Jiří Sobek

Individuální plánování

s lidmi, kteří verbálně nekomunikují

Individuální plánování s lidmi, kteří verbálně nekomunikují

Autor textu: Mgr. Jiří Sobek

Jazyková korektura: Mgr. Jana Válková

Fotografie a obrázky: © Canva, archiv autora

Vydal: Mgr. Jiří Sobek – Adpontes

Fetrovská 937/26

160 00 Praha 6

Tel.: +420 602 885 857

E-mail: sobek@adpontes.cz

Web: adpontes.cz

První vydání, Praha 2019

Děkuji vám za zakoupení publikace. Tato kopie je určena pouze pro vaši osobní potřebu nebo pro potřebu vaší organizace. Další šíření těchto materiálů by bylo porušením autorského zákona. Děkuji, že to respektujete.

Obsah

Úvod	3
Lidé s problémy v komunikaci	4
Průběh individuálního plánování	10
Hlavní části individuálního plánu	13
Osobní profil	15
Metody plánování s lidmi, kteří verbálně nekomunikují	21
Popis potřebné podpory	31
Cíle u klientů, kteří verbálně nekomunikují	41
Plán, jak být v pohodě	48
Vyhodnocení plánu	50
Aktualizace plánu	52
Individuální přístup v praxi	54
Pět nejčastějších chyb	56
Příklady formulářů	59

Úvod

Můj klient nekomunikuje. Jak mám pro něho vytvořit individuální plán? Má to vůbec cenu? Jaký cíl může takový klient mít? Jak mu mám něco naplánovat, když mi neřekne, co chce? Mezi pracovníky v sociálních službách tyto otázky zaznívají velmi často. V této publikaci se jim budeme podrobně věnovat. Ukážeme si, jak k individuálnímu plánování přistupovat, aby mělo reálný užitek i pro klienta, který verbálně nekomunikuje. Dozvíte se zde nejrůznější metody a techniky, které vám individuální plánování usnadní.

Publikace navazuje na e-book Individuální plánování jednoduše a srozumitelně.[1] Některé části se shodují, protože hlavní zásady a postupy individuálního plánování platí pro všechny typy klientů. Naleznete zde ale mnoho nového. V této publikaci je podrobně popsáno, jak při individuálním plánování postupovat v případě klientů, kteří verbálně nekomunikují.

Tato publikace je určená především pro pobytové služby, jako jsou domovy pro seniory, domovy pro osoby se zdravotním postižením, chráněná bydlení apod. Věřím ale, že inspiraci zde naleznou i zaměstnanci jiných sociálních služeb.

Doufám, že zde najdete všechny potřebné informace. Pokud náhodou nějaká otázka zůstane nezodpovězena, neváhejte mi napsat. Kontaktovat mě můžete zde: sobek@adpontes.cz.

Přeji příjemné čtení!

Jiří Sobek

[1] Publikaci Individuální plánování jednoduše a srozumitelně naleznete zde: https://adpontes.cz/e-book-ip

Lidé s problémy v komunikaci

V této publikaci hovoříme o lidech, kteří mají problémy v komunikaci. Většinou jsou to lidé, kteří verbálně nekomunikují téměř vůbec. Nejčastěji se jedná o osoby s těžším mentálním postižením nebo o seniory s demencí.

Nebylo by ale správné používat frázi „klient, který nekomunikuje“. Jedna ze zásad mezilidské komunikace praví, že **nelze nekomunikovat**. To, že někdo nemluví, ještě zdaleka neznamená, že se svým okolím nekomunikuje žádným jiným způsobem. I neverbální komunikace má pro vzájemné dorozumění obrovský význam.

Téměř u každého člověka můžeme v určitých situacích vysledovat projevy libosti či nelibosti, souhlasu či nesouhlasu. Samozřejmě existují výjimky, například lidé v kómatu. Jinak bychom ale u každého člověka měli předpokládat, že nějakým způsobem se svým okolím komunikuje. Jeho způsob komunikace může být neobvyklý a zprvu nesrozumitelný. A je velká výzva, abychom se způsobu komunikace každého klienta **snažili porozumět**.

Někdy můžeme narazit na klienta, který sice mluví a používá množství slov, ale jeho řeč neobsahuje konzistentní sdělení. Klient například každou chvíli říká něco úplně jiného a jeho výroky si protiřečí. Jiný klient zase se vším souhlasí, na jakoukoliv otázku odpovídá kladně, na vše přikyvuje apod. Také v těchto případech stojí před personálem výzva **porozumět skutečným přáním a potřebám těchto lidí** a vycházet z těchto potřeb při plánování sociální služby.

Každý člověk se svým okolím nějakým způsobem komunikuje. Někdy je ale těžké jeho způsobu komunikace porozumět.

Člověk v centru pozornosti

Lidé, kteří mají problémy v komunikaci, patří mezi **nejzranitelnější klienty**. Nemohou srozumitelně vyjádřit své pocity, přání a potřeby. Nemohou se jasně ohradit proti tomu, co se jim nelíbí. Nemohou si stěžovat. Ve zvýšené míře jim hrozí riziko zanedbávání nebo zneužívání. Proto je velmi důležité, aby pracovníci věnovali těmto klientům zvýšenou pozornost.

Dříve to často bývalo tak, že lidé, kteří verbálně nekomunikovali, bývali vnímáni ne tolik jako jednotlivci, ale spíše jako členové určité skupiny. Pracovníci například říkali: „Zde máme celé patro demencí." Nezabývali se příliš potřebami a prožíváním jednotlivců. Vycházeli z předpokladu, že každý člověk s demencí nebo každý člověk s těžším mentálním postižením má podobné potřeby. Že stačí, když bude najedený, umytý, v teple a v relativním bezpečí. Víc není potřeba. Člověk jako jedinec se svými individuálními přáními a potřebami se pak mezi desítkami či stovkami dalších klientů může úplně ztratit. Zvláště ve velkých zařízeních hrozí **riziko anonymizace klienta**.

Individuální plánování napomáhá tomuto riziku předcházet. Pomáhá, abychom každého klienta dokázali **vnímat jako individualitu**. Jako jedinečného člověka. Abychom ho dokázali pochopit do větší hloubky. Abychom dokázali objevit a pojmenovat jeho skutečné potřeby a přání. A abychom těmto potřebám dokázali každodenně vycházet vstříc.

V průběhu individuálního plánování chceme pochopit skutečné potřeby a přání člověka, který verbálně nekomunikuje.

Plánování musí probíhat v týmu

Jedna věc musí být od počátku jasná. Pokud se zabýváme individuálním plánováním s lidmi, kteří verbálně nekomunikují, je to vždy úkol pro celý tým pracovníků. **Zapojení týmu je nezbytně nutné**. Jednotlivec, například klíčový pracovník, nemá v tomto případě šanci

vytvořit kvalitní a užitečný individuální plán. Vždy je potřeba, aby se do tohoto procesu zapojilo více lidí, kteří daného klienta dobře znají. Tito lidé se musí v jednu chvíli sejít na jednom místě a společně se zabývat klientem, pro kterého vytvářejí individuální plán. Toto setkání budeme nazývat **plánovací schůzka**.

Hlavním cílem plánovací schůzky není vytvořit papír s nadpisem Individuální plán. Plán na papíře je vlastně vedlejší produkt takového setkání. Nejdůležitější je, že se tým pracovníků snaží klientovi **porozumět**, zmapovat jeho přání a potřeby a že **společně hledá cestu**, jak s tímto člověk pracovat tím nejlepším možným způsobem.

Proč je účast týmu nutná

Každý pracovník je jiný a každý vnímá klienta odlišným způsobem. Na každého pracovníka klient reaguje trochu jinak. Teprve ve chvíli, kdy se tyto **různé pohledy a zkušenosti** různých pracovníků setkají, může vzniknout opravdu plastický obrázek o klientovi. Můžeme získat jasnější přehled o jeho situaci, o jeho potřebách a o tom, jakou konkrétní pomoc a podporu klient potřebuje. Pouze tým může vytvořit individuální plán, který bude pro klienta opravdu užitečný.

Je vhodné, aby v plánovacím týmu byly **zastoupeny různé profese**. Ne pouze pracovníci v sociálních službách, ale například i zdravotní sestra, sociální pracovnice, aktivizační pracovnice, rehabilitační pracovnice apod. Díky odlišnému profesnímu zaměření vnímají různí pracovníci klienta a jeho situaci odlišně. Je důležité, aby si při individuálním plánování mohli navzájem vyměnit své postřehy, pozorování a zkušenosti týkající se daného klienta.

Každodenní práce s klientem je týmová práce. S klientem pracují různí pracovníci, kteří se většinou střídají ve službách. A je velmi prospěšné pro klienta i pro tým, když se tito pracovníci jednou za čas sejdou a společně se domluví, jak budou s daným klientem pracovat. Výsledkem je, že všichni pak vykonávají jednotlivé každodenní činnosti stejně, tedy tak, jak je klient zvyklý a jak mu to nejlépe vyhovuje. Tým pak může skutečně **táhnout za jeden provaz**.

Plánování v týmu je snadnější a efektivnější

Možná hlavní důvod pro zapojení týmu je ten, že plánování v týmu je mnohem snadnější a **výsledek je výrazně lepší**, než když plány vytváří jednotlivec. Pracovníci, kteří se plánovací schůzky účastní poprvé, často mají jen malá očekávání. Moc si od takového setkání neslibují. A pravidelně se stává, že po skončení schůzky stejní pracovníci s údivem konstatují, že se o klientovi dozvěděli nové a zajímavé informace a že se jim podařilo vytvořit individuální plán, který vypadá smysluplně a užitečně. A že to nakonec nebylo ani moc těžké.

Bez zapojení týmu nelze pro člověka, který verbálně nekomunikuje, sestavit kvalitní individuální plán.

Cíle nejsou to hlavní

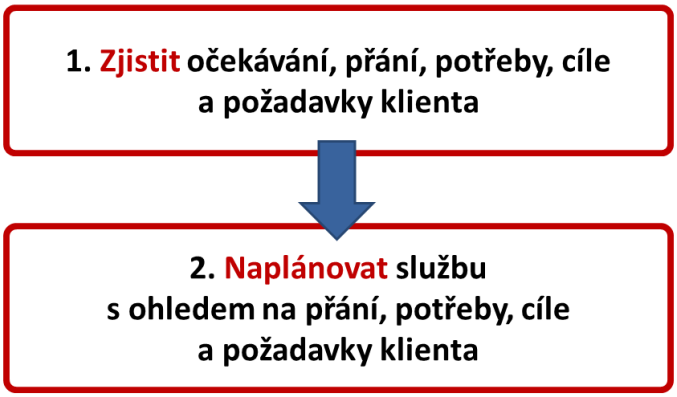
V mnoha organizacích se v souvislosti s individuálním plánováním vžila představa, že podstatou individuálního plánování je stanovování cílů a jejich následné plnění. Že je potřeba, aby každý klient měl nějaký cíl a ten potom plnil. **Ne, není to potřeba.** Je to velmi rozšířený omyl a nedorozumění.

V zákoně o sociálních službách a ve standardech kvality nenajdeme žádnou povinnost neustále s klienty stanovovat a plnit cíle. V paragrafu 88 se však můžeme dočíst, že poskytovatelé sociálních služeb jsou povinni plánovat **průběh poskytování sociální služby.**

Individuální plán je **popis všeho, co pro klienta děláme**. Od rána do večera, sedm dní v týdnu, když bychom mluvili o pobytové službě. Tato část plánu se většinou nazývá popis potřebné podpory nebo nějak podobně. Pokud používáte pro plánování program Cygnus, najdete popis podpory v tzv. Plánu péče.

Plánování není žádná věda

Smyslem plánování v souladu se zákonem o sociálních službách tedy není plnění cílů. Smyslem plánování je nastavit pro každého klienta sociální službu tak, aby vycházela z jeho potřeb a schopností a odpovídala tomu, co daný člověk opravdu chce. Z toho vyplývá, že při plánování musíme udělat **dva důležité kroky**:



Tento postup vypadá jednoduše, že ano? A skutečně to takto jednoduché je. Nehledejte v individuálním plánování žádnou vědu!

Cíle v plánech klientů, kteří verbálně nekomunikují, rozhodně nebudou to hlavní. Přílišný **důraz na cíle** může vést plánování **do slepé uličky**. Pracovníci cítí, že najít smysluplný cíl je téměř nemožné, a tak napíší do kolonky cíl téměř cokoliv, hlavně aby tam něco bylo. Plánování se pak netýká toho, co je pro klienta skutečně důležité, ale věnuje se zbytečnostem, které pro klienta nemají žádný reálný přínos.

Většina klientů s problémy v komunikaci nemá zřetelný a jasný cíl. Ale každý člověk má své potřeby a přání. I když je třeba nedovede srozumitelně vyjádřit. Lidé s problémy v komunikaci mívají celou řadu nenaplněných potřeb. Individuální plány těchto klientů tedy budou většinou zaměřené spíše na **kvalitní naplňování potřeb klienta** než na plnění různých cílů.

Existují ale samozřejmě i lidé s problémy v komunikaci, pro které cíle význam mají. Například mladý člověk s mentálním postižením, který se toho chce mnoho naučit, osamostatnit se apod. U takového klienta jsou cíle v individuálním plánu důležité.

Opačným příkladem mohou být senioři, kteří se blíží k závěru svého života. Zde může být **lpění na cílech vyloženě škodlivé**. Setkal jsem se s pracovnicí, která pracovala se seniorkou v terminálním stadiu. S člověkem na samém konci života. A hádejte, jakou výtku slyšela od své vedoucí? Jak to, že u této klientky nemáte stanovený žádný cíl! Zdá se vám to absurdní? Budeme v sociálních službách nutit klienty, aby plnili jakési cíle až do posledního dechu? Doufám, že ne.

Přílišný důraz na cíle může vést individuální plánování do slepé uličky. Důležité je zaměřit se na potřeby klienta.

K čemu je plánování dobré

Mezi pracovníky v sociálních službách často zaznívá otázka, zda má vůbec smysl vytvářet individuální plán pro člověka, který nekomunikuje. **K čemu je to dobré?** Aby pracovníci mohli vytvářet kvalitní individuální plány, musí v této činnosti vidět přínos a smysl. Jinak se z plánování stane jen formalita a zbytečná ztráta času. V čem tedy tento přínos spočívá?

V každém dobrém individuálním plánu najdeme odpověď na tři zásadní otázky:

- **Kdo je člověk,** kterého máme před sebou?
- Co tento člověk **chce a potřebuje?**
- Jak a s čím mu můžeme **pomoci?**

Při plánování nejprve chceme co nejlépe **poznat člověka, se kterým pracujeme**. Chceme si udělat jasno v tom, co má rád a co má nerad. Chceme tomuto člověku lépe porozumět. Chceme vědět, co potřebuje ke spokojenému životu. Co je pro něj důležité. Najít odpověď na tyto otázky nemusí být snadné. Člověka, který verbálně nekomunikuje, se nemůžeme jednoduše zeptat. Proto je důležitá účast celého týmu. Pro klienta je velkým přínosem, když se jednou za pár měsíců sejde tým pracovníků a soustředěně se zabývá jeho situací.

Individuální plánování nám pomáhá dobře si **zmapovat potřeby klienta** a uvědomit si, které důležité potřeby jsou nenaplněné. Následně pak hledáme cestu, jak tyto potřeby v každodenním životě co nejlépe naplňovat. To nemusí být vůbec jednoduché. Ovšem každá snaha o lepší naplnění klientových potřeb se pozitivně projeví v pocitu spokojenosti a kvalitě jeho života.

Plánování se věnuje každodennímu životu klienta

Dobrý individuální plán poměrně detailně popisuje, **jak probíhá každodenní pomoc, péče a podpora** ze strany personálu. V plánu najdeme popis toho, na co je klient zvyklý a co mu nejlépe vyhovuje. Jak probíhá hygiena? Jakým způsobem probíhá pomoc s oblékáním? Na jakou pomoc je klient zvyklý při jídle?

Klient, který verbálně nekomunikuje, nemůže jednotlivým pracovníkům připomenout, co mu vyhovuje a co ne. Individuální plán tedy zajišťuje, že různí pracovníci budou obvyklé denní úkony provádět **stejným způsobem**. Tedy tak, jak je klient zvyklý. Klient je pak mnohem spokojenější, než kdyby každý pracovník dělal věci jinak a po svém.

Individuální plánování je příležitostí, kdy se pracovníci mohou zamyslet nad tím, jak by se dala služba pro daného klienta **vylepšit**. Co dalšího by bylo možné pro tohoto klienta udělat? Je to příležitost, kdy se mohou vynořit nové nápady. A často se to také skutečně stává. A to je pro klienta velký přínos.

Individuální plánování pomáhá lépe pochopit klienta a dělat to, co klient skutečně potřebuje.

Průběh individuálního plánování

Individuální plánování je proces, který probíhá v čase. Tento proces zahrnuje **čtyři důležité kroky**:

1. **Mapování:** první etapa individuálního plánování. V tuto chvíli vlastně ještě nic neplánujeme. Snažíme se co nejlépe poznat a pochopit osobnost klienta a jeho situaci. Výsledkem této fáze je **osobní profil**.

2. **Plánování služby:** popisujeme, jak bude služba pro daného klienta probíhat. Jak bude vypadat pomoc, podpora a péče ze strany personálu. Výsledkem je **popis potřebné podpory** (v programu Cygnus je to Plán péče). Pokud má klient nějaký **cíl**, naplánujeme kroky, jak cíle dosáhnout.

3. **Realizace:** toto je nejdůležitější část. Reálný každodenní život klienta. Daří se skutečně přistupovat ke klientovi individuálně? Jsme schopni vycházet vstříc jeho potřebám a přáním? Poskytujeme klientovi službu „na míru“ nebo převládá zavedená rutina?

4. **Vyhodnocení:** po určitém čase (v pobytových službách nejčastěji po půl roce) hodnotíme, jak služba probíhá, co se daří a co ne. Zároveň v plánu upravíme, co je potřeba, aby byl aktuální i pro příští období.

Postup individuálního plánování

Hlavní části individuálního plánu

Individuální plány mívají různou strukturu. Kvalitní plány mají obvykle **tři hlavní části**.

Osobní profil

Než začneme cokoliv plánovat, musíme nejprve poznat a pochopit **osobnost klienta**. Musíme zjistit, co má rád a co mu vadí. Ujasnit si, jaké jsou jeho potřeby a přání. Musíme vědět, co tento člověk potřebuje, aby se cítil dobře. Zjištěné informace zaznamenáme do osobního profilu.

Popis potřebné podpory

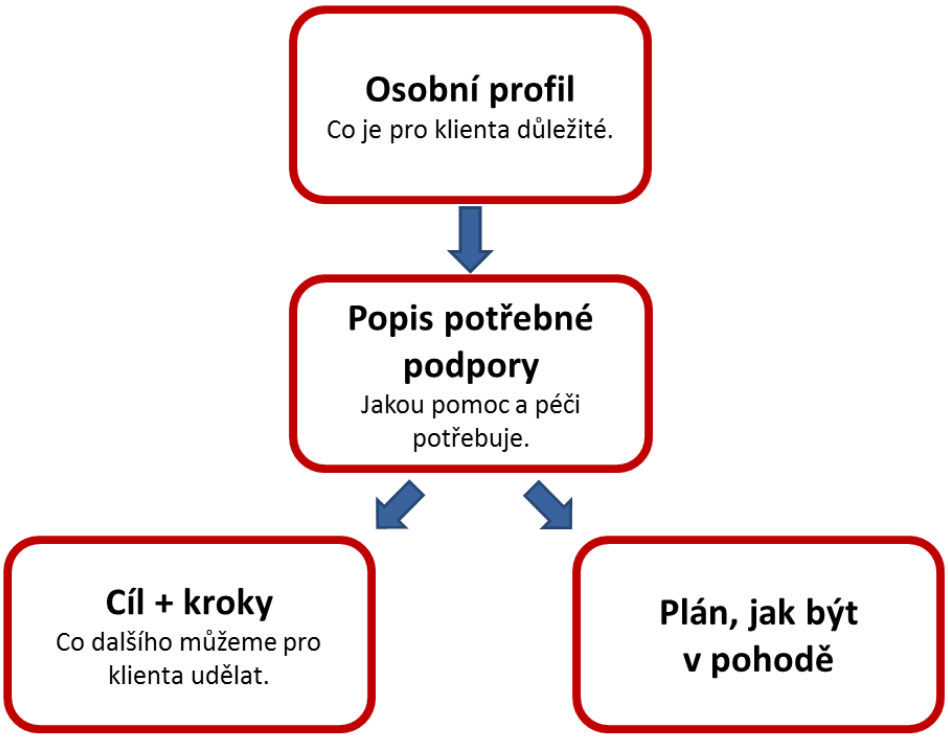
V této části individuálního plánu zcela konkrétně popisujeme, jakou pomoc, podporu a péči klient potřebuje v jednotlivých oblastech svého každodenního života. Najdeme zde popis prakticky všeho, **co pracovníci pro klienta dělají**. (V programu Cygnus se popis potřebné podpory nazývá Plán péče.)

Cíle

Jak bylo řečeno výše, u většiny lidí s problémy v komunikaci nemá smysl vytyčování cílů za každou cenu. Místo toho je užitečnější zaměřit se na potřeby klienta a položit si jednoduchou otázku: **Co můžeme pro klienta udělat**, aby se mu žilo co nejlépe? Odpověď na tuto otázku je dobrou náhradou za formální a neužitečné cíle. Můžeme též pro klienta zpracovat tzv. **plán, jak být v pohodě.**

V dalším textu se jednotlivými částmi individuálního plánu budeme zabývat podrobně.

Struktura individuálního plánu



HLAVNÍ ČÁSTI PLÁNU

Osobní profil

Aby mohl být plán skutečně individuální, musíme nejprve **hlouběji poznat osobnost klienta**. U člověka, který verbálně nekomunikuje, to může být složitější úkol. Ale když pracovníci společně v týmu dají dohromady všechny informace, pozorování a postřehy, které o klientovi mají, tak zpravidla dokážou vytvořit velmi kvalitní a plastický osobní profil.[2]

Osobní profil je výborný odrazový můstek pro další plánování. Když začínáme plánování osobním profilem, dostává se **klient a jeho potřeby přímo do centra naší pozornosti**. A právě o to při plánování jde. Osobní profil zahrnuje několik důležitých oblastí, s kterými se podrobněji seznámíme. Formulář pro osobní profil naleznete na konci této publikace.

Co má váš klient rád

Snažte se pojmenovat **co nejvíc věcí, které má váš klient rád**. Mohou to být drobnosti i zásadnější věci. Vycházejte ze svých pozorování. Čeho jste si u klienta v běžném každodenním kontaktu všimli? Položte si v týmu následující otázky:

- Jak nejraději tráví svůj čas? Jakým aktivitám se rád věnuje? Nebo má raději klid?
- Kde nejraději tráví čas? Ve svém pokoji, na chodbě, ve společenské místnosti, venku?
- Které lidi má rád? Členy personálu, ostatní klienty, přátele, rodinné příslušníky?
- Je raději ve společnosti druhých lidí, nebo má raději samotu?
- Co má klient rád k jídlu? Co má rád k pití?
- Kdy vypadá váš klient spokojeně? Kdy dává najevo radost?

[2] Osobní profil je jeden z nástrojů plánování zaměřeného na člověka. Více informací naleznete zde: http://helensandersonassociates.co.uk/person-centred-practice/one-page-profiles/

- Má nějaké oblíbené každodenní rituály? Poslouchá hudbu? Dívá se rád na filmy? Na televizi? Má rád zvířata, květiny?

Podobných otázek vás může napadnout spousta. Při vytváření osobního profilu buďte **konkrétní**. Nespokojte se s konstatováním: *Pan Karel má rád dobré jídlo.* Raději napište: *Pan Karel má rád dobré jídlo, nejvíce mu chutná sekaná a párky.* To je o mnoho konkrétnější a více se toho o klientovi dozvíme.

Zkuste pro začátek najít **aspoň pět věcí**, které má váš klient rád. Věřím, že časem jich dokážete najít daleko víc. Tyto věci pak můžete využít v dalším plánování. Můžete přemýšlet nad tím, jak to udělat, aby klient častěji zažíval věci, které má rád a které mu dělají dobře.

Co nemá váš klient rád, co mu vadí

Popište, co všechno váš klient nemá rád. Vzpomeňte si, co je vašemu klientovi nepříjemné. Co jste vypozorovali? Čeho jste si všimli? Hledejte s týmem odpověď na tyto otázky:

- Co vašemu klientovi vadí?
- Které situace jsou mu nepříjemné?
- Kdy dává najevo nelibost a nespokojenost?
- Z čeho (nebo koho) má strach?
- Jaké aktivity mu nevyhovují?
- V jakém prostředí se necítí dobře?
- Jaké jídlo a nápoje mu nechutnají?
- Co ho může rozzlobit nebo rozčílit?
- Kdy bývá smutný?

Opět **buďte co nejkonkrétnější** a snažte se objevit alespoň pět věcí, které váš klient nemá rád. Na své postřehy můžete navázat v dalším plánování. Můžete se snažit vymyslet, jak omezit situace, kdy se klient necítí dobře.

Co máte na klientovi rádi, jeho silné stránky

K individuálnímu plánování můžeme přistoupit dvěma způsoby. První způsob je zaměřit se hned od počátku na problémy, nedostatky a omezení daného klienta. V průběhu plánování pak hledáme jejich řešení. K tomuto přístupu nás svádí skutečnost, že lidé, kteří verbálně nekomunikují, mívají často řadu dalších problémů a hendikepů.

Je ale důležité, abychom se nenechali problémy klienta zcela pohltit. Proto při sestavování osobního profilu **pátráme nejprve po silných stránkách** klienta. I když jich na první pohled nemusí být mnoho. O silné stránky se pak můžeme opřít při další práci s klientem. Při sestavování osobního profilu si proto klademe otázky:

- Co máme na tomto člověku rádi?
- Jaké má tento člověk schopnosti?
- Co v jeho životě funguje?
- Co tento člověk dokázal v minulosti?
- Je něco, co na tomto člověku obdivujeme?

Pojmenování silných stránek je opět **úkol pro celý tým**. Mezi silné stránky patří zásadní věci i drobnosti. Mohou to být i čistě subjektivní věci. Některého klienta jednoduše máte rádi. Snažte se pojmenovat proč. U některých klientů je obdivuhodné, jak snášejí svoji nelehkou situaci. U jiných je sympatické, že se chovají přátelsky. Jiní se snaží maximálně využívat zbytky svých schopností. Pátrejte zkrátka po čemkoliv pozitivním, čeho jste si u daného člověka všimli. I když to někdy nemusí být snadné, zkuste objevit alespoň tři věci.

Praktická rada: Když se podíváte na formulář pro osobní profil, tak uvidíte, že silné stránky jsou hned nahoře. Při sestavování osobního profilu ale raději začněte tím, co váš klient má nebo nemá rád a teprve pak přejděte k silným stránkám. U některých klientů totiž může být docela těžké objevit a pojmenovat jejich silné stránky. Proto není dobré tímto úkolem začínat.

Životní cesta

Člověka dokážeme lépe pochopit, když víme, **co v životě prožil**. Proto je součástí osobního profilu i životní cesta. Jak váš klient prožil svůj předchozí život? Co bylo v jeho životě podstatné? Měl rodinu?

Co dokázal ve své profesi? Jací lidé, místa či zážitky hráli v jeho životě důležitou roli?

Člověk, který verbálně nekomunikuje, bývá někdy pouhým stínem svého minulého já. Jeho osobnost je skryta kdesi uvnitř. Navenek se příliš neprojevuje. Například paní Novotná leží na posteli, a se svým okolím téměř nekomunikuje. Pokud personál nic neví o životním příběhu této ženy, bude ji vnímat pouze jako jednu z mnoha seniorek trpících demencí. Může být těžké utvořit si k této paní **osobnější vztah**. Když ale personál ví, že tato paní byla dříve učitelkou, na kterou její žáci dodnes rádi vzpomínají, pomáhá to, aby s ní všichni zacházeli s větším respektem a úctou.

Informace obsažené v životní cestě můžeme využít při dalším plánování. Pokud například vidíme, že paní Tichá žila celý život na vesnici a starala se o zvířata, může nás to vést k myšlence, že by kontakt se zvířetem možná uvítala i nyní, když žije v domově pro seniory. Nebo zjistíme, že pan Havelka byl celý život kapitánem říčních remorkérů. Možná by nebyl špatný nápad zkusit jeho pokoj vyzdobit obrázkem lodi.

Fotografie

Součástí osobního profilu je i fotografie klienta. S fotografií je osobní profil ještě **osobnější**. Je důležité vybrat pěknou fotografii, na které klient vypadá důstojně. Fotografie je užitečná například pro nové zaměstnance, kteří ještě klienty tolik neznají. Snáze si pak spojí individuální plán s konkrétním člověkem.

Chce to čas

Vytvořit kvalitní osobní profil není práce na patnáct minut. Možná uteče několik týdnů nebo i měsíců, než klienta dobře poznáte. Nemá cenu spěchat. Hlavním cílem není vytvořit hezky vypadající papír. Důležité je **hlubší poznání a pochopení klienta**. A tyto věci vyžadují svůj čas.

Čím začít

Když osobní profil vytváříte, **začněte mapováním toho, co váš klient má a nemá rád**. Dejte v týmu hlavy dohromady a mluvte o svých postřezích a pozorováních. To je obvykle nejlepší začátek. Teprve potom pokračujte pojmenováním silných stránek a životní cestou.

Jak formulovat osobní profil

Je vhodné, aby osobní profil i celý individuální plán byl formulován **v 1. nebo ve 3. osobě**. U lidí, kteří verbálně nekomunikují, se mnoha pracovníkům zdá přirozené použít 3. osobu: *Pan Novák rád poslouchá dechovku. Paní Růžičková se vždy těší na návštěvu dcery.*

V plánování zaměřeném na člověka se ale velmi dobře osvědčuje i použití 1. osoby: *Rád poslouchám dechovku. Mám radost z návštěvy dcery.* Na první pohled je pro některé pracovníky formulace osobního profilu v 1. osobě nepřirozená. Klient přece nemluví. Zkušenosti ale ukazují, že použití 1. osoby vede pracovníky k **větší empatii**. Když mají plán formulovat v 1. osobě, musí se více vcítit do klienta a do jeho prožívání. A to je důležitý přínos.

Rozhodnutí, jak plán formulovat, je na vás. Rozhodně se ale snažte vyhýbat strohým a neosobním formulacím s použitím infinitivu: *Poslouchat hudbu. Zapojit se do činnosti v dílně. Častěji navštěvovat dceru. Pravidelně zalévat květiny.* Plány psané tímto způsobem obvykle nebývají příliš kvalitní.

Při vytváření osobního profilu i celého individuálního plánu používejte **běžný srozumitelný jazyk**. Vyvarujte se zbytečných cizích slov a odborných frází. Nepište do plánů věty typu: *Aktivizace a rozvoj motoriky formou zapojení do péče o zeleň.* Raději napište jednoduše: *Paní Čechová ráda zalévá květiny.*

Osobní profil je výborný odrazový můstek pro další plánování. Klient a jeho potřeby se dostávají přímo do centra naší pozornosti.

Poznámka pro uživatele programu Cygnus

Pokud při plánování používáte program Cygnus, osobní profil v něm bohužel nenajdete. Mnoho organizací to řeší tak, že si osobní profil vytvoří v programu Word a do Cygnusu ho případně nahrají jako přílohu.

Metody plánování s lidmi, kteří verbálně nekomunikují

Při individuálním plánování s lidmi majícími problémy v komunikaci nám chybí nejdůležitější nástroj plánování: rozhovor s klientem. Proto musíme využívat jiné metody. S některými z nich se nyní seznámíme.

Pozorování

Při plánování s lidmi, kteří verbálně nekomunikují, vycházíme především z pozorování klienta. Každý člen týmu si klienta zcela přirozeně všímá v rámci každodenního kontaktu. Můžeme se snažit vypozorovat:

- Co klient **má a nemá rád?**
- Co nám klient sděluje svým **chováním?**
- Co znamenají jeho různé **neverbální projevy?**
- Kdy, kde a s kým se **cítí dobře?**
- Ve kterých situacích je klient **spokojený?**
- Kdy se cítí **nespokojený?**

Každý člen personálu je jiný a vnímá klienta **jinýma očima**. Každý si všímá v kontaktu s klientem odlišných věcí. Pohled každého člena personálu je tedy do určité míry subjektivní. Je proto důležité probrat svá pozorování s ostatními členy týmu. Prodiskutovat, v čem se naše pozorování shodují a v čem se liší. To, co jsme vypozorovali a na čem jsme se v týmu shodli, můžeme pak zaznamenat do osobního profilu klienta.

Následně si pak můžeme položit otázky: Co by klient potřeboval, aby se mohl cítit co nejlépe? Jak to udělat, aby klient zažíval více

situací, kdy se cítí spokojeně, a méně situací, kdy se necítí dobře? Odpovědi na tyto otázky tvoří základ pro užitečný individuální plán.

Stínování

Stínování[3] je **cílené pozorování**. Pokud pracovník pozoruje klienty v rámci svých každodenních činností, má to své limity. Pracovníci obvykle během dne mají spoustu různých úkolů. Nemají příliš mnoho času ani klidu. Často spěchají, aby vše potřebné stihli. Běžné pozorování tedy může zůstat poněkud na povrchu.

Při stínování jdeme **více do hloubky**. Pracovník (nejlépe klíčový) si vyhradí cca 20–30 minut času, které stráví společně s klientem. Pokud tráví klient mnoho času ve svém pokoji, bude s ním pracovník trávit čas v pokoji. Pokud klient rád sedává na chodbě, bude s ním pracovník na chodbě. Podmínkou samozřejmě je, aby klienta přítomnost pracovníka neobtěžovala.

Na začátku stínování se pracovník uvolní a zklidní. Pomoci může pár hlubokých nádechů a výdechů. Cílem je dostat se do stavu vnímavosti, kdy člověk nemyslí na různé starosti a úkoly, ale je **plně přítomný**.

V tomto stavu si pak pracovník všímá všeho, co se děje:

- pozoruje **klienta**,
- vnímá **prostředí**, ve kterém se nachází,
- všímá si také **sám sebe**, svých pocitů a vjemů.

Ideální je, když pracovník zaujme **podobnou fyzickou pozici** jako klient. Když klient sedí, pracovník si sedne. Když klient leží a dívá se do stropu, i pracovník se může dívat do stropu. Přiblíží se tak klientovu prožívání. Když totiž například sedíte a díváte se kolem sebe, vnímáte místnost úplně jinak než člověk, který leží a dívá se vzhůru.

V průběhu stínování si můžete všimnout nejrůznějších věcí. V klidu sedíte a náhle se otevřou dveře a do pokoje někdo vstoupí. Klient sebou trhne. Uvědomíte si, že klient nevidí z lůžka dveře a neví,

[3] Více viz Haicl, M. a kol: Osobní asistence jako alternativa klecových a síťových lůžek, I. a II. díl, Středočeský kraj 2006.

kdo je v pokoji. Možná mu to není příjemné? Možná má strach? Neví, že to je pracovnice, která ukládá čisté prádlo do skříně. A možná vás napadne, že by bylo dobré, aby kdokoliv, kdo přijde do pokoje, nejdříve klienta oslovil nebo se mu fyzicky ukázal a vstoupil do jeho zorného pole.

Nebo zjistíte, že již deset minut hledíte na strop podobně jako klient, který leží na posteli, a začínáte se cítit nepříjemně. Znervózňují vás drobné praskliny na bílé ploše. Také světlo lustru vás začíná bodat do očí. Napadne vás, že možná ani pro klienta není pohled do bílého stropu příjemný. Třeba by pomohla jiná barva než bílá? Třeba by bylo příjemnější, kdyby intenzitu světla bylo možné regulovat a tlumit? Můžete si také položit otázku: Kdybych já byl na místě tohoto klienta, jak bych se cítil? Co by mi vadilo? Co bych potřeboval? Co by mi chybělo ke spokojenosti?

Během stínování máte šanci všimnout si věcí, kterých si člověk běžně nevšímá. Mohou vás napadat **užitečné nápady**, jak by bylo možné klientův život zlepšit. Mohou to být zdánlivé drobnosti i zásadnější věci. Tyto nápady je následně užitečné probrat v týmu s ostatními pracovníky. Každý nápad je pak samozřejmě nutné ověřit metodou pokus–omyl. Nejprve se jedná o pouhou hypotézu. Musíme nápad vyzkoušet a pozorovat, jak klient reaguje. Teprve kladná reakce klienta nám potvrdí, že nápad byl skutečně užitečný.

Empatické vcítění

Lidé jsou od přírody empatičtí. Při práci s klienty, kteří verbálně nekomunikují, toho můžeme využít. Tuto techniku provádíme v týmu pracovníků, kteří daného klienta dobře znají. V úvodu si každý pracovník představí, že si jakoby odšroubuje vlastní hlavu, odloží ji stranou a nasadí si hlavu klienta. Pokusí se vžít do jeho kůže, **podívat se na svět jeho očima**. Potom si pracovníci mohou pokládat následující otázky:

- Kdyby tento člověk mohl hovořit a zeptali bychom se ho, co má rád a co mu dělá radost, co by nám řekl?
- Kdybychom se ho zeptali, co nemá rád a co ho štve, co by řekl?
- Kdybychom se ho zeptali, co ho trápí a z čeho má obavy, co by řekl?

- Kdybychom se ho zeptali, co by mu mohlo zpříjemnit život, co by řekl?
- Kdybychom se ho zeptali, co je jeho největší přání, co by řekl?

Další otázky můžete vymyslet sami. Nad odpověďmi nemusíte dlouho přemýšlet. Právě naopak. Většinou přicházejí odpovědi spontánně a téměř ihned. Pracovníci častokrát přesně vědí, co by klient odpověděl. A nejsou to žádné fantazie. V nápadech se obvykle projeví velice dobrá znalost klienta. Pracovníci toho zpravidla o klientovi vědí více, než si uvědomují. Jde pouze o to, položit si tu správnou otázku.

Mapování nenaplněných potřeb

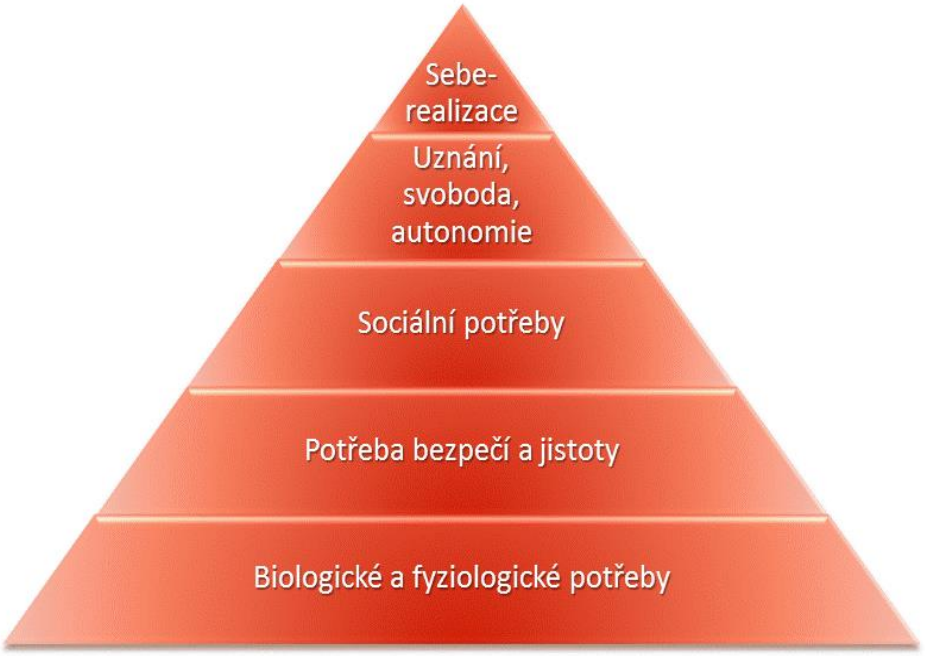
Lidé jsou různí, jejich základní potřeby jsou však podobné. Lidé, kteří verbálně nekomunikují, mívají bohužel celou **řadu nenaplněných potřeb**. Proto je velmi užitečné se při plánování s těmito lidmi zaměřovat na oblast potřeb. Především je prospěšné si uvědomit, které základní potřeby jsou u konkrétního klienta nenaplněné.

Když má člověk mnoho nenaplněných základních potřeb, tak se obvykle necítí příliš dobře. A naopak, čím lépe se daří základní potřeby naplňovat, tím lépe se člověk cítí. Proto je žádoucí při individuálním plánování udělat tři následující kroky:

1. **Identifikovat**, které základní potřeby klienta jsou nenaplněné.
2. **Vybrat** jednu z těchto nenaplněných potřeb.
3. **Naplánovat**, jak by bylo možné tuto potřebu lépe naplnit.

Když budeme při plánování kráčet touto cestou, tak nemůžeme šlápnout vedle. Budeme dělat něco, co je pro klienta **opravdu přínosné** a co reálně zlepší jeho každodenní život.

Při popisu základních potřeb se budeme držet rozdělení, jehož autorem je známý psycholog Abraham Maslow. Zaměříme se na to, jak se nenaplněné potřeby projevují v různých situacích u klientů sociálních služeb.



METODY A NÁSTROJE

Maslowova pyramida lidských potřeb

Biologické a fyziologické potřeby

Do této oblasti potřeb patří například jídlo, pití, přístřeší, spánek, odpočinek, sexuální potřeby, pohyb, dostatek podmětů apod. Jak se u klientů sociálních služeb projevují nenaplněné potřeby v této oblasti a **na co dávat pozor**?

Mohou mít klienti například nenaplněnou potřebu **jídla a pití**? Na první pohled bychom řekli, že najíst a napít všichni dostanou. Pokud ale člověk verbálně nekomunikuje, jak víme, co mu chutná? Co má rád k jídlu a co k pití? Co mu naopak nechutná? Jak zajistíme, aby nedostával jídlo, které mu nechutná? To už jsou konkrétní podněty pro individuální plánování.

Existují také klienti, kteří se sami nenajedí nebo nenapijí. Může se stát, že personál občas zapomene dát v průběhu dne klientovi napít a on trpí nedostatkem tekutin. Nebo při dopomoci s jídlem nemá pracovník tolik času, aby se klient skutečně v klidu najedl. Také tyto věci by měly být řešeny v individuálním plánu v popisu potřebné podpory.

Někteří klienti se nemohou **v klidu vyspat**, protože jejich soused na pokoji pouští do noci televizi nebo hlasitě chrápe.

Řada klientů sociálních služeb má nenaplněné **sexuální potřeby**. Otázka zní: Má zařízení vyškolené pracovníky, kteří se v této oblasti do hloubky orientují a vědí, jak v této oblasti postupovat?[4]

Klienty, kteří většinu dne tráví na lůžku, může trápit nedostatek pohybu nebo **nedostatek podnětů**. Stává se, že takový klient leží na pokoji sám celé hodiny a nemá vůbec žádné smyslové podněty nebo kontakt s ostatními lidmi. To může být velmi mučivý stav, který v některých případech vede až k sebepoškozování. I bolestivý podnět totiž může být lepší než absence jakýchkoliv podnětů. Pokud má klient nedostatek podnětů a trpí tím, je nutné při individuálním plánování přemýšlet, jak tento stav změnit.

METODY A NÁSTROJE

Potřeba bezpečí a jistoty

Tato oblast potřeb zahrnuje například pocit bezpečného zázemí, soukromí, orientaci v prostředí a čase, rovněž i různé strachy a obavy, které klienta mohou trápit.

Pocit bezpečí, jistoty a soukromí může být v sociálních službách narušen nejrůznějším způsobem. Například situace, kdy klient leží na posteli a nevidí, kdo vstupuje do jeho pokoje, může vést k pocitu nejistoty a malého soukromí.

Klient také může mít **strach** z jiných klientů, vůči kterým se cítí bezbranný. Může mít strach i z některých členů personálu. Může ho děsit například i křik na chodbě a podobné věci.

K pocitu nejistoty také přispívá **časté střídání personálu** a příchod nových zaměstnanců. V některých zařízeních jsou týmy pracovníků příliš velké a u klienta se v průběhu týdne vystřídá třeba dvacet zaměstnanců. To je příliš velký počet na to, aby si klient k těmto lidem utvořil osobnější vztah.

Rovněž **snížená schopnost orientace** přispívá k pocitu nejistoty. Klient například netrefí na svůj pokoj a zmateně bloudí po chodbě nebo po budově.

[4] Kvalitní poradenství a vzdělávání v této oblasti nabízí například organizace Freya: https://www.freya.live/cs

Pokud na podobné problémy narazíte, tak individuální plánování dává příležitost k hledání cest, jak tyto potíže efektivně řešit.

Sociální potřeby

Mezi sociální potřeby patří například přátelství, láska, sousedské vztahy a lidské vztahy vůbec, zázemí ve skupině či dobrá komunikace a porozumění s ostatními.

Komunikace je u lidí, kteří verbálně nekomunikují, vždy zákonitě problém. Můžeme hledat cesty, jak těmto lidem **komunikaci s okolím usnadnit**. Existují například různé formy alternativní komunikace. Kontakt s okolím může prohloubit i bazální stimulace. Nebo můžeme pro klienta zpracovat slovníček jeho neverbálních projevů, takzvanou komunikační tabulku (viz dále).

Nenaplněná bývá často i potřeba lásky nebo blízkých vztahů. Vztahy s lidmi mají jedinci, kteří verbálně nekomunikují, značně ztížené. Při individuálním plánování si můžeme klást otázku, jak **prohloubit kontakt klienta** s ostatními lidmi. Pomoci může například zapojení dobrovolníků. Nebo i různé druhy terapií s účastí zvířat. Pes, kočka či králík mohou také pomoci naplnit potřebu kontaktu s živou bytostí a s okolním světem.

Potřeba uznání, svobody a respektu

Do této oblasti spadá potřeba ocenění, uznání od druhých, úcta a sebeúcta, svoboda a autonomie.

Nezřídka se bohužel stává, že s lidmi s těžším postižením nebo s demencí jejich okolí jedná **přezíravě** a s nedostatkem respektu. Pracovníci například mluví o tomto člověku neuctivě, a to i v jeho přítomnosti. Vidí ho pouze jako nositele problémů, jako nositele určité diagnózy a nevnímají ho jako člověka s jedinečnými kvalitami. Každý člověk přitom nějakým způsobem cítí a vnímá, zda k němu ostatní přistupují s respektem nebo s přezíravým nezájmem.

Může se také stát, že člověk, který je do velké míry závislý na pomoci okolí, se přestane cítit jako svobodná a autonomní bytost. Personál začne **rozhodovat o denním programu klienta**, aniž by zkoumal jeho vůli. Pracovník například posadí klienta na vozík a kamsi

ho odváží a klient ani neví kam a proč. Při individuálním plánování můžeme přemýšlet, jak těmto situacím předcházet.

Naplnit potřebu uznání a respektu pomáhá například i **mapování silných stránek** nebo životní cesty, které provádíme při sestavování osobního profilu.

Seberealizace

Do nejvyššího patra základních potřeb patří vlastní rozvoj, pocit užitečnosti, pocit smysluplné práce či pocit životního smyslu.

Klient sociální služby může lehce ztratit pocit vlastní užitečnosti. Může získat dojem, že je ostatním jen na obtíž a že jeho život **nemá žádný smysl**. Může se stát, že jediným přáním takového člověka je zemřít.

Při individuálním plánování přemýšlíme, jak se tomuto stavu vyhnout. Někdy stačí i zdánlivé drobnosti. Jednat s klientem s úctou. Chválit a oceňovat každou snahu. Připomínat, co se tomuto člověku podařilo v minulosti. Pokud je to možné, dát klientovi možnost zažívat situace, kdy se může **cítit užitečný**. Může to být jakákoliv drobná pomoc nebo smysluplná činnost. Někteří klienti například velmi ocení, když mohou zalévat květinu, kterou mají na pokoji, nebo krmit domácí zvíře nebo cokoliv podobného.

Komunikační tabulka

Pokud vytváříte individuální plán pro člověka, který verbálně nekomunikuje, zkuste společně s kolegy a kolegyněmi zpracovat tzv. komunikační tabulku.[5] Je to v podstatě **slovníček neverbálních projevů** daného klienta. Tyto projevy mohou být různé: zvuky, gesta, grimasy, projevy souhlasu či nesouhlasu, bušení do stolu apod. Práce

[5] Viz publikace *Myšlení zaměřené na člověka*, uspořádala Helen Sanderson z Helen Sanderson Associates a Gill Goodwin z Paradigm. ISBN 9781906514440. První české vydání prosinec 2010.
https://www.kvalitavpraxi.cz/res/archive/015/001829.pdf?seek=1441036562

na této tabulce vám pomůže klienta lépe pochopit a v budoucnosti se s klientem lépe dorozumíte.

Tabulka má následující strukturu:

- **Když se děje toto:** stručně popíšeme situaci, ve které klient používá určitý neverbální signál. Například: *Ráno je klient ve svém pokoji a slyší, že se chystá snídaně.*
- **Klient dělá toto:** popíšeme obvyklý neverbální projev klienta. Například: *Klient bouchá do skříňky nebo do postele.*
- **Myslíme si, že to znamená:** popíšeme význam daného klientova projevu. Například: *Klient má hlad a chce snídani.* U některých projevů je význam vcelku jasný, jindy je zapotřebí diskuse v týmu, abychom se dobrali k nějakému výsledku. Určitý konkrétní projev nebo zvuk může mít také více různých významů.
- **Reagujeme takto:** zde je popsáno, jak má personál na daný signál reagovat. Například: *Dovedeme klienta do jídelny a dáme mu snídani dříve.* Ideální je, když všichni pracovníci reagují na daný signál stejně.

Když se děje toto:	Klient dělá toto:	Myslíme si, že to znamená:	Reagujeme takto:
Pomáháme paní Novákové při jídle.	*Paní Nováková vydává chrčivé zvuky.*	*Již je najedená a nechce další jídlo nebo jí toto jídlo nechutná.*	*Pokud snědla málo jídla, zkusíme nabídnout jiné jídlo. Pokud snědla jídla hodně, ukončíme podávání jídla.*

U některých klientů bude mít tato tabulka jen několik řádků, protože počet neverbálních signálů, které lze zachytit, je u nich poměrně nízký. U jiných klientů bude řádků naopak mnoho.

Všímavost, empatie a zaměření na potřeby klienta jsou cestou, jak vytvořit užitečný individuální plán pro klienta, který verbálně nekomunikuje.

Popis potřebné podpory

Abychom mohli klientovi poskytovat službu skutečně „na míru“ a podle jeho potřeb, musíme zjistit a zaznamenat, co klient v jednotlivých oblastech svého života zvládá sám, v čem potřebuje pomoc a jak mají tato pomoc, podpora či péče vypadat. Právě na to se soustředíme v popisu potřebné podpory.

Lidé s problémy v komunikaci často patří mezi klienty, kteří toho sami zvládají jen málo a potřebují **vysokou míru podpory**. Navíc si sami nemohou říct, co přesně potřebují a na jakou pomoc a péči jsou zvyklí. Nemohou ani vyjádřit, že jim nějaký způsob pomoci a péče nevyhovuje.

Proto je nutné, abychom se v této části individuálního plánu konkrétně dozvěděli, **co přesně klient od personálu potřebuje a jak má pomoc probíhat**. Kdyby individuální plán neexistoval, řada úkonů by se s klientem dělala nahodile a každý pracovník by postupoval jinak. Cílem je, aby všichni pracovníci postupovali při práci s konkrétním klientem jednotně a poskytovali pomoc, péči a podporu způsobem, který klientovi vyhovuje.

Příklad formuláře pro popis podpory naleznete na konci této publikace. Pokud při individuálním plánování používáte program Cygnus, tak popis potřebné podpory zde naleznete pod označením Plán péče.

Oblasti podpory

Oblasti podpory zahrnují všechny aspekty běžného každodenního života. V této publikaci vycházíme z tzv. Regionální karty sociálních služeb.[6] Tato karta je dobrou metodickou pomůckou pro plánování a vykazování podpory a péče. V některých krajích je její používání závazné. Pro pobytové služby najdeme v Regionálních kartách tyto základní oblasti podpory:

[6] Pokud chcete, můžete si Regionální kartu sociálních služeb stáhnout na této adrese: https://www.pardubickykraj.cz/viewDocument.aspx?document=33146

- **Osobní hygiena**
- **Péče o vlastní osobu**
- **Samostatný pohyb**
- **Stravování**
- **Péče o domácnost**
- **Kontakt s lidmi**
- **Seberealizace**
- **Zdraví, bezpečí, rizika**
- **Uplatňování vlastních práv a zájmů**

Co klient zvládá sám

Při sestavování popisu potřebné podpory s klientem postupně procházíme všechny oblasti podpory. Nejprve zjišťujeme, co klient v dané oblasti **zvládá sám**. Například v oblasti osobní hygieny můžeme zjistit a zapsat: *Pan Novák si zvládne sám dojít na toaletu. Sám si vyčistí zuby, umyje obličej a ruce.*

Když začínáme popis podpory tím, co klient zvládá, má to dva důvody. Za prvé tím **zdůrazníme klientovy schopnosti**. Za druhé takto nastavujeme určitou **hranici**. Věci, které klient zvládá sám, by měl skutečně také sám dělat a personál by ho v tom měl podporovat. Někdy může být pro klienta lákavé a pohodlné nechat se raději obsluhovat. A pro personál je často snadnější a rychlejší, když určitou věc udělá namísto klienta. Tím se ale klient stává na péči personálu stále závislejší.

Jakou podporu a pomoc klient potřebuje

Když zaznamenáme, co klient v dané oblasti zvládá, popíšeme jasně a srozumitelně, **jakou pomoc, podporu či péči potřebuje**. Například: *Při koupání a sprchování pan Novák potřebuje, aby ho pracovník přidržel, když jde do vany a z vany, a aby mu nastavil teplou vodu. Sám si namydlí horní polovinu těla. Dolní polovinu těla musí*

namydlit pracovník. Potřebuje pomoc při utírání zad a dolní poloviny těla.

Popis podpory by měl být natolik konkrétní, aby jakýkoliv pracovník po jeho přečtení získal **jasnou představu, co má pro klienta udělat** a jakým způsobem má postupovat. Podporu nelze popsat vágně několika slovy, například: *Částečná pomoc s hygienou*. Když si tato slova přečteme, tak sice víme, že máme klientovi s něčím ohledně hygieny pomoci, ale nevíme přesně s čím a jak. A to je chyba.

Buďte konkrétní, ale nepište román

Popis podpory obsahuje **konkrétní instrukce** pro všechny pracovníky, jak mají s klientem v různých situacích pracovat. Cílem není sepsat román, ale stručně na pár řádcích popsat, jak mají pomoc a podpora probíhat a na co je klient zvyklý. Někdy totiž i zdánlivé detaily rozhodují o tom, jestli klient bude pomoc vnímat jako příjemnou nebo nepříjemnou.

Dobře zpracovaný popis podpory zaručuje, že všichni členové týmu budou obvyklé denní úkony u konkrétního klienta **provádět stejně**, tak jak to klientovi vyhovuje.

Rodina a přátelé se mohou také zapojit

Pomoc a podporu nemusí klientovi poskytovat pouze zaměstnanci sociální služby. Je žádoucí, když se do okruhu pomáhajících **zapojí například i rodina nebo přátelé klienta**. V popisu podpory pak uvedeme, které věci pro klienta zajišťuje personál a které rodina. Například klient potřebuje doprovod, když jde na procházku do parku. V popisu podpory se můžeme dočíst, že v týdnu doprovází klienta personál a o víkendu zajišťuje doprovod rodina.

Pojďme se nyní podrobněji seznámit s jednotlivými oblastmi podpory.

Osobní hygiena

Do této oblasti podpory patří ranní a večerní hygiena, čištění zubů a péče o ústa, česání a mytí vlasů, čištění uší, stříhání nehtů, sprchování, koupání, ošetření pokožky krémem, toaleta apod.

Tato oblast se úzce týká intimity člověka. Nejedná se pouze o mechanické zvládnutí hygienických úkonů, ale také o to, aby si člověk odkázaný v této oblasti na pomoc druhých mohl zachovat svoji **důstojnost a sebeúctu**. U lidí s problémy v komunikaci bychom tento požadavek měli mít zvlášť na paměti, protože sami se proti nedůstojnému zacházení mohou jen velmi těžko bránit.

Stává se, že u některých klientů mají pracovníci dojem, že na zachování soukromí a důstojnosti příliš nezáleží. Že klient podobné věci ani nevnímá. To ale není pravda. Každý člověk nějakým způsobem vnímá a prožívá, jak k němu ostatní přistupují. V předchozí kapitole jsme navíc viděli, že potřeba respektu patří mezi základní lidské potřeby.

Do popisu potřebné podpory napište, co v oblasti hygieny zvládá klient sám, a konkrétně popište, jakou pomoc potřebuje ze strany personálu. Na co je klient zvyklý a jak má pomoc probíhat.

Nezapomeňte napsat nejen to, co klient potřebuje, ale také **jak často**. Pokud mu například pomáháte s koupáním nebo sprchováním, jak často tato činnost probíhá?

Nezapomeňte také na případná **rizika**. Popište, co je potřeba udělat, aby hygiena klienta probíhala bezpečným způsobem. Jak předejít riziku pádu v koupelně a na toaletě, riziku opaření horkou vodou apod.

Péče o vlastní osobu

Tato oblast zahrnuje výběr vhodného oblečení, oblékání a svlékání, obouvání a zouvání, úpravu vzhledu a líčení, nákupy oblečení apod. Klient by měl mít možnost oblékat se **dle své volby a vkusu**.

Napište, co v této oblasti zvládá klient sám, a konkrétně popište, jakou pomoc potřebuje ze strany personálu. U člověka s problémy v komunikaci musíme myslet na to, aby klient mohl ovlivnit **výběr vlastního oblečení**. V popisu podpory se například dozvíme, že pracovník ukáže klientovi dvě trička a klient kývnutím hlavy dá najevo, jaké si chce obléci. Nebo se dozvíme, že klient má rád modrou barvu a tím se pak pracovníci při výběru oblečení řídí.

Důležité rovněž je, aby oblečení odpovídalo věku klienta a aby v něm klient vypadal důstojně. I v sociálních službách někdy platí, že šaty dělají člověka. Nevhodný oděv může důstojnost klienta výrazně snižovat.

Samostatný pohyb

Do této oblasti spadá bezpečný pohyb ve vlastním pokoji, po budově i pohyb venku, v okolí budovy, případně i na delší vzdálenosti. Dále pak vstávání, sezení, stání, změna polohy na lůžku, manipulace s předměty denní potřeby apod. Podpora a pomoc v této oblasti pomáhají klientovi naplnit jedno ze základních lidských práv, **právo na volný pohyb**.

Popište, nakolik klient zvládá samostatný pohyb bez cizí pomoci a v čem případně potřebuje pomoc personálu. Pokud klient například potřebuje doprovod, když chodí na procházky, nezapomeňte napsat, **jak často** vaši pomoc obvykle potřebuje. Zaznamenejte také, jestli klient používá při chůzi a pohybu nějaké **pomůcky**.

Popište rovněž, co je potřeba udělat, aby se **předešlo rizikům** spojeným se samostatným pohybem, jako je riziko pádu nebo riziko, že dezorientovaný klient opustí budovu, aniž by o něm kdokoliv věděl.

U lidí s těžším mentálním postižením nebo s demencí mívá občas personál sklony klienty **nadměrně omezovat** ve volném pohybu s ohledem na jejich bezpečí. Někdy se tato omezení ukážou být zbytečná. V jednom domově se zvláštním režimem například personál bránil klientce v pohybu po budově. Trval na tom, že klientka nesmí opouštět patro, na kterém je ubytovaná. Později se však zjistilo, že klientka pohyb po budově zvládá bezpečně a bez problémů. Bránit jí v pohybu bylo zbytečné a nevhodné.

Při individuálním plánování je potřeba naplánovat podporu tak, aby měl klient možnost svobodného pohybu sám nebo s doprovodem nejenom **po budově, ale i venku**, mimo zařízení.

Stravování

Dobře se najíst a napít je jednou ze základních lidských potřeb. A pro mnoho klientů sociálních služeb představuje bohužel jídlo a pití jedno z mála potěšení, které si mohou dopřát. Nejde tedy jen o pouhé fyzické nasycení klienta.

Do této oblasti patří nákup potravin a jejich uchovávání, vaření a příprava teplých i studených jídel a nápojů, ohřívání jídla, porcování a příjem stravy. Důležitá je **možnost výběru jídla**, možnost najíst se v místě, které klientovi vyhovuje (jídelna, pokoj), v čase, který mu vyhovuje, v klidu a bez zbytečného spěchu.

Uveďte, co v oblasti stravování zvládá klient sám, a konkrétně popište, jakou pomoc potřebuje ze strany personálu. U klienta, který verbálně nekomunikuje, je vhodné popsat, jak probíhá výběr stravy, aby klient dostával k jídlu to, co mu chutná, a nemusel konzumovat pokrmy, které nemá rád.

Často je také nutné detailněji popsat, jak je klientovi strava podávána, zda musí být jídlo nakrájeno nebo namleto apod. U klientů, kterým hrozí například riziko opaření horkým nápojem nebo nebezpečí dušení při vdechnutí stravy, je potřeba popsat, jak konkrétně personál tomuto nebezpečí předchází.

Péče o domácnost

Tato oblast se týká důležité potřeby mít vlastní prostor, kde se **cítíme doma** a kde zažíváme **pocit soukromí.** Patří sem možnost zařídit si svůj pokoj či byt podle svého, provádění běžného úklidu, stlaní, převlékání lůžkovin, mytí nádobí, zalévání květin, praní, žehlení, čištění bot, obsluha elektrických spotřebičů, topení, větrání apod.

Napište, co v péči o domácnost zvládá klient sám, a konkrétně popište, jakou pomoc potřebuje ze strany personálu. U lidí s těžším postižením často většina péče o pokoj nebo domácnost leží na bedrech personálu. Přesto je přínosem, když se podaří objevit nějaký způsob, jak se klient do péče o svůj pokoj může **sám zapojit**. Může to být i úplná maličkost.

Pokud klient verbálně nekomunikuje, je potřeba zvážit, jak by chtěl mít svůj pokoj zařízen. Jaká barva stěn by mu vyhovovala? Přeje si mít na zdi obrázky? A jaké? V plánu také můžeme zaznamenat, zda má raději v pokoji teplo nebo nižší teplotu a jak často chce větrat.

Kontakt s lidmi

Schopnost **komunikovat a navazovat vztahy** s druhými lidmi patří mezi základní lidské potřeby. Klienti s problémy v komunikaci právě v této oblasti zažívají těžkosti. Obtížně komunikují s okolím, mohou se cítit osaměle, chybí jim blízké vztahy. Proto jsou pomoc a podpora v této oblasti velmi důležité.

V popisu podpory popište, jak konkrétně klientovi pomáháte, aby se **dorozuměl se svým okolím**. Využíváte nějaké pomůcky, piktogramy, obrázky? Má klient zpracovanou komunikační tabulku, která byla popsána v minulé kapitole?

V plánu je také vhodné popsat, jak s klientem **komunikuje personál**. Jak například naváže pracovník s klientem kontakt, když vstoupí do pokoje? Jaká slova či doteky je vhodné při komunikaci použít? Na jaké oslovení je klient zvyklý? Jak personál v běžných každodenních situacích zjišťuje, co si klient přeje a co si nepřeje?

Do této oblasti patří rovněž využívání veřejných služeb, jako je obchod, restaurace, kadeřník, pošta apod. Pokud klient tyto služby využívá, popište, jakou podporu potřebuje, aby se na těchto místech dorozuměl s lidmi.

Seberealizace

Každý člověk má touhu a potřebu být nějakým způsobem užitečný a **trávit svůj čas smysluplně**. Tato oblast zahrnuje možnost vzdělávání a osobního rozvoje, pracovní a jiné uplatnění. V případě lidí, kteří verbálně nekomunikují, se nejčastěji jedná o oblíbené činnosti, koníčky a aktivity.

V plánu podpory popište, jakým aktivitám se klient věnuje. Nezapomeňte napsat, zda tyto činnosti a aktivity zvládá samostatně nebo potřebuje **pomoc personálu.** Pokud ano, tak uveďte, jak tato pomoc vypadá a jak často probíhá. Pokud jsou aktivity klienta spojeny s určitým **rizikem**, popište, jakým způsobem lze toto riziko minimalizovat.

U lidí, kteří verbálně nekomunikují, je potřeba dávat pozor na to, jestli klient není nucen do aktivit, o které ve skutečnosti **nemá zájem**. Jestli snaha o aktivizaci není přehnaná. Jak poznáme, že se dané aktivity skutečně chce účastnit? Jakým způsobem klient může dát najevo svůj nesouhlas? A je tento nesouhlas personálem skutečně respektován? Kde je **hranice**, kdy by pracovník s danou činností neměl pokračovat? Hranice mezi motivací a manipulací je u každého klienta jiná a v rámci individuálního plánování je potřeba tyto věci v týmu prodiskutovat.

Lidé s problémy v komunikaci se také někdy hůře orientují v čase. V plánu podpory je dobré popsat, jak klientovi pomáháme, aby se v čase orientoval co nejlépe. Někdy pomůže například nástěnka na pokoji klienta, kde má klient formou fotografií a piktogramů vyznačený program na daný den nebo týden, fotografie pracovníků, kteří mají službu, apod. Možností je samozřejmě celá řada.

Zdraví, bezpečí, rizika

V této oblasti zjišťujeme, zda se klient umí chovat bezpečně a **nakolik zvládá rizikové situace**, ve kterých by mohl být nějakým způsobem ohrožen. Zabýváme se různými druhy rizik, zvláště těmi, na které jsme dosud nenarazili v předchozích oblastech podpory. Hledáme způsob, jak rizikům předcházet.

Zajímá nás také schopnost klienta pečovat o vlastní zdraví, užívat léky apod. U lidí, kteří verbálně nekomunikují, je také rizikem skutečnost, že nedokážou přesně popsat své případné zdravotní obtíže a některé zdravotní problémy je tak těžké včas odhalit.

Pokud zjistíte, že je pro klienta nějaká činnost nebo situace riziková (například se obáváte, že by se klient mohl utopit ve vaně nebo by ho na silnici mohlo přejet auto), napište, **jak konkrétně tomuto riziku budete předcházet**. Nestačí napsat pouze: *Zvýšený dohled*. To je příliš obecné. Buďte konkrétnější, uveďte například: *Když se klient koupe ve vaně, musí ho pracovník každých pět minut zkontrolovat*. *Když jde klient ven, musí mít doprovod.* To už jsou konkrétní instrukce, kterých se pak všichni pracovníci musí držet.

Nesnažte se ale vymýšlet rizika za každou cenu. **Věnujte se pouze reálně hrozícím závažnějším rizikům.** Pokud je riziko skutečně závažné, je vhodné zpracovat podrobnější rizikový plán.[7]

Uplatňování vlastních práv a zájmů

Pokud je člověk nějakým způsobem závislý na pomoci druhých a zároveň verbálně nekomunikuje, může se velmi lehce stát, že okolí začne o tomto člověku **rozhodovat nezávisle na jeho vůli**. Může se to týkat pracovníků nebo i rodiny klienta.

Klient s problémy v komunikaci vždy potřebuje pomoc a podporu, aby mohl **vyjádřit a uplatnit vlastní vůli**. Věnujte se tomu, zda klient zvládá dát najevo svoji vůli a rozhodovat se v běžných každodenních záležitostech (např. kdy budu vstávat, co si dám k jídlu, co budu přes den dělat apod.). V plánu podpory bychom se měli dozvědět, jak konkrétně pracovníci postupují, aby vůli klienta zjistili. Jak předcházejí tomu, aby se s klientem jednalo v rozporu s jeho vůlí.

U lidí s těžším mentálním postižením nebo s demencí je vždy potřeba zvýšená opatrnost, aby nedocházelo k narušování základních práv těchto osob. Je to například právo na volný pohyb, právo na soukromí, právo na důstojné zacházení apod. Ve zvýšené míře hrozí

[7] Další informace o práci s rizikem v sociálních službách získáte zde: https://adpontes.cz/rizika

i **riziko zneužívání**. Při individuálním plánování bychom měli stanovit postup, jak těmto jevům předcházet.

Do této oblasti spadá také **hospodaření s penězi** a nakládání s majetkem, kontakt s **úřady**, vyřizování různých dávek apod. V popisu podpory napište, jakou pomoc ze strany pracovníků potřebuje klient při hospodaření se svými financemi a při vyřizování úředních záležitostí.

Popis potřebné podpory nám dává jasnou představu, s čím potřebuje klient v každodenním životě pomoci a jak má podpora ze strany personálu vypadat.

Poznámka pro uživatele programu Cygnus

Popis potřebné podpory najdete v Cygnusu pod označením Plán péče. Oblasti podpory v Cygnusu nejsou rozvrženy příliš šťastně. Doporučuji držet se výše uvedených oblastí dle Regionální karty sociálních služeb.

Plán péče je v Cygnusu komplikovaný a obsahuje množství zbytečných kolonek. Kolonky jako „Nezvládá z důvodu“, „Společný cíl klienta a PSS“, „Zdroje klienta“ apod. radím nepoužívat (vložte do těchto kolonek pouze nějaký znak, např. pomlčku). Doporučuji v každé oblasti podpory využít kolonku „Jiné“ a zde popsat podporu slovně, jak bylo uvedeno výše. K tomu zadejte odpovídající úkony, což vám pak pomůže při vytváření denních záznamů a měsíčních výkazů.

Cíle u klientů, kteří verbálně nekomunikují

Jak bylo řečeno v předchozích kapitolách, hlavním smyslem individuálního plánování není stanovování cílů a jejich následné plnění. U lidí, kteří verbálně nekomunikují, naprosto nemá smysl lpět na tom, aby ve svých plánech měli stále nové a nové cíle. Je spíše užitečnější **zaměřit se na oblast potřeb** a usilovat, aby základní potřeby klienta byly za pomoci sociální služby co nejlépe naplňovány.

Ovšem i lidé s problémy v komunikaci jsou různí. Někteří se mohou chtít něco naučit, v něčem se osamostatnit nebo něčeho konkrétního dosáhnout. V takovém případě je užitečné si cíl stanovit a naplánovat cestu k jeho dosažení. Slouží k tomu formulář, který naleznete na konci této publikace.

Stanovení cíle se věnujte **pouze v případě**, že se vám podařilo najít skutečně **přínosný a užitečný cíl**. Nesnažte se cíl stanovit za každou cenu. Pokud žádný smysluplný cíl neobjevíte, můžete tuto část individuálního plánu **přeskočit**. Stanovování formálních a neužitečných cílů je k ničemu a je to v individuálním plánování velký nešvar.

Jak najít smysluplný cíl u klienta, který verbálně nekomunikuje

Najít smysluplný cíl u člověka, který verbálně nekomunikuje, je často obtížné. Může vám pomoci, když budete cíl vnímat ne výkonově, ale spíše jako **užitečný nápad**, který může vylepšit život klienta. A takové nápady do individuálního plánování určitě patří. Když individuální plánování probíhá v týmu a je skutečně zaměřené na potřeby klienta, tak se užitečné nápady objevují často.

Je dobré si uvědomit, že již ve chvíli, kdy máme hotový popis potřebné podpory, držíme v ruce individuální plán služby. V osobním profilu máme popsané potřeby a preference klienta a v popisu podpory máme zachyceno, jak služba u konkrétního klienta probíhá.

Zákonnou povinnost plánovat průběh služby s ohledem na potřeby a přání klienta máme splněnou.

A přece má smysl udělat ještě další krok. V popisu podpory máme dobře popsanou každodenní rutinu. Věci, které se každý den nebo každý týden opakují. Určitá rutina je samozřejmě pro mnoho klientů dobrá. Lidé jsou rádi, když věci probíhají předvídatelným způsobem. Ale zároveň zde hrozí nebezpečí, že bychom se mohli začít pohybovat pouze ve vyjetých kolejích. V dlouhodobých pobytových službách **nebezpečí zaběhlého rutinního přístupu** ke klientům rozhodně hrozí.

Otázky pro nalezení cíle

Když se v individuálním plánování věnujeme cílům, klademe si vlastně otázku: **Co dalšího můžeme pro tohoto klienta udělat, aby se mu dobře žilo?** Co dalšího by potřeboval kromě zaběhlé každodenní rutiny? Co je teď nejdůležitější? Na co bychom se společně s celým týmem měli zaměřit?

Při hledání cíle vycházíme z pozorování klienta. Vycházíme z toho, co jsme zjistili při mapování jeho potřeb a při sestavování osobního profilu. V týmu si klademe tyto otázky:

- Na co se nyní při práci s klientem **společně zaměříme**?
- Co je teď **důležité?**
- Jaký **problém** je nyní potřeba řešit?
- **Trápí** klienta něco?
- Co je možné udělat pro tohoto člověka, **aby se cítil lépe** (psychicky, fyzicky)?
- Co můžeme udělat, aby zažíval více situací, kdy cítí **radost a uspokojení**, a méně situací, kdy cítí **bolest, nelibost, strach**?
- Co můžeme udělat, aby byl život tohoto člověka **zajímavější a pestřejší**?
- Jak můžeme podpořit jeho **kontakt s ostatními lidmi**?
- Co můžeme udělat pro lepší naplnění jeho **základních potřeb**?
- Jak můžeme **zlepšit prostředí**, kde tráví čas?

- Existují nějaké **terapie či pomůcky,** které mohou člověku zpříjemnit život?

Nezačínejte plánování přemýšlením o cílech

Když pracovníci začínají plánování tím, že hned přemýšlí o cílech, obvykle to nikam nevede. Důležité je opravdu začít tím, že se zaměříme na klientovy potřeby a přání. Uvědomíme si, co má rád a co mu vadí. Z čeho má radost a co ho trápí. Vzpomeneme si na jeho životní příběh. Zamyslíme se nad jeho nenaplněnými potřebami. Teprve pak si tým pracovníků může položit otázku: **Co dalšího můžeme pro tohoto člověka udělat, aby se mu lépe žilo?**

Jako odpověď na tuto otázku pracovníky velmi často začnou napadat věci, které jsou pro klienta opravdu **užitečné a důležité**. Objeví se nápady, které mohou reálně zlepšit život klienta. Takový nápad si pak můžete zapsat do kolonky cíl. Nebude to formalita, ale něco skutečně prospěšného.

A když nic prospěšné při vší snaze nenajdete, tak kolonku cíl nechte pro tentokrát prázdnou. Jak jsme si již řekli, neexistuje žádná zákonná povinnost, která by pracovníkům ukládala neustále s klienty plnit nové a nové cíle.

Respektujeme přání klienta

Při stanovování cíle musíme dát velký pozor na to, abychom individuální plán nevytvářeli **dle svých vlastních přání, preferencí a představ**. Pokud například klient nerad chodí ven, tak by se v jeho plánu rozhodně neměl objevit cíl: *Pan Novák bude častěji chodit na procházky*. I když jsou procházky dle názoru personálu zdravé, tak do plánu pana Nováka takový cíl nepatří.

Stejně tak do individuálního plánu **nepatří ani cíle rodiny** a příbuzných, pokud jsou v rozporu s tím, jaké přání dává najevo klient.

Někdo by mohl namítnout, že klient spoustě věcí nerozumí, neví, co je pro něj dobré, a proto je správné, když rozhodne personál nebo rodina. Takové situace sice mohou nastat, ale pokud to jenom trochu jde, neměli bychom přijímat rozhodnutí, která jsou v rozporu s projevenou vůlí klienta. I člověk s těžším mentálním postižením

nebo s demencí většinou nějakým způsobem dovede dát najevo svoji vůli. A **vůli klienta bychom měli respektovat**.

Výjimkou jsou situace, kdy by se klient dostal do nějaké vysoce **rizikové situace**. Nebo když by výrazně narušil práva ostatních lidí, klientů nebo pracovníků. V ostatních případech bychom při individuálním plánování i v každodenní praxi měli respektovat, co si přeje klient.

Domněnky a hypotézy musíme ověřit

Určování jakéhokoliv cíle má u lidí, kteří verbálně nekomunikují, vždy charakter **hypotézy, domněnky**. Na základě pozorování nebo díky analýze nenaplněných potřeb se personál může domnívat, že by klient například rád trávil více času s ostatními v denní místnosti a věnoval se určité aktivitě. Tento cíl je však na počátku pouze pracovní hypotézou a je nutné ho postupně ověřovat a sledovat reakce klienta. Pokud se mu delší pobyt v denní místnosti líbí a reaguje kladně, byl cíl zřejmě určen dobře. Pokud reaguje nelibě, je nutné tento cíl opustit.

Jak správně formulovat cíl

Cíl musí být konkrétní

Cíle v mnoha individuálních plánech bývají často **nejasné a mlhavé**. Zde je pár příkladů **chybně formulovaných cílů**:

- *Rozvoj jemné motoriky.*
- *Podpora sociálních kontaktů klienta.*
- *Zapojit klienta do aktivizačních činností.*
- *Zlepšit orientaci v čase a prostoru.*

Když si přečtete tyto cíle, tak vlastně nevíte, o čem je přesně řeč. Pouze tušíte. Dejte si pozor na slova zvýšit, posílit, zlepšit, prohloubit, rozvinout, pokračovat, zapojit. Použití těchto slov obvykle vede k tomu, že je cíl mlhavý a neurčitý.

Cíl musí být jasný, konkrétní, vyjádřený **srozumitelně a česky**, pokud možno bez použití odborné terminologie. Každý, kdo si cíl přečte, by měl hned pochopit, o co jde. Například:

- *Pan Novák si chce umět sám pustit televizi a najít oblíbený program.*
- *Paní Novotná chce alespoň jednou měsíčně vidět svého bratra.*
- *Pan Růžička se chce dvakrát za týden účastnit práce v keramické dílně.*
- *Paní Tichá chce umět sama dojít do jídelny za pomoci chodítka.*

Po přečtení těchto cílů přesně víte, o co se jedná. Kdokoliv si takový cíl přečte, získá jasnou představu, o co jde.

Je dobré k cílům klientů, kteří verbálně nekomunikují, uvést, že jsme cíl stanovili například **na základě pozorování klienta**. Pokud si na začátku nejste jisti, jestli klient daný cíl opravdu chce, můžete ho formulovat opatrněji, například: *Chceme s panem Růžičkou vyzkoušet práci v keramické dílně. Chceme pana Nováka naučit pustit si televizi a najít oblíbený program.* U klienta, který verbálně nekomunikuje, musíme nejprve zkoušet, jestli o danou věc vůbec bude mít zájem. Takže i takováto formulace je zcela namístě.

Cíl by měl být měřitelný

Pokud to jde, měl by cíl být měřitelný. Neměřitelným cílem je například: *Pan Novák chce lépe chodit.* Podle čeho poznáme, že klient skutečně lépe chodí? Je potřeba **zvolit nějaké měřítko**. Například: *Pan Novák chce zvládnout sám dojít do jídelny a zpět.* To už je něco, co můžeme za pár měsíců dobře vyhodnotit a budeme vědět, jestli se cíle povedlo dosáhnout nebo ne.

Ne každý cíl se dá měřit. Jak budeme například měřit cíl: *Chci lépe vycházet se svojí spolubydlící*? Mohli bychom jako měřítko vzít například počet konfliktů za týden. Ale bylo by to asi trochu násilné. Pokud je však cíl praktičtější, snažte se nějaké měřítko najít.

Cíl musí být reálně dosažitelný

Někdy se v individuálních plánech objevují **příliš velké cíle**. Takového cíle je obtížné dosáhnout a může to vést ke zbytečnému zklamání. Je tedy lepší pracovat spíše s menšími a reálně dosažitelnými cíli.

Kroky: co, kdy, kdo

Když máte stanovený cíl, popište kroky, které povedou k jeho naplnění. Napište, jak se bude účastnit klient a **co** pro naplnění cíle udělá personál. Nezapomeňte uvést, **kdy** jednotlivé kroky uděláte.

Nepište do plánu **nic zbytečného**. Docela často se totiž stává, že pracovníci zdlouhavě popisují jednotlivé kroky i tam, kde to vůbec není potřeba.

Překážky a rizika

Kolonka „Překážky a rizika“ se týká pouze rizik, která **souvisí s daným cílem**. Ostatní rizika uveďte v popisu potřebné podpory.

Pokud klientovi v souvislosti s dosahováním cíle hrozí nějaké závažnější riziko, popište konkrétně, jaké nebezpečí hrozí a jak mu budete předcházet. Banálními riziky se nezabývejte. Například riziko, že se klientka píchne jehlou při vyšívání, určitě řešit nebudeme.

Termín

Pokud v individuálním plánu stanovíme jakýkoliv cíl, musíme si určit termín, dokdy chceme daného cíle dosáhnout. Cíl bez termínu totiž nemá příliš velký význam. Pokud nemáme jasný termín, tak přání klienta může být neustále odsouváno, až vše skončí do ztracena. Termín nás motivuje pustit se do akce.

Poznámka pro uživatele programu Cygnus

Cíle a kroky najdete v Cygnusu v části nazvané Individuální plán. To je dost matoucí, protože řada pracovníků má pak představu, že individuální plánování se týká pouze stanovování cílů. Ve skutečnosti je i Plán péče nedílnou součástí individuálního plánu. Individuální plán v Cygnusu obsahuje některé kolonky, které jsou vcelku zbytečné. Můžete se ovšem rozhodnout neužitečné kolonky vynechat (vložit do nich například pomlčku).

Místo složitého hledání cíle si položte jednoduchou otázku: Co můžeme pro tohoto člověka udělat, aby se mu lépe žilo?

Plán, jak být v pohodě

V případě, že jste nenalezli žádný cíl, který by byl pro klienta skutečně přínosný, můžete zpracovat plán, jak být v pohodě.[8] Tento plán je oblíbený pro svoji **jednoduchost a užitečnost**. Formulář najdete na konci publikace.

Stav spokojenosti obvykle nevzniká jen tak sám od sebe. K tomu, aby se váš klient cítil dobře, přispívá řada věcí. A existují také věci, které vašemu klientovi naopak způsobují pocity nepohody. Plán, jak být v pohodě, nám umožňuje si tyto věci zmapovat a uvědomit si, co musíme udělat a na co dávat pozor, aby se klient mohl cítit co nejlépe.

Plán, jak být v pohodě, v něčem připomíná osobní profil. Někdy se tyto dvě techniky mohou překrývat, jindy se naopak spíše doplňují. Plán má tři části.

1. Co klientovi pomáhá být v pohodě a cítit se dobře

Nejprve si zmapujte, co vašemu klientovi **pomáhá cítit se dobře**. Co v jeho životě **funguje**? Může to být cokoliv, drobnosti i velké věci. Oblíbené činnosti, oblíbení lidé, předměty, pomůcky, jídla, nápoje, hudba, barvy, zvíře, zkrátka cokoliv. Někdo potřebuje klid. Jiný člověk je rád tam, kde se něco děje. Někdo je rád o samotě, jiný člověk je raději mezi lidmi. Někdo má rád ticho, někdo má raději hudbu nebo puštěnou televizi. Ve kterých situacích váš klient vypadá spokojeně? Kdy se směje? Kdy má dobrou náladu?

Nezůstávejte na povrchu. Snažte se najít aspoň pět věcí. Když jich najdete víc, je to samozřejmě jen dobře.

2. Co způsobuje, že se klient cítí v nepohodě

Zaměřte se na to, co vašemu klientovi způsobuje nebo by mohlo způsobit pocit fyzické či psychické **nepohody**. Co v jeho životě **nefunguje**? Ve kterých situacích vypadá nespokojeně? Které činnosti

[8] Plán, jak být v pohodě je technika používaná v plánování zaměřeném na člověka. Více o tomto přístupu se dozvíte zde: http://helensandersonassociates.co.uk/

nemá rád? Co ho vyvádí z míry? Kdy reaguje podrážděně? Kdy dává najevo strach nebo obavy? Může to být cokoliv. Opět se snažte najít alespoň pět takových věcí.

3. Co je potřeba udělat, aby se klient cítil dobře

Na závěr se společně s týmem zamyslete nad tím, na co je potřeba se v příštích měsících zaměřit, aby se klient cítil co možná nejlépe. **Co je potřeba změnit?** Vycházejte z toho, co jste zmapovali v předchozích dvou kolonkách. Jak můžeme docílit toho, aby klient častěji zažíval situace, ve kterých se cítí dobře? A jak omezit situace, ve kterých mu dobře není? Jaká změna by přinesla do klientova života zlepšení? Vaše nápady by měly být konkrétní a prakticky uskutečnitelné.

Možná zjistíte, že se váš klient cítí dobře, když je na zahradě. Ale v poslední době se na zahradu moc často nedostal. Naplánujte, jak to udělat, aby mohl být na zahradě co nejčastěji. Nebo zjistíte, že váš klient nemá rád rýži, a přesto ji pravidelně dostává k jídlu. Naplánujte, jak to udělat, aby klient již rýži nedostával. U jiného klienta si možná uvědomíte, že bývá dlouhé hodiny sám ve svém pokoji a cítí se kvůli tomu špatně. Naplánujte, jak to udělat, aby nebyl tolik času sám.

Někdy je řešení podobných situací poměrně snadné, jindy je to pořádný oříšek. Jisté ale je, že když se při individuálním plánování zaměříte tímto směrem, tak to pro klienta bude vždy přínosné a užitečné.

Plán, jak být v pohodě, pomáhá posílit věci, díky kterým se klient cítí dobře, a minimalizovat to, co mu způsobuje nepohodu.

Poznámka pro uživatele programu Cygnus

Plán, jak být v pohodě, v Cygnusu nenajdete. Můžete si ho vytvořit ve Wordu a do Cygnusu ho vložit jako přílohu.

Vyhodnocení plánu

V pobytových službách probíhá vyhodnocení a aktualizace individuálního plánu většinou **po uplynutí šesti měsíců**. Hodnocení plánu v žádném případě není hodnocení a posuzování klienta. Jde o hodnocení toho, jak sociální služba pro daného klienta funguje a nakolik se daří za pomoci služby naplňovat klientovy potřeby a přání.

Vyhodnocení služby

Nejprve vyhodnotíme, jak služba naplňuje potřeby a přání klienta v různých oblastech jeho života. K tomu vám poslouží následující otázky. Klienta, který verbálně nekomunikuje, se však zeptat nemůžete. Proto je opět nutné pracovat v týmu, vycházet z pozorování i z průběžných písemných záznamů, které se za dané období nashromáždily.

- Vyhovuje klientovi jeho **bydlení**? Má dostatek soukromí? Pokud bydlí s někým, vyhovuje mu jeho spolubydlící? Pokud je to potřeba, je bydlení dostatečně bezbariérové? Dostane se klient snadno tam, kam potřebuje?
- Je klient spokojený s tím, jak probíhá jeho **běžný den**? Může se rozhodnout, jak bude trávit svůj čas? Není příliš často nedobrovolně sám ve svém pokoji? Má přiměřené množství různých aktivit? Není naopak do různých aktivit nucen proti své vůli?
- Má klient dostatečný **kontakt s lidmi** (rodina, přátelé, personál, ostatní klienti, dobrovolníci)?
- Má klient dostatek **soukromí**? Má možnost být sám, pokud si to přeje?
- Cítí se klient dobře po **zdravotní stránce**? Jsou podpora a péče v této oblasti dostatečné? Má klient k dispozici potřebné pomůcky, které by mu usnadňovaly život?
- Cítí se klient dobře **psychicky**? Pokud ne, má v této oblasti nějakou podporu?

- Dělá klient v něčem **pokroky**? Daří se rozvíjet nebo udržet jeho **samostatnost**?
- Co klient zažil v minulých měsících **příjemného či nepříjemného**?

Vyhodnocení cíle

Pokud měl klient ve svém plánu stanovený nějaký konkrétní cíl, vyhodnotíme, zda se jej podařilo dosáhnout:

- Podařilo se **naplnit cíl** klienta?
- Co to klientovi **přineslo**?
- Jak se **osvědčil postup a kroky**, které jsme naplánovali?
- Vyskytly se nějaké **překážky**?

Vyhodnocení plánu se týká nejenom cílů, ale především celkové spokojenosti klienta s poskytovanou službou.

Aktualizace plánu

Na vyhodnocení plánu navazuje jeho aktualizace. To znamená, že i aktualizace plánu probíhá obvykle **po šesti měsících**. Pokud se ale v mezidobí náhle zhorší schopnosti klienta například vlivem úrazu nebo nemoci, je vhodné plán aktualizovat neprodleně.

Aktualizace plánu se provádí v týmu na plánovací schůzce. Postup je následující:

- Aktualizace **osobního profilu**: věci v osobním profilu se obvykle příliš nemění. Je ale dobré znovu si položit otázky, které naleznete v části věnované osobnímu profilu. Tím, jak klienta znáte stále lépe a lépe, tak i osobní profil bude vždy o něco důkladnější a podrobnější.

- Aktualizace **popisu potřebné podpory**: ověříme si, zda je míra podpory v každé oblasti nastavená dobře. Změnily se nějak schopnosti klienta? Potřebuje v nějaké oblasti více pomoci a péče? Nebo se naopak v něčem osamostatnil a podpora personálu může být nižší? Případné změny zaznamenáme.

- Objevil se nový **cíl**, na který se v příštích měsících společně zaměříme? Pokud ano, zpracujeme nový plán (cíl a kroky). Pokud ne, můžeme zpracovat plán, jak být v pohodě.

Při aktualizaci plánu se začínáme dívat do budoucnosti. Můžeme si klást například tyto otázky:

- Jak budeme s klientem (spolu)pracovat v příštích měsících?
- Na co se zaměříme?
- V čem tohoto člověka můžeme podpořit?
- Jak přispějeme k lepšímu naplnění jeho potřeb?
- Co dalšího můžeme udělat pro zlepšení jeho života?
- Skutečně přispěje to, co máme v plánu, ke zlepšení života tohoto člověka?

Aktuální materiály vždy navrchu

Pokud máte plány vytištěné a založené v deskách, **navrchu by měla být vždy aktuální verze plánu**. Mnoho šanonů bohužel vypadá tak, že aktuální dokumenty jsou promíchané se starými a neaktuálními verzemi plánu, čímž vzniká velký zmatek.

Individuální přístup v každodenní praxi

Při individuálním plánování není nejdůležitějším výsledkem papír, který nazýváme individuální plán. Není důležité, jestli jsou všechny kolonky správně vyplněné. Není podstatné, jestli mají klienti v plánech stále nové a nové cíle, které si pracovníci mohou vždy po půl roce odškrtnout.

Hlavní je, zda skutečně vnímáme každého klienta jako individualitu, jako člověka s jedinečnými přáními a potřebami. A zda sociální služba dokáže v každodenním fungování jednotlivým lidem a jejich individuálním potřebám vycházet vstříc.

Abyste si ověřili, nakolik individuální přístup ve vaší organizaci funguje, odpovězte si na následující otázky:

- Mohou si klíčoví pracovníci udělat **čas na své klienty** a věnovat se jim individuálně (alespoň pár hodin za měsíc)?
- Mohou si řadoví pracovníci v rámci běžných služeb udělat **chvíli času na klienta**, který například potřebuje něco neobvyklého?
- Je možné **přizpůsobit zavedené postupy** (např. vstávání, hygiena, podávání jídla apod.) tak, aby lépe vyhovovaly jednotlivým klientům?
- Věnujete na pravidelných **schůzkách týmu** dostatek času jednotlivým klientům, jejich potřebám a problémům?
- Jsou klienti rozděleni do **menších skupin**, domácností, oddělení (max. 15 – 20 lidí)?
- Jsou pracovníci rozděleni do **menších týmů** (max. 12 lidí)?
- Máte možnost vaši službu **rozvíjet a přizpůsobovat** tak, aby stále lépe odpovídala skutečným potřebám vašich klientů? Nebo na vašem pracovišti přetrvávají zavedené pořádky a stereotypy, které řadě klientů již dávno nevyhovují?

Právě u klientů, kteří verbálně nekomunikují, je individuální přístup nejvíce potřeba. Takový člověk na sebe často příliš neupozorňuje. Může tak vzniknout mylný dojem, že vlastně nic moc nepotřebuje. Může se stát, že některé důležité potřeby či problémy přehlédneme. Individuální plánování nás vede k tomu, abychom si na každého jednotlivého klienta udělali dostatek času a věnovali mu potřebnou pozornost.

Individuální plánování zároveň vede i k **rozvoji celé sociální služby**. V některých zařízeních pracovníci například říkají, že si zkrátka nemohou udělat čas na jednotlivé klienty. Že jsou zcela vytíženi každodenní rutinou. Jedním z výsledků individuálního plánování může být zjištění, že v tuto chvíli zkrátka nejsme schopni adekvátně naplňovat potřeby jednotlivých klientů. Toto zjištění může být prvním krokem k nápravě a k hledání cest, jak tento stav změnit.

Individuální přístup ke klientovi nesmí zůstat jen na papíře. Nejdůležitější je, jak se projevuje v každodenním životě.

5 nejčastějších chyb

Formální, složité a nepřehledné plány

Ve spoustě organizací je individuální plánování zbytečně složité a formální. Používají se komplikované a nepřehledné formuláře. V plánech je mnoho zbytečných kolonek. Výsledek je dlouhý a nepřehledný. Vytvořit takový plán stojí spoustu času a energie. Nejhorší na tom je, že **komplikované plány bývají k ničemu**. Nikdo si plán nepřečte, nikdo s ním dál nepracuje. Formální plán má pro klienta nulový přínos.

Dobrý individuální plán bývá co nejjednodušší. Jednoduchá struktura, co nejméně kolonek a papírů. Snažte se individuální plány **co nejvíce zjednodušit**. Vynechte vše nepodstatné.

Nesrozumitelné plány

Další častou chybou je používání nesrozumitelného jazyka. Individuální plány jsou pak **plné cizích slov a odborných frází**. Plné neurčitých vágních formulací. Příkladem může být věta: *Aktivizace klienta formou zapojení do sebeobslužných činností.* Když si kdokoliv tuto větu přečte, tak se jen velmi mlhavě dozví, o co se jedná.

Totéž lze vyjádřit jednodušeji a mnohem srozumitelněji. Například: *Budeme klienta motivovat, aby si sám oblékal tričko a košili.* V individuálních plánech bychom měli používat **běžný jazyk** a vyjadřovat se srozumitelně, aby každý snadno pochopil, o co jde.

Přehnaný důraz na cíle

Řada pracovníků se při individuálním plánování soustředí především na to, aby měl klient nějaký cíl. Snaží se najít cokoliv, co by do kolonky s názvem cíl napsali, ať už je to pro klienta užitečné anebo ne. Tímto způsobem často vznikají plány, které nemají **vůbec žádný smysl**, a jejich sepisování je zbytečnou ztrátou času.

Myslete proto na to, že při individuálním plánování nejde v prvé řadě o plnění cílů. Jde o to, promyslet si vše, co pro klienta děláte,

a naplánovat službu klientovi na míru. A ještě důležitější je, jestli tento individuální přístup pak funguje v běžné každodenní praxi.

Neužitečné informace

Individuální plány často obsahují spoustu zbytečných informací. Věcí, které nikoho nezajímají a pro práci s klientem nejsou důležité.

Snažte se při plánování **zaměřit jen na to podstatné**. Pište do plánů jenom věci, které je důležité vědět. Které pomáhají klienta lépe pochopit. Které pracovníkům pomáhají navázat s klientem lepší kontakt a lépe s ním spolupracovat. Řekněte si v týmu, které informace pokládáte za přínosné. Vše ostatní jednoduše vynechte.

Plánování neprobíhá v týmu

V mnoha organizacích se již naštěstí vžila praxe, že individuální plánování probíhá v týmu. Na řadě míst však plány stále vytvářejí sami klíčoví pracovníci nebo sociální pracovníci. U lidí, kteří verbálně nekomunikují, však takovéto plánování obvykle nepřináší velký užitek. Smysl plánování nespočívá v sepisování papírů. Hlavní přínos tkví v tom, že tým pracovníků o klientovi společně přemýšlí a společně hledá cestu, jak s tímto člověkem co nejlépe pracovat.

Vytvořit kvalitní a užitečný individuální plán pro klienta, který verbálně nekomunikuje, je pro jedince téměř nesplnitelný úkol. **V týmu se tato práce daří o mnoho lépe** a má nesrovnatelně vyšší reálný přínos. Pokud dosud v týmu neplánujete, vyzkoušejte to. Budete příjemně překvapeni!

O autorovi

Mgr. Jiří Sobek působí v oblasti sociálních služeb již více než 25 let. Nejprve pracoval s klienty v přímé péči a posléze ve vedoucích funkcích, naposledy jako ředitel občanského sdružení Portus Praha. Jako odborný poradce se účastnil řady projektů zaměřených na kvalitu, rozvoj a transformaci sociálních služeb. Je autorem či spoluautorem mnoha odborných článků a několika publikací na téma kvality v sociálních službách, práv a povinností uživatelů, práce s rizikem apod.

První publikaci věnovanou individuálnímu plánování napsal v roce 2012. Příručka *Jak dobře individuálně plánovat* se stala metodickým vodítkem v mnoha zařízeních. Řadu let vede akreditované kurzy zaměřené na individuální plánování i další témata, kterými prošlo již několik tisíc účastníků.

Máte nějaké otázky? Chcete se podělit o své zkušenosti?

Pošlete mi e-mail: **sobek@adpontes.cz**

Za vaše zprávy předem děkuji!

Chcete se o individuálním plánování
dozvědět víc?
Přihlaste se do **online kurzu**.
Přijďte na **živý kurz** v Praze, Brně nebo Ostravě.
Objednejte si **kurz na klíč** přímo do vašeho zařízení.
Více informací: **adpontes.cz**

Osobní profil

Jméno:

Fotografie klienta

Co na mně mají lidé rádi, mé silné stránky:

Co mám rád/a, co mě baví, co je pro mě důležité:

Co nemám rád/a, co mi vadí:

Moje životní cesta:

Další důležité informace:

Zpracováno dne:

Popis potřebné podpory

Jméno klienta:

Popište, co klient zvládá sám a jakou pomoc a podporu potřebuje:

OSOBNÍ HYGIENA

Denní hygiena, péče o ústa, česání a mytí vlasů, stříhání nehtů, sprchování, koupání, toaleta...

PÉČE O VLASTNÍ OSOBU

Oblékání, svlékání, obouvání, zouvání, úprava vzhledu, nákupy oblečení...

SAMOSTATNÝ POHYB

Pohyb uvnitř i venku, vstávání, sezení, stání, změna polohy na lůžku, manipulace s předměty...

STRAVOVÁNÍ

Vaření a příprava stravy a nápojů, příjem stravy, pití, nákupy potravin...

PÉČE O DOMÁCNOST

Běžný úklid, stlaní, mytí nádobí, praní, žehlení, obsluha spotřebičů a topení, zalévání květin...

KONTAKT S LIDMI	Navazování a udržování vztahů, komunikace, využívání veřejných služeb v obci...
SEBEREALIZACE	Vzdělávání, pracovní uplatnění, oblíbené činnosti, koníčky a volnočasové aktivity...
ZDRAVÍ A BEZPEČÍ	Zajištění bezpečí, zvládání rizikových situací, návštěva lékaře, péče o zdraví, užívání léků...
UPLATŇOVÁNÍ PRÁV	Hospodaření s penězi, kontakt s úřady, ochrana základních práv, možnost uplatnit svoji vůli...

Datum:

Zpracoval:

Cíle a kroky

Jméno klienta:

Co je teď důležité. Na co se nyní společně zaměříme (cíl):

Jaké kroky uděláme (co kdo udělá a kdy):

Překážky a rizika:

Datum zpracování:

Termín:

Vyhodnocení:

Datum vyhodnocení:

Plán, jak být v pohodě

Jméno klienta:

Co mi pomáhá být v pohodě a cítit se dobře:

Co způsobuje, že se mohu cítit špatně a v nepohodě:

Co je potřeba udělat, abych se cítil/a dobře:

Datum zpracování:

Komunikační tabulka

Když se děje toto:	Klient dělá toto:	Myslíme si, že to znamená:	Reagujeme takto:

Datum zpracování: