

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
PEDAGOGICKÁ FAKULTA

Ústav pedagogiky a sociálních studií

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Bc. Jan Falout

**Strategie komunikace s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí
v NZDM v Mohelnici a Zábřehu**

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci „Strategie komunikace s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí v NZDM v Mohelnici a Zábřehu“ jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucí diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Olomouci dne _____

Poděkování

Moc rád bych poděkoval vedoucí diplomové práce PaedDr. Aleně Jůvové, Ph.D. za vstřícnost a odborné vedení, cenné rady a přínosné podněty při konzultacích. Zároveň bych chtěl tímto způsobem poděkovat respondentům, kteří si na rozhovory udělali čas a spolupracovali se mnou na realizaci výzkumu, který vedl k naplnění hlavního cíle diplomové práce.

Obsah

Úvod.....	6
1 Komunikace.....	8
1.1 Typy komunikace.....	9
1.2 Asertivní komunikace	10
1.3 Sociální percepce	13
1.4 Kontakt s klientem	14
1.5 Motivace klienta jako důležitá součást komunikace.....	14
1.5.1 Praktické motivační techniky	15
2 Sociálně znevýhodněné prostředí	16
3 Nízkoprahové zařízení pro děti a mládež	18
3.1 Vývoj nízkoprahových zařízení pro děti a mládež v České republice	18
3.2 NZDM jako sociální služba	19
3.2.1 Poslání a cíle NZDM	20
3.2.2 Cílová skupina NZDM	22
3.2.3 Zásady poskytování NZDM	23
3.3 Služby poskytující NZDM	24
3.4 NZDM v Mohelnici a Zábřehu	25
3.5 Služby, které nabízí NZDM v Mohelnici a Zábřehu.....	25
3.6 Poskytované služby	26
3.6.1 Kontaktní práce	27
3.6.2 Kontakt a práce přes sociální síť, telefonní a korespondenční kontakt	27
3.6.3 Sociálně terapeutická činnost	28
3.6.4 Informační servis	30
3.6.5 Doučování.....	32
3.6.6 Situační intervence	32
3.6.7 Volnočasová aktivita	33
3.6.8 Akce výchovné a vzdělávací	34
3.6.9 Preventivní výchovné a pedagogické programy.....	34
3.7 Streetwork	34
3.8 Pracovník NZDM.....	35
3.9 Přístupy sociálních pracovníků ke klientům	37
4 Teoretická východiska výzkumu	38
4.1 Cíl výzkumu	39
4.2 Výzkumné otázky.....	39

4.3 Etika výzkumu a výzkumný vzorek	41
4.4 Metoda zakotvené teorie	42
4.5 Otevřené kódování	42
4.6 Axiální kódování	46
4.7 Selektivní kódování	47
4.8 Závěry výzkumného šetření	60
4.9 Návrh standardu vhodné a efektivní komunikace s klientem v Nízkoprahovém zařízení pro děti a mládež v Mohelnici a Zábřehu	64
Závěr	69
Použitá literatura	73
Přílohy	77

Úvod

Puberta a dospívání se pro mnoho osob může jevit jako to nejtěžší období, ve kterém si každý hledá svoji cestu, kterou si poté sám musí projít. Toto období se charakterizuje nejvíce jako čas prvních lásek, experimentů a vydovádění se. Mladiství nemají žádné zkušenosti a často se pouští do akce bez racionálního myšlení. Problematikou dětí a mladistvých a celkové primární a sekundární prevence, se zabývají nízkoprahová zařízení, která slouží právě pro tuto cílovou skupinu. Jedinci zde mohou načerpat spoustu informací a dovedností, které jim mohou být přínosné v průběhu celého života.

Diplomová práce je zaměřena na děti a mládež ze sociálně znevýhodněného prostředí, které navštěvují Nízkoprahové zařízení pro děti a mládež v Mohelnici a Zábřehu (dále jen NZDM v MZ). Přesným tématem této práce je strategie komunikace s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí v NZDM v MZ. Diplomová práce tedy není jen o sociálně znevýhodněné mládeži v těchto dvou městech, ale pojímá o NZDM a jejich sociálních pracovnících. Ústřední myšlenkou je komunikace pracovníků s jejich klienty, kteří denně navštěvují dané zařízení. Komunikace, se většinou lidem zdá být přirozená a naprosto normální věc. Může se zdát, že člověk nad ní nemusí tak úplně přemýšlet. Jak ale správně vést rozhovor, který má za cíl klienta z NZDM posunout kupředu, a jak správně položit otázku v dané situaci? NZDM denně navštěvuje mnoho klientů, kteří obecně od služby něco požadují a s něčím přicházejí. Pracovníci se tudíž snaží všem požadavkům jakkoli vyhovět a vykonat to především tak, aby vše mělo výchovně vzdělávací, aktivizační a preventivní charakter.

Tato práce všeobecně pojednává o sociální službě NZDM. Popisuje rozmanitost, kterou zařízení nabízí své cílové skupině, vývoj této sociální služby, její základní principy a zásady, podle kterých je služba nastavena.

Práce je rozdělena na teoretickou a empirickou část, přičemž teoretická část je rozdělena na tři větší kapitoly, které podpírají část empirickou. V teoretické části práce objasním různé pohledy na sociálně znevýhodněné prostředí, které prvotně vzniká v prostředí rodiny. Dále pak vysvětlím pojmy komunikace, asertivní chování, sociální percepce, klient a motivace klienta, techniky motivací a sociálně znevýhodnění prostředí, ve kterém se daná cílová skupina NZDM nachází.

Celá práce je zaměřena na problematiku správné komunikace pracovníka NZDM s klientem, který vyrůstá v limitujících podmínkách sociálně znevýhodněného prostředí. Všechny sociální služby se řídí podle standardů kvality a etickým kodexem pracovníků. Postrádáme ale vhodnou literaturu a metodické příručky, které by uváděly postupy při efektivní práci s klientem, doporučení, jaký k němu zvolit přístup a volbu vhodné strategie pro komunikaci.

Empirická část diplomové práce uvádí kvalitativní výzkumné šetření, jehož cílem je zjistit, jakou strategii komunikace s klientem využívají pracovníci NZDM v MZ.

Dále popisuje výzkumný vzorek, metodu sběru dat a následnou analýzu výzkumného šetření. Konečná část celou práci uzavírá interpretací dat, navržením nového standardu a následným shrnutím celé diplomové práce.

Hlavním **cílem** diplomové práce je **navrhnout standard vhodné komunikace s klientem v NZDM v MZ**. Standard by měl pomoci pracovníkům zařízení rozpoznat kvalitu komunikace a uvědomit si, zda klientovi poskytli odpovídající služby, které NZDM nabízí.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 Komunikace

V první části této práce se zaměříme na základní lidskou činnost a dovednost, a to na obecnou komunikaci, která má více druhů, než se může na první pohled obecně zdát. Zabýváme se typy komunikace, sociální percepcí a především se zaměříme na asertivní komunikaci, kterou by se měl každý jedinec inspirovat a patřičně se tak i chovat. „*Lidé jsou bytostí společenských. U bytostí společenských je komunikace základním nástrojem, který v interakci používají. Ačkoli komunikujeme neustále, téměř bez přestávky, nevěnujeme tomu příliš mnoho pozornosti. Považujeme to za samozřejmost*“ (Mikuláščík, 2003, s. 15).

Společnost nikdy nepřestane komunikovat, protože komunikovat se prostě musí! Komunikace totiž nepřestane být záležitostí našeho bytí a nebytí v práci nebo škole či někde jinde. Vždy budeme vstřebávat novinky a informace a vůbec veškeré know-how v celé oblasti komunikace. Gruber (2015), srovnává důležitost komunikace k jídlu, obě položky jsou pro nás nesmírně důležité a bez těchto faktorů na přežití bychom nebyli.

Základní lidskou dovedností, na kterou je společností kladen obrovský důraz, je dovednost komunikovat. Komunikace je společenský jev, tudíž můžeme použít termín sociální komunikace (Vybíral, 1999). „*Sociální systémy jsou utvářeny komunikací. Stejně tak stavbu sociálních systémů musíme vyvodit z komunikace, jež se opírá o jednotlivé projevy chování, které je nutno rozlišovat*“ (Hutyrová, 2013, s. 52).

Základní vlastností u chování jedince, vlastně i tou nejpodstatnější, je schopnost komunikace. O komunikaci můžeme říci, že je to jakási volně definovaná jednotka chování člověka. Při komunikaci dochází mezi jedinci k určitému sdělení, přičemž při sérii sdělení, které si osoby vyměňují, dochází k vzájemné interakci. Komunikaci chápeme jako sdělení informací. Sdělení chápeme však tehdy, jestliže daný adresát rozumí našemu vyjádření. Teprve porozumění dodává sdělení danou informační hodnotu (Hutyrová, 2013). Dle slov Watzlawicka (1999), který vychází z předpokladu, že veškeré naše chování v interakci se sociálním prostředím má vždy nějaký význam sdělení, neboli komunikací. Plyne z toho, ať už se člověk snaží jakkoliv komunikovat i nekomunikovat,

aktivitou či neaktivitou, mluvením nebo mlčením, má to vždy význam sdělení. Stejně tak se nedá říci o komunikaci, že vzniká pouze tehdy, když je záměrná, cílená či vědomá.

Člověk komunikuje se svým prostředím neustále a mnohdy nezáměrně. V celkové podstatě komunikace plní řadu funkcí, které se mohou navzájem prolínat a vyskytovat se v různých podobách a míře dosažení. Základní funkce mají informační, instruktivní, zábavní, výchovný, přesvědčovací a socializační charakter (Nakonečný, 1999). Navíc se k těmto základním funkcím váží také funkce posilovací a motivující, ve kterých dochází k posilování určitých pocitů sebevědomí. Funkce osobní identity, u které slovo „JÁ“ je velmi důležitým aspektem v komunikaci. Funkce svěřovací, sloužící ke zbavení se vnitřního napětí a funkce úniková, když je člověk v úzkých, sklíčený a znechucený (Mikuláščík, 2003).

Dle Lamsera (1969) je komunikace nestálá a velmi se proměňující aktivita, kvůli důsledkům různých podmínek a vlivů. Můžeme říci, že sociální komunikace má dvě základní podoby. Jsou jimi komunikační procesy a komunikační akty. Komunikační akt je jednodušší a uzavřenější typ komunikace, který je určen danou situací, konkrétním případem, obsahem a časovým omezením. Krásným příkladem komunikačního aktu je předem dohodnutá schůzka dvou či více aktérů. Komunikační procesy jsou tak složitější tím, že se skládají z více komunikačních aktů, které na sebe navzájem navazují a prolínají se.

1.1 Typy komunikace

Komunikace má velmi širokou škálu možností a různorodou podobu, kterou může v různých kombinacích komunikátor užívat a měnit. Je nutno dodat, že jednotlivé formy komunikace, které budou níže zmíněny, nejsou užívány oddělené metody. Většinou celá řada druhů komunikace je spojována v jednom projevu, prezentaci i dialogu (Mikuláščík, 2003).

Komunikace může být **záměrná**, kdy komunikátor má pod kontrolou přesně to, co chce prezentovat, ale také **nezáměrná**, při které svůj chystaný projev osoba jiným způsobem bez úmyslu pozměnila.

Kognitivní komunikace, která již podle názvu prozrazuje, že se jedná o smysluplnou, logickou a racionální ve které se preferují logické argumenty.

Afektivní komunikace se vyznačuje prostřednictvím emočních projevů a působením na city druhého.

Pozitivní komunikace je jeden z přístupů, který mohou používat vedoucí či manažeři. V tomto druhu komunikace je důležité si uvědomit, že i nepříjemné věci a kritiku, lze prezentovat pozitivně a přijatelně.

Negativní komunikace nemůže nikdy očekávat pozitivní reagování ze strany posluchače. Vyjadřuje odpor, odmítnutí, zatajování či útočení.

Dvousměrná komunikace, ve které se střídají mezi účastníky role komunikátora a komunikanta.

Komplementární komunikace je reciproční komunikace z pozic doplňujících se rolí, jako jsou manžel – manželka, učitel – žák, vedoucí – podřízený (Mikuláščík, 2003).

Verbální komunikace vzniká na základě obsahu i způsobu, jímž druhé osobě vyjadřujeme své pocity, myšlenky a názory. Zahrnuje aspekty konkrétně zvolených slov, sdělení, celkového projevu, srozumitelnosti, načasování odpovědi, jednoznačnosti sdělení obsah a ověření pochopení informace partnerem (Vališová, 1994).

Neverbální komunikace – je také označována jako komunikace analogová, která reprezentuje specifické formy chování a zahrnuje pohyb těla, postoj, gesta, obličejový výraz, pohledy, teritorium, parametry prostředí, hlasové zabarvení a rytmus slov. Většinou slouží jako doplňující prostředek k verbální komunikaci. Stává se ale, že samotná neverbální komunikace stačí sama o sobě k vyjádření určitých postojů, především v situacích, kdy hrají hlavní roli emoce mezi lidmi, kteří se delší dobu znají (Hutyrová, 2013).

1.2 Asertivní komunikace

Asertivita, jak už vyplývá z anglického slovesa „to assert“ je brána v překladu jako termín něco tvrdit, uplatňovat či prohlašovat, též ale také znamená prosadit sebe samotného. *„Asertivita je praktický způsob komunikace a jednání, kterým člověk vyjadřuje a prosazuje otevřeně a přiměřeně své myšlenky, city, názory a postoje. Jedině tak nepřekračuje vlastní práva, ani práva ostatních lidí“* (Vališová, 1994). Gruber uvádí, že asertivita je soubor pravidel chování a jeho jednacích techniky vedoucí právě ke zlaté střední cestě v komunikaci a zdravému, přiměřenému sebeprosazení. Bez zbytečné agrese, ale i bez velké ústupnosti. Je to takový férový pocit pro každého jedince mít zodpovědnost za své chování a činy. Asertivita se pokládá za dobrou vlastnost, ke které musí každý člověk dojít v průběhu života svoji vlastní cestou (Gruber, 2015).

Každý den se můžeme setkat se situacemi, které pro nás nejsou příliš snadné a které nás snadno vyvedou z míry. Jak ale na tyto situace reagovat a jak z nich vyjít “ven“?. Při prezentaci našeho názoru či stanoviska mohou existovat tři základní varianty chování. Dorozumění se (dohodnout se v komunikaci), nechat se potlačit a ze situace uniknout nebo vyboxovat si své a bojovat (Vališová, 1994).

Deset práv asertivního člověka

Právo

1. být za své chování a jeho důsledky zodpovědný, sám posuzovat své chování,
2. nevymlouvat se a neospravedlňovat své vlastní chování,
3. sám posoudit, nakolik je odpovědný za řešení problémů ostatních lidí,
4. v průběhu života měnit své názory,
5. dělat chyby a být za tyto chyby zodpovědný,
6. říci „nevím“,
7. být nezávislý na ostatních,
8. dělat rozhodnutí, která nejsou vždy zcela logická,
9. říci „já ti nerozumím“,
10. říci „je mi to jedno“ (Gruber, 2015).

„Ve svých důsledcích má asertivita mnoho pozitivních aspektů. Prohlubuje mezilidské vztahy, jejich otevřenost, jasnost a přímost, vytváří vhodnou atmosféru pro efektivní spolupráci a umožňuje předcházet konfliktům, ale také je efektivně řešit“ (Vykopalová, 2000, s. 160). V NZDM se na asertivní chování a jednání pohlíží především jako na zdravou komunikaci mezi klientem a pracovníkem a také mezi klientem a jiným klientem. Jelikož je NZDM služba dobrovolná, klienti si mohou říci či vykonat všechna práva, která se uvádí k asertivnímu chování. V případech, kdy pracovníci NZDM poznají, že klient se nechová a nejeví asertivní složky komunikace, je na něj obzvlášť dán větší zřetel, při kterém se snaží rozvíjet a vysvětlit klientovi nejvhodnější složky jednání, které jej připraví ke zdravé a přiměřené komunikaci do budoucna. Veškeré možnosti asertivního chování jsou závislé pouze na našich rozhodnutích. Pokud si myslíme, že asertivní dovednosti k nám již přirostli a my je umíme běžně používat, aniž bychom si je uvědomovali, je nutné přiblížit tyto vlastnosti i ostatním, kteří viditelně všechny vlastnosti asertivity zcela neovládají. Vysvětlujme, ale zároveň respektujme. Vždy jakékoliv předávání dovedností se odrazí pozitivně ve vztahu k druhým (Vališová, 1994).

Příliš mnoho/ málo asertivity

Lidé s nadměrnou asertivitou se nazývají a označují jako agresivní jedinci (**agresivní komunikace**). Jedinci s velkým asertivním chováním upřednostňují pouze sebe a vlastní zájmy. Žijí v jakési bublině, ve které se domnívají, že oni něco budou chtít, tak svět se podle nich bude i tak točit. Nevhodnost chování může vést až k extrémním případům, ve kterých si jedinci myslí, že předčí všechny ostatní ať už zákonně či nezákonně (chroničtí násilníci nebo malí zlodějčci). V druhém protipólu, lidé s nedostatkem asertivity se nazývají pasivní (**pasivní komunikace**). „*Svět po mně něco chce, takže já to musím udělat, a nejlépe ihned*“. Pasivní jedinci potřebují být se všemi lidmi, kteří je obklopují v naprostém souladu. Trnou hrůzou, když by někomu museli říci „ne“. Podle výzkumu Grubera je převážná většina v roli pasivního člověka a je pro mnoho jedinců těžké nalézt rovnováhu mezi právě zmiňovanou pasivitou a agresivitou (Gruber, 2015). „*Každý výrok lze vyslovit asertivně, pasivně nebo může vyznít agresivně. Samozřejmě že je to ovlivněno příslušnou situací a jejími aktéry*“ (Vykopalová, 2000, s. 161). Z tohoto pohledu jsou chápány různé modelové situace, které vystihují různé druhy manipulace (**manipulativní komunikace**). Tyto situace a chování jedinců jsou označovány jako: **diktátor**, který se odvolává na tradice a autority, **chudáček**, zdůrazňující své nemoci a handicap, ublíženost a pocity méněcennosti. Další typ situace se nazývá **břečťan**, který předstírá svoji nemohoucnost a závislost na ostatních. **Počtář**, který si okamžitě dovede spočítat, to, co je pro něj nejvýhodnější a nejméně náročné. **Obětavec** zdůrazňuje, co všechno pro ostatní dělá a pro sebe nic a posledním typem může být **nejspravedlivější**, který se považuje za nejdokonalejšího a své okolí neustále opravuje a kontroluje (Vykopalová, 2000).

Typy asertivity

Základní asertivita – varianta, která znamená přímé a jednoduché vyjádření představ, myšlenek, pocitů, názorů či postojů. Příkladem základní asertivity mohou být věty typu: *“Je mi s tebou dobře. To, co děláš, mi vadí a mrzí mne to., Už nechci pokračovat v tomto rozhovoru“*,

Empatická asertivita – varianta, která obsahuje vnímavost a citlivost vůči ostatním a proniká do vztahu k jinému člověku. Snaží se porozumět druhému a pomáhá mu perspektivně hodnotit situaci otázkami, jako jsou: *“Nedivím se, že se zlobíš. Vidím, že tě to mrzí. Mami, uvařila jsi dobře, ale jíst už nebudu“*,

Stupňovaná asertivita – k této variantě se dá přejít, když protější osoba ignoruje naše podmínky a porušuje tím tak naše osobní práva. Z počátku z dobrého úmyslu se používá minimum asertivity, při které se dá lehce přejít na agresivitu verbální či neverbální. Příkladem mohou být běžné životní situace, při kterých nedojde k dodržení daného slibu či časné zapominání,

Konfrontativní asertivita – rozpor mezi slovy a skutky druhé osoby. Nejedná se o agresivní jednání, ale žádáme o doplňující a vysvětlující informace k vyřešení problému. “Proč jsi to udělal, když jsem tě několikrát žádal, abys to nezkoušel?” (Vališová, 1994).

1.3 Sociální percepce

Sociální percepce neboli vnímání či pozorování je jednou z nejstarších diagnostických metod. Pozorování je záměrné, cílevědomé vnímání, které je součástí každé mezilidské interakce a je základním zdrojem informací o daném jedinci (Plevová, 2004). Člověk je neustále vystaven obrovskému množství různých akcí a stimulů, proto nemá možnost všechny tyto stimuly zpracovat. Proto sociální percepce má charakter spíše selektivní a výběrový. Pro vysvětlení, člověk si lépe zapamatuje jevy či vlastnosti, která na něj působí delší dobu, zajímají ho nebo jsou nějakým způsobem pro jeho osobu nové, neočekávané až provokující (Mikuláščík, 2003).

Při sociální percepce si všímáme především: druhu pohlaví, věku pozorované osoby, obličeje (barva očí, stříh a barvy vlasů, výraz), stylu oblečení, postoje a držení celého těla. Po tomto základním pozorování si následně utvoříme jakousi představu o charakteristice dané osoby – finanční situaci, temperamentu či atraktivnosti k naší osobě (Mikuláščík, 2003). Člověk u pozorování se může dopustit zásadních chyb, které vycházejí často z předchozích zkušeností dotyčného nebo vycházejí z nedokonalosti našeho vnímání (Dařílek, Kusák, 2002).

Mezi neklasičtější chyby při vnímání a pozorování patří: **efekt stereotypu**, který znamená, že člověka hodnotíme podle příslušnosti ve skupině. Pokud zjistíme, do jaké skupiny člověk patří, okamžitě mu přiřadíme dané vlastnosti, které jsou pro tuto skupinu přikládány. **Efekt prvního dojmu**, u něhož si během několika vteřin utvoříme představu o pozorovaném. **Efekt implicitní (soukromé) teorie** se vyznačuje představou o člověku, který jsme si v průběhu života sami vytvořili. Každý z nás má představu, které vlastnosti se k sobě hodí a naopak ty, které se vylučují. **Efekt primárnosti** je založen na myšlence,

že informace, která k nám dojde jako první, je důležitější, než informace, které k nám dochází až po delší době (Vykopalová, 2000).

1.4 Kontakt s klientem

Při úplném začátku v zásadách komunikace s klientem je dobrý počáteční start. Dobrým startem se myslí navázání kvalitního kontaktu. Aniž bychom si toho mohli povšimnout, s lidmi můžeme být v různých kontaktech. Kopřiva (1997) dělí kontakt na konfrontační a vnímavý. Rozdíly jsou patrné tím, že s druhým člověkem můžeme být v kontaktu, který odpovídá konfrontaci, jsme tedy obrnění a opíráme se proti němu, přičemž vnímáme i malý nepatrný nátlak. Kontakt u druhého typu, vnímavý, popisuje jako zvědavost, otevřenost, co se uvnitř druhého člověka děje a probíhá. Vnímavý kontakt můžeme také popsat jako schopnost empatie. Schopnost porozumět lidem, vcítit se do jejich situace a umět si představit to, co se v duši druhého člověka odehrává. Umění napojit se na druhého jedince a vnímat jeho vnitřní svět. Mezi přijatelný a optimální počáteční kontakt v komunikaci s klientem je dle Kopřivy (2011) pojem “vnímavá přítomnost“. Slovo přítomnost zdůrazňuje, že je důležité, aby pracovník byl reálně přítomen a hlavně, aby jeho myšlenky neodbíhaly jinam. Důležité je si také rozložit energii, aby pracovník neusínal při komunikaci s klientem, nebyl unaven apod. U slova vnímavá, se nejedná pouze o neutrální bdělost, ale přítomnost a angažovanost, při níž vnímáme, jak se druhý člověk cítí, a přejeme mu jen to nejlepší.

1.5 Motivace klienta jako důležitá součást komunikace

Dle slov Hatla, Hartlové (2009) je motivace dynamický proces, při kterém je na úplném počátku jakási potřeba, která vzbuzuje v člověku určité chování, aby v dané situaci člověk naplnil právě takovou vytouženou potřebu, jakou momentálně jeho vnitřní já žádá. Jedná se o proces, ve kterém dochází k usměrňování, udržování, aktivizaci a energetizaci chování, který vychází z jedincových biologických potřeb. O uspokojování potřeb jedince můžeme říci, že probíhají v určitém čase. V daném intervalu, kdy je uspokojována jedna potřeba, se objeví potřeba další.

Motivování se přísluší u situací, kdy ten druhý pro nás žádanou věc udělat nemusí, pouze může. Motivování zahrnuje komunikační techniky, které můžeme popsat tak, že se jedná o proces, ve kterém pracujeme s psychikou toho druhého a metodou největšího

dobra právě pro něj. „*Komunikujme tak, aby druhý dospěl k pocitu, že vyhovět nám je pro něj celkově výhodnější než všechny ostatní možnosti*“ (Gruber, 2015, s. 46).

Kopřiva (1997) tvrdí, že v profesích, u kterých se nachází vazba pracovník – klient, hraje velmi podstatnou roli důležitý prvek. Jedná se o prvek lidskosti a vztahu s pomáhajícím profesionálem a jeho klientem. Pracovník se tak může snadno potkat s člověkem, který je v nouzi, problému či v postavení jakékoliv závislosti a musí umět s klienty pracovat a správně je motivovat. Podle vztahového vzorce, klient potřebuje pracovníkovi důvěřovat, necítit se na obtíž a ne být odsuzovaný. Je tedy jasné, že touží po přijetí, porozumění a spoluúčasti.

1.5.1 Praktické motivační techniky

Vcítění se do druhého – empatie je životně důležitá pro dobrou a kvalitní komunikaci dvou či více jedinců. Velká míra vcítění se do druhého je nutná především u komunikace, kde je potřeba přizpůsobit sociální, kulturní i intelektuální úrovni daného člověka na druhé straně. Podle slov Rosenbergera a Marshala (2008) máme často nutkání plést si empatii s touhou radit, ujišťovat a vysvětlovat své názory a pocity. Vcítění se do druhého naopak vyžaduje, abychom se pouze zaměřili na sdělení člověka vedle nás a dali mu dostatek prostoru a času, který potřebuje. „*Chcete-li druhého změnit, musíte jej co nejvíce poznat. Už proto, že lidé jsou různí, mají různé preference, různé žebříčky hodnot, na různé věci slyší*“ (Gruber, 2015, s. 46). K pojmu empatie se váže i druhá motivační technika – **čím méně mluvíme, tím lépe, alespoň více nasloucháme**. Jestliže mluvit musíme, **začněme tím, co primárně zajímá toho druhého**. V této metodě zle zjistit nejvíce spojnic mezi tím, co zajímá druhého, a tím k čemu ho vlastně chceme motivovat. **Nepřesvědčujme člověka, který je v psychickém uzavřeném stavu**. V této fázi je velmi důležité zvolit správné načasování, vhodné místo či další komunikační spojence, aby se jedinec dostal do stavu psychického otevření. Máme vyhráno, jestliže **objevíme ve druhém jeho „strunu“**. Jedná se slabost klienta k určitému tématu, o němž platí: „Nechce se mi s tebou bavit, ale když náhodou začneš o TOMHLE, získáš si mě!“ O této struně se dá ale říci, že její objevování není snadné a časově velmi náročné (Gruber, 2015).

2 Sociálně znevýhodněné prostředí

Jelikož je cílovou skupinou nízkoprahového zařízení pro děti a mládež především skupina ohrožena sociálně patologickými jevy ve společnosti, která vyplívá především ze sociálně znevýhodněného prostředí, tato kapitola se tedy bude primárně zabývat touto tematikou. Sociální znevýhodnění se může brát a pojímat z různých úhlů, které tato kapitola přesněji popíše a vysvětlí.

Berger (1999) popisuje sociálně znevýhodněné prostředí pro dítě a mládež jako období dlouhodobé, které se vyznačuje svým nízkým sociálním a ekonomickým statutem. Popisuje, že v tomto prostředí se často vyskytuje vysoké riziko nebezpečných vlivů pro bezpečný vývoj jedince. Po delším vlivu škodlivého prostředí, dítě nemá šanci se dostatečně rozvíjet a načerpat příslušné kompetence k životu a vzdělávacímu procesu. Vzdělávací proces v rámci sociálně znevýhodněného prostředí projednává především školský zákon. § 16 zákona č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání, který vymezuje tento pojem a vysvětluje kdy a za jakých okolností se dítě nachází v sociálně znevýhodněném prostředí. Jedná se tak o rodiny s nízkým socioekonomickým postavením a ohrožením sociálně patologických jevů, dítě nařízeno v ústavní výchově, uložena ochranná výchova. Za znevýhodnění ale také zákon považuje například neúplnou rodinu, nízký příjem rodiny, nízké pracovní postavení a vzdělání, nezaměstnanost, etnická menšina.

Sociální znevýhodnění se pojí s pojmem riziková mládež a sociální selhání. Tyto pojmy Matoušek (2003) pojmenovává jako způsob odchylky norem dané společnosti, kdy se riziková mládež může setkávat s disociálním, antisociálním nebo delikventním chováním. V této skupině se v rané dospělosti nejvíce vyskytují patologické fenomény brzkého těhotenství, nezaměstnaností, vznikem závislostí na alkoholu, gamblingu a nealkoholických drogách, ukončení povinného vzdělání či sebevražedného jednání.

Matoušek a Kroftová (1998) uvádí rodinu, školu a vrstevnickou skupinu jako nejdůležitější životní faktory každého jedince, obzvláště v období hledání vlastní identity a sociálního statusu. Rodina je v tomto období brána jako hlavní činitel veškerého dění v životě. Jestliže rodině selhávají její důležité funkce, umožňuje tak dětem lehce přejít k asociálnímu chování. Jestliže rodina nefunguje, adolescentovi ji nahrazuje vrstevnická skupina, která pro něj tvoří tu nejdůležitější sociální skupinu.

V dlouhodobém či trvalém sociálně znevýhodněném prostředí dochází podle Hirta (2006), k sociálnímu vyloučení. Sociální vyloučení chápe jako jev, kdy jedinec, skupina nebo komunita je vyloučena ze sociálních styků a běžných sociálních institucí. Sociální vyloučení neboli sociální exkluzi, nahrazuje také spojením sociální chudoba, která je jednak spojena s vyloučením z tržní ekonomiky a trhu práce, ale také vyloučení z kvalitní zdravotní péče, vzdělávání či bydlení. Mareš (2006) se shoduje s Hirtem (2006) a poji je společný názor, že sociální vyloučení se nevyznačuje pouze v dimenzi sociální, která je jakousi formou izolace od klasického kulturního a společenského dění. Vyloučení se totiž vyznačuje politickými a především i ekonomickými oblastmi. Jedinci jsou zvyklí na nízké příjmy, častou nezaměstnanost a nízkou životní úroveň.

3 Nízkoprahové zařízení pro děti a mládež

Tato kapitola bude pojednávat o sociální službě nízkoprahového zařízení pro děti a mládež, která je zakotvena v zákonu č. 108/2006 Sb. o sociální službě. Kapitola začne řešit problematiku vzniku a vývoje nízkoprahového zařízení pro děti a mládež (dále jen NZDM) v České republice, dále se zaměří na poslání a cíle této sociální služby. Dále se tato kapitola zaměří na cílovou skupinu a tudíž i uživatele sociální služby. NZDM je zřízeno na čtyřech nejdůležitějších zásadách, bez kterých by nemohlo fungovat, jedná se o nízkoprahovost, dobrovolnost, anonymita a bezplatnost. Součástí této kapitoly bude také náš hlavní cíl, ke kterému pomalu tato pasáž přichází, tím je přímá sociální služba NZDM v Mohelnici a Zábřehu – její nabízené služby a přístup pracovníků k jednotlivým klientům.

3.1 Vývoj nízkoprahových zařízení pro děti a mládež v České republice

Vývoj komplexní péče a sociální práce se zařazuje až k roku 1989, kdy se velké převratu začalo vyvíjet spoustu nových oborů, metod a praktik. Od tohoto roku se začalo mluvit o problematice rodin, dětí a mládeže. Podstatný rok pro NZDM je rok 1993, který začínáme brát jako jakýsi zrod myšlenky práce s mládeží. Vše začalo díky vzniku nového pojmu *Program sociální prevence*, jehož základem se o rok později vyčlenily pozice sociálních pracovníků, kteří se nazývali a byli bráni jako sociální asistenti. Sociální asistenti byli převážně v přirozeném prostředí u dětí a mládeže ohroženými sociálně patologickými jevy, tedy v ulicích, hřištích a sídlištích. Práce probíhala pouze v takových částech města, kde se měla riziková mládež nejvíce shromažďovat. Tuto funkci sociálního pracovníka můžeme dnes brát jako klasický terénní program sociálních pracovníků, neboli streetwork (Bednářová a Pelech, 2003).

Na povrch však vyplynulo, že sociální asistenti pracující pouze v terénním prostředí nemají žádné pracovní zázemí a své potenciální klienty nemají na co a kam odkazovat. Nudícím se dětem a mládeži neměli asistenti vesměs co nabídnout. Tato hypotéza byla odrazem toho, že společnost nebyla připravena na problematiku dětí a mládeže, které buďto nechtěli nebo neměli možnost navštěvovat běžná volnočasová zařízení, která měla stanovena jasná a pevná pravidla. Terénní práce se postupně začala

zaměřovat i na menšinu drogově ohroženou a potenciální závislostí. Začala spolupracovat se sousedním Německem a postupně se angažovala do nestátních organizací, díky kterým se od roku 1995 začalo nízkoprahové zařízení pro děti a mládež (NZDM) vznikat a vyvíjet (Čechovský a Racek, 2007).

Vznikla tak úplně první volnočasová centra, která měla za svůj hlavní cíl bezpečný prostor pro výše uvedenou cílovou skupinu. Centra vznikala převážně ve větších městech ČR a mnoho z nich již funguje doposud, tvořily jakousi základnu pro všechny budoucí zřizované NZDM (Klíma, 2009). Díky podpoře myšlenky terénní práce a podpoře tak dětí a mládeže potencionálně ohroženými patologickými jevy, vznikla v roce 1997 odborná a profesní organizace Česká asociace streetwork, která dodnes funguje jako kvalitní odvětví a zdroj sociální práce v České republice (Bednářová a Pelech, 2003). Z pohledu financování byla pro NZDM razantní změna v roce 2000, kdy byly nízkoprahové programy prosazeny do kontextu sociálních služeb MPSV, což jim umožnilo a dovolovalo využívat finance dané státem. Rok 2001 byl stěžejní právě v právním ukotvení NZDM a to z hlediska vytvoření standardů a měřítko kvality sociální služby (Čechovský a Racek, 2007).

Historicky nejdůležitějším mezníkem pro sociální služby se stal rok 2006, kdy byly veškeré sociální zařízení legislativně ukotveny zákonem č. 108/2006 Sb., o sociálních službách.

3.2 NZDM jako sociální služba

Jak již bylo výše zmíněno NZDM bylo zakotveno do právně společenské formy roku 2006 zařazením do zákona o sociálních službách č. 108/2006 Sb. A následně i do vyhlášky 505/2006 Sb. MPSV ČR (Herzog, Racek, in Klíma, ed. et al. 2009).

V průběhu fungování pracovní skupiny se rovněž objevuje termín „nízkoprahové zařízení pro děti a mládež“, jehož průkopníkem se stal Aleš Herzog. Tento pojem měl původně sloužit jako druh sociální služby, avšak později se ustálil, a jeho název zůstal do teď (Herzog, Racek, citováni v Klíma, ed. et al. 2009).

Herzog (2003) popisuje NZDM jako jakýsi komplex sociálních služeb, určený pro děti a mládež ve snadno dostupném a nejpřirozenějším prostředí. Principem této sociální služby nejsou finanční, psychologické, technické, fyzické ani časové nároky. Cílem je

vytvoření co nejvhodnějšího a bezpečného prostředí pro navázání kontaktu, klidnou práci s jednotlivci či skupinami, kteří nespádají do klasické a standardní institucionální pomoci, nebo ji aktivně příliš nevyhledávají a je u nich velký předpoklad nutnosti této druhu pomoci.

Podobně jako Herzog (2003) popisuje sociální službu NZDM Klíma (2003), který říká, že NZDM poskytuje službu sociálně ohroženým skupinám dětí a mládeže, neorganizovaným a vyznačujícím se alternativním specifickým stylem života, které se neztotožňují s klasickými a obvyklými společenskými stereotypy. Sociální služba je z hlediska její formy kombinovaná s terénní prací, která probíhá v nejpřirozenějším prostředí cílové skupiny.

Konkrétní pojem uceluje zákon o sociálních službách, který popisuje NZDM následovně: *„Nizkoprahová zařízení pro děti a mládež poskytují ambulantní, popřípadě terénní služby dětem ve věku od 6 do 26 let ohroženým společensky nežádoucími jevy. Cílem služby je zlepšit kvalitu jejich života předcházením nebo snížením sociálních a zdravotních rizik souvisejících se způsobem jejich života, umožnit jim lépe se orientovat v jejich sociálním prostředí a vytvářet podmínky k řešení jejich nepříznivé sociální situace.“* (Zákon 108/2006 Sb. § 62, odst. 1).

Zařízení NZDM poskytuje činnosti sociální služby podle §62 zák. č. 108/2006Sb., o sociálních službách a ve shodě s Pojmoslovím NZDM České asociace streetwork:

- a) výchovné, vzdělávací a aktivizační činnosti,
- b) zprostředkování kontaktu se společenským prostředím,
- c) sociálně terapeutické činnosti,
- d) pomoc při uplatňování práv, oprávněných zájmů a při obstarávání osobních záležitostí.

3.2.1 Poslání a cíle NZDM

Posláním všech NZDM je motivovat a podporovat děti a mládež k aktivnímu přístupu k životu, k řešení osobních problémů, zejména v období dospívání, prostřednictvím poskytovaných sociálních služeb ve městech. Obecným cílem NZDM je pomocí výchovných, vzdělávacích, motivačních a preventivně pedagogických činností podporovat úspěšné zvládnutí hlavních vývojových úkolů dospívajících, jako jsou každodenní přirozené situace, konfliktní situace, kontakt s vrstevníky, s dospělými,

vytváření vztahů a plnění povinností. Mladým lidem NZDM pomáhá při řešení problémů, se kterými se setkávají. Dalším z dílčích cílů je prevence vzniku rizikového chování (Pojmosloví NZDM, 2008).

Primárním cílem NZDM by dle Klímy (2003) mělo být růst socializačních příležitostí pro kvalitnější, zdravý a nekonfliktní vývoj a růst jedince v hledání alternativních možností řešit životní situaci. S Klímou (2003) sympatizuje také Šandora (2005), který tvrdí, že mezi nejdůležitější cíle NZDM patří minimalizace rizik týkající se kvality životního stylu dětí a mládeže. Podle Šandory (2005), je umožnění dětem a mládeži orientovat se ve svém sociálním prostředí, aby každý jedinec byl schopen řešit své nepříznivé životní a náhlé situace.

Hlavním posláním dle zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách uvádí NZDM jako službu sociální prevence, cílem této služby pomoc klientům s překonáváním situací, které sami nemohou zvládnout, v nichž se momentálně mohou nacházet či již nachází, a současně tak primárně chránit společnost před různými nežádoucími jevy. Hapalová (2017) uvádí navíc další ideální cíl, který říká, že NZDM musí vytvořit a zajistit vhodný prostor a podmínky pro adekvátní trávení volného času, aby se jedinec vhodně seberealizoval. V průběhu socializačně aktivizační činnosti také říká, že musí docházet k informační činnosti o různých možnostech vzdělání. Způsob komunikace a řešení problémů nabízí NZDM i ve službě alternativního trávení volného času. Pracovní skupina ČAS (2003) uvádí, že každé sociální zařízení musí mít písemně stanovené poslání, cíle a cílovou skupinu, které lze najít ve Standardech kvality sociálních služeb. Poslání by mělo konkrétně zahrnovat zdůvodnění a celkové vysvětlení existence konkrétní sociální služby.

Z těchto výše popsaných termínů lze říci, že NZDM usiluje o primární i sekundární prevenci, snižuje sociálně patologické jevy, minimalizuje sociální vyčlenění a celoplošně funguje jako osvěta pro děti a mládež v dostupných městských podmínkách. Obecně tedy můžeme shrnout cíle NZDM následovně. Poskytovat uživatelům individuální podporu tak, aby se dokázali vyrovnat s obtížnými životními událostmi a naučili se tyto situace řešit vlastními silami a prostředky. Mít pravidelný kontakt s uživateli a potencionálními uživateli služby. Podpora aktivního a smysluplného trávení volného času prostřednictvím nabídky volnočasových aktivit a akcí. Podpora při plnění školních povinností. Vhodnou a srozumitelnou formou podávat uživatelům aktuální

informace týkající se prevence rizikového chování mládeže a sociální začlenění dospívajících do skupiny vrstevníků a společnosti.

3.2.2 Cílová skupina NZDM

Zákon č. 108/2006 Sb. popisuje a říká, jaká cílová skupina do NZDM měla či neměla všecko zapadat. Každé nízkoprahové zařízení si ale může definovat jistou cílovou skupinu podle svého zvážení. Přesněji podle toho, na jakou cílovou skupinu se bude zaměřovat její činnost, která bude vycházet z podmínek a prostředí na daném území a v dané lokalitě. Cílová skupina je poté zapsána do Standardů kvality sociální služby a přesněji popsána. Zákon č. 108/ 2006 Sb., o sociálních službách dále uvádí, že cílovou skupinou NZDM by měli tvořit děti a mládež ve věku 6 až 26 let, kterou jsou nebo mohou být ohroženy společensky nežádoucím prostředím. Dle výše uvedeného zákona můžeme také rozdělit cílovou skupinu do dvou kategorií na základně primárních a sekundárních znaků. Do klasické primární kategorie řadí primární znaky jako je věk, pohlaví, etnická menšina a národnost a k sekundárním znakům připisuje vysvětlení, proč je konkrétní osoba potenciálním klientem či klientem NZDM a co všechno danému jedinci může sociální služba NZDM nabídnout.

Většinová charakteristika dětí a mládeže je následující. Cílová skupina dětí a mládeže, která dochází do NZDM jsou převážně žijící na území daného města, či jeho okolí a jsou ohroženi sociálním vyloučením, společensky nežádoucími jevy nebo negativní stigmatizací vzhledem k jejich etnické příslušnosti. Děti a mládež neznají způsob, jak smysluplně a adekvátně trávit svůj volný čas. Ocítají se v krizové situaci, se kterou si sami neumí poradit a potřebují radu staršího, potřebují podporu, pomoc, či doporučení jiné služby, která by mohla v daném ohrožujícím momentu nápomocna. Mládež mající zájem jakékoli změny ve svém životě a to v oblastech, které vnímají jako nevyhovující pro svoji osobnost, například si najít nové kamarády, dosáhnout lepších výsledků ve škole nebo zjistit možnosti a nové alternativy, jak trávit svůj volný čas nerizikovým způsobem (Herzog, 2003).

Další teorií o cílové skupině uvádí ve své knize Klíma (2004), který píše, že pracovníci NZDM se nikdy nemohou setkat s jasně vymezenými znaky cílové skupiny. Je to z důvodu velmi různorodých návštěv potencionálních klientů a velmi proměnlivého uskupení všech adolescentů, mezi kterými lze jen velmi těžko najít společné znaky. Jedná se totiž o příliš neformální skupiny, které společně tráví svůj volný čas na

nejzajímavějším a nejoblíbenějším místě, kde společně realizují různé formy zábavy, které ne vždy musí být v souladu se společenskými normami. Herzog (2003) dále uvádí další důležitý znak cílové skupiny, kdy jedinec by měl být schopen přijít s určitou zakázkou, čeho si žádá a na které by měl soustavně pracovat za pomoci pracovníků NZDM. Aktivní zakázka tedy může být trávení volného času, ale i pomoc při řešení různých problémů v životě jedince a otevření v přístupu k životu a jeho motivaci.

Velmi podstatným a určujícím znakem pro cílovou skupinu NZDM uvádí Herzog (2004) ve své další knize. Jedná se o skupinu, která má životní obtíže či různorodé konflikty se společensky uznávanými normami a celkově tak i se sociálním okolím. Podle Herzoga (2004) je tento fakt primární a nejčastější charakteristikou celé cílové skupiny pro NZDM. Tato skupina dětí a mládeže zažívá ve svém životě komplikované životní události, kterou mohou přicházet z rodiny (rozvod rodičů, časté stěhování, život v azylových domech) nebo také ze školy (záškoláctví, nezvládnutí učiva..). Dítě či mládež se tak může snadno ocitnout v konfliktní životní situaci (konflikty v lokalitách a skupinách, delikventní chování) a s negativní zkušeností (zkušenosti s návykovými látkami, předčasným sexuálním životem či šikanou).

3.2.3 Zásady poskytování NZDM

Základním principem poskytované služby NZDM je princip *nízkoprahovosti*, který založen na čtyřech zásadách. „*Nízkoprahovost znamená, že sociální služba se snaží odstraňovat technické, psychologické a sociální překážky, které by mohly bránit naší cílové skupině ve vstupu do NZDM. Jde především o to, aby zařízení bylo vnímáno jako bezpečné útočiště a prostor, ve kterém je klientům dobře. Navíc by měli mít klienti pocit, že se mohou zapojit do nabízených činností a využít tak svůj potenciál, kde budou přijati jak ze strany svých vrstevníků, tak ze strany pracovníků*“ (Herzog, 2003, s. 83).

Zemanová a Dolejš (2015) popisují podobně zásady nízkoprahovosti jako Herzog (2007). Shodují se společnou myšlenkou, která popisuje čtyři faktory hledisek NZDM a to na prostorové, časové, sociální a psychologické. Prostorové hledisko popisují tak, že NZDM by mělo být umístěno co nejlépe v dostupném prostoru s co nejsnadnějším přístupem. Klub by měl být umístěn nejlépe na místě, kde se cílová skupina nejvíce vyskytuje (hřiště, sídliště, parky, centrum). Časové hledisko by mělo podle Herzoga (2007) vycházet z potřeb klientů. Jelikož se dá předpokládat, že většina klientů studuje nebo už pracuje, je na prvním místě, aby klub byl otevřen v době odpolední až pozdní

odpolední (cca od 12 – 18 hod), tento čas by měl být stabilní a neměnný. Psychologické hledisko řeší vnímání klienta NZDM, ať už se jedná o chování pracovníků, bezpečný prostor, prostředí a kultura klubu. U sociálního hlediska poukazuje Zemanová a Dolejš (2015) na běžné prostředky a možnosti klienta. NZDM musí být tudíž připraveno na všechny druhy společenských vrstev, které do NZDM zavítají. Další podstatné zásady uvádí také zákon č. 108/ 2006 Sb., o sociálních službách, který popisuje:

- **Anonymitu:** Každý uživatel služby má právo zůstat v anonymitě, pracovníci získají jen ty údaje uživatele, které jsou nezbytné pro poskytování odborných a kvalitních služeb. Uživatel je vždy informován, jak s těmito údaji pracovníci nakládají.
- **Bezplatnost:** Veškeré základní činnosti služby jsou bezplatné.
- **Dobrovolnost:** Uživatelé mohou pobývat v klubu bez podmínky podílení se na aktivitách klubu. Nevyžaduje se pravidelná docházka do zařízení, uživatelé mohou odcházet a přicházet do klubu v rámci provozní doby podle svého uvážení. Každý uživatel se sám rozhodne, zda chce pomoci a jak bude svou situaci řešit.

3.3 Služby poskytující NZDM

Veškeré služby a činnosti, které by NZDM mělo poskytovat, jsou uloženy v zákonu č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, které avšak více a blíže charakterizuje vyhláška č. 505/2006 Sb. Nabízené služby vyhláška rozděluje do základních skupin, které jsou stanoveny v obecné pracovní verzi Standardů všech NZDM. Základní skupiny, které uvádí vyhláška č. 505/2006 Sb. tedy jsou: volný vstup a pobyt v zařízení, volnočasové aktivity, sociální služby (kontaktní práce, situační intervence, sociální poradenství, doprovodné aktivity a pomoc v krizi), preventivní, výchovné a pedagogické programy. Další podobné rozdělení, které uvádí Klíma (2003) jsou: výchovné, vzdělávací a aktivizační činnosti, zprostředkovávání kontaktu se společenským prostředím, sociálně terapeutická činnost a pomoc při uplatňování práv, oprávněných zájmů při obstarávání osobních záležitostí. O těchto činnostech bude dále podrobněji pojednávat následující kapitola.

3.4 NZDM v Mohelnici a Zábřehu

Nízkoprahové zařízení v Mohelnici a Zábřehu se stalo v Mohelnici i Zábřehu ambulantní sociální službou v roce 2013. Služba spadá pod Společnost Podané ruce o. p. s., jejímž ředitelem je Mgr. Jindřich Vobořil, Pg. Dip. Společnost Podané ruce o. p. s. je velká obecně příspěvková společnost, která působí ve třech krajích (Jihomoravský, Zlínský a Olomoucký kraj). Vizi Společnosti je vzájemná podpora a přispívání k humanistickým myšlenkám. Působí v oblastech ochrany lidského práva, rozvoji celé společnosti a její kultury, a ve vytváření bezpečného prostoru na sebeurčení. Hlavním cílem celé Společnosti je poskytovat co nejkvalitnější sociální služby v nejrůznějších oblastech prevence a léčby (návykové chování, duševní hygiena, postpenitenciární služby, programy pro děti a mládež a další). Základní tematika a činnost pracovníků Podaných rukou je: alkohol, drogy, hazard, bydlení a dluhy, děti a mládež, konflikt se zákonem, noční život a prevence, terapie a léčba (Výroční zpráva SPR, 2018).

Nízkoprahové zařízení v Mohelnici a Zábřehu funguje jako jedna služba, která působí ve dvou městech. Tato služba momentálně zaměstnává pět pracovníků, kteří se střídají v obou městech. NZDM má celkově 160 aktivních klientů, kteří navštěvují ambulantně tuto službu. Ve službě dále figuruje jedna vedoucí a dva její zástupci na každé město. NZDM na svých internetových stránkách (dostupné z <https://podaneruce.cz/centra-sluzby/nzdm-mohelnice-zabreh/#kontakty>), dále uvádí, že nabízí pestrou škálu volnočasových aktivit, workshopů, přednášek a výletů. Hravou a zábavnou formou podávají potřebné informace o nejrůznějších tématech. Tato služba je bezplatná, dobrovolná, anonymní a poskytuje sociální poradenství, pomoc v krizové situaci, doučování a jiné, viz níže. Na svém atraktivním letáčku (příloha č. 1) služba dále rozepisuje možnosti volnočasových aktivit (stolní fotbal, kulečnick, ping pong, internet a PC. Ptá se také svých potenciálních klientů, zda se nenudí, nepotřebují pomoci nebo je něco netrápí (leták NZDM – příloha č. 1).

3.5 Služby, které nabízí NZDM v Mohelnici a Zábřehu

Veškeré služby, které NZDM v Mohelnici a Zábřehu nabízí, jsou podrobně popsány v Operačním manuálu NZDM v Mohelnici a Zábřehu (2020), které vychází z §62 zákona č. 108/2006 Sb., sociálních službách a jsou ve shodě s Pojmoslovím NZDM

České asociace streetwork (2008). Při poskytování této sociální služby se pracovníci NZDM snaží o vytvoření takových podmínek, aby osoby, kterým službu poskytují, mohly uplatnit vlastní vůli při řešení jejich nepříznivé životní situací a mohly tak jednat na základě svých rozhodnutí.

Při práci s klientem (také se používá termín uživatelem služby), NZDM respektuje individualitu každé jedince. Respekt je založen na právu každého člověka ve svém životě chybovat, ale také přijímat a pracovat s riziky a následky svého chování a vzít si z důsledků ponaučení a příklad. NZDM dbá na právo, potřeby, rozhodnutí, názory i zájmy všech jedinců, respektuje u každého životní styl a schopnost řešit náročné životní situace po svém.

Důraz je kladen na vzájemný dialog pracovníka s klientem. Pracovníci NZDM informují potenciální klienty o široké nabídce služeb, informace jsou předávány srozumitelným způsobem. V rámci pravidelného setkání NZDM podporuje a povzbuzuje klienty služby k formulaci jejich přání a cílů, za jakým účelem do zařízení chodí (individuální plán klienta). Posiluje tak klientovu silnou stránku, rozvíjí jeho schopnosti a dovednosti, podporuje klienty v tvorbě vlastních názorů a vítá nové návrhy, nápady na aktivity a činnosti (Česká asociace streetwork, 2008).

Kritéria:

- Jednání se zájemcem o službu.
- Vytváření individuálních plánů.
- Uživatelé mají možnost podílet se na tvorbě programu NZDM (volnočasové a vzdělávací akce a aktivity).
- Uživatelé mají možnost se vyjadřovat k chodu, nedostatkům a inovaci NZDM (formou rozhovorů, podávání přání a stížností).
- Pracovníci informují o záměrech a novinkách (např. změny pravidel, dočasná opatření) a uživatelé se mají možnost k nim vyjádřit.

3.6 Poskytované služby

Nízkoprahová zařízení mají obecně danou strukturu, které služby mohou svým klientům poskytnout a které naopak poskytnout nemohou. V tomto případě by každá sociální služba měla spolupracovat s ostatními sociálními službami. Je to z důvodu

vzájemné podpory a odkazování svých klientů na zařízení, která jsou pro ně momentálně přístupnější a vhodnější. Každé NZDM si navíc může své služby drobně poupravit, a to díky svého operačního manuálu.

3.6.1 Kontaktní práce

„Jedná se o specifický druh kontaktu s uživatelem, který má za cíl vytvořit dostatečnou vzájemnou důvěru a podmínky potřebné pro rozvíjení kontaktu a poskytování dalších služeb“ (Pojmosloví NZDM, 2008, s. 5). Společné hledání a upevňování si pozic ve skupině je převážně nejdůležitější část v komunikaci uživatele a pracovníka. Aby služba fungovala jak má, je důležité, aby se uživatel naučil využívat existujícího množství nabídek služby. Kontaktní práce se musí zajímat, proč přichází do sociální služby přišel a v čem mu služba jako celistvá může pomoci. Klíma (2003) do kontaktní práce řadí také konkrétnější typy nabídky služby. Do kontaktní práce by podle něj měl být na prvním místě zařazen **kontakt**. Běžný sociální kontakt pro rozvoj a budování důvěrného vztahu, který je základem pro kvalitní poskytování sociální služby. Svoboda (2007) navíc popisuje kontakt tak, že díky pravidelnému a rovnoměrně si budujícímu důvěrnému vztahu, se utváří dlouhodobý a kvalitní kontakt, což vede ke zkvalitňování celé sociální služby. Se Svobodou (2007) se shoduje Herzog (2003), který navíc doplňuje kontakt s volnočasovou aktivitou, díky které, uživatel vyplní prázdný čas, a současně tato **volnočasová aktivita** patří jako princip nejdůležitějšího navázání vztahu s uživatelem, který také rozvíjí jeho schopnosti a dovednosti. Dlouhodobý kontakt, kontaktní práce a volnočasová aktivita v bezpečném prostředí NZDM navíc přispívá k dobré komunikaci uživatelů vyjádřit své potřeby (případné problémy) a následně je i řešit (Zimmermanová, 2008).

3.6.2 Kontakt a práce přes sociální síť, telefonní a korespondenční kontakt

Jedná se o specifický druh kontaktu s uživatelem služby, kdy pracovník respektuje potřebu uživatele nebýt v kontaktu tváří v tvář. Slouží k podpoře vzájemné důvěry a rozvíjení kontaktu s uživatelem pro budování zájemů poskytování dalších služeb. Pracovník si s uživatelem z většiny důvodů píše, jelikož je klient na internátu, na kolejích, u prarodičů, při nemoci, nebo také korespondenčně do vězení. Pracovník při kontaktu dbá zásady etického kodexu, odpovídá vždy z pracovního Facebooku NZDM MZ, adresy NZDM popřípadě e-mailu, pracovník nepoužívá soukromé e-maily, osobní adresu nebo svůj facebookový profil.

Doporučení pro pracovníky v rámci internetové odpovědi jsou následující: Pracovat s informacemi, které má pracovník k dispozici, respektovat zakázku uživatele, odpověď přizpůsobit věku a stavu uživatele, jádrem odpovědi může být shrnutí a zhodnocení situace či stručné odborné vyjádření k problému, podnět k řešení, rozšíření úhlu pohledu uživatele. Nedávat zaručené rady a postupy, ošetřit emoce uživatele, ocenit, podpořit, otevřít možnost obrátit se na službu NZDM znovu, doporučení jiného odborného pracoviště (Operační manuál NZDM v Mohelnici a Zábřehu, 2020).

3.6.3 Sociálně terapeutická činnost

Sociálně terapeutická činnost se v NZDM odehrává formou socioterapie, která je uvedena ve vyhlášce 505/2006 Sb. Tato činnost se především odehrává ve formě rozhovoru s uživatelem služby v individuálních prostorách NZDM, které slouží speciálně k těmto účelům. Pracovník musí vyhodnotit situaci, nabídnou širokou škálu rad a informací k jejich postupnému řešení a odbourání daných potíží (podaneruce.cz, 07. 04. 2020). Jde o řešení aktuálních problémů a zvyšování kompetence uživatele tyto problémy řešit. Poradenství v NZDM je nejčastěji prodiskutováno z hlediska problematiky vztahů a prvních lásek, rodiny a rodinného zázemí, sexu a ochrany, návykových látek a experimentací, školy, finanční situace, nevyužití volného času, sociálně právních úkonů a dalších aktuálních témat uživatelů (Pojmosloví NZDM, 2008).

Principy poradenství jsou: anonymita, dobrovolnost, odbornost, nezávislost, nestrannost, bezpečnost, komplexnost, dodržování práv uživatele, respektování individuálních potřeb uživatele, respektování přání a volby uživatele, zachování důstojnosti, zachování mlčenlivosti a bezplatnost (Herzog, 2003).

Důležité kroky a zásady při poradenství:

- Záleží pouze na uživateli služby, jak on sám se rozhodne situaci řešit. On jediný nese zodpovědnost za své konání.
- Uživatel služby by měl znát důsledky svého chování. Pracovník nabízí radu, jak změnit chování uživatele s cílem zlepšení následků.
- Uživatel vždy sám rozhoduje, zda radu využije, nebo nevyžije.
- Uživatel si vybírá, jak bude jednat. Pocit jisté svobody či alespoň jednání bez nátlaku zvyšuje pravděpodobnost správné volby.
- Poradce sděluje svůj názor, má ale také právo nevědět.

- Pracovník podporuje sebedůvěru uživatele, která je klíčová pro jakoukoliv změnu.
- Pracovník musí jevit a mít skutečný zájem o uživatelův život a s tím související i jeho problémy. Musí být tedy empatický.
- Žádná bagatelizovat ani dramtizace, klidné prostředí je základ.
- Jasně shrnutí toho, co osoba vyjádřila verbálně i neverbálně.

Nevhodné postupy v poradenství:

- Pracovník pojmá hodnotící stanovisko v situaci uživatele.
- Vysvětlení situace a porovnávání s pracovníkovým přístupem.
- Rychlé odbití uživatele služby uspokojující odpovědí bez potřebných informací
- Nedostatečná nabídka postupů směřujících k vlastnímu sebepoznání.
- Nálepkování uživatele služby.
- Pracovník by neměl volit nadměrně aktivní ani pasivní přístup k práci s uživatelem.
- Uživatele nekárá, netrestá ani si nevyřizuje účty z hlediska spravedlnosti (Matoušek a Hartl, 2003).

Dle Bednářové a Pelecha (1999) se do sociálně terapeutické činnosti také řadí služba **pomoc v krizi** či **krizová intervence**, kterou definují podobně jako Pojmosloví NZDM (2008) „*Jde o diagnosticko-terapeutický přístup přispívající ke zvládnutí psychické krize. Může jít o pozorování chování uživatele s důrazem na posouzení aktuálního psychického stavu, rozhovor směřovaný k základní orientaci v příčinách krizového stavu, cílenou intervenci zaměřenou na zvládnutí potíží. Intervence obsahuje také návrh opatření*“ (Pojmosloví NZDM, 2008, s. 6). Jedná se tedy o okamžité sociální řešení a zásah do situace, za účelem vyřešení krize v životě uživatele. Pomoc v krizi lze chápat jako krátkodobá záležitost, která lze vyřešit jedním sezením, ne vždy tomu tak ale bývá.

Postup pomoci v krizi:

- Pracovník musí vytvořit bezpečný prostor pro uživatele služby, aby v něm mohl bez obav projevit své emoce.
- Podpora ze strany pracovníka při ventilaci emocí a negativních zážitků.
- Citlivé mapování situace a nabídka podpory.

- V případě potřeby, adekvátní předání do návazné péče psychologa, psychiatra, centra krizové intervence či jiného zařízení nebo doprovodem, jedině pod svolením uživatele služby.

3.6.4 Informační servis

Uživatel je pracovníkem aktivně osloven s nabídkou informačního servisu, nebo jsou informace podávány na základě vyjádřeného zájmu uživatele (pracovník se uživatele ptá, zdali mu může poskytnout nějaké informace).

Cílem je zlepšení informovanosti uživatelů vedoucí ke snížení rizik spojených s výskytem společensky nežádoucího chování v období dospívání (Zimmermanová, 2008).

Prostředky informačního servisu:

- Běžný rozhovor pracovníka s uživatelem služby, diskuze, cílená volnočasová aktivita.
- letáky, plakáty, brožury apod.,
- internet (Facebook).
- nástěnka.

Tematické okruhy informačního servisu

NZDM se snaží reagovat na podněty a zakázky svých klientů. Informační servis je tedy různorodý a vykonává zpětnou vazbu pro klienty, kteří se chtějí dozvědět více informací o tématu, který je pro ně nejaktuálnější.

Informace o závislostech

Pracovníci NZDM mají znalosti týkající se nejen rizik spojených se závislostmi a užíváním drog, ale také informace o pravidlech bezpečného užívání drog (především marihuana, alkohol, tabák, extáze, halucinogeny apod.). Tyto informace mají pracovníci za povinnost předávat uživatelům co nejčastěji (pokud možno atraktivní, pro uživatele přijatelnější formou).

Informace o bezpečném sexu

Uživatelům musí být dostupné veškeré informace o rizicích nechráněného pohlavního styku i jiných formách sexuálních kontaktů. Je třeba s nimi bez zábran a

předsudků hovořit o všem, co se sexuálními praktikami souvisí. Nejen o nebezpečích vyplývajících z nedostatečné ochrany, ale i o formách a způsobech styku. O tom, jaké jsou prostředky ochrany proti pohlavně přenosným chorobami, jaké existují druhy antikoncepce, jaké jsou možnosti a prostředky testování zdravotního stavu a o plánovaném rodičovství. NZDM nabízí uživatelům služby starších patnácti let službu podání kondomů či těhotenských testů.

Informace o škole

Uživatelům jsou podávány informace o možnostech dalšího vzdělání, výběru školy, praktickém významu vzdělání, rizicích záškoláctví, problematice šikany, vztazích učitel – žák, vztazích mezi spolužáky a o právech studenta.

Informace o dospívání

Vztahy s rodiči, přátelské, partnerské vztahy – uživatelé v období pubescence a adolescence řeší specifické otázky týkající se vztahů. Navazují první partnerské vztahy, setkávají se s prvním zamilováním a zklamáním, řeší otázky týkající se sexuálního života, mohou u nich nastat problémy v rodině a v komunikaci mezi nimi a rodiči. Pracovníci předávají informace týkající se navazování vztahů, jejich udržení, podpory sebereflexe, podpory nahlížení na situaci z pohledu druhých. Přitom volí nenásilný způsob předávání informací v případě, že o ně uživatelé projeví zájem, nebo informace vkládají do diskuse a vždy vytváří pro uživatele prostor volby, nepředkládají mu dané informace jako jediné platné. Seznamují uživatele s možnými riziky a možným vývojem a nechávají na něm, aby si zvolil způsob řešení.

Tělesná proměna – uživatelé v období pubescence a adolescence prochází velkými změnami, se kterými se musí vyrovnat. Je to jeden z úkolů dospívání a každý jím prochází svým specifickým způsobem. Pracovník nabízí podporu a informace pro uživatele týkající se jeho tělesné proměny. Nabízí uživatelům informace, kterými si klade za cíl předcházet vzniku rizikového chování, jako jsou například poruchy příjmu potravy a negativní sebehodnocení na základě přijetí modelu vnucovaného hromadnými sdělovacími prostředky jako ideál krásy. Pracovník nabízí podporu a pomoc. Informace, které předává uživatelům, uzpůsobuje věku uživatele a jeho individuálním schopnostem chápat pojmy. Nenutí uživatele bavit se o tématech, které jsou uživateli nepříjemná a očividně v něm vzbuzují negativní pocity. Pracovník reaguje na aktuální potřeby uživatelů, upozorňuje na možná nebezpečí a podporuje je v sebepřijetí.

Emocionální změny – uživatelé prochází v období pubescence a adolescence proměnou emocionálního prožívání, které je v tomto období daleko intenzivnější. Pracovník nabízí uživatelům informace pomáhající zvládat výkyvy nálad, přijmout zvýšenou citlivost a učit se s ní pracovat.

Informace o uplatnění se na trhu práce

Uživatelům jsou poskytovány informace, kde a za jakých podmínek je možné si dojednat pracovní poměr nebo brigádu (pracovní agentury, inzerce, internet).

Informace o páčání delikventní a predelikventní činnosti.

Uživatelům jsou poskytovány informace o stávajících právních normách, možných postizích za spáchání trestného činu nebo přestupku, o průběhu trestního řízení a orgánech činných v trestním řízení atd. Pro zajištění kvalitního předávání těchto informací uživatelům je potřeba, aby pracovníci sami disponovali těmito znalostmi, byli schopni si je dohledat a zvládli hovořit o výše uvedených tématech bez zábran a tím eliminovali jejich další tabuizaci a napomáhali odstraňování stigmatizujících předsudků (Operační manuál NZDM v Mohelnici a Zábřehu, 2020).

3.6.5 Doučování

Doučování by mělo být předem domluvené, aby se pracovník NZDM na danou problematiku mohl předem připravit (není jisté dané, že pracovník bude jisté látce rozumět). Základní formou doučování je v NZDM převážně individuální a krátkodobé. Vysvětlení dané látky, pomoc s domácími úkoly, pomoc s tvorbou projektu a referátu (Pojmosloví NZDM, 2008).

3.6.6 Situační intervence

Pracovník využívá diskuze individuálně či skupinově jako prostředek k reflexi momentální situace. Vstupuje do interakcí a přináší nové pohledy na věc. Pracovník používá při situační intervenci různé techniky sociálně pedagogické práce a vytváří tak co nejefektivnější výchovně působící prostředí (Pojmosloví NZDM, 2008).

Další významná služba, kterou NZDM nabízí je **doprovod či zprostředkování další návazné služby**. Pracovník neřeší situaci za uživatele služby, projednává s ním pouze možné řešení a celkový vývoj jeho zakázky. Podle přání uživatele může pracovník sledovat celkový vývoj a situaci, zdali nedochází k jeho porušování základních práv. U

jednání se pracovník NZDM musí představit a předložit jeho služební, aby mohl fungovat jako nezávislá třetí strana. Tuto službu mohou využívat uživatelé služby jako doprovod na úřady, k lékaři, na policii či do jiných podobných zařízení (Vyhláška č. 505/2006 Sb.). **Práce s blízkou osobou** funguje na podobném principu, kdy uživatel služby musí výslovně souhlasit s tímto druhem pomoci. Po vysloveném souhlasu může pracovník NZDM podat blízké osobě (rodina, partner) informační servis o druhu zakázky či sociální poradenství (Pojmosloví NZDM, 2008).

3.6.7 Volnočasová aktivita

Volnočasová aktivita patří mezi nejzákladnější a nejrozšířenější druh služby NZDM, kterou využívá stále více uživatelů. Uživatel si sám zvolí z široké nabídky volnočasových aktivit a z vlastní vůle se zapojuje do některých z nich. Pracovníci přicházejí s novými nápady, jak trávit adekvátně, preventivně a zábavně volný čas na klubu v NZDM. Aktivita zaměřené na budování vztahu s uživateli, rozvíjení schopností a dovedností v určitých oblastech. Hry jsou zaměřeny na rozvoj hrubé a jemné motoriky, rozvíjení psychosociálních dovedností (komunikace, naslouchání, vyjadřování názorů...), podporu zdravé soutěživosti, podporu kreativity a fantazie. Rozvoj strategického uvažování, logického myšlení, trénování paměti, zlepšování finanční gramotnosti atd. Každá hra má svá specifická pravidla, která napomáhají k dodržování pravidel ve společnosti (normy, zákony...). Hry mohou být iniciovány oběma stranami, jak uživatelem, tak pracovníkem. Mezi nejúspěšnější aktivity patří hry stolní, u kterých uživatele musí zapojovat svoji fantazii, kreativitu, zručnost a mozek. Skvělá metoda k trávení volného času jsou také hry pohybové, při kterých lze lehce navázat kontakt, stolní fotbal, vzdušný hokej, ping pong, kulečnick, šipky, kuželky a jiné (Herzog, 2003). V této moderní době jde uživatelům služby o trávení volného času také u PC a dalších moderních technologií. Uživatelé služby mohou také využívat hudební či zvukové nástroje – mikrofon, mixážní pult, bubny, kytara, klávesy (Pracovní skupina pro definování NZDM, 2007). NZDM v Mohelnici a Zábřehu se také snaží jezdit každoročně na výlety mimo NZDM, které jsou každoročně odvíjeny od datací MPSV a kraje. NZDM v Mohelnici a Zábřehu za dobu své existence navštívilo různé druhy výletů (jump park, laser game, motokáry, adrenalin park, výšlap do Jeseníků, ZOO, lanové centrum a mnoho dalších).

3.6.8 Akce výchovné a vzdělávací

Akce výchovné a vzdělávací mají krátkodobý charakter a v mnoha případech se jedná o jednodenní aktivitu realizovanou pracovníky NZDM, externím pracovníkem, nebo samotnými uživateli. Tato akce je organizována či spoluorganizovaná ze strany pracovníka NZDM.

3.6.9 Preventivní výchovné a pedagogické programy

Jak už z názvu vyplývá, jedná se o programy, které slouží k prevenci sociálně patologických jevů u dětí a mladistvých. Tyto programy se mohou také nazývat jako tematické bloky, díky specifčnosti a potřebnosti pro daný čas a danou cílovou skupinu. Program je vždy předem připraven pracovníky NZDM, je zaměřen na jedno specifické téma, které je delšího charakteru. Cílem je preventivně, výchovně a pedagogicky působit na chování jedné cílové skupiny, kdy pracovníci podporují zdravý vývoj osobnosti dítěte. Obecně se využívají různé prostředky k pomoci a realizaci daných témat, jako jsou například besedy, diskuze, workshopy či hry. Témata většinou vychází z potřeb uživatelů a mohou být různorodého spektra. Typickým příkladem mohou být programy o gamblingu, závislostech, šikaně, sexu, sociálních sítích a mnoho dalších (Pojmosloví NZDM, 2008).

3.7 Streetwork

Streetwork neboli terénní práce na ulici je jeden z mnoha způsobů, jak sociální služba a její pracovníci získávají přehled o dění v dané lokalitě (monitoring). Získávají také nové kontakty potenciálních uživatelů služby a staré kontakty, již známých klientů NZDM. I když Zimmermanová (2008) doporučuje streetwork jako terénní formu zvláště oddělenou od formy ambulantní, klasické v NZDM, a to z důvodu většího účelu a důvěrnosti klientů. Mnoho NZDM tuto formu sociální práce využívá jako jakýsi nad rámec a ve většině případů je terénní forma jeho součástí. Pracovníci jsou tedy chápáni jako streetworkeri součástí ambulantní formy sociální služby NZDM.

Terénní práci můžeme chápat jako nízkoprahovou činnost, převážně sociálních pracovníků, kteří mohou díky své široké a rozmanité nabídce umožnit pomoc dětem a mládeži, kteří se nacházejí ve svízelné životní situaci. Této skupině může nabídnout širokou škálu volnočasových aktivit, informační servis či poradenství o nejrůznějších

tématech mladistvých (Bednářová, 2003). Terénní sociální pracovníci vcházejí do prostředí, která jsou přirozená dětem a mládeži trávící většinu času mimo svůj domov. „Jedná se o tzv. *monitoring*, kdy pracovník neprochází pouze jednou nejbližší lokalitou blízko NZDM, ale také místa, kde by podle jeho zvážení mohla trávit svůj volný čas *potencionální cílová skupina*“ (Bednářová, 2003, s. 174). Nejčastějším příkladem jsou tedy sídliště, hřiště, parky, podchody, nádraží a opuštěná stará místa.

Černá (2008) uvádí, že hlavním cílem terénních pracovníků je prevence, která vychází z informačního servisu o možnostech a aktivitách klienta, a o co největší zmírnění nerovnosti k přístupu vzdělávání. Úkolem streetworkera je taktéž tolerování a akceptování životního stylu a chování potenciálního klienta služby.

Velmi důležitou rolí v terénní práci je zdravá komunikace, a to především ta první. Pracovník sám rozhodne a určí, co je pro jeho práci nejvíce přínosné, bezpečné a s kým začne komunikovat. Pracovník buďto sám osloví jako první, jednotlivce či menší skupinu, nebo může využít k navázání nových kontaktů tzv. třetí osobu, se kterou se již v minulosti setkal. Další možností také může být pasivita pracovníka v daném prostředí, ve které hraje čas a splnutí s potenciální cílovou skupinou velkou roli. U terénní práce taktéž platí princip dobrovolnosti, respektu a anonymity (Černá, 2008). Streetworker by měl dětem a mládeži ukázat nové pohledy na problematiku, různou tematiku a celkový svět. Měl by být jakýmsi vzorem a příkladem ke správnému životnímu stylu. Nikoli však nesmí poučovat, napomínat a rozkazovat. Jelikož on sám je v cizím a pro jeho cílovou skupinu přirozeném prostředí, ve kterém se skupina musí cítit dobře (Zimmermanová, 2008).

3.8 Pracovník NZDM

Dle zákona č. 108/2006 Sb., o sociálních službách může NZDM zaměstnat pracovníka v sociálních službách (kontaktní pracovník) nebo sociálního pracovníka, který má odbornou způsobilost k výkonu tohoto povolání. Jedná se tak o vzdělání vyšší odborné podle akreditace zvláštního právního předpisu v oborech zaměřených na sociální práci, sociální politiku a pedagogiku, charitativní a právní činnost. Další vysokoškolské vzdělání získané studiem v bakalářském, magisterském nebo doktorském studijním programu zaměřeném na sociální práci a její podobné. Zákon o sociálních službách dále

uvádí, že předpokladem pro povolání sociální pracovníka je nutná plná svéprávnost, bezúhonnost, zdravotní a odborná způsobilost.

Mnoho autorů rozděluje sociální pracovníky na dvě určité skupiny. Podle Kredáta (2007) to je absolvent vyšší odborné nebo vysoké školy, akreditovaného studia vymezené zákonem č. 108/2006 Sb., o sociálních službách, díky kterému získal potřebné vědomosti, které jsou nezbytnou součástí k výkonu dané profese. Druhý typ podle Kredáta (2007) se kterým se shoduje Musil (2008), kteří oba říkají, že jedna věc je vysokoškolský titul, ale profesionál se ze sociálního pracovníka stává až po dlouholetých zkušenostech. Na základě dlouholetých profesních zkušeností, může pracovník pomoci klientovi v plné jeho kompetenci.

Kromě odborných znalostí, uvádí Kappl (2013), že sociální pracovník pracující v NZDM, by měl dosahovat určitých osobních kompetencí, které jsou jakési předpoklady, pro kvalitní zajištění služby. Mezi jednu z nejdůležitějších kompetencí pracovníka NZDM, řadí Havrdová (1999) schopnost dobré komunikace. Pracovník by tedy měl aktivně komunikovat s jednotlivci, ale i s menšími skupinami cílové skupiny. V komunikaci se pracovník dostává ke klíčovému rozeznávání daných potřeb klientů a vyvíjení jejich silných stránek. Sociální služba, je tedy stavěna na upřímné komunikaci, která dále vede k dlouhodobému přátelskému vztahu. V tomto vztahu se dá dále dobře pracovat a rozvíjet k nejrůznějším tématům a problematice dětí a mládeže.

Osobnostní charakteristiky sociálního pracovníka jsou velmi náročné a ve službě se na ně musí klást velký důraz. Proto každý pracovník musí splňovat osobnostní zralost, zdravou sebeúctu, musí být bez předsudků a toleruje názory ostatních. Musí být otevřený, rozhodný, flexibilní, empatický a ve velké míře kreativní. Schopnost navazování a udržení kontaktů a umění naslouchat dané cílové skupině je velmi potřebné.

Etický kodex České asociace streetwork sdružující nízkoprahové sociální služby (2017) píše o etické zásadě ve vztahu ke klientům takto:

- Pracovník/ce respektuje uživatele služeb jako partnera se všemi právy a povinnostmi, včetně zodpovědnosti za svůj život.
- Pracovník/ce jedná tak, aby nebyla poškozována důstojnost a lidská práva uživatelů služeb.
- Pracovník/ce přistupuje se stejným úsilím a bez jakékoliv formy diskriminace ke všem uživatelům služeb.

- Pracovník/ce shromažďuje pouze informace nezbytně nutné pro poskytování služeb. Chrání klientova práva na soukromí a důvěrnost jeho sdělení. Je povinen zachovávat mlčenlivost o skutečnostech, které se vztahují k uživatelům služeb.
- Pracovník/ce předchází závislosti uživatele na službě.

3.9 Přístupy sociálních pracovníků ke klientům

Kdybychom se zaměřili na práci sociálních pracovníků, museli bychom zabrousit, podle Matouška (2003), do jejich praxe a možných druhů přístupů k práci s klienty. Matoušek (2003) tedy rozřazuje sociální pracovníky, z hlediska jejich praxe, do čtyř skupin. Jedná se o pracovníky angažované, radikální, profesionální a byrokratické.

Angažovaný sociální pracovník ve své práci nejvíce uplatňuje fakta, která jsou podle něj nejmorálnější a nejpřirozenější. Přístup ke klientům odpovídá velmi empaticky, respektovaně a lidsky. O sobě tento typ pracovníka mluví spíše jako o člověku, až poté jako o zaměstnaném sociálním pracovníkovi (Matoušek, 2003). Angažovaný pracovník může ale lehce sklouznout k syndromu vyhoření. Nakládá si totiž velká břemena s vysokým pracovním nasazením a tvrdě a intenzivně na nich pracuje. Často také může sklouznout k vytvoření si neprofesionálního kamarádského vztahu s klientem, což vede taktéž k problému (Maroon, 2012).

Radikální sociální pracovník je velmi aktivní ke změně a přístupu zákonů. Pracovník vkládá velkou snahu a energii ke změně k nespravedlivosti. Jakmile pracovník vycítí nespravedlnost k jeho klientovi, okamžitě požaduje změnu a reformu těchto opatření (Matoušek, 2003).

Profesionální sociální pracovník se především odkazuje na své vzdělání v oboru, které je vázáno etickým kodexem. Svého klienta nebere jako klienta v pravém slova smyslu, ale jako pomocníka, který aktivně spolupracuje na společném problému a zakázce. Tento model vyvažuje hranice, práva a moc pracovníka nad klientem (Matoušek, 2003). Důležitá součást procesu je také možnost klienta si na určité věci stěžovat, díky kterým dostává do rukou jakousi moc nad svým okolím, kterou avšak koriguje sociální pracovník (Nečasová, 2001). Dále také udává, že každá osoba, která se vžije do role profesionála má také svůj osobní morální kodex, za který taktéž přijímá odpovědnost.

Byrokratický sociální pracovník se spíše snaží o mírnou manipulaci s klientem, v rámci změny v lepší budoucnost. Občas musí působit jako přísný byrokrat, aby dosáhl společného výsledku (Matoušek, 2003).

II. EMPIRICKÁ ČÁST

V empirické části bude podrobněji charakterizována metodologie výzkumu, design a zvolená metoda sběru dat, etika výzkumu a výzkumný vzorek. V této části práce bude také definován cíl výzkumu, hlavní výzkumná otázka a její navazující dílčí výzkumné otázky, přičemž v druhé polovině bude následovat analýza sběru dat, diskuze a výsledek celé práce.

4 Teoretická východiska výzkumu

Vzhledem k problematice daného tématu této diplomové práce jsem se rozhodl, pro kvalitativní výzkumnou strategii. Strauss a Corbinová (1999) se přiklání k volbě kvalitativní strategie, jestliže se jedná o výzkum, kde hlavní roli hrají spojitosti mezi určitými jevy, vztahy či týkající se popisu chování určité skupiny. Navíc kvalitativní metoda může přinést hlubší a kvalitnější výsledky, jestliže se jedná o určitou specifickou skupinu. Švaříček (2014) dále popisuje kvalitativní výzkum jako možnost, kdy pozorovatel může zkoumat jevy v přirozeném prostředí zvolného vzorku při jejich každodenním chování. Zjišťuje realnost, prožitky a vnímání oslovených. Uvádí, že u tohoto druhu výzkumu se snažíme přijít na danou realitu, kterou se budeme později snažit vysvětlit prostřednictvím tvorby nové hypotézy či teorie. Úkolem této práce tedy bude co největší proniknutí pracovníkům NZDM a pochopení jejich každodenní práce s klienty.

Pro realizaci výzkumu byl zvolen polostrukturovaný rozhovor, který se především opíral o vymezený cíl celé práce. Technika kladení předem připravených otázek je podle mého názoru zvolena adekvátně k dosažení cílů a následné diskuze.

Nezbytné je podotknout, že velká časová náročnost připadla k přepisování rozhovorů do počítače a následná korektura celého textu. Po přepsání všech rozhovorů, se pomocí tzv. *kódování* mohl rozjet rozbor a analýza získaných dat. Švaříček, Šedřová (2007) uvádějí, že kódování probíhá třemi formami: otevřené, axiální a selektivní. „*Pomocí otevřeného kódování jsou údaje rozebrány, konceptualizovány a složeny novým způsobem*“ (Švaříček a Šedřová, 2014, s. 211). Dle jejich postupu, se celek rozdělí na jednotky, a právě tyto jednotky dostávají nová pojmenování, se kterými se nadále pracuje. Jednotkou se chápe slovo, věta či odstavec. Následně se nově vzniklé jednotce přiřadí kód (označení), který je třeba zaznamenávat do jakékoliv tabulky pro všechny kódy.

„Jakmile máme vytvořený seznam kódů, je možné začít s jejich systematickou kategorizací. To znamená, že kódy, které vzešly z otevřeného kódování, seskupujeme podle podobnosti nebo jiné vnitřní souvislosti“ (Švaříček a Šedřová, 2014, s. 221). Stručně vzato se tedy jedná o to, že vybrané zakódované jednotky z dat podřídíme různým kódům a poté tyto kódy přiřazujeme k různým kategoriím.

Druhý způsob kódování je tzv. axiální. Tento způsob se snaží hledat a nalézt jakýsi způsob propojení mezi již zmíněnými kategoriemi v předepsaném vzorci (Strauss a Corbinová, 1999). V této části se jedinec musí rozhodnout, zda výše zmíněné kategorie jsou mezi sebou propojené a navazují na sebe. Na základě těchto faktů dochází k sloučení různých témat či úplné opuštění.

„Selektivní kódování zahrnuje výběr jedné klíčové kategorie, kolem které je organizován základní analytický příběh“ (Strauss, Corbinová, 1999, s. 233). Všechny kategorie se momentálně propojí k jedné centrální kategorii, která odpovídá zkoumanému jevu a popisuje jej.

4.1 Cíl výzkumu

Hlavním cílem výzkumu je zjistit, jakou strategii při komunikaci s klientem ze sociálně znevýhodněné prostředí používají sociální pracovníci v Nízkoprahovém zařízení pro děti a mládež v Mohelnici a Zábřehu a následně se pokusit navrhnout standard vhodné komunikace s klientem v NZDM v Mohelnici a Zábřehu. K dosažení cílů výzkumného šetření dopomohou dílčí výzkumné otázky, které se budou zaměřovat na běžný den pracovníka v NZDM v čase stráveném s klientem, na důležitost atmosféry při komunikaci, širokou nabídku služeb v NZDM, rozvíjení komunikační dovedností a nechybování při práci s klientem.

4.2 Výzkumné otázky

Abychom dosáhli hlavního cíle celé diplomové práce, musíme k němu dojít přes hlavní výzkumnou otázku a jejich dalších pět dílčích výzkumných otázek (dále jen DVO), které jsou poté rozepsány na klasické otázky, které byly připraveny pro respondenty polostrukturovanému rozhovoru.

Hlavní výzkumná otázka: *Jakou strategii při komunikaci s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí používají sociální pracovníci v NZDM v Mohelnici a Zábřehu?*

Dílčí výzkumné otázky a jejich podotázky pro respondenty:

DVO1: *Jak vypadá běžný den pracovníka NZDM v čase stráveném komunikací s klientem?*

- Popíšete mi prosím Vaši běžnou činnost v době, kdy do NZDM mohou přijít klienti?
- S kolika klienty denně komunikujete?
- Komunikujete s klienty pouze osobně, nebo mohou využívat i jiné prostředky, jak se s vámi spojit?
- Jak byste charakterizoval/a klasického klienta, který navštěvuje NZDM.
- Jaké rozdíly sledujete v komunikaci mezi klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí a klientem ze zdravého sociálního prostředí?
- Z jakého důvodu je pro většinu klientů důležité navštěvovat NZDM?

DVO2: *Jak je podle pracovníka NZDM důležitá atmosféra při komunikaci s klientem?*

- Jaké podmínky a prostředí potřebujete, aby Vaše komunikace s klientem byla kvalitní?
- Jaké výhody spatřujete za důležité při komunikaci s klientem na individuálních konzultacích v NZDM?
- V čem naopak spatřujete nevýhody u individuálních konzultací?
- V čem vidíte pozitivum při komunikaci s klientem v jeho běžném prostředí, tedy při Vaší terénní činnosti?
- Mohl/a byste prosím popsat, jak vypadá běžná komunikace v terénu a jak se liší od formy ambulantní?

DVO3: *Jak důležitá je nabídka sociálních služeb v NZDM pro komunikaci pracovníka s klientem?*

- U jaké služby, kterou NZDM nabízí, je podle Vás nejčastější komunikace s klientem? Proč zrovna tato služba?

- Popsal/a byste aktivitu, při které jednoznačně víte, že navážete kvalitní komunikaci s klientem?
- Jak velkou roli má podle Vás motivace klienta k různým aktivitám?
- Jaký vidíte přínos NZDM pro klienty využívající Vaši službu?

DVO4: Jak pracovník podporuje klienta v rozvíjení jeho komunikačních dovedností?

- Jak vypadá start Vaší komunikace s klientem?
- Na co se při rozhovoru s klientem zaměřujete?
- Jak dále pracujete s danými informacemi po rozhovoru?
- Jak podle Vás pomáháte klientovi v komunikačních schopnostech a dovednostech?
- Mohl/a byste popsat, jak pracujete s klienty na učení se asertivnímu chování?

DVO5: Jak nechybovat při komunikaci s klienty NZDM?

- Se kterým typem klienta je podle Vás nejjednodušší a naopak nejtěžší pracovat?
- Na co si při komunikaci s klientem musíte dávat pozor?
- Jaká situace Vás dokáže vyvést z míry při práci s klientem?
- Jaká úskalí mohou nastat při Vaší práci?
- Jak reagujete a pracujete, abyste klientovi místo pomoci ještě více nepřitížil/a?

4.3 Etika výzkumu a výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek se skládá z šesti respondentů, sociálních pracovníků a pracovníků v sociální službě v NZDM v Mohelnici a Zábřehu. Aby byli pracovníci NZDM zařazeni do výzkumného šetření, museli působit v zařízení nejméně půl roku. Je to z důvodů zkušeností, potřebných znalostí pro práci s klientem a spjatých vazeb při komunikaci s klienty.

Při oslovení o pomoc s výzkumem, bylo respondentům objasněno, o jakou práci se jedná a jaký bude cíl a přínos práce pro NZDM. Respondenti byli seznámeni, že se bude jednat o rozhovor, ve kterém budu mít předem připravené otázky, které budu moci v průběhu rozhovoru upravovat a doptávat se na další. Respondentům bylo také vysvětleno, že rozhovory jsou anonymní, které budou sloužit pouze k tomuto výzkumu. Před zapnutím telefonu k účelu nahrávání rozhovoru, byla položena respondentům otázka, zda s nahráváním souhlasí.

4.4 Metoda zakotvené teorie

Metoda zakotvené teorie je základním druhem strategie výzkumu a způsobem analyzování dat. Na první straně jde o to, zbavit kvalitativního výzkumu nálepkování subjektivnosti a posunout jej za hranice deskriptivních jevů a na straně druhé jde o kompenzaci absence kvalitativního výzkumu ve vytváření nových teorií. „*Teorie proto představuje sadu systematických induktivních postupů pro vedení kvalitativního výzkumu zaměřeného na vytváření nové teorie. Je to způsob, kdy teorie jsou induktivně odvozené ze zkoumaného jevu, který jej reprezentuje*“ Strauss a Corbinová (1999, s. 14). To znamená, že je vytvořena a následně prozatímně ověřována teorie, která systematickým shromažďováním údajů analyzuje daný jev. Dle Strausse a Corbinové (1999) se do zakotvené teorie řadí otevřené, axiální a selektivní kódování.

4.5 Otevřené kódování

Pro toto kódování, byly vytvořeny kódy, které charakterizovaly a pojmenovávaly daný střet problematiky. Kódy jsou buď jednoslovné, nebo jsou složeny z více slov, které tvoří jádro podstaty celé věci. Pro větší přehlednost v textu, se kódy označovaly pod písmeny A – Z. Na základě otevřeného kódování byly vytvořeny následující kategorie:

1 Poznávání klienta aneb působení prevence

V této kategorii se zaměřujeme na klienta. Velmi důležitou složkou v práci s klientem, je poznání jeho aktuálního stavu a emočního naladění. Dále také zjišťování jeho rodinného zázemí, vztahů s vrstevníky a mírou socializace se společností. Po zmapování celkové situace klienta začíná monitoring případného disociálního či patologického chování.

.. při příchodu každého klienta je důležité poznat momentální stav klienta. Jestli náhodou není ve špatném rozpoložení nebo na tom psychicky není dobře (Respondent 1).

V každém rozhovoru se snažím co nejvíce ptát na klientovo zázemí, rodinu, kamarády.. (Respondent 3).

Při vytváření smlouvy mi pomáhá takový dotazník, díky kterému se dozvím, jaké zkušenosti klient má s patologickým chováním (Respondent 5).

Kódy, které byly vytvořeny pomocí polostrukturovaných rozhovorů a následně přiřazeny k této kategorii, jsou následující:

Mapování situace

Aktuální stav

Emoce

Rodina

Socializace

Patologický jev

2 Nabídka pro klienta z pozice pracovníka

V kategorii nabídka, je popisována situace, kdy se ke klientovi dostává co možná nejvíce informací o široké nabídce využití dané služby. Klientovi jsou nabídnuty formy, jak služba funguje, na ambulantní, ambulantní individuální a terénní služby. Vyjmenovány možnosti, jak trávit volný čas v NZDM prostřednictvím volnočasových aktivit nejrůznějšího typu.

Klientovi nabízíme nejrůznější formy, jak u nás může trávit svůj volný čas (Respondent 2).

Vždy se snažíme jednat preventivně. Převážně těm starším klientům nabízíme krom volnočasových aktivit také individuální konzultace, které jsou ideální na sociální poradenství (Respondent 3).

Kódy, které byly vytvořeny pomocí polostrukturovaných rozhovorů a následně přiřazeny k této kategorii, jsou následující:

Forma trávení volného času

Volnočasové aktivity

Individuální konzultace

Poradenství

Prevence

3 Účinná komunikace s klientem aneb nalezení společné řeči

Kategorie účinná a efektivní komunikace pracovníka s klientem popisuje úplný start a přijetí nového klienta do služby a následné navázání správného kontaktu. Kategorie

popisuje prohlubování rozhovoru s klientem, kdy si pracovník všímá neverbálních projevů, a pracuje tak společně s klientem na asertivním chování. Pracovníci se mohou velmi často setkat s klientem s nízkými komunikačními schopnostmi, na kterého musí být připraveni a musí vědět, jak správně pokládat otázky, aby byl rozhovor co možná nejefektivnější.

Myslím si, že je hodně důležitý, aby pracovník na první pohled dobře zapůsobil na klienta a správně navázal ten kontakt (Respondent 3).

Noví klienti zpočátku moc nemluví, mají nízké komunikační dovednosti a hodně malou sebedůvěru.. a pak jsou takoví, co chtějí pozornost a dosti lžou (Respondent 4).

Když dobře položím otázku, tak se často klienti do diskuze přidají (Respondent 6).

Kódy, které byly vytvořeny pomocí polostrukturovaných rozhovorů a následně přiřazeny k této kategorii, jsou následující:

Navázání kontaktu

Správné pokládání otázek

Prohlubování rozhovoru

Nízké komunikační schopností

Lhaní

Zvyšování sebedůvěry

Asertivní komunikace

Neverbální projevy

Zpětná vazba

4 Potřeby pracovníků pro zajištění efektivnosti práce

Kategorie potřeby, popisuje, co všechno pracovník potřebuje ke správné komunikaci. Každý klient do NZDM s něčím přichází, je tedy důležité, si na začátku komunikace stanovit, jak bude klientova zakázka vypadat a jak jej společně s pracovníky docílí.

Na začátku si s klientem vždycky musíme stanovit cíl a zakázku, na které chceme společně pracovat (Respondent 5).

Postupem času si s klienty vytváříme vztah. To je pak lepší, protože mi více věří.. (Respondent 4).

Složitější případy klientů řešíme na klientské poradě (Respondent 1).

Kódy, které byly vytvořeny pomocí polostrukturovaných rozhovorů a následně přiřazeny k této kategorii, jsou následující:

Zakázka

Motivace

Důvěra a vztah

Hranice

Férovost

Klientská porada

5 Klima aneb bezpečné místo a útočiště

Klima v NZDM je důležitou součástí práce a komunikace pracovníků s klienty. Pracovníci se po celou dobu snaží, aby prostředí, ve kterém se děj odehrává, byl co nejbezpečnější a přirozený pro klienta.

Snažíme se to tady mít útulný, aby e tu klienti cítili dobře (Respondent 1).

V hodně případech se my pracovníci musíme přizpůsobit klientovi a hlavně dané atmosféře na klubu (respondent 5).

Nejpřirozenější prostředí je pro klienta venku (Respondent 2).

Kódy, které byly vytvořeny pomocí polostrukturovaných rozhovorů a následně přiřazeny k této kategorii, jsou následující:

Přizpůsobovat se podmínkám

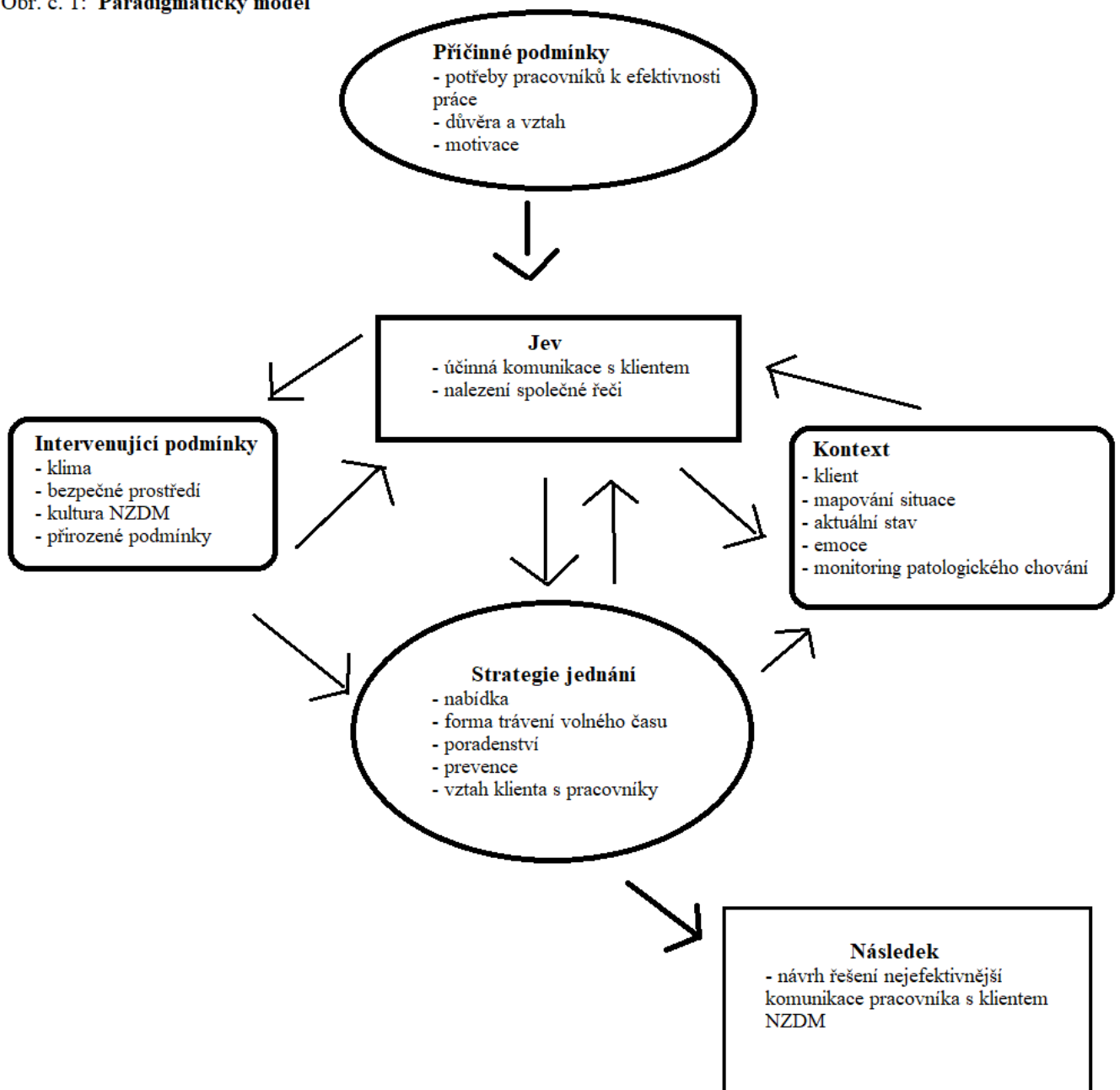
Prostředí

Přirozené podmínky

4.6 Axiální kódování

V axiálním kódování byl vytvořen následující paradigmatický model:

Obr. č. 1: Paradigmatický model



4.7 Selektivní kódování

V této výzkumné části byla zvolena hlavní kategorií komunikace, která je ovlivněna mnoha faktory a dílčími aspekty. Nejdůležitějším konceptem se v této situaci stává klient, který má možnost využít široké nabídky alternativ trávení volného času, a pracovník, který mapuje své i klientovy potřeby v určitém klimatu.

Poznávání klienta aneb působení prevence

V této kategorii, se zkoumaly výpovědi respondentů, které se týkaly především práce pracovníků NZDM s jejich uživateli služby. Pracovník má za úkol zmapovat celou sociální situaci klienta a jeho momentální stav. Zjišťuje klientovu vnitřní stránku a příčiny sociálně patologických jevů. Pracovníci se snaží o kvalitnější socializaci ve společnosti a pozorují emoční inteligenci klienta. Veškerá negativa a příčiny disociálního chování hledají primárně v rodinném prostředí, ve kterém klient vyrůstá.

Respondenti 1 – 6 se všichni shodli na tom, že klasický klient, který využívá služby NZDM pochází ze sociálně slabší a velmi často neúplné rodiny, která nemá příliš v pořádku rodinné zázemí. Jsou nedůvěřiví k ostatním lidem, nezapadají mezi ostatní vrstevníky a často mají problémy doma nebo ve škole. Klient, který nemá tyto klasické znaky, se dříve či později vyselektuje. Respondent 1 dále popisuje klienta tak, že je často bez jakýchkoli hranic. S respondentem 1 dále sympatizuje výpověď respondenta 6, který tvrdí, že velká spousta klientů je pod dohledem kurátoru z OSPODu. Respondent 5 dále popisuje klienta, který má velmi slabou motivaci a tím tak lehce inklinuje k sociálně patologickým jevům, přičemž všichni respondenti tvrdí, že již v nízkém věku klienti zkouší alkohol a jiné návykové látky.

Klient se často s rodinou stěhuje a chybí mu tak stabilní zázemí, převážně žije s jedním rodičem. Velmi často trpí poruchou chování, především je to přílišná agrese. Jsou to prostě klienti, kteří nemají a neznají své hranice a hodně často mají svého kurátora (Respondent 1).

Nezapadá mezi ostatní vrstevníky, má problémy (doma, ve škole, v práci...některé si uvědomuje, některé ne), většinou k nám nepřichází s tím, že potřebuje pomoci (ze začátku je mu v NZDM dobře, hledá si kamarády, má se komu svěřit nebo pochlubit), hodně z klientů páchá nebo páchalo trestnou činností, kterou se snaží na sebe strhnout pozornost, protože jí mají málo (ať už doma nebo mezi vrstevníky), více než polovina z nich má zkušenost s pobytem ve výchovném ústavu nebo dětském domově (Respondent 2).

... jsou i děti, co nemají jak to říct... pevný a někdy ani pěkný vztah s rodiči, mají horší známky, že jim jako hrozí propadnutí a hlavně děcka, který tráví většinu času venku někde na hřišti a ve své skupince vrstevníků, kde se nemusí dodržovat pravidla. Oni sice jsou hodně spolu, ale na druhou stranu se dokážou rychle na sebe naštvat, pohádat se, šikanovat se, ale stejně se baví. Náš klient moc často neumí dávat najevo emoce a navázat zdravěj vztah, je to něco buď, anebo. Jakože nenávisť, nebo totální láska... děcka ze sociálně slabšího prostředí se neumí moc během komunikace dívat do očí. Obzvlášť v situaci, která je pro ně jako nekomfortní, třeba omluva, nebo naopak pochvala a vyznání nějakých emocí (Respondent 6).

...nedůvěřiví k lidem, špatně navazují vztahy, a i jejich vztahy s vrstevníky nejsou moc dobré. Mají úplně jiné hodnoty a životní standard je spíš pod průměrem, takže i jejich nároky a očekávání od života nejsou moc vysoké (Respondent 4).

...má velmi slabou motivaci, ani nevidí smysl se nějak snažit ve škole, mít dobré známky, nemá většinou žádné koníčky a tím tak inklinuje k sociálně patologickým jevům. ...snažíme se o to aby jej trávili rozumně a nevyhledávali jiné, pro dnešní mládež „moderní“, aktivity, které mohou být rizikové, ohrožující, vést ke kriminalitě (Respondent 5).

Obrovským přínosem navštěvování NZDM, vidí respondenti v socializaci. Proces, ve kterém se střetnou se svými vrstevníky, kdy dostávají pocit, že někam patří, je pro obě strany unikátní. Dalším faktorem, je jednoznačně podle respondentů fakt, že právě zde mohou trávit volný čas a přitom odbourávat patologické trávení svého času v nevhodných podmínkách.

Určitě nepatologické trávení volného času v bezpečném prostoru, ve kterém panují poměrně přísná pravidla (z pohledu klientů), takže se je učí respektovat, protože jinde moc řád a zákaz násilí nezažívají (Respondent 3).

... hlavně prevence kriminality u mladistvých, naplnění času, motivace ke vzdělávání, zařazení na trh práce, zajištění poradenství, informací (Respondent 1).

... začleňování do společnosti, skupiny vrstevníků.. (Respondent 4).

... je to fakt hodně individuální. Mohelnice i Zábřeh jsou odlišný města, v Zábřehu je mnohem více sociálních služeb pro rodiny i děti oproti Mohelnice. V Zábřehu se hodně řeší útěky a sebepoškození, V Mohel zase hodně závislosti... (Respondent 2).

...ale možná největší přínos je v tom, že mají jakoby kam patřit, protože vědí, že když přijdou, tak jim budeme věnovat čas a pozornost, budeme se o ně zajímat. ... u nás se můžou seznámit, někoho poznat a je to taková socializace. Reagujeme na to, jak mezi sebou komunikují, protože to taky neumí. Neumí řešit problémy. Začnou si vždycky nadávat, pošlou se do...a nebo se třeba i rozbřečí

a pak se nebaví. Ale tu důležitost vidím i v tom, že jim pomáháme řešit tyto situace (Respondent 6).

Respondenti 3, 5 a 6 se sešli v názoru, že velmi důležitým začátkem při práci s klientem v NZDM, je zjištění jeho aktuálního rozpoložení a psychického stavu. Tato cílová skupina je natolik specifická, že pracovník nesmí dopustit, aby klient odcházel s horším rozpoložení, než když přišel. U některých klientů je monitorování aktuálního stavu, natolik obtížná činnost, že je zapotřebí spolupráce celého týmu pracovníků. Respondenti se shodli, že v tomto věku, může mít klient hodinu skvělou náladu, ale po minutě se může vše razantně změnit.

Vždy se s klienty přivítáme, snažíme se zmonitorovat aktuální stav, náladu a rozpoložení klienta, pro naši práci je to velmi podstatná činnost, která je někdy i dost náročná... nálady a stavy klientů se mohou kdykoliv změnit (Respondent 5).

Většinou s nimi hrají některé hry, společenské i soutěže a u toho navazují rozhovory o tématech, které klienty zajímají, seznamují se s nimi, pokud je neznám, mapují jejich sociální situaci (Respondent 3).

...ale pořád je to práce s lidmi, klient, kterýho vždycky rozmluví vybraná aktivita, nemusí být v dobré náladě a rozpoložení. Proto je naše služba nastavená tak, že přistupujeme individuálně ke každému. Klienti, kteří nemají jiný sociální kontakt, že třeba trpí schizofrenií, a chce si jen s někým pokecat (Respondent 6).

Respondenti 2 a 6 se navíc velmi často pozastavují u emocionální roviny klientů. Podle obou respondentů se dá velmi snadno a poměrně lehce zjistit, jak se klient momentálně cítí, co je mu příjemné a co naopak ne. Dále také tvrdí, že velký problém vidí v tom, že klienti neumí vyjádřit své pocity a emoce. Očividně na nich vidí, že je něco trápí, ale jejich nedůvěřivost a nezvyk z ventilace emocí, jim brání ke kvalitní komunikaci.

...já se snažím ptát i na emoce, jak se v té situaci cítí, jak jim je, když se o tom baví...navíc ty klienty podporujeme v tom, aby se učili formulovat a vůbec vyjadřovat svoje myšlenky, nebo pocity, s tím mají problém (Respondent 2).

...ptám se i na to, co si o tom myslí, aby zase nebyli jen v emocích, ale zapojili i tu racionální složku... všímám si řeči těla a třeba říkám..vidím, že se ti klepe noha, jak ti je? Co to znamená? Co teď potřebuješ? Oni nad tím začnou přemýšlet a ta emoce například vzteku jde do pozadí (Respondent 6).

Nabídka pro klienta z pozice pracovníka

Dle všech respondentů, NZDM se může pyšnit svoji širokou nabídkou poskytujících služeb pro své klienty. Pracovníci se zaměřují na všestranný rozvoj dětí a mladistvých, tudíž ve výběru služeb a aktivit si může přijít každý na své. NZDM je navíc dobrovolná služba, tudíž klient se může, ale nemusí účastnit aktivit či diskuzí. Je také pouze na něm, kdy službu navštíví a kdy ji také opustí.

Nízkoprahové zařízení funguje především na principu prevence. Pracovníci reagují na podněty klientů a snaží se prostřednictvím situačních intervencí a tematických bloků, které slouží výchovně a preventivně před sociálně patologickými jevy, řešit aktuální tematiku společenského dění. Respondenti 1, 2 a 3 se shodují s názorem, že prostřednictvím tematických workshopů, docílí do takové skutečnosti, kdy si klienti uvědomí veškerá rizika jakéhokoli disociálního chování.

Přínos NZDM je hlavně X prevence kriminality u mladistvých, naplnění času, motivace ke vzdělávání, zařazení na trh práce, zajištění poradenství, informací (Respondent 1).

Prostřednictvím bloků na různá témata, které probíhají každý měsíc, mají možnost se dozvědět spoustu nových informací z různých oblastí, které pak mohou při komunikaci a svůj osobní život využít (Respondent 2).

Děláme tematické bloky na různá aktuální témata, docela si na nich zakládáme a chceme, aby těmito aktivitami prošel každý klient (Respondent 3).

Všichni respondenti se shodli na tom, že nejvyužívanější službou v NZDM je jsou jednoznačně volnočasové aktivity. Tyto volnočasové aktivity jsou přizpůsobeny a zaměřeny na budování vztahu s klientem, rozvíjení schopností a dovedností v určitých oblastech. Z obrovské škály nabídky aktivit, stále vyhrává fotbálek, u kterého dle všech respondentů vzniká nejdůvěrnější vztah a nejkvalitnější komunikace. Klient, je u volnočasových aktivit, dle respondenta 4 uvolněný, má dobrou náladu a nejvíce se rozvykládá o tom, co ho například trápí.

Mezi mou další běžnou činností patří, ukázat klientům zajímavou formu trávení volného času a to prostřednictvím her u nás v NZDM. Hry jsou super nástrojem pro rozvíjení komunikace s klientem. Mojí běžnou činností je naslouchání klientům a podávání adekvátních rad, informací. Nejčastěji navazují komunikaci například při fotbálku. U toho se člověk může nejlépe soustředit na více věci naráz. Často se klienta vyptávám, jak se mu daří, co nového u něj v rodině, zda

nepotřebuje s něčím pomoci. Aktivita a komunikace je nenásilná a často v klientovi vyvolá důvěru a následně se rozhodne popovídat si se mnou například v kečárně (Respondent 1).

V běžném čase na klubu se pracovník s klienty C účastní různých volnočasových aktivit např. ping pong, stolní fotbal, malování, různé výtvarné činnosti, deskové hry aj. Velmi často pracovník pomáhá klientům s povinnostmi do školy, nebo se doučují učební látku, které klient ve škole nepochopil. Nejčastější komunikace s klientem podle mě probíhá při volnočasových aktivitách. Klient je uvolněný, má dobrou náladu a nejvíce se rozovídá (Respondent 4).

... je dobrý na rozptýlení nějaká volnočasová aktivita, třeba jako deskovka, fotbálek, kulečnick..Klient začne hrát, rozptýlí se a pak se líp povídá, nebo se do toho zapojí ještě jiný klient a je to super. Největší kazič komunikace je počítač (smích) (Respondent 6).

Aby běžný provoz v NZDM fungoval, tak jak má, a každý se řídil podle práv a povinností, funguje mezi pracovníky a klienty tzv. nástroj ke komunikaci – kontaktní práce. Dle respondentů, kontaktní práci využívají pracovníci od vstupu klienta do služby. Jedná se totiž o běžnou komunikaci, na kterou jsou všichni zvyklí, která nikoho neurazí ani neodradí a klient se tak s pracovníkem může dát libovolně do řeči o nejběžnějších tématech.

Pracovníci používají „nástroj“ kontaktní práce, pomocí kterého se mezi uživatelem služby a pracovníkem vytváří důvěra a podmínky k poskytování dalších služeb (Respondent 4).

Považuji za velmi důležitou, ať už běžnou kontaktní práci. Jedná se o specifický druh kontaktu s uživatelem, který má za cíl vytvořit dostatečnou vzájemnou důvěru a podmínky potřebné pro rozvíjení kontaktu a poskytování dalších služeb. Součástí kontaktní práce je zjišťování informací o uživateli, jeho zájmech, zálibách a situacích, které řeší (Respondent 5).

NZDM funguje jednak jako klub, do kterého mohou přijít klienti trávit svůj volný čas, zahrát si nejrůznější sportovní či stolní hry, nebo také slouží jako individuální poradenství, kdy klient je v NZDM pouze pracovníkem, nemají jako nástroj žádnou z volnočasových aktivit, ale řeší aktuální klientovu zakázku. Respondenti 3, 4 a 6 zmínili, že individuální poradenství je skvělá šance pro klienta, který se potřebuje vyrovnat s obtížnou životní situací. Individuální konzultace fungují i k formě doučování a pomoc s přípravami do školy.

Klienti také mohou využít individuální poradenství, které velmi často především v Mohelnici využívají za účelem plnění školních povinností a doučování. Pracovníci klientům poskytují individuální podporu, tak aby se dokázali vyrovnat s obtížnými životními situacemi, a naučili se tyto situace řešit vlastními silami a prostředky (Respondent 3).

Hodně dobře se mi taky komunikuje v individuální místnosti, kde jsem třeba jen já a jeden dva klienti. Je o z důvodu většího prostoru pro řešení obtížnějších a složitějších situací. Klient se individuálně více otevře, věří mi, nikdo jiný ho neposlouchá. Poradenství je ale občas velmi složitá záležitost, která často nelze vyřešit jednorázově a rychle (Respondent 4).

Nevýhodou může být to, že někteří klienti individuálních konzultací využívají, i když nic nepotřebují a tím mohou okrádat o čas (možnost konzultace) klienta, který tuto službu opravdu potřebuje. Je ale velice těžký, poznat hned z počátku, kdy klient něco potřebuje, nebo chce jen zabít čas... (Respondent 6).

Účinná komunikace s klientem aneb nalezení společné řeči

Komunikace v NZDM je nedílnou součástí naší práce, shodli se všichni respondenti. Navazování nových kontaktů s potenciálními klienty služby je pro službu velmi důležité a zachování starších kontaktů taktéž. Většina respondentů se sešla v odpovědi, že začátkem komunikace je vždy klasický pozdrav a správné naladění se na klienta. Komunikace ze začátku probíhá „klasickou denní omáčkou“, kdy se pracovník táže klienta na běžné denní činnosti (škola, práce, volný čas..), a poté pracovník čeká, kdy se klient otevře s novým tématem či problémem, který chce aktuálně řešit. Mnohdy pomáhá jakákoliv volnočasová aktivita, jako jakýsi nástroj k otevřenější a pozitivnější komunikaci.

S každým klientem se snažím navázat kontakt, zjistit jak se v daný den má a jestli není, něco s čím konkrétně k nám přichází.. (Respondent 1).

Mezi mé činnosti v této době patří přivítání se s klientem, krátký rozhovor o tom jak se dnes má, co bylo ve škole, popřípadě co dělal, než přišel do NZDM (Respondent 3).

Většinou s nimi hrají některé hry, společenské i soutěže a u toho A navazují rozhovory o tématech, které klienty zajímají, seznamují se s nimi.. (Respondent 4).

V NZDM otevíráme hlavně v odpoledních hodinách, protože naši klienti by správně měli být dopoledne ve škole, nebo teda aspoň většina z nich. Otvíráme proto v jednu, nebo ve 2 odpoledne a jsme tu pro ně 4 hodiny. V Mohelnici klienti musí zvonit a my, jakože pracovníci, jim chodíme otevřít. Při tom se jako společně pozdravíme a pak probíhají ty klasický otázky, jako jak se mají, co ve škole, co nového..no a potom záleží na klientech, co chtějí vlastně řešit, nebo dělat. Někdo z nich potřebuje pomoci se školou, jakože s úkoly, nebo si chce povídat, nebo něco hrát a u toho se objeví nějaký H téma, který je třeba trápit, nebo jako chtějí ho řešit. Vlastně by se dalo říct, že to odpoledne záleží hlavně na klientech a na jejich potřebách, ale je to hlavně tak, že nejsme v kanceláři, ale na klubu, kde jsou naši klienti (Respondent 6).

Z výpovědi respondentky 6 vyplívá, že klienti navštěvují NZDM převážně v odpoledních hodinách, nejvíce po škole či práci. Komunikace započiná přesně tehdy, když jde pracovník klientovi otevřít ke dveřím, v ten moment začíná kontakt s klientem, který pokračuje ke kontaktní práci.

Pracovníci s klienty komunikují z velké části osobně. Podle výpovědi respondenta 6, v období koronaviru se pracovníkům podařilo přenést NZDM do online světa komunikace na tzv. e-terén. Klienti mohli využívat jednak mobilní telefony a emaily, ale především Facebook, který je v dnešní době přístupný takřka všem.

Vždycky na letáčku máme hodně možností, jak nás můžou klienti kontaktovat. Je tam mail, telefon a hlavně Facebook. Takže třeba i dopoledne to máme zapnutý a oni nám píšou, jestli můžou odpoledne přijít, co se bude dělat a tak. Někomu třeba vyhovuje právě ten Facebook a svěří se nám s více problémy. Ted', když byla ta koronakrize, tak nás vlastně zavřeli a od vedení jsme měli pokyn, abysme s nima byli v kontaktu přes Facebook a to se teda hodně rozjelo a fakt jsme si denně psali s 25 klienty (Respondent 6).

Respondent 4, vidí obrovskou výhodu v online komunikaci právě s klienty, kteří jsou odstěhovaní mimo město (například stěhování e do jiného azylového domu), nebo jsou na střední škole na internátu.

S klienty komunikujeme převážně osobně, ale mají také možnost se s námi spojit přes telefon nebo prostřednictvím sociálních sítí. Za posledního půl roku se u nás hodně rozjela K online komunikace, což je super. Můžeme takhle udržovat vztahy s klienty, kteří se odstěhovali nebo nemůžou NZDM z různých důvodů navštívit. Je to dobré pro udržování kontaktu s klienty, kteří nebydlí poblíž a nemohou si dovolit navštěvovat NZDM tak jak by chtěli (Respondent 4).

Respondenti 1, 3 a 6 se shodli na tom, že jejich klienti jsou občas velcí „pohádkáři“ a vymýšlí si příběhy, které dozajista nejsou pravdivé. Respondenti si uvědomují, že s touto cílovou skupinou není příliš lehké pracovat a strategii komunikace s klienty, kteří si příběhy často vymýšlí, řešili i na supervizi. Respondent 3 popisuje, že někteří klienti žijí tak dlouho ve své lži, až ji začnou věřit a svůj život si představují mnohem více nereálněji, než doopravdy je.

Klienti si často vymýšlí nějaké problémy, jen aby mohli být s pracovníkem a co nejdéle v NZDM. Někdy je těžké to rozeznat (Respondent 1).

Hodně špatně se mi komunikuje s klientem, o kterém vím, že mi lže. Snažím se ho patřičně konfrontovat a vysvětlit mu realitu. Je to ale těžký, přijde mi, že z jedné strany oni v té lži žít i chtějí a představují si život růžověji, než momentálně mají.. (Respondent 3).

...třeba v Zábřehu jsou naši klienti často děcka z děcáku nebo azyláku, protože tady ty služby jsou, v Mohelnici ne. Čím je teda Zábřeh zajímavěj, tak tím, že tam si ty děcka hodně nechci říct přímo vymýšlí lhaní, ale jako přibarvuji příběhy. Třeba máme klienta, který přišel s příběhem, že bude mít plastová žebra (smích) (Respondent 6).

Do NZDM chodí převážně cílová skupina ze sociálně znevýhodněného prostředí. Respondenti popsali, jaký vidí rozdíl v komunikaci mezi klientem ze zdravého sociálního prostředí, který časem do služby přestane chodit, a klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí. Dle respondenta 1, je klient ze sociálně znevýhodněného prostředí celkově rozumově slabší. Tento fakt se odvíjí i na komunikačních schopnostech, které jsou mnohdy na velmi nízké úrovni se slabou slovní zásobou. Podle respondenta 2 a 3, je komunikace s touto cílovou skupinou z počátku těžší, jelikož klienti neradi mluví. Klient, který do NZDM ale chodí častěji, odbourá postupně komunikační bariéry a je mnohem více komunikativnější.

Klient znevýhodněného prostředí často působí rozumově mladší, u některých mám pocit, že se trošku zasekli ve vývoji, na jednu stranu tu je vyspělá 15letá dívka, co se zajímá o kluky a na druhou stranu holka, co si kupuje plyšáky, hraje si často s mladšími. Proto je komunikace v tomto pro mě obtížná. Velmi často klienti ze znevýhodněného prostředí, mají velmi slabou slovní zásobu, a nízké komunikační schopnosti (Respondent 1).

Komunikace s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí mi přijde z počátku těžší. Tito klienti neradi mluví o svých problémech a ze začátku trvá, než si vytvoří k pracovníkovi takový vztah, aby se nebáli svěřit i s osobními věcmi nebo problémy...zlepšení komunikačních dovedností, nové vzory chování, prevence špatného chování, motivace ke studiu, k práci (Respondent 2).

Celkově ve vyjadřování, sociálně slabší klienti mají, není to však pravidlem, menší slovní zásobu, Q problémy s vyjadřováním. Všeobecně komunikace s nimi bývá složitější, protože žijí jinak než klienti ze zdravého sociálního prostředí, mají úplně jiné problémy. Takoví klienti bývají často více uzavření, nedůvěřiví k lidem apod. (Respondent 3).

Podle respondenta 3 a 4, je zásadní, aby při komunikaci s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí pokládal pracovník správně otázky. Otázky by neměly být příliš osobní, když vidíme, že klient není v dobrém rozpoložení. Dále by si pracovník měl

dávat pozor na příliš dlouhé, komplikované a zavádějící otázky, které stejně nikam nepovedou.

.. o schopnosti pracovníka navázat s klientem komunikaci, správném pokládání otázek a velkou roli hraje také to v jakém je klient rozpoložení, jakou má náladu (Respondent 3).

Vždy záleží na aktuální situaci, rozpoložení klienta a pracovníka. Je dobré si dávat pozor na to, abychom klientovi nepokládali komplikované a zavádějící otázky. Není dobré dávat klientovi velké množství dotazů. Také komunikace s devítiletým klientem bude vypadat jinak než s šestnáctiletým. Takže vždy směřujeme komunikaci, tak, aby klient v dané věkové kategorii pochopil, na co se ho ptáme atd. (Respondent 4).

V NZDM se pracovníci snaží vést své klienty k asertivnímu chování. Jelikož je služba založena na principu dobrovolnosti, kdokoliv může nabízené aktivity odmítnout. Respondenti se shodli na tom, že jejich otevřený přístup k jakékoliv činnosti vede k přátelskému a pozitivnímu vztahu, kdy si klient může říct „já chci dělat toto“ nebo „to se mi nelíbí a nesouhlasím s tím“. Asertivní chování vede v tomto případě k získání většího sebevědomí a sebedůvěry. Respondent 6 uvádí, že i když klient, který má špatné komunikační schopnosti dochází do NZDM častěji, postupem času se komunikace zlepšuje a tím tak i jeho sebevědomí.

Především se snažím, aby klient získal větší sebevědomí a sebedůvěru, to jeho komunikaci vždy podstatnělepší. Navíc pořádáme různé volnočasové akce, kde mají klienti možnost setkávat se s lidmi i z jiných NZDM, potkávat se s novými lidmi a trénovat tak svoji komunikaci s vrstevníky (Respondent 4).

..protože máme i příklad klientky, která blbě mluví, ví to o sobě a taky se jí za to ostatní hodně smějí, ale po tom, co s vámi aktivně a pravidelně komunikuje, tak se v tom lepší a získává i sebevědomí (Respondent 6).

Pracovníci se ptají klientů na jejich vlastní názor na danou problematiku, při které rozvíjejí své komunikační schopnosti a mají možnost stát si za svým osobním názorem. Vedou klienty k různým společným hrám, ve kterých je nutné provádět kompromisy a společná rozhodnutí.

Také mají možnost prosazovat své názory a připomínky při hraní skupinových her s ostatními klienty. Je ale důležité, aby toto sebeprosazování zůstalo na zdravé úrovni a nezvrtlo se v hádku nebo něco horšího. Proto je vždy důležitá přítomnost pracovníka, který v případě vzniku takové situace, zasáhne. Učíme klienty i naslouchat a dělat kompromisy prostřednictvím různých her (Respondent 2).

Tak že se klientů ptám neustále na jejich názor, chci po nich participaci ať už ve výběru aktivity, tak třeba v nastavování pravidel a udílení sankcí. Dávám jim najevo, že jakýkoliv názor i nesouhlas se mnou jsou v pořádku (Respondent 3).

Respondent 2, k tomuto tématu dále uvádí, že je pro něj velmi důležitá zpětná vazba od samotných klientů. Celkové společné zhodnocení nejrůznějších aktivit posouvá respondenta kupředu a zajišťuje tak kvalitu budoucích poskytovaných služeb v NZDM. Navíc respondent 3 poukazuje na skutečnost, že důležitostí pro NZDM jsou nastavená pravidla, kterými se musí klient řídit.

Potřeby pracovníků pro zjištění efektivnosti práce

Tato oblast se zaměřuje na potřeby pracovníků, a to především na potřeby ke správné a kvalitní komunikaci s klientem. Co vlastně potřebuje pracovník, aby s klientem naplnil celkové poslání NZDM a jaká úskalí může tato činnost přinášet.

Důležitým faktorem při příchodu klienta do NZDM je tzv. klientova zakázka. Klient by měl do služby vcházet s určitým cílem a očekáváním, jak by chtěl v NZDM využít svůj volný čas. Po rozhovoru s pracovníkem by měl klient s pomocí určitých komunikačních nástrojů vyslovit svůj požadavek a cíl, čeho by chtěl dosáhnout. Jedná se tak o klientův individuální plán v NZDM, na kterém společně s pracovníkem bude pracovat. Pokud přijde klient, který neví, co od zařízení očekávat a nemá prozatím žádný cíl, bude s pracovníkem jednat o tzv. adaptačním individuálním plánu, který má za úkol adaptovat klienta do daného prostředí a socializovat jej mezi vrstevnickou skupinu.

Pokud přijde do NZDM klient, který už ví, co od pracovníka požaduje, snažím se mu samozřejmě vyhovět, ať už se jedná o běžný rozhovor, rozhovor na citlivé téma, doučování nebo jinou potřebnou pomoc (Respondent 2).

..pokud klient neví, jaká bude jeho náplň trávení volného času, pracuji s klientem na adaptačním individuálním plánu (Respondent 5).

Aby klientova zakázka byla co nejkvalitnější, je důležité, aby pracovník klienta správně motivoval. Respondenti tvrdí, že jejich klienti přichází do NZDM s takřka nulovou motivací, která proudí především z rodiny. Klient, který není nadšený vůbec pro nic a není motivovaný pro lepší úspěchy v životě, se stává důležitým klientem tohoto zařízení. Pracovníci se snaží pracovat na jeho celkovém přístupu k životu a snaží se správně motivovat k jednotlivým činnostem, které mají podle nich určitý smysl v životě klienta.

Motivace klienta k různým aktivitám pro mě má velkou roli. Je důležité, aby se klient chtěl dobrovolně a s radostí účastnit nabízených volnočasových akcí a aktivit. Spoustu z nich je zaměřených na rozvoj určitých dovedností nebo schopností, které je třeba u něj rozvíjet. Snažíme se proto vždy vymyslet tyto aktivity tak, aby probíhaly zábavnou nebo zajímavou formou a zároveň se klienti dozvěděli co nejvíce informací (Respondent 2).

Přijde mi, že až teprve u nás někteří klienti zjistí, co je teprve baví a čemu by se chtěli věnovat. Rodina jim v tohle ohledu příliš nepomáhá.. (Respondent 4).

Jedna z klíčových potřeb pro pracovníky, je důvěra klienta. Klient kromě klidného a přátelského prostředí musí pociťovat důvěru v pracovníky. Základní povinností pracovníka je, vysvětlení klientovi, na jakých principech NZDM funguje. Podstatnou roli hraje anonymita. Anonymita pro klienta v tuhle chvíli znamená, že pracovník má povinnou mlčenlivost, až na trestný čin skrze oznamovací povinnost. Dle respondentů se důvěra vytváří dlouhodobým kontaktem a společným plněním individuálního plánu spojeným s volnočasovými aktivitami.

Naši velkou výhodou je důvěra klienta v nás a bezpečné prostředí, které klientovi nabízíme. Proto se nám často svěřívá, dále nastavení služby a její principy, o které se můžu v komunikaci opřít a to je mlčenlivost, bezplatnost, upřímnost, anonymita (Respondent 1).

..hodně podstatná je při komunikaci s klientem důvěra. Je jasné, že klient, který mi nevěří a nemá ke mně žádný vztah, mi neřekne jeho intimní osobní zkušenosti (Respondent 3).

Klient, který mi důvěřuje, tak je schopný říct o sobě mnoho věcí. Chápu, že je to pro něj hodně těžký, ale na konci většinou uzná, že se mu konečně ulevilo, že mi to mohl všechno říct.. (Respondent 5).

Jedna z dalších povinností pracovníků NZDM je férovost. Pracovníci sami uznávají, že mají klienty, kteří jsou jim sympatičtější a mají k nim vztahově blíže, ale nesmí tuto skutečnost dávat příliš najevo. Do NZDM může vstoupit každý, s nejrůznějšími odlišnostmi, které pracovníci musí brát v potaz.

Už jsem několikrát zažila, že když povolím nějaké věci jednomu klientovi, musím to povolit pak už všem. Je teda důležité, abych se řídila pravidly a týmem, na čem jsme se dohodli, tak to musí platit (Respondent 2).

Klienti se pak lehce hlásí o to, co je nefér a nespravedlivý (Respondent 4).

Většina respondentů se často odkazovalo na klientské porady, které slouží k týmovému zhodnocení klientů a postupu práce s jednotlivými klienty při plnění

individuálního plánu. Je to také důležitá činnost pro sdílení informací k jednotlivým klíčovým pracovníkům a následné klientské práce. Pracovník, který si neví rady v některých případech poradenství, má nyní možnost porady se svými kolegy.

..pokud mám nějaké otázky, řeším je na klientské poradě (Respondent 3).

To záleží na závažnosti a důležitosti informací, který mi řeknou. Když je to něco bezvýznamného, tak nijak, ale když je to něco závažného, tak vlastně každý týden máme v týmu klientskou poradou a říkám to kolegům, aby taky byli v obraze. Pak se to promítne i v zápisu z té porady a děláme z toho nějaký závěr, třeba že tu situaci budeme dál monitorovat a mapovat tu situaci toho klienta i v příštích dnech (Respondent 6).

Respondenti dále upozorňují na důležitost nastavení si hranic mezi pracovníkem a klientem. Respondenti uvádí, že se stává velmi často, že klienti se jich doptávají na osobní život. Je to takový paradox, jelikož se snaží o přátelské prostředí, ve kterém se pracovníci ptají na osobní věci, ale klienti se jich doptávat nemohou a z větší části to tak úplně nechápou. Respondent 2 upozorňuje především na jeho soukromý život mimo pracovní dobu, kdy popisuje, že hodně klientů se s ním snaží spřátelit i na sociálních sítích. Respondent 6 dále poukazuje i na nevhodnost tázání ze strany klientů na osobní sexuální život.

Při komunikaci si dávám pozor na dodržování určitých hranic mezi pracovníkem a klientem. Je důležité nejlépe hned při zahájení spolupráce tyto hranice jasně určit. Pokud se tak nestane, klient většinou rád zkouší, co vše si k pracovníkovi může dovolit a to není dobré. Pracovník by měl klientovi dát najevo, že tu pro něj vždy bude a může se na něj vždy spolehnout, ale na druhou stranu s ním nemůže řešit svůj soukromý život nebo si ho přidávat na soukromých profilech na facebooku atd.. (Respondent 2).

..musíme dodržovat hranice mezi prací a osobním životem. A taky se jich snažíme ptát, co si myslí o tom, že se nás ptají na otázky o osobním nebo sexuálním životě, jestli je to jako v pohodě.. (Respondent 6).

Klima aneb bezpečné místo a útočiště

Podkategorie klima, je chápáno jako prostředí, ve kterém se klienti vyskytují a komunikují s pracovníky NZDM. Dobré klima je velice podstatné k vytvoření příjemného prostředí a k práci s dětmi a mladistvými. Pracovníci NZDM se především snaží o bezpečné místo, ve kterém se klient cítí co nejlépe, chodí sem rád a opakovaně. Každý den se snaží vytvářet co nejoriginálnější program, který bude působit na klienty

jednak preventivně, ale také zábavně. Podle respondentů je ale takový úkol často velmi složitý, z důvodu širokého rozpětí věku cílové skupiny (9 – 21 let). Každým dnem se musí přizpůsobit rozmanité skupině dětí i mládeže, přičemž každý má jiné nároky na službu a je v úplně jiném psychickém rozpoložení, než by se mohlo očekávat. Klient často přichází do pozitivního prostředí, ve kterém i tak není spokojený. Pracovník musí tudíž vyvinout mnohem více energie, aby klienta motivoval k rozhovoru či volnočasovým činnostem.

..vlastně by se dalo říct, že je to každé den jinak. Ale snažíme se jim hodně přizpůsobit. Noo, že třeba když je právě hezky, tak jdeme za nima i ven do jejich přirozeného prostředí, bavíme se třeba někde na hřišti nebo tak, a vymýšlíme různé aktivity nebo společný činnosti venku. Ale právě když chodí hodně do klubu třeba přes zimu, tak vymýšlíme preventivní programy a jako jiné aktivity vevnitř. Někdy se nám fakt podaří a přijde za den 20 klientů, ale někdy, třeba teď po koroně, 5 klientů (smích) (Respondent 6).

Klienta ze sociálně znevýhodněného prostředí většinou nic nebaví, nic ho nezajímá a pracovník musí vyvíjet velmi mnoho energie, aby společně našli téma, o kterém by se mohli bavit nebo činnost, která by takového klienta mohla bavit (Respondent 5).

NZDM je velmi vázáno na financování celé služby, pokud ale rozpočet dovolí, pracovníci se snaží vyzdobit prostory tak, aby se děti i mládež cítili co nejkomfortněji. Prostorů se snaží přizpůsobit mládeži, a proto v zařízení jsou nejrůznější tapety, plakáty, sedací pytle, mikrofony, sluchátka atd.

Velmi mě baví nakupovat nové trendy vybavení do klubu. Chceme být co nejmodernější a jít s dobou, proto je podstatný, aby bylo zařízení vybavené podle představ klientů (Respondent 2).

Jak již respondent 6 avizoval v předchozí ukázce rozhovoru, pracovníci se snaží přizpůsobit se klientovi v co největším měřítku. Snaží se tudíž chodit do jeho přirozeného prostředí, ve kterém nefungují stejná pravidla jako v ambulantní službě. Pracovník navštěvuje klienta také v terénní formě (na hřišti, v parku, u sídliště...) a snaží se jej motivovat k diskuzi a pohybu v jeho prostředí. Jedná také preventivně s ohledem na obklopující společnost. Respondenti popisují pravidla v terénu jako taková, že klient, který je nechce pozdravit, nemusí. Vzhledem k anonymitě může dělat, že pracovníky nezná a dělat to, co vykonává běžně.

.. v terénu my chodíme a aktivně oslovujeme a začínáme ten rozhovor, jdeme jakoby s nějakou nabídkou, ale v té ambulantní formě jdou oni s něčím už přímo za náma. Prostě přijdou s nějakou zakázkou, nebo jen tak, že s náma chtějí být. Velkej rozdíl je v tom, že když třeba na klubu mluví sprostě, tak je upozorníme, protože u nás jsou vulgarity zakázaný, takže je upozorníme jednou,

podruhé a potřetí musí opustit klub. Tohle venku neplatí, tam je to jejich revír, takže postupujeme stejně, upozorníme je, ale když to nepomáhá, tak odcházíme (Respondent 6).

Velkou výhodou v terénní formě, vidí respondenti to, že mohou oslovovat nové potenciální klienty služby. Většinou to probíhá ve formě rozhovoru, kdy pracovník předá dané osobě informační servis o NZDM a podá letáček s informacemi. Tato činnost se v NZDM nazývá oslovený prvokontakt.

Pokud se jedná o prvokontakt začíná konverzace oslovením potencialních zájemců o službu. Pozdravíme a zeptáme se, jestli mají na chvílku čas a zda znají NZDM. V případě, že rozhovor probíhá dobře, nabídneme letáček a podáme krátké info o činnosti NZDM, popřípadě také nabídneme volnočasovou aktivitu, u které se vždy konverzace rozproudí. Od prvokontaktu v NZDM se liší tím, že pracovníci vyhledají klienta, zatímco když klient přijde do NZDM, vyhledal on naši službu (Respondent 4).

4.8 Závěry výzkumného šetření

Hlavním cílem diplomové práce je navrhnout standard kvalitní komunikace s klientem v NZDM v Mohelnici a Zábřehu, který bude v závěru této podkapitoly přesně definován. Pozornost byla zaměřena na komunikaci pracovníků v NZDM s klienty ze sociálně znevýhodněného prostředí. V rámci výzkumného šetření byla stanovena hlavní výzkumná, která zní následovně: *Jakou strategii při komunikaci s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí používají sociální pracovníci v NZDM v Mohelnici a Zábřehu.* K hlavní výzkumné otázce bylo dále stanoveno pět dílčích výzkumných otázek, které jsou níže zodpovězeny.

1. Dílčí výzkumná otázka: Jak vypadá běžný den pracovníka NZDM v čase stráveném s klientem?

Klienti mohou navštěvovat NZDM především v odpoledních hodinách v čase od 12:00 – 17:00. Tento čas je přizpůsoben klientům, kteří chodí převážně do školy nebo zaměstnání. V období klientské práce se pracovníci zaměřují na rozvoj komunikace s klienty prostřednictvím volnočasových aktivit, které pomáhají odbourávat stud a navazují s nimi blízký kontakt, důvěru a vztah. K nejoblíbenějším volnočasovým aktivitám, které dokáží rozproudit konverzaci a diskuzi, patří fotbal, kulečnický a stolní hry. Pracovníci se při komunikaci s klientem snaží jednat výchovně a preventivně, a chtějí

být pro ně jakýmsi vzorem. Klienti tedy nejvíce využívají volnočasové aktivity, doučování, informační servis a sociální poradenství. V průměru NZDM denně navštíví okolo patnácti klientů. S klienty, kteří z nějakého důvodu nemohou přijít do NZDM, se snaží pracovníci zachovat kontakt přes sociální sítě. Nejčastějším klientem zařízení bývají děti a mladiství z neúplných rodin, zkoušející návykové látky, nedostatečně motivováni, mající problémy ve škole a často jsou pod dohledem OSPODu. Jejich komunikační schopnosti a dovednosti jsou převážně na nízké úrovni, kdy jsou v nevěřící pozici vůči ostatním a neumí ovládat svoje city a emoce. Pro klienty je důležité, že v NZDM jsou pracovníci, kteří je vždy vyslechnou a mohou zde trávit bezpečně svůj volný čas.

2. Dílčí výzkumná otázka: Jak je podle pracovníka NZDM důležitá atmosféra při komunikaci s klientem?

Aby komunikace s klientem měla co největší význam, musí mít pracovník s klientem navázaný co nejdůvěrnější vztah. Nejvhodnější podmínky, podle pracovníků jsou klidné, ničím nerušené a útulné prostředí, které neodvádí diskuzi k jiným podnětům. K tomu nejvíce disponují individuální konzultace, při kterých je klient v NZDM sám s pracovníkem. Mají velké množství času a prostoru na řešení aktuální zakázky klienta. Další velkou výhodou je, že klient aktivně spolupracuje, ví, o čem chce diskutovat a pracovník tak nemusí vyvíjet příliš mnoho snahy k vymýšlení nejrůznějších témat. Při individuálních konzultacích nejvíce probíhá nabídka doučování a sociální poradenství. NZDM funguje jak v ambulantní formě, tak i ve formě terénní. Terénní forma probíhá v tom stylu, že pracovníci chodí do přirozeného prostředí do parků, hřišť a sídlišť za klienty NZDM. V této příležitosti oslovují také nové potenciální klienty, kterým nabízejí služby NZDM. Tento druh výkonu se nazývá prvokontakt potenciálního klienta. V běžném prostředí klienta, pracovníci nejvíce využívají volnočasových aktivit, které jsou zaměřeny na pohyb a sport. Rozdíl mezi ambulantní a terénní formou je takový, že pracovníci čekají, až je klient pozdraví jako první a sám tak naváže kontakt, z důvodu anonymity.

3. Dílčí výzkumná otázka: Jak důležitá je nabídka sociálních služeb v NZDM pro komunikaci pracovníka s klientem?

Běžnou službou, kterou klienti v NZDM využívají, jsou volnočasové aktivity. Nejčastější komunikace s klientem při volnočasových aktivitách jsou stolní hry, které dávají prostor pro diskuzi a intervence ve skupině. V aktivitě, u které si jsou pracovníci jisti, že naváží kvalitní komunikaci, se respondenti názorově rozcházejí. Je to zapříčiněno odlišností povah pracovníků v NZDM, což je ale přirozené. Někomu vyhovují aktivní a pohybové hry a někomu zase stolní a logické. Motivace klienta v NZDM k různým aktivitám je klíčová, jelikož většina cílové skupiny, která navštěvuje právě NZDM, je motivována minimálně. Je to z důvodu rodinného prostředí, ve kterém klienti vyrůstají, kdy se rodiče patřičně nevěnují těmto prioritám. Velkým přínosem pro klienty, kteří aktivně navštěvují NZDM, je adekvátní trávení volného času, při kterém se mohou naučit spousta nových věcí, a dozvědět se tak přínosné informace do jejich budoucího života.

4. Dílčí výzkumná otázka: Jak pracovník podporuje klienta v rozvíjení jeho komunikačních dovedností?

Běžným začátkem komunikace pracovníka s klientem je pozdrav a následná kontaktní práce a diskuze o běžných a každodenních činnostech (škola, práce, volný čas, jídlo, koníčky...). Při delším rozhovoru s klientem se pracovník zaměřuje na jeho aktuální stav, psychiku a emoce. S danými informacemi dále pracuje podrobněji, snaží se být co nejvíce empatický a otevřený všem možnostem spolupráce s klientem (individuální plán klienta). Pracovník dále pomáhá klientovi rozvíjet se v jeho komunikačních schopnostech a dovednostech v různých podobách projevu svého názoru a emoční inteligence. Pracuje s ním na rozvíjení vlastní osobnosti, a pomocí volnočasových aktivit ho doprovází ke zvyšování jeho sebevědomí a sebedůvěry. Jelikož je NZDM dobrovolná služba, klient si může sám zvolit, co chce a nechce dělat. Tím se zároveň učí asertivnímu chování, ve kterém má prostor a příležitost říct, co se mu líbí a co naopak nelíbí.

5. Dílčí výzkumná otázka: Jak nechybovat při komunikaci s klienty NZDM?

Podle respondentů se nejhůř pracuje s klientem, který trpí poruchou chování, a to především trpícího agresí. Jelikož je NZDM stavěné na principu bezpečného prostředí, dochází zde s tímto typem klienta ke střetu se stanovenými pravidly. Klientovo chování tudíž velmi často vyústí k nejrůznějším sankcím, přičemž mezi tu nejčastější patří

omezený vstup či zákaz po určitou dobu do zařízení. Některé výpovědi respondentů se ale rozcházejí v tom, že někteří rádi pracují se staršími klienty a naopak někteří upřednostňují ty mladší. Z pohledu různorodosti cílové skupiny, si tedy může každý pracovník přijít na své. Respondenti uvedli, že se velmi často potýkají s klienty, kteří se jim snaží lhát. Stává se tak, z důvodu touhy, po větší pozornosti ze strany pracovníků. Respondenti dále uvedli, že je nejvíce dokáže vyvést z míry, když se klienti doptávají na jejich osobní život. Proto je důležité, aby z úplného začátku komunikace s klientem, byly stanoveny hranice, jaké si klient k pracovníkům může dovolit. Aby pracovník klientovi co nejvíce pomohl, především v sociálním poradenství, řeší závažnější témata s jeho kolegy na klientských poradách, na kterých se převážně společně domluví na předem daném postupu budoucí spolupráce či odkazu na jiné specifitější zařízení.

Hlavní výzkumná otázka: Jakou strategii při komunikaci s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí používají sociální pracovníci v NZDM v Mohelnici a Zábřehu.

Strategie při komunikaci s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí v Mohelnici a Zábřehu je velmi individuální. Individuálnost je zapříčiněna velmi specifickou cílovou skupinou, která je odlišná ve městě Zábřeh, tak i v Mohelnici. Nejčastějším klientem v Zábřehu je dítě či mladistvý z azylového domu nebo dětského domova. Klienti tudíž nejčastěji řeší problematiku útěků, strádající rodiny a nízkou motivaci k adekvátnímu trávení volného času. V Mohelnici se naopak řeší problematika závislostí, sebepoškozování a vztahů. Z rozhovorů lze poznat, že každý pracovník je silnější v jiné cílové skupině a částečně se více orientuje na odlišnou problematiku. Což ale vede k naplnění všech požadavků ze stran klientů a každý pracovník se tak může věnovat tomu, v čem nejvíce vyniká. Strategie komunikace s klienty se nejvíce soustřeďuje na kontaktní práci, která je spojena s libovolným nástrojem z rozmanitých možností volnočasových činností. Velkou důležitostí je navázání důvěrného vztahu s klientem, který se odvíjí od toho, jak moc je aktivní v naplňování svého individuálního plánu, a stanovení si hranic, co všechno si klient k pracovníkovi může dovolit.

4.9 Návrh standardu vhodné a efektivní komunikace s klientem v Nizkoprahovém zařízení pro děti a mládež v Mohelnici a Zábřehu

Návrh standardu vhodné a efektivní komunikace s klientem NZDM v Mohelnici a Zábřehu má posloužit jako návod ke zlepšení komplexnosti u nabízených služeb v zařízení, spojených s komunikací ve vztahu pracovník – klient. Navržený standard vychází z kategorií vytvořených z polostrukturovaného rozhovoru s respondenty, kteří dopomohli závěrečnému cíli celé diplomové práce.

Pracovník

Sociální pracovník i pracovník v sociálních službách by měl mít určité rysy osobnosti, které jsou nedílnou a velmi podstatnou součástí při práci a komunikaci s klientem v NZDM. Pracovníkova osobnost musí dosáhnout určité zralosti, která je dána zdravou sebeúctou, otevřeností a vstřícností. Pracovník musí být bez určitých předsudků vůči jakékoliv cílové skupině, které se snaží projevit schopností sebezpůsobováním a svého racionálního přirozeného úsudku. Měl by být tolerantní k názorům okolí, schopný navázat a udržet kontakt, při kterém si prohlubuje své komunikační schopnosti spojené s naslouchacím uměním a empatií.

Prostředí

Aby komunikace pracovníka s klientem byla co možná nejkvalitnější, je velice důležité, aby tomu bylo přizpůsobeno i dané klima a prostředí, ve kterém se děj odehrává. Pracovníci musí docílit toho, aby klient se v NZDM cítil bezpečně a komfortně. V prostředí, ve kterém si on sám představuje, že je to ideální a bezpečné útočiště pro ventilaci emocí a aktuálních stavů. Prostředí NZDM má tedy vypadat přirozeně pro klienta, ale i pro pracovníka ve kterém se oba aktéři cítí dobře.

Principy

Na počátku komunikace s klientem, je důležité upřesnění principů ze strany pracovníka, na kterých zařízení funguje a případný bližší popis pro porozumění. V tomto případě se jedná o vysvětlení pojmu anonymita, na kterou se dále váže pojem mlčenlivost, ale také v opačném měřítku termín oznamovací povinnost. Pro pracovníka je důležité, aby rozpoznal, zda klient přichází s určitou a závažnější zakázkou, při které je nutná

okamžitá pomoc v krizi či sociální poradenství, nebo je to klient, který přichází bez nějak závažného důvodu, a chce jen v NZDM trávit smysluplně svůj volný čas.

Forma intervence

Jestliže se jedná o první z těchto možností, pracovník se s klientem domluví na určité formě intervence a prostředí, které by mělo být pro klienta co nejpříjemnější. Pokud tomu daná ambulantní forma momentálně neodpovídá, z důvodu velkého momentálního počtu klientů v NZDM, jsou klientovi nabídnuty individuální konzultace či terénní služba.

Zakázka

Aby komunikace a následná pomoc ze strany pracovníka započala, je prioritní, stanovit si s klientem zakázku, a následný cíl, jak bude spolupráce vypadat. Tento proces se v zařízení nazývá individuální plán, při kterém si ve spolupráci s klientem pracovník stanoví danou otázku, co klient vlastně od pracovníka očekává, kam by se chtěl posunout, co změnit, za jak dlouho a jak moc ochotný je pro danou věc něco udělat. Při této formě práce s klientem je pro pracovníky NZDM nejvhodnější, aby klient využil individuálních konzultací, při kterých má pracovník na klienta nejvíce času. V opačném případě, kdy klient nepřichází do zařízení s požadavkem naplnění konkrétního cíle, je podstatné, aby pracovník klientovi ukázal možnosti trávení volného času v rámci informačního servisu. Pracovník pokládá klientovi základní a běžné otázky k tvorbě kvalitní komunikace, dává mu ale velký prostor k jeho seberealizaci a zvolení si vlastního tématu, o čem chce momentálně konverzovat, s pracovníkem či jiným klientem.

Volnočasové aktivity

Při běžné komunikaci s klientem, je dobré využívat nejrůznějších nástrojů, ve formě volnočasových aktivit. Mezi ty nejefektivnější, při kterých by pracovník měl navázat vztah s klientem, patří fotbal, kulečnick, stolní hry (karetní, strategické, zábavné, logické). Navázání vztahu s klientem, by mělo být pro pracovníka klíčovou činností, přičemž při dosažení takového procesu, znamená, otevřená cesta a následná dlouhodobá spolupráce s daným klientem. Pracovník by neměl celkovou spolupráci v žádném případě uspěchat, naopak, klienta odkazovat na další cílené aktivity, pořádané NZDM.

Internet

Kromě osobní komunikace s klientem, by měl pracovník využívat také sociální sítě ke spojení a online komunikaci. Sociální sítě, by měly dále kromě komunikace fungovat i jako informační servis o dění NZDM a aktualitách ve světě. V rámci online diskuze, by měl pracovník jednat preventivně o ochraně. Především skrze zachování klientova soukromí a bezpečí před online světem.

Otevřená komunikace

Pracovník s klientem by měl otevřeně komunikovat o všestranných a aktuálních tématech, která jsou pro klienta momentálně blízké a zajímavé. Měl by jednat otevřeně a v rámci prevence mu být určitým vzorem. Z této skutečnosti vyplývá, že pracovník v NZDM, by měl mít všeobecné dovednosti a znalosti, které klienta náležitě namotivují.

Hranice

Při delší spolupráci s klientem, si musí pracovník stanovit své osobní hranice, na které v komunikaci s klientem musí brát zřetel. Jedná se především o osobní rovinu pracovníka. Přípravenost na netypické otázky ze strany klienta, při kterých může být pracovník částečně zaskočen, je nezbytná.

Pracovník si musí uvědomit, že jedná s dítětem či mladistvým ze sociálně znevýhodněného prostředí, ve kterém je velmi časté netypické chování, na které musí být připraven. Jestliže pracovník jedná s agresivním či schizofrenním klientem, musí si uvědomit, že komunikace může být částečně nebezpečná. V této situaci je lepší jednat s klientem ve dvou pracovnících na individuálních konzultacích.

Konfrontace

Klient ze sociálně znevýhodněného prostředí trpí častým strádáním určité pozornosti ve svém životě. Tento pocit chce odstranit například nejrůznějšími historkami či výmysly, jen proto, aby docílil jeho potřeby. Pracovník by si měl vymezit strategii, jak postupovat, když si je vědom, že mu klient neříká úplnou pravdu, a konfrontovat ho, nejlépe jeho vlastním předchozím sdělením. Vyvést z omylu ho také může prostřednictvím internetových stránek, které poukazují na skutečnost či zahráním si na určité modelové situace. Pracovník však nesmí klienta odradit od budoucí spolupráce a celkové komunikace.

Spolupráce

Veškerá spolupráce s klientem, může pracovníka posunout k celkovému rozvíjení osobnosti a zdokonalování se v oboru. Při řešení hromadných situačních intervencí, může pracovník vytěžit co možná nejvíce informací do budoucí spolupráce s klienty, kdy si na podobné téma může připravit preventivně vzdělávací a výchovný blok. Při spolupráci s klientem je důležité doptávání se na jeho emoce a pocity, monitorování jeho aktuálního stavu a následná klientova zpětná vazba pro pracovníka. Při dlouhodobé spolupráci na určité zakázce, by měl pracovník v průběhu činnosti, mapovat, kam se s daným klientem dostal a jak se průběh vyvíjí. Jestliže zjistí, že klient přestal spolupracovat nebo jeho zakázka stojí na jednom místě, je důležité celý proces pozměnit.

Terén

V ambulantní formě služby, začíná komunikaci vždy pracovník NZDM. Naváže bezpečnou a příjemnou atmosféru, při které se poté rozvíjí hlubší komunikace v rozhovor či skupinovou diskuzi. V terénní formě je tomu naopak, klient zdraví pracovníka NZDM jako první. Je to především z důvodu zachování klientovi anonymity, jestliže se s pracovníkem nechce komunikovat, nemusí, pracovník toto přání respektuje. Jestliže se pracovník v terénní formě cítí nekomfortně či ohrožen, má právo ukončit komunikaci s klientem. Pracovník si musí uvědomit, že přichází do klientova přirozeného prostředí, ve kterém fungují právě jeho podmínky. Pracovník se bude snažit rozvíjet komunikaci na běžná témata nebo v rámci informačního servisu bude působit preventivně. K preventivní činnosti také použije různé aktivizační metody k trávení aktivního volného času.

Klientská porada

Komunikace pracovníka s ostatními kolegy v NZDM je nezbytná. Nejefektivnější akt v komunikaci s pracovníky je klientská porada. Klientská porada slouží jako informační servis pro všechny pracovníky NZDM, na které se mají projednávat aktivní klienti a jejich individuální plány s určitou zakázkou. Na klientské poradě se dále rozdělují klienti ke klíčovým pracovníkům, kteří mají za úkol splnit klientovy požadavky. Klíčový pracovník by měl být ten, který má ke klientovi nejbližší ve všech oblastech.

Emoce

Pracovník s klientem navazuje dlouhodobý vztah, při kterém dochází k hlubším emocím, tudíž si pracovník musí s klientem vymezit, na jaké rovině spolu mohou

komunikovat. Pracovník denně prožívá pozitivní, ale i negativní zkušenosti, které se mohou promíjet v jeho citech a emocích. Tato vlastnost je naprosto přirozená, a měla by se s ostatními pracovníky denně konzultovat. Typickým příkladem, kdy mohou být emoce pracovníka na vrcholu, je u klienta, který nechce odejít z NZDM v době, kdy už zařízení zavírá.

Závěr

Nízkoprahová zařízení pro děti a mládež mají jedinečné kouzlo, které tkví ve schopnostech vyhledávání, navazování a udržování stálých kontaktů s vytyčenou cílovou skupinou, která je pro jiné služby problematická. Podle České asociace streetwork, je k roku 2019 v ČR 265 nízkoprahových zařízení pro děti a mládež. Všechna tato zařízení kladou důraz na primární a sekundární prevenci a celkové přizpůsobení se dětem a mládeži v jejich přirozeném prostředí. Důležitost reagovat na rychlé světové změny, životní styly, kultury a život v online virtuálním světě, je pro pracovníky klíčová. Proto musí pracovníci NZDM využívat své znalosti z oborů sociální práce, psychologie, pedagogiky a pedagogiky volného času.

Podle zákona č. 108/2006 Sb. o sociálních službách, stojí NZDM na principu anonymity. Jelikož pro NZDM je velmi důležitá vzájemná spolupráce se školou či OSPODem, tento princip může občas stát ve střetu mezi zájmy těchto zařízení. Vždy o anonymitě rozhoduje klient daného zařízení, který se podle České asociace streetwork, převážně rozhoduje pro spolupráci s jinými institucemi, tím se tak dobrovolně vzdává své anonymity.

Ačkoli je v České republice nejméně 265 zařízení, která slouží vyloženě pro děti a mládež, z vlastní zkušenosti vím, že pojem NZDM, je pro širokou veřejnost stále neznámý. Všechna zařízení fungují na stejných či podobných principech, ale můžeme říci, že každé zařízení je velmi individuální a odlišné. Rozhodujícím faktorem je velikost měst, menšinová populace, prostředí a klima zařízení, a v neposlední řadě pracovníci, kteří vytvářejí přirozené a bezpečné útočiště.

Hlavním cílem práce bylo pokusit se navrhnout standard pro vhodnou komunikaci pracovníka s klientem v NZDM MZ. Tento cíl byl splněn prostřednictvím teoretické a převážně empirické části. Teoretická část se zaměřovala na obecné pojmy, které se týkají komunikace, částečné socializace a případné motivace. Dále popisovala sociálně znevýhodněné prostředí, ve kterém se klient NZDM může pravděpodobně vyskytovat. Celou teoretickou část uzavírá kapitola, věnována NZDM. Tato kapitola pojednává o vzniku zařízení, poslání, cíli a principech. Uvádí také širokou nabídku poskytovaných služeb, přičemž mezi ty nejčastěji klienty využívané jsou doučování a sociální poradenství. V empirické části byla získávána data pomocí polostrukturovaných

rozhovorů, které byly pomocí zakotvené teorie zpracovány a metodou kódování interpretovány. Všechny kroky kódování napomohly k naplnění primárního cíle celé diplomové práce. Výsledkem je návrh standardu pro vhodná komunikaci mezi pracovníkem a klientem, který může posloužit pracovníkům NZDM v MZ, ale také jiným zařízením pro děti a mládež.

ANOTACE

Jméno a příjmení:	Bc. Jan Falout
Katedra:	Ústav pedagogiky a sociálních studií
Vedoucí práce:	PaedDr. Alena JŮVOVÁ, Ph.D.
Rok obhajoby:	2020

Název práce:	Strategie komunikace s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí v NZDM v Mohelnici a Zábřehu
Název v angličtině:	Communication strategies with clients from socially disadvantaged backgrounds in NZDM v Mohelnici a Zábřehu
Anotace práce:	<p>Diplomová práce se zabývá strategií komunikace sociálního pracovníka s klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí v Nízkoprahovém zařízení pro děti a mládež v Mohelnici a Zábřehu. V teoretické části definuje obecné pojmy, popisuje komunikaci a podrobněji analyzuje činnost NZDM. Empirická část je založena na kvalitativním výzkumu, která díky polostrukturovaných rozhovorů odpovídá na hlavní výzkumnou otázku strategie komunikace sociálních pracovníků s klienty. Celou práci uzavírá návrh standardu účinné a efektivní práce s klientem.</p>
Klíčová slova:	Komunikace, klient, sociální pracovník, motivace, sociálně znevýhodněné prostředí, nízkoprahové zařízení pro děti a mládež

Anotace v angličtině:	<p>The diploma thesis discusses the strategy of communication of a social worker with a client from a socially disadvantaged environment in Low-threshold Facilities for Children and Youth in Mohelnice and Zábřeh.</p> <p>In the theoretical part there are definitions of general terminology, description of communication and particular analysis of the activities in the Low-threshold facility.</p> <p>The empirical part is based on qualitative research, which contains semi-structured interviews and offers the answer of the main research question about the Strategy of communication between social workers and clients. At the end of the diploma thesis there is a final Project of the Standard for effective&efficient work with the client.</p>
Klíčová slova v angličtině:	Communication, client, social worker, motivations, socially disadvantaged backgrounds,
Přílohy vázané v práci:	<p>Informační leták NZDM</p> <p>Rozhovor s respondentem</p>
Rozsah práce:	76 stran
Jazyk práce:	český

Použitá literatura

1. Bednářová, Z., & Pelech, L. (2003). Slabikář sociální práce na ulici: supervize, streetwork, financování. Brno: Doplněk
2. Berger, Peter L. a Thomas Luckmann. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1.
3. Čechovský, J., & Racek, J. (2007). Kořeny vzniku nízkoprahových zařízení pro děti a mládež v České republice. In P. Klíma, A Herzog a kol., *Kontaktní práce* (s. 303–306). [cit.2020-02-27]. Dostupné z:
http://www.streetwork.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=1448
4. Černá, D. (2008). Úvod do terénní sociální práce. In K. Janoušková & D. Nedělníková, *Profesní dovednosti terénních pracovníků: sborník studijních textů pro terénní pracovníky*. Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě.
5. Gruber, David. *Zlatá kniha komunikace : jemně doladěné vydání bestselleru No. 6*. Vydání šesté. [Ostrava] : Gruber - TDP, [2015]©2015. ISBN 978-80-85624-97-7.
6. Etický kodex České asociace streetwork sdružující nízkoprahové sociální služby. (2017). [cit.2020-04-16] Dostupné z:
https://www.streetwork.cz/uploads/files/attachments/5a1e8a28044d4_eticky_kodex_01-2017.pdf
7. Hapalová, M. (2017). Nízkoprahové kluby pre deti a mládež. [cit.2020-03-15]. Dostupné z:
https://www.ia.gov.sk/npkiku//data/files/np_kiku/dokumenty/Nizkoprahove%20kluby%20b%20rozura%20Jun2017%20blok.pdf
8. Havrdová, Z. (1999). *Kompetence v praxi sociální práce: metodická příručka pro učitele a supervizory v sociální práci*. Praha: Osmium.
9. Herzog, Aleš. Program specifické prevence drogových závislostí realizovaný v rámci nízkoprahově orientované práce s dětmi a mládeží. *Éthum*, 2004, roč. 12.
10. Herzog, Aleš. *Standardy nízkoprahových zařízení pro děti a mládež*. *Éthum – sborník sylabů, pracovních listů a textů Vzdělávacího programu Gabriel*. Mimořádné vydání, 2003.
11. Hirt, Tomáš, Jakoubek, Marek. "Romové" v osidlech sociálního vyloučení. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2006, 414 s. ISBN 80-868-9876-8.

12. Hutyrová, Miluše. *Komunikace a vztah jako základ poradenské praxe*. 1. vyd. Olomouc : Univerzita Palackého v Olomouci, 2013. Studijní opory. ISBN 978-80-244-3693-7.
13. Kappl, M. (2013). Nízkoprahová zařízení pro děti a mládež. In O. Matoušek a kol., *Encyklopedie sociální práce*. Praha: Portál
14. Klíma, P. (2003). Práce s neorganizovanými dětmi a mládeží a její „nízkoprahové“ souvislosti. *Éthum: Bulletin pro sociální prevenci, pomoc a intervenci*.
15. Klíma, P., ed. et al. (2009) *Kontaktní práce: antologie textů České asociace streetwork*. Praha: Česká asociace streetwork.
16. Kopřiva, Karel. *Lidský vztah jako součást profese : psychoterapeutické kapitoly pro sociální, pedagogické a zdravotnické profese*. 2., rozš. a přepr. vyd. Praha : Portál, 1997. ISBN 80-717-8150-9.
17. Kusák, Pavel a Pavel Dařílek. *Pedagogická psychologie*. A. 2. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2002. ISBN 80-244-0294-7.
18. Kredátus, J. (2007). Široká verejnost' stále vníma sociálnych pracovníkov ako úradníkov. *Sociální práce / Sociálna práca*, 7(1).
19. Lamser, Václav. *Komunikace a společnost : úvod do teorie společenské komunikace*. 1. vyd. Praha : Academia, 1969.
20. Maroon, Istifan. Syndrom vyhoření u sociálních pracovníků: teorie, praxe, kazuistiky. 1. vyd. Překlad Kateřina Lepičová. Praha: Portál, 2012, 151 s. ISBN 978-802-6201-809.
21. Matoušek, Oldřich a Hartl, Pavel. Nároky sociální práce a syndrom vyhoření. *Metody a řízení sociální práce*. Praha: Portál, 2003. s. 51-60. ISBN 80-7178-548-2.
22. Matoušek, O., Kroftová, A. 1998. Mládež a delikvence. Praha: Portál. ISBN 80-7178-226-2.
23. Mareš, Petr. Faktory sociálního vyloučení [online]. Praha: Výzkumný ústav práce a sociálních věcí, 2006. ISBN 80-870-0715-8.
24. Mikuláščík, Milan. *Komunikační dovednosti v praxi*. Vyd. 1. Praha : Grada Publishing, 2003. ISBN 80-2470.650-4.
25. Musil, L. (2008). Různorodost pojetí, nejasná nabídka a kontrola výkonu „sociální práce“. *Sociální práce / Sociálna práca*, 8(2).

26. Nakonečný, Milan. *Sociální psychologie*. Vyd. 1. Praha : Academia, 1999. ISBN 8020006907.
27. Nečasová, Mirka. Úvod do filozofie a etiky v sociální práci. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2001, 98 s. ISBN 80-210-2673-1.
28. Operační manuál NZDM v Mohelnici a Zábřehu, 2020. Dostupné: ve službě NZDM MZ.
29. Petrová, Alena - Plevová, Irena. *Kapitoly z obecné psychologie*. I. 1. vyd. Olomouc : Univerzita Palackého, 2004. Skripta (UP Olomouc). ISBN 8024407698.
30. Podané ruce. (2020), Nabídka sociálních služeb. Dostupné z: <https://podaneruce.cz/centra-sluzby/nzdm-blansko/> (07. 04. 2020).
31. Pracovní skupina NZDM při ČAS. Standardy nízkoprahových zařízení pro děti a mládež. [cit.2020-03-15]. Dostupné z http://www.nzdm.cz/index.php?page=standardy_nzdm
32. Pracovní skupina pro dodefinování NZDM - pracovní orgán České asociace streetwork, o. s. (2008). Pojmosloví nízkoprahových zařízení pro děti a mládež. Praha: Česká asociace streetwork.
33. Svoboda, M. (2007). Sociálně-pedagogické přístupy v práci s „neorganizovanou mládeží“ v nízkoprahových zařízeních a otevřených klubech pro děti a mládež. In. P. Klíma, A Herzog a kol., Kontaktní práce (s. 45–63). Dostupné z: http://archiv.streetwork.cz/images/stories/CAS/publikace09/01kontexty_vychodiska.pdf
34. Strauss, A. L., Corbinová, J. Základy kvalitativního výzkumu. Boskovice: Albert, 1999. ISBN 808583460X
35. Šandor, J. (2005). Nízkoprahové programy pre deti a mládež. In M. Bartoňová & J. Šandor, Nízkoprahové programy pre deti a mládež: úvod do problematiky (s. 13–20). Bratislava: Nadácia mládeže Slovenska
36. Šed'ová, K. (2014). Analýza kvalitativních dat. In Švaříček, R., & Šed'ová, K., Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách. Praha: Portál.
37. Švaříček, R. (2014a). Kvalitativní přístup a jeho teoretická a metodologická východiska. In Švaříček, R., & Šed'ová, K., Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách. Praha: Portál.
38. Vališová, Alena. *Asertivita v rodině a ve škole aneb zásady přímého jednání mezi dětmi, rodiči a učiteli*. 2. upr. vyd. Jinočany : H&H, 1994. ISBN 80-857-8729-6.

39. Vybíral, Zbyněk. *Co, čím, jak a s kým komunikujeme? : přednášky o lidské komunikaci ve formě esejů*. Hradec Králové : Gaudeamus, 1999. ISBN 80-704-1123-6.
40. Vykopalová, Hana. *Vybrané kapitoly ze sociální psychologie v kontextu komunikace*. 1. vyd. Olomouc : Univerzita Palackého, 2000. ISBN 80-244-0084-7.
41. Společnost Podané ruce o. p. s. Výroční zpráva 2018. [online]. Dostupné z: https://issuu.com/rosanetek/docs/vz2019_podane_ruce_web.
42. Watzlawick, Paul, Janet Beavin Bavelas a Don D. Jackson. *Pragmatika lidské komunikace: interakční vzorce, patologie a paradoxy*. Hradec Králové: Konfrontace, 1999. ISBN 80-86088-04-9.
43. Zákon č. 108/2006 Sb., o sociálních službách. [online]. [2020-03-23]. Dostupné z: https://www.mpsv.cz/files/clanky/7372/108_2006_Sb.pdf, § 110-111
44. Zákona č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání. [online]. [2020-04-16]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/dokumenty-3/skolsky-zakon-ve-zneni-ucinnem-od-15-2-2019>.
45. Zemanová, V., & Dolejš, M. (2015). Životní spokojenost, sebehodnocení a výskyt rizikového chování u klientů nízkoprahových zařízení pro děti a mládež. Olomouc: Univerzita Palackého
46. Zimmermannová, M. (2008). Terénní sociální práce s vybranými cílovými skupinami. In K. Janoušková & D. Nedělníková, *Profesní dovednosti terénních pracovníků: sborník studijních textů pro terénní pracovníky* (s. 353–407). Ostrava: Ostravská univerzita v Ostravě.

Přílohy

Příloha č. 1 Informační leták NZDM



Kontakt

Pobočka Mohelnice

Zámecká 19/1, 789 85 Mohelnice

M: +420 770 159 222

M: +420 777 720 230 - vedoucí

FB: NZDM v Mohelnici a Zábřehu

www.podaneruce.cz

nzdm.mz@podaneruce.cz

Otevírací doba:

Kontakt

Pobočka Zábřeh

Postřelmovská 465/1A789 01 Zábřeh

M: +420 776 177 797

M: + 420 777 720 230 - vedoucí

FB: NZDM v Mohelnici a Zábřehu

nzdm.mz@podaneruce.cz

www.podaneruce.cz

Otevírací doba:

Individuální práce

PO: 13:00-17:00

ÚT: 10:00-13:00

ST: 11:00-14:00

ČT: 11:00-14:00

PÁ: 10:00-13:00

TERÉN

PO-13:00-17:00

Klub:

ZAVŘENO

13:00-17:00

14:00-18:00

14:00-18:00

13:00-17:00



**Nízkoprahové
zařízení pro děti
a mládež
v Mohelnici
a Zábřehu**

Nášim posláním je motivovat a podporovat děti a mládež k aktivnímu přístupu k životu, k řešení osobních problémů zejména v období dospívání.

Klub v Mohelnici a Zábřehu je otevřen pro děti a mládež ve věku 9-26 let.

NZDM v Mohelnici a Zábřehu

Nudíš se?

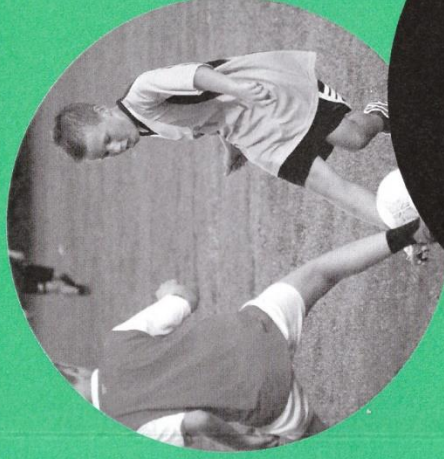
Nevíš, kde trávit svůj čas?

Můžeš přijít do klubu a zahrát si stolní fotbal, kulečnick, ping pong, nebo využít PC a internet. Přijď k nám na filmové odpoledne, výtvarný workshop, besedy, diskuze nebo si jen tak posedět a popovídat si s kamarády. Pořádáme i další sportovní aktivity a výlety.

Cítíš se osaměle?

Chceš poznat nové lidi?

V NZDM se seznámíš se svými vrstevníky a pracovníky. Společně můžeme probrat témata, která nemáš komu říct a zajímají Tě. A to drogy, sex, vztahy, přátelství, neplánované těhotenství a j.



Potřebuješ pomoci se školou?

Rádi Ti pomůžeme s domácími úkoly či referátem. Když budeš chtít, můžeme Tě doučovat a pomoci Ti najít informace, které Tě zajímají.



Trápí Tě něco?
Lítaš v průšvihů?

Přijď to s námi pořešit.

Dáme pokec, rádi Tě vyslechneme a popovídáme si s Tebou. A to všechno s respektem a bez toho, aniž bychom Tě soudili.

Nebo chceš přijít jen tak?
Klidně!

Jsme tady pro Tebe.
Anonymně a zdarma.

Příloha č. 2 Rozhovor s respondentem

Upozorňuji, že Vaše odpovědi jsou anonymní a poslouží jen pro výzkum do mé diplomové práce, jejímž cílem je navrhnout standard kvalitní komunikace s klientem v NZDM v Mohelnici a Zábřehu.

Popíšete mi prosím Vaši běžnou činnost v době, kdy do NZDM mohou přijít klienti?

Respondent: Jasně, tady je: V NZDM otevíráme hlavně v odpoledních hodinách, protože naši klienti by správně měli být dopoledne ve škole, nebo teda aspoň většina z nich. Otvíráme proto v jednu, nebo ve 2 odpoledne a jsme tu pro ně 4 hodiny. V Mohelnici klienti musí zvonit a my, jakože pracovníci, jim chodíme otevřít. Při tom se jako společně pozdravíme a pak probíhají ty klasický otázky, jako jak se mají, co ve škole, co nového..no a potom záleží na klientech, co chtějí vlastně řešit, nebo dělat. Někdo z nich potřebuje pomoci se školou, jakože s úkoly, nebo si chce povídat, nebo něco hrát a u toho se objeví nějaký téma, který je třeba trápí, nebo jako chtějí ho řešit. Vlastně by se dalo říct, že to odpoledne záleží hlavně na klientech a na jejich potřebách, ale je to hlavně tak, že nejsme v kanceláři, ale na klubu, kde jsou naši klienti.

S kolika klienty denně komunikujete?

Respondent: To je různý, protože naše služba je dobrovolná, tak se návštěvnost klubu vlastně odvíjí od klientů, no...někdy je to třeba 15 klientů, někdy míň a někdy víc. Ale prostě v průběhu dne to těch 12 15 určitě bude. Hodně třeba i záleží na tom, jaký je roční období, nebo jestli jsou prázdniny. Přece jenom když je hezky, tak jsou jako děcka víc venku a na klub fakt přijdou třeba s něčím do školy, nebo si pokecat a řešit nějaký problémy. Takže vlastně by se dalo říct, že je to každý den jinak. Ale snažíme se jim hodně přizpůsobit.

Jak to myslíte, že se jim snažíte přizpůsobovat?

Respondent: Noo, že třeba když je právě hezky, tak jdeme za nima i ven do jejich přirozeného prostředí, bavíme se třeba někde na hřišti nebo tak, a vymýšlíme různé aktivity nebo společný činnosti venku. Ale právě když chodí hodně do klubu třeba přes zimu, tak vymýšlíme preventivní programy a jako jiný aktivity vevnitř. Někdy se nám fakt podaří a přijde za den 20 klientů, ale někdy, třeba teď po koruně, 5 klientů (smích).

Aha, díky. A komunikujete s klienty pouze osobně, nebo mohou využívat i jiné prostředky, jak se s vámi spojit?

Respondent: Vždycky na letáčku máme hodně možností, jak nás můžou klienti kontaktovat. Je tam mail, telefon a hlavně Facebook. Takže třeba i dopoledne to máme zapnutý a oni nám píšou, jestli můžou odpoledne přijít, co se bude dělat a tak. Někomu třeba vyhovuje právě ten Facebook a svěří se nám s více problémy. Teď, když byla ta koronakrize, tak nás vlastně zavřeli a od vedení jsme měli pokyn, abysme s nima byli v kontaktu přes Facebook a to se teda hodně rozjelo a fakt jsme si denně psali s 25 klienty.

A jak často vám klienti volají?

Respondent: Tak to moc často ne, protože nemají kredit (smích). Ale třeba jen prozvoní a my pak voláme zpátky. Ten telefon je vlastně hlavně využívanej před nějakou akcí nebo výletem, protože nám volají třeba i rodiče..Jo a ještě jsem zapomněla říct, že jeden klient nám psal i dopis. Byl vlastně zrovna ve vězení a chtěl s náma být v kontaktu, tak jsme si prostě dopisovali.

Oukej, tak přejdeme k další otázce, nebo chcete k tomu ještě něco říct?

Respondent: Hele teď asi ne, třeba mě ještě něco napadne.

Tak jak byste charakterizovala klasického klienta, který navštěvuje NZDM.

Respondent: Chichi, tak to je dobrá otázka. Nooo taaakže, kde začít..V Mohelnici je to celkem jednoduchý, protože velkou část našich klientů jsou děcka z jednoho paneláku, co bydlí se sourozenci a většinou jen mamou, protože jako tátu nemají, v malým bytě, třeba v 1+1. Často tyhle děcka spolu chodí i na stejnou školu. Jsou to děcka ze sociálně slabší rodiny a nechci říkat, že jsou úplně problémový, protože si myslím, že oproti ostatním nízkoprahům máme hodný děcka, ale často už třeba mají kurátora nebo k nim chodí sociální pracovnice z OSPODu. Naším klientem jsou i děti, co nemají jak to říct..pevný a někdy ani pěkný vztah s rodiči, mají horší známky, že jim jako hrozí propadnutí a hlavně děcka, který tráví většinu času venku někde na hřišti a ve své skupince vrstevníků, kde se nemusí dodržovat pravidla. Oni sice jsou hodně spolu, ale na druhou stranu se dokážou rychle na sebe naštvat, pohádat se, šikanovat se, ale stejně se baví. Naš klient moc často neumí dávat najevo emoce a navázat zdravěj vztah, je to něco buď, anebo. Jakože nenávisť, nebo totální láska.

Ale třeba v Zábřehu jsou naši klienti často děcka z děcáku nebo azyláku, protože tady ty služby jsou, v Mohelnici ne. Čím je teda Zábřeh zajímavěj, tak tím, že tam si ty děcka

hodně nechci říct přímo vymýšlí, ale jako přibarvují příběhy. Třeba máme klienta, který přišel s příběhem, že bude mít plastová žebra (smích).

Kolik k vám chodí romských dětí?

Respondent: No ono je strašně těžký určit, kdo je a není Rom, ale jako řekla bych, že minimum. Třeba v Mohelnici jsou asi děcka, který mají jednoho z rodičů Roma, ale jinak to jsou děcka z většinové společnosti, když to řeknu takhle slušně (smích). V Zábřehu je Romů trochu víc, ale taky to není ani polovina našich klientů. Je to fakt jen zlomek, no.

Chápu..A jaké rozdíly sledujete v komunikaci mezi klientem ze sociálně znevýhodněného prostředí a klientem ze zdravého sociálního prostředí?

Respondent: Tak třeba děcka ze sociálně slabšího prostředí se neumí moc během komunikace dívat do očí. Obzvlášť v situaci, která je pro ně jako nekomfortní, třeba omluva, nebo naopak pochvala a vyznání nějakých emocí. Často si hodně věci přibarvují, mluví o sobě. Je to jako těžký říct..nějaký děcko ze slabšího prostředí může být zakřiknutý a trvá to, než se k němu pracovník jakože dostane, někdy je ho naopak všude plno a povídá a povídá...je to prostě individuální.

Navíc si myslím, že jako děcko ze zdravého prostředí a z fungující rodiny u nás moc často nebude. Že ho ta naše cílovka prostě semele a mu se u nás nebude moc líbit. Už se mi to stalo hodněkrát, že prostě děcka z dobré rodiny už víckrát nepřišly, nebo se k nám venku nehlásily, což jako chápu a je to tak správně. Naše cílová skupina je vlastně skupina ze znevýhodněného prostředí, ale jako samozřejmě, když potřebuje pomoci i dítě z jiného prostředí, tak jsme tam rádi pro něj, o tom žádá.

Z jakého důvodu je pro většinu klientů důležité navštěvovat NZDM?

Respondent: Toho je hodně. Určitě je to nějaký nový pohled na různé situace a na řešení problémů, protože to oni si často neodnáší z domu, nemají takovej ten pozitivní vzor, jak k něčemu přistupovat a vůbec, jak něco řešit. A hlavně si myslím, že nízkoprah působí preventivně. Díky tomu, že jsme s klienty spíš na přátelské vlně, tak se nám hodně otvírají a svěřují s kdečím, takže mi na to pak reagujeme a snažíme se, aby změnili svůj postoj, nebo pohled na nějakou věc, která pro ně může být škodlivá. Taky reagujeme na to, co řeší a co je zajímavá tím, že pro ně chystáme a pořádáme ty preventivní bloky, nějaký akce a aktivity.

Chodí k nám i klienti, co třeba nemají kamarády, takže se u nás můžou seznámit, někoho poznat a je to taková socializace. Reagujeme na to, jak mezi sebou komunikují, protože to taky neumí. Neumí řešit problémy. Začnou si vždycky nadávat, pošlou se do...a nebo se třeba i rozbřečí a pak se nebaví. Ale tu důležitost vidím i v tom, že jim pomáháme se školou, když teda chtějí. Pravidelně se jich ptáme, co škola, jestli něco nechtějí, nebo nepotřebují, ale nejhorší je, že když to fakt nehoří a nemají průser, tak se jim do školy nechce a nic nedělají. Tak se je snažíme k tomu motivovat, ale když nemají ten vzor z rodiny a nikdo jim neříká, že je škola a vzdělání důležitý, tak je to kolikrát o ničem.

Díky za odpověď. Jaké podmínky a prostředí potřebujete, aby Vaše komunikace s klientem byla kvalitní?

Respondent: Tak to je hodně individuální, protože záleží na tom klientovi, jaký je, co mu vyhovuje a taky, co chce zrovna řešit. S někým prostě pokecám líp a raději venku někde na lavičce, kde máme klid a je teplo, než třeba na klubu, kde je víc klientů a někdo po mně něco do toho i potřebuje. Ale někteří klienti nemají problém s tím, aby se svěřili a otevřeli na klubu i před ostatními klienty. To mám hodně ráda, protože na to můžeme navázat a začne potom hromadná diskuse a klienti si mezi sebou vyměňují názory, pohledy na danou věc a strategie.

Hodně dobře se mi taky komunikuje v individuální místnosti, kde jsem třeba jen já a jeden dva klienti. Na klubu jsem někdy i ráda za přítomnost kolegů, protože třeba můžou do toho rozhovoru s klientem vnést jiný pohled a jiný názor, který mě by třeba zrovna nenapadl, a taky můžou dobře odlehčit atmosféru. Ale ta kvalita komunikace se hodně odvíjí od rozpoložení, nálady a taky ochoty klienta. Jednou jsem dokonce komunikovala s klientem na zemi na chodbě a byla to podle mě kvalitní komunikace (smích), takže to prostředí možná není až tak důležitý.

Tak to muselo být zajímavý. Ted' další otázka. Jaké výhody spatřujete za důležité při komunikaci s klientem na individuálních konzultacích v NZDM?

Respondent: Že jsme zavření spolu v jedné místnosti, kde nás neruší jiní klienti a nedovolávají se pozornosti. Ve větším počtu klientů to může být tak, že klient, který chce pozornost a nebojí se si o ni říct, prostě mluví víc a zatlačí toho klienta, co fakt chtěl něco řešit a s něčím poradit. Je na to prostě víc času a prostoru věnovat se jenom tomu jednomu, ale zase je třeba blbý, když je to klient, který mluví pořád a nejde zastavit. Je mi často

blbý tu komunikaci utnout, i když už třeba trvá hodinu, nebo se naopak neřeší nic moc důležitého a jen tak se tlachá.

Joo, to je moje další otázka, v čem naopak spatřujete nevýhody u individuálních konzultací?

Respondent: Dobrý to je, když se fakt něco řeší a klient přichází s tématem a zakázkou, kterou chce vyřídit. Horší je, že třeba chodí na konzultace klienti, kteří nemají jiný sociální kontakt, že třeba trpí schizofrenií, a chce si jen s někým pokecat. Tam je pak nevýhodou, že ta komunikace někdy vážne a není se už moc o čem bavit a jsou ta témata plytká, kdežto s některými klienty bych mohla sedět v individuální místnosti hodiny a pořád by bylo co řešit. V tom případě klienta se schizofrenií je blbý i to, že když přijde na individuály, tak se nemá moc šanci začlenit mezi vrstevníky a potkat je. Velkou nevýhodou může být i to, že je vlastně ta pracovnice sama v práci a je jen ona v tom kontaktu s tím klientem a někteří fakt mají různé poruchy a člověk nikdy neví, co je rozčílí. Stalo se nám, že jsme měli klienta, kterej měl sexuální nářžky na mě i na kolegyně a tomu jsme zrušily individuální konzultace, když byla v práci jen jedna z nás, protože jsme se s ním fakt necítily bezpečně. On už byl navíc starší, tak mohl chodit jen na individuály, ale prostě i po supervizi jsme usoudily, že na ně bude chodit jenom v době, kdy v práci budou dvě. Jinak mě moc nevýhod asi nenapadá.

Fajn, díky za rozsáhlou odpověď. Další otázka se týká toho, v čem vidíte pozitivum při komunikaci s klientem v jeho běžném prostředí, tedy při Vaší terénní činnosti?

Respondent: No asi právě to, že jsme v jeho běžném a tím pádem i přirozeném prostředí (smích). Tam je asi větší šance, že se cítí dobře, bezpečně a řekne nám toho víc. Ale jako to nemusí platit u všech, že jo..

A jak teda vypadá běžná komunikace v terénu?

Respondent: No, když je to už náš klient, který má uzavřenou dohodu, tak počkáme, než nás on pozdraví jako první, protože tím vlastně chráníme jejich anonymitu. Když nás nepozdraví, tak to respektujeme a děláme, že se neznáme, ale právě zase když nás pozdraví a vidíme, že má chuť a třeba i čas prohodit pár slov, tak se bavíme. Někdy si sedneme na lavičku třeba nebo jen tak chvíli stojíme a kecáme, záleží, jak je to příjemný tomu klientovi.

Když si ale myslíme, že by to mohl být náš potenciální klient a my s ním nemáme uzavřenou dohodu, tak prostě přijdeme, zeptáme se, jestli nerušíme a jestli na nás má dotyčný pár minut čas a začneme, že představíme sebe a taky ve zkratce naši službu. Já se je do toho snažím vždycky vtáhnout a ptát se jich, co třeba dělají ve volném čase, kde bydlí, kam chodí do školy a tak..Taky jim potom dáme letáček, kde je naše adresa, kontakty a otevíračka.

Jak se ta komunikace v terénu liší od formy ambulanti?

Respondent: Jako komunikace jako taková se možná ani moc neliší, spíš jde o to, že v terénu my chodíme a aktivně oslovujeme a začínáme ten rozhovor, jdeme jakoby s nějakou nabídkou, ale v té ambulanti formě jdou oni s něčím už přímo za náma. Prostě přijdou s nějakou zakázkou, nebo jen tak, že s náma chtějí být. Velkej rozdíl je v tom, že když třeba na klubu mluví sprostě, tak je upozorníme, protože u nás jsou vulgarity zakázaný, takže je upozorníme jednou, podruhé a potřetí musí opustit klub. Tohle venku neplatí, tam je to jejich revír, takže postupujeme stejně, upozorníme je, ale když to nepomáhá, tak odcházíme.

U jaké služby, kterou NZDM nabízí, je podle Vás nejčastější komunikace s klientem? Proč zrovna tato služba?

Respondent: Tak ta komunikace je součástí každé služby, nic se v NZDM nedělá potichu(smích) U doučování se taky mluví, vysvětluje se a snažíme se, aby na to klient přišel sám..hned u příchodu Se jich ptáme, jak se mají a komunikujeme. U informačního servisu se často mluví, u situační intervence..to prostě nejde říct, u které služby se komunikuje nejčastěji (přemýšlí)..ale asi jako kontaktní práce třeba, nebo sociální poradenství. Ale záleží na klientovi, situaci, tématu..Nevím moc, co na tu otázku odpověď, tak snad to stačí takhle.

Popsal/a byste aktivitu, při které jednoznačně víte, že navážete kvalitní komunikaci s klientem?

Respondent: Asi jak u kterého klienta. Někdo přijde a vím, hned u dveří a při přivítání, že to bude super rozhovor na různá témata a komunikace bude kvalitní. Ale pořád je to práce s lidmi, klient, kterýho vždycky rozmluví vybraná aktivita, nemusí být v dobré náladě a rozpoložení a nezaberete to. Proto je naše služba nastavená tak, že přistupujeme individuálně ke každému a snažíme se vymýšlet takový aktivity, který v tu chvíli zaberou

u jednotlivého klienta. O to je to pro nás pro pracovníky náročnější, protože musíme být v tomhle hodně pohotový a přizpůsobivý. Ale třeba když vidím, že komunikace s klientem nejde úplně podle plánu a zadržává se, tak je dobrý na rozptýlení nějaká volnočasová aktivita, třeba jako deskovka, fotbálek, kulečnick..Klient začne hrát, rozptýlí se a pak se líp povídá, nebo se do toho zapojí ještě jiný klient a je to super. Největší kazič komunikace je počítač (smích).

Jak velkou roli má podle Vás motivace klienta k různým aktivitám?

Respondent: Velkou.

Proč si to myslíte?

Respondent: No, protože jestli přijde klient v nějaké apatii, nebo v módu, kdy se mu nechce nic nedělat a na všechno odpovídá, že ne, že nic nechce dělat a je mu všechno jedno, tak je strašně těžký ho do něčeho motivovat. To pak chce dlouhou intervenci a hledání důvodů, proč by to vlastně měl dělat, jaký to má výhody a stojí to hodně času a energie..chce to aktivní přístup klienta a když nechce, tak prostě nechce.

Ooukej, děkuji. A jaký vidíte přínos NZDM pro klienty využívající Vaši službu?

Respondent: Jááj, tak to je asi spíš otázka pro ně no..ale já doufám, že ten přínos pro ně je velký, protože se fakt snažíme jim pomoci a podpořit je v čemkoliv. (přemýšlí) Ale možná největší přínos je v tom, že mají jakoby kam patřit, protože vědí, že když přijdou, tak jim budeme věnovat čas a pozornost, budeme se o ně zajímat, budou se nám moct svěřit a cokoliv říct. Prostě v nás mají tu podporu a klidný a bezpečný místo a taky ví, že je budeme respektovat, nebudeme je ponižovat, ale naopak jim dáme prostor pro jejich myšlenky, nápady a seberealizaci.

A jak vypadá start Vaší komunikace s klientem?

Respondent: No tak přijdou, pozdravíme se a my se hned ptáme, jak se mají, jak to šlo ve škole, co je nového a pak se to taky hodně odvíjí od jejich odpovědí. Třeba když řeknou, že škola nic moc, tak se ptáme proč, nabízíme pomoc se školou, motivujeme k lepším známám..Taky se ptáme, co budeme dělat, na co mají náladu a tak..

Na co se při rozhovoru s klientem zaměřujete?

Respondent: No na něj (smích). Já se snažím ptát i na emoce, jak se v té situaci cítí, jak jim je, když se o tom baví, někdy reaguju i na neverbální komunikaci, takže vlastně na to, jak se tváří, jestli jsou nervózní, jestli se smějí, mají slzy v očích a tak..

Jak dále pracujete s danými informacemi po rozhovoru?

Respondent: To záleží na závažnosti a důležitosti informací, který mi řeknou. Když je to něco bezvýznamného, tak nijak, ale když je to něco závažného, tak vlastně každý týden máme v týmu klientskou poradu a říkám to kolegům, aby taky byli v obraze. Pak se to promítne i v zápisu z té porady a děláme z toho nějaký závěr, třeba že tu situaci budeme dál monitorovat a mapovat tu situaci toho klienta i v příštích dnech. Takže třeba když se mi klient s něčím svěří v pondělí a vidíme se zase ve středu, tak se ho klidně v tu středu zase zeptám. Jo a taky ty informace a výkony zapisujeme do Pepu, to je náš informační systém, kde to musí být zapsaný.

Jak podle Vás pomáháte klientovi v komunikačních schopnostech a dovednostech?

Respondent: Já si myslím, že dost, protože máme i příklad klientky, která blbě mluví, ví to o sobě a taky se jí za to ostatní hodně smějí, ale po tom, co s vámi aktivně a pravidelně komunikuje, tak se v tom lepší a získává i sebevědomí. Navíc ty klienty podporujeme v tom, aby se učili formulovat a vůbec vyjadřovat svoje myšlenky, nebo pocity, s tím mají problém. Často neumí komunikovat mile a klidně s okolím, takže díky nám se učí třeba i zdravit slušně, prosit, nemluvit sprostě, neodpovídat jednoslovně a hlavně arogantně. Když mi někdo třeba odcekává, tak ho na to upozorním, že se mi to nelíbí a že chci, aby se mnou komunikoval líp. Někdy tohle zabere, ale když ne, přijde druhý upozornění a popřípadě jim i řeknu, ať prostě odejdou z klubu a vrátí se, až se semnou budou bavit líp. To si vždycky rychle rozmyslí, nebo fakt odejdou..ale na druhou stranu jsou schopni třeba za půl hodiny přijít a omluvit se. Jo a čeho jsem si ještě všimla, tak toho, že se při omluvách a tak neumí dívat do očí a na to je taky upozorňuju.

Se kterým typem klienta je podle Vás nejlehčí a naopak nejtěžší pracovat?

Respondent: Tak logicky je to nejlehčí s tím, který nám už důvěřuje, máme navázaný vztah a chce si povídat, nebo sám od sebe něco řešit. Nejtěžší je to pro mě s agresivním klientem a asi i s tím, co je zpruzelej, nic ho nezajímá, odpovídá jednoslovně a nemá moc zájem o komunikaci.

Proč je to právě s nimi nejtěžší?

Respondent: Tak u těch agresivních je to těžký pro to, že oni nevidí a neslyší nic okolo, mají prostě tmu a jedou si to svoje. Tak je to hodně o emocích, proto se snažím ptát i na to, jak jim zrovna je, jak se v tom cítí, a současně se snažím to pak přehodit do té racionální roviny a ptám se i na to, co si o tom myslí, aby nebyli jen v těch emocích, ale zapojili i tu racionální složku. Říkat třeba věty typu, ať se uklidí je to nejhorší, protože to je ještě víc rozčílí, oni se nechtějí uklidnit, že jo..musí se na to postupně a pomalu (smích). To je hodně těžký a je to našlapování na minovém poli. Právě i v tomhle případě je dobrý všimnout si řeči těla a třeba říct..vidím, že se ti klepe noha, jak ti je? Co to znamená? Co teď potřebuješ? Oni nad tím začnou přemýšlet a ta emoce toho vzteku jde do pozadí.

Super, díky za odpověď a co s tím klientem, který nechce komunikovat? Proč je to tam těžký?

Respondent: Tak to je možná i moje osobní záležitost, protože tohle mě dokáže naštvat. Já tomu věnuju čas, energii, hledám otázky a něco, co je může zaujmout a oni mi odcekvávají. Mě to pak prostě naštvne a buď to vzdám, nebo jim to narovinu řeknu, že si připadnu už jako kráva a nevím, na co se ptát a co říkat a kolikrát se i ptám, co po mně chtějí – jestli se mám jako ptát dál, nebo být zticha.

Na co si při komunikaci s klientem musíte dávat pozor?

Respondent: Tak abych se ho nedotkla, neurazila ho, neřekla o sobě něco osobního

Jaká situace Vás dokáže vyvést z míry při práci s klientem?

Respondent: Tak hodně nepříjemný pro mě je, když se mi svěří třeba s tím, že je doma někdo mlátí, nebo že to není v pohodě. Je mi to líto a mám na rodiče pak vztek. Jednou mě hodně z míry vyvedlo to, když se chtěl přede mnou klient říznout. A hodně nepříjemný mi jsou otázky na osobní život, na přítele. Třeba když se mě klient zeptal, jestli jsem ještě se svým přítelem, že ho viděl s někým jiným. Nevěděla jsem, jak reagovat a tehdy tu situaci zachránil můj kolega a podpořil mě.

Jak reagujete na osobní otázky?

Respondent: Snažím se jim to vysvětlit, že to je moje osobní věc a že jsme sice kamarádi, ale jen když jsem v práci, a že musíme dodržovat hranice mezi prací a osobním životem.

A taky se jich snažíme ptát, co si myslí o tom, že se nás ptají na otázky o osobním nebo sexuálním životě, jestli je to jako v pohodě..

Jak reagujete a pracujete, abyste klientovi místo pomoci ještě více nepřitížila?

Respondent: Držím se toho, že klient musí chtít sám, nechci a nebudu ho do ničeho nutit. Poskytnu mu všechno pro to, aby se mohl co nejlépe rozhodnout, co chce a v tom ho podpořím. Za mě je nejdůležitější klienta do ničeho nenutit a hlavně do toho nedávat i moc velká očekávání..To, že mně se zdá nějak situace a řešení jednoduchý, neznamená, že to tak vnímá i klient. Musí si na to přijít prostě sám.

Napadá Vás ještě něco, co byste chtěl/a zmínit?

Respondent: Mhh, asi ani ne.

Moc děkuji za Váš čas!