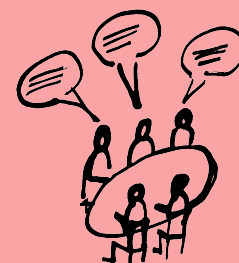
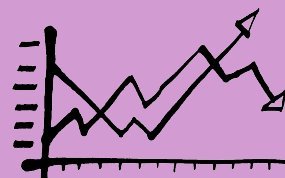
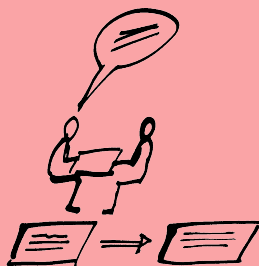


REDSKABS- OG METODEKATALOG

Idéer til arbejdet med brugerindflydelse
i sociale dag- og botilbud



Redskabs- og metodekatalog – Idéer til arbejdet med brugerindflydelse i sociale dag- og botilbud
Socialt Udviklingscenter SUS, 2015

Tekst:

Elisabeth Mamsen

Signe Groth Andersson

Karen Thougård Pedersen

Illustrationer:

Lea Aino Design



Kataloget er blevet til som en del af projekt Platform for brugerindflydelse. Projektet har til formål at udvikle og videreudvikle metoder, der skal sikre en højere grad af indflydelse for brugere af sociale tilbud. Platform for brugerindflydelse er støttet af Helsefonden og Det Obelske Familiefond og gennemføres af Socialt Udviklingscenter SUS. www.brugerindflydelse.dk

Forord

Mange sociale bo- og dagtilbud er optaget af, hvordan de kan øge brugerindflydelsen, men ofte mangler medarbejderne konkrete og handlingsorienterede ideer til, hvordan de kan arbejde med det i praksis.

Kataloget her præsenterer redskaber og metoder, som medarbejdere og ledere kan bruge til at skabe øget indflydelse i hverdagen og i tilbuddets organisering. Og nye måder at tænke brugernes perspektiv ind i arbejdet.

Kataloget er tænkt som et inspirationskatalog, som du kan 'plukke' fra. Redskaberne og metoderne kan bruges enkeltvis til at udfordre eksisterende praksis, sammensættes på kryds og tværs samt anvendes som byggesten i forløb, der handler om at skabe øget indflydelse for brugere af sociale bo- og dagtilbud.

De redskaber og metoder, som præsenteres i kataloget, har været anvendt i projekter eller processer med fokus på brugerindflydelse. De er typisk udviklet til en specifik målgruppe. I kataloget her beskrives metoderne, så de kan tilpasses efter behov.

At øge brugerindflydelsen på et bo- eller dagtilbud handler som oftest om at skabe muligheder for deltagelse og indflydelse for brugerne ved at ændre den eksisterende praksis, rutiner og vaner, så brugerne får et større spillerum i livsudfoldelse.

Der er mange måder at gøre det på. Mennesker er forskellige og har forskellige ønsker og behov, det er vigtigt at have in mente, når redskaberne i kataloget tages i brug. Brugere skal selv have mulighed for at forholde sig til, hvad de ønsker indflydelse på, hvordan og hvor meget.

Vi håber at kataloget vil give jer inspiration til og mod på at sætte brugerindflydelse på dagsordenen på jeres bo- eller dagtilbud.

God fornøjelse!

Sådan bruger du kataloget

Redskaberne er inddelt i tre kategorier, som giver en idé om, hvornår og til hvad de kan være brugbare. Nogle redskaber passer under flere kategorier, afhængigt af hvordan de bruges. Brug derfor kategorierne som inspiration.

BRUGERINDFLYDELSE I HVERDAGEN

Her finder du redskaber, som kan understøtte, at brugerne af tilbuddet i højere grad deltager i planlægning af hverdagen og får indflydelse på fx mad, aktiviteter og ferier. Og redskaber, der kan understøtte, at I skaber en kultur, hvor både brugere og medarbejdere i højere grad forholder sig til brugerindflydelse.

Madmappe	side 7
Matadorpengemetoden	side 8
Rød og grøn aktivitetsmappe	side 9
Drømmedag	side 10
Brugernes temadag	side 11
Signallysmetoden	side 12
Værdihjulet	side 14
QR-koder	side 15
Gå-til-reolen	side 16
Modtageguider	side 17

BRUGERINDFLYDELSE I TILBUDDETS ORGANISERING

I denne kategori finder du redskaber, som kan være med til at sætte rammerne for brugerindflydelse. Fx kan brugerråd og -udvalg være en måde at give brugerne en fælles platform og en klar ramme for indflydelse, når I skal træffe større beslutninger, sætte nye temaer på dagsordenen på tilbuddet eller ansætte nyt personale.

Brugerråd	side 19
Fællesmøde for brugere og personale	side 21
Brugerne vælger selv kontaktperson(er)	side 22
Brugere i ansættelsesudvalg	side 24

BRUGERNES PERSPEKTIV PÅ TILBUDET

Hvordan ser tilbuddet ud set med brugernes øjne? I dette afsnit finder du forskellige redskaber til, hvordan man kan opnå en bedre forståelse for brugernes perspektiv på og oplevelse af tilbuddet. Jo bedre medarbejdere og ledere forstår brugernes syn på den konkrete service, des bedre udgangspunkt er der for at tilrettelægge tilbuddet, så det giver størst mening for brugeren.

Fotodagbøger	side 26
Forumteater	side 27
Brugerrejser	side 28
Personaer	side 29
BINDEKS – brugerindflydelsesindeks	side 30
Skyggemetoden	side 31

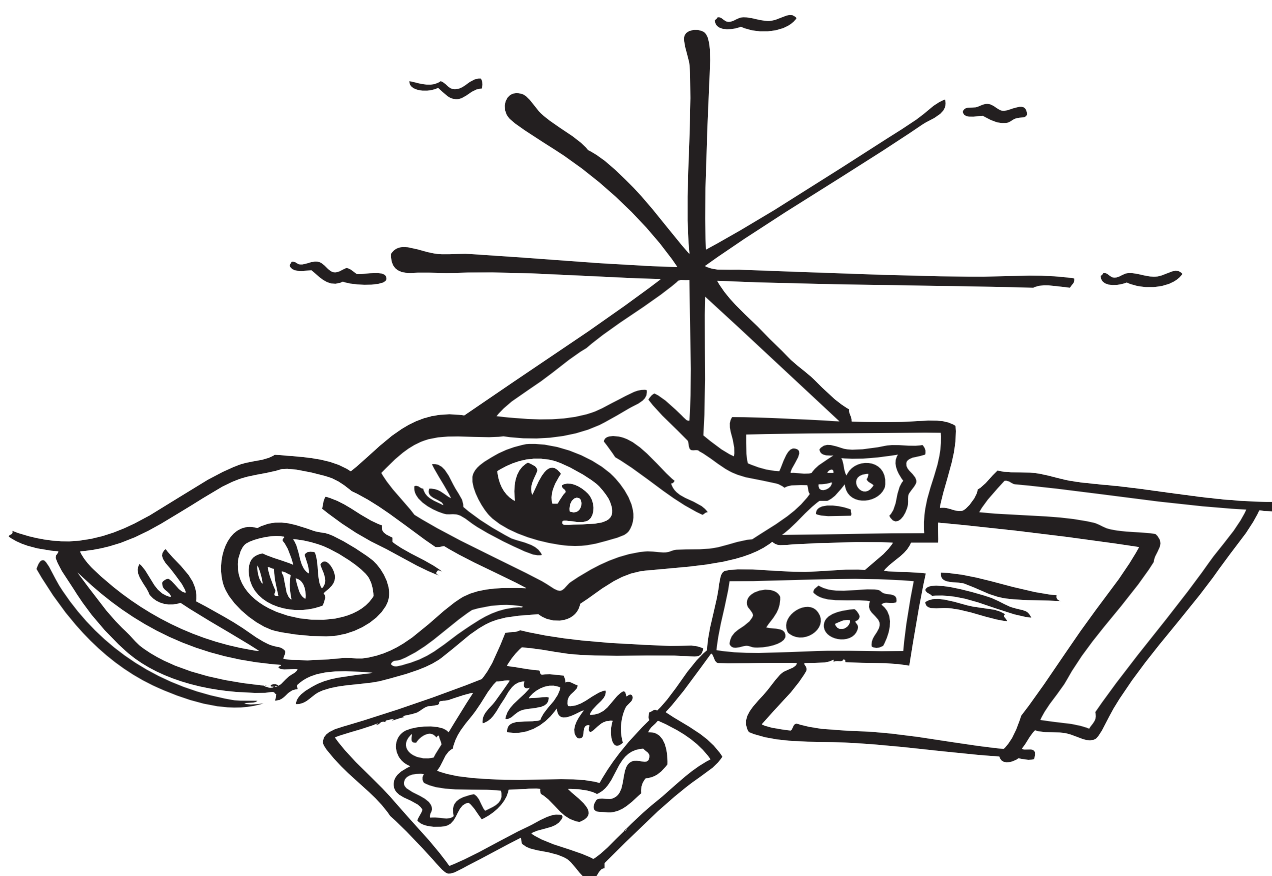
HVORFOR BRUGERINDFLYDELSE?

Der er mange gode grunde til at arbejde med brugerindflydelse i sociale tilbud. Erfaringer viser, at brugerindflydelse kan føre til positive forandringer på syv områder. Dem kan du læse om her.

Hvorfor brugerindflydelse?	side 33
----------------------------	---------

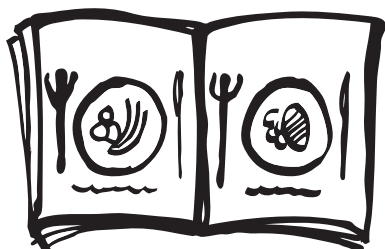
Brugerindflydelse i hverdagen

Her finder du redskaber, som kan understøtte, at brugerne af tilbuddet i højere grad deltager i planlægning af hverdagen og får indflydelse på fx mad, aktiviteter og ferier. Og redskaber, der kan understøtte, at I skaber en kultur, hvor både brugere og medarbejdere i højere grad forholder sig til brugerindflydelse.



Madmappe

Giver brugerne indflydelse på menuen ved middagsbordet



HVAD

Madmappen er en mappe med billeder af forskellige retter. Brugere kan kigge i mappen og vælge en ret, der skal laves næste dag. For brugere med kognitive udfordringer gør madmappen det at træffe et valg til noget meget konkret, fordi de vælger ud fra kendte billeder.

HVORDAN

- Lav mappen sammen med brugerne.
- Saml kogebøger og madmagasiner, søg billeder og opskrifter på nettet.
- Vælg de billeder og opskrifter, som skal med – kopier og print.
- Skriv opskriften på bagsiden af billedet.
- Opdater mappen løbende, fx ved at tage billeder af de andre retter, I serverer, eller ved at lave madtemauger, hvor I finder og tester nye retter.
- Lav evt. en turnusordning, hvor brugerne hver især eller i grupper på skift har ansvar for dagens menu.

HVORFOR

I nogle dag- og botilbud er det blevet en vane, at personalet bestemmer menuen. Det kan betyde, at brugere ikke forholder sig til, hvad der serveres, og hvad de har lyst til at spise. Madmappen er et simpelt bud på, hvordan I kan skabe større bevidsthed om det at bestemme selv.

Matadorpengemetoden

Gør det synligt, hvor mange penge der er til aktiviteter, nyanskaffelser mv.



HVAD

Matadorpenge er papirpenge, som brugerne i fællesskab kan bruge til prioritere og vælge mellem fx nye møbler, aktiviteter og ferier. Det gør det muligt at forholde sig konkret til, hvad ønsker og idéer koster i forhold til de penge, der er til rådighed. Dermed får brugerne mulighed for at tage del i prioriteringer og beslutninger, som ellers ligger hos ledelsen.

HVORDAN

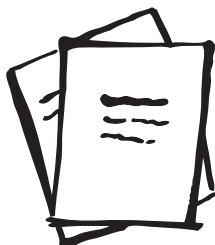
- Giv brugerne matadorpenge svarende til det beløb, der er til rådighed til aktiviteten. Det kan fx være I skal indrette botilbuddet eller planlægge en ferie.
- Diskutér rammen for aktiviteten med brugerne. Skal I indrette hele huset eller kun ét fællesrum? Skal I planlægge en ferie på 2 uger eller en tur på 2 dage?
- Gør det tydeligt for brugerne, hvilke muligheder der er for at bruge pengene, og gør det tydeligt, om beslutningen skal tages samme dag eller senere.
- Beslut i fællesskab, hvad I som minimum vil have ud af pengene (fx en ny sofa og et fjernsyn).
- Brug fx billeder, tilbudsaviser, rejsekataloger mv. til at understøtte diskussionerne og søg på nettet efter muligheder og priser.
- Hjælp med at synliggøre, hvad det, brugerne vælger, koster, og hvor mange penge der er tilbage.
- Lad evt. brugerne selv gå ned i møbelbutikken og købe den nye sofa eller indhente tilbud fra rejsebu-reauet, når I har besluttet, hvor ferien skal gå hen.

HVORFOR

I de fleste dag- og botilbud spiller økonomi en stor rolle, når der tages beslutninger om indretning, aktiviteter mv. Medarbejdere og ledelse kan have vanskeligt at forholde sig til brugernes ønsker, hvis der ikke er sammenhæng mellem ønskerne og det beløb, der er til rådighed. Omvendt kan det være vanskeligt for brugerne at byde ind med idéer og ønsker, hvis de ikke har et klart billede af, hvor mange penge der er til rådighed. Matadorpengemetoden gør det lettere for brugerne at være med til at planlægge og diskutere fordele og ulemper ved forskellige valg og fravalg.

Rød og grøn aktivitetsmappe

Gør det det nemt for brugerne selv at tage initiativ til aktiviteter og få overblik over, hvad de koster



HVAD

En rød mappe (med aktiviteter, der koster penge) og en grøn mappe (med gratis aktiviteter) gør det konkret og synligt, hvad forskellige aktiviteter koster, og gør det nemmere for medarbejderne at lade det være op til brugerne selv at vælge aktiviteter.

HVORDAN

- Lav sammen med brugerne to forskellige mapper med billeder og tekst. En grøn mappe med gratis aktiviteter og en rød mappe med aktiviteter, der koster penge.
- Udfyld mapperne ved at printe ting ud fra nettet, klippe annoncer ud fra lokalavisen, tage på turistkontoret mv.
- Marker et cirka-beløb på de aktiviteter, der koster noget.
- Marker, om aktiviteten kræver, at personalet deltager.
- Marker, om det er en fælles aktivitet eller en aktivitet, man kan lave alene – eller begge dele.
- Inddel evt. aktiviteterne efter beliggenhed. Kan man lave aktiviteten hjemme på bostedet, i lokalområdet, eller skal man rejse efter den.
- Brug mapperne, når I planlægger og taler om aktiviteter i hverdagen.

HVORFOR

Fritids- og weekendaktiviteter har ofte økonomiske begrænsninger. Det kan blive en vane, at medarbejderne eller ledelsen, som har overblik over økonomien, tager beslutning om aktiviteter og oplevelser i hverdagen. Rød og grøn aktivitetsmappe gør det muligt for brugerne aktivt at planlægge deres fritid og fællesaktiviteter – uden at skulle spørge personale og ledelse.

Drømmedag

Skaber rum for refleksion over brugernes drømme og ønsker



HVAD

En drømmedag er en temadag, hvor brugerne formidler deres drømme via fortællinger, billeder eller andre medier. Medarbejdere og andre kan stille spørgsmål til drømmene, som dermed synliggøres og konkretiseres. Det giver mulighed for at støtte op om drømmene og skabe afsæt for forandringer på brugernes præmisser.

HVORDAN

Forberedelse

- Nedsæt en arbejdsgruppe, der skal planlægge og gennemføre drømmedagen. Gruppen bør bestå både af personale og brugere.
- Afsæt en hel dag til at sætte fokus på drømmene.
- Aftal, hvordan drømmene skal formidles: i tekst, maleri, fotografi, poesi, musik, fortællinger...

Selve drømmedagen

- Indret et stort rum eller flere små rum til drømmeværksteder, hvor brugerne kan arbejde med og formidle deres drømme via de forskellige kreative medier.
- En facilitator på de forskellige værksteder kan spørge ind til drømmene bag værkerne.
- Brugere skal i løbet af dagen overveje spørgsmål som:
 - Hvad er din drøm? (hvis der ingen begrænsninger var, og alt kunne lade sig gøre)
 - Hvilke forhindringer er der for, at din drøm går i opfyldelse?
 - Hvordan kan du tackle disse forhindringer?
 - Hvad kan andre gøre for at hjælpe dig til at få din drøm opfyldt?
- Giv alle brugere mulighed for at præsentere deres drøm for de andre, som kan stille spørgsmål.
- Slut dagen med en fernisering, hvor I udstiller brugernes værker. Inviter gerne familie og venner eller andre sociale tilbud til ferniseringen.

HVORFOR

Det er ønsker og drømme, som driver forandring. Når man er afhængig af offentlig hjælp og støtte er det ofte andre, der definerer – eller er med til at definere – hvad man har brug for, og hvad der skal ske i fremtiden. Det gør måske, at man pakker personlige drømme og ønsker væk, som ikke umiddelbart passer ind. At skabe et frit rum for at sætte ord på drømme kan gøre brugerne mere bevidste om deres drømme og ønsker, og de bliver måske mere konkrete. Det gør det lettere for medarbejderne at støtte brugerne i at gøre drømme til virkelighed.

Brugernes temadag

Giver brugerne mulighed for at skabe dialog og sætte fokus på et konkret tema, som de finder særligt interessant eller relevant



HVAD

En temadag, som brugerne selv planlægger og vælger temaet for. Temaerne kan være alt muligt: lokalpolitik, socialpolitik, sex og kærlighed, konflikter, arbejdsmiljø, rettigheder, kost og motion ...

HVORDAN

- Brugerne vælger et tema på et brugermøde eller lignende og nedsætter en gruppe, som planlægger temadagen. Hvis brugerne ønsker det, kan der være en medarbejder med i gruppen. Det er vigtigt, at brugerne selv taler sig frem til et tema, arrangerer dagen og inviterer eventuelle gæster udefra.
- Temaer til inspiration:
 - Kost og motion: Inviter en kok eller en ekspert, som brugerne kan diskutere kost og motion med.
 - Politik: Inviter lokalpolitikere til paneldebat og brug tid på at forberede spørgsmål, I finder særligt interessante at diskutere. Eller inviter en ekspert, der kan fortælle om en ny politisk reform på social- eller beskæftigelsesområdet.
 - Sex og kærlighed: Inviter en sexolog eller en parterapeut og skab et fortroligt rum for nogle af de ofte svære spørgsmål om kærlighed og sex.
- I kan komme med ideer til dagens indhold, uden at overtage styringen af den. Præsenter fx muligheden for at invitere en oplægsholder, besøge et bestemt sted eller få hjælp til at facilitere en diskussion.
- Lyt og læg mærke til, om der er temaer eller emner, som bliver ved med at dukke op hos brugerne, og foreslå, at de holder en temadag.

HVORFOR

Der kan være emner, der i perioder optager brugerne meget. Noget, som altid kommer op at vende på fællesmøder (se side 21) eller i brugerrådet (se side 19). Spørgsmål, som det pædagogiske personale ikke synes, de kan svare på. En temadag giver brugerne mulighed for selv få flere perspektiver på et emne, som optager dem. Derfra kan de bedre danne deres egen holdning og diskutere med hinanden og andre.

Signallysmetoden

Giver brugere og medarbejdere et fælles sprog og skaber en fælles bevidsthed om forskellige grader af indflydelse

HVAD



Signallysmetoden er en måde at tale med brugerne om, hvad de har indflydelse på, og hvad de ikke har indflydelse på i hverdagen – og hvad de gerne vil have mere indflydelse på. Signallysets farver rød, gul og grøn indikerer, i hvilken grad brugeren har indflydelse på stort og småt: Hvem bestemmer om man skal spise morgenmad før kl. 9? Hvem bestemmer, hvem der skal være brugernes kontaktperson?

Grøn: Brugere bestemmer

Gul: Brugere og personalet bestemmer i fællesskab

Rød: Personalet bestemmer

HVORDAN

Signallysmetoden kan bruges til at sætte fokus på brugernes niveau af indflydelse på bestemte områder. Den kan bruges i grupper, i individuelle samtaler og løbende i hverdagen. Det vigtigt, at brugere og medarbejdere har talt om og har en fælles forståelse for, hvad de tre typer af indflydelse indebærer.

Signallysmetoden i grupper

- Gør jer klart, hvad I vil bruge brugernes svar til, så I kan være tydelige om, hvad de kan forvente. Skal de fx have indflydelse på flere områder – eller vil I skabe klarhed over, hvem der bestemmer?
- Fortæl brugerne, hvorfor I vil tale med dem om, hvem der bestemmer i hverdagen – og forklar eller repeter, hvad de forskellige farver betyder.
- Tal om hverdagen på tilbuddet, hvad I laver, og hvilke rutiner der er. Gennemgå fx en hel dag. Vælg bestemte dele ud, fx 'madlavning', 'rengøring', 'planlægning af aktiviteter i weekenden', 'samtale med kontaktpersoner'. Hjælp hinanden med at komme i tanke om detaljerne i hverdagen.
- Noter de områder, som I gerne vil vurdere brugerindflydelsen på. Skriv eller tegn dem, så alle kan se det.
- Diskuter, om området skal have et rødt, gult eller grønt kryds – og hvorfor. Der kan være delte meninger om det, så der skal være plads til diskussion.
- Spørg, hvilken farve brugerne *ønsker* at området får i fremtiden – og hvorfor. Hvad er realistisk, hvorfor og hvorfor ikke?

Signallysmetoden i individuelle samtaler

Signallysmetoden kan også bruges til at tale med brugerne hver især om, hvad der er betydningsfuldt selv at bestemme.

- Brug fx signallysmetoden i samtaler med brugerne i hverdagen, eller når I laver handleplaner eller opholdsplaner.
- Brug de tre farver til at tale om, hvem der har indflydelse på beslutninger i brugerens liv, hvilke områder han eller hun ønsker at have mere indflydelse på – og hvad der skal til for det.
- Skriv gerne områderne ned, så I kan følge med I, om det rykker sig fra rød til grøn over tid. Lav fx et skema, hvor brugeren selv kan notere, hvad der er betydningsfuldt selv at bestemme over.

Signallysmetoden løbende i hverdagen

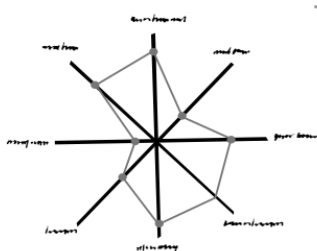
Når signallysmetoden er kendt af alle og prøvet nogle gange, kan I bruge 'grøn', 'gul' og 'rød' til at tale om beslutninger og indflydelse i hverdagen. I kan fx opfordre brugerne til at tænke over og gøre opmærksom på, hvornår der bliver taget 'røde, gule og grønne beslutninger' i konkrete situationer. Så både brugere og personale bliver mere bevidste om det. Hvis en medarbejder fx siger: "Vi skal ordne have på lørdag", kan brugeren sige: "Det var vist en 'rød' beslutning!"

HVORFOR

Signallysmetoden giver et fælles og enkelt sprog til at sætte ord på brugerindflydelse og knytter begrebet brugerindflydelse til konkrete handlinger og beslutninger. Metoden bliver særlig værdifuld, når 'grøn', 'gul' og 'rød' bliver en del af et fælles sprog, som brugere og medarbejdere anvender i dagligdagen, fx til at tale om, hvem der tager hvilke beslutninger.

Værdihjulet

Illustrerer brugernes oplevelse af og ønsker om brugerindflydelse på forskellige områder



HVAD

Værdihjulet kan bruges til at tale med brugerne om, hvad de har indflydelse på, og hvad de gerne vil have mere indflydelse på.

Stjernen eller hjulet illustrerer de temaer, der er vigtigst for brugeren i hverdagen, hvordan brugeren oplever indflydelsen p.t., og hvad han eller hun evt. ønsker mere indflydelse på i fremtiden.

HVORDAN

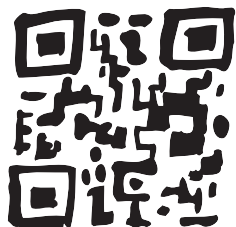
- Tegn en stjerne (se tegning) på et stykke A3-papir.
- Tal med brugeren om, hvad der er vigtigt at have indflydelse på eller kunne bestemme selv for at have et godt hverdagsliv. Det kan være aktiviteter, arbejde, valg af kontaktperson, mad, indretning af boligen mv.
- Skriv de vigtigste punkter op, et punkt pr. ben i stjernen.
- Spørg for hvert punkt: *Hvor meget indflydelse har du lige nu på en skala fra 0 til 10?* Hvor 0 betyder ingen indflydelse, og 10 betyder bestemmer selv.
- Tegn punkterne ind på benet i stjernen. Hvis det er 0, skal krydset sættes helt inde i centrum, hvis det er 5 midt på, og hvis det er 10 helt ude i spidsen. Tegn derefter en streg fra kryds til kryds. På den måde får I et billede af, hvordan brugeren oplever at have indflydelse.
- Se på tegningen sammen og spørg igen for hvert punkt: *Hvor meget indflydelse ville du ønske du havde på en skala fra 0 til 10?* Kryds af i stjernen og tegn igen fra kryds til kryds, med en ny farve.
- Tal om, hvad tegningen viser. Hvis krydserne på de to tegninger er placeret ens eller tæt, er der god overensstemmelse mellem den faktiske indflydelse og brugerens ønsker. Hvis der er stor afstand mellem krydserne, viser det, at brugeren ønsker mere (eller mindre) indflydelse på det pågældende område.
- Brug tegningen til at tale om, hvordan det evt. kan lade sig gøre at øge brugerindflydelsen på de punkter, hvor brugeren ønsker det.
- Scan evt. tegningen eller tag et billede af den og gem den. Tag den frem igen efter en periode og følg op på snakken. Hvordan ser stjernen nu ud – er der noget, der har rykket sig?

HVORFOR

Medarbejdere og brugere kan have forskellig opfattelse af, hvad det er vigtigt at have indflydelse på. Og medarbejderne kan have nogle forestillinger om, hvad der er vigtigt for brugerne. Værdihjulet er en enkel måde at gøre det tydeligt, hvad brugerne selv synes er det vigtigste at have indflydelse på. Redskabet kræver kun lidt forberedelse og er derfor brugbart i en travl hverdag.

QR-koder

Visualiserer og forklarer arbejdsopgaver, aktiviteter mv.



HVAD

QR-koder er firkantede stregkoder, som scannes med mobilen eller en tablet og sender brugeren videre til en hjemmeside med en tekst eller et videoklip, der trin for trin illustrerer, hvordan en opgave løses. En QR-kode på kaffemaskinen kan fx føre til en film, der viser, hvordan man laver kaffe. En kode på vaskemaskinen kan vise, hvordan man vasker tøj osv.

HVORDAN

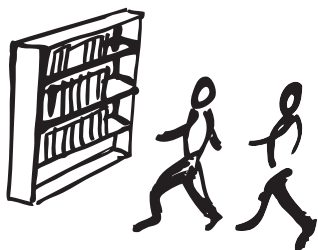
- QR-koder kræver, at brugerne har smartphones eller tablets og er fortrolige med at bruge dem.
- Spørg brugerne, hvad de har brug for hjælp til i hverdagen. Det kan være til at lave kaffe, bruge opvaskemaskinen, huske spillereglerne i ludo eller andet.
- Lav – gerne sammen med brugerne – instruktioner (tekst eller video) til de enkelte gøremål og læg dem på jeres hjemmeside eller på YouTube.
- Lav QR-koder til de forskellige instruktioner. Der findes flere gratis generatorer på nettet (søg på QR kode generator). Brug evt. appen Scanhow www.scanhow.com.
- Print QR-koderne og placer dem rundt omkring på de redskaber eller steder, hvor I har lavet en beskrivelse af arbejdsgange eller andet.

HVORFOR

QR-koder kan være med til lette arbejdsgangen for personer, der har svært ved at huske rutiner eller ofte har brug for hjælp. Ved hjælp af QR-koder kan brugerne blive mere selvhjulpne og få mere indflydelse på dagligdagen.

Gå-til-reolen

Gør det nemt for brugerne at vælge arbejdsopgaver eller aktiviteter uden at spørge personalet om hjælp



HVAD

Gå-til-reolen kan bruges i forbindelse med arbejde og aktiviteter, fx på beskyttede værksteder. Gå-til-reolen er en centralt placeret reol med materialer eller instrukser til arbejdsopgaver eller aktiviteter i huset. Opgaver eller aktiviteter, som brugerne selv kan gå i gang med.

HVORDAN

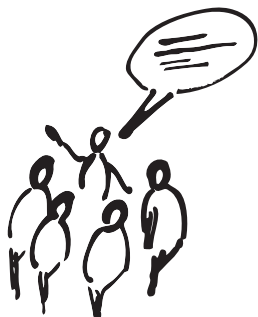
- Placér en reol et centralt og tilgængeligt sted.
- Find i samarbejde med brugerne ud af, hvad der skal være i reolen. Det kan være materialer til aktiviteter eller spil, værktøjer eller redskaber til arbejdsopgaver. Har I en aktivitetsmappe eller madmappe (se side 7), kan disse også stå i reolen.
- Guid brugerne til, hvordan de kan bruge reolen. Understøt evt. med billeder på materialer og redskaber, der gør det tydeligt, hvordan de kan benyttes.
- Brug evt. QR-koder (se side 15) til at forklare arbejdsgange mv.
- Hæng fx plakater op med billeder og tekst, der henviser til reolen, så brugerne husker på, at den er der.

HVORFOR

Gå-til-reolen giver brugerne mulighed for selv at tage initiativ til at gå i gang med opgaver uden at involvere personalet – tage ansvar for opgaver og blive mere selvstændige.

Modtageguider

Introducerer nye brugere til stedet og fremmer medejerskab



HVAD

Nuværende brugere eller beboere fungerer som modtageguider og introducerer nye brugere til stedet, svarer på spørgsmål og hjælper dem til rette.

HVORDAN

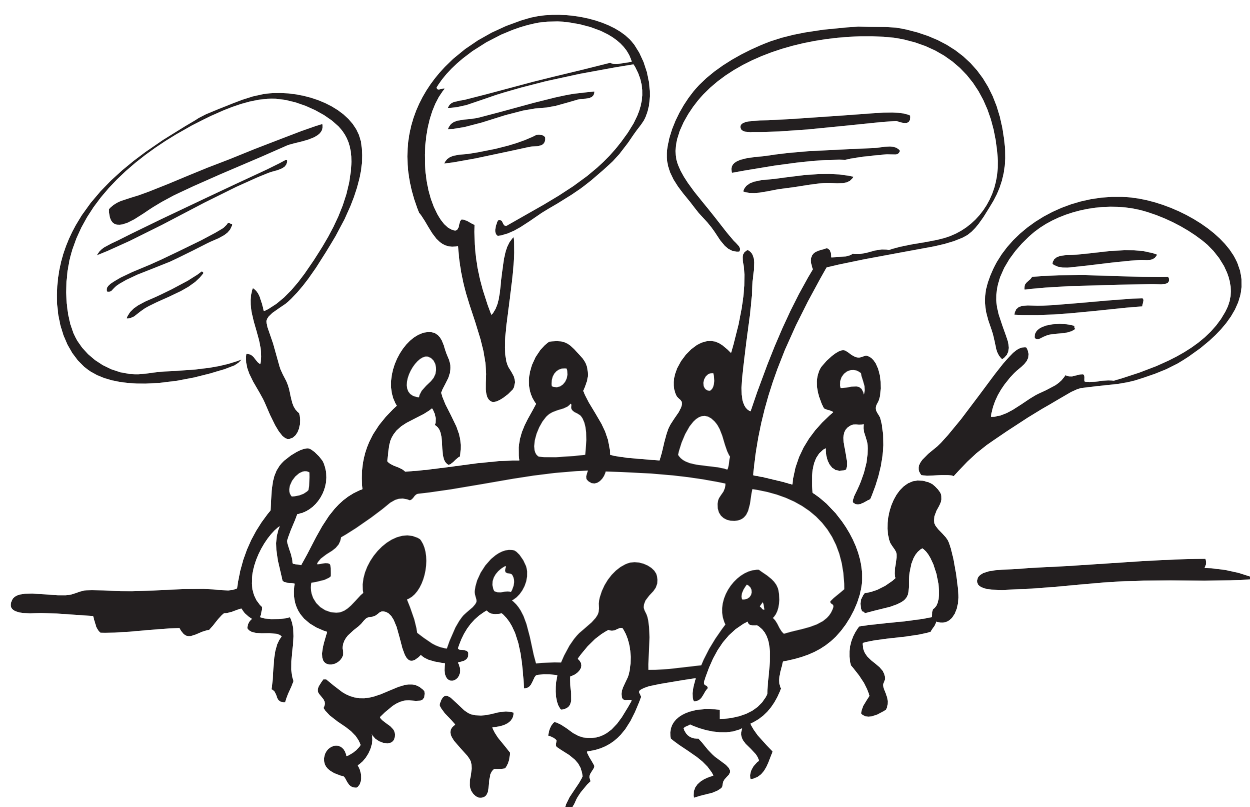
- Lav et team af modtageguider, der på skift kan tage imod nye brugere.
- Drøft med modtageguiderne, hvilke informationer der er væsentlige at give videre til nye brugere, og tal om hvilket ansvar der ligger i at vise de nye rundt.
- Lav evt. sammen med gruppen af modtageguider en huskeliste eller en manual til den, der skal vise rundt.
- Vær opmærksom på, om der er særlige situationer, hvor det er mest hensigtsmæssigt, at en ny bruger eller beboer vises rundt af personale frem for af en modtageguide.

HVORFOR

Modtageguider skaber medejerskab til stedet. Guiderne skaber relationer mellem 'nye' og 'gamle' brugere samt sender et klart signal om, at stedet først og fremmest er brugernes – ikke personalets. Alle bliver opmærksomme på, at brugerne har en væsentlig rolle at spille i stedets dagligdag. Desuden har brugerne mulighed for at tale sammen, uden at personale lytter med. En modtageguide har også bedre forudsætninger end personalet for at vide, hvad der er vigtigt for en ny bruger at vide om stedet.

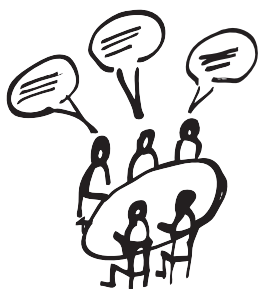
Brugerindflydelse i tilbuddets organisering

I denne kategori finder du redskaber, som kan være med til at sætte rammerne for brugerindflydelse. Fx kan brugerråd og -udvalg være en måde at give brugerne en fælles platform og en klar ramme for indflydelse, når I skal træffe større beslutninger, sætte nye temaer på dagsordenen på tilbuddet eller ansætte nyt personale



Brugerråd

Skaber formaliserede rammer for, at repræsentanter for brugerne kan mødes uden personalet for at tage emner op, som optager dem



HVAD

Et brugerråd er en gruppe af brugerrepræsentanter, som diskuterer og kommer med forslag til forbedringer og ændringer i dagligdagen på tilbuddet. Brugerrådet diskuterer emner, der optager brugerne, og kan således være med til at sætte temaer på dagsordenen og tage problemstillinger op med personale og ledelse.

Brugerrådet kan repræsentere ét enkelt tilbud, flere afdelinger af et tilbud eller en række tilbud på tværs i kommunen.

HVORDAN

Valg af repræsentanter til brugerrådet

- Brugerrådet bør bestå af minimum 5 brugerrepræsentanter. Hvis brugerrådet repræsenterer flere afdelinger eller tilbud, kan der være 1-2 brugerrepræsentanter fra hvert tilbud.
- Medlemmerne til brugerrådet vælges af de andre brugere fx på et fællesmøde (se side 21). Gennemgå på mødet, hvad et brugerråd er, og brugerrepræsentanternes rolle.
- Aftal hvor længe brugerrepræsentanterne skal sidde i brugerrådet ad gangen. Fx et halvt eller et helt år.
- Aftal hvor tit brugerrådet skal mødes. Fx en gang om måneden eller hvert kvartal.

Retningslinjer og forberedelse

Klæd brugerrepræsentanterne på til opgaven ved at holde et møde. Aftal spilleregler og retningslinjer:

- Hvad indebærer det at repræsentere samtlige brugere i tilbuddet?
- Hvordan skal møderne forløbe? Hvem laver en dagsorden? Hvor længe skal møderne vare? Skal der tages referat? Hvem skal gøre det?
- Hvordan skal brugerrådets beslutninger mv. meldes ud til ledelse og personale? På skrift eller mundtligt, og hvornår?
- Hvordan skal ledelse og personale forholde sig til de input, de får, og melde tilbage til brugerrådet?
- Beslut evt. en fast procedure for møder og feedback, skriv den ned og lad både brugere og personale underskrive den. Det kan være med til at markere seriøsiteten i brugerrådet og dets funktion.

Brugerrådets møder

- På brugerrådets mødet diskuteres forbedringer, ændringer og forslag til dagligdagen på tilbuddet.
- Alle brugerne kan komme med emner, som skal tages op af brugerrådet. Hvis en bruger har et forslag til dagsordenen, kan det være en idé at invitere vedkommende med til mødet.
- Hav en klar dagsorden for mødet.

- En fra brugerrådet tager referat – det kan være et helt kort beslutningsreferat.
- Brugerrådet informerer medarbejderne og ledelsen om relevante drøftelser og beslutninger. Brugerrådet kan fx gøres til et fast punkt på dagsorden til personale- og ledelsesmøderne, så personale og ledelse får indarbejdet en rutine, hvor de forholder sig til input fra brugerne.

Alternativ: Fællesmødet – det udvidede brugerråd

Brugerne kan også holde fællesmøder uden personalet. Møderne kan bruges til at tale om vigtige forhold i tilbuddet. Er der noget, der kræver alles opmærksomhed? Noget, der skal være anderledes? Måske er der et tema, som brugerrådet synes skal drøftes med alle beboere i et fælles forum?

Indledningsvis bør det aftales, hvordan brugerrepræsentanter skal og kan gå videre med drøftelser og beslutninger fra fællesmødet, og hvordan personalet skal forholde sig til input.

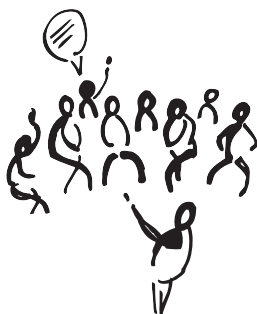
HVORFOR

På mange tilbud foregår beslutninger ved, at ledelsen og evt. personalet drøfter, hvad der skal ske og derefter melder ud til brugerne. Og den anden vej foregår det ved, at den enkelte bruger kan komme med feedback til personalet.

Et brugerråd giver brugerne mulighed for at drøfte ting i fællesskab, uden der er personale til stede. Brugerrådet kan drøfte temaer eller problemstillinger og komme med løsningsforslag, inden de forelægges personalet og ledelsen. Det giver mulighed for at 'tage sagen i egen hånd!'

Fællesmøde for beboere og personale

Giver brugere og medarbejdere mulighed for at tale om nye tiltag og beslutninger i fællesskab



HVAD

Et fællesmøde, hvor personale og brugere informeres og forholder sig til vigtige beslutninger og temaer samtidig. Det kan være drøftelser om forandringer på stedet, nye retningslinjer eller fokusområder i kommunen, nye regler eller nye aktiviteter i tilbuddet mv.

HVORDAN

- Indkald til fællesmøde så tidligt som muligt, når I skal tage stilling til forandringer eller nye tiltag.
- Inviter alle til fællesmødet i god tid både mundtligt og ved opslag.
- Gør det tydeligt for alle, hvad fællesmødet skal handle om, og hvad rammen er.
- Vælg på mødet en ordstyrer og en referent – gerne en bruger og en medarbejder.
- Giv plads til diskussioner og input, også selvom de går i andre retninger eller det tager længere tid end et personalemøde normalt ville tage.
- Saml op på, hvad I har hørt, og gør det klart, hvordan I vil bruge de input, I har fået.

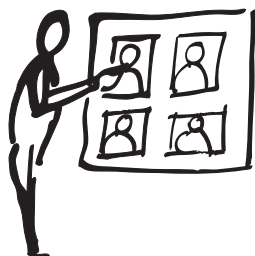
HVORFOR

På mange sociale tilbud er der en fast procedure for information og beslutninger om nye tiltag. Først drøftes det i ledelsen, derefter med personalet og til sidst med beboerne. Det betyder, at beboernes input kommer meget sent i spil.

Ved at tage en åben drøftelse på et fællesmøde anerkendes brugernes input og reaktioner som vigtige, og de får en reel mulighed for indflydelse. Og medarbejdere og ledelse får mulighed for at forholde sig til værdifulde input fra brugerne tidligt i processen. I sidste ende kan det betyde større tilfredshed og ejerskab hos brugerne i forhold til tiltag og forandringer på stedet.

Brugerne vælger selv kontaktperson

Giver brugerne indflydelse på den professionelle hjælp og støtte



HVAD

I stedet for at få tildelt en kontaktperson vælger brugeren selv sin kontaktperson – eller et team af kontaktpersoner. Idéen bunder i tanken om, at det at føle resonans, umiddelbar samklang, med et andet menneske, skaber øget livskvalitet. I praksis får brugeren tildelt en midlertidig kontaktperson og kan så efter en aftalt periode vælge at skifte kontaktperson(er).

HVORDAN

Der kan være mange bekymringer ved at lade brugerne selv vælge kontaktperson eller samarbejdspartnere. Derfor er det vigtigt med en tryk ramme og procedure for, hvordan det foregår. Det handler lige så meget om at ændre måden at tænke forholdet mellem bruger og kontaktperson på, som det handler om, at brugeren kan skifte mellem kontaktpersoner.

Planlægning

- Hold et fællesmøde for medarbejdere og brugere. Præsenter idéen og tal om, hvad det betyder, om man selv vælger sin kontaktperson eller ej. Få både positive forventninger og bekymringer på banen og drøft, om der er behov for at gøre det anderledes end først tænkt.
- Aftal sammen med brugerrepræsentanter (evt. brugerrådet) en ramme for, hvornår og hvordan brugerne kan vælge kontaktperson.
 - Hvordan tildeles den midlertidige kontaktperson?
 - Hvor lang tid skal der gå, før brugeren har et ordenligt grundlag for at vælge en ny?
 - Hvordan skal samtalen, hvor brugeren vælger kontaktperson, foregå?
- Nye brugere skal have god mulighed for at lære stedet og medarbejderne at kende, før de selv vælger kontaktperson.
- Tag en snak med de brugere, der allerede har en kontaktperson, om det er den rigtige, og hvem det ellers kunne være. Det kan fx være i en samtale i forbindelse med brugerens handleplan.

Perioden med en midlertidig kontaktperson

- Vær – både medarbejdere og beboere – i perioden med den midlertidige kontaktperson opmærksom på, om brugeren naturligt søger hjælp og støtte hos nogle bestemte medarbejdere på grund af god kemi eller særlige egenskaber hos medarbejderen.
- Skab rammer for, at brugere og medarbejdere er sammen på kryds og tværs, så de møder og lærer hinanden at kende i forskellige situationer. Gør det legitimt og almindeligt at tale om, at nogle kontaktpersoner er bedre til bestemte ting end andre, at brugernes ønsker og behov kan være forskellige, at nogle har bedre kemi sammen end andre osv.

Det kan I fx sætte fokus på ved følgende øvelser:

'Hvad har jeg brug for-øvelsen'. Brugerne sætter sig sammen to og to (eller sammen med en medarbejder) og taler om, hvad der er vigtigt for dem i samarbejdet med en kontaktperson, hvilken form for støtte de ønsker, og hvilke kvaliteter de sætter pris på. Det kan være fælles interesser, at samtalerne foregår på en bestemt måde, eller at kontaktpersonen skal være god til noget særligt. Bagefter præsenterer de punkterne for de andre brugere og medarbejderne.

'Hvad kan jeg tilbyde-øvelsen'. Medarbejderne taler med hinanden to og to om, hvad de synes at de er særligt gode til som kontaktperson. Hvad de synes de kan bidrage med til den enkelte bruger, og om de har særlige interesseområder eller egenskaber, som de kan bruge i relationen. Punkterne skrives ned og deles efterfølgende med de øvrige medarbejdere.

Samtalen om valg af kontaktperson

- Efter den aftalte periode mødes den midlertidige kontaktperson og brugeren og taler om, hvordan det går, hvad der fungerer godt, og hvad brugeren kunne ønske sig var anderledes.
- Spørg, om brugeren har tænkt over, hvem der ville være en god kontaktperson. Hvis brugeren ikke ønsker en bestemt kontaktperson, eller har ikke lyst til at sige det, kan den midlertidige kontaktperson selv bringe nogle andre på banen. Sig fx: "Jeg har lagt mærke til, at du bruger meget tid sammen med John. Ville det være en god idé, hvis han var din kontaktperson?"

Alternativ: team af samarbejdspartnere i stedet for kontaktperson

I stedet for at vælge en enkelt kontaktperson kan brugeren vælge et team af samarbejdspartnere (2-4 personer), som han mener bedst kan hjælpe og støtte. Det kan fx være én, som står for det praktiske med indkøb, økonomi og struktur i hverdagen. Én, der står for støtte i forhold til mere personlige og private forhold, og én, der har ansvar for at lave handleplaner med brugeren.

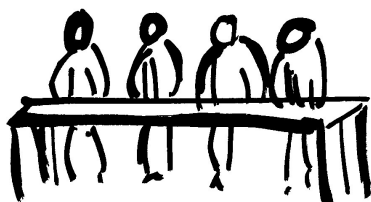
En gang om året kan teamet og brugeren holde evalueringsmøde, hvor alle parter forholder sig til, hvordan samarbejdet går, og om der er behov for nye samarbejdspartnere på nogle af områderne.

HVORFOR

Kontaktpersoner spiller ofte en stor rolle i en brugers liv, fordi kontaktpersonen står for den primære hjælp og støtte. At vælge sin egen kontaktperson eller team af samarbejdspartnere er derfor også et stort skridt på vejen til indflydelse på eget liv. Det giver en oplevelse af ansvar og ejerskab i forhold til den hjælp og støtte, brugeren modtager, og hvad den handler om.

Brugere i ansættelsesudvalg

Giver brugerne indflydelse på, hvem de skal samarbejde med i hverdagen



HVAD

En eller flere brugere er med i ansættelsesudvalget, når der skal ansættes nye medarbejdere.

HVORDAN

Brugerne skal klædes på til at udfylde deres rolle i ansættelsesudvalget. Og ledelsen og medarbejderne skal have en ramme for, hvordan brugernes ønsker og meninger kan bruges i ansættelsesprocessen. Her er nogle idéer til, hvordan I kan gribe det an:

- Drøft, hvordan I forestiller jer at inddrage brugerne i ansættelsesprocessen. Vil I høre dem? Skal de have reel indflydelse på, hvem der ansættes? Hvad vil det betyde for jer som medarbejdere?
- Drøft med brugerne, hvordan de kunne tænke sig at blive inddraget – og hvad der er vigtigt for dem og jer. Hvorfor og hvordan giver det mening, at brugerne er med i ansættelsesudvalget? Lav en klar aftale om, hvordan brugerne har indflydelse, og hvor meget indflydelse de får.
- Lav sammen med brugerne en procedure for en god ansættelsessamtale. Hvordan stiller I spørgsmål til en ansøger? Hvem stiller hvilke spørgsmål? Hvad vægter I højt i tilbuddet, og hvordan forholder I jer til det, når den nye medarbejder skal vælges? Hvordan beslutter I, hvem der skal ansættes?
- Beslut, hvordan brugerrepræsentanten til ansættelsesudvalget vælges. Skal han eller hun udpeges af ledelsen eller medarbejderne? Kan man selv melde sig? Skal brugerne stemme om, hvem det skal være?
- Tal inden ansættelsessamtalen med brugerrepræsentanten om, hvilke spørgsmål der skal stilles til samtalen, og hvilke spørgsmål brugerrepræsentanten kunne tænke sig at stille.
- Tal om, hvordan I beslutter, hvem der skal ansættes. Hvad hvis I er uenige? Stemmer I om det, eller taler I jer frem til en fælles beslutning. Gør det konkret, hvad brugeren kan forvente til samtalen, og når I skal beslutte, hvem der skal ansættes.
- Vær meget opmærksom på at lytte til brugerrepræsentanten og de argumenter, han eller hun kommer med. Også selvom det er nogle andre argumenter og andre fokusområder, end I er vant til.

HVORFOR

Personalet spiller ofte en stor rolle i brugerens privatliv og dagligdag. Derfor kan det være en god idé at have brugere med til ansættelsessamtaler og i beslutninger om, hvem der skal ansættes. Ligesom der ofte er medarbejderrepræsentanter med, når der skal ansættes nye kollegaer.

Brugernes perspektiv på tilbuddet

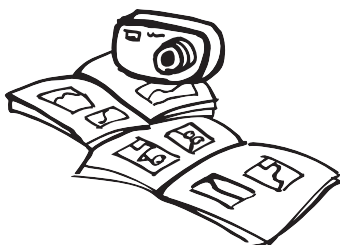
Hvordan ser tilbuddet ud set med brugernes øjne? I afsnittet her finder du forskellige redskaber til, hvordan man kan opnå en bedre forståelse for brugernes perspektiv på og oplevelse af tilbuddet. Jo bedre medarbejdere og ledere forstår brugernes syn på den konkrete service, des bedre udgangspunkt er der for at tilrettelægge tilbuddet, så det giver størst mening for brugeren.

Metoderne i dette afsnit er mere overordnede metoder til at inddrage brugersynspunkter i forskellige sammenhænge. De er ikke udviklet specifikt til bo- og dagtilbud, men kan også bruges her.



Fotodagbøger

Giver brugernes syn på tilbuddet – gennem billeder



HVAD

En fotodagbog er en bog eller en planche med fotografier, som brugerne selv tager og samler. Billederne viser brugerens perspektiv på et spørgsmål eller tema. Fotografierne giver et andet udgangspunkt for at tale med brugere om, hvordan de oplever tilbuddet, deres udfordringer og hverdag.

HVORDAN

- Brugere skal have adgang til et engangskamera, digitalkamera eller mobilkamera.
- Tal med brugerne om, hvad 'fotodagbøger' går ud på, og hvorfor er I interesserede i deres fotos og deres oplevelse.
- Aftal rammerne for opgaven på forhånd. Hvor længe skal fotoopgaven løbe? En eftermiddag, en dag eller en hel uge? Hvor mange billeder skal brugeren vælge ud til sidst? Skal brugeren skrive en kort tekst til hvert billede eller fortælle om billederne til én eller flere?
- Vælg et område, som I gerne vil se fra brugernes perspektiv, konkret eller mere bredt. Spørg fx:
 - Hvordan oplever du hverdagen?
 - Hvad er sjovt, trist eller kedeligt på tilbuddet?
 - Hvad drømmer du om?
 - Hvad synes du selv, du er allerbedst til?
- Lad brugeren selv bestemme, hvad han eller hun vil fokusere på og tage billeder af. Fotoet behøver ikke at være æstetisk smukt eller skarpt for at rumme symbolik og formidle en oplevelse eller et perspektiv.
- Lad brugeren selv vælge de vigtigste billeder, så han eller hun selv anslår, hvad der skal på dagsordenen til præsentationen og i tilbuddet generelt.
- Når brugeren viser billederne, så spørg blandt andet ind til:
 - Hvorfor har du taget billedet?
 - Hvad skete der, da du tog billedet?
 - Hvordan beskriver det, hvordan hverdagen er i tilbuddet?
- Saml den nye viden og diskutér den i personalegruppen eller på et fællesmøde. Diskutér de temaer som kommer frem med brugerne og find sammen på ændrings- og/eller løsningsforslag, hvis der er behov for det

HVORFOR

Fotodagbøger giver brugerne taletid på en anden måde, end de ellers har. Brugeren tager billedet og forklarer, hvad det viser eller betyder. Det giver personalet mulighed for at træde et skridt tilbage. Fotografierne giver noget konkret at forholde sig til og indtryk, som kan inspirere til at tænke i andre retninger.

Forumteater

Giver mulighed for afprøve nye ideer og synliggøre udfordringer i et trygt forum



HVAD

Forumteater er en interaktiv teaterform. Skuespillere præsenterer en situation, der afspejler noget væsentligt fra hverdagen. Publikum inddrages i teaterstykket, ved at de skal komme med forslag til, hvordan historien ellers kunne se ud.

Forumteater kan spilles med professionelle skuespillere, eller brugere og medarbejdere kan spille situationerne sammen. En foruminstruktør styrer processen.

HVORDAN

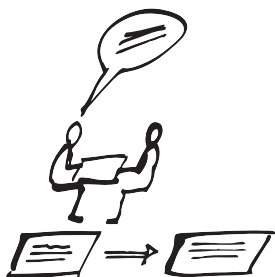
- Skuespillerne præsenterer via et skuespil en situation, I ønsker at sætte fokus på. Det kan fx være brugers oplevelse af mødet med sin kontaktperson, første dag i bo- eller dagtilbuddet eller en konflikt mellem to personer.
- Efter I har set en scene, er der en kort debat, og scenen vises igen. Denne gang skal publikum styre hovedpersonen ved at foreslå, hvad der skal siges. Eller publikum kan selv vise hovedpersonen, hvad der skal gøres. Scenerne kan spilles om, indtil deltagerne mener, at de afspejler virkeligheden og de aktuelle udfordringer. Og indtil deltagerne synes, at skuespillerne løser problemet eller forholder sig til udfordringerne på en god måde.
- En foruminstruktør (også kaldet facilitator, spilleleder eller joker) er bindeled mellem publikum og skuespillere. Instruktøren sørger for udviklingen i teaterstykket og hjælper tilskuerne med at ændre scenariet i den retning, de ønsker.
- Undervejs kan instruktøren stille opgaver, der giver publikum mulighed for refleksion og input til nye handlinger i hverdagen. Det kan give medarbejderne og brugerne større forståelse af dem selv.
- Forumteater kan bruges i både mindre og større grupper.
- Der er mange skuespillere, der arbejder med forumteater – søg på nettet.

HVORFOR

Forumteater er et trygt, 'demokratisk laboratorium', hvor man kan afprøve nye ideer i et 'fælles tredje' rum og på den måde gøre personlige og organisatoriske udfordringer mere synlige. Forumteater giver mulighed for at afprøve forskellige løsningsmodeller og skifte perspektiv i situationer. Indsigten kan give en ny selverkendelse ikke mindst, når den blandes med humor og latter.

Brugerrejser

Beskriver en brugers 'rejse' gennem et afgrænset forløb, fx indflytningen på et botilbud



HVAD

En brugerrejse kortlægger brugerens 'rejse' gennem et forløb med det formål at ændre nuværende praksis eller optimere forløbet for brugeren. Brugerrejser er gode til at skabe et helhedsbillede af brugerens oplevelse af et konkret forløb i et tilbud.

HVORDAN

Brug brugerrejser til at forstå sammenhænge mellem forskellige handlinger og diskutere muligheder for forbedring. Der er forskellige måder at foretage brugerrejser. Her er to eksempler:

Brugerrejser på baggrund af interview

- Brugerens brug af og rejse gennem tilbuddet, som det ser ud nu, sammenstykket ud fra interviews med enkelte brugere. Læg vægt på at beskrive det helt konkrete handlingsforløb og de behov, der opstår hos brugeren undervejs.
- Lad fagpersoner og brugere med viden på det konkrete område kommentere brugerrejsen og samtidig komme med forslag til ændringer, så den matcher brugerens behov bedre.

Brugerrejser på baggrund af workshops med forskellige aktører

- Inviter forskellige aktører, brugere, pårørende, personale m.fl. til workshop.
- Lad brugerne sætte ord på deres brug af og rejse gennem tilbuddet. Deres input stykkes sammen til en brugerrejse. Tegn evt. forløbet op på en på en tidslinje, som alle kan se.
- Få herefter forskellige perspektiver på brugerrejsen, så de behov, brugerne har, bliver suppleret med bidrag og feedback fra de øvrige aktører. Diskuter forbedringer og ændringer med de involverede parter i forhold til, hvordan ændringerne kan fungere i praksis.

Brug evt. personaer (se side 29), når I gennemgår brugerrejsen.

HVORFOR

Som professionel har man blik på den indsats, som brugeren tilbydes, fra sit eget perspektiv. Brugerrejsen giver et indblik i, hvordan brugeren møder og oplever den indsats – og hvordan den afhænger og påvirkes af andre indsatser og aktører. Brugerrejser kan skabe forståelse for brugerens perspektiv på tværs forskellige aktører, afdelinger eller indsatser.

Personaer

Visualiserer en målgruppe og repræsenterer målgruppens behov, udfordringer, tanker og adfærd



HVAD

En persona er en fiktiv person, som repræsenterer målgruppens behov, udfordringer, tanker og adfærd. Personaen beskrives sammen med brugerne, så den bygger på deres erfaringer og kendskab til en bestemt målgruppe. Metoden kan bruges til at konkretisere ideer, udvikle nye tiltag, forbedre og målrette ydelser.

HVORDAN

- Inviter repræsentanter for brugerne, som har erfaringer med de udfordringer, I ønsker at løse, til workshop. Det er vigtigt, at brugerrepræsentanterne er i overtal.
- Opbyg sammen 3-5 personaer. Det vil sige fiktive personer, som konstrueres på baggrund af deltagernes viden om målgruppen – karakteristika, som de kender fra sig selv eller andre.
- Tegn personaerne eller find et billede, og giv personaerne navn og liv:
 - Hvor gammel er 'Jette'? Hvor bor hun? Har hun familie – børn, mor, far, søskende?
 - Har hun en uddannelse og et arbejde? Hvad er hendes interesser, livret, yndlingsbeskæftigelse?
 - Hvad er hendes drømme, håb for fremtiden, største udfordringer mv.

Skriv det hele op eller tegn det ved siden af billedet af personaen.

- Når personaen beskrives i fællesskab med input fra flere deltagere, skaber I en fælles reference og et fælles og konkret udgangspunkt for samtalen om tilbuddet.
- Brug personaerne til at konkretisere ideer og udfordringer: Hvad tænker 'Jette' om den hjælp, hun får på tilbuddet? Hvad skal der fx til, for at hun finder tilbuddet relevant? Hvordan passer tilbuddet eller ydelseren til hendes hverdag? Hvad sker der, når hun møder sin kontaktperson? Osv.
- Brugerne kan så med udgangspunkt i personaen forholde sig til forskellige problemstillinger og tale om ønsker, behov og udfordringer, uden at det bliver meget personligt.
- Husk, at personaer ikke er en erstatning for dialog med de 'rigtige' brugere på stedet.

HVORFOR

Personaer hjælper til at fokusere på at forstå brugerens behov og forventninger, fordi det er lettere at forholde sig til en 'faktisk person'. Personaer kan bruges til at gøre brugerne mere nærværende i udviklingsarbejder. Personaer gør det muligt at gøre brug af brugernes erfaringer og viden uden at blive meget personlig, og samtidig holde dialogen på et meget konkret niveau.

BINDEKS: Brugerindflydelsesindeks

Giver et øjebliksbillede af brugerindflydelsen set med hhv. ledelsens, medarbejdernes og brugernes øjne



HVAD

BINDEKS er et elektronisk spørgeskema, som kan bruges til at undersøge, hvordan hhv. beboere, medarbejdere og ledere oplever brugerindflydelsen på en række områder, fx husregler, aktiviteter, personale, støtte, mad og medicin. Resultaterne kan bruges til at skabe refleksion, identificere udviklingsområder og sætte udviklingsprocesser i gang i tilbuddet.

BINDEKS er udviklet til botilbud for mennesker med sindslidelse og hjemløse, men kan også bruges på andre botilbud. Det er gratis og findes på www.brugerindflydelse.dk. Her er der også en vejledning.

HVORDAN

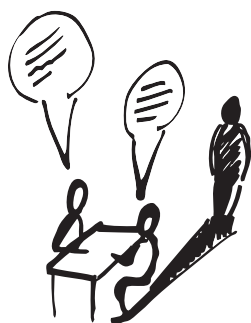
- Opret tilbuddets egen BINDEKS-undersøgelse på www.bindeks.dk
- Udfyld BINDEKS-spørgeskemaet elektronisk. Eller print det ud og udfyld det på papir, inden I taster det ind. Når skemaerne er tastet ind, kan I vælge, hvordan I vil se resultaterne.
- Resultaterne viser både brugernes, medarbejdernes og ledelsens oplevelse af niveauet af brugerindflydelse på de områder, I har valgt at måle på. Brug resultaterne til at sætte fokus forskellige oplevelser af brugerindflydelse på tilbuddet. Og tal om, hvilke områder brugerne ønsker mere indflydelse på.
- Beslut sammen med brugerne, hvilke områder der skal udvikles, og hvordan det skal ske.
- Når I har arbejdet med at udvikle brugerindflydelsen på de udvalgte områder, kan I lave endnu en måling med BINDEKS for at se, om udviklingsarbejdet har ført til ændringer.

HVORFOR

BINDEKS er et godt redskab til at sætte gang i en fælles snak om brugerindflydelse. BINDEKS kan være med til at konkretisere, hvad brugerindflydelse er, og gøre det mere håndterbart at arbejde med. Det er et godt redskab til at afdække og dokumentere det, der er vigtigt for brugere og medarbejdere at arbejde sammen om. Det sikrer, at alle bliver hørt.

Skyggemetoden

Bruges til at følge og observere brugere for at give et indblik i et servicetilbud eller behandlingstilbud – set med brugerens øjne



HVAD

En medarbejder fungerer som brugerens 'skygge' og har til opgave at holde øje med brugerens møde med tilbuddet. Hvilke kontakter er der med personalet? Hvad tales der om? Og hvordan reagerer brugeren på de forskellige situationer?

Skyggemetoden er udviklet til at følge og observere patienter i behandlingsforløb, men kan også bruges til at give et indblik i et servicetilbud og identificere muligheder for forbedring.

HVORDAN

Skyggemetoden er en omfattende proces, og metoden skal bruges med stor respekt for den person, der skygges.

Forberedelse

- Hvilke indsigter ønsker I? Er der forløb i tilbuddet, der kræver ekstra opmærksomhed? Det kan fx være ind- eller udflytning for brugere på et botilbud, et længerevarende behandlingsforløb, brugerens møde med kontaktpersoner, sagsbehandler, kommunens forvaltninger osv.
- Vælg en skyggeperson og en bruger, som gerne vil skygges. Da den person, som skal skygge brugeren, skal lægge mærke til detaljer, overraskelser og uhensigtsmæssigheder, kan det være en fordel at vælge en person, som ikke er tilknyttet det tilbud, hvor skygningen foregår. Gør det klart for brugeren, at skygningen ikke går ud på at vurdere ham som person, men det tilbud, som han er bruger af.
- Lav en klar aftale med bruger og tilbud inden skygningen. Hvilke situationer og/eller områder skal skygges? Hvornår skal skygningen finde sted og over hvor lang tid? Hvornår og hvordan underrettes personalet om den? Hvordan noteres informationer undervejs, og hvordan sammenfattes de til slut?

Skygningen

- Skyggepersonen observerer og noterer alt det, brugeren oplever. Får brugeren nødvendig og forståelig information om tilbuddet? Hvem er brugeren i kontakt med? Hvad sker der i kontaktsituationer? Hvordan kommunikerer der? Hvordan påvirker kontaktsituationerne brugeren? Hvad foretager brugeren sig i de mellemliggende perioder? Hvilket område bevæger brugeren sig på? Taler personalet om brugeren, uden at brugeren selv inddrages? Overholdes aftaler mellem brugeren og personalet?
- Det er vigtigt, at beskrivelserne sker ud fra brugerens perspektiv.
- Brugeren må gerne beskrive sine oplevelser, men skyggepersonen skal som udgangspunkt ikke interviewe brugeren.

Rapportering

- Skyggepersonen beskriver det observerede forløb: rækkefølgen af begivenheder, kontakt med personale og/eller andre, bemærkninger fra hhv. brugeren og personalet, brugerens oplevelser samt overraskelser og uregelmæssigheder, skyggepersonen selv er stødt på undervejs.
- Skyggepersonen kan evt. udarbejde et forløbsdiagram over de hændelser, der har fundet sted, samt observationer og opmærksomhedspunkter i forhold til de enkelte hændelser. Jo flere detaljer der tages med, des nemmere er det at rekonstruere brugerens perspektiv og derved vurdere, hvilke ændringer der skal til for at forbedre tilbuddet.
- Husk at notere fakta om, hvad skygningen omfattede, hvornår den foregik, og hvor lang tid den strakte sig over.

Både brugeren og personalet og deres handlinger kan blive påvirket af at blive observeret.

Husk at sætte tid af til *både* skygning, beskrivelse af observationer og bearbejdelse af ny viden – det kan kræve en del ressourcer.

HVORFOR

Skyggemetoden giver mulighed for at følge brugerens perspektiv helt tæt. Som skyggeperson kan man få indsigt i situationer og hændelser, som brugeren ikke selv ville tænke på at nævne, hvis man spurgte ham eller hende direkte til oplevelsen af tilbuddet.

Hvorfor brugerindflydelse?

Der er mange gode grunde til at sætte fokus på brugerindflydelse i sociale tilbud. Når brugerne er med til at træffe beslutninger, definere problemer og finde løsninger på stort og småt i hverdagen, får de øget livskvalitet. Det giver også mulighed for bedre samarbejde mellem brugere og personale. Og det kan forbedre oplevelsen af kvaliteten i tilbuddet og den service, der tilbydes.

Brugerindflydelse eller brugerinddragelse

Vær opmærksom på, at der forskel på *brugerindflydelse* og *brugerinddragelse*. Brugerindflydelse handler om, *hvor meget* brugerne er med til at bestemme. Brugerinddragelse handler om, *hvordan og hvornår* brugerne bliver spurgt og hørt, men brugerne har ikke nødvendigvis indflydelse på beslutningsprocesser. Hvis der fx er brugere med i et ansættelsesudvalg, er det brugerinddragelse, men hvis ikke brugerne også er med til at bestemme, hvem der bliver ansat, er der ingen brugerindflydelse.

Det er forskelligt, i hvilken grad sociale tilbud arbejder med brugerindflydelse, og det vil også være forskelligt, hvilke forandringer øget brugerindflydelse fører med sig.

Brugerindflydelse fører til forandring på 7 områder

Erfaringer fra arbejdet med brugerindflydelse i forskellige sammenhænge peger særligt på syv områder, som øget brugerindflydelse kan forventes at skabe positiv forandring på:

1. **Bevidsthed om egne behov**
Brugerne bliver mere bevidste og bedre til at udtrykke egne behov
2. **Ansvar og ejerskab**
Brugerne oplever større ansvar for hinanden, medarbejdere og ledelse, og de får mere ejerskab for bo- eller dagtilbuddet.
3. **Initiativ og spontanitet**
Brugerne bliver mere initiativrige, og brugere og medarbejdere bliver mere spontane.
4. **Arbejds miljø**
Det psykiske arbejdsmiljø for medarbejdere og ledelse bliver bedre.
5. **Sociale relationer og netværk**
Brugernes sociale relationer og netværk styrkes – også til medarbejdere og ledelse.
6. **Åbenhed og gennemsigtighed i organisationen**
Der kommer større åbenhed og gennemsigtighed på bo- eller dagtilbuddet på tværs af brugere, medarbejdere og ledelse.
7. **Anerkendelse af brugernes ressourcer**
Medarbejdere og ledelse anerkender og trækker mere på brugernes ressourcer.

Kilde: Afdækning af viden om effekten af brugerindflydelse, Platform for brugerindflydelse, 2014.
www.brugerindflydelse.dk

