

Univerzita Palackého v Olomouci
Cyrlometodějská teologická fakulta

Katedra křesťanské sociální práce

Bakalářská práce

2016

Eliška Juříčková

Univerzita Palackého v Olomouci
Cyrilometodějská teologická fakulta

Katedra křesťanské sociální práce

Mezinárodní sociální a humanitární práce

Eliška Juříčková

Profesní image terénní/ho sociální/ho pracovníce/íka
pohledem pracovníka

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Mgr. Eva Bělocká, DiS.

2016

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

V Olomouci dne 17. března 2016

.....
Eliška Juříčková

Ráda bych poděkovala vedoucí bakalářské práce Mgr. Evě Bělocké, DiS. za vstřícný přístup, cenné návrhy a připomínky, díky kterým mohla celá práce vzniknout. Děkuji respondentům výzkumu za jejich čas a ochotu. Poděkování patří mé rodině a blízkým přátelům za jejich podporu po celou dobu studia. Velký dík patří CARITAS - Vyšší odborné škole sociální Olomouc a Cyrilometodějské teologické fakultě Univerzity Palackého v Olomouci za kvalitní vzdělání a zkušenosti, které jsem během studia mohla získat.

OBSAH

Úvod.....	7
Teoretická část	9
1 Image a její význam	10
1.1 Definice slova image	10
1.2 Význam image pro jednotlivce.....	10
1.3 Prvky osobní image	12
2 Profesionální image	14
3 Terénní sociální práce	17
3.1 Terénní sociální práce s uživateli nealkoholových drog.....	19
4 Profesionální image terénní/ho sociální/ho pracovníce/íka	21
4.1 Navázání kontaktu a důvěra	21
4.2 Role.....	22
4.3 Komunikace.....	23
4.4 Osobní vlastnosti a charakteristiky.....	24
4.5 Etické hodnoty a hranice	25
4.6 Autorita.....	27
4.7 Kompetence	27
4.8 Vzdělání.....	27
4.8.1 Supervize a sebereflexe jako další forma učení se.....	28
Výzkumná část.....	30
5 Metodologie	31
5.1 Vymezení výzkumné otázky a cíle práce	31
5.2 Kvalitativní výzkum	31
5.3 Metoda výběru výzkumného souboru	32

5.4	Metoda sběru kvalitativních dat	32
5.5	Možné zdroje zkreslení.....	33
5.6	Metoda fixace a zpracování kvalitativních dat	34
5.7	Metoda analýzy dat.....	34
5.8	Etický rozměr výzkumu.....	35
6	Výsledky analýzy dat	36
6.1	Důvěryhodnost.....	36
6.2	Škola je základ, důležité jsou kurzy	37
6.3	Jazyk	38
6.4	Osobnost	39
6.5	Autorita na partnerské úrovni	41
6.6	Etické hodnoty	43
6.6.1	Chybějící zpětná vazba	44
6.7	Dodržování hranic a pravidel	45
6.8	Oblečení.....	47
6.9	Být sám sebou a nepřizpůsobovat se	51
6.10	Gender	52
7	Diskuse.....	54
	Závěr	59
	Seznam informačních zdrojů	62

ÚVOD

To, jak na nás působí různé profese, v nás utváří jakousi představu o nich a lidech, jež je vykonávají. Image není to, co organizace, zařízení, profese nebo samotný člověk záměrně sám o sobě vytváří, nýbrž otisk, který zanechává ve společnosti, jak je vnímán a jak působí navenek. Sociální práce není v České republice z pohledu veřejnosti stále patřičně hodnocena a oceněna. Práce s profesní image může napomoci ke zvýšení prestiže sociální práce ve společnosti.

Sociální práce má mnoho forem a jednou z těch hodně diskutovaných je terénní sociální práce. Ta má za sebou v České republice dlouhou historii, přesto se k ní váže spousta otázek a nejasností zejména z pohledu veřejnosti, v níž se vyskytují předsudky vůči problémovým lidem a nepochopení, proč by s nimi někdo chtěl pracovat. Ne všichni vědí, kdo je to terénní sociální pracovník¹ a co je jeho náplň práce. Pokud pracuje například s uživateli návykových látek, lidé se mohou ptát, jestli také užívá nebo užíval drogy a jestli se svým klientům podobá, jak se musí chovat a jestli to není povolání nebezpečné pro ženy. Tím se dostáváme k myšlence obrazu terénního sociálního pracovníka v české společnosti.

Jelikož je oblast působnosti terénní sociální práce poměrně rozsáhlá v závislosti na cílové skupině, zaměří se tato práce jen na její část a tou je práce s uživateli nealkoholových drog, neboť v této oblasti se velmi často vyskytují předsudky vůči cílové skupině. Vzhledem k šíři terénní sociální práce pomůže zúžení tématu získat lépe srovnatelná data, která do určité míry mohou sloužit jako odrazový můstek k pochopení image terénní sociální práce obecně.

Cílem bakalářské práce je zjistit, jak vnímají svou profesní image terénní sociální pracovnice/ici, kteří pracují s uživateli nealkoholových drog. Vzhledem k omezenému množství literatury, které by se tomuto tématu věnovalo, bude se tato práce zabývat profesní image přímo z perspektivy terénních sociálních pracovníků a tím, jak oni sami vnímají image své profese, protože to, jak s klienty i okolím jednají, se na jejich image odráží. Práci volně doplní absolventská práce, kterou píše na CARITAS - Vyšší odborné

¹ Profesi terénní sociální práce mohou vykonávat muži i ženy, stejně tak jejich klienty mohou být ženy i muži, pro lepší orientaci v textu však budou používány především mužské rody.

škole sociální Olomouc, kde se budu ptát studentů gymnázia na to, jak oni terénní sociální pracovníky vnímají a jak si je představují.

Práce se skládá ze dvou částí. V první teoretické části jsou formou kompilace ukotveny pojmy image a profesionální image. Následuje obecný vhled do terénní sociální práce, metody streetwork a práce s konkrétní cílovou skupinou, kterou jsou pro tuto práci uživatelé nealkoholových drog. Kombinace poznatků z těchto kapitol dala vzniknout konkrétním prvkům profesní image terénních sociálních pracovníků a pracovníků věnujícím se dané cílové skupině klientů.

Empirická část pracuje s daty, která byla získána prostřednictvím kvalitativního výzkumu. Tato výzkumná strategie byla zvolena proto, že k tématu chybí dostatečné množství literatury a díky odpovědím respondentů umožňuje hlubší prozkoumání tématu a lepší pochopení problematiky. Pro analýzu dat bylo použito otevřené kódování. Za metodologickou částí následuje samotná interpretace dat.

Motivací pro výběr tématu bylo hned několik. Nejasné představy mého okolí o profesi terénní sociální práce i lidech, kteří ji vykonávají a fakt, že o této profesi uvažuji jako o svém možném budoucím uplatnění. Snaha obohatit již zmíněný nedostatek odborných zdrojů, a tudíž i jakési odborně ukotvené představy o vzhledu, chování a působení terénních sociálních pracovníků a pracovníků na poli drogové scény je dalším důvodem, který mě k psaní práce vede.

TEORETICKÁ ČÁST

1 IMAGE A JEJÍ VÝZNAM

První kapitola představuje téma image. Vysvětluje samotný pojem image, který je pro práci stěžejní a přiblíží jeho význam pro člověka. Půjde tedy zejména o popis osobní image. Ta se od té profesní může lišit. Jelikož ale profesi tvoří lidé a tím pádem i jejich image, je vhodné porozumět jí. Tato kapitola se tak stane odrazovým můstkem pro kapitoly následující.

1.1 Definice slova image

Slovo image pochází z latinského *imago*, které označuje obraz, podobiznu či představu. V sociologii je termín užíván pro „obecně sdílené představy objektu, člověka, instituce, role apod.“ Stejný význam má anglický ekvivalent *image* (Velký sociologický slovník, 1996, s. 418).

Samsonová (1996, s. 11, 19, 20) osobní image přirovnává k inzerátu. Uvažuje o ní jako o „obraz, který propaguje, co je uvnitř člověka.“ Zdůrazňuje, že to, co je inzerováno (kompetence, hodnoty, dovednosti, zkušenosti a kvalifikace jedince, ale také jeho vzhled, gesta, styl komunikace, chování a vystupování, charisma, důvěra, sebejistota či sebeúcta), by mělo být poskytnuto. Znamená to, že to, co lidem sdělujeme na pohled, odpovídá tomu, co jim opravdu nabízíme a je možné to od nás očekávat.

1.2 Význam image pro jednotlivce

Jelikož je cílem práce zjistit, jak vnímají svou profesní image terénní sociální pracovnice/íci, kteří pracují s uživateli nealkoholových drog, je nezbytně nutné zamyslet se nad významem image pro jedince.

To, jak člověk vidí sám sebe, jak hodnotí své schopnosti či dovednosti, kompetence a důvěryhodnost, toho si všímáme prostřednictvím jeho image. Každý je jiný, má v sobě něco, čím se odlišuje od ostatních, co je charakteristické pouze pro něj. A právě to by mělo být zjevné a vyplývající z jeho osobního stylu (Samsonová, 1996, s. 12, 19).

Podle Samsonové (1996, s. 11) „je osobní image obraz každého z nás,“ který nelze nemít a nezáleží na tom, zda se nám líbí nebo ne. To, jakými jsme se rozhodli být, co budeme dělat a jak u toho vypadat, ukazujeme ostatním. Oni to vidí svým způsobem

a nemůžeme to ovlivnit. Měli bychom se proto snažit vyvolat takový dojem, jakým chceme působit.

Osobní image je komplex neměnných faktorů fyzického vzhledu a temperamentu (vrozené rysy osobnosti) a tréninkem ovlivnitelných způsobů chování, kde jako příklady Sampsonová (1996, s. 11) uvádí způsob chůze, sezení a držení těla. Rovněž způsob oblékání se odvíjí od osobní volby a rozhodnutí. „Výsledek tohoto rozhodování prozradí mnohé – za koho se považujeme, co chceme, čemu věříme, kam směřujeme.“

Osobní image se skládá z vnitřních a vnějších faktorů, které vymezují self-image (to, jak člověk vidí sám sebe), vnímanou image a vyžadovanou image (Sampsonová, 1996, s. 12).

Self-image neboli obraz sebe sama podle More-selfesteem.com (nedatováno) může znamenat to, jak se vidíme fyzicky a názor na to, kdo a jací jsme. Je důležitý, protože ovlivňuje naši sebeúctu, sebevědomí a sebedůvěru.

Positive Self Image and Self Esteem (nedatováno) doplňuje, že self-image je soubor vlastních dojmů, které jsme si vybudovali v průběhu času. Zahrnuje postoj vůči sobě samotnému i vůči světu kolem nás. Rozvíjet dobré sebevědomí znamená pozitivně, ale zároveň reálně podporovat oba tyto postoje. Navíc pokud člověk projevuje self-image realisticky a pozitivně, lidé ho budou pravděpodobněji vidět jako pozitivního a schopného člověka.

Kutílková (2013, s. 9) hovoří o profesní self-image jako o způsobu, kterým lidé vnímají sebe samé v pracovním prostředí své profese. Je založena na sebehodnocení osobních dovedností, hodnot a odborných znalostí. Vlivnými faktory jsou zkušenosti, zážitky a myšlenky jedince, ale i osobní profesní přínos nebo životní prostředí kolem něj.

Profesní self-image ovlivňuje naše chování, myšlení, pracovní výkon nebo také vztahy k ostatním lidem. Ti na nás totiž reagují pozitivně nebo negativně podle toho, jak pevně věříme sami sobě. To, jak se vidíme, může být odlišné od toho, jak nás vidí ostatní. Náš pohled na sebe sama je výtvořem našich jedinečných myšlenek, přesvědčení, názorů a víry, může proto být zkreslený (More-selfesteem.com, nedatováno).

Vnímaná či vyvolaná image je podle Sampsonové (1996, s. 13) obrazem toho, jak člověk působí na druhé a jak jej oni vnímají. Naše mínění o nás samotných a to, jak na nás nahlíží ostatní, nemusí být shodné. Ostatní mohou vytvořit zcela jiný obraz naší osobnosti. Abychom obraz sebe viděli stejně, jako ostatní vidí nás, je důležité mít od nich zpětnou vazbu, ptát se přátel či kolegů a přijmout jejich názory a kritiku.

Spousta lidí věří tomu, co vidí a spoléhá na první dojem třeba jen už kvůli tomu, že nemá čas a chuť na hlubší seznamování. Pro navázání kontaktu s klientem může být první dojem rozhodující. Proto je důležité dbát na to, jak na ostatní působíme (Sampsonová, 1996, s. 15). Podle Bixler a Nix-Rice (2006, s. 4) je první dojem třicetivteřinový časový úsek, během kterého si člověk vytvoří obrázek o povaze a schopnostech toho, s kým se setkal. Takový dojem obsahuje názor o úrovni vzdělání, kvalifikovanosti a úspěchu, osobnosti, stupni kultivovanosti, důvěryhodnosti, smyslu pro humor či společenském postavení. Jelikož není možné za třicet vteřin člověka dokonale poznat a naopak ani prokázat své dovednosti, charakterové vlastnosti či talent, lidé soudí na základě toho, co vidí. Je-li takto vytvořený vizuální dojem nebo vzkaz pozitivní, lidé budou mít tendenci předpokládat, že i další stránky naší osobnosti jsou pozitivní. Není-li tomu tak, klient, kolega nebo zaměstnavatel nemusí projevit snahu zajímat se o náš talent. Albert Mehrabian (Mitchell, 2009) vyvinul komunikační model, který říká, že zpráva, kterou o sobě mluvčí vysílá, je složena ze sedmi procent ze slov, ze třiceti osmi procent ze způsobu, jakým jsou řečena, tedy tónu hlasu a tempa a z padesáti pěti procent záleží na vzhledu a řeči těla mluvčího.

Třetí zmíněná image je vyžadovaná. Vyžadovaná může být ze strany profese či organizace, ale také mimo ni – i klienti očekávají určitou image pracovníka. Například od policisty se očekává, že bude nosit uniformu a chovat se dle směrnic. Avšak ne všechny organizace a profese definují svoji image, což je situace i sociální práce. V těchto případech je ale možné určit, co jejich kultura organizace považuje za vhodné a přijatelné a co už ne (Sampsonová 1996, s. 14).

1.3 Prvky osobní image

Obraz, který podle Bixler a Nix-Rice (2006, s. 4) vidíme, setkáme-li se s někým, je složen z určitých prvků. Pojmenujme je jako „prvky image“ – jsou jimi oblečení, vzhled a neverbální komunikace (oční kontakt, výrazy tváře, gesta). Sampsonová (1996, s. 19, 20) doplňuje seznam, který ukazuje na to, co od člověka lze očekávat,

o způsob řeči, chování, kompetence a odborné znalosti, hodnoty, dovednosti, zkušenosti a kvalifikace jedince. Tyto dílčí složky tvoří osobní image, z níž pak vycházíme při tvorbě té profesní.

Nejviditelnějšími prvky jsou podle Bixler a Nix-Rice (2006, s. 8) oblečení a neverbální komunikace, kterým se ve svém díle detailně věnují. Na tomto místě se práce nebude zabývat barevnými kombinacemi ani střihem oblečení či sladěním kalhot s botami. Jde o seznámení se s tím, co si lze pod pojmem image představit. Konkrétní prvky budou rozebrány v kapitole Profesní image terénní/ho sociální/ho pracovníce/íka. Pozornost však bude zaměřena zejména na vnitřní složku profesní image, neboť pravidla pro vzhled nejsou v sociální práci definována.

Práce se ve výzkumné části zaměří především na self-image, protože respondenty budou vykonavatelé profese terénní sociální práce tedy samotní pracovníci a pracovníce, nikoli veřejnost či klienti. Budou dotazováni na vlastní vnímání své profesní image, není však vyloučeno, že zazní informace týkající se vyvolané a vyžadované image.

2 PROFESIONÁLNÍ IMAGE

Předchozí kapitola byla zaměřena spíše na image člověka, kterým každý jsme a který žije svůj každodenní život. Nyní budeme hovořit o image pracující osoby, která svoji práci vykonává profesionálně a také tak ve svém okolí chce působit. Kapitola je v práci zařazena proto, že se od ní odvíjí image profesní.

Na úvod a pro zorientování se v názvosloví jsou uvedeny rozdíly mezi pojmy profesní a profesionální. Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost (2007, s. 309) uvádí slovo profese v souvislosti se zaměstnáním či povoláním, od toho přídavné jméno profesní. Profesionál je ten, kdo „odborně koná nějakou činnost jako zaměstnání“, opak amatéra. Významy slov jsou si velice podobné a lze jim rozumět tak, že profesionál je ten, kdo odborně koná profesi. Pro obecné představení tématu bude ve shodě s používanou literaturou užíván pojem profesionální jako profesionál v jakémkoli oboru a pro představení konkrétní image terénní/ho sociální/ho pracovníce/íka pojem profesní. Jak ovšem říká Veronika Štěpánová z oddělení jazykové kultury a poradny Ústavu pro jazyk český Akademie věd České republiky (2009) slovo *profesionální* se používá jako přídavné jméno pojmů *profese* i *profesionál*.

To, co z nitra člověka vyzařuje, stejně tak jeho vzhled a oděv mohou na vztahy s klienty a ostatními lidmi působit pozitivně i negativně. Mohou tyto vztahy rozvíjet nebo tvořit bariéry znesnadňující komunikaci. Je proto velice vhodné, aby se každý člověk jakožto představitel určité profese zamyslel nad svým chováním vůči klientům, schopnostmi komunikace a celkovým působením své osobnosti vůči profesi (Sampsonová, 1996, s. 47).

Sampsonová (1996, s. 15) uvádí důvody, proč je pro práci image důležitá. Několik z nich lze aplikovat i na profesi sociálního pracovníka. Například to, že spousta lidí věří tomu, co vidí a spoléhá na první dojem (viz. předchozí kapitola). To, jak na klienta působíme, je podstatné pro dosažení úspěchu či pokroku v práci s ním a pro přípravu půdy pro další pracovníky či zařízení. Měli bychom proto jednat jako vyslanci nejen organizace, ale také profese a uvědomovat si důležitost toho, jak na ostatní a zejména na klienty působíme.

Profesionální image je „obraz vyjadřující, co můžeme nabídnout – je to příslib toho, co jsme schopni poskytnout.“ Profesionální image vychází z každodenních

požadavků, očekávání a představ pojících se s určitou profesí. Je to něco, co pracovníka dané profese charakterizuje (Sampsonová, 1996, s. 48, 49).

Laura M. Roberts (2005) říká, že jde o soubor kvalit a charakteristik, které ovlivňují vnímání našich kompetencí a osobnosti v závislosti na tom, kdo nás posuzuje, jestli klienti, kolegové, samotní pracovníci.

Abychom správně ukazovali svoji profesionální image, měli bychom ovládat schopnost zapůsobit profesionálním dojmem. Tedy vyjádřit kompetentnost, být důvěryhodný, umět se sebekontrolovat, mít sebedůvěru a být důsledný. Právě tyto vlastnosti Sampsonová (1996, s. 49) označuje za pět klíčových složek profesionální image.

Kompetentnost zahrnuje schopnosti, dovednosti, kvalifikace, nadání, zkušenosti apod. Zkrátka všechno, co dokážeme dělat i to, co jsme dosud neměli možnost uplatnit. Působit **důvěryhodně** znamená být schopen působit na druhé tak, že umíme dělat to, o čem tvrdíme, že umíme a být schopen vypadat jako osoba, která danou činnosti zvládá. Důvěryhodnost záleží také na schopnosti zvolit a použít vhodný jazyk, abychom přesvědčili druhé, že to, jim nabízíme, dokážeme poskytnout. To lze pro sociálního pracovníka považovat za velice důležité. **Sebekontrola** spočívá ve volbě vhodného jednání a slušného vystupování a schopnosti pohlížet na něj s odstupem. **Sebedůvěra** se projevuje tělesně (uvolněné dýchání, klidné ruce) i duševně (pozitivním uvažováním, volbou jazyka, nepodceňováním či nepřeceňováním sebe a svých schopností). Jestliže je někdo **důsledný**, tvoří svoji image do všech důsledků bez ohledu na to, jaký je den, kde se nachází nebo s kým je právě v kontaktu. Být stále profesionální – jedině tak může jeho image fungovat. „Příznivý dojem, který vyvolá dnes, se neztratí, i když ho momentálně nepotřebuje“ (Sampsonová, 1996, s. 49-52). Vše souvisí se vším, jestliže podlehneme negativním emocím a neovládáme své chování, riskujeme ztrátu důvěryhodnosti a klient může ztratit přesvědčení o našich kompetencích.

Důležitou součástí je také profesionální self-image. Clearfield (1977, s. 23) ji definuje jako zhodnocení profesní skupiny členy této skupiny, včetně posouzení prestiže a hodnoty profese ve společnosti, osobních a behaviorálních charakteristik těchto členů, jejich pracovních příležitostí a dosažení atributů profesionalizace. Tato sada postojů v kombinaci se sebepojetím členů formuje jejich profesní identitu. Jako taková, profesionální self-image ovlivňuje chování členů skupiny a chování

ostatních vůči skupině. To, jak sociální pracovníci hodnotí svoji vlastní profesi, může ovlivňovat jejich prestiž ve společnosti a uspokojení z práce. Může mít dopad na schopnost poskytovat služby klientům.

Bixler a Nix-Rice (2006, s. 5) uvádějí, že profesionální image je založena na profesionalitě a vystupování. Sampsonová (1996, s. 48, 49) uvádí charakteristiku profesionality jako souhrn vhodné kvalifikace a informovanosti, mlčenlivosti a respektování důvěrnosti informací, zdvořilosti, nepodléhání osobním pocitům a předsudkům, respektu ke kolegům, osobní disciplíny, vyhraněného hodnotového systému, pozitivního jednání, vhodného vzhledu a vystupování. Profesionál dále nezneužívá nejistotu klientů, neposkytuje odborné rady, pokud na ně nemá dostatečnou kvalifikaci, neponižuje druhé a respektuje klientovu neochotu zapojit se z důvodů sociálních, kulturních, finančních aj.

Tímto byly definovány klíčové pojmy image a profesionální image, které vymezují kontext, v němž se práce pohybuje. Nyní následuje stručná formulace terénní sociální práce s uživateli drog, aby bylo zřejmé, o čí image dále bude hovořeno.

3 TERÉNNÍ SOCIÁLNÍ PRÁCE

Třetí kapitola se zabývá terénní sociální prací, na jejíž image se tato bakalářská práce zaměřuje. Cílem kapitoly není podat vyčerpávající výklad, ale pouze poskytnou stručný přehled o terénní sociální práci obecně a o terénní sociální práci s uživateli drog, kteří byli pro tuto práci zvoleni jako cílová skupina, s níž pracují respondenti výzkumu.

Helešic a Henzl (2006, s. 5) definují terénní sociální práci jako „specifickou formu sociální práce,“ která se od ostatních odlišuje tím, že probíhá v přirozeném prostředí klienta. Staví na dlouhodobém a intenzivním působení, které oproti klasické sociální práci umožňuje dosáhnout znatelně vyšší efektivity při řešení některých typů problémů.

Terénní sociální práce je využívána ve službách sociální prevence, které § 53 zákona o sociálních službách (Zákon 108/2006 Sb.) definuje jako služby, jež usilují o zabránění sociálního vyloučení osob, které jsou jím ohroženy vzhledem ke krizové sociální situaci, životním návykům a způsobu života, jenž vede ke konfliktu se společností, sociálně znevýhodňujícímu prostředí a ohrožení práv a oprávněných zájmů trestnou činností jiné fyzické osoby. Cílem je podporovat osoby v překonání jejich nepříznivé sociální situace a „chránit společnost před vznikem a šířením nežádoucích společenských jevů.“

Cíle samotné terénní sociální práce pak jsou prevence sociálního vyloučení a jeho prohlubování, sociální začleňování, prevence sociálních rizik a snižování jejich negativních důsledků s ohledem na společnost, dosahování rovného přístupu ke službám, podpora a pomoc klientům získat či znovu nabýt sociální kompetence (Nedělníková, 2007, s. 12, 13).

Využívanou metodou terénní sociální práce je podle Bednářové a Pelecha (2003, s. 7, 8) tzv. streetwork vykonávaný specificky orientovanými sociálními pracovníky, kterými jsou i respondenti výzkumu. V doslovném překladu znamená práci na ulici, kterou Bednářová a Pelech popisují jako otevřené zastřešené i nezastřešené neinstitucionalizované prostředí. Bednářová (2000, podle Matoušek, 2008, s. 170) uvádí konkrétní příklady – parky, podchody, nádraží, sklepy, bary a herny, opuštěné domy, squaty atd. Elich (1993, podle Matoušek, 2008, s. 170) popisuje streetwork jako „navštěvující sociální práci, která nečeká, až se na ni kdokoli obrátí s problémem, ale

kteřá se sama nabízí v místech vznikajících sociálních konfliktů.“ Bednářová a Pelech (2003, s. 7, 18) předpokládají, že potenciální klienti sociální pomoc potřebují, ale nevyhledávají ji, nebo ji dokonce odmítají nebo jsou vůči obvyklé sociální práci odolní. Podle nich se tito lidé sami vyčleňují z dosahu běžné sociální sítě a nabídka mnohých institucionálních zařízení neodpovídá jejich potřebám. Účinnou metodou, jak s nimi pracovat, je nabídnout jim sociální služby právě v jejich přirozeném prostředí.

Činnosti streetworku jsou podle Bednářové a Pelecha (2003, s. 7) aktivní vyhledávání, depistáž, navazování kontaktů s cílovou skupinou, mapování a monitoring lokality, sběr a analýza příčin a charakteristik sociálně-patologických jevů v dané oblasti, doprovodná a mobilní sociální práce. Pracovník klientům nabízí odborné sociální poradenství a socioterapeutickou pomoc a podporu, asistenci při zvládnání krizového období života a doprovázení do určitých institucí. Pracovník se přizpůsobuje potřebám a zájmům cílové skupiny a pružně reaguje na aktuální dění v ní.

Terénní sociální pracovník podporuje zájmy skupin či jednotlivců, akceptuje jejich vidění světa, názory a způsob vedení života. To však neznamená, že s tím souhlasí. Pomáhá s řešením problémů cílové skupiny a zároveň motivuje klienty k samostatnému řešení, zprostředkovává kontakt a dialog s většinovou společností, kde plní roli mediátora a tlumočnicka jejich vzájemné komunikace (Bednářová, Pelech 2003, s. 8, 9).

Výzkumná část této práce zpracovává data získaná od respondentů-terénních sociálních pracovníků, kteří působí v terénních programech, jež jsou považovány za součást streetworku. Zákon o sociálních službách (Zákon 108/2006 Sb.) je definuje v § 69 jako formu terénní služby, která je poskytována osobám vedoucí rizikový způsob života nebo takovým způsobem života ohroženým. Cílovými skupinami jsou problémové skupiny osob, uživatelé návykových nebo omamných psychotropních látek, osoby bez přístřeší, osoby žijící v sociálně vyloučených komunitách a jinak sociálně ohrožení lidé. Snaží se o minimalizaci rizik jejich způsobu života.

Jak bylo zmíněno v úvodu, tato práce se zaměří na sociální práci s cílovou skupinou uživatel návykových látek neboli drog, konkrétně nealkoholových, která má svá specifika.

3.1 Terénní sociální práce s uživateli nealkoholových drog

Uživatelé nealkoholových drog jsou členěni dle různých kritérií. Staniček rozpoznává druh drogy, způsob aplikace a fázi drogové kariéry (podle Bednářová, Pelech, 2003, s. 19).

Fázemi drogové kariéry se pak podrobněji zabývá Bednářová a Pelech (2003, s. 19). Ti uživatele drog dělí na experimentátory, rekreační uživatele, drogově závislé a toxikomany po léčbě. Kalina a kol. (2003, podle Matoušek, 2005, s. 212) závislost rozlišují v pěti stupních na experimentální, příležitostné, pravidelné a problémové užívání a samotnou závislost na droze. Vzhledem k cíli práce nebudou jednotlivé fáze či stupně detailně popsány.

Bednářová a Pelech (2003, s. 20, 21) píše, že hranice mezi experimentováním či rekreačním užíváním a drogovou závislostí je tenká a hrozba sklouznutí k pravidelnému užívání velká. Drogově závislý člověk cítí nepřekonatelnou touhu užít drogu za každou cenu a cítit její účinky navzdory negativním následkům. Ty zasahují fyzické a psychické zdraví, sociální fungování a negativně ovlivňují vztahy s rodinou. Uživatel není schopen plnit své povinnosti a věnovat se dosavadním zálibám, většinou ztratí zaměstnání a přátele mimo drogovou scénu. Finanční náročnost v kombinaci s neschopností zajistit si příjem prací často vede ke krádežím, nelegální výrobě a prodeji drog či prostituci.

Bednářová a Pelech (2003, s. 21) hovoří také o drogově závislých, kteří neúspěšně podstoupili léčbu. Ti často zpětně propadají závislosti a ocitají se na samém dně společnosti.

Jestliže drogově závislý absolvuje a úspěšně ukončí léčbu, je oproštěn fyzické a psychické závislosti na návykové látce. Ze zařízení však odchází v nevýhodné pozici, kdy nemá dobré vyhlídky na pracovní uplatnění, nemusí mít bydlení, vztahy s rodinou a přáteli byly mnohdy přerušeny a stojí před výzvou nového hodnotového systému. Doposud se jeho život točil pouze kolem drog a jediné sociální vazby tvořili další drogově závislí lidé. V prevenci relapsu je velmi důležitá sociální pomoc, která směřuje k začlenění klienta do společnosti. Terénní sociální pracovník může poskytnout významnou podporu a povzbuzení v novém způsobu života (Bednářová, Pelech, 2003, s. 21).

Cílovou skupinou terénních sociálních pracovníků jsou pravidelní, problémoví a drogově závislí uživatelé. Ti, co s drogami experimentují nebo je berou příležitostně, zpravidla necítí potřebu využít odbornou službu. Sociální pracovník se však může zaměřit na klienta v jakékoli fázi vývoje jeho závislosti, respektive potřeby zbavit se jí (Kalina a kol., 2003, podle Matoušek, 2005, s. 212).

Matoušek a kol. (2005, s. 217) mluví o dvou typech práce s uživateli drog. Jde o terénní sociální práci s uživateli drog a předléčebné poradenství spolu s prací na klientově motivaci.

Podle Matouška a kol. (2005, s. 217) terénní sociální práce usiluje o naplnění preventivních cílů a snižování rizik spojených s užíváním drog. Rhodes (1999, s. 13) doplňuje, že vede ke změně rizikového chování klientů a snaží se je motivovat, aby se chovali zdravěji a podporovat je v udržení změn, jakmile nastanou.

V rámci harm reduction (angl. snižování rizika) programech klienti získávají aktuální informace o sociálních, zdravotních a jiných rizicích, k nimž může dojít v souvislosti s užíváním drog, o možnostech jejich snižování a o programech péče a léčby, jež mohou využít. Výměnný program usiluje o zabránění šíření infekčních nemocí. Sociální pracovníci klientům vyměňují stříkačky a jehly a distribují dezinfekční prostředky a další zdravotnický materiál, aby si klienti drogy aplikovali bezpečně. Pracovník svým klientům zprostředkovává zdravotnická vyšetření, testování a léčbu přenosných nemocí spojených se zneužíváním drog (Matoušek a kol., 2005, s. 218, 219).

Terénní sociální pracovník nabízí klientům řešení problémů souvisejících s užíváním drog na úrovni přijatelné pro klienta, který je vždy autonomní, a tak nabídku pomoci může zcela odmítnout nebo zakázku přeformulovat a domluvit se s pracovníkem na přizpůsobení služby (Matoušek a kol., 2005, s. 218).

Předléčebné poradenství je poskytováno před nástupem intenzivní léčby ve specializované léčebně nebo v terapeutické komunitě. Pracovník rozvíjí a podporuje klientovu sebedůvěru a motivaci k léčbě (Matoušek a kol., 2005, s. 219).

4 PROFESNÍ IMAGE TERÉNNÍ/HO SOCIÁLNÍ/HO PRACOVNICE/ÍKA

Tato kapitola využívá poznatků přechozích kapitol, kdy jsou prvky profesionální image aplikovány na terénní sociální práci s uživateli nealkoholových drog.

Jak již bylo uvedeno výše, profesionální image je komplexem vnitřních a vnějších prvků osobnosti. Kapitola se zaměří především na vnitřní složku image, zejména na kompetence (schopnosti, dovednosti, kvalifikace), důvěryhodnost, sebekontrolu, chování, styl komunikace, odborné znalosti a hodnoty podle Sampsonové (1996, s. 19, 20, 49-51), neboť ta by měla být společná pro většinu terénních sociálních pracovníků, a tudíž pro profesi. Naopak popis vnější části, kam se řadí zejména vzhled, oděv či obuv, je velmi obtížné čerpat z odborných podkladů, proto bude předmětem rozhovorů a vyvozen až ve výsledcích výzkumné části práce.

Není jednoduché určit, jaký typ osobnosti je pro terénní sociální práci s danou cílovou skupinou nejlepší. Vzhledem k náplni její práce však lze alespoň předpokládat, jaké vlastnosti a dovednosti jsou pro pracovníka významné. Pro účely této práce bylo definováno několik kategorií, na které je postupně zaměřena pozornost. Jednotlivé podkapitoly pak tvoří navázání kontaktu a důvěra, komunikace, osobní vlastnosti a charakteristiky, etické hodnoty a hranice, autorita, kompetence a vzdělání.

Kapitola vychází z charakteristik sociálních pracovníků a předpokládá, že je možné je použít také pro popis terénních sociálních pracovníků, jejichž cílovou skupinou jsou uživatelé nealkoholových drog.

4.1 Navázání kontaktu a důvěra

Terénní sociální práce je založena na důvěře, která je postupně budována prostřednictvím dlouhodobého kontaktu streetworkera se skupinou nebo jednotlivcem, vzájemného poznávání a vymezování hranic. Pro akceptaci pracovníka jako důvěryhodného je důležité, aby uznával životní styl klientů (oblékání, vnější projevy, hodnoty, názory apod.), nekáral je, nemoralizoval a ani je nenapomínal. Streetworker však neztrácí svoji identitu a neznamená to, že se musí stylizovat do podoby svých klientů (Matoušek a kol., 2008, s. 175)

Jan Zahradník v rozhovoru pro StreetWork.cz (2013) mluví o důležitosti navázání vztahu. Myslí si, že „od toho se vše odvíjí a veškerá práce s klientem stojí a padá na důvěře a tom, jak to s klientem mám.“ Ve své práci se zaměřuje nejen na nabízení služeb, ale především na změnu v životě klienta. A právě kvalitní vzájemný vztah považuje za možný nástroj této změny. Dobře navázaný vztah s klientem podle něj může znamenat dovolit si říkat věci, které klientovi nejsou příjemné a mohou přispět k uvědomění si nutnosti změny. V tom případě je však vzájemná důvěra klíčová a zásadní (Herzog, 2013).

Navázání vztahu s klientem, je podle Matouška a kol. (2005, s. 217, 218) nejobtížnější částí práce, neboť pracovník vstupuje do prostoru, který je pro klienta vlastní a může tak být vnímán jako vetřelec. Důvěru uživatelů drog podle Matouška získávají snadněji ti pracovníci, kteří mají s drogami osobní zkušenost a nad případnou závislostí zvítězili. Klienti je berou jako „domorodce“ či „příslušníky vlastního kmene“. Těmto pracovníkům nedělá problém navštěvovat klienty v bytech, protože ho jako důvěryhodnou osobu pustí, což pro ostatní pracovníky nemusí být samozřejmostí. Vyplývá z toho, že formální kvalifikace nehraje tak velkou roli jako schopnost komunikace na vlně uživatel.

Tomu oponuje terénní sociální pracovník Roman Hloušek. Ve svém rozhovoru pro časopis Sociální práce/Sociálna práca řekl, že nepodporuje mýty typu: „terénní sociální pracovník pracující s uživateli drog musí mít piercing, dredy či dokonce zkušenosti s užíváním drog.“ Podle něj záleží zejména na osobnosti sociálního pracovníka. Pokud s klienty nedokáže mluvit, je mu jakýkoli vzhled k ničemu. Zná sociální pracovníky, kteří nevypadají extravagantně, oblékají se spíše formálněji a klienti prý oceňují, že tito lidé, kteří třeba ani nepijí alkohol, je dokáží oslovit, bavit se s nimi a pomoci jim. Na oblečení neklade důraz, protože klienti jsou různí „od pankáčů po lidi ve značkovém oblečení, kteří si pro stříkačku přijedou v novém mercedesu.“

4.2 Role

Terénní sociální pracovník při navazování nových kontaktů i při udržování starších zastává určité role. Tato práce se sice rolami nezabývá, avšak jejich pojetí od Lud'ka Kalouska (2007, s. 131-133) je zajímavé a umožní hlubší pochopení profesní image těchto pracovníků. Velmi dobře doplňuje předchozí podkapitolu a doprovází i ty

následující. Kalousek na terénního sociálního pracovníka pohlíží ze tří rovin: jako na člověka zvenku, odborníka a zaměstnance-profesionála.

Pohled na terénního sociálního pracovníka jako člověka zvenku Kalousek rozlišuje do tří dalších rovin. Těmi jsou terénní sociální pracovník jako člověk, jako člověk zvenku a jako bezpečný člověk. Jako člověk má své cíle, motivy, pocity i nálady. Podstatná je zde jeho autentičnost, přirozenost a otevřenost. Do práce s klienty se promítá jeho osobnost a obecný vztah k lidem. Jako člověk zvenku nemá stejné problémy jako klienti, především problémy s drogami. Pracovník je na této úrovni vnímán zejména jako ten, kdo přichází z většinové společnosti, která uživatele návykových látek často zavrhuje. Ale teď v tuto chvíli proti nim společnost nestojí, ba naopak se s nimi chce bavit. Bezpečnému člověku klient může věřit, že neposkytne nikomu žádné informace, je při kontaktu s klienty nenápadný a neupozorňuje na výměnu injekčního materiálu.

Odborník může být v roli učitele a žáka. Učitel jako jistá autorita poskytuje rady, které jsou klienty přijímány. Jako žák připouští, že klient je odborníkem na svoji situaci Kalousek (2007, s. 134). O těchto rolích mluví i Zahradník v rozhovoru pro StreetWork.cz (2013).

Jako zaměstnanec má určitou zodpovědnost a musí plnit své povinnosti obsažené například v pracovních manuálech. Kalousek upozorňuje na určitou loajalitu k zaměstnání i mimo pracovní dobu, aby neuváženým jednáním nedošlo k poškození profese i zaměstnavatele. Jako profesionál například reflektuje své jednání (Kalousek, 2007, s. 134-135).

„Jako pracovník – osobnost jsem veden vlastní motivací, jako pracovník – zaměstnanec jsem veden cíli zaměstnání, a jako pracovník – profesionál znám přesně, kam až mohu dojít, znám dobře hranice role a jejich význam.“ (Kalousek, 2007, s. 135).

4.3 Komunikace

Pro úspěšné navázání důvěrného kontaktu je důležité umění jednat s lidmi. Havrdová (1999, s. 12) tvrdí, že základem práce s klientem je dovednost komunikace. Stejně tak i Porč (2013, s. 17), který se ve své práci odkazuje na Rhodese, se přiklání k tvrzení, že jednou z důležitých schopností terénních sociálních pracovníků věnujících se uživatelům nealkoholových drog je efektivní komunikace s cílovou skupinou.

Komunikace zahrnuje verbální i neverbální složku, schopnost a ochotu naslouchat. Cíli komunikace jsou především získávání a výměna informací a vzájemné ovlivňování osob a jejich chování (Janiková, 2012, s. 15).

Terénní sociální pracovník by měl umět používat jazyk. Podle Jana Zahradníka lze informace předávat mnoha způsoby a otázky by měly být pokládány tak, aby byly pro klienta přijatelné a neměl problém na ně odpovědět. On sám pro některé výrazy používá pro něj i pro klienty příjemnější označení, díky nimž se klienti necítí „jinak“. Uvedl příklad: „když chci zjistit, jestli klientova partnerka užívá, neptám se, jestli taky bere, ale jestli má taky tenhle koníček.“ (Herzog, 2013)

4.4 Osobní vlastnosti a charakteristiky

Nejen komunikace je cestou k vybudování důvěry. Osobnost a povaha pracovníka mohou cestu zkrátit, nebo i prodloužit. Jestliže klient pracovníkovi věří, může se mu svěřit s tíživými a mnohdy citlivými problémy. Pracovník pak do intervence podle Matouška (2003, s. 190) vkládá kus svého já, kdy je téměř nemožné být emocionálně či postojově neutrální. Pro schopnost vcítit se do situace klienta jsou důležité pracovníkové charakterové a osobní vlastnosti, které se promítají do jeho jednání s klienty.

Jde však o individuální věc. Každý je jiný a každý ve své práci zúročí něco jiného. Pro nastínění alespoň některých vlastností sociálních pracovníků bude použit výklad Matouška a Řezníčka.

Sociální pracovník by měl na prvním místě být dobrým člověkem. Měl by být citově vyrovnaný, nepodléhat emocím a reagovat přiměřeně na to, co se v klientově situaci a jejich vzájemném vztahu vyskytne. Matoušek (2003, s. 190) si myslí, „že vždy, když si může být jist, že klientovi neuškodí, měl by být pracovník co nejotevřenější a nejautentičtější.“

Řezníček (1994, s. 25) sociálního pracovníka vnímá jako jedinečnou osobnost, která vstupuje do vztahu s klientem s vlastním souborem zkušeností, nadání, osobních hodnot a tvořivosti. Talent a náklonnost k profesi považuje za stejně důležité jako odborné znalosti. Vztah mezi klientem a pracovníkem vnímá specificky, neboť pracovník jako cizí člověk s určitými pravomocemi musí získat důvěru člověka v tíživé situaci, který nemusí nutně chtít změnu, není na ni připraven nebo je vůči ní odolný.

Profesionální pracovník je empatický a působí vřele a opravdově. Měl by být schopen nahlédnout do situace klienta, jasně komunikovat a mít o něj upřímný zájem a respektovat jej, neboť bez toho je pracovní vztah s klientem velmi problematický, nedokáže motivovat ke spolupráci a tím pádem je v podstatě nefunkční.

K dalším osobnostním předpokladům Řezníček (1994, s. 25) řadí tvořivost a flexibilitu, kdy je pracovník schopen v problémové situaci nabídnout více variant řešení, která dokáže měnit a improvizovat mezi nimi. Nepopiratelnou složkou je schopnost odpovídajícího zvažování a hodnocení situace klienta. K tomu je třeba určitých zkušeností a zralosti, především v případech, kdy klienti pocházejí z odlišného prostředí. Svoji úlohu zde hrají osobní hodnoty pracovníka, které ho vedou k tomu, co je v sociálním smyslu „dobré“ a „špatné“. Osobní hodnoty pracovníka mohou být v některých případech ve střetu s profesními.

4.5 Etické hodnoty a hranice

Morální zásady jsou další částí profesní image terénních sociálních pracovníků. Kopřiva (1997, s. 92) říká, že pro pracovníka je výchozí být v empatickém vztahu s klientem, avšak neztratit jistotu a zakotvení v sobě samém.

Zásady sociální práce jsou ukotveny v Etickém kodexu Společnosti sociálních pracovníků ČR (2006), který je rovněž jakousi příručkou žádoucího profesionálního chování při výkonu profese sociální pracovník ve vztahu ke klientovi, k zaměstnavateli, ke kolegům, k povolání a odbornosti a ke společnosti. Ve vztahu ke klientovi je důležité, aby sociální pracovník své klienty podporoval a vedl k vlastní odpovědnosti při jejich zapojení do řešení problému. Ve vztahu k povolání a odbornosti za zmínku stojí závazek snahy o udržování a zvyšování odborné úrovně a prestiže profese a o svůj odborný růst. Ve společnosti usiluje o zvyšování sociální spravedlnosti a zlepšení sociálních podmínek, spravedlivější rozdělování společenských zdrojů a zajištění přístupu k nim těm, kteří to potřebují.

Etický kodex Společnosti sociálních pracovníků ČR (2006) obsahuje také základní hodnoty sociální práce, které by si měl každý sociální pracovník osvojit, a tudíž hrají roli v jeho profesní image. Jsou jimi demokracie, lidská práva a důstojnost a sociální spravedlnost. Pracovník respektuje klienty, jejich právo na seberealizaci a uznává jejich jedinečnost bez ohledu původ, rasu, pohlaví apod.

Řezníček (1994, s. 32) doplňuje další stěžejní hodnotu sociální práce – respektování a zachování důvěrnosti sdělených informací týkajících se klientů, která je obsažena mimo jiné i v Mezinárodním etickém kodexu sociální práce (2004). Ten obsahuje také dva základní principy profese. Lidská práva a lidská důstojnost komentuje jako závazek respektovat právo klienta na sebeurčení, kdy klienta podporuje při jeho vlastních rozhodnutích v případě, že to neohrožuje práva a zájmy druhých. Sociální spravedlnost znamená zabraňovat sociálním podmínkám přispívajícím k sociálnímu vyloučení nebo negativní diskriminaci znevýhodněných osob. Solidarita se jako důležitá hodnota prolíná celou sociální prací.

Navrátil (2001, s. 46) říká, že sociální pracovník má sdělovat jisté postoje a hodnoty bez ohledu na to, zda je mu klient sympatický či nikoliv. Pro vymezení těchto základních postojů se opírá o Felixe Biesteka (1957), který za ně pokládá individualizaci, nehodnotící postoj, respekt vůči právu na sebeurčení, zachování důvěrnosti vztahu, kontrolovanou emoční angažovanost, vyjadřování pocitů a akceptaci klienta takového jaký je i přesto, že se v jeho chování projevují negativní znaky.

Podle Kopřivy (1997, s. 92) je požadavek na dodržování etických zásad v pomáhající profesi příliš snadným řešením vztahu pracovník-klient. Říká, že „pomáhající musí pracovat se svým vlastním prožíváním, má-li tyto zásady nejen uznávat, ale též se podle nich cítit.“ Pracovník totiž propojuje své civilní a profesionální „já“, ale zároveň si musí umět udržovat od své profesionální role určitý odstup, aby se nenechal příliš ovlivnit příběhy svých klientů. To by ho totiž mohlo vyvést z psychické stability a v nejhorším případě vést k syndromu vyhoření (Matoušek, 2003, s. 190).

Proto by měl být schopen stanovit si a dodržovat hranice. Kopřiva (1997, s. 74, 78) hranici mezi dvěma lidmi myslí pomyslné dělítko, jež odděluje problémy jednoho od věcí druhého. To, co se stane v životě jednoho z nich, netýká se přímo druhého a nemůže do toho prvnímu bez dovození zasahovat. Jestliže jeden z nich vezme potíže druhého za vlastní a chce je řešit tak, jakoby se staly v jeho životě, hrozí mu selhání. Nejprve musí zvážit své zdroje a prostředky pro pomoc, aby se sám nedostal do problémů. Každý musí v první řadě myslet sám na sebe. Jestliže totiž pracovník vezme starosti klienta za vlastní, trpí nejen on, ale i klient a celý proces práce s ním. Hranice tak chrání pracovníka i klienta.

4.6 Autorita

Sociální pracovník pak v kontaktu s klientem a během pomoci při řešení problémů může působit jako určitý vzor, který poskytuje korektivní zkušenost. Navzdory tomu pracovník musí předcházet předávání svých vlastních hodnot klientovi a tím posilování klientovy závislosti na vztahu k němu (Navrátil, 2001, s. 47).

Dle názoru Jana Zahradníka klienti často terénního sociálního pracovníka vnímají jako autoritu „před kterou se chtějí chovat a fungovat líp, než je to většinou v jejich životě“ (Herzog, 2013). Pracovník může vyvolat dva typy autority. Přírozenou autoritu své osoby, nebo přidělenou výkonem své profese, která je dána zejména legislativou (Musil 2002, podle Smutek, 2006, s. 71).

4.7 Kompetence

Autorita souvisí s profesionalitou, a tudíž se schopností zvládat požadavky povolání a činnosti, které jsou spojeny s jeho výkonem. Tedy kompetencemi, další složkou profesní image terénního sociálního pracovníka. V sociální práci to pak znamená požadavky na vzdělání a zkušenosti, které jsou projevovány schopnostmi uskutečňovat pracovní závazky a dosahovat cílů sociální práce při naplňování hodnot a etického kodexu profese. Jestliže je sociální pracovník kompetentní, pak má určitou pravomoc a způsobilost vykonávat sociální práci. Jedná odpovědně se znalostí věci (Havrdová, 1999, s. 41, 42).

4.8 Vzdělání

Pro to, aby byl sociální pracovník ve své profesi kompetentní, je vyžadováno určité vzdělání (Havrdová, 1999, s. 12).

Na území České republiky neexistuje studijní obor, který by se zabýval pouze terénní sociální prací. Různé organizace však pořádají specificky zaměřené kurzy, konference či semináře. V České republice bylo pro definování profesionality v rámci vzdělávání sociálních pracovníků významné vydání Minimálních standardů vzdělávání v sociální práci Asociace vzdělatelů v sociální práci (2014). Vymezuje základní požadavky na vzdělání v oboru sociální práce a získání odborné kvalifikace.

Sociální práce jako profese vyžaduje specifické znalosti i dovednosti, které si sociální pracovníci osvojují v průběhu studia na vyšších odborných nebo vysokých

školách, případně doplňují prostřednictvím kurzů. Patří k nim například motivační rozhovor, který dle Matouška (2005, s. 214) lze využít během všech fází práce s uživateli drog. Jedná se o komunikační strategii vedení rozhovoru, jejímž cílem je vyvolání změny v závislém chování. Další žádoucí dovedností jsou techniky krizové intervence.

4.8.1 Supervize a sebereflexe jako další forma učení se

Jednou ze složek vzdělávání je také supervize a sebereflexe, které jsou důležité pro odborný růst, podporu při zvládání stresu a řešení složitých situací, zvyšování kvality poskytované služby i prevenci syndromu vyhoření. Supervize jako systematická reflexe profesního jednání napomáhá uvědomit si souvislosti, významy a vlastní pocity (Supervize v sociální práci: studijní materiál 2007, s. 3, 7).

Supervize je „celoživotní forma učení, zaměřená na rozvoj profesionálních dovedností a kompetencí supervidovaných“ (Koláčková, podle Matoušek, 2008, s. 349).

Důležitou myšlenkou teoretické části je to, že pro terénní sociální práci je zásadní navázání kontaktu a důvěry. A právě zde často může rozhodovat první dojem, který potenciální klient z pracovníka získá. Důležitý není jen vzhled, ale i to jak pracovník působí jako člověk, jaký je a co dokáže klientům v jejich situaci nabídnout.

V předchozích kapitolách byl představen pojem image a významy, které může pro jednotlivce mít ve smyslu self-image jako sebepojetí, vnímané a vyžadované image. Práce dále přiblížila prvky, které patří do osobní image, z níž vychází profesionální, a tudíž i profesní. Jsou jimi kompetentnost, schopnosti, dovednosti, odborné znalosti, důvěryhodnost, sebekontrola, sebedůvěra, důslednost, hodnoty a hranice, chování, projevy osobnosti, komunikace, dále vzhled, oblečení a neverbální projevy.

Kapitola terénní sociální práce obecně představila koncept terénní sociální práce z hlediska jejich cílů a činností. Popis cílové skupiny uživatelů nealkoholových drog umožnil lepší náhled do konkrétních činností terénní/ho sociální/ho pracovníce/ika při práci s takovými klienty.

Poslední kapitola kloubí teoretické poznatky předchozích kapitol a popisuje, jaké vlastnosti a dovednosti by terénní sociální pracovníce či pracovník měli mít při práci s klientem závislým na návykových látkách. Definovány byly prvky týkající se navázání

kontaktu a důvěry, komunikace, osobních vlastností a charakteristik, etických hodnot a hranic, autority, kompetencí a vzdělání.

VÝZKUMNÁ ČÁST

5 METODOLOGIE

Výzkumná část obsahuje dvě základní kapitoly, jsou jimi metodologie a výsledky analýzy dat. Metodologická část představí výzkumnou otázku a cíl práce, kvalitativní výzkum a použité metody pro výběr výzkumného souboru, sběr dat, fixaci a zpracování dat a jejich analýzu. V neposlední řadě se zamýšlí nad etickým rozměrem výzkumu nebo nad možnými zdroji zkreslení.

5.1 Vymezení výzkumné otázky a cíle práce

Hlavní výzkumnou otázkou práce je: Jak vnímají svou profesní image terénní sociální pracovníci/ici, kteří pracují s uživateli nealkoholových drog?

Dílčí výzkumná otázka zní: Jak je důležitý vzhled a oblečení při výkonu profese terénní sociální pracovníce/ík, který se věnuje uživatelům nealkoholových drog?

Dílčí otázka byla zvolena pouze jedna a to z důvodu, že oblečení a vzhledu se práce kvůli nedostatku odborných zdrojů věnovala jen velmi okrajově v prvních kapitolách.

Hlavním cílem práce je zodpovědět výzkumnou otázku, tedy zjistit, jak vnímají svou profesní image terénní sociální pracovníci/ici, kteří pracují s uživateli nealkoholových drog.

Dílčím cílem je zjistit význam vzhledu a oblečení v profesi terénní sociální práce s uživateli nealkoholových drog.

5.2 Kvalitativní výzkum

V souvislosti s cílem výzkumu se jako vhodné jeví použití kvalitativního paradigmatu, protože sebehodnocení je oblast, jež je vnímána subjektivně. Kvalitativní paradigma interpretuje sociální realitu pomocí nenumerných postupů, jejichž cílem je porozumět významu sociální reality a to právě tak, jak jí rozumí jednotlivci (Disman 2002, s. 285, 286).

Prostřednictvím kvalitativní strategie se budu snažit porozumět tomu, jak terénní sociální pracovníci a pracovníci vnímají image vlastní profese (Strauss a Corbinová, 1999, s. 11).

5.3 Metoda výběru výzkumného souboru

Pro výběr výzkumného vzorku byl použit účelový, nebo jak píše Miovský (2006, s. 135) záměrný výběr. To znamená, že respondenti byli cíleně vyhledáni podle určitých kritérií. Respondenty jsou terénní sociální pracovníci a pracovnice pracující s uživateli nealkoholových drog. Všichni působí na území České republiky.

Případní respondenti byli vyhledáváni přes internet zadáním hesel terénní programy. Nejprve byli kontaktováni e-mailem, v němž bylo představeno téma a cíl práce a byli požádáni o anonymní rozhovor.

Celkem bylo rozesláno šestnáct e-mailů do organizací s terénními programy, jejichž cílovou skupinou jsou uživatelé návykových látek, s žádostí o spolupráci. Bohužel jeden z programů byl zrušen, v dalších dvou poskytují rozhovory jen osobně, což nebylo vzhledem ke vzdálenosti možné zrealizovat. Jiní nemají pracovní Skype a přes osobní účet nebyli ochotni rozhovor poskytnout. Se dvěma nebylo možné se domluvit na vhodném termínu kvůli časovému vytížení a sedm ani po opakované výzvě neodpovědělo.

5.4 Metoda sběru kvalitativních dat

Data byla sbírána v průběhu měsíce února 2016 formou polostrukturovaného rozhovoru, který je dle Miovského (2006, s. 159, 160) nejpoužívanější technikou interview. Výzkumník si předem připraví okruhy témat či otázek, jež chce respondentům položit a které jsou pro něj závazné. Jejich pořadí, či dokonce znění otázek je však možné měnit dle potřeby tazatele tak, aby maximalizoval výtěžnost rozhovoru. Tuto část rozhovoru Miovský označuje jako tzv. „jádro interview,“ které rozvíjí doplňující otázky. Díky nim lze jít do hloubky problematiky a výpověď respondenta interpretovat co nejautentičtěji.

Zásadní jsou respondentovy postoje a pocity. Výzkumník hledá vazby mezi proměnnými, které od něj získal (Disman, 2002, s. 290). Miovský (2006, s. 70) dodává, že významnou roli hraje také výzkumník, neboť on sám se podílí na tvorbě dat. Jeho znalosti a zkušenosti ovlivňují jeho porozumění respondentovi a tím pádem také interpretaci získaných dat.

Před vstupem do terénu byly navrženy následující okruhy a seznam otázek, který byl rozvíjen doplňujícími otázkami podle průběhu rozhovoru, na jehož základě byly otázky zároveň postupně upravovány:

- Co si představíte pod pojmem profesní image terénního sociálního pracovníka, který pracuje s uživateli drog?
- Co považujete v image své profese za důležité?
- Jak se v image vaší profese projevuje důvěryhodnost?
- Jaké jsou charakteristické projevy image vaší profese ve vámi používané komunikaci?
- Jak byste se charakterizoval/a?
- V čem podle vás vynikáte?
- Jak pracujete s chybějící zpětnou vazbou?
- Jaké jsou vaše hranice, které nejste ochotna/ochoten při práci překročit?
- Podle čeho poznáte, že jako terénní sociální pracovníce/ik působíte jako autorita?
- Jakou důležitost přikládáte vzdělání?
- Jak je při této práci důležitý vzhled pracovníka?
- Jak se zabýváte vzhledem a oblečením před tím, než vyrazíte do terénu?

Rozhovor byl veden se čtyřmi terénními sociálními pracovníci/íky, z nichž dvě byly ženy a dva muži. Vzhledem k počtu respondentů nebudou uvedena města, v nichž pracují, pro zachování anonymity.

Rozhovory probíhaly buď v pracovních prostorách respondentů, nebo prostřednictvím počítačového komunikačního programu Skype. Jejich doba se pohybovala okolo 45 minut.

5.5 Možné zdroje zkreslení

Při výzkumu je nutné počítat i s možným zkreslením údajů. Lze hovořit o několika typech, které popisuje Disman (2002, s. 132-134). Ke zkreslení může dojít v případě, že respondenti vědí, že jsou zkoumáni, čehož si jsou v případě rozhovoru vždy vědomi. Pro rozhovor je typické, že zkoumané osoby se chtějí ukázat před tazatelem v co nejlepším světle a udělat dobrý dojem. V případě tohoto výzkumu může jít o snahu vyzvednout jak sebe samotného, tak profesi.

V průběhu rozhovorů nebyl žádný z těchto typů zkreslení zaznamenán.

5.6 Metoda fixace a zpracování kvalitativních dat

Pro zaznamenávání rozhovorů s respondenty byl použit audiozáznam nahrávkou na diktafon. Výhodou zvukového záznamu je, že zachytí i důrazy, odmlky, povzdechy apod., které mohou být zásadní pro pochopení významu výpovědi (Miovský, 2006, s. 197).

Údaje získané z rozhovorů byly přepsány pomocí komentované transkripce. To znamená, že jsou zachyceny i mimoslovní projevy pomocí různých značek – trojtečka pro pauzu, (přemýšlí) pro delší odmlku, (smích) apod. (Hendl, 2008, s. 208, 209).

5.7 Metoda analýzy dat

Na systematizaci a zpracování dat navazuje jejich analýza, pro kterou bylo použito otevřené kódování. Strauss a Corbinová (1999, s. 43, 45) proces definují jako „část analýzy, která se zabývá označováním a kategorizací pojmů pomocí pečlivého studia údajů. Během otevřeného kódování jsou údaje rozebrány na samostatné části a pečlivě prostudovány, porovnáním jsou zjištěny podobnosti a rozdíly.“ Hendl (2008, s. 247) doplňuje, že jde o proces odhalování témat v přepisu, která se váží k výzkumným otázkám.

Po prostudování získaných dat byly nalezeny opakující se jevy, které byly označeny pojmy, byly jim přiděleny kódy. Ty byly vzájemně porovnány a uspořádány do kategorií podle toho, ke kterému jevu náležely. Orientaci v textu a mezi jednotlivými kategoriemi podle Miovského (2006, s. 211) výrazně usnadňuje barvení textu. Zároveň urychluje samotnou analýzu. Barevně byly označovány úseky související s danou kategorií.

Po realizaci otevřeného kódování byla použita analytická technika „vyložení karet“. Švaříček, Šedřová a kol. (2007, s. 226) říkají, že výzkumník po otevřeném kódování disponuje kategorizovaným seznamem kódů, které uspořádá do linie a na jejím základě vytvoří text, který převypravuje obsah těchto kategorií vztahujících se k výzkumným otázkám.

5.8 Etický rozměr výzkumu

S přímým kontaktem s lidmi souvisí etické otázky, zamyšlení se nad nimi by v kvalitativním výzkumu nemělo chybět. Dohnalová (2011, s. 23-24) hovoří o několika oblastech spadajících do etického chování při výzkumu. Jedná se o soukromí a důvěrnost, kde hraje nezpochybnitelnou roli zachování anonymity zkoumaného. Pro zveřejňování jakýchkoli informací, ale i k samotné účasti na výzkumu by měl výzkumník získat respondentův souhlas. Hendl (2008, s. 153) doplňuje respekt ke svobodnému odmítnutí.

Respondenti byli před každým rozhovorem seznámeni s tématem a cílem výzkumu, způsobem nahrání dat na diktafon a místem zveřejnění dat. V neposlední řadě bylo slíbeno dodržení anonymity. A právě z důvodu anonymity jsou namísto jmen používána neutrální označení respondent či respondentka. Souhlas s účastí na výzkumu byl známkou toho, že respondenti se cítí bezpečně při poskytování informací během rozhovoru i při jejich dalším zpracování.

6 VÝSLEDKY ANALÝZY DAT

Tato kapitola obsahuje výsledky analýzy dat, které jsou rozčleněny do kategorií, které byly identifikovány prostřednictvím analýzy. Na interpretaci údajů navazuje diskuse, v níž budou zodpovězeny výzkumné otázky.

Respondenti se při rozhovorech zaměřovali na svou profesní image z hlediska vztahu pracovník-klient. Za vysvětlení lze pokládat, že vztah s klientem je pro výkon profese zásadní a pro samotné pracovníky tak důležitý, že se promítá i do jejich sebehodnocení.

Je důležité také podotknout, že terénní sociální práce je velmi individuální a to z hlediska klienta, tak i pracovníka, kdy každý pracuje jiným způsobem sobě vlastním, vkládá do práce své specifické osobní vlastnosti a liší se chováním ke klientům i způsobem řešení problémů. Přesto však byly nalezeny shodné znaky, které budou nyní představeny.

6.1 Důvěryhodnost

Všichni respondenti se shodli na tom, že jejich práce je postavena na důvěře, komunikaci a osobnosti. Ke všem třem složkám se práce postupně dostane.

Pro práci s klientem je klíčová důvěra, aby pracovník dokázal být klientovi nápomocen ve zvládnání stresových situací, v hledání cesty z depresí nebo ve snaze abstinovat či nastoupit léčbu. Bez ní si klient k sobě pracovníka nepřipustí, nesvěří se mu, neozve se mu, nechce s ním být v kontaktu. Důvěřovat znamená, že klient ví, že když se pracovníkovi nebo pracovníci svěří, nedostanou se tyto informace k nikomu, kdo k nim nemá oprávnění. Důvěra a mlčenlivost jdou společně ruku v ruce.

„Ta důvěra v tom, že může vědět, že když se mi svěří, že spáchali nějaký trestný čin, že je nepůjde nahlásit na policii nebo že nebudu sdílet informace o nich s někým, kdo na to nemá právo a podobně, nějaká mlčenlivost.“

„...že ten člověk ví, že to o čem si budeme spolu povídat, že prostě zůstává pouze u mě a já to neposílám nikam dál...“

„Taková ta důvěryhodnost a bezpečí pro toho klienta... jakože ví, že mi může věřit a že já tu jeho důvěru nezradím.“

Vybudování si vzájemné důvěry závisí na tom, jak často se klient s pracovníkem setkává, tedy na celkové délce vztahu. Budujícím faktorem mohou být také témata, o nichž si povídají.

„...na té důvěře je důležitá délka, jak často se setkáváme a že se vidáme a že se bavíme... jenom třeba to: jak se máš a co děláš, koukal ses včera na fotbal... že se nebavíme furt jenom o tom... materiálu a co si dává, jak si dává, co mu to přináší za úzkosti... ale i o normálních věcech, jako koukal si se na fotbal nebo něco takového. A vlastně to všechno navazuje nějakou důvěrou, že pak třeba přijdou s něčím... že se jim stalo třeba něco nepříjemného anebo že je něco trápí.“

Doba získání důvěry je velmi individuální a liší se klient od klienta. Záleží také na schopnostech a povaze pracovníka. Jedná se o řády dnů, měsíců i let.

„Taková ta pravá důvěra, vynikající z toho mezilidského vztahu, tak to trvá hodně dlouho, několik let u některých.“

Jestliže to trvá moc dlouho, někteří pracovníci o sobě mohou mít pochyby. Zároveň to však může být známkou toho, že nad svou prací přemýšlí a berou ji zodpovědně.

„Ono to může být tím pádem nějaké malé minus, že se mi to nepodařilo dřív.“

6.2 Škola je základ, důležité jsou kurzy

Vzdělání a jeho kvalita se také podílí na jakémsi otisku profese v povědomí společnosti i jejích pracovníků. Terénní sociální práce je profesionální prací, k níž nepochybně odborné vzdělání patří, stejně jako k jiným profesím. Respondenti se shodli na tom, že je studium vybavilo nezbytným základem, i když to nejdůležitější zjistili až v samotné praxi.

„To není o tom, že tě (pozn. škola) naučí, co potřebuješ ale, že tě naučí, co bys měl vědět.“

S naučeným teoretickým základem pak v praxi nakládají flexibilně.

„Teorie je hezká, ale v praxi to funguje trošičku jinak. (...) Takže si myslím, že i když má člověk nějaký teoretický základ, tak vždycky to jakoby si přetváří po svém, upraví si to...“

Přínosnějšími se jeví kurzy a výcviky, kterými respondenti prošli až po studiu v rámci kontinuálního sebezvoje, který je v profesi sociální práce důležitý.

„Jo, ty kurzy jsou mnohem praktičtější, v té škole jde spíš o to, abys věděla, jaký modely existují nebo kde ty informace máš hledat, že jo...“

„Jo, jako já myslím, že zatím jako co je organizovány pro nás jako pro terénní sociální pracovníky pro tu závislost, jo to jsou super věci.“

„Nejvíc asi psychoterapeutický výcvik, to je asi nejvíc, protože to člověka naučí nejvíc pro interakci s tím klientem.“

„Krizovou intervenci jsme měli (pozn. ve škole) taky, ale to bylo docela blbý, protože to jsme měli jako hodně obecně a já jsem byla na krizovce jako na kurzu, ten byl dobrej, tak z toho rozhodně čerpám.“

6.3 Jazyk

Díky škole a kurzům terénní sociální pracovníci ovládají techniky rozhovoru s klientem a ví, jak s ním komunikovat. Důležité však je umět to v praxi. Všichni respondenti se shodli na tom, že komunikace s klienty je individuální, především co se týče hovoru na různá témata. Nejde-li o citlivá témata, dá se říct, že se přizpůsobují jejich způsobu řeči, v níž se vyskytují vulgarismy a slangové pojmy, které s nikým jiným nepoužívají. K jejich profesní image tak patří specifická komunikace s těmi, s nimiž pracují.

„Určitě ten jejich slovník, říkám to, co oni... když říká, že prostě bere, tak řeknu, že bere...“

„Oni používají třeba svoje výrazy pro to a já je pak používám s nima.“

„Tak jako vychází se vždycky z toho klienta... jo, to znamená, že používám stejnou terminologii jako ti klienti, pokud jí třeba nějak nerozumím, tak se na ni doptám...“

„Já myslím, že my spíš přejímáme ty jejich termíny, že oni nás vlastně jako baví, jako šlechflek třeba anebo kručí mi v žilách nebo takhle.“

Specifikem může být i to, že si se svými klienty tykají. Zde však může hrát roli také vybudovaná důvěra. Jedna z respondentek uvedla:

„Ono i tím, že s těma klientama máme takovej jako... tykáme si, je ten jazyk hodně slangovej, vulgární slova... jo jako... jsme takový jako hodně ta komunikace je taková pohodová“

Jedná-li se o citlivá témata, pracovník se ptá, až když vidí, že se o tom klient chce bavit. Je citlivý a opatrný.

„Ptám se ho tak, aby neměl pocit, že ho nějak řeším...“

„Ale rozhodně v tom našem postoji je prostě, že... jako nějaká taková mírnost a empatie k tomu, jakože to, co děláš je v pořádku a můžeme něco řešit, když budeš chtít.“

„A když vidím nějaké signály toho, jakože ten člověk se ještě zdržuje, kouká... asi se budu na něco ptát. Čtu z toho chování, jestli se chce o tom bavit nebo ne.“

6.4 Osobnost

Osobnost pracovníka je významnou složkou profesní image. Je také životně důležitá pro navázání kontaktu, a tudíž i důvěry, její udržení i pro celkovou úspěšnost práce s klientem. Charakteristiky terénního sociálního pracovníka, který se věnuje práci s uživateli drog, se prolínají již zmíněnými i dále zmiňovanými kategoriemi jeho profesní image.

Pracovník by měl být důvěryhodný a zachovávat mlčenlivost o situaci klienta. Jestliže mu klient nevěří, nemůže s ním efektivně pracovat (viz. kapitola 6.1 Navázání vztahu a důvěra)

Být upřímný, autentický, nepřetvařovat se. Přetvářka a hraní si na někoho jiného by mohlo kontakt a důvěru poškodit.

„Snažím se vždycky být přístupná, transparentní... a i s tím klientem, jako když mě něco řekne, tak nebudu předstírat, že je to v pořádku, ale řeknu mu, že je to jako fakt blbý jo, jako to bys neměl dělat... vyjádřit ten názor... nenechávat si pro sebe.“

„Jsou klienti, když přijdeme někam do bytu, tak nabízí kafe, čaj, vodu... jo jako... ,děkuju mám svoje, mám svoji vodu tady ve flašce, už sem měla kafe.‘ A odpovídám podle pravdy, to je ta moje transparentnost.“

Stejně tak s empatií musí být opatrný, aby se nenechal příliš intenzivně vtáhnout do osudů klientů. Hrozilo by mu vyhoření. Musí být zodpovědný a stále profesionální.

„Já musím jako pracovník myslet taky na sebe, protože ve chvíli, kdy bych prostě se do toho ponořil nějak jako extrémně, tak vyhořím nebo prostě fyzicky to nebudu zvládat nebo cokoli takového, ale to tomu klientovi nějakým způsobem jako nepomůže.“

Měl by o sebe pečovat například v rámci sebereflexe, supervize a sdílení s kolegy jako prostředku pro zpracování svých myšlenek, pocitů a celkové náplně práce.

„Pak mi přijde určitě jako strašně důležitá supervize, ale základ je reflexe a sebereflexe... když ukončím kontakt s klientem, přemýšlím, co se tam dělo, o čem jsme si povídali, proč jsme si o tom povídali, co z toho vyplynulo, jak to chápu já, jak to chápe klient...“

„Pokud to má člověk možnost probrat třeba buď s kolegy, nebo na supervizi, tak to si myslím, že je jako takový ten největší přínos.“

Sami respondenti se charakterizovali různě. Otázku „Jak byste se charakterizoval/a?“ jsem položila záměrně, protože to, jak vnímají sami sebe, se může promítat do jejich práce.

„Hodný muž s ekologickým citěním a humanitním myšlením (...) nejvíc vynikám v tom, že umím naslouchat, to jsem vždycky uměl (...) nic neřeším... pravda a láska zvítězí (smích) (...) Na tom je supr, že můžeš být jakákoliv chceš,“ být v pohodě, sám sebou a naslouchat.

„Já vím, že kolegové mi říkají, že jsem vůdčí typ. Já bych řekla, že jsem iniciativní, kreativní, ambiciózní – to říkají taky kolegové, já si to nemyslím (smích). No a cílevědomá, ale nejsem schopná dotahovat věci, jsem taková zbrklá často, v nějakých oblacích. Ne úplně praktická, spíše idealistka... (...) já jsem spíš taková, ten srdcař, ten idealista ten, co jako věří těm svým ideím a věří v to, že jsou ty lidi jako dobrý a hledá tu spravedlnost.“

„Myslím, že mám rád humor, že se rád směju a bavím... že asi jako si myslím, že umím naslouchat... a že mi lidi věří.“

„Jsem pro klienta, když má nějaký trable a chce si popovídat (...) vždycky ochotná se s nima bavit.“

„Mě přijde, jakože je to takovej ten zájem o toho klienta (pozn. v čem vynikám) ve smyslu toho: jo, jde mi prostě o to, co se s tebou děje, nerad vidím, když takhle padáš dolů nebo prostě když si takhle ubližuješ...“ Projevy zájmu a lidskosti jsou velmi důležité.

6.5 Autorita na partnerské úrovni

Terénní sociální pracovník může být viděn jako autorita. Respondenti se na pojem dívali vzhledem ke klientům.

„(smích) možná jo (pozn. můžu působit jako autorita), když třeba je vidíme někde poprvé, tak jsou z toho takoví jako v rozpacích, hlavně takoví ti nováčci, co jsou s tou kariérou na začátku teprve“ Respondentka však v rozhovoru přiznala, že na to, jestli působí autoritativně, se nezaměřuje, a tudíž to nedokáže posoudit. *„Spiš to beru, že s důvěrou se na mě ten člověk obrací.“*

„Já si myslím, že určitě, protože pokud se tomu terénnímu pracovníkovi podaří vytvořit si takovou tu image toho, jakože jsem ten člověk zvenku, kdo nemá v uvozovkách nějaký problém, tak (pozn. klient) vnímá jeho nějakou autoritu.“ Upozorňuje však také na nevýhodu takové pozice, v níž se skrývá nebezpečí: *„Ale myslím si, že to je takovej jako hodně tenkej led, protože ten pracovník musí mít pořád na paměti to, že to co říká, to jak se chová, aby nedával nějaký rady nebo doporučení tomu klientovi, jak se vyjadřuje ti klienti často berou jako nějakou zábernou minci, že to je prostě něco, že tak je to správně.“*

Jiní respondenti se za autoritu nepovažují. Zde lze vidět individualitu profese z hlediska pracovníka.

„No (smích) ne. Bylo by to hezké, ale ne (smích).“

Ať už si pracovníci jako autorita připadají nebo ne, z výpovědí respondentů o chování klientů vyplývá, že je klienti jako autoritu berou nebo minimálně jako někoho, na kom jim záleží, koho nechtějí zklamat. Často se totiž stává, že před nimi klienti skrývají své problémy, snaží chovat tak, jakoby bylo vše v pořádku a stydí se ozvat po neúspěšné léčbě, aby si pracovník nemyslel, že to nezvládli, nechtěli ho zklamat. Je možné, že se stydí možná i proto, že pracovník je často jediné spojení s většinou společností, poslední „normální“ člověk, který se s nimi baví na rovné úrovni,

neodsuzuje a nezavrhuje je. Respondenti se v takových situacích chovají citlivě, přátelsky, se zájmem o klienta jako člověka, neboť selhání je lidské.

„Oni nepochopí, že nám je to vlastně jakoby jedno, že nám jde o toho člověka. A někdy mi připadá, že jim na nás záleží, protože jsme jediní normální lidi, se kterými jsou ještě v kontaktu... nemají rodiče, nemají prostě nikoho.“

„Komunikuju to tak, aby to bylo ne, že jako ukazuju, obviňuju nebo říkám, že je to dobrý nebo špatný...“

Jedna z respondentek uvedla, že z pracovního hlediska, může být vnímána na vyšší pozici, stále však ke klientovi zachovává respekt a v kontaktu se nad něj nepovyšuje.

„Přesně tak, protože to je důležité pro toho klienta. My víme, jakože já jsem pracovník, takže jsem někde tady takhle nahoře... ale i přesto tam pořád mám nějaký respekt.“

Podobně hovořil i další respondent:

„Já si myslím, že jako zvlášť v terénní práci, pokud si člověk na nic nehraje, pokud k tomu přistupuje tak, že jsme s tím klientem na stejné úrovni, což samozřejmě z nějakého důvodu jako úplně nejde, ale ten partnerský přístup, že si myslím, že to právě jako oceňují.“

Pracovník může a nemusí být vnímán jako autorita, ale v průběhu kontaktu by podle respondentů měl působit na rovné úrovni. Vystupování z povýšené pozice by totiž mohlo být pro vztah klient-pracovník zničující.

„No určitě, to nemůžeš, to neděláme a nechtěl bych to dělat... ale můžeme je takhle někdy prostě vnímat, že jo... ale musíš se k nim chovat rovně...“ S tím souvisí držení si hranic, o nichž bude hovořeno později. *„ale držet ty hranice (...) ty prostě víš, co můžeš a nemůžeš... ale často oni mívají pocit, že jsme kamarádi a tak to i vnímají. Akorát s nima nehulíme, nechlastáme, nechodíme večer do hospody...“*

„Prostě se chováš úplně normálně, jsme kamarádi, akorát máme vůči sobě hranice a bavíš se víceméně, o čem chceš nebo o čem chceme my a chováš se přirozeně a oni to hrozně rychle ocení... poznají nějakou přetvářku a to není dobrý, to ti zavře dveře.“

S partnerským přístupem souvisí také respekt ke klientovi a způsob práce s ním. Nikam klienty netlačit, nenutit ani tzv. nevodit za ruku a nevymýšlet řešení za mě. Ale zároveň jim být na jejich cestě nápomocen.

„Nikam netlačit... to není dobré, to nedělám no. Nechávám to hodně na nich, je to prostě jejich život a je to jejich problém.“

„...když se s těma klientama třeba bavím o tom, co bys měl dělat, aby sis nevyráběl další problémy... aby si ten klient na to nějakým způsobem přišel sám, v čem je ten jakoby zakopanej pes.“

Pracovník respektuje klienta samotného i jeho životní rozhodnutí. Dle etického kodexu, pracovník musí respektovat klientovo právo na sebeurčení. Někdy ale ví, že způsob, který si vybere klient, není tak efektivní jako ten, který navrhl on jako pracovník. To pro něj může být těžké, avšak do jeho image patří to, že klienta plně respektuje.

„Ale já jsem se to třeba, trvalo to asi jako hodně let, ale začal jsem to u těch klientů respektovat... používám jedno takový heslo: klient má občanku, on rozhoduje. Jo, že je kompetentní k tomu rozhodnout se nějakým způsobem a i když to z mého pohledu není rozhodnutí, který je nejlepší, tak prostě on ho tak vnímá a já to beru a přijímám, prostě respektuju to...“

„No asi je v tom respektuju, jako nějak jim třeba řeknu, že jestli chceš udělat něco jiného, tak na to máš právo a můžeš jim zdůraznit ty jednotlivé výhody (pozn. pracovníkem navrhovaného řešení či postupu)... ale fakt to není vůbec nějaké direktivní...“

To, že terénní sociální pracovník klienta respektuje, neznamená, že souhlasí s jeho způsobem života. Velice dobře to shrnul jeden z respondentů:

„Já jako terénní pracovník vyjadřuju svůj postoj ve smyslu toho: já nesouhlasím s tím, že užíváš drogy, ale respektuju tvoje rozhodnutí je brát. To znamená, že respektuju tebe jako osobu, osobnost.“

6.6 Etické hodnoty

Co se etických hodnot týče, prolínají se skrze celou profesi terénní sociální práce s uživateli drog a v kapitole Výsledky analýzy dat jsou vyjádřeny téměř ve všech

kategoriích. Nepovažuji za nezbytně nutné citace z rozhovorů s respondenty znovu opakovat, hodnoty proto budou shrnuty bez jejich použití.

Dodržování etického kodexu je pro respondenty samozřejmostí a z jejich výpovědí vyplývá, že se jím řídí. Detaily pravidel chování pracovníka ve vztahu ke klientovi, k zaměstnavateli, ke kolegům, k povolání a odbornosti a ke společnosti v této práci rozpracovány nebudou, neboť takové téma by bylo velmi rozsáhlé a zasluhovalo by zvláštní studii.

Jen poznámku ve vztahu k povolání a odbornosti. Prostřednictvím různých vzdělávacích kurzů pracovníci stále zvyšují své odborné znalosti a dovednosti a usilují o osobní odborný růst (viz. kategorie 6.2 Škola je základ, důležité jsou kurzy).

Respondenti se shodovali na tom, že jako terénní sociální pracovníci uznávají právo klienta na sebeurčení, vedou ho k vlastní odpovědnosti a podporují ho při jeho vlastních rozhodnutích v případě, že to neohrožuje práva a zájmy druhých. Tato rozhodnutí respektují, stejně jako akceptují samotného klienta a jeho život.

6.6.1 Chybějící zpětná vazba

Uživatelé drog jsou specifickou cílovou skupinou. Práce s nimi může probíhat tak, že se s pracovníkem vidí jen občas, když potřebují vyměnit injekční stříkačky a jehly, jiní klienti si s nimi povídají o svých každodenních záležitostech nebo řeší citlivá témata, kdy se setkávají a pracují společně intenzivně několik měsíců. Klienti jsou však nestálí, „chvilku jsou a pak zase nejsou“. Buď o službu ztratí zájem, nebo se pracovníky rozhodnou nekontaktovat z důvodů, že nastoupí léčbu, stydí se kvůli neúspěšné léčbě či odejdou na výkonu trestu odnětí svobody nebo jen tak zmizí. Pocit nedokončeného a chybějící zpětná vazba potrápí nejednoho pracovníka.

„Je to takovy zvláštní... oni mě zatáhnout do toho, že něco řešíme a řešíme to intenzivně a najednou zmizí. Že je to takovy, jakože jsme to nedokončili, nebo že jsme dokončili jenom něco, nebo jsme nedokončili vůbec nic... ale tak jako ono to tak prostě je.“

„Na to ani nemáš moc jak přijít, dokud ho nepotkáš... (...) Takže mě to zajímá a právě mě to jako mrzí, protože ty vidíš, co všechno by mohli udělat, aby na tom byli lip, že jo...“

Na pracovníka pak může dokonce dolehnout pocit, že nedokáže klienty dostatečně motivovat ke změně chování, nebo alespoň k malým postupným krůčkům ke zlepšení jejich situace. Může mít pochyby o kvalitě své práce.

„Jsou to třeba maličkosti, ale nejhorší je, že oni je nechcous dělat a pak ty si myslíš, jestli ty neseleháváš v té motivaci těch klientů a takové myšlenky mívám občas...“

Nejistota toho, že neví, jestli je jejich snažení užitečné, také může tvořit obraz profese. Lidé z laické společnosti mohou mít názory, že s uživateli drog se pracovat nedá, že se stejně nezmění a že je to zbytečné. Proto chybějící zpětná vazba, pochyby pracovníka nebo už jen uvažování nad tím, jak to s klientem vlastně dopadlo, něco o profesi vypovídají, i kdyby jen nejbližšímu okolí pracovníka, kterému se svěčuje. Pracovníci takové situace řeší různě:

„Nevážu se.“

„My se snažíme nějak mezi kolegy, když s někým něco nedořeším, tak to prostě předám kolegovi...“

6.7 Dodržování hranic a pravidel

Chybějící informace o klientovi si pracovníci mohou tzv. odnášet domů, kde nad nimi stále přemýšlejí. Ne vždy je jednoduché udržet si hranice mezi prací a volným časem mimo ni. Všichni respondenti se je snaží držet. Zejména na začátku pracovní kariéry s tím měli problémy a nechali se často vtahovat do životních příběhů svých klientů. To vypovídá o tom, jak je sociální práce individuální, plná lidskosti a emocí nad tíživými osudy lidí, které se mnohdy stávají součástí života pracovníků.

„Mě se to netýká, ale dotýká se mě to osobnostně...“

Nyní po letech zkušeností se snaží pracovní záležitosti a osudy svých klientů tzv. nechávat v práci. To je považováno za důležitou součást duševní hygieny a relaxace, které může napomoci i supervize.

„No ze začátku to pro mě bylo těžší samozřejmě, ale po těch osmi letech už opravdu jako (smích) už to nechávám v kanclu.“

„Snažím se rozhodně, máme supervize, tak když je něco akutního, tak se to řeší tam... v týmu se pobavíme o těch klientech.“

„Ne, to nejde (pozn. nechat se intenzivně vtáhnout). To k ničemu není... Nechávám to v práci. Nesnažím se, nechávám.“

„No tak ono to úplně nejde, ale naučil jsem se... klient má občanku, prostě on rozhoduje, on rozhoduje o svém životě a asi má nějaký důvod, proč se rozhodl právě tady pro tuhleto variantu. Nemůžu přebírat zodpovědnost za všechny životy klientů, nemůžu si je všechny vzít domů, nemůžu je všechny zachránit. (...) Můj životní přístup je žít a nechat žít.“

„Ale to je jasné, že to je jejich, časem si uvědomíš, že si to nemůžeš brát k sobě, to je jejich věc. Ty musíš dělat to nejlepší, co umíš, aby ses z toho potom nezbláznila.“

Terénní sociální pracovníci v kontaktu s uživateli drog musí dodržovat určitá pravidla a udržovat hranice ve vztahu pracovník-klient. Nesmí klientům dávat osobní telefonní číslo, osobní e-mail nebo komunikovat s nimi na osobním účtu sociálních sítí. Pro klienty jsou zde e-maily a telefonní čísla pracovní. Nepůjčují jim peníze, nepřijímají pozvání k nim domů ani je sami nezvou k sobě.

Zajímavé pravidlo se týká pozdravů na ulici mimo pracovní dobu. Pracovník by klienta neměl pozdravit jako první.

„...když je vidím na ulici, tak první počkám, až se oni přihlásí, víš... Protože to je mimo pracovní dobu, tak prostě neoslovím je nebo neřeknu jim ahoj... pokud oni vyloženě nezamávají nebo něco...“

Buď pracovník dodržuje pravidlo organizace, které má vžitě, nebo klienta nezdraví schválně kvůli bezpečnosti, aby ho neidentifikoval a zajistil tak jeho anonymitu a bezpečnost před veřejností, jak se vyjádřil jeden z respondentů.

„Zásada třeba, že zdravím až jako druhý, abych neidentifikoval klienta, je zásada jakoby bezpečnosti.“

Hranice pracovník-klient nesmí být překročena. Vztah se nesmí rozvinout v jiný vztah založený na sympatiích nebo dokonce vztah intimní. Klient musí být vnímán jako klient.

„Beru to tak, jakože někteří klienti jsou víc, někteří míň sympatičtí, ale prostě ta zásada je v tom, že vždycky bych si měl být vědom toho, že je to můj klient.“

Pracovníci si drží hranice a dodržují pravidla proto, aby zajistili profesionalitu a kvalitní poskytování služby, ale také jistou míru sebezpečí a ochrany sebe sama.

„Tím, že já dodržuju nějaký pravidla, držím si nějaký hranice, tak tím v podstatě chráním sám sebe, ale tím zároveň i zajišťuju maximální možnou míru nějaké profesionální péče o ty klienty.“

Někteří z respondentů se neřídí jen pracovními manuály, ale dodržují i hranice, které si sami stanovili. Týkají se například styku s klienty mimo pracovní dobu. Jde spíše o otázku vlastního pohodlí a ochrany svých blízkých.

„A třeba klidně, když jdu třeba s rodinou a vím, že sedávají tady v té ulici na lavičce, tak klidně prostě půjdu jinou ulicí, protože třeba nemám chuť je potkat, protože nevím, jakou budou mít náladu, budou se chtít objímat, takže to udělám, že to třeba schválně obejdu.“

6.8 Oblečení

Kapitola týkající se vzhledu a oblečení je jedinou částí práce, kde výpovědi respondentů rozlišují podle toho, zda je řekl muž, nebo žena.

I přesto, že se při otázce „Co si představujete pod pojmem profesní image terénního sociálního pracovníka, který pracuje s uživateli drog?“ respondenti odkazovali na vnitřní složku image, konkrétně:

„Tak asi je to něco, jak ten pracovník vystupuje, jak působí na klienty... asi tady tyhle dvě věci. Takový ten způsob vystupování, jeho přístup k té cílové skupině.“

„Tak mě teda napadla spíš... ne moc jako o vypadání nebo o nějakým vzhledu, ale spíš o nějakým způsobu jednání s těma klientama.“

považují způsob oblékání za důležitý. Ženy respondentky se zabývají spíše praktičností a funkčností.

„No já si myslím, že pro moji práci je vzhled a oblečení důležitý. Už jenom proto, že bez nějakýho pohodlnýho oblečení v tom terénu prostě umřu, ale i proto, že já mám dojem, že v tom terénu fakt je úspěšnej ten člověk, kterej je nějakým způsobem charakteristickej, teda jakoby jde vidět. (...) takový poznávací jako jasný vzhledový věci, tak je pro něj lepší navazovat na tu práci, když si ho ti klienti vybavují.“

„...já si nemyslím, že je to (pozn. vzhled a oblečení) nějak moc důležitý, spíš aby to bylo funkční... chodíme s batohama a to jde vidět na tom oblečení... takže máš všechny trička, bundy, mikiny, všechno jako na těch zádech sedřené... Takže když vím, že jdu do terénu na dlouho, tak tomu uzpůsobuju to oblečení (...) Taky boty, prostě chodíme do těch squatů třeba, nebo když hledáme jehly, tak jsme někde v parku, samý bahno, bůhví co vyšlápneš...“

„Já jsem měla na starosti i koordinaci stáží u nás v terénu a vždycky jsem těm stážistkám radila, že hodně záleží, co mají na sobě v tom smyslu, že ten terén... trávíš celý odpoledne venku, takže se musíš oblíct podle počasí, když je prostě vítr a je hnusně, tak si vezmeš spolehlivý oblečení...“

Obě ženy se před odchodem do terénu zabývají také tím, aby nepůsobily vyzývavě, čímž se dotýkáme tématu genderu.

„Občas prostě uslyšíš, že mají nějaké blbé poznámky k šatům v létě nebo ke kraťasům, takže tomu to taky uzpůsobuju... ne výstříhy, ne nějaké mikro kraťasy, ne mini sukně...“

„...dál jsem jim taky určitě říkala (pozn. stážistkám v organizaci), aby nenosily žádný vyzývavý oblečení do terénu, protože když prostě šly do terénu s výstřihem až na břicho, tak je jasný, že ti klienti budou mít sexuální narážky na tebe. Takže vždycky jsem říkala, oblíkat jako střídme, sportovně.“

Slovo vzhled se od oblečení ve výpovědích respondentek lišilo. Obě se shodly na tom, že úpravu zevnějšku neřeší.

„Neřeším to... hlavně, abych byla spokojená.“

„To ne. Dbám na vzhled tak, abych prostě nebyla vyzývavá, a tak abych se v tom terénu cítila pohodlně.“

„Vzhled není důležitěj pro sociální práci, jako jestli seš hezkej nebo já nevím co...“

Oblečení přizpůsobují terénu, takže jejich vzhled se liší od toho, když jsou například v centru na individuální konzultace s klienty.

„Takže já mám dvoji sadu oblečení, kterou nosím do práce a převlékám se.“

„V kanclu se snažím vypadat formálně, takže tam víc nosím nějaký věci jako distingovanější, zatímco když jdu do terénu, tak opravdu jako sportovně... prostě vezmu si starou fleesku a je mi jedno, že vypadám hrozně, ale prostě je teplá a vezmu si pohory, abych prostě to ušlapala.“

Muži si více všimají toho, jak jejich vzhled vnímají klienti.

„Vzhled je důležitý, určitě. Ale nemůžu říct, že nějaký vzhled je lepší než vzhled jiný. A určitě na tebe reagujou (pozn. respondent myslí klienty), protože to je to první, co vidí... ten první dojem hraje velkou roli, jestli se s tebou budou bavit, nebo nebudou. Takže důležité to rozhodně je.“

„Já bych to asi rozlišil na první kontakt a na práci s klientem. Myslím si, že při tom kontaktu ten vzhled pracovníka může hrát roli, ale potom ve chvíli, kdy už je navázaný ten vztah, tak si myslím, že už je to úplně jedno, že to není podstatné.“

Zdůrazňovali spíše pohodlí a přirozenost. Oba se shodli na tom, že před odchodem do terénu se oblečením a vzhledem nezabývají v tom smyslu, že nepřemýšlí nad tím, co si obléknout. Jejich pracovní vzhled se neliší od toho volnočasového.

„Já se vždycky oblíkal tak, jak se oblíkám přirozeně, prostě tak, jak chodím do hospody, tak chodím do terénu.“

„Oblékám si to, co si oblékám normálně.“

„...je důležité jak se v tom cítíš, abys ty byla v pohodě a potom je i ten kontakt v pohodě.“

Jeden z respondentů to dokonce označil slovy: být sám sebou

„Vždycky jsem se oblíkl tak, jak jsem chtěl a jsem za to rád, že ta práce je hodně taková, že můžu být sám sebou.“

Pro terénního sociálního pracovníka je důležité, aby byl nenápadný. Nenápadnost znamená bezpečnost a tím pádem snížení rizika identifikace klienta.

„Přemýšlím nad tím, jakým způsobem, jak to (pozn. vzhled) můžou vnímat ti klienti. Beru to jako tak, že ten extravagantní vzhled, může být pro ty klienty ohrožující ve smyslu toho, že někdo si bude víc všimnout mě a může mít i nějaké interpretace,

vzhledem k těm lidem, se kterými se třeba bavím. Že spíš se snažím působit víc nenápadně, když to tak řeknu.“

Je důležité zajistit anonymitu klientů i tím, že terénní sociální pracovník nebude do terénu nosit trička se symboly či značkami, které by mohly ve veřejnosti vzbudit podezření, že ten, s kým se pracovník baví, by mohl být uživatelem drog.

„To si myslím, že je docela velké negativum nebo nebezpečí toho, že třeba ve větších městech jsou terénní označeni logem programu a podobně, takže je ohrožena minimálně anonymita těch klientů.“

Právě v této věci jedna z respondentek cítila osobní problém. Ji a její kolegy městská policie považuje za uživatele drog, zejména spatří-li je při výměnném programu.

„Často narážíme na to, že prostě k nám přistupují nějaký policajti a říkají nám: vy jste stejně feťáci.“

Situaci byli nuceni vyřešit tím, že nyní do terénu nosí bundy s nápisem „Terénní program“, aby jak policisté, tak i veřejnost věděli, že jsou terénní sociální pracovníci, nikoli další uživatelé drog.

„S čímž jsme teda ze začátku vůbec nesouhlasili, protože jsme žádný hnusný bundy nechtěli, brali jsme to i jako neetický vůči klientům, že je tím vlastně označujeme...“

V takovém jednání policie vidí spíše opovržení její profesí, ke které přistupuje s hrdostí.

„Mě se to prostě nelíbí, já jako neberu drogy, nebrala jsem nikdy a mám ráda svoji profesi, vnímám ji jako hrozně důležitou a mající nějakou vlastní odbornost, teoretický zázemí a tak dále. Takže bych byla ráda, aby se ke mně přistupovalo s nějakou úctou, jakože jsem TEN sociální terénní pracovník a ne prostě nějaký exuser (pozn. bývalý uživatel) nebo user (pozn. uživatel), kterej prostě ty feťáky akorát podporuje v braní, tím že jim rozdává ty stříkačky, že jo.“

Srovnává to s prací v menších městech, kde podle jejího názoru práce s klienty probíhá úplně jinak, protože klientů je v nich méně a kontakty mohou být delší a hlubší.

„Jako nedovedu si představit, že by na malém městě někdo vyšel do terénu s bundou terénního programu... To by znamenalo, že žádnýho klienta nepotká...“

6.9 Být sám sebou a nepřizpůsobovat se

Terénní sociální pracovník není uživatel drog a neměl by se mu proto vzhledově přizpůsobovat.

„No nechtěli bychom se právě přizpůsobovat, jako vadí nám, že nás ti policajti směšujou s klientama.“

„Někteří terénní sociální pracovníci podle mě se snaží přizpůsobovat té cílové skupině... to znamená, že se snaží nějakým způsobem tu image mít tak, aby to přijímali klienti. Což z mého pohledu není dobrý, není autentický...“

To, že je někdo podobný, nebo dokonce stejný jako klient, může působit škodlivě. Pracovník je člověk přicházející zvenčí a takový by měl být a klienti to oceňují.

„A navíc si myslím, že paradoxně to, že se snažíme těm klientům někdy jakoby přiblížit, je na škodu protože... oni jakoby nechtějí, podle mě nebo podle mých zkušeností, nechtějí pracovníka, který je v tom stejném v čem oni, ale chtějí právě toho pracovníka odjinud... spíš se chtějí ukázat s lidmi zvenku.“

Tím se také dostáváme zpět ke snaze být nenápadný a tím zajistit anonymitu klientů.

Význam podobného vzhledu může hrát rozdílné role v souvislosti na fázi kontaktu, jde však o názor pouze dvou respondentů:

„Pokud vypadá hodně jako klienti, tak to může být výhoda při prvním kontaktu... že ten klient toho pracovníka vnímá jako pozitivněji, protože ho bere jako možná někoho podobného, ale nevýhoda v budoucnu... je to podle mě potom hodně komplikace ve chvíli, kdy je potřeba nastavit nějaká pravidla nebo hranice.“

Druhý respondent to při prvním kontaktu vnímá podobně, že jeho vzhled mu může pomoci rozvinout konverzaci.

„Když vypadáš třeba jako já, tak si lidi myslí, že třeba sama užíváš, vypadáš jako hulič... to rozvíjí kontakt nějakým směrem... určitě to tak prostě je, že kdy jsi jim sympatická, tak prostě nějak reagují.“

Brány mu to však ke klientům nejen otevírá, ale také zavírá v závislosti na skupině klientů.

„Já to třeba mám u těch mladších lidí, kteří jsou vystajlovaní, nagelovaní borci a tam právě tenhle ten vzhled toho hašiša, který prostě vypadá, jakoby bral, může být kontraproduktivní.“

Z výpovědí respondentů vyplývá, že na vzhledu záleží, ať už pro pohodlí jich samotných, nebo z hlediska působení na klienty.

6.10 Gender

V průběhu rozhovorů respondenti zmiňovali otázku genderu, který sice nebyl nalezen v odborné literatuře zabývající se terénní sociální prací, z výpovědí však vyplývá, že tvoří jeden z prvků image této profese. Genderovou problematiku řešili z pohledu vztahu s klientem.

Jestliže už je vztah navázaný a panuje v něm důvěra, na genderu z pohledu respondentů nezáleží (vyjma určitých témat jako jsou těhotenství a těhotenské testy apod., to se však také liší klient od klienta, resp. klientky). Rozdíly mohou nastat zejména při navazování nových kontaktů. Jednodušší to mohou mít ženy například z hlediska atraktivity, která ačkoli to nezaznělo, může hrát roli i u mužů-pracovníků.

„Jako u těch klientů chlapů může zafungovat nějaká atraktivnost, jakože přišla holka, je normální a chtějí se semnou bavit...“

Ženská atraktivita však ne vždy znamená výhodu kvůli různým sexuálním narážkám nebo citům lásky ze strany klientů.

„No to si myslím, že je spíš problém, než aby to byla výhoda, protože ji klienti vidí jako objekt, že se jim líbíš prostě. (...) ...se třeba do tebe zamilujou, to už se mi taky stalo. To je složitý pak s tím klientem pracovat.“

„Když je to jako, že se i snáz naváže kontakt, protože prostě nějaký chlap si řekne: „Jé holka“, tak se s ní budu bavit, tak to je samozřejmě v pohodě. Ale takový, když už to překročí do nějakýho jako flirtování a bavím se s tebou, protože se mi líbíš, ale ne proto, že bych v tobě viděl tereňačku, která mi dovede pomoci, tak to si myslím, že taky není úplně optimální teda.“

Další otázkou je bezpečnost či zkušenosti klientů s opačným pohlavím.

„To asi... (přemýšlí) to nevím, to si asi myslím, že asi spíš ne (pozn. nemám výhodnější pozici jako muž). Možná z hlediska té bezpečnosti, že chlap se miň boji tam jakoby jít (pozn. do nové lokality), tak to muže hrát nějakou roli.“

„Ten muž tam zajišťuje v uvozovkách takovou tu bezpečnost a ta žena to tak trošku jako prorazí no...“

„Hodně často mají třeba špatný vztahy s matkama a tak dál nebo něco špatnýho za sebou, něco takového, takže to nemusí byt primárně výhoda (pozn. být ženou-pracovnicí). Proto si myslím, že je dobrý, když jsou tam ti pracovníci dva, ideálně ta kombinace muž žena, že ten klient má možnost si jakoby vybrat s kým řešit témata.“

Nicméně respondenti se jednohlasně shodují, že více než na pohlaví, při jejich práci záleží na délce kontaktu a na povaze a osobnosti pracovníka.

„Já si myslím, že tam jako fakt hraje roli, jak dlouho v tom terénu seš. Byly tady dřív dvě holky a ti klienti na ně vzpomínají do teď. Myslím, že to není o tom genderu, ale o tom, že tady seš.“

*„Ale v tom jestli zapůsobíš nebo nezapůsobíš, tak je jedno, jestli si chlap nebo ženská. Jde o to, jak se k nim chováš, jestli se budeš chovat nadřazeně a budeš mít nějaký debilní kec, tak tě pošlou do ***** a nebudou se s tebou bavit. Takže to je jako asi jedno genderově... ale spíš ty další specifika - jaká si osobnost...“*

„Je to asi jedno, jestli seš chlap nebo ženská. Spíš záleží na osobnosti toho pracovníka než na genderu.“

7 DISKUSE

V této kapitole budou vyhodnoceny výsledky analýzy dat a zodpovězeny výzkumné otázky. Budou uváženy slabiny výzkumu a nakonec sepsány náměty na další výzkumy.

Z kvalitativních dat získaných rozhovory byly identifikovány kategorie neboli prvky profesní image terénních sociálních pracovníků a pracovníc, kteří pracují s uživateli nealkoholových drog. Jsou jimi: důvěryhodnost, škola je základ, důležité jsou kurzy (jinými slovy důležitost vzdělání a kontinuálního seberozvoje), jazyk, osobnost, autorita na partnerské úrovni, etické hodnoty, dodržování hranic a pravidel, oblečení, být sám sebou a nepřizpůsobovat se a gender. Kapitola o etických hodnotách zahrnuje i pohled respondentů na chybějící zpětnou vazbu.

I přesto, že se respondenti často shodovali, nelze výsledky tohoto výzkumu generalizovat na všechny terénní sociální pracovníky České republiky. Shrnutí, které je zde sepsáno, reprezentuje pouze vzorek výzkumného souboru, tedy názory čtyř konkrétních terénních sociálních pracovníc/íků, kteří pracují s uživateli drog. Ačkoli se zdá, že jejich výpovědi generalizují, je to jen proto, že se vzájemně velmi shodovaly.

Hlavní výzkumnou otázkou práce, jak vnímají svou profesní image terénní sociální pracovníce/íci, kteří pracují s uživateli nealkoholových drog, zodpovídá následující shrnutí výsledků analýzy dat.

Respondenti výzkumu si pod pojmem profesní image představují především vnitřní složku image, konkrétně způsob, kterým pracovník vystupuje a jedná s klienty, jak na ně působí a jaký má přístup k dané cílové skupině. Profesní image tak popisovali především z hlediska vztahu pracovník-klient. Dá se proto říct, že kvalita vztahu s klientem je respondenty vnímána jako ukazatel profesních kvalit.

Respondenti se jednohlasně shodli na tom, že osobnost pracovníka, důvěra a schopnost komunikovat jsou klíčovými prvky jejich profese, bez nichž by nebylo možné práci vykonávat.

Terénní sociální pracovník je pracovník, který se svými klienty pracuje na základě důvěry a zachování mlčenlivosti. Zároveň je také trpělivý, neboť vybudování pravé důvěry ve vztahu pracovník-klient může trvat i několik let. Budujícím a ovlivňujícím

faktorem je zejména pracovník jako člověk, důležité jsou proto jeho osobnostní vlastnosti.

Terénní sociální pracovník je na prvním místě člověk s jistou mírou empatie a pochopení, který své klienty respektuje. Jeho profesní image na této úrovni by mohla znít kupříkladu takto: empatický a citlivý člověk, který svým klientům umí naslouchat a vyslechnuté informace zůstávají jen u něj. Jeho práci ovlivňují jeho vlastní postoje a hodnoty, ale je stále profesionální a nad svojí činností kriticky uvažuje formou sebereflexe, jak zaznělo od jednoho z respondentů.

K pojmu profese neoddělitelně patří také vzdělání. Terénní sociální pracovník je vzdělaným profesionálem v oboru sociální práce. Vzděláním získaným prostřednictvím studia ve škole či účasti na různých kurzech se pracovník stává kompetentním, tedy schopným výkonu své profese po odborné stránce. Je schopen teoretické poznatky flexibilně aplikovat v praxi.

Dalším charakteristickým prvkem terénní sociální práce s uživateli návykových látek je styl komunikace. Terénní sociální pracovník je pak pracovník, který se svými klienty hovoří o obyčejných každodenních tématech, ale i o citlivých, tíživých nebo intimních problémech, kdy s klientem mluví citlivě a je empatický. Komunikace je nejen velmi individuální, ale také specifická na výrazy, které jsou slangové a mnohdy vulgární. Pracovník se přizpůsobuje způsobu řeči klienta. To se odráží i v jeho profesní image, kdy lze říci, že terénní sociální pracovník nemá problémy s používáním nespisovných slov a vulgarismů.

Terénní sociální práce stejně jako ostatní druhy pomáhajících profesí může být psychicky náročnou a emočně silnou profesí, protože pracovníci jsou přítomni tíživým životním situacím svých klientů. Klienti užívající drogy navíc patří do specifické cílové skupiny, kde ne všichni jsou stálí ve smyslu toho, že potřebují nebo chtějí využít službu. Terénní sociální práce je pak náročná z hlediska chybějící zpětné vazby. Pocit nedokončeného nebo neinformovanost o klientovi může dlouho zaměštnávat pracovníkovy myšlenky, nebo ho dokonce vést k pochybám nad svými schopnostmi motivovat klienta. Pro pracovníka je užitečné, osvojí-li si nějaké strategie, jak sám se sebou v takové situaci pracovat. Respondenti výzkumu se naučili nevázat se, sdílet případ s kolegou a případně mu ho předat, nebo osudy tzv. nechávat v práci a nebrat si je domů a tím pádem si držet hranici práce-domov. Za důležité jeden z respondentů také

považuje umění myslet sám na sebe, v čemž je mu pomoci relaxace. Dále může pomoci sdílení se s kolegy, dodržování hranic a etického kodexu. Terénní sociální práce je profese s fungující odbornou podporou ve formě supervize.

Terénní sociální pracovník, jehož cílovou skupinou jsou uživatelé návykových látek, je stejně jako pracovníci věnující se jiné oblasti sociální práce vázán dodržováním etického kodexu. Je to tedy profese, která má určité zásady a pravidla jednání s klienty, kolegy a veřejností, ale i odpovědný přístup k profesi a její odbornosti a zaměstnavateli.

Terénní sociální práce má kromě pravidel a zásad také hranice, které by měl každý pracovník dodržovat alespoň v profesionální rovině. Jedná se zejména o hranici pracovník-klient, která nesmí být překročena. Pravidla a hranice zajišťují profesionalitu a kvalitu služby a také míru ochrany a sebepěče samotného pracovníka. Někteří pracovníci si vymezují i hranice osobní, které pak při práci aplikují (například obcházení míst setkávání uživatelů).

Při práci s uživateli drog je pracovník spíše partnerem než direktivním vůdcem. Ze své pozice může působit jako autorita, či dokonce vzor, ale do kontaktu se svými klienty vstupuje na rovné úrovni. Terénní sociální pracovník uznává klienta jako takového, jeho právo na sebeurčení a vede ho k vlastní odpovědnosti za svůj život. Jeho rozhodnutí respektuje stejně tak, jako samotného klienta.

Odpověď na dílčí výzkumnou otázku, jak je důležitý vzhled a oblečení při výkonu profese terénní sociální pracovnice/ík, poskytuje následující shrnutí výsledků.

Respondenti způsob oblékání považují za důležitý, liší se však v názoru na to, jestli je důležitý pro pohodlí pracovníka nebo vzhledem ke klientům. Rozdíly jsou patrné v závislosti na pohlaví pracovníků. Když jdou do terénu respondentky, přizpůsobují tomu své oblečení, aby bylo funkční a vydržely v něm celý den. Muži respondenti se shodli spíše na tom, že nad oblečením nepřemýšlí, chodí zkrátka tak, jako ve svém volném čase mimo práci. Zároveň se oba zmínili o tom, že oblečení pracovníka působí na klienty a ti na to mohou reagovat tím, jestli se s pracovníkem budou, nebo nebudou bavit. Jeden respondent uvedl, že terénní sociální pracovník má být vzhledově nenápadný, aby nedošlo k identifikaci klienta. S tím souvisí označování klientů, kdy se dva respondenti vyjádřili k nevhodnosti bund s nápisem „Terénní program“.

Záměrné přizpůsobování vzhledu pracovníka cílové skupině respondenti spíše kritizovali. Shodli se na tom, že pracovník by měl zůstat sám sebou a být autentický. Respondenti označili následující důvody. Přizpůsobování by mohlo znamenat již zmíněné označení klienta a vyzrazení jeho anonymity. Veřejnost si pracovníka může splést s uživatelem drog i přesto, že drogy neužívá, jak řekla jedna z respondentek. A pak dle slov jednoho z respondentů, klienti se chtějí bavit s někým tzv. zvenku, s někým, kdo nevypadá jako oni a neřeší stejné problémy. Je tak jejich spojením s většinovou společností, poslední člověk mimo drogovou scénu, který se s nimi baví na rovné úrovni, neodsuzuje a nezavrhuje je. Terénní sociální pracovník je člověkem, který nad nimi nezlomil hůl, který s nimi mluví jinak než ostatní lidé, kteří je odmítají.

Co se genderu týče, respondenti ho při své práci nepovažují za tak významný, jako povahu pracovníka nebo délku doby v terénu. Jiné by to mohlo být z pohledu veřejnosti, která však tímto výzkumem nebyla oslovena.

Terénní sociální práce je i o metodické rovině, tou se však tato práce nezabývá, i když nezpochybňuji fakt, že součástí profesní image terénních sociálních pracovníků a pracovníků je také schopnost ovládat metodické postupy.

Limitem práce může být popis prvků profesní image terénních sociálních pracovníků a pracovníků vzhledem k nedostatku literatury o profesní image obecně a zdrojů zabývajících se prvky profesní image pouze z hlediska terénní sociální práce, či dokonce terénní sociální práce s uživateli drog. Prvky byly definovány pouze z hlediska obecné sociální práce bez zaměření na konkrétní cílovou skupinu klientů. Jedná se především o základní vhled do problematiky pro účely této bakalářské práce.

Jak již bylo zmíněno, vzhledem k nedostatku literatury na dané téma, jsem se rozhodla ptát samotných terénních sociálních pracovníků a pracovníků na to, jak oni vnímají image své profese. Bylo zajímavé pozorovat, jak je vztah s klientem pro vnímání jejich profesní image určující. Všichni respondenti svou práci a profesní image hodnotili právě na základě tohoto vztahu. Je zřejmě tak důležitý, že i při rozhovorech bylo téma jen těžko vraceno k obecnější rovině image profese terénní sociální práce ve společnosti a to je zároveň limitem této práce.

Dalo by se na to navázat dalšími výzkumy, které by byly zaměřeny na pohled veřejnosti na profesní image terénní sociální práce s uživateli návykových látek. Respondenty by mohly být různé věkové skupiny české společnosti nebo také

výzkumem mezi samotnými uživateli drog, tedy klienty terénních sociálních pracovníků a pracovníků.

Dále navrhuji výzkumné šetření profesní image terénní sociální práce z hlediska genderu. Tato práce se ho dotkla jen lehce, neboť problematika genderu nebyla jejím ústředním tématem a nebyl na ni dostatečný prostor. Oslovována by mohla být veřejnost, kde se názor na pohlaví při výkonu této profese může lišit více, než názory respondentů této studie.

Zajímavé by mohlo být srovnání profesní image terénní/ho sociální/ho pracovníce/íka, který se věnuje uživatelům nealkoholových drog s terénními sociálními pracovníky pracujícími s jinou cílovou skupinou, například s lidmi bez přístřeší nebo s mládeží.

Současný diskurz na téma profesní image terénní sociální práce v podstatě nereaguje. Ani odborný časopis Sociální práce/Sociálna práca se problematice nevěnuje, v čísle 3/2007 se zabývá pouze sociální prací s lidmi se závislostí.

ZÁVĚR

Cílem bakalářské práce bylo prostřednictvím kvalitativního šetření zjistit, jak vnímají svou profesní image terénní sociální pracovníci/ici, kteří pracují s uživateli nealkoholových drog, což bylo zkoumáno pomocí definovaných oblastí profesní image.

Jako přípravu na realizaci samotného výzkumného šetření jsem teoreticky formou kompilace ukotvila základní pojem image a její významy zejména pro jedince, tzv. self-image, která je důležitá pro jeho sebedůvěru a sebevědomí, dále vnímanou a vyžadovanou image. Vnímaná image je představena z hlediska prvního dojmu. Jako základní prvky osobní image byly uvedeny kompetence a odborné znalosti, schopnosti, dovednosti, kvalifikace, důvěryhodnost, sebekontrola, styl komunikace, chování, hodnoty, oblečení a vzhled.

Profesionální image je „obraz vyjadřující, co můžeme nabídnout – je to příslib toho, co jsme schopni poskytnout“ (Sampsonová, 1996, s. 49). Takže to, jak profesi terénního sociálního pracovníka vnímá klient, ovlivní, jestli si ho k sobě pustí a využije jím poskytované služby. Pozitivní či negativní profesionální image mohou rozvíjet nebo naopak stavět bariéry v komunikaci s klienty i veřejností. Jde o charakteristiku dané profese.

Pro ujasnění kontextu, v němž se práce při tvorbě profesní image pohybuje, byla stručně definována terénní sociální práce s uživateli nealkoholových drog.

Poslední čtvrtá teoretická kapitola spojuje poznatky prvních tří kapitol, kdy pro účely této práce byly identifikovány vlastnosti a dovednosti, které by terénní sociální pracovník při práci s uživateli drog měl mít a ovládat. Byly definovány do kategorií navázání kontaktu a důvěra, komunikace, osobní vlastnosti a charakteristiky, etické hodnoty a hranice, autorita, kompetence a vzdělání.

Hlavním cílem bakalářské práce bylo zjistit, jak vnímají svou profesní image terénní sociální pracovníci/ici, kteří pracují s uživateli nealkoholových drog. Prostřednictvím kvalitativního výzkumu bylo identifikováno několik kategorií, na kterých se respondenti převážně shodovali. Jsou jimi důvěryhodnost, škola je základ, důležité jsou kurzy (jinými slovy důležitost vzdělání a kontinuálního sebezvoje), jazyk, osobnost, autorita na partnerské úrovni, etické hodnoty, dodržování hranic a

pravidel a gender. Oblečení a vzhled byly zkoumány jako dílčí cíl, jímž bylo zjistit význam vzhledu a oblečení v profesi terénní sociální práce s uživateli nealkoholových drog. Respondenti se ve většině kategorií shodovali, což může svádět k určité reprezentativnosti.

Analýza dat odhalila následující výsledky. Pro respondenty výzkumu pojem profesní image představuje především způsob, kterým pracovník vystupuje a jedná s klienty, jak na ně působí a jaký k nim má přístup. Za důležité prvky své profesní image vnímají zejména osobnost pracovníka, důvěryhodnost a schopnost komunikovat. Gender podle nich nehraje až tak významnou roli jako povaha pracovníka a délka kontaktu s klientem. Terénní sociální pracovník je podle nich na prvním místě člověk s jistou mírou empatie a pochopení, který své klienty respektuje a na základě důvěrného vztahu s klienty jedná autenticky s projevením zájmu o ně. Při práci používá specifickou komunikaci. Terénní sociální pracovník je vzdělaným profesionálem v oboru sociální práce, který dodržuje etický kodex a udržuje si profesní i osobní hranice. Je partnerem i přesto, že může působit jako autorita. Terénní sociální pracovník uznává klienta, jeho právo na sebeurčení a vede ho k vlastní odpovědnosti. Terénní sociální práce stejně jako ostatní druhy pomáhajících profesí může být psychicky náročnou a emočně silnou profesí, protože pracovníci jsou přítomni tíživým osudům svých klientů a z hlediska mnohdy chybějící zpětné vazby.

Byl stanoven také dílčí cíl zjistit význam vzhledu a oblečení v profesi terénní sociální práce s uživateli nealkoholových drog. Respondenti způsob oblékání považují za důležitý. Priority se však odlišují, zejména podle pohlaví respondentů na funkčnost a přirozenost nebo na působení na klienta. Terénní sociální pracovník by se podle nich neměl vzhledově schválně přizpůsobovat cílové skupině. Spojovali to s významnou tezí, že podle nich je pracovník člověkem zvenku, klientovým spojením s většinovou společností, což je vnímáno jako důvod, proč je lepší nebýt podobný klientům. Ať už však terénní sociální pracovník při výkonu své profese zvolí jakoukoliv úpravu svého zevnějšku, musí vždy vystupovat profesionálně.

Z výsledků vyplývá, že to, jak člověk vypadá, jak se chová, s jakým přístupem navazuje kontakty s klienty, s jakou citlivostí a lidskostí přistupuje ke klientovi jako ke člověku, vytváří profesní image terénní sociální práce.

Výsledky práce jsou zdrojem poznatků a informací o terénní sociální práci s uživateli návykových látek pro ty, kteří se o ni zajímají, například studentům nebo i samotným terénním sociálním pracovníkům pro motivaci a reflexi svého působení v této profesi. Poznatky by mohly být přínosné i pro širší zainteresovanou společnost za účelem seznámení se s tím, jak samotní terénní sociální pracovníci vnímají image své profese.

Ovšem o tom, jak je profesní image pro sociální pracovníky důležitá, vypovídá i jejich ochota, respektive neochota zapojit se do výzkumu, kdy se z šestnácti oslovených organizací nakonec zapojily pouze tři, kde dva respondenti pracovali ve stejném programu.

Chtěla bych, aby se práce stala počátečním krůčkem k vyjasnění podoby terénní sociální práce s uživateli drog v české společnosti a obohatila tak, již zmíněný nedostatek odborných zdrojů. Mohla by přispět k odbornému ukotvení představy o vzhledu, chování a působení terénních sociálních pracovníků a pracovníků na poli drogové scény.

Na výsledky této studie volně naváže absolventská práce, kterou píše na CARITAS - Vyšší odborné škole sociální Olomouc, kde budou složit jako základ pro tvorbu dotazníku.

Data lze považovat za vhodné východisko pro další výzkumy, jež byly navrženy v diskusi a pro rozšíření teoretických popisů profese terénní sociální práce, která je v literatuře popisována zejména z hlediska činností pracovníků, nikoli její image jako otisku ve společnosti.

SEZNAM INFORMAČNÍCH ZDROJŮ

- [1] ASOCIACE VZDĚLAVATELŮ V SOCIÁLNÍ PRÁCI (2014). Standardy: Minimální standard vzdělávání v sociální práci ASVSP [on-line]. Dostupné 15. 2. 2016 z <http://www.asvsp.org/standardy.php>.
- [2] BEDNÁŘOVÁ, Z., PELECH, L. (2003). *Slabikář sociální práce na ulici*. Brno: Doplněk.
- [3] BEDNÁŘOVÁ, Z. (2008). Streetwork. In Matoušek, O. a kol. (Eds.), *Metody a řízení sociální práce* (s. 169-178). Praha: Portál.
- [4] BIXLER, S., NIX-RICE, N. (2006). *Profesionální image: jak vzbudit nejlepší dojem v každé situaci*. Brno: Computer Press, a. s.
- [5] CLEARFIELD, S. M. (1977). Professional Self-Image Of the Social Worker: Implications for Social Work Education. *Journal of Education for Social Work*, č. 1, s. 23-30.
- [6] DISMAN, M. (2002). *Jak se vytváří sociologická znalost*. Praha: Karolinum.
- [7] DOHNALOVÁ, Z. (2011). Výzkumníkovo desatero. *Sociální práce/Sociální práce*, č. 1, s. 23-24.
- [8] FLEISCHMANN, O., HELEŠIC, B., HENZL, J. a kol. (2006). *Vybrané psychologické aspekty terénní sociální práce*. Ústí nad Labem: Univerzita J. E. Purkyně.
- [9] HAVRDOVÁ, Z. (1999). *Kompetence v praxi sociální práce*. Praha: Osmium.
- [10] HENDL, J. (2008). *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál.
- [11] HERZOG, A. (2013): Rozhovor s Honzou Zahradníkem [on-line]. Dostupné 14. 2. 2016 z <http://www.streetwork.cz/content/view/4243/>.
- [12] HLOUŠEK, R. (2007). Cílem terénních programů je stabilizovat zdravotní a sociální stav uživatelů. *Sociální práce/Sociální práce*, č. 3, s. 13-15.
- [13] JANIKOVÁ, H. (2012). *Základy komunikačních dovedností*. Pardubice: SKP-CENTRUM, o.p.s. Dostupné 1. 3. 2016 z: <http://www.skp-centrum.cz/wp-content/uploads/2012/05/Zaklady-komunikacnich-dovednosti-aneb-Nejen-usta-mluvi.pdf>.

- [14] KALOUSEK, L. (2007). Role profesionálního terénního pracovníka. In Klíma, P. a kol. (Eds.), *Kontaktní práce: Antologie textů České asociace streetwork* (s. 129-139). Praha: Česká asociace streetwork.
- [15] KOLÁČKOVÁ, J. (2008). Supervize. In Matoušek, O. a kol. (Eds.), *Metody a řízení sociální práce* (s. 349-365). Praha: Portál.
- [16] KOPŘIVA, K. (1997). *Lidský vztah jako součást profese*. Praha: Portál.
- [17] KUTÍLKOVÁ, P. (2013). *Profesní image a self-image všeobecných sester* (bakalářská práce). Olomouc: UPOL.
- [18] MATOUŠEK, O. (2003). *Slovník sociální práce*. Praha: Portál
- [19] MEZINÁRODNÍ FEDERACE SOCIÁLNÍCH PRACOVNÍKŮ. (2004). Mezinárodní etický kodex sociální práce – principy. *Sociální práce/Sociální práce*, č. 4, s. 31-34.
- [20] MIOVSKÝ, M. (2006). *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Praha: Grada Publishing, a. s.
- [21] MITCHELL, O. (2009): Mehrabian and nonverbal communication [on-line]. Dostupné 13. 2. 2016 z <http://www.speakingaboutpresenting.com/presentation-myths/mehrabian-nonverbal-communication-research/>.
- [22] MORE-SELFESTEEM.COM (nedatováno): Self Image and Confidence [on-line]. Dostupné 29. 1. 2016 z: <http://www.more-selfesteem.com/selfimage.htm>.
- [23] MÜLLEROVÁ, P., MATOUŠEK, O., VONDRÁŠKOVÁ, A. (2005). Sociální práce s uživateli drog. In Matoušek, O., Koláčková, J., Kodymová, P. (Eds.), *Sociální práce v praxi: specifika různých cílových skupin a práce s nimi* (s. 211-226). Praha: Portál
- [24] NAVRÁTIL, P. (2001). *Teorie a metody sociální práce*. Brno: Marek Zeman.
- [25] NEDĚLNÍKOVÁ, D. (ed.). (2007). *Metodická příručka pro výkon terénní sociální práce*. Ostrava: MPSV.
- [26] PORČ, R. (2013). *Smysl v práci pracovníka terénní sociální práce s uživateli nealkoholových drog* (diplomová práce). Brno: Masarykova univerzita.
- [27] POSITIVE SELF IMAGE AND SELF ESTEEM (nedatováno): What is self-image [on-line]. Dostupné 29. 1. 2016 z: <http://www.mtstcil.org/skills/image-1.html>.
- [28] RHODES, T. (1999). *Terénní práce s uživateli drog: zásady a praxe*. Boskovice: Albert.

- [29] ROBERTS, L. M. (2005): Creating a Positive Professional Image [on-line]. Dostupné 29. 2. 2016 z <http://hbswk.hbs.edu/item/creating-a-positive-professional-image>.
- [30] ŘEZNÍČEK, I. (1994). *Metody sociální práce: podklady ke stážím studentů a ke kazuistickým seminářům*. Praha: Sociologické nakladatelství.
- [31] SAMPSON, E. (1996). *Jak si vytvořit působivý image: krok za krokem k úspěšné kariéře*. Praha: Management press.
- [32] SLOVNÍK SPISOVNÉ ČEŠTINY PRO ŠKOLU A VEŘEJNOST. 2007. Praha: Academia.
- [33] SMUTEK, M. (2006). *Model řešení problému v sociální práci – systémový pohled*. Hradec Králové: Gaudeamus.
- [34] SPOLEČNOST SOCIÁLNÍCH PRACOVNÍKŮ ČR (2006). *Etický kodex Společnosti sociálních pracovníků ČR*. Dostupné 15. 2. 2016 z: http://socialnipracovnici.cz/public/upload/image/eticky_kodex_sspr.pdf.
- [35] STRAUSS, A., CORBINOVÁ, J. (1999). *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert.
- [36] SUPERVIZE V SOCIÁLNÍ PRÁCI: studijní materiál (2007). České Budějovice: Jihočeská univerzita.
- [37] ŠVAŘÍČEK, R., ŠEĐOVÁ, K. a kol. (2007). *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Praha: Portál.
- [38] ÚSPĚŠNÝ VČELARĚ (2009): Profesionální x Profesní [on-line]. Dostupné 29. 1. 2016 z <http://uspesnyvcelar.webnode.cz/news/profesionalni-x-profesni/>.
- [39] VELKÝ SOCIOLOGICKÝ SLOVNÍK: I. svazek. (1996). Praha: Karolinum.
- [40] *Zákon o sociálních službách*. Zákon č. 108/2006 Sb. v účinném znění ke dni 1. 1. 2007.