizovou intervenci, speciální sociální poradenství, socioterapii, harm reduction (snižování rizik), sociální výcvik a využití zážitkové pedagogiky (ibidem).

### **1.6.2 Nepřímá práce**

Nepřímá práce zahrnuje činnosti, které jsou potřebné pro práci s cílovou skupinou, jako je např. vytváření koncepcí a projektů. Je nezbytná pro administrativu a také se vyznačuje jednáním s institucemi, prezentacemi a zpřístupňováním práce široké veřejnosti (ibidem).

### **1.6.3 Práce přesahující**

Přesahující práce zahrnuje kombinaci přímé a nepřímé práce. Tato forma práce zahrnuje metodické vedení, profesní vzdělávání, sezení a supervizi. Nepřímá práce slouží k řešení konkrétních problémů sociálního pracovníka v souvislosti s jeho přímou prací s cílovými skupinami (ibidem).

## **1.7 Internet**

Internet je vysvětlován jako celosvětový systém, který je propojen navzájem s počítačovými sítěmi. Pro komunikaci nebo také výměnu dat je důležité mít protokoly TCP/IP (sada/rodina), aby taková komunikace mezi počítačem proběhla bez chyb (Jak na internet: Struktura internetu, 2014).

Podle Českého statistického úřadu v České republice za rok 2021 využívá internet celkem 89 % domácností (Internet v Česku, 2022).

## **1.8 Sociální síť**

Sociální sítě jsou místa na internetu, kde lze komunikovat s lidmi a sdílet s nimi určitý obsah. Je to virtuální prostor, kde je potřeba se zaregistrovat a vytvořit si svůj profil (Sociální síť, 2023).

Podle Českého statistického úřadu používají sociální sítě nejčastěji osoby ve věku 16-24 let, z této skupiny je používalo v roce 2022 hned 96 % osob. U skupiny ve věku 45-54 let je podíl menší, zde jsou sítě využívány jen u 65 % osob této věkové skupiny (Osoby v ČR používající sociální sítě, 2022).

Web Eric uvádí, že u sociálních sítí vzrostl počet uživatelů, a to především mladších uživatelů, kteří jsou ve věku studentů základních, středních a vysokých škol (Eric, 2023).

Podle výzkumu stránky AMI Digital Index v roce 2022 strávili v České republice uživatelé v průměru 2,5 hodiny denně na sociálních sítích. U některých uživatelů je možné už mluvit o závislosti (AMI Digital Index, 2022).

V této souvislosti pak lze zmínit článek z webu Imras Competitions, který závislosti rozděluje na látkové a nelátkové. Právě závislost na internetu je zde posuzována jako nelátková závislost, projevující se neschopností neužívat internet, podrážděností a zhoršování života ve společnosti i v rodině (Imras Competitions, 2023).

### **1.8.1 Facebook**

Aplikace Facebook je jednou z nejznámějších a nejpoužívanějších sociálních sítí, kterou založil Marc Zuckerberg v roce 2004. Primárně Facebook sloužil k seznamování mezi spolužáky. Později se rozšířil mezi širokou veřejnost, kde se mohli registrovat lidé starší 13 let. Na Facebooku si uživatel založí svůj profil, kde si může nastavit svůj profilový a úvodní obrázek a následně sdílet své fotografie, videa nebo psaný obsah, který mohou jiní uživatelé komentovat, lajkovat (označit jako „to se mi líbí“ a podobné statusy) nebo sdílet. Lze zde vytvořit firemní profil pro propagaci určité služby, kterou firma nabízí. Tato propagace může být podpořena placenou reklamou podle toho, jak moc chce uživatel svou firmu zviditelnit (Burešová, 2022).

### **1.8.2 Instagram**

Burešová (2022) ve své publikaci uvádí, že Instagram byl vytvořen v roce 2010 pro uživatele systému iOS (operační systém v zařízeních od společnosti Apple), později byl umožněn přístup i pro uživatele Android zařízení. V roce 2012 si aplikaci Instagram odkoupil známý zakladatel Facebooku Marc Zuckerberg, který zpřístupnil aplikaci i pro desktop (klasický počítač). V dnešní době je Instagram používán hlavně přes mobilní telefony. Tato aplikace je známá tím, že zde lidé sdílejí své fotografie, pod které mohou vkládat krátké popisky, např. ve formě hashtagů (symbol „#“, který slouží jako klíčové slovo, díky němu je příspěvek ve formě fotografie zařazen do určité kategorie, kde se

následně může vytvořit nová komunita). Ostatní mohou příspěvky lajkovat, komentovat nebo sdílet. Každý uživatel má svůj profil, na kterém ho ostatní uživatelé mohou sledovat. Instagram dále nabízí služby „stories“ nebo také příběh, který uživatel vloží ve formě fotografie nebo videa, který po 24 hodinách zmizí. Dále, podobně jako na Facebooku, zde funguje služba propagace firem a jejich služeb (Burešová, 2022).

### **1.8.3 TikTok**

Sociální síť TikTok je specifická svou formou krátkých videí tvořených za účelem pobavení a zaujetí. V roce 2016 vznikla tato sociální síť v Číně pod názvem Douyin. V roce 2017 ji koupila společnost Musical.ly, se kterou se o rok později spojila sociální síť Douyin a vznikl tak TikTok. Tuto aplikaci využívají ve větším procentu hlavně děti a teenageri. Na této platformě se dělí uživatelé na pozorovatele a tvůrce krátkých videí. Aby se videa stala virálními (tzn., byla sdílena co největším počtem uživatelů), je důležité, aby tvůrce publikoval svá videa každý den, byl originální, svým obsahem oslovil požadovanou cílovou skupinu apod. Na TikToku lze také vkládat placenou reklamu stejně jako u jiných sociálních sítích (Burešová, 2022).

### **1.8.4 YouTube**

YouTube je jednou z největších sítí, která slouží ke sdílení videí. Na této sociální síti si uživatel může najít pomocí klíčového slova obsah videí, které hledá. Existuje zde algoritmus, který vygeneruje uživateli videa podobného nebo stejného typu, který on sám vyhledává. Stejně jako na Facebooku nebo Instagramu lze vytvořit firemní profil, kde mohou různé společnosti propagovat své služby a produkty. Videá, která jsou nahrána na YouTube, se následně dají sdílet na ostatních sociálních sítích. Na této síti uživatelé nejčastěji vyhledávají návody na sestavení a používání produktů (Burešová, 2022).

### **1.8.5 Twitter**

Podle Krále (2016) je Twitter sociální síť, která uživatelům umožňuje komunikaci skrz sdílení tweetů (textových příspěvků), které mohou jiní uživatelé sdílet, lajkovat nebo

komentovat. Uživatel, který si založí svůj profil, si může nastavit profilový a úvodní obrázek a následně upravit okruh lidí, kteří mohou vidět sdílený obsah uživatele (Král a Král, 2016).

### **1.9 Česká asociace streetwork (ČAS)**

Česká asociace streetwork je organizace nízkoprahových sociálních služeb, která sdružuje a zajišťuje programy, které pracují pomocí metody kontaktní práce. Streetworkeri vyhledávají své klienty v terénu, kontaktují je, poskytují jim poradenství a pomáhají řešit jejich nepříznivé sociální situace (Co je ČAS, 2022).

### **1.10 Metody terénní sociální práce na sociálních sítích podle ČAS**

Metodiku vypracovala Česká asociace streetworku ve Zlíně (2018) pro terénní sociální práci na sociálních sítích s uživateli drog přes Facebook. Místo klasického terénu v přirozeném prostředí využili přirozené prostředí klienta na sociální síti, konkrétně na Facebooku. Tento způsob je vhodný pro uživatele drog, mládež a děti, nevhodný však pro ambulantní a poradenské služby. Vytvořili si zásady profilu, do kterých patří např. každý sdílený obsah je veřejný, obsah přátel vidí jen lidé, které mají v přátelích, seznam přátel vidí jen majitel profilu. Mezi rizika práce přes Facebook zmiňují narušení soukromí a anonymity, kterou může využít policie k vysledování (Sborník příspěvků, 2018).

S klienty navazují kontakt dvěma způsoby. První možností je způsob, při kterém osloví klienty streetworkeri sami, např. odesláním žádosti o přátelství. Když žádost potvrdí, automaticky je kontaktují, představí se jim a nabídnou jim využití služeb. Ve druhém způsobu se klient ozve sám. Výhodou práce přes Facebook oproti telefonním SIM kartám je to, že si klient svůj profil nemění, proto je menší pravděpodobnost ztráty kontaktu. Další výhodou je, že většina klientů se připojí na veřejné Wifi sítě, které jsou přístupné pro veřejnost, takže když nemají kredit, mohou i tak zavolat. Klienti jsou zvyklí běžně komunikovat přes sociální sítě, proto je pro ně přirozenější začít prvním kontaktem online. Z pohledu pracovníka je jednodušší informovat své klienty o novinkách nebo místech, kde se budou nacházet (Sborník příspěvků, 2018).



Ve studii, která byla provedena v Hong Kongu a týkala se sociální práce na sociálních sítích se zkoumalo, jaké přínosy a negativa s sebou přináší. Stejně jako zmiňuje ve své metodice ČAS, případným negativem může být ztráta anonymity, a pokud bude metodika špatně použita na klienta, může jenom uškodit. Dle této studie je uveden i pozitivní fakt, a to, že se klient může ozvat mimo úřední hodiny. Dále je zmiňováno, že sociální sítě se mohou použít pro vyhledání klientů, kteří jsou sociálně vyloučení. V tu chvíli sociální síť slouží k oslovení/vyhledání klienta, prvnímu kontaktu, vytvoření důvěry a možnému udržení kontaktu. Jako negativní případ je uvedeno nedorozumění při komunikaci přes chat, ke kterému může dojít. Závěrem této studie je uvedeno, že skutečný potenciál může mít jakákoliv nová technologie, ale v sociální práci bude využita jen tehdy, pokud bude aktivněji převzata (Chan, 2019).

## **2 Cíl práce a výzkumné otázky**

### **2.1 Cíl výzkumu**

Hlavním cílem této bakalářské práce je ukázat a popsat práci streetworkera se svými klienty na sociálních sítích.

### **2.2 Výzkumná otázka**

Jak velký efekt nese práce terénního sociálního pracovníka na sociálních sítích?

## 3 Metodika

### 3.1 *Metodiky a techniky výzkumu*

Jedná se o kvalitativní výzkumnou strategii, která řeší problém do hloubky oproti kvantitativního výzkumu. Pro dobré zvládnutí je schopnost strukturovaného myšlení. Zkoumané téma se dává lidem/komunikačním partnerům, kteří žijí nebo pracují v určitém prostředí, jehož se téma týká (Baum, 2014).

Podle Miovského (2006) patří polostrukturovaný rozhovor mezi nejrozšířenější. Pro takový rozhovor je důležité mít předem připravený okruh otázek, na které se tazatel bude ptát svých účastníků rozhovoru. Je možné zaměnit pořadí těchto předem připravených otázek. Během rozhovoru je důležité klást doplňující otázky pro ověření, zda účastník rozumí tématu a předem připraveným otázkám. Rozhovor pokračuje do té doby, dokud účastník odpovídá smysluplné odpovědi nebo dokud nevyprší časový limit, který byl stanoven pro rozhovor. Polostrukturovaný rozhovor také může být definovaný jádrem rozhovoru, což znamená, že může mít stanovený minimum otázek a témat, které tazatel musí probrat (Miovský, 2006).

Dále následuje otevřené kódování, které dle Hendla (2005) probíhá tak, že se buď kóduje slovo od slova, podle odstavců nebo podle celých textů. Kódy může označovat podstatné jméno nebo sloveso. Tyto kódy se dělí do obecnějších kategorií. Následně se hledají vlastnosti nebo také přídavná jména těchto kategorií (Hendl, 2005).

Následuje interpretativní fenomenologická analýza, též jako IPA. Analýza pomáhá lépe porozumět zkušenosti komunikačního partnera. Často se používá v případech, kdy se jedná o neobvyklé skupiny, situace nebo zdroj sběru dat. Pokud se použije polostrukturovaný rozhovor, tak dává komunikačnímu partnerovi možnost volně mluvit o tématu, zmínit svůj postoj nebo sdělovat svoje pocity. Tazatel díky tomu může zároveň rozhovor usměrňovat tak, aby se neodchylovalo od tématu. Při zahájení analýzy je užitečné si téma práce zreflektovat a ujasnit si motivaci k tématu. Dále jde o aktivní zájem o data, to znamená, že je důležité zaujmout tazajícího, takže se výzkumník snaží vžít do role protistrany. Cílem je mapovat souvislosti témat díky poznámkám výzkumníka (Řiháček et al., 2013).

### **3.2 Výběr a charakteristika výzkumného souboru**

Jako kritéria při výběru komunikačních partnerů do výzkumného souboru byla zařazena tato následující hlediska, která byla vymezena před zahájením výzkumu:

- pracovník v terénním programu,
- pracovník pracuje se svými klienty na sociálních sítích,
- věk v tomto případě nehraje žádnou roli,
- pohlaví v tomto výzkumu nehraje žádnou roli,
- vzdělání v příslušném oboru,
- ochota účastnit se výzkumu.

Výzkumný soubor se skládá z komunikačních partnerů, kteří splnili kritéria.

### **3.3 Realizace výzkumu**

Žádost o provedení výzkumu byla zaslána na konci března 2023. Dále byly uskutečněny rozhovory s komunikačními partnery na začátku dubna 2023. Před zahájením audiozáznamu byli komunikační partneři dotázáni na souhlas o zahájení nahrávání na mobilní telefon. Všichni komunikační partneři s audiozáznamem souhlasili. Každý komunikační partner byl seznámen s faktem, že s veškerými informacemi bude nakládáno zcela anonymně. Rozhovory s komunikačními partnery proběhly online. Po přepsání rozhovoru, byla nahrávka smazána.

Do příloh byly vloženy jednotlivé rozhovory, společně s otázkami, které v rozhovorech zazněly. Aby nebyla narušena anonymita komunikačních partnerů, byly některé věty smazány nebo upraveny, jelikož se komunikační partneři zmiňovali o konkrétní organizaci nebo místě, které bylo pro výzkum klíčové.

## 4 Výsledky

### 4.1 Charakteristika výzkumného souboru

Komunikační partneři byli vybráni na základě předem stanovených kritérií. Rozhovory byly uskutečněny s 5 komunikačními partnery, z nich byli 3 ženy a 2 muži. Všichni komunikační partneři pracovali v terénní službě a působili na sociálních sítích, aby byla splněna stanovená kritéria. Před začátkem rozhovoru byly komunikačním partnerům položeny otázky ohledně zaměření na cílovou skupinu a délka působení v sociálních službách, které jsou vyznačeny v tabulce 1.

**Tabulka 1 - Charakteristika komunikačních partnerů**

<b>Komunikační partneři</b>	<b>Pohlaví</b>	<b>Zaměření</b>	<b>Délka působení v sociálních službách</b>
KP1	Muž	Osoby ohrožené závislostí nebo závislé na návykových látkách	21 let
KP2	Žena	Osoby závislé na nelegálních návykových látkách v oblasti pouliční, klubové a privátní prostituce	17 let
KP3	Muž	Děti, mládež a dospělí ohroženi rizikovým chováním	3 roky

KP4	Žena	Děti, mládež a dospělí ohroženi rizikovým chováním	11 měsíců
KP5	Žena	Děti, mládež a dospělí ohroženi rizikovým chováním	1 rok

Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

#### 4.2 Výsledky rozhovorů

Pomocí poznámek z jednotlivých rozhovorů s komunikačními partnery byly rozděleny do kódů, které následně byly rozděleny do jednotlivých kategorií a podkategorií. Bylo vytvořeno 5 kategorií, které jsou vyznačeny v tabulce 2.

**Tabulka 2 - Kategorie a podkategorie**

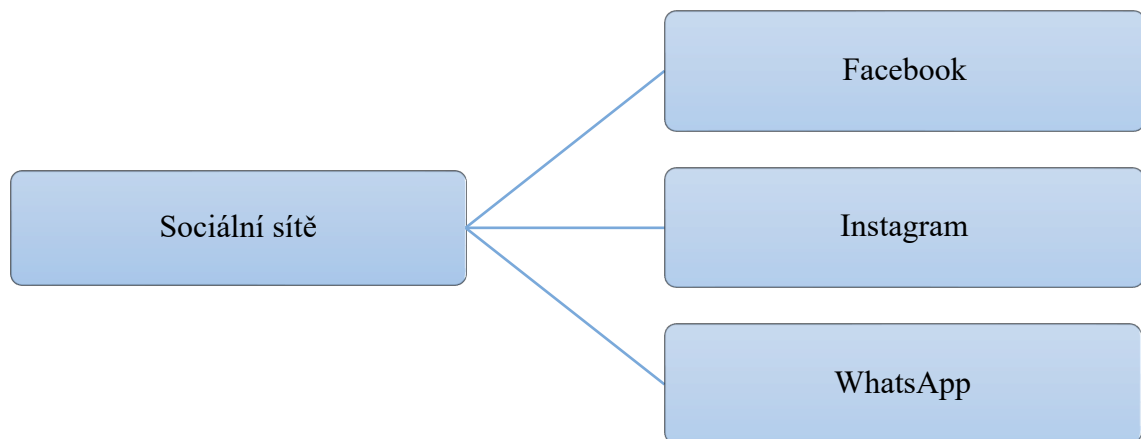
Kategorie	Sociální sítě	Využití sociálních sítí	Oslovení klientů	Zpětná vazba ze strany klienta	Smysl sociálních sítí v této profesi
Podkategorie	Facebook	Příspěvky	Žádost o přátelství	Žádost o přátelství	Lepší komunikace
	Instagram	Komunikace	Zaslání zprávy	Soukromá zpráva	Udržení kontaktu
	WhatsApp	Udržení kontaktu	Online monitoring	Hovory přes messenger	Zjištění informací

		Stories	V terénu	Domluva srazu	Jít s dobou
--	--	---------	----------	------------------	-------------

Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

#### 4.2.1 Kategorie 1: Sociální sítě

První kategorie se zaměřuje na sociální sítě. Pojednává o tom, jaké sociální sítě využívají dané organizace pro kontakt se svými klienty. Tato kategorie je rozdělena na tři podkategorie, které jsou znázorněné v obrázku 1.



Obrázek 1: Sociální sítě

Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

#### Facebook, Instagram, WhatsApp

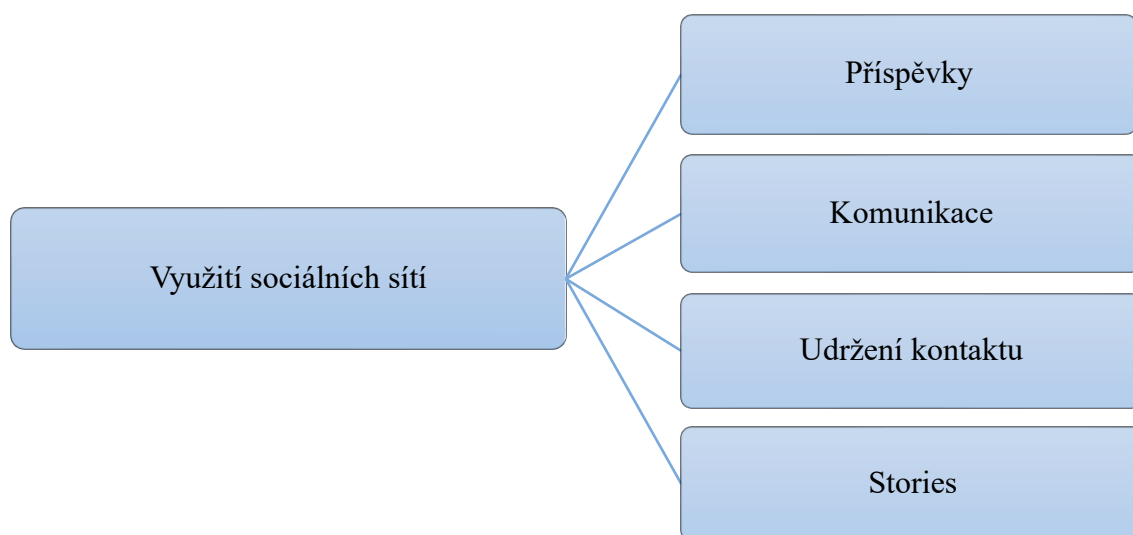
V těchto podkategoriích se zaměřuje na užívání konkrétních sociálních sítí. KP1, KP2, KP3, KP4 a KP5 se shodli, že pro svou práci na sociálních sítích využívají Facebook. A KP2, KP3, KP4 a KP5 se shodují, že používají i Instagram. KP1 zmiňuje: „Od roku 2017 jsme na Facebooku. Máme tam teď přes 300 lidí a třeba 70 % z nich nám přes ten messenger píše a domlouvají si schůzky.“ KP2 říká: „Jako první jsme založili Facebook, kde máme i pravidla pro používání profilu pro klienty i pro nás. A využíváme i Instagram. Aktuálně jsme začali pracovat s WhatsAppem.“ KP3 se připojuje: „My máme Instagram, Facebook a WhatsApp. Na WhatsApp teda moc nekomunikujeme, ale na Instagramu jsme aktivní, to je pro nás vlastně primární ta sociální síť.“ KP4: „My používáme Instagram a Facebook.“ KP5 dodává: „Tak my působíme na Facebooku a Instagramu. A primární pro nás je Instagram, kde jsou ty lidi aktivnější. Při prvním kontaktu dáváme naše letáčky, kde si lidé mohou naskenovat náš QR kód, díky kterému si snadněji najdou náš



*Instagramový profil a při tom jim říkáme, kdy a kde nás zastihnou, ale že se na nás mohou obrátit i přes ty sociální sítě.“*

#### 4.2.2 Kategorie 2: Využívání sociálních sítí

Druhá kategorie se zaměřuje na využití sociálních sítí. Jedná se o aktivitu ze strany organizace na sociálních sítích. Tato kategorie je rozdělena na 4 podkategorie, které jsou znázorněné v obrázku 2.



Obrázek 2: Využití sociálních sítí

Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

#### Příspěvky

První podkategorie se zabývá formou příspěvku, jak sociální sítě komunikační partneři používají. KP1, KP2, KP3, KP4 a KP5 se shodli na tom, že využívají sociální sítě ke sdílení příspěvků. Například KP1 uvádí: „Facebook vnímáme jako takový nástroj, jak informovat lidi o tom, co se aktuálně děje, kde zrovna jsme a co nabízíme.“ KP3 říká: „Jsou různé možnosti, buď vytváříme nějaké příspěvky preventivního charakteru nebo abychom dali těm lidem najevo, že jsme v těch ulicích, že nás můžou oslovit nebo kontaktovat.“ KP5 popisuje: „Teď jsme dělali příspěvek o nebezpečí na TikToku. Takže se snažíme dávat atraktivní témata na sociální sítě, o kterých si myslíme, že jsou důležité.“ KP4 se shoduje: „Snažíme se na sociálních sítích působit preventivně. To znamená, že přidáváme nějaké příspěvky s preventivním obsahem, kde vlastně rozebíráme různá témata, které jsou pro naši cílovou skupinu nějak aktuální. A reagujeme i na aktuální problémy našich klientů. A například pokud v aktuální době pracujeme více s klienty,

*kteří řeší drogy, tak se snažíme vlastně reagovat na to na sociálních sítích. Takže zveřejňujeme preventivní příspěvky týkající se drog nebo závislostí i na nelátkové závislosti. A zároveň to pro nás slouží jako nějaká propagace jako informační kanál.“* KP2 dodává: *„Sociální síť využíváme na příspěvky, možnou komunikaci v chatu a celkově kvůli informovanosti.“*

## **Komunikace**

Druhá podkapitola se zaměřuje na komunikaci na sociálních sítích. KP4 a KP2 se shodli, že s klienty domlouvají v chatu. KP4 uvádí: *„Nebo nám slouží jako nějaká možnost provádět intervence za pomoci toho Instagramu nebo Facebooku.“* KP2 říká: *„Sociální síť využíváme na příspěvky, možnou komunikaci v chatu a celkově kvůli informovanosti.“* A KP4 dodává: *„Slouží nám jako komunikační kanál, kdy se přes sociální síť domlouvají srazy s těmi klienty.“*

## **Udržení kontaktu**

Následující podkapitola se zabývá komunikačními partnery, jak si udržují kontakt s klienty za pomoci využití sociálních sítí. Na odpovědích se shodli KP1, K4 a KP5. KP1 uvádí: *„A teď to vlastně vypadá tak, že už nám lidi téměř nevolají, ale většina lidí si píše přes messenger.“* KP4 říká: *„Nebo nám slouží jako nějaká možnost provádět intervence za pomoci toho Instagramu nebo Facebooku.“* KP5 tvrdí: *„Domlouváme si schůzky přes Instagram. A jde vlastně o udržení vztahů, tak i navázání kontaktu.“* KP1 dodává: *„Anebo to funguje tak, že přijedu do té dané lokality a vidím, že ti daní klienti jsou online, tak jim napíšu, že tam jsem a jestli se nesejdeme. V případě, že se nikdo neozve nebo nenapíše, tak píšeme cíleně my těm klientům. Třeba napíšeme někomu, s kým už jsme se dlouho neviděli.“*

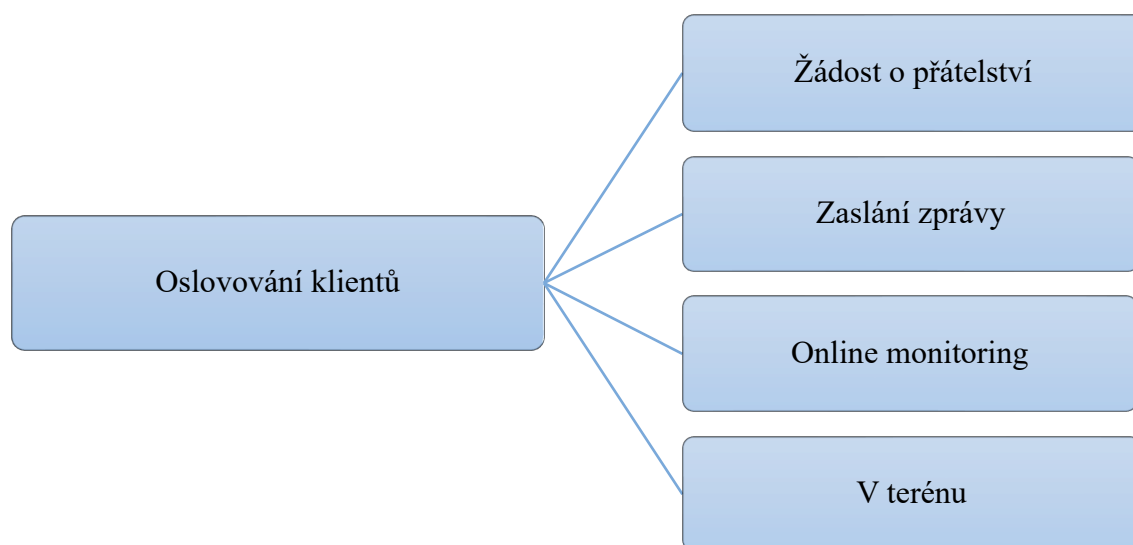
## **Stories**

V této podkapitole bylo zjišťováno, jakým způsobem využívají komunikační partneři stories na Instagramu. KP3 zmiňuje: *„Píšeme si tam s lidmi a komunikujeme skrz nějaký storíčka a navazujeme tak s nimi kontakt. A jako jsou různé možnosti, buď vytváříme nějaké příspěvky preventivního charakteru nebo abychom dali těm lidem najevo, že jsme*

*v těch ulicích, že nás můžou oslovit nebo kontaktovat. Dál třeba rádi sdělíme nějaké zajímavé volnočasové akce pro ty lidi.“ KP5 říká: „Dáváme tam storíčka o tom, kdy a kde jsme v terénu. Vkládáme tam obsah, který je aktuální.“*

### 4.2.3 Kategorie 3: Oslovování klientů

Třetí kategorie se zaměřuje na oslovování klientů na sociálních sítích. Jde o to, zda organizace cíleně oslovuje přes sociální sítě a jakým způsobem to dělá či nedělá. Kategorie oslovování klientů je rozdělena na 4 podkategorie, které jsou zobrazeny v obrázku 3.



Obrázek 3: Oslovování klientů

Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

#### Žádost o přátelství

Tato podkategorie se zabývá tím, jak pracovníci cíleně oslovují své klienty pomocí odesláním žádostí o přátelství. V této podkategorii se KP neshodují. KP1 uvádí: „*V tom roce 2017 jsme ten reálný život přenesli do toho virtuálního. A ten Facebook za nás začal dělat spoustu práce. Facebook je schopný vyhledávat lidi se společnými zájmy a pro naše klienty je tím společným zájmem pervitin. Takže je pro nás pěkně vyhledá. A ve chvíli, kdy nám někoho ten Facebook nabídne a vidíme, že máme 10, 15, ale třeba i 50 nebo 60 společných přátel, tak mu prostě nadržo napíšeme nebo pošleme žádost o přátelství. Občas i vlezeme nějakému našemu klientovi do přátel, a když to mají otevřené, tak šmejdíme v těch přátelích. A protože ty lidi nemají problém dávat na Facebook kde co o sobě, včetně toho, jak berou drogy, takže když to tam vidíme, tak si ty lidi přidáme a oslovíme.*“ KP1 ještě dodává: „*V tuto chvíli to máme více postavené tak, že nám lidi*

*posílají žádost o přátelství. A to cílené oslovování z naší strany je ve chvíli, kdy máme pocit, že nám trošku klesly kontakty nebo že nám to nějak neběží, tak jako začneme být aktivnější přes Facebook. Navíc vnímáme nějaký nárůst počtu lidí na tom Facebooku.“* KP2 říká: *„Přidáváme si nové lidi, ale sami od sebe neodesíláme žádosti o přátelství na Facebooku. My celkově čekáme, až nám přijde žádost a až nám ten člověk napíše sám. A kdybychom mu sami poslali žádost a napsali mu, že jsme adiktologický terén a myslíme si, že nás potřebuje, proto jsme mu tu žádost poslali, nám přijde fakt nedůstojné a nechceme nikoho nálepkovat. Přijde nám riskantní oslovit potencionálního klienta online, protože bychom o něj mohli přijít.“*

### **Zaslání zprávy**

Podkategorie se zaměřuje na cílené oslovování formou zaslání zprávy. KP1, KP4 a KP5 se shodují, že pokud si je někdo z klientů přidá, tak mu pošlou úvodní informativní zprávu. KP1 zmiňuje: *„Když si toho člověka přidáme, pak mu napíšeme, že děkujeme za přidání, jestli ví, kdo jsme a co děláme. A když odpoví, tak se ptáme, jestli se chce potkat a jestli nechce nějakou výměnu. A v případě, že zjistíme, že není uživatelem drog, tak se mu omluvíme a odebereme ho z přátel.“* KP5 říká: *„My jako primárně nejdem na ten Instagram a nehledáme ty lidi a ani jim neposíláme žádosti. Pokud si nás někdo přidá, tak máme připravený takový text, kde je napsáno, kdo jsme a co můžeme nabídnout a že se na nás mohou obrátit. Takže každý, kdo nás začne sledovat, tak obdrží tuto zprávu a my ho začneme sledovat nazpět.“* KP4 doplňuje: *„Oslovování online neprobíhá, jediné co, tak vlastně v případě, že si nás někdo přidá nebo začne sledovat, tak my vždycky rozesíláme takovou úvodní zprávu, kde je napsaný, o jakou službu jde, něco o nás a jaký pravidla máme. A sami od sebe taky nezačínáme sledovat, nicméně je to asi nějaký budoucí směr.“*

### **Online monitoring**

Další podkategorie se věnuje online monitoringu, na který se shodl KP2. KP2 popisuje: *„Působíme na dvou internetových stránkách. Jedna je amateri.com, kde máme založený vlastní profil. Druhá stránka je sex.cz, kde není možné mít účet, takže tam využíváme Whattu, SMS nebo mailu.“* KP2 popisuje: *„Přes amateri.com máme na profilu*

*v popisku text, kde je napsáno o naší organizaci a co děláme. Tam je aktivně oslovíme. A pokud tam má někdo nabídku např. orálního sexu za 500 Kč, tak je zřejmé, že se tím žíví a my mu naši službu nabídneme. A my máme vyfiltrované místo, aby se nám tam nenabízela jiná města.“ KP2 dodává: „A na stránce sex.cz jsou vyloženy sexuální inzerce. Jsou to vlastně jednotlivé osoby, priváty nebo erotické kluby. Dost často jsou ty jednotlivé osoby pod nějakým klubem nebo privátem. A některý z nich jsou jako úplně soukromé,, protože to provozují doma. A dost často tam mají napsané instrukce, jestli mají lidi volat nebo napsat SMS, na WhatsAppu nebo do mailu. A my takhle máme 2 hodiny týdně takový monitoring a koukáme na inzeráty.“*

## **V terénu**

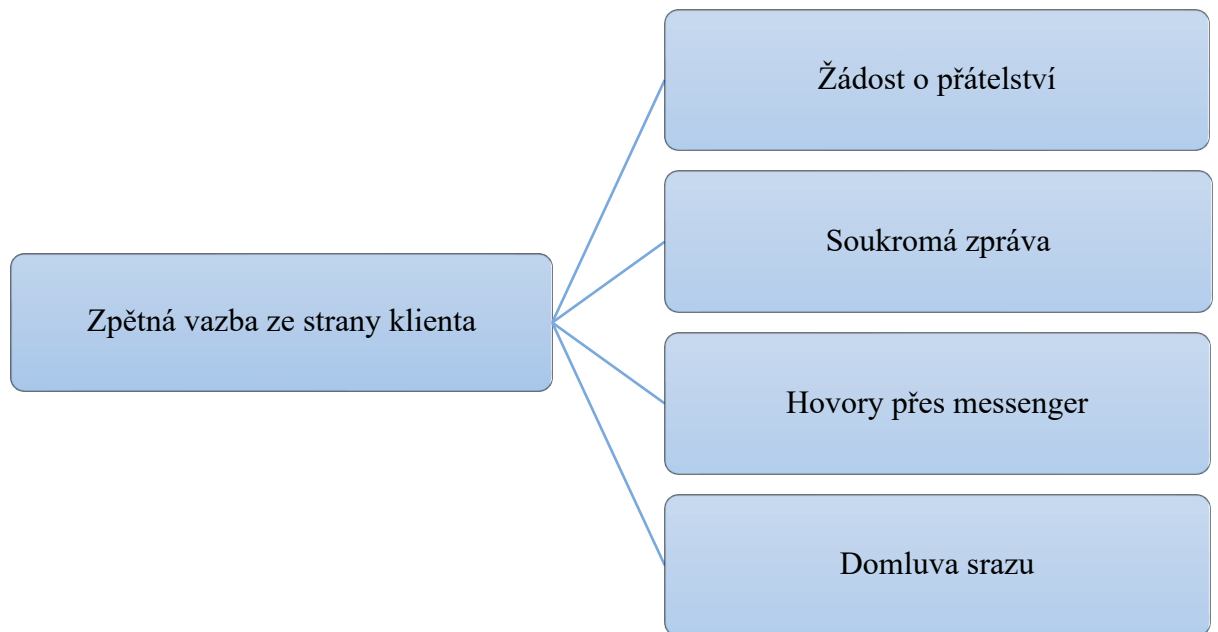
V této kategorii bylo zjišťováno, jakým způsobem pracovníci oslovují své klienty v terénu. KP1, KP2, KP3, KP4 a KP5 se shodují, že oslovují klienty v terénu tedy, v jejich přirozeném prostředí. KP1 říká: „*Jinak si myslím, že asi z velké části oslovujeme teď v reálném světě.*“ KP2 zmiňuje: „*Přes sociální sítě klienty neoslovujeme, oslovujeme je v terénu v tom jejich přirozeném prostředí. A to aktivní oslovení je hrozně citlivá věc, je to hrozně těžké. Pro nás je jednodušší oslovit klienty v terénu, než online a myslím, že se tak ti klienti cítí bezpečněji.*“ KP3 vysvětluje: „*Tak buď oslovujeme lidi venku na ulici, které si vytipujeme. Oslovujeme lidi, kteří třeba poslouchají hlasitou hudbu nebo drží v ruce bongy, nebo marihuanu. Nebo se prostě jen tak poflakují a popíjí alkohol. A jinak to oslovení vypadá tak, že těm lidem řekneme, kdo jsme, co děláme a dáme jim odkaz na naše sociální sítě. Že si nás tam můžou přidat, aby více pochopili, o čem ta služba je a že nás tam můžou kontaktovat. Jedinou výjimkou, kdy jsme je sami oslovovali, tak bylo při těch dotaznících, aby nám vyplnili.*“ KP4 popisuje: „*V případě, že potkáme skupinu, která jeví známky naší cílové skupiny, tak se zeptáme, jestli je můžeme vyrušit. Začínáme s naším infoservisem, kdy vlastně vysvětlujeme, co jsme a co děláme. Vždycky od nás dostanou letáček a upozorňujeme je na kontakt na sociální sítě, kde si nás můžou přidat přes QR kód, aby to bylo jednodušší a přívětivější pro mladý lidi.*“ KP5 doplňuje: „*A nějaké oslovování na sítích není, oslovujeme jen v terénu. Oslovení přijde vždy, když vidíme, že někdo kouří, pije alkohol nebo se chovají nějak rizikově. Snažíme se povědomí o naší službě rozšířit mezi všechnu mládež a děti, takže v podstatě, když vidíme naši cílovou skupinu, tak je oslovíme. A snažíme se s nimi mluvit o naší službě, aby věděli, co*

*jim můžeme nabídnout nebo jestli neznají i jinou podobnou službu.“ KP4 dodává: „A jako takové oslovování online neprobíhá, protože to není úplně zákonem uchopené. Je to pro nás taková šedá zóna, se kterou se snažíme pracovat, ale je to v takovém rozpracovaném procesu, kdybychom rádi oslovovali online, protože pro naši cílovou skupinu je vlastně přirozené prostředí i v online světě.“*



#### 4.2.4 Kategorie 4: Zpětná vazba ze strany klienta

Cílem čtvrté kategorie je zjistit, jaká je zpětná vazba ze strany klientů na sociálních sítích. Tato kategorie byla rozdělena na čtyři podkategorie, které jsou znázorněné v obrázku 4.



Obrázek 4: Zpětná vazba ze strany klienta

Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

##### **Žádost o přátelství**

První podkategorie se zaměřuje na žádost o přátelství, které přichází ze strany klienta. Na tomto se shodují pouze KP1, KP2 a KP4, že klienti zasílají žádost na Facebooku nebo je začínají sledovat na Instagramu. KP1 říká: „*V tuto chvíli to máme více postavené tak, že nám lidi posílají žádost o přátelství.*“ KP2 uvádí: „*Přidáváme si nové lidi, ale sami od sebe neodesíláme žádosti o přátelství na Facebooku. My celkově čekáme, až nám přijde žádost a až nám ten člověk napíše sám.*“ KP4 dodává: „*Tak začínají nás ty lidi sledovat, který jsme oslovili nebo nás někteří začínají sledovat jen tak.*“

##### **Soukromá zpráva**

Druhá podkategorie se zaměřuje na způsob zasílání soukromé zprávy ze strany klienta. Zde se názory komunikačních partnerů shodli. KP1, KP2 a KP5 říkají, že klienti hodně

komunikují. Například KP1 říká: „*A když přijdeme do práce a někdo napíše, že by se chtěl potkat, tak se s ním domluvíme, kde a jak. Ale více nám píšou klienti než my jim. A zpětnou vazbu určitě vidíme, protože tak z 80 % se ti lidi ozývají sami přes messenger. A teď to vlastně vypadá tak, že už nám lidi téměř nevolají, ale většina lidí si píše přes messenger.*“ KP2 sděluje: „*Takže oni nám běžně píšou a volají, protože využívají nějakou veřejnou wifi síť, díky které se s námi spojí. Ze strany klientů je to tak, že nás rádi kontaktují přes sociální síť. Stává se nám ale často, že nám napíše někdo úplně nový a řekne, že o nás slyšel. Ozývají se noví lidi i kvůli tomu, že provádíme testy. Druhá věc je, kdy si nás sami najdou na internetu a aktivně nás osloví.*“ KP5 dodává: „*U nás na profilu opravdu komunikují naši klienti a je to vlastně i přirozené prostředí našich klientů.*“

### **Hovory přes messenger**

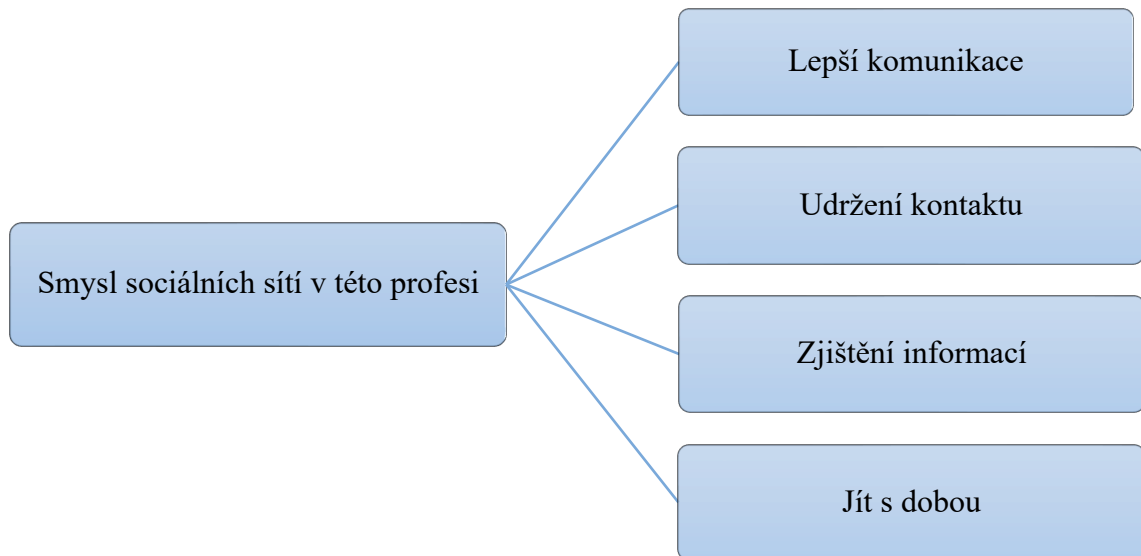
Další podkapitola se zaměřuje na hovory přes messenger, o kterém mluví KP2. KP2 uvádí: „*Takže oni nám běžně píšou a volají, protože využívají nějakou veřejnou wifi síť, díky které se s námi spojí.*“

### **Domluva srazu**

Tato podkategorie se zabývá domlouvání srazů přes sociální síť ze strany klientů. KP1 a KP5 se shodují, že se jim klienti ozývají do soukromé zprávy a domluví si sraz. KP1 zmiňuje: „*A zpětnou vazbu určitě vidíme, protože tak z 80 % se ti lidi ozývají sami přes messenger. Když jsem v práci a v průběhu dopoledne nikdo nepíše, tak když jdu do toho terénu, tak těm lidem napíšu a začnu být aktivní já.*“ KP5 doplňuje: „*Co se týče domlouvání schůzek, tak nám píšou do soukromých zpráv. A atraktivní jsou u nás storíčka, tam nám na ně třeba reagují, že zrovna nemůžou. A vidíme i velkou aktivitu ze strany klientů, kdy si asi v 90 % domlouvají s námi srazy.*“

#### 4.2.5 Kategorie 5: Smysl sociálních sítí v této profesi

Pátá kategorie se zabývá tím, zda mají sociální sítě v sociálních službách. Tato kategorie je rozdělena na čtyři podkategorie, které jsou znázorněné pomocí obrázku 5.



Obrázek 5: Smysl sociálních sítí v této profesi

Zdroj: Vlastní výzkum, 2023

#### **Lepší komunikace**

V této podkategorii se shodli dva komunikační partneři, že sociální sítě mají smysl kvůli lepší komunikaci. KP2 uvádí: „*U nás zůstal hodně funkční messenger, protože přes ten komunikují hodně.*“ KP3 dodává: „*Já si myslím, že má. Třeba pro takové introvertní typy nebo lidi, co tráví čas izolovaně, je lepší oslovení přes sociální sítě, to je jako výhodou.*“

#### **Udržení kontaktu**

Další podkapitola se zaměřuje na udržení kontaktu, na kterém se shodli KP1, KP2 a KP5. KP1 říká: „*V případě, že se nikdo neozve nebo nenapiše, tak píšeme cíleně my těm klientům. Třeba napíšeme někomu, s kým už jsme se dlouho neviděli a on nepíše. A my vnímáme sociální sítě, jako prodlouženou ruku, kde se domlouváme a jsme v kontaktu s tím člověkem.*“ KP2 říká: „*Takže oni nám běžně píšou a volají, protože využívají nějakou veřejnou wifi síť, díky které se s námi spojí.*“ KP5 dodává: „*A jde vlastně o udržení vztahů, tak i navázání kontaktu.*“

## **Zjištění informací**

Tato podkapitola řeší, že sociální sítě pomáhají klientům ve zjišťování informací. Na tomto tvrzení se shodl KP1 a KP2. KP1 uvádí: „*Také vnímáme Facebook jako nějakou formu, jak se o nás dozví i jiný lidi a jak my se dozvíme o jiných. Někdy se třeba stane, že nám někdo napíše, že je v XX a potřebuje vědět, kde je káčko, že potřebuje výměnu. Jestli bychom mu poslali kontakt.*“ KP2 doplňuje: „*Někdy s novým zájemcem, který se nám ozve přes sociální sítě, se bavíme o naší službě, co nabízíme, co potřebuje, jestli je naše cílová skupina, prostě takové to klasické jednání se zájemcem, které probíhá normálně v terénu. Druhá věc je, kdy si nás sami najdou na internetu a aktivně nás osloví. Myslím si, že si díky tomu mohou lidi zjistit informace dopředu o té službě. Pro některé je to lepší v tom, že je ze začátku odrazuje první kontakt v realitě, než se rozhodnou vstoupit do služby, takže jim to dává prostor získat dostatek informací.*“

## **Jít s dobou**

Poslední podkapitola se zaměřuje na přesvědčení, které pracovníci mají. Říkají, že sociální sítě berou jako součást doby. KP2 uvádí: „*Zároveň si myslím, že online svět patří k téhle době a pokud půjdeme proti, tak nám ujede vlak a my nechceme, aby to stavělo bariéru mezi nás a klienty. Zároveň se s tím dá oslovit širší populace, kterou oslovuje náš organizační účet na Facebooku.*“ KP5 doplňuje: „*Myslím, že v téhle době žije každý mladý člověk sociálními sítěmi. A kdybychom neměli sociální sítě, tak si myslím, že by to byla velká chyba, protože u nás na profilu opravdu komunikují naši klienti a je to vlastně i přirozené prostředí našich klientů.*“

## 5 Diskuze

Matoušek (2013) popisuje terénní sociální práci jako práci s klienty v jejich přirozeném prostředí. Přirozené prostředí je místo, kde se klienti vyskytují nejčastěji. Takové místo se liší cílovou skupinou, na které se terénní sociální pracovník zaměřuje. Podle České asociace streetwork (2023) jsou terénní služby poskytované pro osoby, které žijí rizikovým způsobem života nebo jsou těmito způsoby ohroženy. Terénní program se zaměřuje na osoby, které jsou uživateli návykových nebo omamných a psychotropních látkách, osoby bez přístřeší, osoby žijící v sociálně vyloučených lokalitách nebo jsou sociálně ohrožené skupiny. Proto je cílem terénní služby tyto osoby vyhledávat a tyto rizika minimalizovat. Celkem tři komunikační partneři se shodli, že se zaměřují na děti, mládež a dospělé, kteří jsou ohroženi rizikovým chováním. Jeden z komunikačních partnerů se zaměřuje na osoby ohrožené závislostí nebo jsou závislé na návykových látkách. Poslední z komunikačních partnerů se zaměřuje na osoby závislé na nelegálních návykových látkách v oblasti pouliční, klubové a privátní prostituce.

Bakalářská práce se zaměřuje na metody terénní sociální práce na sociálních sítích. Nedělníková (2006) ve své publikaci popisuje síťování v terénní sociální práci na sociálních sítích jako činnosti pracovníka, kterými oslovují potencionální klienty a představí jim určité nabídky, které služba poskytuje. Dále zmiňuje, že je vhodné oslovit klienty nejprve písemně a poté se s nimi sejít osobně. S tímto tvrzením se neshoduje KP2 z důvodu stigmatizace. Komunikační partner zmiňuje, že je lepší oslovit své potencionální klienty v přirozeném prostředí i z důvodu, že se klient cítí bezpečněji. Naopak KP1 zmínil, že potencionální klienty oslovují v jejich přirozeném prostředí i na sociálních sítích. Také zmínil, že v tuto chvíli posílají žádosti sami klienti, ale pokud mají pocit, že jim poklesly kontakty, tak začnou být zase aktivnější na Facebooku. Nepustil a Geregová (2020) ve své publikaci uvádí, že v dnešní době mnoho služeb v sociální práci používá sociální sítě. A to nejčastěji Facebook, který slouží ke komunikaci s klienty nebo sdílení informací o službě. Dále zmiňují, že i lidé, kteří jsou sociálně znevýhodnění, svůj chytrý telefon mají, protože to patří k dnešní době. Jako výhodu uvádějí, že díky sociálním sítím dokáží pracovníci pomoci v danou chvíli, kdy klient napíše. Všichni komunikační partneři se shodují, že pro svou práci využívají Facebook, dále se shoduje většina v používání Instagramu. Dále se dva komunikační partneři shodli, že používají i WhatsApp. Burešová (2022) píše o Facebooku jako o sociální síti, na které si uživatel vytvoří profil, díky kterému může sdílet své fotografie, videa nebo psaný obsah, který

mohou ostatní přátelé sdílet, lajkovat nebo komentovat. Instagram funguje na podobném principu, tedy na této sociální síti si uživatel také založí svůj profil, kde může sdílet své fotografie, které mohou ostatní sledující/nesledující komentovat, lajkovat či sdílet. Odlišností Instagramu od Facebooku je forma stories, která je možná i na Facebooku, jen není tak atraktivní jako na Instagramu. Na obou platformách si lze chatovat s lidmi. Komunikační partneři se shodli, že sociální sítě využívají ke sdílení příspěvků, ve formě informací a prevence. Dále se všichni komunikační partneři shodují na tom, že jejich klienti jsou hodně aktivní přes soukromé zprávy, a to přes messenger (Facebook), tak i Instagram. Ve sborníku příspěvků (2018) uvádějí jako další výhodu to, že klienti využívají více sociální sítě než komunikaci přes SIM kartu z důvodu nedostatku kreditu, protože díky veřejným Wifi sítím mají klienti možnost komunikovat přes sociální sítě zcela zdarma. S tím se shoduje i KP2, který říká, že klienti využívají radši Facebook na komunikaci díky veřejné Wifi síti, než aby je zkontaktovali přes telefonní číslo.

Ve sborníku příspěvků (2018) popisují dva způsoby navázání kontaktu přes sociální sítě. Jeden z nich je, kdy klient osloví sám službu tím, že odešle žádost o přátelství. Druhá možnost je, kdy služba osloví klienta sama na základě společných přátel tak, že mu odešle žádost o přátelství. KP1 vypovídal jako jediný, že aktivně oslovují přes sociální sítě.

Egertové (2015) diplomová práce se zabývá tématem „Streetwork na internetových sociálních sítích“. V jedné z výzkumných otázek se zamýšlí nad tím, proč nebýt na Facebooku jako služba. Jako hlavní riziko u Facebooku vnímá porušení anonymity. Tento virtuální prostor nebyl určen k práci a individuální komunikaci, ale byl určen k zábavě, komunikaci, navazování vztahů a sdílení informací. Toto tvrzení KP1 vyvrátil, kdy mluvil o anonymitě jako o pojmu, který už jejich klienti neřeší, protože si uvědomují, že o jejich problému okolí dávno ví. Dále zmínil, že většina jejich klientů si riziko spojené se sociálními sítěmi neuvědomuje, protože někteří mají otevřený profil, kde běžně sdílejí obsah, který vypovídá o jejich drogové závislosti. A komunikační partner sám dodal, že své klienty upozorňují, že pokud nechtějí, aby někdo věděl o jejich závislosti, aby jim nelajkovali a ani nekomentovali jejich příspěvky, aby si toho někdo nevšiml. A na sociální sítě sdílejí jen takové příspěvky, které nevyvolávají žádné reakce a nikdo si je s nimi tak nemohl spojovat. Naopak KP2 o anonymitě mluvil jako o pojmu, který je pro jejich službu důležitý, proto také neoslovují klienty přes sociální sítě. Fialová (2022) ve své diplomové práci uvádí rizika sociálních sítí, mezi které patří například anonymita, stejně tak jako v diplomové práci Egertové (2015). Fialová (2022) uvádí ve výzkumné

části, že si sociální pracovník nemůže být jistý, zda si píše s někým, kdo potřebuje opravdu pomoc nebo si jen dělá legraci. V bakalářské práci od Šturmové (2022) je výzkumná otázka: Jak sociální pracovníci vnímají sociální sítě a jejich využití v nízkoprahových centrech? Štruncová uvádí, že význam sociálních sítí pro klienty je snadnější a rychlejší předání informací, může to být pro klienty bližší a přijatelnější, mohou být přes sociální sítě otevřenější a cítit se tak více komfortně nebo také to, že jsou pro klienty sociální sítě přirozeným prostředím. V tvrzení, že jsou sociální sítě pro klienty přirozeným prostředím se shoduje KP5.

Dle mého názoru byl cíl i výzkumná otázka splněny. Na základě zjištěných dat a následného vyhodnocení vyplynulo, že sociální sítě v sociálních službách jsou dostatečně efektivní. Během rozhovorů mě překvapilo, jakým způsobem může probíhat aktivní oslovení přes sociální sítě, ale také důvody, proč přes sociální sítě neoslovovat své potencionální klienty. Překvapilo mě, jak každý vnímá anonymitu klientů z jiného úhlu. Jeden z komunikačních partnerů vysvětloval anonymitu jako pojem, který si jejich klienti neuvědomují nebo si ho jen uvědomovat nechťejí. Druhý komunikační partner mi vysvětlil, že je pro jejich klienty anonymita důležitá, a to z toho důvodu, že u nich v rodině může docházet k násilí. Pokud by se ten agresor dozvěděl o zprávách, které si navzájem odesílají, nemuselo by to dopadnout dobře. Z výzkumu jasně vyplývá, že jsou sociální sítě užitečné pro komunikaci s klienty, domlouvání schůzek nebo také udržení kontaktu s klientem. Komunikační partneři mi dále sdělili, jak využívají své sociální sítě. Všichni se shodli, že nejčastěji sdílejí příspěvky, které jsou informačního nebo preventivního charakteru. Nejvíce mě zaujal komunikační partner, který zmínil, že sdílejí příspěvky i o testování, např. na hepatitidu. Zaujala mě motivace pro klienty, která je ve formě odměny, např. poukázky v hodnotě 100 Kč do Tesca za testování. Dále mě oslovil online monitoring, který popsal jeden z komunikačních partnerů. Sám komunikační partner uznal, že bývá takový monitoring neúspěšný, ale i přesto je stále aktuální. Vždy, když jsem se zeptala, zda vidí komunikační partneři zpětnou vazbu ze strany klientů, bylo mi odpovězeno, že ano. Říkali, že se klienti sami ozývají přes soukromé zprávy, lajkují příspěvky nebo si volají přes messenger.

## 6 Závěr

Téma bakalářské práce je Metody práce streetworkera/sociálního pracovníka na sociálních sítích. Cílem bakalářské práce bylo ukázat a popsat práci streetworkera se svými klienty na sociálních sítích. Úkolem výzkumné otázky bylo zjistit, jaký efekt nese práce terénního sociálního pracovníka na sociálních sítích. Pro získání informací byla využita kvalitativní výzkumná strategie, metoda dotazování a technika polostrukturovaného rozhovoru. Pro vyhodnocení dat získaných z rozhovorů s komunikačními partnery byla využita metoda otevřeného kódování a analýza IPA. Vytvořené kódy byly následně rozděleny do jednotlivých kategorií. Bylo vytvořeno celkem pět kategorií: Sociální sítě, využití sociálních sítí, oslovování klientů, zpětná vazba ze strany klienta a smysl sociálních sítí v této profesi. Všechny kategorie byly znázorněny do grafů a následně vyhodnoceny. Pro výzkum bakalářské práce bylo důležité zjistit od komunikačních partnerů, zda vnímají přínos sociálních sítí v sociálních službách.

Teoretická část je věnována popisu terénní sociální práce, historii sociální práce a terénní sociální práce. Dále se věnuje zavedení streetworku v ČR, cílovým skupinám, formám terénní sociální práce nebo také vysvětlení pojmu internet a sociální práce. Teoretická část vysvětluje, kdo je Česká asociace streetwork a jsou popsány metody terénní sociální práce na sociálních sítích podle České asociace streetwork. Dle mého názoru byl cíl i výzkumná otázka splněny.

Během rozhovoru jsem měla možnost nahlédnout do sociální práce, která se týkala sexbyznysu kousek od mého bydliště. Je neuvěřitelné, jakým způsobem tato práce funguje. Můj obrovský zájem dozvědět se o ní víc byl z toho důvodu, že jsem nikdy neměla možnost nahlédnout do sexbyznysu v našem kraji a mnohokrát jsem o ní zaslechla. Komunikační partner, se kterým jsem rozhovor vedla, byl velice sdílný.

Myslím, že poznatky, které vyplynuly z této bakalářské práce, mohou být přínosem pro další studenty, kteří budou zpracovávat kvalifikační práci na podobné téma. Tato práce také může posloužit jako informační materiál.

Díky této bakalářské práci jsem se dozvěděla mnoho nových a zajímavých informací. Dále díky výzkumu jsem měla možnost poznat terénní sociální službu i z jiného úhlu než



doposud. Komunikační partneři, kteří mi poskytli rozhovor, mi sdělili spoustu nových a zajímavých informací.

## 7 Literatura

1. GULOVÁ, L., 2011. *Sociální práce: pro pedagogické obory*. Praha: Grada. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-3379-1.
2. ELICHOVÁ, M., 2017. *Sociální práce: aktuální otázky*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0080-4.
3. MATOUŠEK, O., KŘIŠŤAN, A., ed., 2013. *Encyklopedie sociální práce*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0366-7.
4. MATOUŠEK, O., KODYMOVÁ, P., KOLÁČKOVÁ, J., ed., 2005. *Sociální práce v praxi: specifika různých cílových skupin a práce s nimi*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-002-x
5. TOMEŠ, I., 2010. *Úvod do teorie a metodologie sociální politiky*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-680-3.
6. MÁTEL, A., 2019. *Teorie sociální práce I: sociální práce jako profese, akademická disciplína a vědní obor*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-2220-2.
7. *Zákon č. 108/2006 Sb.: Zákon o sociálních službách*, 2022. [online]. Zákony pro lidi. Praha: AION CS [cit. 2022-11-29]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2006-108>
8. JANOUŠKOVÁ, K., NEDĚLNÍKOVÁ, D., ed., 2008. *Profesní dovednosti terénních sociálních pracovníků: sborník studijních textů pro terénní sociální pracovníky* [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě [cit. 2022-12-5]. ISBN 978-80-7368-504-1.
9. HŮLOVÁ, K., PAVLÍKOVÁ, D., ŠIMÍKOVÁ, I., SALVETOVÁ, V., GLUMBÍKOVÁ, K., 2017. *Přínosy a limity terénní sociální práce*. Praha: Ministerstvo práce a sociálních věcí. Sešit sociální práce. ISBN 978-80-7421-138-6.
10. MUSIL, L., BALÁŽ, R., HAVLÍKOVÁ, J., PUNOVÁ, M., VOTOUPAL, M., 2019. *Předpoklady a osobnostní rysy vhodné pro výkon sociální práce*. Praha: VÚPSV, v.v.i., výzkumné centrum Brno. ISBN 978-80-7416-373-9.
11. Co je ČAS, 2022. [online] Česká asociace streetwork, z.s. Praha: Česká asociace streetwork, z.s. [cit. 2022-12-03] Dostupné z: <https://www.streetwork.cz/stranka/2392/co-je-cas>

12. Street work and the perceptions of children: Perspectives from Dilla town, Southern Ethiopia, 2017. [online] SAGE journals. [cit. 2023-01-17]. Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2043610617694741>
13. Koncept Streetwork, 2022. [online] Socialdesign, kompetenz für Ihr Unternehmen. [cit. 2023-01-17]. Dostupné z: <https://www.llv.li/files/asd/konzept-streetwork-liechtenstein.pdf>
14. Homelessness among a cohort of women in street-based sex work: the need for safer environment interventions, 2011. [online] BMC Part of Springer Nature. [cit. 2023-01-17]. Dostupné z: <https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/1471-2458-11-643>
15. Methods of prevention of youth internet dependence, 2023. [online] Imras competitions. [cit. 2023-01-17]. Dostupné z: <http://journal.imras.org/index.php/sps/article/view/121>
16. The Role of Social Networks in Forming Social Relations among University Students, 2023. [online] Eric. [cit. 2023-01-17]. Dostupné z: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1357180>
17. Sborník příspěvků, 2018. [online] Sborník příspěvků, terénní a nízkoprahové programy 2018, spolupracujeme. [cit. 2023-01-19]. Dostupné z: [https://streetwork.cz/uploads/images/gallery/5da43273baef6\\_sbornik-terenni-a-nizkoprahove-programy-2018-SPOLUPRACUJEME.pdf](https://streetwork.cz/uploads/images/gallery/5da43273baef6_sbornik-terenni-a-nizkoprahove-programy-2018-SPOLUPRACUJEME.pdf)
18. Kapitoly z dějin sociální práce, Janák, 2011. [online] Inovace a modernizace výuky a zvyšování obdobných kompetencí. [cit. 2023-01-22]. Dostupné z: [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiQkIadpL8AhVsx\\_EDHUcnB6wQFnoECA8QAQ&url=https%3A%2F%2Fdocplayer.cz%2F1235071-Kapitoly-z-dejin-socialni-prace.html&usg=AOvVaw1JDuK3axL0JzngwttGSx\\_S](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiQkIadpL8AhVsx_EDHUcnB6wQFnoECA8QAQ&url=https%3A%2F%2Fdocplayer.cz%2F1235071-Kapitoly-z-dejin-socialni-prace.html&usg=AOvVaw1JDuK3axL0JzngwttGSx_S)
19. BUREŠOVÁ, J., 2022. *Online marketing: od webových stránek k sociálním sítím*. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-1680-5.
20. Internet v Česku, 2022. [online] Český statistický úřad. [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/internet-v-cesku>
21. KRÁL, M., KRÁL, D., 2016. *Komunikace na počítači pro seniory*. Praha: Grada. Průvodce (Grada). ISBN 978-80-247-5812-1.

22. Jak na internet: Struktura internetu, 2014. [online] Metodický portál RVP.CZ. [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://clanky.rvp.cz/clanek/k/z/19213/JAK-NA-INTERNET-STRUKTURA-INTERNETU.html>
23. Sociální síť, 2023. [online] Nebojte se Internetu. [cit- 2023-01-30]. Dostupné z: <https://www.nebojteseinternetu.cz/page/3396/socialni-site/>
24. Osoby v ČR používající sociální síť, 2022. [online] Český statistický úřad. [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/164606768/0620042206t.pdf/50b326a9-3f13-47e5-8f94-3251c4aade18?version=1.1>
25. Strategie sociálního začleňování 2021-2030. [online] MPSV. [cit. 2023-01-30]. Dostupné z: <https://www.mpsv.cz/documents/20142/225517/Strategie+sociáln%C3%ADho+začleňován%C3%AD+2021-2030.pdf/fdf1647d-ebf7-efe3-e797-efcf865cb171>
26. MATOUŠEK, O., 2013. *Metody a řízení sociální práce*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0213-4.
27. BAUM, D., 2014. *Výzkumné metody v sociální práci*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě. ISBN 978-80-7464-390-3.
28. KNECHTOVÁ, Z. et al., 2019. *Metodika ke zpracování závěrečné práce pro vybrané nelékařské zdravotnické obory*. 1.vyd. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-9370-6.
29. Historie sociální práce, 2020. [online] Benešov město. [cit. 2023-03-01]. Dostupné z: <https://www.benesov-city.cz/historie-socialni-prace-socialni-prace-ma-bohatou-historii-a-je-nedilnou-soucasti-naseho-mesta-1-dil/d-90833>
30. Sociální síť v roce 2022, 2023. [online] AMI Digital Index 2022. [cit. 2023-03-09]. Dostupné z: <https://amidigital.cz/index2022/>
31. CHAN, C., NGAI, S.S.-yum, 2019. Utilizing social media for social work: insights from clients in online youth services. *Journal of Social Work Practice*. 33(2), 157-172. DOI: 10.1080/02650533.2018.1504286. ISSN 0265-0533. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02650533.2018.1504286>

32. NEDĚLNÍKOVÁ, D., et al., 2006. Metodická příručka pro výkon terénní sociální práce [online]. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: [https://projekty.osu.cz/metakor/dok/met\\_prirucka\\_tsp.pdf](https://projekty.osu.cz/metakor/dok/met_prirucka_tsp.pdf)
33. NEPUSTIL, P., GEREGOVÁ, M., ed., 2020. *Bez podmínek: metody psychosociální podpory pro lidi užívající drogy*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-9667-7.
34. MIOVSKÝ, M., 2006. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada. Psyché (Grada). ISBN 80-247-1362-4.
35. EGERTOVÁ, A. *Streetwork na internetových sociálních sítích* [online]. Hradec Králové, 2015 [cit. 2023-04-23]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/7onwxy/15312940>
36. HENDL, J., 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-040-2.
37. ŠTURMOVÁ, A. *Nízkoprahová centra na vybraných sociálních sítích* [online]. České Budějovice, 2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: [https://theses.cz/id/mbauip/Alena\\_Sturmova\\_BAKALARSKA\\_PRACE\\_ZSP3.pdf](https://theses.cz/id/mbauip/Alena_Sturmova_BAKALARSKA_PRACE_ZSP3.pdf)
38. FIALOVÁ, P. *Využití sociálních sítí pro komunikaci s klienty zařízení poskytující sociální služby* [online]. České Budějovice, 2022 [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: [https://theses.cz/id/z6penc/DP\\_-\\_Fialova.pdf](https://theses.cz/id/z6penc/DP_-_Fialova.pdf)
39. ŘIHÁČEK, T., ČERMÁK, I., HYTYCH, R., 2013. *Kvalitativní analýza textů: čtyři přístupy*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-6382-2.

## **8 Seznam zkratk**

KP1 – komunikační partner 1

KP2 – komunikační partner 2

KP3 – komunikační partner 3

KP4 – komunikační partner 4

KP5 – komunikační partner 5

## **9 Seznam příloh**

Příloha 1: Souhlas o poskytnutí rozhovoru (vzor)

Příloha 2: Kódy

Příloha 3: Otázky k rozhovoru 1

Příloha 4: Otázky k rozhovoru 2

Příloha 5: Otázky k rozhovoru 3

Příloha 6: Otázky k rozhovoru 4

Příloha 7: Otázky k rozhovoru 5

Příloha 8: Přepis rozhovoru 1

Příloha 9: Přepis rozhovoru 2

Příloha 10: Přepis rozhovoru 3

Příloha 11: Přepis rozhovoru 4

Příloha 12: Přepis rozhovoru 5

## **Příloha 1: Souhlas s poskytnutím rozhovoru (vzor)**

### **Žádost o souhlas s poskytnutím rozhovoru s pracovníkem**

Jsem studentkou 3. ročníku oboru sociální práce na Jihočeské univerzitě v Českých Budějovicích.

Prosím o souhlas k provedení šetření, pro mou bakalářskou práci, která se týká metod terénního sociálního pracovníka na sociálních sítích.

Rozhovor bude zcela anonymní a nahrán na diktafon. Po přepsání bude nahraný rozhovor smazán.

Za spolupráci děkuji.

Caroline Weise, studentka 3. ročníku sociální práce v Českých Budějovicích.

Souhlasím s poskytnutím rozhovoru

.....

Podpis



## **Příloha 2: Kódy**

Hlavní činnost organizace

Cílová skupina

Sociální sítě – působení

Aktivita klientů na sociálních sítích

Metody práce na sociálních sítích

Důvod aktivity na sociálních sítích

Komunikace

Důvod cíleného online oslovování

Zpětná vazba

Online oslovení

Výhody sociálních sítích

Online oslovení – monitoring

Zpětná vazba – dotazníky

Neoslovují online

Smysl sociálních sítí

Aktivita na sociálních sítích

Zpětná vazba

### **Příloha 3: Otázky k rozhovoru 1**

1. Jak dlouho pracujete v sociálních službách a jak dlouho pracujete v této organizaci?
2. Vy teď tedy působíte v organizaci a tam jste od roku 2016?
3. Můžete mi říct něco o vaší organizaci? Na jaké cílové skupiny se zaměřujete?
4. Vy jste zmiňoval, že ty lidi vyhledáváte, to znamená, jak zjistíte, že člověk užívá nějakou drogu, když jdete po ulici?
5. Jaké sociální sítě používáte? Pochopila jsem, že Facebook, ale máte i nějaké jiné?
6. Jakým způsobem využíváte sociální sítě? Jako jestli převážně používáte sociální sítě na sdílení příspěvků, jak je oslovit? Nebo jste více aktivní přes chat? Celkově co nejvíce využíváte?
7. Takže chápu správně, že na tom messengeru jste aktivní 100% vašeho času v práci?
8. Používáte messenger i po práci nebo jen v pracovní době?
9. A oslovujete klienty víc na sociálních sítích nebo v terénu? Co je pro vás primární?
10. Vidíte nějakou zpětnou vazbu ze strany klienta? Jako že rádi využívají toho, že přes ty sociální sítě se vám ozvou sami? A je větší aktivita ze strany klienta nebo z vaší strany?
11. A je větší aktivita ze strany klienta nebo z vaší strany?
12. Takže vidíte, že to vlastně funguje i snad líp, než kdyby to bylo bez toho Facebooku, tím pádem se vás můžu zeptat i jak jako pocítujete, nebo jestli si myslíte, že práce toho terénního sociálního pracovníka na sociální sítě má smysl?
13. A stalo se už za tu dobu, co tam pracujete a co pracujete s těmi sociálními sítěmi, že by tam byl nějaký problém s klientem a narušení anonymity?

#### **Příloha 4: Otázky k rozhovoru 2**

1. Jak dlouho pracujete jako sociální pracovnice a jak dlouho pracujete v téhle organizaci?
2. Mohla byste mi říct nějaké informace jako třeba s jakou cílovou skupinou pracujete, jaká je vaše náplň práce a tak?
3. Používáte sociální sítě?
4. Jinak vám jako ty sociální sítě teda neslouží k tomu, abyste je informovali třeba o nějakým testování nebo podobně?
5. K čemu obecně slouží ty vaše sítě?
6. A vám se ty klienti ozývají na základě toho, že už se znáte nebo to jsou třeba i potencionální klienti?
7. Jak oslovujete své klienty?
8. Takže na Facebooku neoslovujete? Nebo nevyužíváte Facebook k tomu, abyste si tam našli potencionální klienty?
9. A když vám někdo pošle žádost a nenapíše vám, píšete vy jemu?
10. Rozumím, takže jste prostě víc aktivní v terénu než na sociálních sítích?
11. Dokážete si do budoucna představit, že by nějaký online oslovení u téhle cílovky mohlo probíhat jako normálně?
12. Chápu dobře, že teda pro vás je lepší nebo jako jednodušší oslovit toho klienta v terénu, než online?
13. Myslíte si, že je dobrý využívat v téhle profesi sociální sítě k tomu kontaktu s klienty?
14. Ještě k tomu online monitoringu, jak to vlastně funguje?

### **Příloha 5: Otázky k rozhovoru 3**

1. Jak dlouho pracujete v sociálních službách a jak dlouho pracujete v této organizaci?
2. Jaká je vaše náplň práce v této organizaci a s jakou cílovou skupinou pracujete?
3. Jako organizace, pracujete na sociálních sítích? A jak oslovujete své klienty?
4. Jaké sociální sítě využíváte k tomu kontaktu s těmi klienty?
5. Jak jste aktivní na této sociální síti? A oslovujete klienty přes sociální sítě?
6. Vidíte nějakou zpětnou vazbu ze strany těch klientů?
7. Jak teda oslovujete své klienty, když ne přes sociální sítě? Jak to celkově funguje to vaše oslovování?
8. Jak jste zmiňoval, že si třeba píšete s těmi klienty, že se domlouváte, kde se potkáte a podobně. Tak jaký důvod bývá k tomu se potkat?
9. Myslíte si, že mají pro tuhle práci smysl sociální sítě?

#### **Příloha 6: Otázky k rozhovoru 4**

1. Jak dlouho pracujete jako sociální pracovník a jak dlouho pracujete v této organizaci?
2. Chápu dobře, že jste i před tím byla někde jinde nebo jste začala tady?
3. Můžete mi říct něco o vaší organizaci, ve které pracujete a na jakou cílovou skupinu se zaměřujete?
4. Máte sociální sítě? Nebo které sociální sítě používáte?
5. A to za pomoci Instagramu děláte intervence?
6. Slouží Vám sociální sítě k oslovování klientů nebo si to necháváte na osobní kontakt?
7. Vy teda neoslovujete přes sociální sítě, ale když přijde nový sledující a vy mu pošlete tu úvodní zprávu, vidíte tam nějakou zpětnou vazbu?
8. A jak oslovujete klienty v terénu?

## Příloha 7: Otázky k rozhovoru 5

1. Jak dlouho pracujete jako sociální pracovník a jak dlouho pracujete v této organizaci?
2. Mohla byste mi říct něco o vaší organizaci, na jakou cílovou skupinu se zaměřuje, co jako organizace nabízí a podobně?
3. Pracujete se sociálními sítěmi?
4. A s jakými?
5. Co je pro vás jako ta primární sociální síť? Jako kde vám jako přichází třeba víc žádostí, nebo víc zpráv?
6. Můžete mi popsat, co na tom Instagramu děláte? Jako nějaký metody práce na Instagramu s těmi klienty?
7. K čemu vám Instagram teda slouží? Je to jako nástroj k tomu, abyste tam sdíleli příspěvky, oslovovali a podobně?
8. Takže oslovujete jen v terénu? Jak tedy funguje oslovení v terénu?
9. A nevíte, jestli se u vás v organizaci něco neplánuje do budoucna? Jako ohledně toho oslovování klientů přes sociální sítě?
10. Má podle vás smysl práce na sociálních sítích v této profesi?
11. Nevíte náhodou, jak dlouho fungují sociální sítě u vás?
12. Neptala jste se náhodou, jaký to bylo před tím, než u vás začali pracovat se sociálními sítěmi?
13. Když sledujete ty své klienty na Instagramu a zahlédnete nějaké storičko, který působí depresivně nebo tam dají nějaký svůj problém, dáváte tomu nějaký důraz?
14. Takže storička také nesledujete?
15. A vidíte zpětnou vazbu z druhé strany?

## **Příloha 8: Přepis rozhovoru 1**

### **Jako první bych chtěla vědět něco o Vás. Jak dlouho pracujete v sociálních službách a jak dlouho pracujete v této organizaci?**

Jo, jasně. Tak já jsem sociálních službách od roku 2002, takže teď to bude 21 let v červnu a já jsem původně začínal v azylovém domě pro muže bez domov. A původně jsem vystudoval filozofii a tu jsem nedostudoval a nějak jsem pak hledal nějakou práci a měl jsem známého v charitě, takže jsem skončil v tom azyláku jako taková žurnální služba, kdy jsem vlastně otvíral bezdomovcům dveře a dohlížel na to, aby nechodili opilí a aby uklízeli a prostě aby dodržovali nějaký režim, a tak mě to trochu vyhovovalo, že to byla jako směnná práce a já jsem si mohl na nočních docela hodně číst a tak. A měl jsem malé děti, tak to pro mě bylo takové jako fajn, že jsem mohl být hodně doma s dětma. Vlastně to bylo i před přijetím zákona o sociálních službách, a to byly jako dost divoké doby, kdy vlastně tehdy v těch sociálních službách vlastně dělal každý. A nějaká ta představa sloužit na tom azyláku je chlap jako přes 50, který byl ještě navíc dřív policajt, tak by si s těmi bezdomovci poradil a tak to vlastně nějak začalo. No a potom asi po 3 letech do toho azyláku vlastně nastoupil mladý člověk, který předtím dělal ve Fokusu a měl i nějaké sociální vzdělání a začal říkat, že by to mělo vypadat trochu jinak a stalo se potom asi v roce 2005 nebo 2006 se stal vedoucím v tom azyláku. A já jsem zároveň v roce 2005 si řekl, že bych si jako mohl dodělat vysokou školu, takže jsem šel studovat sociální práci na filozofickou fakultu. A vlastně roku 2006 přišel zákon o sociálních službách a nějaké jako standardy kvality a začaly se vytvářet metodiky, tak se vlastně ty věci hodně začaly měnit. No a já jsem od roku 2006 začal dělat terénního pracovníka s lidmi bez domova. Nebo já jsem v roce 2005 tam začal dělat takovou jako dílnu na zpracování ovčí vlny, kde bezdomovci zpracovávali ovčí vlnu, protože jsem choval ovce, a tak mě to nějak jako napadlo. A na starosti jsem měl nějaké jako další věci a zároveň jsem přitom studoval. No a tehdy ten šéf řekl, jestli bych nechtěl zkusit dělat teréňáka. Měli nějaký projekt a tam jako ta terénní služba byla fakt jako fakultativní činnost toho projektu a ty terénní pracovníky to nebavilo lítat někde po venku a dávat bezdomovcům paštiku. Tak mi říkal, že by mě to asi mohlo bavit, tak to začni dělat. No a mě to jako strašně začalo bavit. A v tom azyláku jsem nějak byl já ten, kdo vlastně ty chlapy nějak jako trochu buzeroval. Zpravidla tohle budete dělat a tohle se dělat nebude nějak tam, jako kdežto nějak jsem pochopil, že v tom terénu je to vlastně naopak, že já jsem ten, kdo jako chodí za těma lidma a komu ti lidi můžou říct hele u nás už nechod' a že vlastně musím hodně změnit

nějaké způsoby té práce a strašně mě to začalo bavit i mě to hrozně začalo bavit, což u těch já nevím nějakých 4 letech, když jsem seděl furt v kanclu, tak jsem měl takovou jako volnost, takže vlastně ten terén dělám od roku 2006. No a pak se stalo to, že v roce 2007 jsem šel na rodičovskou dovolenou s dcerou, na které jsem byl zhruba rok a v roce 2008 jsem si dodělal bakaláře a k tomu jsem se chtěl vrátit zpátky do charity, ale tam mi řekli, že mě nevezmou zpátky jako terénáka, že půjdu zase na rodičovskou a kdo ví co. Takže nám půjdeš zpátky otvírat dveře a já říkám, no, to si děláte srandu, já jako jsem vám rozběh terén, mám dodělanou školu. Tak jsem se naštvál a nastoupil jsem do charity na vedení centrum a vlastně se rozbíhal ten terén, a to bylo v roce 2008 a od roku 2009 jsme se věnoval jako bezdomoveckému terénu. A v roce 2009 jsem nastoupil do psychologického výcviku umění pomáhat u Ivana Ulehly a zároveň v rámci České asociace streetwork tak jsem dělal výcvik v kontaktní práci, který vedl Michal Zahradník a Eva Vernerová. Takže mě ten terén začal bavit v těch nových věcí a v charitě jsem vydržel 2 roky. Pak jsem zjistil, že na káčku hledají vedoucího, tak jsem se do toho výběrka přihlásil a stal jsem se vedoucím káčka a drogového terénu. A vlastně když jsem dělal v charitě, tak jsem byl v kontaktu s kolegy z naší organizace, kde vlastně dělali drogový terén a docela se mi to líbilo. A dost se mi líbila taková ta volnost v té organizaci, nebo ten drogový terén byl ještě takový jako volnější. No a přišel jsem na to káčko a tam jsem vlastně nějak jako 2 roky dělal vedoucího, ale vlastně jsem byl jako terénák a chodil jsem hodně do terénu a jezdil jsem do hranic. A taky jsem se tam dostal k drogovému terénu, no a tam to nějak neskončilo dobře v té organizaci, protože tam ta ředitelka té organizace byla taková hodně jako zvláštní. Takže jsme odešli celý ten tým. A já jsem se vrátil zpátky, odkud pocházím a nastoupil jsem na magistrát a dělal jsem 3 a půl roku kurátora pro dospělé, a tak jsem se vrátil trošku zpátky k bezdomovcům a i k nějaké jako problematice vězeňství, protože jako kurátor jsem jezdil po věznicích, to mě jako hodně bavilo to ježdění po věznicích, a i jak se seznámit s tou problematikou vězeňství a být v kontaktu s těma lidma ve výkonu trestu, a když se vrací z výkonu trestu, tak to bylo jako fajn. No ale pak po nějakých 3 a půl letech na magistrátu jsem tam byl jako zástup za rodičovskou, tak mi řekli, že ta kolegyně se bude vracet a že bych jako pak měl nějak v létě skončit. A tak jsem asi do 2 měsíců tady hledali ve společnosti psychoterapeuta, protože rozbíhali nějaké jako centrum pro lidi s nelátkovou závislostí. Já jsem na to dřív dělal nějaký jako výzkum, a protože jsem měl psychologický výcvik a zároveň jsem jako nebo teď pořád 13 let pracuju ještě ve vojenské nemocnici na detoxu jako psychoterapeut, tak jsem se tam přihlásil, a oni mě vzali na to místo



psychoterapeuta a zároveň jsem měl i nějak jako vlastně rozbíhat nebo podávat, to byla tato služba měla dopad na celý kraj, takže jako objíždět celý kraj a nějak jako o té službě informovat třeba o studii nějaké jiné sociální služby a tak různě no. Tak jsem to dělal, ale jak se ta služba rozbíhala, tak tam moc klientů nebylo a já jsem vlastně zjistil, že mě ta práce nějak jako být celý den někde zavřený moc jako nebaví. A v tom roce 2016 jsem nastoupil do naší organizace. A tehdy v tom roce 2016 tak byla taková malá organizace, jmenovala se XX a ona měla káčko a terén a ta naše organizace s ní jako přebírali a rozhodli se, že se vlastně to káčko s terénem rozdělí na ty služby, zvlášť na káčko a zvlášť na terén a hledali vedoucího do terénu. Tak jsem se přihlásil, oni mě nechtěli napřed pustit, ale protože se jim vlastně hlásili samí policajti tak pak řekli jako jo, tak ale když tě to baví, tak to pojď dělat, ale my bychom byli teda radši, kdybys byl psychoterapeut, ale tak pojď dělat toho terénňáka. Takže vlastně od roku 2017 jsem jako v naší organizaci vedoucí terénu a teď v tuto chvíli jsme v tom terénu 4, máme na starost jako celý bývalý okres. A vlastně jako pořád nějak jako dělám ten drogový terén. Do toho teda pracuju na tom detoxu jako psychoterapeut, a ještě mám nějakou jako soukromou psychoterapeutickou praxi. Hodně působím na platformě hedepy, a to bylo v roce 2020 jsem ještě nastoupil do dalšího psychoterapeutického výcviku ve strategických systémových systemických terapiích a hypnoterapii podle Milтона Ericksona u Františka Matušky v Praze v Hermes group. Takže vlastně to mám takové jako rozkročené mezi sociální prací a psychoterapií hodně.

**Tak to je hodně zajímavé. To jste toho stihnul hodně.**

No jo, tak 21 let není málo.

**Vy teď tedy působíte v organizaci a tam jste od roku 2016?**

Ano, od roku 2016 a od roku 2017 jsem vlastně vedoucí terénních programů.

**Dobře, tak můžete mi říct něco o vaší organizaci? Na jaké cílové skupiny se zaměřujete?**

Tak my děláme klasický drogový terén. Což naší hlavní činností je harm reduction a ochrana veřejného zdraví. Takže to, co děláme je že se snažíme potkat nebo nějakým způsobem kontaktovat uživatele zpravidla injekční uživatele, nejčastěji uživatele pervitinu, ale i třeba nějaké rekreační uživatele nebo experimentátory. Ať už jde o nějaké konopné drogy, psychedelika nebo taneční drogy a tak. Ale primárně řekněme nějakých

80 % těch našich klientů jsou uživatelé pervitinu. A z těch 80 % jsou skoro  $\frac{3}{4}$  nitrožilní uživatelé pervitinu. A ta naše práce vypadá tak, že jsme v několika lokalitách každý den. A jsme v kontaktu s lidmi na Facebooku od roku 2017 nebo je i přímo oslovujeme na ulici. Nabízíme výměnu zdravotnického materiálu, testování, nějaké základní poradenství a v případě, že mají zájem, tak i zprostředkování nějaké léčby. A já mám ještě na starost nějakou organizaci té služby, aby to nějak všechno fungovalo.

**Vy jste zmiňoval, že ty lidi vyhledáváte, to znamená, jak jako zjistíte, že ten člověk užívá nějakou drogu, když jdete po ulici?**

No tak kouknu a vidím no. Za ty roky, co to dělám tak samozřejmě poznám, jestli ten člověk bere pervitin nebo ne. To na lidech jde poznat i třeba když 10, 15 let neberou, tak podle nějakých jako tiků nebo něčeho takového, to jde poznat. Vypadá to tak, jdu s batohem po městě, koukám se a vidím, jak tam někdo jde. Říkám si jo, to je jasný, ten bere perník, tak jdu za ním a nějak ho jako oslovím. Když znám nějaké lidi, vidím, že jsou v nějaké skupince. Zním tam jednoho, tak tam přijdu, začnu se s ním bavit a pak se ho zeptám na kámoše. Jestli by se jim něco nehodilo. Nebo to vypadá tak, že ti lidi buď volají nebo píšou na messenger sami a vlastně od toho roku 2017 jsme tady tenhle způsob té práce, který máme v tom reálném světě přenesli do toho virtuálního. Nevím, jestli jste si četla ten článek, co jsem vám posílal, tak tam je to vlastně podrobně popsáno. Kde vlastně ten Facebook za nás začal dělat spoustu té práce. Takové té co my děláme v tom terénu v tom oslovování, tak on jako vyhledá. Je schopný vyhledat lidi se společnými zájmy a ty dá dohromady. A jejich společným koníčkem většiny našich uživatelů je pervitin, takže on je tak jako pro nás pěkně jako vyhledá, ale on teď ve chvíli jsme měli nějakých třeba 20 nebo 30 lidí na Facebooku. Když jsme si založili ten profil, tak to vlastně začalo dělat tu práci za nás, že jednak těm uživatelům pervitinu nabízel nás jako do přátel, když znáte toho a toho, tak znáte možná toho i toho. A ve chvíli, kdy nám někoho ten Facebook nabídne a vidíme, že máme 10, 15, ale i třeba 50 nebo 60 společných přátel, tak ho prostě nadržo oslovíme nebo pošleme žádost o přátelství a když si nás přidá, tak ho vlastně nějak oslovíme standardní formou jak ty lidi oslovujeme. Ale občas i vlezeme nějakému našemu klientovi do přátel, a když to mají otevřené, tak šmejdíme v těch přátelích. A protože ty lidi nemají problém dávat na Facebook kde co o sobě, včetně toho jak berou drogy, takže když to tam vidíme, tak si ty lidi přidáme a oslovíme. Takže takhle to vypadá ta naše práce a docela se to rozběhlo. Máme tam teď přes 300 lidí a třeba 70 % z nich nám přes ten messenger píše a domlouvají si schůzky.

**Jaké sociální sítě používáte? Pochopila jsem, že Facebook, ale máte i nějaké jiné?**

Ne, máme jen Facebook, ale přemýšleli jsme i jako nad jinými sociálními sítěmi, ale asi to nějak souvisí jako s průměrným věkem našich klientů, protože jim je okolo 30. A když jsme se ptali, jestli používají jiné sociální sítě než Facebook, tak všichni říkali, že ne. Zkoušeli jsme Twitter nebo něco jiného, ale na to jsme neměli žádnou reakci. Máme starší klienty a ty jsou víc na Facebooku a my možná asi taky. Mně je 47 a kolegyním je kolem 30. Možná taky kdyby k nám přišel někdo mladší, tak by se mu to povedlo rozběhnout přes jiný sociální sítě, které používají mladší lidi. Ale moc ani nevíme, jak třeba nebo jaké videa sdílet, ale na tom Facebooku se nám to nějak podařilo, běží nám to. Zkoušeli jsme to, ale zjistili jsme, že moc nevíme jak a že nám i ti klienti řekli, že ty sítě moc nepoužívají, tak jsme to dál nerozvíjeli.

**Aha, dobře. A jakým způsobem využíváte sociální sítě? Jako jestli převážně používáte sociální sítě na sdílení příspěvků, jak je oslovit? Nebo jste více aktivní přes chat? Celkově co nejvíce využíváte?**

Tak my vlastně Facebook vnímáme jako nějaký nástroj, jak informovat lidi o tom, co se aktuálně děje, kde zrovna jsme nebo co nabízíme, to je jedna rovina. A druhá rovina je, že se snažíme přidávat nějaké posty, aby když někdo půjde na náš Facebook, aby si neřekl, že tam nikdo nic půl roku nedal. Takže je to spíš z toho důvodu, že když přijde někdo z venku, tak aby věděl, že tam chodíme a je to nějak spravované. Ale ta samotná hlavní práce nám nejvíce pomáhá, tak je ten messenger a vnímáme Facebook jako nějakou formu, jak se o nás dozví i jiní lidi a jak my se dozvíme o jiných. A teď to vlastně vypadá hlavně tak, že už nám lidi téměř nevolají, ale většina lidí si píše přes messenger. A vlastně když přijdeme ráno do práce a někdo napíše, že by se chtěl potkat, tak se snažíme mu hned odpovědět a domluvíme se s ním, kde a jak se s ním potkáme. Anebo to funguje tak, že přijedu do té dané lokality a vidím, že ti daní klienti jsou online, tak jim napíšu, že tam jsem a jestli se nesejdeme. Takhle to vlastně funguje, i když jsou offline. Ale více nám píšou klienti než my jim. Ale v situaci, že se nikdo neozve, tak mu napíšeme.

**Takže chápu správně, že na tom messengeru jste aktivní 100% vašeho času v práci?**

Ano, my jsme tam 4 a máme vlastně všichni nainstalovaný messenger v mobilu. A nějak jako odpovídáme nebo když jsme např. já jsem v XX a holky v XX a ve chvíli když si

přečtou, že si s někým píšou a já už si třeba nevšimnu, že píše a chce se třeba potkat tam, kde jsem zrovna já, tak mi holky zavolají nebo napíšou na soukromý messenger, že někdo píše, tak ať se mu ozvu, takže se i takhle troška koordinujeme, ale určitě vnímáme jako velmi důležitou tu rovinu toho, že když někdo jako napíše v naší pracovní době tak mu je obratem odpovězeno. Já jsem byl v Českých Budějovicích, oni se jmenujou Progres nebo Jihočeský streetwork a já jako s hrůzou zjistil, že oni vlastně jsou v nějaké lokalitě ve čtvrtku, tam mají 1 mobil, a tam si zapnout ten mobil a až pak jako koukaj, kdo jim jako volal. To je ale jako na hlavu postavené. My vlastně když nám někdo volá, je třeba z XX, tak mu řekneme že dneska tam nejedeme, ale budeme tam třeba zítra. Nebo tak jo, jakože si myslím, že pro ty klienty je důležité a oni jak jsou na tom perníku tak, aby vlastně nějaká reakce byť, to třeba nemusí být chladná, tak vlastně přišla hned jo. Že, to je jako já si myslím, že to je jeden z důvodů, proč se nám to takhle třeba jako rozběhlo.

**Tak tomu rozumím. No a používáte messenger i po práci nebo jen v pracovní době?**

Ne, jen v pracovní době. Když někdo píše o víkendu, tak na to neodpovídáme, protože bysme se z toho zbláznili. Oni jsou schopni psát i ve 3 ráno. Jo, takže asi jako na noc třeba vypínám mobil úplně do režimu letadlo, aby protože mám hostingový mobil a mám tam svojí soukromou simku a nechce se mi přes víkend vyndavat jako pracovní simku a ten messenger, mám tam dva messenger. Jo, takže dávám do režimu letadlo, ale když někdo píše o víkendu, tak mu neodpovíme, ani se to nesnažíme jako číst, aby neviděl, že na to nějak jako reagujeme, ale v pondělí mu napíšeme. Ale v pondělí na to odpovíme, napíšeme „Jo čau hele, my o víkendu nepracujeme, jestli chceš, můžeme se dneska potkat,“ ale ve všední den vlastně odpovídáme. Jo, že když někdo třeba v pondělí napíše „Čau, kdy budete v XX, chtěl bych se potkat,“ tak napíšeme: „Ahoj, v XX budeme ve čtvrtku, jestli chceš, tak teď jsme tam a tam, můžeš třeba za náma přijít.“ A prostě mu odpovíme nečekáme až na ten čtvrtek.

**A oslovujete klienty víc na sociálních sítích nebo v terénu? Co je pro vás jako primární?**

Asi úplně myslím si, že v tuto chvíli už to víc máme postavené tak, že nám posílají lidi žádost jako o přátelství, tak bude to jako oslovování, co jsem popisoval, že fakt jako někoho cíleně oslovíme my, tak tohle děláme jenom ve chvíli, kdy máme pocit, že nám trošku klesly kontakty, nebo že to nějak jako neběží, tak začneme být aktivnější jako přes Facebook. Jinak si myslím, že asi z velké části oslovujeme teď jako lidi úplně jako reálně,

jako v tom reálném světě. A přes ten messenger zase někdo spíš funguje, naopak, že nám teď chodí poměrně hodně žádostí o přátelství a tam na to máme jako postup takový, že si toho člověka přidáme a pak mu napíšeme: „Čau, dík za přidání, víš kdo jsme a co jako děláme?“ a když odpoví, že ví a tohle, tak jsou tam, jestli se chce potkat, jestli chce nějakou jako výměnu, a pokud jako zjistíme, že jako není uživatel drog, tak se mu omluvíme a odebereme si ho z přátel, protože chceme, že tam máme třeba 300, tak, abychom věděli, že vlastně všichni jsou jako lidi, kteří jsou nějakým způsobem naši klienti. Abych když ty lidi jako chceme oslovit zpětně, nebo se jich na něco doptat tak, abychom nemuseli přemýšlet, jestli tohle je holka, co u nás byla na praxi a nebo klientka jo.

**Jasně, tak tomu rozumím. No a vidíte nějakou zpětnou vazbu ze strany klienta? Jako že toho jako rádi využívají, že přes ty sociální sítě se vám ozvou sami? A je větší aktivita ze strany klienta nebo z vaší strany?**

No tak ta práce vypadá tak, že jako z 80% ti lidi se ozývají přes messenger jo.

**A je větší aktivita ze strany klienta nebo z vaší strany?**

Myslím si, že ale nějak to nesleduju úplně, ale mám jako asi je to tak, jakože když jsem v práci a v průběhu dopoledne nikdo nenapíše a já jedu do terénu tak napíšu těm lidem, kteří v té lokalitě jsou jo, takže ale myslím si, že je to tak z 80%, že si to víc lidí píšou sami a ve chvíli, kdy se nikdo neozve, tak jako začnu být aktivní já a napíšu těm lidem já. Takže to je první věc a druhá věc je jako že neustále, vnímáme nějaký jako nárůst počtu lidí, kteří na tom Facebooku s náma jako máme v přátelích a hlavně velmi jako komunikují. A asi, co by byl jako příklad toho je, že třeba v průběhu covidu nám vůbec nepoklesly kontakty, protože jsme s těmi lidmi byli v kontaktu přes messenger. A další věc je vlastně já jsem v roce 2017 nastupoval jako vedoucí terénu. V roce 2016 ten terén měl výměnu 13000 jehel za rok. A my jsme měli loni 92000 jo a vlastně od covidu nám to začalo letět raketově nahoru, někdy od toho roku 2019. Vlastně nám to začlo v roce 2017, jsme měli třeba kolem 17000 a myslím, že ten strop bude někde přes 20 a najednou nám to pak jako zlom roku 2019 vylezlo na 48 a pak nám to od té doby každý rok roste o 10000. Takže vlastně předloni jsme měli 80000 a teď jsme měli 90-92 a máme zhruba stejný počet kontaktů jo. Takže vidím v tom to, že jako změnili jsme nějaký způsob práce, ale nějak to mám dnes spojené s tím, že jsme od toho roku 2017 začali být hodně aktivní na Facebooku. A že jsme se dostali i klientům ke kterým jsme třeba nebo se kterými jsme

v kontaktu prostě jako nebyli. Nebo ten Facebook nám pomohl se k nim dostat. Tak já to teda hodně dávám do souvislosti právě s tím Facebookem.

**Takže vidíte, že to vlastně funguje i snad líp, než kdyby to bylo bez toho Facebooku, tím pádem se vás můžu zeptat i jak jako pocitujete, nebo jestli si myslíte, že práce toho terénního sociálního pracovníka na sociální síť má smysl?**

Má to smysl, že nám pomáhají ty algoritmy Facebooku. Jo, jak v nějakých jako ohledech se na ně nadává, že třeba jako radikalizují lidi nebo je uzavírají do nějaké jejich sociální bubliny. Tak nám ty algoritmy Facebooku vlastně pomáhají dostat se ke klientům a vlastně klientům pomáhají dostat se k nám. Jo že, my jsme fakt jako zjistili přes ten Facebook, že ti naši klienti jsou jako propojení od XX až po XX a že se vlastně navzájem jako hodně znají jo. Že skutečně fakt to, že oni mají stejného koníčka, tedy užívání pervitinu, tak ten Facebook je svět takhle jako propojil jo, že jako skutečně jsou lidi, kteří mají třeba s náma 160 společných přátel nebo přes stovku, tak to jako strašné jako číslo. Takže že oni jsou fakt jako hodně uzavřená skupina, takže jsme v nějaké situaci, kdy si uvědomujeme, že ty algoritmy pracují v náš prospěch, že i ty algoritmy vlastně nás můžou přenést do nějakých uzavřených skupin lidí, třeba na menších městech nebo jinde, se kterými my v kontaktu nejsme a my teda moc jako s klienty třeba neřešíme nějaké jako věci po sociálních sítích, že bysme si s nima jako vypisovali a popovídali. Někdy se třeba stane, že nám někdo napíše, že je v XX a potřebuje vědět, kde je káčku nebo výměnu, jestli můžeme poslat kontakt, nebo někomu napíšeme my, že jsme se s ním dlouho už neviděli a on napíše, že je v Německu u tety někde dělá v nějakém hotelu. Někdy jsme udělali, že jsme fakt, jako jsme se domluvili, že jsme si prošli lidi, kteří s náma třeba už půl roku nebyli v kontaktu. Tak jsme jim napsali, to bylo hlavně v covidu, jak se jim daří a jak zvládají covid. Ale to nám odpovědělo zhruba tak 10% a většina z nich napsala, že už jako neberou a jsou jako v pohodě, a že děkují, že jsme jim nějak jako pomohli, ale nějaká zkušenost, co jsem třeba tak jako i v kontaktu s kolegy v organizaci, tak vlastně oni říkali, že v rámci době covidu se vlastně stalo to, že, když začli pracovat s těma děckama přes sociální síť, protože oni jako jedna z mála sociálních služeb nemohli poskytovat ty služby reálně. Tak vlastně, že ty děcka je najednou začli si ty pracovníky nebo tu službu přidávat do nějakých jako svých uzavřených skupin, kde se prostě bavili o spoustu nějakých svých věcí a že oni ti pracovníci jim sami museli začít říkat, jestli chtějí, aby byli v téhle skupině, kde si řeší takovéhle jako věci a oni jim říkali, že jo, že chtějí a oni měli nějaký prostor třeba reagovat na nějaké situace, o kterých se třeba vůbec

na tom klubu jako nedozvěděl. Nebo jako my vnímáme úplně jako potenciál těch sociálních sítí, třeba kord v těch nízkoprahových službách nebo i v nějakých jiných, že pro řadu lidí kord třeba děcka je mnohem snazší o sobě něco říct, přes jako klávesnici a nějakou jako sociální síť, než vlastně přijít za tím člověkem a říct mu to napřímo, ale tohle není způsob práce, se kterým my jako pracujeme, my to spíš jako máme jako takovou jako prodlouženou ruku, nebo nějaký jako domluvení nebo udržení kontaktu a tak.

**Hm, no to bych se vás chtěla ještě zeptat. Já jsem četla, jak jsem vám posílala od toho streetworku, že vlastně ten Facebook tam je riziko toho, jak je to jako Facebook, je to sociální síť, přes kterou jde snadno zjistit identita, že to není jako anonymní v podstatě. A stalo se vám už za tu dobu, co tam jako pracujete a co pracujete s těma sociálníma sítěma, že by tam byl nějaký problém s klientem a narušení tý anonymity?**

Nestalo se nám to. Já si myslím, že ta anonymita je takový jako pojem, který se kord v těch drogových službách jako hodně řeší, ale mám pocit, že spousta pracovníků zamrzlo někde v 90. letech nebo jo že, když třeba jsem někde o tom, jakým způsobem pracujeme jako vykládal, tak většinou těm mladším pracovníkům těm se to jako líbilo, že o tom občas někde jako přednáším. Ty pracovnice z toho byly dost jako nadšené, ale vlastně to jejich vedení, kterým bylo přes 40-50 let, tak jako: „No, počkejte, počkejte.“ A taková reakce byla i třeba ze strany našeho vedení, když jsme jako začali rozbíhat ten Facebook, že se prostě rozčílil, že jsme se s ním o tom nebavili a nějakou dobu nám to stopl. Pak vlastně z toho vznikl ten text, co jsem vám posílal a na základě toho teda, že se do toho můžeme pustit a pak se to ukázalo i v covidu jako dobrá cesta, ale zpátky k té anonymitě. Jak v těch 90. letech to hodně lidí řešilo, v současnosti většina našich klientů i na malých městech tu anonymitu zas tak neřeší, protože si uvědomují, že to okolí to nějak na nich trošku vidí nebo ví. To je jedna věc, takže už to ti lidi tak moc jako neřeší. Jo, že třeba vlastně třeba stalo se, že to bylo jako v reálu v terénu, a přišel za mnou nějaký borec, že si chce vyměnit a 3m od nás stáli policajti v autě a říkam mu, jestli si chce měnit tady před policajtama, říká: „Však neděláme nic nelegálního,“ jo a pak říkam mu: „Okej tvůj byznys.“ A vlastně stejně jako, když se chodí někde po terénu, tak stejně jsou všude kamery a oni si to ukládají jo, píšu to tam vlastně i v tom svém textu, takže si myslím, že tam je to velmi jako podobné. Nebo vím, že jsem dělal kdysi terén v XX a že když jsem se pak zase až dozvěděl od kolegů z XX, že ti lidi si tam nechtěli vyměnit, protože jsem

je oslovil přímo pod kamerou a že to nemám dělat a tak. A jsou věci, které si prostě člověk ani neuvědomil. Jenže teď stejně v centrech měst kord historických jsou jako kamery jako úplně všude jo, takže se tomu jako nevyhnete a takže jako většina klientů už tu anonymitu neřeší, to je jedna věc. Druhá věc je, že většina našich klientů vlastně si vůbec ani neuvědomuje rizika spojená se sociálními sítěmi s tím, že po nich zůstává někde nějaká, jako kdyby digitální stopa a když nám někdo říká, no ale to je nějaké prolomení jejich anonymity, tak my jako říkáme, no, tak se koukni na jejich profil. Oni mají otevřený profil, dávají tam, jak se nastřelují, jak si dávají čáru, píšou tam, prostě vyřizují si spolu účty, kdo s kým co a vůbec tohle žádným způsobem neřeší, takže jako my vlastně i jak to pak jako popisujeme, jak to máme nastavené, tak my vlastně i těm lidem jako říkáme: „Hele, když jako nechcete, aby někdo věděl, že jste s námi v kontaktu, nelakujte vy naše věci, nekomentujte naše věci.“ Obecně tam dáváme spíš jako věci, které nevyvolají žádný jako komentář, aby ti lidi se tam nemuseli nějak projevovat, aby si je jako s námi nikdo nespojoval. Máme udělané nějaké facebookové desatero, které těm lidem jako dáváme a kde jim vlastně říkáme: „Hele, když jako, nastav si ten profil, aby třeba jako o nás tam někdo nevěděl, že nás máš v přátelích, nebo přemýšlej nad tím, co si na ten profil dáváš.“ A vlastně když bych vám dal jako nebo to bylo vidět i na naší prezentaci, to, co jste mi posílala jako vlastně takhle vypadá ten náš profil. A když se tam kouknete, tak jako když my jako někomu píšeme: „Čau, chceš se dneska potkat? Jo, v kolik? Ve 2? Kde? Za XX? A kolik toho chceš? 500? Jedničky nebo půlky?“ no, co z toho je. Oproti tomu co oni tam tam běžně dávají a nějakou jako provokaci ze strany státních orgánů nebo policie, jsme v tom jako nezaznamenali. To si spíš víc dovedu představit vzhledem k tomu, komu všemu jako volám a na koho všeho mám telefon a i ti lidi jsou pravděpodobně vaříči, nebo jsou s vaříči v kontaktu, že klidně můj telefon může spadnout jako do nějakého režimu odposlouchávání, nebo nějaký hovor může být jako na odposlechu. To mám pocit, že nikdo neřeší kamery, nikdo neřeší to, že vlastně ten telefon může být odposlouchávány a tam se bavíme mnohem jako víc. No ale všichni prostě řeší anonymitu na Facebooku a hlavně jako ti starší pracovníci, ti mladší už ne, ti s tím nemají nejmenší problém a my na to jako většinou říkáme, že si myslíme, že opak je pravdou, že tím, že oni jsou s námi v kontaktu, tak my můžeme upozornit na nějaké rizika a můžeme se s nimi bavit ať se vlastně na těch sociálních sítích chovají nějak jako rozumně a bezpečně. A to tak, že to je jako jedna rovina a druhá rovina je, že vlastně ta, že my se tam nesnažíme mít něco, co by ty lidi mohlo nějakým způsobem kompromitovat. A když jdu k někomu pak tak vlastně my říkáme, a to jestli ti lidi s náma jsou v kontaktu, nejsou, co nám



napíšu, co nám budou lajkovat, je vlastně jako jejich zodpovědnost, kterou my nechceme přebírat, stejně jako já, když jdu na byt a jsou tam nějakí další lidi, tak se toho člověka zeptám: „Hele, je ti příjemné, abych šel teď dál? Chceš si tady vyměnit?“ a někdy řekne: „Hele, dneska ke mně nechod', dneska je tam babička.“ tak já tam nejdu jo a jindy řekne, že tam jsou kámoši a je to v pohodě, tak tak tam jdu. A je to stejné jako s Facebookem jo, že prostě je to jejich rozhodnutí, když ví, že má v přátelích rodiče, jestli si dá do přátel i nás a jestli si to nějak jako ošetří, já to fakt jako nechci řešit za ty lidi, ani teď to nevidím jako svůj dluh.

**Takhle, jak to říkáte, tak máte pravdu a něco na tom bude. Mě to jenom zajímalo kvůli tomu, že si to pamatuju právě, že jsem to psala do své bakalářky. Vlastně jsem použila tu, můžu to nazvat asi jako metodiku, nebo nevím, jak to mám nazvat. Vlastně z toho streetworku, tak mě tam zarazila ta anonymita, že vlastně jako na jednu stranu, jo tím, že jsou jako na Facebooku a přidají si vás tak všem docvakne, že asi něco berou, ale vlastně máte pravdu. O tom, že když ho potkáte na ulici, tak asi poznáte, že ten člověk není, není střízlivej a něco tam bude.**

No, hlavně tu anonymitu už většina lidí neřeší a spousta lidí je, pro hromadu lidí je nízkoprahovost rovná se anonymita. A to vlastně není vůbec jako pravda jo, protože jsem měl bezdomovecký terén, tak bezdomovci neřeší anonymitu. Ten vám takhle dá občanku jo, protože na nich to každéj vidí jo. Anonymita se víc řeší v drogových službách, ale stejně už to spousta lidí prostě neřeší, protože řeknou: „No tak co však to stejně o mně každéj ví.“ A když někdo řekne, hele nechci, tak jdeme za roh jo, nebo nechávám to na těch lidech a když mi někdo výslovně řekne, že mu to nevádí, tak proč bych ho měl přesvědčovat, že by mu to mělo vadit? A když někdo řekne, že mu to vadí, potřebuju to jinak, tak to jako respektuju.

## **Příloha 9: Přepis rozhovoru 2**

**Tak jako první by mě zajímalo, jak dlouho pracujete jako sociální pracovnice a jak dlouho pracujete v této organizaci?**

Já vám to řeknu, jak to mám a vy si z toho vyberete co je pro vás jako potom použitelný jo? Já jsem nastoupila v květnu 2006 do terénního programu jako terénník. A teď ještě teda, to bylo před zákonem o sociálních službách, takže to jako bylo ještě za jiných podmínek a pak jsem to dělala do konce roku 2009 zhruba. A šla jsem na mateřskou a v roce 2015 tak jsem se už vracela zpátky do organizace jako do naší to znamená XX aktuální název, ale bylo to na jinou pozici. Bylo to na pozici zdravotní sestry v substitučním centru. Tam jsem byla nějakou dobu a od roku 2018 jsem zpátky v terénu jako sociální pracovník a jako vedoucí toho programu, takže nevím, co z toho se vám tam bude počítat a co potřebujete.

**V podstatě všechno, co jste mi řekla, abych měla představu, jak dlouho v organizaci pracujete.**

Tak to jsem od roku 2006.

**Jo, takže vlastně od začátku?**

No, tak já byla zdravotní sestra v nemocnici asi 3 roky takže, a pak už jsem šla rovnou tady vlastně do služeb a už jsem celou dobu v této organizaci. Akorát teda mezitím jsem ještě byla 2 roky na DPP na lince důvěry, a to jsem dělala ještě sestru v ordinaci při mateřský, takže jako v oboru prostě jsem od roku 2006.

**No tak super, dál by mě zajímalo něco o vaší organizaci. Mohla byste mi říct nějaké informace jako třeba s jakou cílovou skupinou pracujete, jaká je vaše náplň práce a tak?**

Jo a i ostatní služby, nebo jenom ten terénní program?

**No hlavně ten terénní program, ale jako zmínit můžete určitě obojí. Jenom ten terénní program, kdyby mi mohla popsat podrobněji.**

Jako oni jsou zajímavý oba. Ono, když to vezmu chronologicky, tak ono se přesto dostaneme k tomu zbytku. Tak v roce 2002 byla založena organizace, to ještě jako pod dřívějším názvem, v té době to byl jenom terénní program, kterej už ale od začátku má

takový jako několik specifík, který v té době byly hodně unikátní a pořád si to držíme. Jeden z nich je vůbec jako cílová skupina, protože vlastně nepracujeme jenom s lidma, který užívají nelegální návykové látky rizikovým způsobem to je první cílovka, ale máme i druhou cílovku a to jsou ty, který se pohybují v sexbyznysu. Úmyslně říkám, který se pohybují, protože to nemusí nutně bejt jenom ty lidi, který se žíví sexbyznysem, ale i jejich blízky, partneři, můžou to bejt zákazníci třeba na klubu a podobně. Od začátku vlastně pracujeme terénní formou a vlastně to, co děláme, je terciární prevence. To znamená, že všechno, co děláme, je podřízený myšlence harm reduction neboli snižování rizik. Jedna část je, že poskytujeme nějaký zdravotnický materiál klasicky jako stříkačky, injekční vody, dezinfekci, kondomy, těhotenský testy, lubrikační gely a věci, který jsou potřebný jako k IV aplikaci a zároveň poskytujeme orientační testy na hepatitidy B, C, HIV a syfilis. Jsou to antigenní testy, který jsou z kapky krve, za 10 minut je výsledek. To znamená, že vlastně ten člověk vůbec nemusí k doktoru, vůbec nemusí nikde uvádět žádný svoje údaje. Protože vlastně naše služba poskytuje anonymně všechno, zdarma a anonymně, takže to můžou vlastně bejt naši klienti i lidi, kteří jsou bez pojištění, cizinci, kdokoliv. Druhá stejně důležitá část toho, co poskytujeme přímo jako klientům, je nějaký poradenství, který se týká jednak teda užívání toho, jak, co, kdy, jak s tím zacházet, aby se snižovalo riziko. A pak taková ta klasická sociální práce typu pomoci s dokladama, nějaký jako dávky, sociální evidence na úřadu práce, dluhy. Nevím, všechno možný. A to, co je od začátku poměrně unikátní pro náš program je, že pracujeme i na bytech uživatelů, že nejsme jenom venku na ulici, ale chodíme i na skvosty a na byty, tudíž chodíme i na ubytovny. A hodně dlouho jsme v tom byli takový docela jako osamělí. Postupem let se to docela rozšířilo i jakoby do dalších služeb napříč republikou. Ale není to vůbec jako běžný pořad. No, pracujeme v XX. V průběhu let se tam trochu měnili ještě ty regionální města a teď úplně přesně nevím, co tam ještě bylo předtím, ale XX už jezdíme fakt hodně dlouho tam jezdíme možná, skoro možná od začátku, co vlastně ten program funguje. A XX máme někdy 2016/2017 zhruba takhle nějak přesně úplně nevím. Nevím, jestli je to vůbec důležitý, ale tak jako vlastně taky docela dlouho. A pak teda ty XX a to se přiznám to bylo ještě někdy přede mnou, a to vůbec jako netuším, kdy tam začíná. Asi ale taky to bylo před tím rokem 2018 teda no. Jak jsem říkala, teda tak máme klienty od 15 let, jsme ale anonymní. To znamená, že my vlastně nevíme, kolik je našim klientů, kdy mezi 15 a 18 my bysme správně potřebovali nějaký souhlas jako zákonnýho zástupce, ale protože my vlastně nevíme, kolik je našim klientům, tak to vlastně jakoby neřešíme. Co se týče té sexbyznysové scény, tak pracujeme jakoby ve sféře pouliční

prostituce, ale i na klubech a na privátech. A aktuálně jsme se nějak jako teďko šířeji zaměřujeme i na online monitoring právě jakoby jako inzerce na sexbyznys. No, protože nám vlastně v XX scéně mizí klientky z té sexbyznysový sféry vlastně na ulici, zavírají se kluby, priváty, takový jako špatně pro nás dostupný přes nějaký jako běžnej kontakt, takže to zkusíme teďkon přes ten online. Tak to možná bude k tomu tématu a jinak nevím no. Tým jsme poměrně malej, celou dobu se vlastně pohybujeme kolem 4-5 lidí. Myslím, že maximálně nás bylo 6. Je to dáno tím, že krajská síť neumožňuje mít úvazku víc. My bysme lobovali a chtěli, ale vlastně 15 let se neotevřela síť s úvazkama, takže bohužel. Jinak v XX jsme 4 výměnný programy, jsou tady 2 káčka, 2 terény. Každý pracuje trochu specifickým způsobem. A vlastně to, co naši klienti užívají, tak z nich nejčastěji bývá pervitin a často pervitin mluví v kombinaci s něčím dalším, to znamená úplně typicky jsou to nějaký jako léky, který jsou dost často nelegálně užívaný a nebo si je seženou legálně, ale užívají je v nějakých jako velkejch dávkách a pak jako alkoholu. Klienti, kteří užívají opiáty, tak to dřív bejval heroin a od roku 2009 ten heroin postupně začal mizet a že zmizel téměř úplně, v podstatě není moc k sehnání v XX a klienti vlastně přešli buďto na úplně jinej jako typ látek třeba na ty stimulancia, alkohol a nebo tu kombinaci a nebo užívají léky a to bejvá dost často vendal retard, což bejvaj tablety. A ty drtí a pak je aplikujou nitrožilně a nebo opiátové náplasti, což bejvaj buďto s obsahem fentanylu a nebo buprenorfinu ty vyvařujou a aplikuju nitrožilně, takže je to ve všech ohledech horší než ten heroin. Fentanyl je hodně silnej, takže velký riziko předávkování a má krátkou dobu účinku, 4 hodiny asi jenom, takže to je takový jako hodně jako začarovanej kruh. No teď nevím, jestli jsem k tomu odpověděla úplně všechno, pracujeme i s osobama blížkýma, ne že bychom to úplně nějak široce nabízeli ve smyslu toho, jakýkoliv příbuznej přijďte, my se o vás postaráme, ale spíš je to tak, že když pracuju s nějakým klientem nebo klientkou a třeba bydlí na bytě se svým partnerem, rodičem, nevím. A my jsme tam třeba jednou tejdne nebo nějak jako v pravidelným kontaktu, tak poskytujeme třeba poradenství těm rodinám. Můžeme jim nabídnout i testy. Nevím, co ještě třeba, no tak asi tak. Asi to je takový jako nejčastější a to, co ještě děláme. A to jsem neřekla, je základní zdravotní ošetření. Nejsme vyloženě medicí na ulici nebo něco podobnýho, ale ten zdravotní přesah je tam velkej, protože naši klienti hodně marodí, hodně řeší zdravotní potíže a jak jsem říkala, původně jsem zdravotní sestra, tak tady ta dvojkombinace je strašně jako výhodná, tady s tou cílovou skupinou. Takže děláme takový, jako má otevřený rány, tak k tomu poskytneme nějaký poradenství, zalepíme to, teda hodně posíláme k příslušnému doktorovi nebo děláme zároveň asistence kamkoliv,

prostě něco zařídit, vyřídit, máme ho doprovodit. V roce 2009 jsme otevřeli substituční centrum, což je taková, v té době to bylo takový hodně moderně pojatý, protože vlastně to, co dneska běží v rámci reformy psychiatrický péče, tak je právě kombinování zdravotních a sociálních služeb v jednom programu jo, že ta zdravotní a sociální péče se propojuje v jednom programu díky multidisciplinárním týmům, díky tomu, že spolupracují a že prostě ty klienti jsou v nějakém kontextu, nelze řešit dost často jedno bez druhého. A vlastně pod touhle myšlenkou my jsme už v roce 2009 otevřeli substituční centrum, takže to bylo jako takový hodně inovátorský. Hodně specifický a ty klienti vlastně nemohli konzumovat tu zdravotní službu, to znamená substituci, aniž by zároveň čerpali tu sociální složku, což bylo hodně náročné ze začátku to nastavit, ale vlastně se to ukázalo jako strašně efektivní a pro ty klienty hodně potřebný. Substituce stimulací v České republice bohužel není možná, respektive máme léky, který by to uměli, ale ty léky proto v České republice nejsou schválený, tudíž se proto nedají použít a takže máme substituci jenom opiátů. Klientům poskytujeme, tady jen buprenorfin obojí je možný, což taky není úplně v každém, no a pak vlastně to, co my jako jsme hodně pozorovali, tak proběhlo nějaký horšící se zdraví i ten duševní klid. A od ledna 2021, tak jsme otevřeli pilotní projekt pro adiktologické pacienty. Předtím se to kvůli tomu projektu teda jmenovalo jinak. Já to říkám, jak se to jmenuje dneska a tam právě jsme vycházeli z nějaký tý zkušenosti to propojování zdravotních a sociálních služeb. A vlastně tady cílem tohoto pilotního projektu/programu bylo postavit CDZ pro adiktologický klienty jako novou službu, která do té doby v republice nikde nebyla, neexistovala. A od srpna loňského roku, po roce a půl toho pilotu už jedeme ve vostrým provozu. A pokud jsme, vlastně jako v rámci zvýšit nějaký efektivitu péče, udělali je, že jsme pod to CDZ vlastně nafuzovali to substituční centrum. Takže dneska je to jenom jedna služba a vlastně ta substituční léčba je poskytovaná jako jedna z intervencí toho centra duševního zdraví. Takže kdo to potřebuje, ten to tam může využít, kdo ne, tak ten jede prostě klasickým CDZ. No tak to je teďkon jako ten současný aktuální stav, takže v tuhle chvíli má organizace dva programy, jedno je terénní program XX a jedno je centrum XX pro adiktologický pacienty, který zároveň poskytují léčbu. Tak to je nějak jako vývoj.

### **Dobře, takže k tomu terénu. Používáte sociální sítě?**

Jo, my jsme úplně jako první založili na Facebooku profil XX, kde nám visí pravidla pro používání toho profilu pro klienty i pro nás, aby to bylo jasně deklarovaný. Je tam nějaký jakoby to desatero takových jako pravidel, který má, vlastně deklarujeme, jakým

způsobem chráníme to, že klienti, kteří chtějí využívat tady tu možnost komunikace tak, aby věděli, že protože jsme se z toho snažili vymyslet, tak abychom zachovávali jako anonymitu, tak tam třeba je, že my nikomu nic nalajkuje, že když někdo nám něco olajkuje, tak zároveň tím dává najevo, že je s náma v nějakém kontaktu. Máme zavřenej seznam přátel a takový to prostě nastavení. Ze začátku jsme tam klientům dávali nějaký informace na ten Facebook, jako na profil takový nějaký informativní příspěvky, ale vlastně jsme zjistili, že ty klienti to vůbec jako jak mají tu zed' plnou prostě strašně jako věcí, tak vlastně jim to tam nějak, úplně to pro ně nebylo funkční. Ale co zůstalo hodně funkční, tak to je messenger, přes ten komunikují hodně teda jako přes ten chat. My jsme vždycky nabízeli klientům, že pokud nemají kredit. Nebo prostě zaplacený paušál cokoliv, tak že stačí z jakýhokoliv čísla prozvonit, a že my jim zavoláme zpátky a to stejný jakoby se sms. Jo, ale vlastně ty klienti to zase tak často úplně jako nevyužívali a zjistili jsme ale, že z nějakého zvláštního důvodu ten Facebook fakt jako nebo teda, respektive messenger jako fakt používají. Takže oni nám běžně píšou i volají, protože jakoby nevím, v čem je to moc jako rozdíl, ale i jako z využití veřejný wifi sítí nám potom jako skrz to se s náma jako zkontaktují. Teďko aktuálně jsme začali pracovat s WhatsAppem. Kterej teďko si tak jako osahávám a je to hlavně kvůli tomu online monitoringu v sexbyznysu, protože tam prostě potřebujeme komunikovat jakoby formou telefonního čísla. Takže tam zkusíme ten WhatsApp. A co ještě? No a pak jako organizace tak máme Facebook a Instagram, kterej používáme k nějaký knižní informování veřejnosti, případně klientů. Když já nevím, byl covid a furt byly nějaké změny na tom Facebooku jeli dokola aktuální informace ohledně otevírací doby a roušky a nevím co jo.

**Jinak vám jako ty sociální sítě teda neslouží k tomu, abyste je informovali třeba o nějakým testování nebo podobně?**

Ne, my nepoužíváme incentivní v tomhle smyslu a to co poskytujeme, tak to poskytujeme v rámci jako běžnýho našeho provozu takovýhle jako jednorázový akce. Třeba tohodle typu my neděláme. Vám tohle můžeme nabídnout, jestli si nás vyhledáte v naší pracovní době podle toho, kdy a kde jsme, tak to po nás můžete chtít. Můžete, jak o tom ty klienti jako ví nebo jak o tom ty klienti se můžou jako informovat, teda jakože tohlencto zrovna jako nabízíte. Tohle je otázka vždycky prvokontaktu, kdy my s klientem uzavíráme smlouvu o poskytování sociální služby, kterou uzavíráme vždycky, tak klientům zároveň jako vysvětlujeme, jaký všechny možnosti jako intervencí u nás můžou čerpat. Kdy, kde

a jak jo, takže vlastně už z toho prvního kontaktu klient přesně ví, co u nás můžete najít, kdy a kde dostane k tomu nějaký jako letáky třeba. Takže už v tom kontaktu tohleto s tím klientem řešíme a nenutíme nikoho do ničeho, dost často u prvního kontaktu ty klienti bejvaj takový jako ostražitější a často třeba ty testy si nechají udělat až někdy jindy, ne vždycky, někdy hned řeknou jo, tak to se mi líbí, tak mě klidně otestujte hned.

**Jo rozumím, no tím pádem se chci zeptat, k čemu vlastně teda jako obecně slouží ty vaše sítě?**

Slouží k tomu, že ti klienti to používají velmi rádi a jako sami si to takhle jako určili, že pro ně je nejlepší to používat k tomu, aby nás kontaktovali, že se s námi chtějí vidět nebo aby se na něco zeptali.

**A vám se ty klienti ozývají na základě toho, že už se znáte nebo to jsou třeba i potencionální klienti?**

Často nebo se jako stává, že nám napíše někdo úplněovej. Řekne, že o nás slyšel, nebo slyšel, že děláme testy, že o to má zájem a co má udělat a pak už s tím člověkem, s tím zájemcem o tu službu se bavíme o tom, co potřebuje, jestli je naše cílová skupina, takový to klasický jednání se zájemcem o službu, akorát to běží třeba přes ten messenger, nebo si zavoláme, podle toho, jak se domluvíme a podle toho potom buďto toho klienta registrujeme a uzavíráme s ním smlouvu a nebo ho odesíláme do služby, která je pro něj adekvátní, třeba jiná skupina, že k nám třeba nepatří.

**Jak oslovujete teda ty svý klienty?**

Tak jedna z variant je právě tady to aktivní oslovení, to znamená, že se právě pohybuje v tom přirozeném prostředí, a to aktivní oslovení je vždycky strašně jako citlivá věc. Je to hrozně jako těžký. Nikdo to dělat nechce a je to i pro starý pracovníky vždycky trochu jako stažený žaludek, protože to prostě vyžaduje nějaký jako dovednosti a trochu opatrnosti a trochu zároveň drzosti, ale snažíme se to aktivní oslovování dělat jako nějakým nestigmatizující způsobem, to znamená, neříkáme: „Hele, ty vypadáš jako feťák. Nechceš náhodou stříkačky?“ když to hodně jako parafrázuju. Ale tím, že děláme monitoring problematických lokalit, kam chodíme sbírat stříkačky, tak my jim třeba jako říkáme, my jsme ta a ta organizace, děláme to a to, pracujeme s těma s těma a kromě toho sem chodíme a díváme se tady, jestli tu neleží stříkačky a třeba říkáme, jestli mají takovou zkušenost, nebo jestli ví o nějakým jiným místě tady v jejich městě, kde by jako třeba

když jsme na tom regionu, kde třeba je častý výskyt jako pohozeného materiálu. A vlastně takhle zahájíme ten rozhovor způsobem, který není stigmatizující, mapujeme si vlastně to prostředí, toho člověka, kterýho jsme potkali a jeho jako znalost toho prostředí. A ono ve většině případů, pokud je to jako uživatel injekční, tak drtivý většině případů řekne, no já sám jako beru, a to je jako, protože my říkáme, a taky míň než stříkačky, čímž jako trochu dáváme vějičku. A ty lidi často řeknou, jo, a já vlastně taky beru a chtěl bych třeba vyměnit stříkačky. Jo, takže to je to aktivní oslovení, ale aktivně oslovujeme i lidi, jako který jsou běžná veřejnost a bavíme se s nima o tom, jak se jim v tom městě žije a co tam řeší za problémy a tím, jako má ten prostor. Druhá věc je, že ty lidi si nás sami někde najdou na internetu třeba. A pak nás nějak aktivně osloví, přes všechny možný kanály, který jako deklarujeme, to jsou telefony, adresy, nějaký konkrétní místa a třeba ty sociální sítě. A třetí je a to je jako úplně nejběžnější, že ten efekt sněhový koule, to znamená, že máme klienta, který přivede svého kámoše a tak no.

**Takže na tom Facebooku neoslovujete? Nebo nevyužíváte Facebook k tomu, abyste si tam našli potencionální klienty?**

Ne, vůbec. My si přidáme do přátel jenom ty, který tu žádost pošlou. Jako fakt na tom messengeru, v tom osobním kontaktu člověk nějak se jako líp, prostě to má šanci odkomunikovat tak, aby to bylo jako důstojný, kdežto tady v tom jako odbouchnout někoho, požádat jako o přátelství. A tím mu říct: „Hele, my jsme jako adiktologický terén a myslíme si, že nás potřebuješ a proto jsme ti to tam jako poslali,“ nám přijde fakt jako nedůstojný. A nechceme nikoho nálepkovat, jako že si o něm něco myslíme, že je takovej a makovej, takže na tom Facebooku fakt čekáme, až kdo nás požádá o přátelství a napíše jakože.

**A když vám někdo pošle tu žádost a nenapíše vám, píšete vy jemu?**

Ne, necháváme to na nich, protože my jako si myslíme, že někdy ty lidi nás chtějí mít v přátelích jenom proto, aby třeba se podívali na to, co se na tom Facebooku odehrává, přečtou si informace a tak. A tam to máme napsaný tak jasně o co se jedná za profil, že kdo má dojem, že by nás potřeboval, tak se může potom jako ozvat.

**Rozumim, takže jste prostě víc aktivní v terénu než na sociálních sítích?**

Jo, my na těch sociálních sítích neinicujeme. My jsme na to měli jako spoustu metodických porad i supervizí a vlastně nám to přijde takový. Ted' přemejšlím na vhodnej



výraz ale vlastně si říkáme, že tak zřetelně dáváme najevo, kdo jsme a co nabízíme, že když by nás někdo potřeboval, tak si sám může říct. A to aktivní oslovení jako v tom online je prostě hrozně jako rizikový, protože i když je to potenciálně jako klient, jako že by z něj, že by z toho člověka mohl být klient, to znamená, je to naše cílová skupina a mohl by potřebovat naše služby. Ale ještě není klient nebo v kontaktu. Tak jsme si říkali, že abysme ho jako neztratili zbytečně tím a řekli jo, že tohle je prostě cílová skupina, která strašně si dává jako pozor, je podezřívavá a dost to tam může být nějak jako duševní onemocnění, který jsou spojený s nějakýma projevy podezřívavosti, klidně i psychózy a podobně. A my vlastně vůbec toho člověka nevidíme a nevíme, do jakého terénu vstupujeme v tu chvíli. Když to je na živo, tak to jako můžete trochu odhadnout, můžete jakoby tu situaci individuálně zhodnotit, jestli do toho půjdem, nebo nepůjdem. Hlavně u toho člověka nevidíte, jak se zrovna tváří přes ten online. Zároveň jako máme zkušenost, že někdy ty lidi třeba se zapomenou odhlásit někde a nechceme ho vystavovat do situace, že by si někdo přečetl zprávu od nás. A zrovna by to neudělalo jako úplně dobře. Nebo když je to třeba někdo, kdo žije v domácím násilí, tak si kontroluje vlastně jako telefon, maže si všechno.

**No a dokážete si do budoucna představit, že by nějaký online oslovení u týchle cílovky mohlo probíhat jako normálně?**

Jo, jako já si dneska dokážu představit úplně, kde co jo, ale protože prostě ta praxe ukazuje, že něco si můžete myslet a za půl roku, rok se stane něco a najednou je všechno jinak a podobně. A věci, který jsme hrozně chtěli a všichni se tvářili, že to v žádném případě nejde. Natož jako mít třeba jako online schůzku ve 30 lidech napříč republikou a pořádá to úřad vlády. Tak to samozřejmě si nikdo neuměl představit jako všichni jsme tam jezdili po celý republice a najednou to jakoby jde. A tady ty věci jsme si zkusili, že jdou, tak se to drží dál, ale nevím jako, není to určitě nějak v tuhle chvíli nějakou cílovou aktivitou našeho programu. Není to naše potřeba, není to potřeba naší cílovky. Pokud by se tohle z nějakýho důvodu změnilo, tak si umím představit, že bysme to pak nějak formulovali jo, tady ten způsob práce.

**Ale chápu dobře, že teda pro vás je lepší nebo jako jednodušší oslovit toho klienta v terénu, než online?**

Pro nás je to jednodušší a ty klienti se v tom cítí bezpečněji. Jakože to není jenom jako naše potřeba, ale vlastně mám dojem, že je to třeba i těch uživatelů, který opravdu jako jsou podezřívaví. A to téma bezpečí je pro ně jako opravdu hodně jako citlivý.

### **A myslíte si, že je dobrý využívat v týhle profesi sociální sítě k tomu kontaktu s klienty?**

No určitě. Jako zpřístupňuje to tu službu a umožňuje to tomu člověku si zjistit dopředu dostatek informací před tím, než vstoupí do kontaktu, než se rozhodne vlastně jakoby něco po nás chtít, nebo stát se klientem a některý lidi si to odbydou tím, že se zeptají a bavíme se o tom, pak se teprve rozhodují, ale pro některý lidi je jako odrazuje ten přímý kontakt na začátku, ještě než se rozhodnou, takže jim to dává nějaký prostor získat si dostatek informací. Trošku si nás voťukat a pak teprve udělá rozhodnutí. Zároveň, prostě jsme v době, která je na onlinu, prostě jako stojí a myslím si, že v tomhle prostě pokud nepůjdeme jakoby s tím, kam jde běžná společnost, tak nám rozhodně ujede vlak a rozhodně to bude stavět nějaký bariéry mezi nás a klienty nebo potenciální klient. Zároveň se tím dá oslovit jako nějaký širší, širší jako populace nějakým sdělením jo, jako třeba za organizaci nebo za program, což k tomu a ten XX jako úplně nevyužíváme. Ale ten organizační Facebook jo.

### **Ještě k tomu online monitoringu, jak to vlastně funguje?**

Tak vlastně od prosince loňského roku jsme zahájili už jako cílený online monitoring sexbyznysu. To znamená, že my jsme na amatéři.cz a na sex.cz. Na amatérech máme vlastní profil, to protože tam to možný je a na sex.cz to možný není, takže tam opravdu jedeme jenom právě WhatsApp a smsky nebo maily a na amatérech máme vlastní profil, přes který oslavujeme tam ty jednotlivý uživatelé na jejich profilech, pokud mají v popisku, že teda provozují sexbyznys, nabízí sexuální služby prostě za peníze. A tam máme prostě naformulovaný nějaký jako text, kterej říká: „My jsme ta a ta organizace, nabízíme to a to, tomu a tomu, za takových a makových podmínek a nabízíme vám to vzhledem k tomu, že deklarujete, že nebo píšete, že poskytujete sexuální služby za peníze, tak vám to nabízíme,“ ale je to tam narozdíl od toho Facebooku, že ten člověk sám se identifikuje, že je, prostě se živí tou sexuální praxí. A na to my reagujeme jo, pokud tam tohle nemá, tak mi tu nabídku nepošlem, my to aktivní oslovení prostě neuděláme.

### **A to jsou jako nějaký webovky, kde máte v podstatě jakoby řeknu jako seznam**

**ženských a chlapů, který nabízí nějaké služby vyloženě, že já třeba půjdu. Já nevím.**

Jo, otevřete si amatéři.cz.

**Jo, počkejte tak já si to najdu.**

Jo, já vám u toho budu povídat jo, jenom takovej jako rychlej úvod. Je to web, který sdružuje lidi, který nějakým způsobem tematizují. Je tam chat, jsou tam psané povídky a zároveň je tam jako sex inzerce, ale zároveň tam je, že třeba jsme manželský pár hledáme ženu na společné chvíle, jo a tím pádem se neživí sexbyznysem, není to za prachy. Ale když tam napíše orál za 500,- tak už si řeknem ano, to se deklaruje a veřejně o sobě říká, že se tady tím živí a my tím říkáme dobře, tak my pro tebe tady máme službu a tady ti jí nabízíme.

**Prosím vás, jak je oslovujete? To jim jako napíšete?**

My tam máme profil, najdete si XX. A my si vyfiltrujeme podle místa abysme nefiltrovaný někoho z Kroměříže a nenabízeli mu službu. Tak si vyfiltrujeme XX kraj a hledáme.

**Jo, takže tam funguje něco jako chat teda?**

Jasně, ale zároveň teda u některých lidí jde napsat přímo na profil, jakože vyloženě DM a někde mají ten inbox jakoby jenom pro, tam je to nějak omezený, ale jde napsat pod tu fotku třeba komentář, kde to jako vložíme.

**A odpovídaj vám na to?**

Někdy jo. Ne na každou zprávu. Já když jsem se o tom bavila s holkama z Rozkoše bez rizika, jakou oni mají zkušenost po x letech, kdy tohle jako používají, tak říkali, že napíšeš třeba 50 lidem, z toho ti třeba 5 odpoví a jenom 1 dorazí do služby, nebo jenom s jedním proběhne třeba potom kontakt, protože to je takový jako běžnej jejich vysledovanej nějakěj algoritmus. 50 inzerátů na 50 lidí napíšou zhruba v 5 jsou pak jako v písemném kontaktu, ale pak se uvidí třeba jenom s 1.

**Ale ono aspoň aspoň ten 1 člověk z 50.**

No jasný, ale tím, že mají jenom sexbyznys, tak oni opravdu třeba každěj den u toho sedí jeden člověk x hodin a dělá jenom tohle několik hodin denně. Jo a tím pádem potom

vlastně, tím jako je to pro ně efektivní, takhle shánět tolik lidí. A pak je sex.cz když si najdete. A to je vyloženě sexuální inzerce.

### **Sexuální inzerce znamená, že je tam nějaký člověk a ten je tam nabízí?**

Jo, buď to jsou jednotlivé osoby nebo jsou to priváty nebo erotické kluby a dost často i ty jednotlivé osoby jsou jakoby pod nějakým klubem nebo pod nějakým privátem. A některý jsou tam úplně jako soukromý, který to mají třeba prostě doma. Jako doma poskytují služby, to je různý, ale tady my nemůžeme mít profil a zároveň tady nefungují ty jakoby nějaký soukromý zprávy v rámci tady toho webu. Takže jsme museli právě začít používat ten WhatsApp, sms a tak, což to není úplně jako pohodlný.

### **No to věřím a oni tam mají všechny dané telefon?**

Musí tam mít nějaký kontakt tím, že tam nejsou tady ty soukromý zprávy v rámci toho webu. Nebo v rámci aplikace třeba, tak tady to není na tom sex.cz, to znamená, že pokud se chtějí setkat se zákazníkem, tak tam musí na sebe zanechat nějaký kontakt a někteří tam mají email, někteří tam mají sms, některý volání a mají tam vyloženě třeba kolikrát napsáno, že reagují jenom na emailu, nepište/volejte, že tam opravdu dost často mají dost přesné instrukce, jak teda jim to vyhovuje. A tohle my třeba máme každé týden 2 hodiny, tak každé týden máme dvouhodinové jako monitoring, takže 2 hodiny vidíme tady před těma inzerátama a čumíme do toho a píšeme.

### **A vidíte tam vy nějakou zpětnou vazbu?**

Jo, oni nám třeba i napíší, moc děkuju za nabídku, ale třeba chodím pravidelně k doktoru, tak to jako nepotřebuju využít jo. Nebo řekne jako jo, tady tu službu znám, takhle ke mně jezdili z Rozkoše bez rizika, když jsem byla, nevím v Českých Budějovicích, tak jsme byli v kontaktu, ale já už tu práci nedělám, ten profil už jako nemám aktivní jo. Nebo tam píší, jo, to bych měla o to zájem. A začneme se třeba domlouvat na nějakým konkrétním termínu.

### **Když se vrátím ještě k terénu, tak vy nabízíte jako službu, kdy jim rozdáváte kondomy, lubrikační gely, těhotenské testy. Mají o to zájem?**

Mají o to jako velicej zájem a zároveň teda poskytujeme i menstruační houbičky a vlastně učíme klientky používat menstruační houbičky, protože to dost často jako neznají anebo je to tak strašně jako pro ně jako nedostupný, protože třeba když žijou na ulici a

tady ty věci se většinou dají koupit jenom hlavně jako na eshopech. Jo dlouho to měl 1, 2 eshopy v České republice, což to už dávno není pravda, jo, ale dřív, když jsme s tím začínali před těma, nevím, kolika 10 lety, tak to fakt měli 2 eshopy, možná 1 jako v republice a bylo to strašně drahý, takže pro ženský, který jsou jako v nějaký jako menstruační chudobě a k tomu ještě nemají jako stálý bydlení, tehdy taky ten internet nebyl úplně takhle jako ty eshopy jo, takže to bylo dost často jediná možnost se k tomu dostat. A dneska je to i takovej jako způsob, jak třeba navázat ten kontakt, prohloubit důvěru a že vlastně jako vysvětlujeme, že i v době menstruace nemusí přicházet o peníze, protože jako závislost se neptá, jestli máte menstruaci, nebo neptá, prostě každé den potřebujete peníze, a ne každý den je uděláte na té trase jo, takže potom prostě je učíme používat menstruační houbičky.

**Tak o těch menstruačních houbičkách jsem vůbec nevěděla, to je za mě skvělý.**

A k tomuhle patří ještě poměrně rozsáhlý poradenství. Protože existuje spousta mýtů typu na anál 2 kondomy na sebe, a tak říkáme ne prostě, a že existují nějaký speciální anální druhy lubrikačních gelů, s kterým kondomem se jako můžou a nemůžou. A i jako vlastně tam řešíme s klientkama nějakou prevenci jako napadení třeba jo nebo násilí, protože to je něco, co je prostě pro ně běžnej chleba a je to prostě fakt hrozný.

**To je jasný, protože jsou snadnou obětí...**

Jo a oni jako jsou, jak jsou vystrčený jako fyzicky i jako nějak sociálně vlastně jakoby ze společnosti, tak prostě po těch letech a po těch jako tazích a potom násilí, co všechno mají za sebou a vlastně nikdy se nedomůžou třeba žádný jako spravedlnosti. Tak oni už to vlastně jako vzdají. Nevěří, že to je jako řešitelný nebo že by se lidem mohlo pomoci a podobně, ale když se pro to rozhodnou, že do toho půjdou, tak my vlastně potom děláme i doprovod v rámci trestního řízení. Takže třeba klientky můžeme doprovodit na výsledky můžeme být v roli důvěrníka, umíme obětem sehnat právní pomoc na náklady vlastně v rámci zákona o obětech. A i jsme takhle vlastně klientky třeba doprovázeli až k soudu. Tak to když vypovídali u soudu, tak jsme zajistili, aby mohli vypovídat skrytě, byli jsme je doprovodit a pití jsme jim tam nosili, jako je to kravina jo úplně jako základní věci pro každého maličkost, ale pro tady ty lidi jako velká podpora. Ale vlastně na naší práci takový to úplně nejdůležitější je to, jak my pracujeme. To, co jak děláme, jak se chováme a vlastně jako ta kontaktní práce bych řekla, že je úplně to nejdůležitější a dost často pro ty klienty, vlastně to cenný jo, že můžou mít k nám důvěru, můžou zažívat nějaký jako

zdravý vztah, můžou zažít, protože někdo je chápe a neodsuzuje. Můžou nám říct i věci, který nejsou úplně třeba hezký a my se budeme s nima snažit vymyslet nějaký věci, co dál. A nebudeme je soudit jo, protože samozřejmě naše cílová skupina páchá trestnou činnost. Jo to neznamena, že my bychom to schvalovali. Ale říkáme, jako rozumíme, že jsou v situaci, která prostě přináší to, že lidi se chovají jako nelegálně.

### **Příloha 10: Přepis rozhovoru 3**

#### **Jako první bych se Vás chtěla zeptat, jak dlouho pracujete v sociálních službách a jak dlouho pracujete v této organizaci?**

Tak tohle je moje první zaměstnání v sociálních službách, kde dělám sociálního pracovníka. V této organizaci dělám 3 roky, vlastně od ledna roku 2020. Dřív jsem dělal v kultuře, v takovém kulturním centru, kde jsem dělal komunitní program, pak jsem dělal chvíli pro jihlavský festival. Pak jsem ještě dělal za barem.

#### **Jaká je vaše náplň práce v této organizaci a s jakou cílovou skupinou pracujete?**

Jo, takže my děláme vlastně v ulicích XX. Děláme vlastně terén v XX, jsou to děti od 6 do 26 let, což už nejsou děti, jsou to jako mladý, dospělý, a teenagery. Ale není to jako obecně se všema, ale měli by to být lidi, který žijou jako rizikově. To znamená, že mají nějakou nepříznivou sociální situaci, ve který jsou, která je jako definovaná asi docela široce, ale z mého hlediska nebo z hlediska jako našich klientů tak tam patří lidi, kteří jakože, která žije v rizikovém prostředí, kde se třeba užívají nějaký návykové látky, kde nejsou žádný pozitivní vzory, kde ty lidi jako a teď to je jakoby problematická formulace, ale třeba netráví čas smysluplně, což jakoby asi pod tím si můžeme představit ledacos, ale vlastně jako primárně, že jsou buď v konfliktu s tou společností, nebo ta společnost je v konfliktu s nima, takže jako jste nějaký lidi, která teda se v té věkové hranici ale vytipováváme podle těch atributů vlastně nějaký rizikový mládeže.

#### **Jako organizace, pracujete na sociálních sítích? A jak oslovujete své klienty?**

Ano, taky. My máme jako mikro tým, kde jsou 2 lidi v tom terénu, v klubu jsou 3 lidi a každý má svůj účet a jako jsou různé možnosti, buď jako vytváříme nějaký příspěvky jako preventivního charakteru anebo to využíváme spíš jako abychom těm lidem dali najevo, že jsme jako v těch ulicích, a že nás můžou oslovit a kontaktovat. Já teda s Luckou, což moje kolegyně v XX, tak spíš využíváme jako ten chat, nebo že sdílíme, kde jsme, co děláme, nebo sdílíme nějaký zajímavý jakoby věci pro ty lidi, nějaký třeba volnočasové akce a nevěnujeme se tolik tomu vytváření toho obsahu. A vlastně metody naší práce jsou ty, že buď oslovujeme lidi venku v ulicích, který jako teda vytipujeme, já nevím, že poslouchají hlasitou hudbu, nebo že třeba maj bongy, mají trávu, hulí prostě marihuanu, nebo se nudí, nebo prostě tak jako poflakují, popíjejí alkohol tak ty jdeme oslovit. Takže ta metoda je vlastně my sami oslovujeme ty lidi, nevím nějak, co jsme

infoservis, informační servis, to první setkání, kde těm lidem řekneme a vysvětlíme, kdo jsme, dáme jim letáčky, kde jsou odkazy na naše síť, takže oni si nás můžou přidat a skrz ty síť pak vlastně můžou nějak třeba víc pochopit, o čem ta služba je a můžou nás kontaktovat tam.

**No a jaké sociální síť využíváte k tomu kontaktu s těmi klienty?**

My máme Instagram a Facebook. Facebook už jakoby skoro nevyužíváme, protože tam není ta cílová skupina. Jsou hlavně na Instagramu, pak máme WhatsApp, ale tam teda moc nekomunikujeme. Ale vím, že třeba v zahraničí v Německu je to jako převažující, třeba ten WhatsApp, že byl u těch mladejch lidí víc, protože je víc anonymní. Ale u nás je víc ten Instagram, kde teda si píšem s těma lidma a komunikujeme skrz nějaký storíčka a navazujeme kontakty skrz to, že třeba tam sdílíme nějaký akce volnočasový, který děláme no nebo vytváříme příspěvky jako preventivního charakteru. Nebo prostě jakoby abysme dali těm lidem vědět, že jsme někde a že za náma můžou přijít.

**Takže chápu dobře, že je pro vás Instagram primární sociální síť. Jak jste aktivní na této sociální síti? A oslovujete klienty přes sociální síť?**

Jo, Instagram je po nás vlastně primární, jako ta sociální síť no a jako v současné době to máme metodicky ošetřeno tak, že ty lidi neoslavujeme sami přes sociální síť. Pokud nejsme domluvený dopředu, že se ozvem, jakože třeba se potkáme a řekneme si: „Hele, chceš se sejít v tom, že napíše životopis my ti napíšeme, je to v pořádku, OK, tak si napíšem.“ Pak jsme oslovovali ve chvíli, to byla jako jediná výjimka, kdy jsme sbírali zpětnou vazbu, že jsme vytvořili zpětnovazební dotazníky jako ohledně té naší služby, kde jsme zjišťovali, jestli jsou spokojení a jestli chápou, o čem ta služba je, tak to jsme oslovovali sami. Jinak jako neoslavujeme, no jinak to necháme na nich. Máme to takhle teďka metodicky daný v jinejch službách to maj třeba jinak a myslím si, že vlastně lepší jakoby ty lidi oslovovat i skrz ty síť. No ale zatím jako to nemáme takhle nějak uchopený.

**No a vidíte nějakou zpětnou vazbu ze strany těch klientů?**

Hm, jo my jsme měli vlastně jako docela teďka dost pozitivní zpětnou vazbu. My jsme udělali takový jednoduchý otázky. Kde ty lidi měli jakoby říct, jestli si pamatují, jestli s náma ty svoje témata řeší často nebo jako málo často, jestli převažují spíš jako pozitivní vlastnosti, který vnímají jako specifickou službou, nebo ty negativní, což byly ty pozitivní a vlastně nám napsali dost pozitivní zprávy, takže v tomhle to bylo hodně pozitivní. I



když je těžký právě sbírat spíš tu negativní zpětnou vazbu, protože mi přijde, že pro ty lidi to je těžký to třeba jako říct.

**A čím myslíte, že to je? Že vám nepříjde ta negativní zpětná vazba?**

Nevím, no to bych se musel ptát těch lidí. Jako mě přijde, že to není třeba úplně jednoduchý pro ty lidi jo, jakože nejsou zvyklí takhle komunikovat a může to bejt taky tím, že třeba nám vyplnili ten dotazník spíš ty lidi, který mají jako vztah pozitivní. Jo že když pošlu ten dotazník někomu, koho štvu nebo jakoby kdo se mnou nemá dobrej vztah, tak mi ho spíš nevyplní si myslím jo.

**Jak teda oslovujete své klienty, když ne přes sociální sítě? Jak to celkově funguje to vaše oslovování?**

Tak mi vyloženě chodíme za těma lidma a informujeme je o tý službě, takže jim předáme ty letáčky, kde jsou ty odkazy na sítě, kde je i jednoduše popsany, co děláme a vysvětlíme jim to. Ale vlastně jakože, když za váma přijde člověk poprví, kterýho neznáte, tak si pamatujete třeba jenom tři věci, možná ve vás vyvolá nějaký emoční dojem, tak spíš nic moc neuděláme. Spíš jim předáme jako povědomí o naší službě jako takový, takže to trvá víc setkání, ale cílem tý služby je vyhledávat ty lidi a nabízet jim řešení nějakých jejich obtížích v tom životě nebo jejich témat, vyhledávat jejich cíle a naplňovat je. No a tohle trvá dlouho, takže vytvořit v tom terénu nějaký vztah trvá třeba půl roku nebo i rok, než ty lidi jako vlastně člověk nějak pořádně pozná, získá důvěru a než s nima vůbec něco začne řešit.

**Jak jste zmiňoval, že si třeba píšete s těma klientama, že se domlouváte, kde se potkáte a podobně. Tak jaký důvod bývá k tomu se potkat?**

No my se setkáváme většinou, když už to má nějaký jako důvod jo, že ten člověk chce napsat životopis nebo hledat společně práci, nebo se chce doučovat, ale někdy se chce jenom setkat a povídat si, sdílet, jako co prožívá vlastně těžkýho třeba ten člověk. To se spíš u lidí, se kterýma jako dlouhodobě nějak spolupracujeme, se nám ozvou kvůli tomudle. No jinak se můžou jako ozvat, že chtěj někam doprovodit, třeba vyřídít občanku nebo tak. Lidi se tolik neozvou sami, že jako vlastně za nima teď musíme chodit venku, že vlastně ty lidi nejsou často tak motivovaný, no.

**Myslíte si, že mají pro tuhle práci smysl sociální sítě?**

Já si myslím, že má jako smysl v tom, že v tom jako fyzickým prostředí člověk potkává ty lidi, který jsou jako víc sociálně vybavený, nebo jsou extrovertní, nebo se pohybují v nějakých skupinkách, ale vlastně skrz ty sociální sítě se dají víc oslovit lidi, který jsou třeba introvertní nebo tráví čas jako izolovaně, jsou sami tak v tom je jakoby lepší oslovení přes sociální sítě, to je jako výhodou. No v tom, je ten rozdíl, ale zároveň si myslím, že jako neoddělovat jako ten fyzický od virtuální prostředí, že to jsou světy, který jsou propojený. Chtěl bych ještě dodat, že vlastně asi jakoby ty sítě, že máme třeba hodně klientů právě jako který potkáváme v tom venkovním prostředí, že už třeba nemáme ani kapacitu na to ještě jako vlastně být na těch sítích. Jo, ale v případě asi, že bychom měli jako málo lidí, které jsme potkali, tak bychom se těm sítím, tak se těm sítím věnujem i víc. Jo, a právě jakože v XX, jako tady máme hodně lidí, tak asi jsme jako satureovaný v tomhle ohledu. Ale jinak si myslím, že jakoby za mě je to jako smysl má určitě.

#### **Příloha 11: Přepis rozhovoru 4**

##### **Jak dlouho pracujete jako sociální pracovník a jak dlouho pracujete v této organizaci?**

Hm, teď přemýšlím od kdy bych to datovala, ale tak od června minulého roku, tedy roku 2022 jsem v této organizaci.

##### **Chápu dobře, že jste i před tím byla někde jinde nebo jste začala tady?**

No, tak já jsem dělala hodně věcí, ale nevim, jestli to můžu počítat. Protože jsem byla na vyšší odborné škole sociální, ale nedá se to jako klasifikovat, jako že jsem pracovala. Ale mám hromadu praxí, když to vezmu společně i se střední. A vlastně jako já teď studuju psychologii, takže jakoby občas se ta práce nebo ta praxe, teda jako psychologická ta trochu a nebo se občas tak jako vlastně kříží s tou sociální prací. Takže jako zkusila jsem si hromadu různých jako organizací, zařízení a tak. Tak jestli byste ráda teda slyšela i o tom.

##### **Ano, určitě mi můžete v krátkosti shrnout, co všechno jste měla za praxe a kde jste byla. Nebo i jako brigády.**

Vlastně já jsem pracovala s docela širokou škálou cílových skupin, vlastně počínaje od různých chráněných dílen a například hodně dlouhou dobu jsem působila v organizaci, ale jakoby jako dobrovolník spíš a vlastně tam i jako praktikant. V XX organizaci vlastně, která pracuje s lidmi s poruchou autistického spektra a pak jsem absolvovala diagnostické ústavy, dětské domovy se školou, pak vlastně i v Jedličkově ústavu, tam jsem taky chvíli působila, nebo spíše jako vlastně dobrovolnice nebo stážistka. Ale taky vlastně ve škole pro děti se speciálními potřebami, ve školce jsem taky vlastně pracovala, ale to už spíš v rámci té psychologické praxe s dětmi, které mají speciální potřeby na individuální plány. No a pak nějaký klinický oblasti s lidmi s duševním onemocněním.

##### **Můžete mi říct něco o vaší organizaci, ve které pracujete a na jakou cílovou skupinu se zaměřujete?**

Jo, tak my jsme organizace vlastně, která pracuje s dětmi a mladými lidmi. Máme cílovou skupinu vlastně nebo vymezujeme ji od 6 do 26 let. A máme 2 nízkoprahové kluby a 3 terénní programy. Vlastně kluby jsou specifické tím, že tam vlastně máme tu cílovou skupinu užší a to je od 11 do 21 let. S tím, že tam jsou vlastně na klubu, jsou pravidla, tudíž vlastně nějaká jako míra nízkoprahovosti je větší v terénu, kde vlastně pracujeme

už s tou celou škálou klientů od těch 6 do 26 let. A vlastně co nabízíme, tak je hodně široká škála, ale toho čím se zabýváme, tak může být třeba pomoc se školou, v rodině, ve vztazích, s identitou, s prací a s bydlením. Vlastně ta škála je fakt široká a zároveň to ústředí je, kdy se snažíme hájit práva těch mladých lidí a dětí. A pracujeme s lidmi, který jsou vystavení nějakým rizikům a potřebují pomoc v různých sférách jejich života.

### **Máte sociální sítě? Nebo které sociální sítě používáte?**

No, tak my používáme Instagram a Facebook. A my hodně používáme sociální sítě na denní bázi v rámci toho. A používáme především Facebook a Instagram s tím, že již nějakou dobu vnímáme, že mladý lidi se přesunuli spíš na Instagram. Nicméně jako Facebook používáme taky, ale frekventovanější je u nás asi Instagram. S tím, že na těch sociálních sítích se snažíme působit jako intervenčně a používáme to jako komunikační kanál. Taky se ale snažíme působit preventivně, to znamená, že přidáváme vlastně průběžně nějaký příspěvky s preventivním obsahem, kde vlastně rozebíráme různá témata, která jsou pro naši cílovou skupinu nějak aktuální. Buď jako reagujeme na aktuální problémy, na zakázky těch našich klientů. A například pokud v aktuální době pracujeme více s klienty, kteří například řeší drogy, tak se snažíme vlastně reagovat na to a na sociálních sítích vlastně zveřejňujeme preventivní příspěvky týkající se drog nebo závislostí, třeba i nelátkových a tak. A zároveň to pro nás slouží jako samozřejmě nějaká propagace jako informační kanál. To znamená kdy v případě, kdy oslovujeme v terénu, tak zájemci o službu mají možnost se informovat o tom, jak funguje naše služba o tom, kdo jsme na těch sociálních sítích. Zároveň k tomu používám přesně, jak jsem říkala, jako komunikační kanál, kdy vlastně domlouváme srazy s těmi klienty a nebo taky intervenčně, kdy vlastně máme možnost dělat nějaké intervence, vlastně v tom sociálním nebo prostředí sociálních sítí a jako například nějaký krizový intervence, nebo tak.

### **A to za pomocí Instagramu děláte intervence?**

Ano, za pomocí Instagramu jako vlastně chatu nebo Facebooku za pomocí messengeru.

### **Slouží Vám ty sociální sítě k oslovování klientů nebo si to necháváte na osobní kontakt?**

Vlastně jako takový oslovování v online prostředí neprobíhá, protože to není úplně zákonem uchopené ještě. Ale je to vlastně taková šedá zóna pro nás, se kterou se snažíme ale nějak pracovat. Ale je to stále v takovém rozpracovaném procesu, kdy my vlastně

bychom rádi oslavovali nějakým způsobem i v online prostředí, jelikož vlastně naše cílová skupina jsou mladý lidi. My jako terén jako služba jsme definovaný jako působící v přirozeném prostředí daných mladých lidí, tudíž online prostředí se dá považovat za přirozené prostředí mladých lidí. Vlastně jsou tam nejasnosti a není to úplně konkrétně uchopené. Nicméně jako takové a proaktivní oslovování vlastně v tom online prostředí neprobíhá. Jediný co, tak vlastně v případě, že si nás jako ta naše jako stálá praxe je taková že v případě, že si nás někdo přidá, začne sledovat, tak vlastně vždycky rozesíláme takový úvodní, takovou úvodní zprávu, kdy vlastně jestli ví o naší službě. Můžeme to brát vlastně jako takovou formu oslovování. No zároveň je to pro nás vlastně takový, vlastně máme to i v metodice, je to pro nás taky taková pojistka, že ví vlastně, koho sledují a ví jaký jsou pravidla, protože tam vlastně zmiňujeme i nějaký pravidla. Byť jediný pravidlo v terénu je vzájemný respekt, ale vlastně nabízíme různý možnosti a vlastně se představujeme i kdo jsme a tak. Takže to se dá považovat jako forma, jakási forma, teda oslovování. Nicméně jako proaktivnější formu oslovování vlastně nepraktikujeme v tom online prostředí. Jako že bychom prostě třeba psali nebo začli sledovat i sami od sebe nebo sledující sledujících. Takže to se zatím neodehrává. Nicméně je to ale asi nějaký budoucí směr. Nebo my se i o to dost snažíme.

**Vy teda neoslovujete přes sociální sítě, ale když přijde nový sledující a vy mu pošlete tu úvodní zprávu, vidíte tam nějakou zpětnou vazbu?**

No, tak když nás začne někdo sledovat a není to žádná jiná služba, tak pošleme tu úvodní zprávu a zároveň někteří nás začnou sledovat i lidi, kteří o nás už ví, který jsme oslovili v terénu a tak. No a je to jak kdy, někdy tu zprávu olajkují nebo odepíší krátce, že ví a děkují nebo to občas i nachaj bejt a jenom si to zobrazí. Ale většinou tam ta aktivita je.

**A jak oslovujete klienty v terénu?**

Tak my máme určitý trasy a tak ty místa, kde víme, že někoho potkáme, zároveň se snažíme monitorovat další nové místa, nové lokality, takže to oslovení probíhá tak, že jdeme po ulici a jednoduše v případě, že potkáme nějakou mládež, která jeví známky naší cílové skupiny, tak vlastně je oslovíme s tím, že nejdřív se zeptáme, jestli je můžeme vůbec vyrušit. Jako vlastně se nám zatím nikdy nestalo, že by někdo řekl, vlastně že ne. Takže začínáme s našimi takzvaně info servisem, kdy vlastně vysvětlujeme, co jsme zač co děláme, co jim nabízíme, tak občas to skončí jenom tím info servisem, občas se rozvine

ten rozhovor dál a třeba řešíme něco. A dostanou letáček vždycky od nás a vlastně upozorňujeme na kontakt na sociální síť, kde si dnes můžou právě přidat, teďka nově máme nové letáčky i s QR kódem, právě aby to bylo jednodušší a přívětivější pro mladý lidi. No, takže takhle to probíhá.

## **Příloha 12: Přepis rozhovoru 5**

### **Jak dlouho pracujete jako sociální pracovník a jak dlouho pracujete v této organizaci?**

No tak odpověď na obě otázky bude asi stejná, protože já jsem v sociálních službách vlastně od minulého dubna, takže teď konc to bude vlastně rok a zrovna tak jsem rok i v této organizaci.

### **Mohla byste mi říct něco o vaší organizaci, na jakou cílovou skupinu se zaměřuje, co jako organizace nabízí a podobně?**

No my se zaměřujeme na děti a mládež od 6 do 26 let. Teda konkrétně mi jako v terénu, ono u těch u těch klubů, který taky máme, tak je ta cílovka, tak je trošičku jiná, ale u nás teréňáků je to od 6 do 26 let, nabízíme jim v podstatě podporu, jsme pro ně vlastně, my to často nazýváme jako takový kamarádi do nepohody, že tu pro ně jako vlastně jsme v obtížných jako situacích, když třeba někoho nemaj nebo potřebujou někam doprovodit, tak realizujeme doprovody buď na úřad nebo na zkoušky vlastně na cokoliv, co oni nemají, nemají vlastně možnost to prožívat s někým jiným a je to pro ně nějakým způsobem důležitý. A taky se podílíme na, já bych to řekla na situacích, kdy vlastně třeba jako ty rodiče nefungují, což znamená, že nemají s kým sdílet svý trable jako ve škole nebo v osobním životě, ať už na přátelský rovině nebo na tý jako milostný, takže tam jako pro ně jsme a můžou s námi řešit vlastně opravdu cokoliv, ať už jsou to koníčky, nebo nějaký stěžejnější téma, nebo naopak si nejsou jistý, co by chtěli třeba v životě dělat, nebo co je baví, tak jim pomáháme zjistit a najít to, co by je mohlo bavit. Taky je předáváme do návazných služeb v momentě, kdy zjistíme, že potřebujou nějakou jinou službu, než jsme my, ať už je to nějaký psycholog nebo psychiatr, tak se je snažíme navázat na ty jiný organizace, který jim dokážou pomoci líp. Pořádáme taky preventivní akce, ať už jsou zaměřené na nějaký stěžejní téma, jako je kouření, teď je to hodně kratom a nebo nějaký jako i jiné návykové látky a nebo naopak pořádáme workshopy, jako jsou tady boxové workshopy, graffiti jamy, takže vlastně i pokrýváme ten volnej čas a snažíme se jim ukázat, že lze ten volnej čas trávit i nějakým lepším alternativním způsobem.

### **Tak to je super, teď bych se vás chtěla zeptat, jestli pracujete se sociálními sítěmi?**

Ano.

### **A s jakýma?**

Já osobně spravuju Instagram. Každá naše služba má svůj Instagram pro tu svoji lokalitu, takže já spravuju Instagram a Facebook. Tak působíme na Facebooku a Instagramu.

**Co je pro vás jako ta primární sociální síť? Jako kde vám jako přichází třeba víc žádostí, nebo víc zpráv?**

Určitě je to Instagram, tam jsou ty lidi aktivnější.

**Můžete mi popsat, co na tom Instagramu děláte? Jako nějaký metody práce na Instagramu s těma klientama?**

Tak my vlastně v rámci toho jako info servisu, to je když se jim představujeme a třeba oslovujeme potenciálně naši cílovku, tak jim vlastně ukazujeme, máme takový letáčky, teď nevím, jestli jsem ukazovaly, neukázala. Tak když tak vám je můžu poslat na mail v elektronický podobě. A máme tam vlastně QR kód, přes který se dostanou na ten konkrétní Instagram, ty konkrétní služby a vlastně jim přitom říkáme, že nás můžou sice potkat v pondělí a ve čtvrtek od 2 do 7 hodin někde jako v té lokalitě, ale zároveň se na nás můžou obrátit i právě skrze ten Instagram, kde nám můžou napsat: „Hele, potřebovala bych se s váma sejít ve 4. My máme takovej park na XX, můžem se tam vidět.“ Takže to jako slouží i jako vlastně domlouvání si schůzek přes ten Instagram, máme samozřejmě i telefonní číslo na jako služební telefon, ale většinou nám píšou o ty schůzky právě na tom Instagramu, takže co se týče jako komunikace, tak tam nám píšou do těch soukromých zpráv. Ale vlastně atraktivní jsou storička, kdy my pokaždé, když jsme ve službě, tak tam hodíme storičko, že jsme momentálně ve službě. Třeba, že jsme teď na té XX a jestli se chtějí sejít a vlastně oni můžou reagovat i na to storičko, kde vlastně jim házíme do placu, kde dneska jsme prostě v terénu, takže tam nám píšou, že můžou, nemůžou a třeba příště, takže přes ty storička je to taky hodně velká interakce a pak dáváme preventivní příspěvky a nebo fotky nás tak jako ze služeb a tam je to, jak kdy ale spíš reagujou na storička, nebo když si chtějí říct o sraz tak napíšou.

**A k čemu vám Instagram teda slouží? Je to jako nástroj k tomu, abyste tam sdíleli příspěvky, oslovovali a podobně?**

Tak my jako primárně nejdeme na ten Instagram a nehledáme ty lidi a neposíláme jim žádosti. Většinou pokud si nás někdo přidá, tak máme vlastně připravenej takovej textík, kde je napsaný: „Ahoj, jsme teda jen služba, co ti můžeme nabídnout, že se na nás může obrátit.“ Takže každej, kdo nás začne sledovat, tak od nás obdrží tuhle zprávu a pak je



třeba následně jako sledujeme my na oplátku, ale nikdy jakoby nejdeme na ten Instagram, nenajdeme si tam někoho, nezačnem ho sledovat a nebo už vůbec jim nepíšeme tu zprávu. Většinou to přichází jako od nich, ale určitě je to jako kombinace všeho, vlastně oni si tam na nás můžou jako obrátit. My tam dáváme ten obsah, kterej považujeme za aktuální. Teď jsme dělali příspěvek o nebezpečí jako Tiktoku vlastně. Ono je to hodně v kurzu ten TikTok, takže vlastně je to takový, házíme jim tam atraktivní témata, který by je mohly zajímat, který si myslíme, že je důležitý jako info, který by měli vědět a přesně můžou vidět, když nás sledují: „Hele, holky jsou dneska v terénu, ty jo, měl jsem blbej den ve škole, můžu za nimi přijít, nebo se jich na něco obrátit,“ takže vlastně je to kombinace, jak udržování vztahů, tak i jako navázání nového vztahu.

### **Takže oslovujete jen v terénu? Jak tedy funguje oslovení v terénu?**

No my máme vlastně jako znaky ty naší cílovky, takže jsou to, jako když kouří, nebo když třeba popíjejí někde v parku alkohol nebo energetické drinky, ale není to jako pro nás to stěžejní. My se snažíme opravdu tu službu rozšířit mezi všechny mladý a děti, takže v podstatě, když vidíme mládež nebo děti, tak za nima jako jdeme, ale samozřejmě, když tam vidíme nějaký ten typický znak ty naší cílovky, tak je to pro nás znamení, že by to třeba, že bychom tam mohli jako ten kontakt udělat a něco by z toho mohlo i být. Ale jako chodíme za všemi, ať už jsou to děti nebo mládež, tak se snažíme odhadnout i ten věk a někdy se nám to i jako nepodaří, že říkám, ten půjde, tomu je třiatdvacet, pak zjistíme, že mu je třeba devětadvacet, takže ale jako opravdu, když vidíme mládež, tak si říkáme, jdeme do nich a když tam přijdeme, tak vlastně se jich ptáme, jestli znají naši službu a nebo, jestli znají nějaký jako služby pro mládež. A v momentě, když zjistíme, že třeba jo, tak se jich ptáme a odkud se o nás dozvěděli, nebo o těch službách, a když ne, tak se jim snažíme představit to, co my jim můžeme nabídnout, a pak jim předáváme letáček, a když se třeba něčeho jako chytnou buď tématu, tak s nima zůstáváme a vlastně rozvíjíme to téma. Zrovna včera jsme měli krásnej kontakt, tak to bylo takový milý, že jsme s nima strávili i jako 20 minut, což se jako hodně nestává, když za nima jdete oslovujete je, tak oni si vás tak jako vyslechnou. Oni na vás tak jako koukaj, že třeba něco řešej a naznačujou, že bychom měli jít. Ale včera byl hezkej.

### **A nevíte, jestli se u vás v organizaci něco neplánuje do budoucna? Jako ohledně toho oslovování klientů přes sociální sítě?**

Rozumím, no ono je to hodně takový jako problematický. Teď si dokážu představit, že by mi nějaká takováhle služba napsala. Říkám si tak co, co teď je se mnou, jako jak vypadám, že je se mnou něco špatně, že potřebuju podporu, že je to hodně jako problematický, ale spíš jsme uvažovali nad tím, že vlastně na Instagramu se dá zaplatit reklama vlastně tý vaší služby a vlastně bude se nabízet těm třeba věkově, tý věkovce, která by nám jako zapadala, takže by se jim ukazovala ta reklama, to je spíš jako lepší způsob, než že my bychom je vyloženě kontaktovali. Dokážu si představit, že by to možná bylo i takový jako stigma pro ně. Takže pokud vím tak nic takového zatím jako neplánujeme.

### **Má podle vás smysl práce na sociálních sítích v této profesi?**

Rozhodně jako dneska a kord v týhlectý cílovce já teda nevím, vy se taky zaměřujete na děti a mládež nebo jako?

### **Já v bakalářské práci nemám přesně specifikovanou cílovku. Rozhovory mam tak různě.**

Jo takhle, ale u těch jako co se týče dětí a mladistvých, tak rozhodně tam je to i vlastně kdyby podle mě, kdyby to ta služba neměla tak jako budou takový jako nevím, oni hodně žijou prostě zkrátka, nebo tedy já spadám do tý cílovky, takže vím, že hodně žijeme sociálníma sítěma.

### **Nevíte náhodou, jak dlouho fungujou sociální sítě u vás?**

Jo dlouho, vlastně podle mě tak 3, 4 roky.

### **Neptala jste se náhodou, jaký to bylo před tím, než u vás začali pracovat se sociálními sítěmi?**

Jo, ptala. Vlastně všichni o těch sociálních sítích jsou takoví, jako že když přijde někdo nový, tak ideálně mu to jako předat ale věřím, že jako zrovna u nás nejsou totiž ty pracovníci jako tolik zapálení do těch sociálních sítích, takže tomu jako rozumím. A takže proto mě to jako nebyl takovej problém, ale vlastně od té doby, co tady jsem tak jako víc narostly jako sledující. Je to takový hodně aktivní. Snažím se tam fakt hodně dávat ty příspěvky, protože vidím, že jako ta mládež na to reaguje. No, takže jako pro naši cílovku nemít sociální sítě se myslím, že by byla chyba, protože tam opravdu oni komunikují

hodně a často a jsou i zvyklí vlastně na ty sociální sítě dávat ty svoje strasti, takže jako je to pro ně přirozené prostředí pro tu komunikaci.

**Ještě mě teď napadla otázka. Když sledujete ty své klienty na Instagramu a zahlídnete nějaký storičko, který působí depresivně nebo tam dají nějaký svůj problém, dáváte tomu nějaký důraz?**

To je jako my tam v tuhle chvíli tam sledujeme asi okolo 500 lidí, takže shlédnou všechny stoličky by bylo náročný jako, za první máme takový v uvozovkách pravidlo, že nelajkuje příspěvky kvůli tomu, aby zase tam nebylo, že někomu jsme lajkli příspěvek a jinému ne, takže jako zásadně nelajkuje příspěvky. Občas se mi jako povede si otevřít omylem třeba i nějaký storičko.

**Takže storička taky nesledujete?**

Nesledujeme, ale v momentě, kdy třeba víme, že si nějaký klient prochází těžkým obdobím. Jo, teď jsme měli takovou klientku, tak samozřejmě a dlouho se neozvala, tak jsme se jako podívali, jak se jí třeba daří a viděli jsme, že je třeba venku s kamarádama a je v poho, tak pro nás to bylo takový jo, tak dobrý, tak má se jako dobře. A takže takhle jako spíš pro ten klid. Ne, jako možná že kdybychom tam jako objevili něco, že přestože víme, že si ten člověk něčím prochází, šli bychom, viděli bychom se, zjistili bychom tak, abychom se zeptali, ale ono je to vlastně hodně těžký v tom, že teď přesně napíšete jako sociální služba a teď dejme tomu, že bysme napsali: „Ahoj Verčo, tak co ty tvoje problémy s tím jídlem? Jak se ti daří?“ tak to by byl prostě problém. V momentě, kdy máte telefon ve třídě a ty děti by to viděly, tak by vzniklo: „Ježišmarja. Proč ti píšou? Ty máš nějaký problémy?“ takže v tomhlectom by to bylo problematické, takže to neděláme. A když tak třeba, když se třeba domluvíme, měli jsme takovou klientku: „Můžeme se ti ozvat, jak se máš, abychom věděli?“ a ona bude moc ráda, tak napíšem: „Ahoj, jak se máš?“ a radíme jim ať si mažou ty zprávy, aby se pak k tomu případně nikdo nedostal, nebo ať si daj pozor, aby za nima nikdo nestál, a když budou odpovídat, ale víceméně je to na domluvě, ale sami nereagujeme.

**A vidíte zpětnou vazbu z druhé strany?**

Hodně, ony ty srazy si vlastně v 90% domlouvají přes ten Instagram nebo případně messenger, ale takže jako tam tu zpětnou vazbu, že chceme se sejít, máme nějaký téma, který potřebujeme řešit, tak tam hodně jako vnímáme, takže určitě.