

ORGANIZACE A KULTURA OSOBNÍCH SOCIÁLNÍCH SLUŽEB

(I. Základní pojmy)

SPP 512



FSS MU Brno, 2006

Terminář výuky

(4 setkání + mailová korespondence k počátečním verzím eseje)

	Datum setkání	Téma
1. setkání	23.2.	<ul style="list-style-type: none">• Organizace výuky• Přednáška „Základní pojmy ke studiu OKSS“
2. setkání	16.3.	<ul style="list-style-type: none">• Zadání eseje• Přednáška „Teoretické přístupy k reflexi práce s klienty“
Zaslání 1. verze eseje	31.3. (pátek)	<ul style="list-style-type: none">• Do 12.00 ✉ na adresu horak@fss.muni.cz
3. setkání	13.4	<ul style="list-style-type: none">• Reakce na 1. verzi zaslané eseje• Přednáška „Existující dilemata a strategie jejich řešení“
Zaslání 2. verze eseje	21.4. (pátek)	<ul style="list-style-type: none">• Do 12.00 ✉ na adresu horak@fss.muni.cz
4. setkání	18.5.	<ul style="list-style-type: none">• Reakce na 2. verzi eseje• Závěrečný písemný test

Výchozí teze předmětu

**vycházející z fenomenologického přístupu Michaela Lipskyho (1980)
a jeho pokračovatelů (např. Hasenfeld 1983, 1991; Brodtkin 1997; Riccucci 2005 aj.)**

1.

Pracovníci organizací osobních sociálních služeb představují „street-level byrokraty“, „úředníky první linie“, tj. zaměstnance, kteří jsou v přímém kontaktu s klienty (policisté, soudci, učitelé, sociální pracovníci).

Výchozí teze předmětu

**vycházející z fenomenologického přístupu Michaela Lipskyho (1980)
a jeho pokračovatelů (např. Hasenfeld 1983, 1991; Brodtkin 1997; Riccucci 2005 aj.)**

2.

Pro řešení problémů svých klientů využívají široké autonomie, tj. rozsáhlé svobody při rozhodování (nezávislého úsudku/široké rozhodovací volnosti/“discretion“).

Výchozích 5 tezí předmětu

vycházející z fenomenologického přístupu Michaela Lipskyho (1980)
a jeho pokračovatelů (např. Hasenfeld 1983, 1991; Brodtkin 1997; Riccucci 2005 aj.)

3.

Pracují v náročných pracovních podmínkách, kterými
jsou:

- chronicky nedostatečné zdroje,
 - rostoucí poptávka po nabízených službách,
- nejednoznačné, vágní či konfliktní cíle organizace,
- obtížně či zcela neměřitelný výkon pracovníků a
 - nedobrovolní klienti (Lipsky, 1980: 27–8).

Výchozí teze předmětu

**vycházející z fenomenologického přístupu Michaela Lipskyho (1980)
a jeho pokračovatelů (např. Hasenfeld 1983, 1991; Brodtkin 1997; Riccucci 2005 aj.)**

4.

Tyto náročné pracovní podmínky pracovníky staví před všední a strategická dilemata řešení problémů klientů, tj. rozhodnout se mezi:

- komplexními nebo zjednodušenými cíli
- množstvím klientů nebo kvalitou služeb
- neutralitou vůči klientům nebo favorizováním některých z nich
 - jednostranností nebo symetričností vztahu ke klientům
 - procedurálním nebo situačním přístupem
 - materiální nebo nemateriální pomoci
 - zasáhnutím či nezasáhnutím

Výchozí teze předmětu

**vycházející z fenomenologického přístupu Michaela Lipskyho (1980)
a jeho pokračovatelů (např. Hasenfeld 1983, 1991; Brodtkin 1997; Riccucci 2005 aj.)**

5.

Pracovníci se v rámci své rozhodovací volnosti snaží (prostřednictvím racionalizací nevhodných postupů a jejich rutinním vykonávání) těmto dilematům se vyhýbat, oddalovat je).

Struktura témat předmětu

1. Základní pojmy ke studiu OKSS“;
2. „Teoretické přístupy k reflexi práce s klienty“;
3. „Existující dilemata a strategie jejich řešení“;
4. „Výzkum přístupu ke klientům“.

Základní pojmy ke studiu OKSS

- 1) „služby sociální práce“
- 2) „organizace“
- 3) „kultura“
- 4) „dilema práce s klientem“
- 5) „přístup ke klientům“ jako součást kultury organizace služeb sociální práce

ad 1) „služby sociální práce“

- *Co označuje Musil termínem „služby sociální práce“?
(Musil, 2004, 13–15)*
- *Uved'te definiční charakteristiky „sociální práce“.
(Musil, 2004: 15–18, 181–182)*
- *Čím se liší ostatní pomáhající obory od sociální práce?
(Musil, 2004: 16–17)*

ad 1) „služby sociální práce“

SLUŽBY SOCIÁLNÍ PRÁCE

= sítě osobních sociálních služeb, které jsou regulovány z hlediska funkcí a cílů sociální práce

(klade otázku – „jaké cíle by sledovaly ty komplexy osobních sociálních služeb, které dnes regulují pracovníci jiných oborů, kdyby na jejich činnost měli větší vliv sociální pracovníci)

ad 1) „služby sociální práce“

CHARAKTERISTIKY SOCIÁLNÍ PRÁCE

Obecně:

- poskytování pomoci lidem v obtížných životních situacích, které jsou vnímány v jejich celistvosti;

Konkrétně:

- Zaměření se na interakce člověka a jeho sociální prostředí ve snaze o dosažení rovnováhy mezi očekáváním sociálního prostředí (ve kterém klient uspokojuje své potřeby) a schopností klientů toto očekávání zvládat (*viz Bartlett 1970; Navrátil a Musil 2000*);
- Překonávání různorodých překážek bránících zvládat očekávání sociálního prostředí (komplex různorodých okolností představuje „životní situaci“ klienta);
- Kompenzace nebo náprava některé z dílčích bariér zvládání života jedincem nebo skupinou;
- Zprostředkování (a nikoli výhradně poskytování) značné části poskytovaných služeb.

ad 1) „služby sociální práce“

ODLIŠNOST SOCIÁLNÍ PRÁCE OD JINÝCH OBORŮ

- Pomáhá lidem zvládat obtížné životní situace tím, že působí na vztahy mezi vlastnostmi klientů a vlastnostmi sociálního prostředí, ve kterém klienti uspokojují své potřeby;
- Nezabývá se kompenzací či nápravou dílčích překážek životní situace (medicína se zabývá „pouze“ zdravotním stavem, psychiatrie poruchou ns, psychologie překážkami zvládání běžných životních situací...), ale životní situací jako celkem ve snaze rozpoznat všechny bariéry zvládání situace klientem a promýšlí souvislosti mezi nimi;
- Neobejde se bez spolupráce s jinými specialisty.

ad 2) „organizace“

- *Uved'te dvě základní pojetí „organizace“ podle Musila.
(Musil, 2004: 22–23)*
 - *Co je to „pracovní komplex“? (Musil, 2004: 22–23)*
 - *Co je podle Musila „agentura“? (Musil, 2004: 22–23)*
 - *Co je podle Musila „tým“? (Musil, 2004: 22–23)*
 - *Které typy vazeb spojují lidi v organizaci?
(Musil, 2004: 23)*

ad 2) „organizace“

(1) ORGANIZACE JAKO PRACOVNÍ KOMPLEX, AGENTURA A TÝM

= celek, ve kterém je více či méně účelně propojena jeho funkce (např. poskytování určité služby klientům) s podmínkami, které jsou pro naplňování této funkce potřebné:

- zdroje typu informace, personál, finance, sociální kontakty
- nástroje = technologie a techniky přístupu ke klientům, tj. metody práce s klienty
 - navázání kontaktu s vhodnými klienty
 - fungování infrastruktury doprovodných služeb

ad 2) „organizace“

(2) ORGANIZACE JAKO ZPŮSOB INTEGRACE LIDÍ VE SKUPINÁCH

= způsob, jímž se lidé spojují do skupiny
(pomocí tzv. „kulturních“ a „strukturních“ vazeb)

ad 2) „organizace“

KULTURNÍ VAZBY (Musil 2004: 23)

= vztahy sounáležitosti, které se opírají o kolektivní vědomí členů skupiny

STRUKTURNÍ VAZBY

= opakování ustáleného průběhu interakcí mezi pracovníky a klienty a jejich význam, které vycházejí se sociální pozice zaměstnanců v organizaci a náplně jejich práce

ad 3) „kultura“

- *Jak vymezuje Musil „kulturu organizace“?
(Musil, 2004: 23–25)*
- *Jak kultura podporuje sounáležitost, respektive soudržnost lidí v organizaci? (Musil, 2004: 24–25)*
- *Jak kultura umožňuje, aby lidé v organizaci mohli předvídat reakce ostatních na různé události? (Musil, 2004: 24–25)*
 - *Jak je možné v návaznosti na Martinovou vymezit tři základní způsoby přijetí kultury lidmi v organizaci?
(Musil, 2004: 25–27)*
- *Co podle Musila znamená, že lidé v organizaci „uznávají“ společné představy? (Musil, 2004: 26–27)*
- *Co podle Musila znamená, že lidé v organizaci „respektují“ společné představy? (Musil, 2004: 26–27)*
- *Co podle Musila znamená, že lidé v organizaci „sdílejí“ společné představy? (Musil, 2004: 26–27)*

ad 3) „kultura“

KULTURA (Musil 2004: 19)

= vztahy, které spojují pracovníky do akceschopného kolektivu, resp. soustava (kulturních a strukturních) vazeb mezi lidmi, které jsou předpokladem jejich spolupráce v organizaci)

= jedna z řady okolností, které ovlivňují přístup pomáhajících pracovníků ke klientům

ad 3) „kultura“

RŮZNÉ PŘÍSTUPY K DEFINOVÁNÍ KULTURY (MEEK 1988)

- kultura jako vše lidské v organizaci
- kultura jako unifikující síla v organizaci utvářející universální homogenní kulturu, kterou je nutné odkrýt
- kultura jako kolektivní vůle členů-Kilmann
- kultura jako model víry a očekávání sdílený organizačními členy –Schwartz a Davis
- normy, hodnoty a víra organizačních členů jsou faktory, které vytváří konsensus předvídají chování a utváří jednotu
- HR: kultura jako něco, co organizace má a které může být zpracováno tak, aby sloužilo k dosažení cílů managementu (p.270)
- SYMBOLISMUS: kultura jako ideový či kognitivní proces, kultura je jako system vědění – Keesing (p.276)

ad 3) „kultura“

DEFINICE KULTURY

1. MANAŽERSKÉ VYMEZENÍ

= specifický způsob organizace, realizace a rozvoje činností, objektivizovaný ve výsledcích fyzické a duševní práce (Velký sociologický slovník, 1996)

2. ANTROPOLOGICKÉ VYMEZENÍ

= způsob života skupiny lidí, konfigurace všech více či méně stereotypizovaných vzorců naučeného chování, které jsou přenášeny z generace na generaci prostřednictvím jazyka a napodobování (antropolog Barnouw, 1963), prvky kultury jsou ideje, vzory a hodnoty

ad 3) „kultura“

3. SOCIOLOGICKÉ VYMEZENÍ

= třída metabiologických prostředků a mechanismů specificky lidské adaptace k vnějšímu prostředí... existující v podobě výtvorů lidské práce (artefaktů), sociokulturních regulativů (norem, hodnot, kulturních vzorů), idejí (kognitivních systémů) a institucí organizujících lidské chování (Velký sociologický slovník, 1996)

4. PSYCHOLOGICKÉ VYMEZENÍ

= dynamický systém explicitních a implicitních pravidel, vytvořený skupinou za účelem jejího přežití, zahrnující postoje, hodnoty, názory a normy chování, sdílený skupinou, ale zvnitřněný v rozdílné míře (Matsumoto, 2000)

ad 3) „kultura“

INDIVIDUÁLNÍ KULTURA JEDNOTLIVCE JAKO MENTÁLNÍ PROGRAMY

- představuje vzorce myšlení, cítění a jednání, které si člověk osvojuje v rámci jednotlivých skupin, jichž je členem (Hofstede, 1991)
- člověk se během života setkává s různými kulturními vzorci, které ho determinují, nosí je v sobě a těmito vrstvami úrovní kultur (mentálního naprogramování) jsou (Hofstede, 1991, In: Lukášová, Nový a kol, 2004):
 - úroveň národní kultury - úroveň kultury spojené s určitým etnikem, náboženstvím nebo jazykem - úroveň kultury spojené s náležitostí k pohlaví - úroveň kultury spojené s příslušností k určité generaci - úroveň kultury spojené s příslušností k určité třídě - úroveň organizační kultury (zaměstnaný jedinec je socializovaný organizací, ke které náleží)

ad 3) „kultura“

DVA ZPŮSOBY VNÍMÁNÍ ORGANIZAČNÍ KULTURY

(Smircich 1983; Ott 1989)

(1) Objektivistický přístup

- kultura jako existující v organizaci – je něco, co organizace má (a je tak manipulovatelná managery);
- Je objektivní entitou, aspektem či subsystémem organizace, jednou z organizačních proměnných, která vedle proměnných typu struktura, systémy aj. ovlivňuje fungování a výkonnost organizace a může být cílevědomě utvářena a měněna

ad 3) „kultura“

(2) Interpretativní přístup

- - organizační kultura jako způsob nahlížení na - a přemýšlení o - chování organizací, perspektiva porozumění, co se děje - jako něco, co organizace je
- prvky kultury jsou veškeré rysy organizace, která je chápána jako system sdílených významů, zprostředkovaný v symbolech;
- významem není objektivní realita, ale interpretovaný význam;
- organizace jako kultura představuje systém významů, tj. souhrn idejí, vizí, názorů, hodnot a postojů a norem.

ad 3) „kultura“

KOLEKTIVNÍ VĚDOMÍ jako záruka soudržnosti skupiny

= společné představy pracovníků organizace o:

- a) hodnotách,
- b) cílech a
- c) způsobech práce s klienty a o tom,
- d) jak je třeba jednat ve vzájemných vztazích a ve styku s jinými lidmi

ad 3) „kultura“

KOLEKTIVNÍ VĚDOMÍ

- díky společným představám mohou lidé v organizaci očekávat, že:
 1. jejich spolupracovníci budou na problémy a úkoly reagovat pro ně srozumitelným způsobem;
 2. je možné předvídat reakce ostatních a zařídit si podle toho;

ad 3) „kultura“

KOLEKTIVNÍ VĚDOMÍ

- Je proto nutné pochopit:
 1. proč lidé z určité organizace přistupují ke klientů daným (pro ně typickým) způsobem;
 2. jak oni chápu různé události, způsoby chování a reakce klientů nebo jiných lidí na vše, co považují při své práci za hodné pozornosti

ad 3) „kultura“

KOLEKTIVNÍ VĚDOMÍ

- je užitečné představit si tyto události, způsoby chování a reakce jako „symboly“ (znaky), kterým jsou pracovníci jednoho pracoviště zvyklí přisuzovat podobný význam;
- Kultura není synonymem sjednocování, ale určitého stupně shody (zavádějí totální jednolitosti by odporovalo přirozenosti člověka (Úlehla, 1999), lidé se snaží nalézt způsob, jak se přizpůsobit vlastním preferencím.

ad 3) „kultura“

TŘI ZPŮSOBY PŘIJETÍ USTÁLENÝCH PŘEDSTAV KULTURY (Martin 1992):

1. INTEGRATIVNÍ - všeobecná shoda členů organizace v některých představách;
2. DIFERENCUJÍCÍ - vnímání kolektivní představy několika různými způsoby, aniž by došlo ke ztrátě jejich základního smyslu;
3. FRAGMENTÁRNÍ - nejednoznačnost – lidé považují za důležité některé společné otázky, mnozí však na ně nemají jednoznačnou odpověď a reagují tak na ni odlišným způsobem a svůj pohled mění podle okolností.

ad 3) „kultura“

- Co je to „ideologie organizace“? (Musil, 2004: 27)
- Co označuje termín v organizaci „uznávaná pravidla jednání“? (Musil, 2004: 27, 30–32)
- Uved' a definuj základní prvky ideologie organizace? (Musil, 2004: 27, 154–156)
 - Co jsou to „kolektivní preference“? (Musil, 2004: 27–28)
 - Co jsou to „dílčí preference“? (Musil, 2004: 27–28)
- Co je to „ideologická hegemonie“ v organizaci? (Musil, 2004: 28, 32–34)
 - Vysvětlete co a jak v organizaci omezuje ideologickou hegemonii? (Musil, 2004: 29, 32–34)
- Čím se liší a podobají „normy“, „standardsy“ „vzory“ jednání? (Musil, 2004: 30)

ad 3) „kultura“

DVA TYPY SPOLEČNĚ UZNÁVANÝCH PŘEDSTAV

- (1) ideologie (kolektivní preference) a**
- (2) pravidla jednání**

ad 3) „kultura“

(1) IDEOLOGIE (KOLEKTIVNÍ PREFERENCE)

= představa o smyslu a významu pracovních událostí – úkolů, problémů či situací, tj. kolektivně uznávané
a) hodnoty, b) přístupy, c) cíle a d) zájmy (= prvky ideologie)

(lidé bývají soudržnější a jednají koordinovaněji, pokud přisuzují událostem pracovního života podobné významy)

(2) PRAVIDLA JEDNÁNÍ

= kolektivně uznávaná představa o způsobu reagování na dané pracovní události , tj. a) normy/návody, jak jednat, b) standardy/pravidla vymezující způsoby jednání a c) vzory jednání/stavy nebo způsoby jednání.

ad 3) „kultura“

Jednotlivé prvky ideologie mohou být kolektivní či individuální:

KOLEKTIVNÍ PREFERENCE

= hodnoty, přístupy, zájmy a cíle uznávané většinou pracovníků v organizaci

DÍLČÍ PREFERENCE

= osobní hodnoty, přístupy, zájmy a cíle jedinců nebo podskupin a jejich subkultur, které existují uvnitř agentury nebo týmu

ad 3) „kultura“

DVA ZPŮSOBY REAKCE NA KOLEKTIVNÍ PREFERENCE (IDEOLOGII):

1. cesta postupného kompromisu vedoucí ke vzájemnému přizpůsobení a sblížení preferencí dílčích subkultur,
2. modifikací (uzpůsobením) dominantní ideologie k jejich souladu s dílčími preferencemi (ideologiemi dílčích subkultur)

ad 3) „kultura“

IDEOLOGICKÁ HEGEMONIE (Musil 2004: 28)

= nutnost přizpůsobovat své cíle a obsah práce představám pracovníků jiných oborů (profesionální manažeři vs. sociální pracovníci, psychologové, právníci, psychiatři vs. sociální pracovníci).

ad 3) „kultura“

Poznámky k ideologické hegemonii

- Jedinci a dílčí skupiny dotvářejí ustálená pravidla jednání tak, aby odpovídaly jejich preferencím, které se do kolektivní ideologie nevešly a během své všední práce se všichni snaží najít a využít takové praktiky, které by jim umožňovaly prostřednictvím kolektivních přístupů, zájmů a cílů uskutečňovat jejich osobné nebo subkulturní preference
- Naplnění svých preferencí obtížněji prosazují ti, jejichž hodnoty, přístupy, zájmy a cíle se od preferencí kolektivní ideologie liší
- Výsledkem snahy jedinců a podskupin o uplatnění kolektivních i dílčích preferencí jsou ustálené představy, tzv. uznávaná pravidla jednání, která jsou založena na zvyku předvídatelně reagovat na podobně vnímané události

ad 4) „dilema práce s klientem“

- *Uvedte dvě odlišné definice „dilematu“?
(Musil, 2004: 36–38)*
- *Jak lidé v organizacích obvykle zvládají dilemata práce s klientem? (Musil, 2004: 36–40, 42–43)*
- *Jak vzniká „latentní“ dilema?“ (Musil, 2004: 36–40)*
 - *Proč se součástí kultury organizace stávají „racionalizace“? (Musil, 2004: 40–41)*
- *Proč má smysl snažit se porozumět racionalizacím pracovníků určité organizace? (Musil, 2004: 40–42)*
- *Jak kultura organizace pomáhá pracovníkům zvládat nestejnorodé pracovní podmínky a s ni i související dilemata? (Musil, 2004: 42–43)*

ad 4) „dilema práce s klientem“

Odlišné hodnoty pracovníků různých profesí v organizaci, kolektivní a osobní ideologie, nadřazenost a podřazenost, to vše staví pracovníky před obtížné rozhodování a před dilemata

ad 4) „dilema práce s klientem“

DILEMA PRACOVNÍKŮ V ORGANIZACI

- (1) = nepředstavuje nutně volbu mezi dvěma vzájemně se vylučujícími možnostmi (Klimeš, 1981), ale (dlouhodobé) „vyhýbání se“ určitému řešení
- (2) = v organizacích představuje pracovní podmínky nutící k volbě mezi dvěma alternativami

ad 4) „dilema práce s klientem“

- Snaha oddalovat naléhavosti dilematu má kromě bezprostředního efektu i dlouhodobý vliv na kulturu přístupu ke klientům – postup, který původně vzniká ve snaze zbavit se riskantní volby se může stát zvykem a může být přijat jako žádoucí a běžný a pracovníci si ho nemusí uvědomovat.
- Dilema sehrává úlohu výzvy, která se neřeší naléhavým rozhodnutím, pracovníci se snaží najít způsob, jak obtížnou volbu oddálit anebo se jí zcela vyhnout. Daří-li se jim to, snaží se tento postup rutinně opakovat.

ad 4) „dilema práce s klientem“

Rozlišujeme dva typy dilemat

(1) ZJEVNÉ DILEMA

(2) LATENTNÍ DILEMA

ad 4) „dilema práce s klientem“

ZJEVNÉ DILEMA

= dilema, kdy pracovní podmínky nutí pracovníky, aby bezprostředně volili mezi dvěma z jejich hlediska neslučitelnými možnostmi

= nastává:

- když došlo ke konfliktu s okolím, kdy je pracovníkovi vnucován těžko přijatelný postup
- je důsledkem boje motivů, kdy i přes nenaléhání druhých pracovníci sami vidí řešení ve dvou možnostech, které považují za žádoucí a které za daných okolností nelze uskutečnit současně

ad 4) „dilema práce s klientem“

LATENTNÍ DILEMA

= pokud pracovníci naleznou řešení dilematu a pozapomenou na okolnosti, které ztěžovaly jejich volbu vylučujících se možností

ad 4) „dilema práce s klientem“

ŘEŠENÍ DILEMATU RACIONALIZACÍ

- = vysvětlení nutně zvoleného nepříjemného řešení dilematu (pracovníkovi totiž mnohdy nezbyvá nežli uznat některá pravidla, která mu nevyhovují, která jsou v rozporu s jeho ideály);
- jsou obtížně rozpoznatelné, samotní jejich zastánci jim totiž věří a nepochybuji o tom, že jsou věrným otiskem skutečného smyslu a průběhu jejich jednání s klienty.

ad 4) „dilema práce s klientem“

KULTURA ORGANIZACE ve vztahu k dilematům představuje

- soustavu návodů na obcházení dilemat (nástroj dlouhodobého a soustavného zvládnání dilematických pracovních situací);
- soustavu kolektivně uznávaných významů a pravidel jednání, která pracovníkům služeb sociální práce umožňují udržovat dilemata své práce s klienty v jejich latentní podobě.

ad 4) „dilema práce s klientem“

- Pracovníci vykazují naprogramované chování, které představuje rutinní oddalování či přehlížení hrozících kolizí, které jsou pro každého pracovníka psychicky vyčerpávající;
- Zátěž každodenního řešení obtížných pracovních podmínek by bez udržování zjevných dilemat v jejich latentní podobě zvyšovala napětí a konflikty v organizacích a dlouhodobě by narušovala jejich soudržnost;

ad 4) „dilema práce s klientem“

VŠEDNÍ DILEMATA

= způsoby každodenní práce s klienty

- Vynořují se tehdy, když kvůli nepřízní pracovních podmínek nemohou zaměstnanci se svými klienty jednat tak, jak by si představovali anebo když v daných pracovních podmínkách mohou uplatnit odlišné, stejně přijatelné, ale těžko slučitelné postupy

ad 4) „dilema práce s klientem“

7 TYPŮ VŠEDNÍCH DILEMAT

1. komplexní nebo zjednodušené cíle
2. množství klientů nebo kvalita služeb
3. neutralita nebo favoritismus
4. jednostrannost nebo symetrie ve vztahu ke klientům
5. procedurální nebo situační přístup
6. materiální nebo nemateriální pomoc
7. zasáhnout či nezasáhnout

ad 4) „dilema práce s klientem“

STRATEGICKÁ DILEMATA

= představy o úloze poskytovaných služeb ve společnosti, které ovlivňují celkovou strategii organizace, a které slb přizpůsobují svým preferencím a pracovním podmínkám

ad 4) „dilema práce s klientem“

4 TYPY STRATEGICKÝCH DILEMAT

1. veřejný nebo dílčí zájem
2. bezprostřední nebo zprostředkovaná východiska volby cílů
3. řešení případu nebo změna poměrů ve společnosti
4. změna klienta anebo změna prostředí

ad 5) „přístup ke klientům“

- *Jak pracovníci úředníci první linie udržují pracovní zátěž v přijatelných mezích? (Musil, 2004: 62–64)*
- *Co jsou to „dodatečné náklady“ užití sociálních služeb a čemu slouží? (Musil, 2004: 62–64)*
 - *Co je to „past cyklické průměrnosti“? (Musil, 2004: 74)*
- *Proč podle Goffmana vzniká v medicínském modelu dilema mezi pozicí „technického“ a „humanitního“ přístupu ke klientům? (Musil, 2004: 65–67)*
- *Jak podle Goffmana zajišťuje personál ústavu účinnost instituce? (Musil, 2004: 69)*
- *Co je to „psychiatrická doktrína a jaké jsou její funkce?“ (Musil, 2004: 69–70)*

ad 5) „přístup ke klientům“

KULTURA PŘÍSTUPU KE KLIENTŮM

= soustava kolektivně uznávaných, individuálně přijatelných a ustálených způsobů řešení dilemat

ad 5) „přístup ke klientům“

POSTUPY PRÁCE PRACOVNÍKŮ S KLIENTY JSOU REGULOVÁNY DVĚMA TYPY PRAVIDEL

- (1) pravidla přístupu ke klientům = uznávané představy o tom, jak je možné zvládat běžné pracovní podmínky

- (2) uznávané metodické postupy = psaná a nepsaná pravidla = teoreticky zdůvodněné přístupy a techniky práce s klientem, které se pracovníci učí během studia nebo ve výcviku a uplatňují je jako specialisté svého oboru