



COMPahs Sociaal werk

Bedankt voor je interesse voor

ch@tlas

methodiek onlinehulp in eerstelijns welzijnswerk

Door Hilde Vlaeminck – Tim Vanhove – Martine De Zitter – Philippe Bocklandt
in opdracht van het OnlineHulpUitwisselingsplatform (OHUP)

U kan **deze ch@tlas in pdf-versie uitprinten** (= dit document)

U kan ook **een in kleur gekopieerd exemplaar bestellen**

door uw naam en adres door te mailen aan

philippe.bocklandt@arteveldehs.be

We bezorgen u dan een exemplaar met overschrijvingsformulier voor 13,00 € (verzendingskosten inbegrepen)

Met vriendelijke groet

Philippe Bocklandt

Centrum voor onderzoek maatschappelijke dienstverlening
en professionele ontwikkeling van de Arteveldehogeschool

Sint-Annaplein 31

9000 Gent

e-mail philippe.bocklandt@arteveldehs.be



methodiek onlinehulp in eerstelijnswelzijnswerk

in opdracht van het OnlineHulpUitwisselingsPlatform (OHUP)

Hilde Vlaeminck - Tim Vanhove - Martine De Zitter - Philippe Bocklandt

Dank aan ...

... de **oproepers en beantwoorders** van onlinegesprekken die hun ervaringen met onlinehulpverlening vertelden of neerschreven in de onderzoeksluiken die aan deze methodiek vooraf gingen.

... de **7 organisaties van het OnlineHulpUitwisselingsPlatform** (OHUP) die hun experimenten en knowhow in eerstelijns onlinehulpverlening bundelden en samen op zoek wilden gaan naar een methodiek voor deze nieuwe vorm van hulpverlening. Deze 7 OHUP-partners die aan dit project meewerkten zijn:

- de Federatie van Tele-Onthaaldiensten (die de bezielende leiding was achter dit project);
- de Zelfmoordlijn van het Centrum ter Preventie van Zelfdoding (CPZ);
- de Kinder- en Jongerentelefoon (KJT);
- het netwerk online-advies van de JongerenAdviesCentra (JAC) van de Centra voor Algemeen Welzijnswerk (CAW);
- de Kinderrechtswinkel;
- Slachtofferchat – een initiatief van CAW Zuid-Oost-Vlaanderen;
- de Holebifoon, de telefonische hulpverlening van de Holebifederatie.

... de **leden van de stuurgroep** van het onderzoek naar deze methodiek voor onlinehulpverlening:

- Hilde Vanhuele en Marc Verheyen van Tele-Onthaal;
- Leen Willems en Michaël Bloemen van de Zelfmoordlijn;
- Geert Strobbe van de Kinder- en Jongerentelefoon;
- Lieve Hendrickx en Geertrui Van Vlem van het netwerk onlineadvies van de JAC's;
- Lily De Clercq van de Kinderrechtswinkel;
- Patsy De Witte van Slachtofferchat;
- Chris Mestdag van de Holebifoon;
- Ariane Molderez en Stéphanie De Smet van Cera.

Zonder hun kritisch opbouwende feedback en hun enthousiaste betrokkenheid hadden we deze methodiek nooit kunnen realiseren.

... **Cera** die als partner de ontwikkeling van dit onderzoek en deze methodiek ondersteunde.

Het onderzoeksteam

Hilde Vlaeminck Martine De Zitter
Tim Vanhove Philippe Bocklandt

Hilde Vlaeminck, Tim Vanhove en Philippe Bocklandt zijn ook verbonden aan Universiteit Gent
--

Inhoudsopgave

Dank aan	3
Inhoudsopgave	4
Ch@tlas ... hoe deze methodiek voor onlinehulp groeide.....	6
Waar ch@tlas situeren?.....	8
1 Hoe een methodiek ontwikkelen en hanteren?	11
1.1 Algemeen uitgangspunt.....	11
1.2 Specifieke vuistregels bij methodiekontwikkeling	11
2 Visie en positionering van onlinehulpverlening	13
2.1 Online is meer dan alleen (maar) een nieuw medium.....	13
2.2 De positionering van onlinehulpverlening	13
3 Methodiek – een structuur in de lengte	19
3.0 De proloog	20
3.1 De opening van het onlinegesprek	22
3.2 Verkenning en afbakening van de hulpvraag van de oproeper	24
3.3 Beweging in het onlinegesprek	25
3.4 Het onlinegesprek afronden	29
3.5 Epiloog	29
4 Methodiek – een structuur in de breedte	31
4.1 De oproeper en zijn omgeving.....	31
4.2 De beantwoorder en zijn team	33
5 Methodiek – een structuur in de diepte	35
5.1 Taal.....	35
5.2 Tekst.....	37
5.3 Tekens.....	38
5.4 Tempo	43
5.5 Techniek	44
5.6 Training	45
6 Verdere ontwikkeling van methodiek voor onlinehulp	53
6.1 Onlinehulp is een meervoudig paradoxaal gegeven.....	53
6.2 Op weg naar een ethische code	54
6.3 Verder met onderzoek en methodiek	56
7 Begrippen	57
Bijlagen	62

ch@tlas

ch@tlas

Chatten is een goed gesprek voeren via het internet.

Een **atlas** is een samenhangend geheel van verschillende kaarten die elk een deel van de werkelijkheid voorstellen.

Een atlas heeft een **legende** nodig, een begrippenkader om over de werkelijkheid te kunnen spreken.

Een atlas kan je maar goed hanteren als je een **kompas** in de buurt hebt om je goed te kunnen positioneren.

Atlas is ook de Griekse held die een (te) **zware last** moet torsen.

Atlas is ook de bovenste **halswervel**.

ch@tlas wil dit alles combineren.

Deze methodiek is een **atlas** met verschillende thema's die elk een deel van onlinehulpverlening belichten. Om de kwaliteit van onlinegesprekken te verbeteren, wordt een **legende**, een eigen begrippenarsenaal ontwikkeld. Om nog beter te weten hoe onlinehulpverlening verder moet evolueren, zijn een visie op en een duidelijke positionering van deze hulpverleningsvorm nodig. Een **kompas** als het ware.

Opvallend bij onlinegesprekken is de snelle introductie van vaak zware problematieken, waar je als beantwoorder enkel met scherm en tekens op kunt inspelen. Een **zware last** om torsen. Deze methodiek biedt handvatten aan vanuit het nadenken, analyseren en reflecteren over de praktijk ... op het knooppunt van hart en handen, denken en doen. Was de atlas niet de bovenste **halswervel** waarop het hoofd rust?

Overigens: atlas staat ook nog voor 'fijne zijden stof', 'gebergte in Afrika', 'houtsoort', 'papiermerk', 'soort vlinder' ...

Er is nog zoveel te ontdekken over (methodiek van) onlinehulpverlening.



Hoe deze methodiek voor onlinehulp groeide

Hoe de methodiek voor onlinehulp groeide

Zeven onderzoeksluiken gingen het uitwerken van deze ch@tlas-methodiek vooraf.

Een **sterkte-zwakteanalyse (SWOT)** in de 7 OHUP-organisaties bracht de onlinehulp in Vlaanderen in beeld. Zowel de visie op onlinehulp, als de bereikbaarheid, de (beoogde) doelgroep, de beantwoorders en de vorming werden in kaart gebracht via een documentenanalyse en een feedbackgesprek met vertegenwoordigers van elke organisatie.

Het **literatuuronderzoek** inventariseerde vooral Nederlandse en Angelsaksische bronnen in verband met methodiek rond onlinehulp.

Een schriftelijke **bevraging van 416 oproepers** peilde vooral naar hun profiel en de omstandigheden waarin ze chatten.

Zeven **diepte-interviews met beantwoorders** verhelderden de visie op goede onlinegesprekken en vooral de randvoorwaarden om tot zo'n goed gesprek te komen.

In het **focusgroepgesprek met vormingsverantwoordelijken** uit alle OHUP-organisaties werden drie thema's bediscussieerd: visie en positionering van onlinehulp, chatvaardigheden en de chatcontext.

64 onlinegesprekken werden gescreeend en gecodeerd met behulp van het kwalitatief onderzoeksprogramma NVIVO. Deze analyse leidde tot een groter inzicht in structurerende elementen en ingezette tools tijdens onlinegesprekken. Bijkomend werden **7 gesprekken** vanuit een alternatief (semionarratief) referentiekader geanalyseerd. De focus lag op de specificiteit van de actoren, de tijd en de plaats.

Via participerende observatie werden gegevens verzameld uit **3 intervisiemomenten** van onlinebeantwoorders. Deze analyse leidde tot meer kennis over de input, de throughput en de output op micro-, meso- en macroniveau.

Elk onderzoeksluik werd gerealiseerd door het onderzoeksteam in nauw overleg met de stuurgroep die feedback gaf, vragen stelde of concretiseringsverwachtingen verwoordde bij elk ontwerprapport.

De resultaten zijn terug te vinden via <http://icto.arteveldehs.be/rapportonlinehulp/>

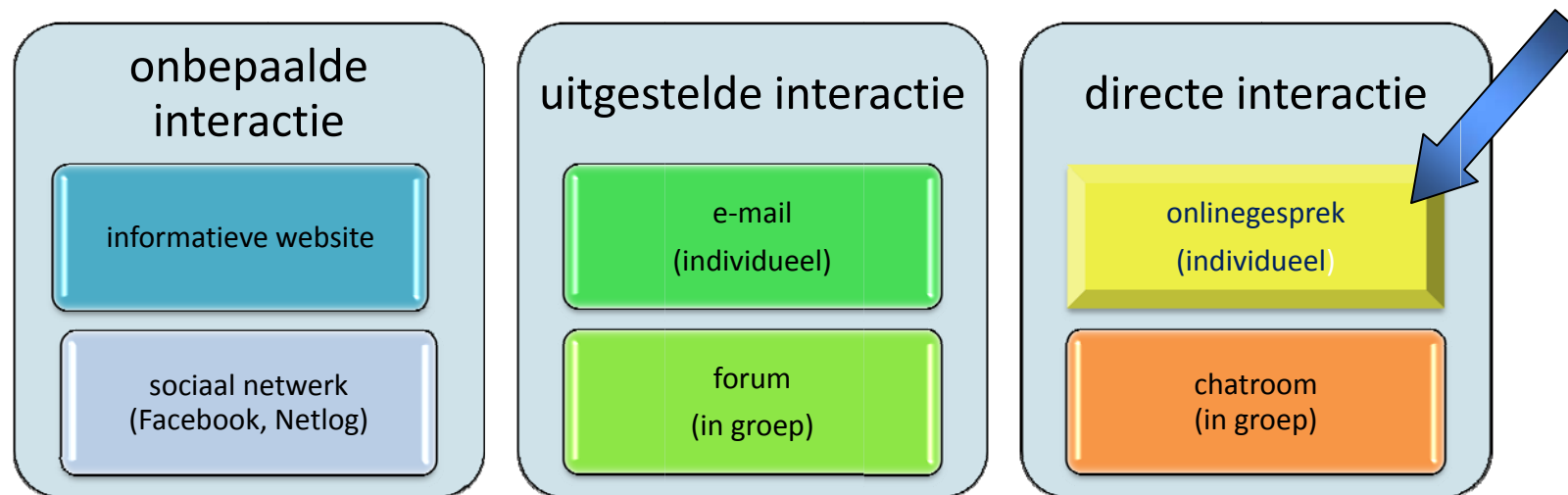
Op basis van dit onderzoek werd Ch@tlas - een methodiek voor onlinehulp in eerstelijns welzijnswerk - ontworpen. Ch@tlas bevat tal van aanbevelingen, vragen en voorstellen. Het wil een bruikbaar instrument zijn, vlot hanteerbaar in de praktijk. De geïnteresseerde lezer kan voor motiveringen die de basis vormen voor de ideeën in de ch@tlas het onderzoeksrapport raadplegen op **<http://icto.arteveldehs.be/rapportonlinehulp/>**

Waar ch@tlas situeren?

Sinds 2002 startten 8 erkende welzijnswerkorganisaties¹ diverse projecten op waarbij ze anonieme hulp aanbieden via onlinegesprekken tussen 1 oproeper en 1 beantwoorder. In 2007 verwerkten ze samen zo'n 5027 oproepen. Daarvoor zorgden een 100-tal beantwoorders, zowel beroepskrachten als vrijwilligers. Intussen zijn ze zijn wekelijks meer dan 78 uren bereikbaar. De onlinehulpexperimenten in de 8 organisaties zijn erg verschillend op vlak van: de missie van de organisaties, het doel van het onlineaanbod, de grootte van de organisaties, het aantal en de deskundigheid van de medewerkers, de doelgroep ...

Het aanbieden van onlinegesprekken in het eerstelijns welzijnswerk – dát is wat hen verbindt. Daarom startten ze 3 jaar geleden met het OnlineHulpUitwisselingsPlatform (OHUP). Een van hun gemeenschappelijke vragen was een 'methodiek voor onlinehulp in Vlaanderen' – een houvast voor de verdere ontwikkeling van een kwalitatief hulpaanbod via onlinegesprekken. Er is al heel wat (vooral Angelsaksisch) onderzoek verricht naar onlinehulpverlening in de geestelijke gezondheidszorg. Er is daarentegen slechts weinig materiaal voorhanden over onlinehulp(methodiek) in het eerstelijns welzijnswerk.

OHUP richt haar werking vooral op het voeren van onlinegesprekken via directe communicatie tussen één oproeper en één beantwoorder. Andere vormen van onlinehulpverlening komen in deze methodiek dan ook niet aan bod.



¹ Zie bijlage 2: Voorstelling van het OnlineHulpUitwisselingsPlatform, p. 64.

Binnen dit kader stellen we u *ch@tlas* - methodiek voor onlinehulpverlening - voor.

Deze methodiek geeft handvatten en kapstokken voor organisatoren en medewerkers in de onlinehulpverlening in het eerstelijnswork. Ch@tlas bevat kaders en wegwijzers voor de verdere professionalisering van de onlinehulpverlening.

Het is een inventaris van methodiekaspecten van onlinehulpverlening op basis van de analyses van de werking en de resultaten van al deze online-initiatieven. Het is een open methodiek met veel richtinggevende vragen waardoor elke medewerker en elke organisatie zelf keuzes kan maken of zijn/haar praktijk (steeds opnieuw) kan bevragen.

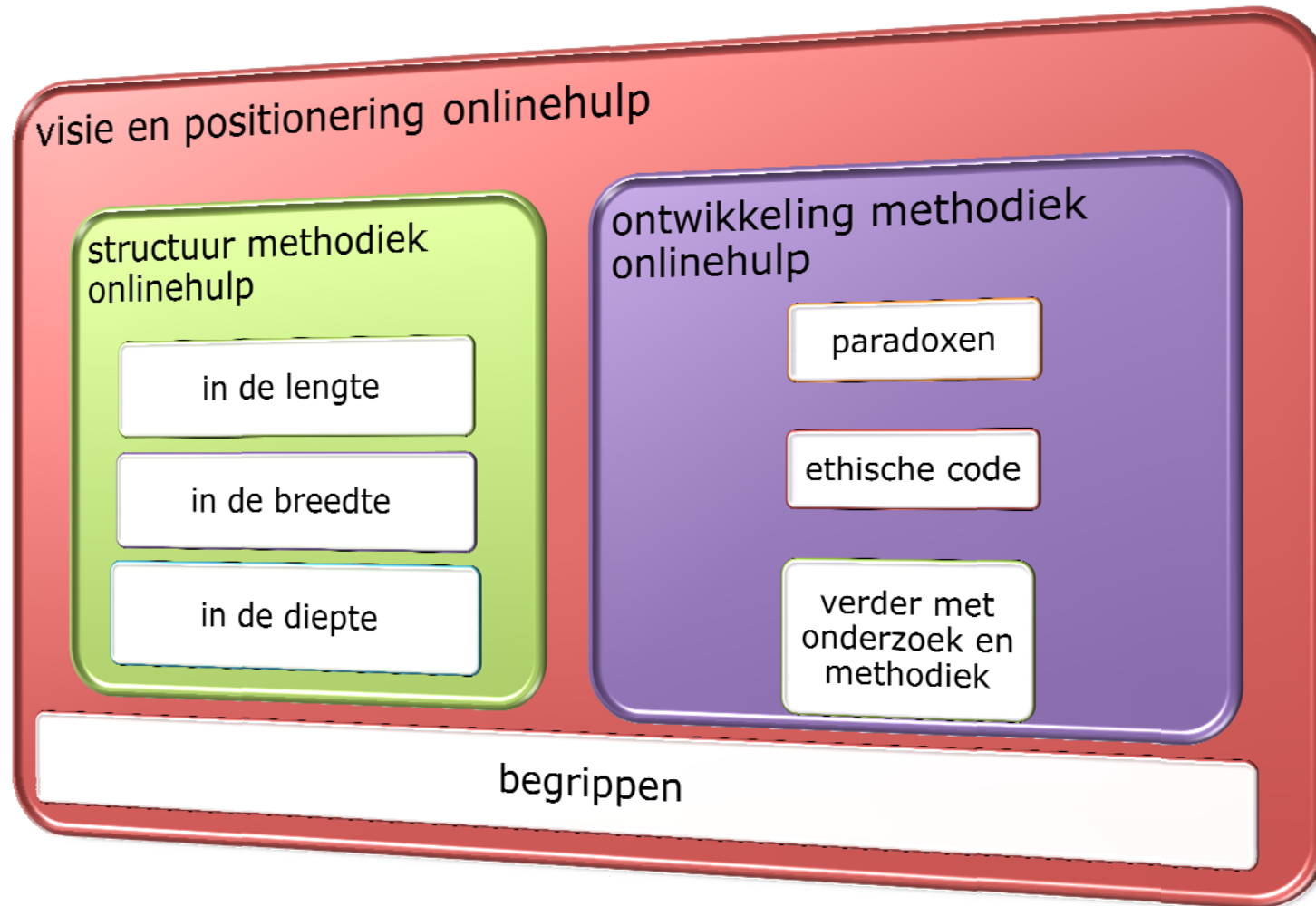
Het is 'methodiek in ontwikkeling'

- met '!!!' omdat we overtuigd zijn van de specificiteit van deze hulpverleningsvorm;
- met '???' omdat voorlopige keuzes in vraag moeten worden gesteld of nog niet beantwoorde aspecten van onlinehulp verder moeten worden uitgeklaard en uitgezuiverd;
- met '...' omdat ervaringsuitwisselingen tussen organisaties, interviews tussen medewerkers en beleidskeuzes van organisaties en overheid deze methodiek verder zullen concretiseren en bepalen;
- met 'beschrijvingen' van de verscheidenheid van de onlinehulp in Vlaanderen en waar (voorlopig nog) niet kan/mag/moet worden vastgesteld wat de 'best practice' is;
- met 'nieuwe woorden' want nieuwe realiteiten dagen ons uit om nieuwe taal te bedenken.

Het is geen opsomming van veel 'do's en don'ts' – daarvoor is de onlinehulppraktijk te pril, te fragiel en te verscheiden. Zo wordt deze 'methodiek voor onlinehulpverlening in het eerstelijnswork' een groeiboek waarvan de eerste bladzijden nu geschreven zijn maar dat door de (reflectie op de) praktijk verder kan groeien.

BELANGRIJKE OPMERKING :
Ch@tlas focust vooral op de specificiteit van onlinehulp.
Als hulpverleningsmethodiek is deze Ch@tlas dus aanvullend
op de algemene hulpverleningscompetenties
en ondergeschikt aan de visie en doelstellingen
van elke organisatie i.v.m. haar hulpaanbod.

ch@tlas – methodiek voor onlinehulp



1. Hoe een methodiek ontwikkelen en hanteren?

1.1. Algemeen uitgangspunt

Methodiek wil zeggen: de leer van een methode. Een methode betekent letterlijk *de weg waarlangs*. Om te kunnen spreken over een methode moet ze voldoen aan drie essentiële vereisten: systematiek, doelgerichtheid en procesmatigheid. Systematiek en procesmatigheid laten zich uitdrukken via een structuur waarin stappen of fasen hetzij sequentieel (na elkaar) dan wel iteratief (zich herhalend, soms ook gelijktijdig) worden doorlopen. We noemen dit **de structuur in de lengte**. Elke stap of fase zal door diverse actoren, ieder vanuit een eigen(zinnig) perspectief of kompas worden ingeschat. Elke methode zal zich daarom bezinnen over de vragen 'Wie zijn deze actoren?' en 'Wat zijn hun beweegredenen in het proces?'. Deze component duiden we aan met **de structuur in de breedte**. Om doelgerichtheid te garanderen zal een methode effectief en efficiënt gebruik maken van adequate vaardigheden, technieken en middelen: **structuur in de diepte**, genoemd.

1.2. Specifieke vuistregels bij methodiekontwikkeling

Vuistregel 1: een methodiek zit sterk geënt op de praktijk.

Methodiek erkent én archiveert ervaringskennis uit goede praktijken én spoort kritisch-alert nieuwe kennis op. Een dubbele binding.

Vuistregel 2: methodiek krijgt bij elke hulpverlener een persoonlijke kleur.

Bij de concrete toepassing zal een methodiekgebruiker de technisch-instrumentele kant van de methode koppelen aan authenticiteit.

Vuistregel 3: methodiek veronderstelt een mix van correct tellen (cijfers) en accuraat vertellen (letters).

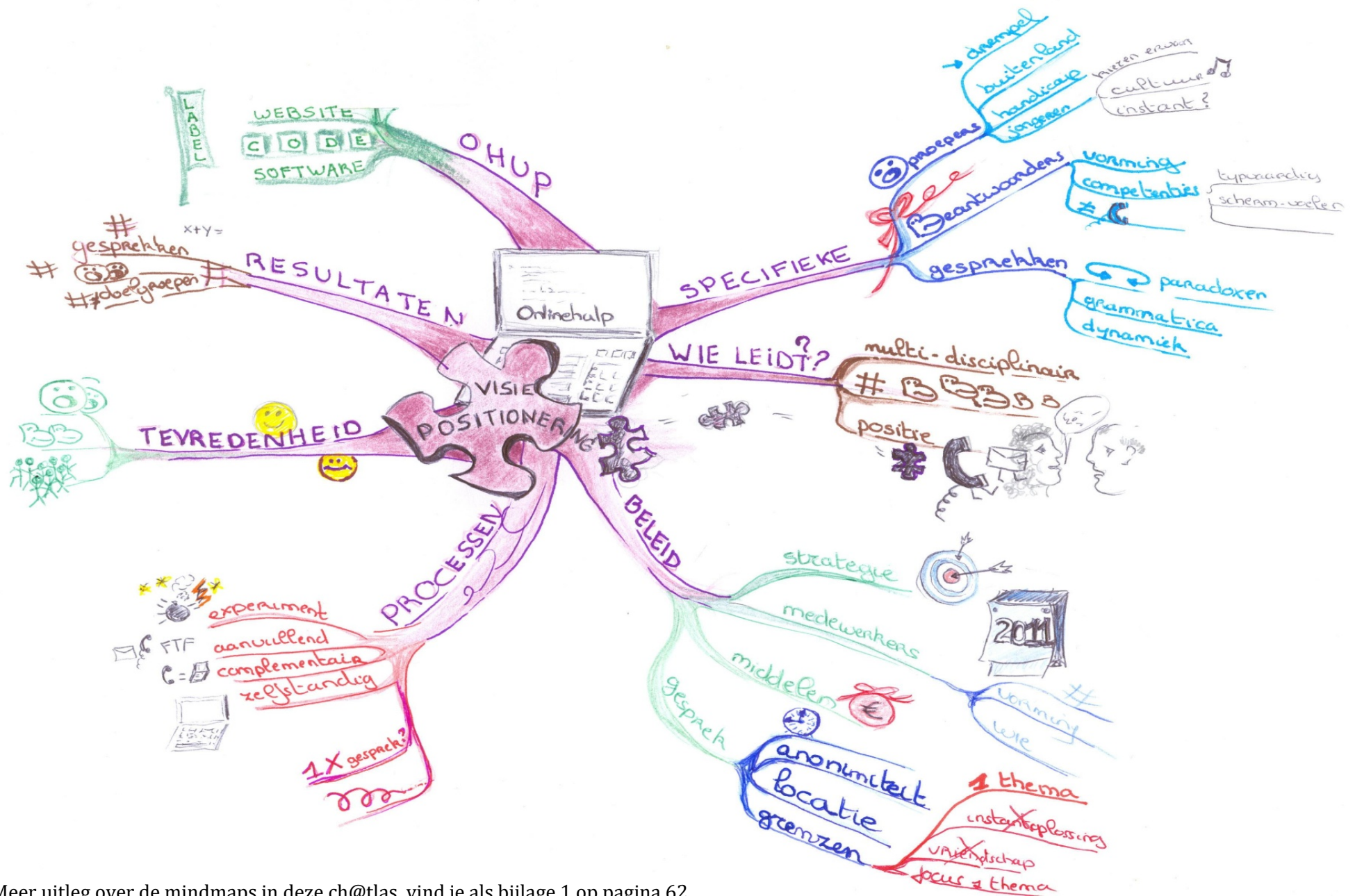
Elke methodiek heeft nood aan nauwkeurig en zorgvuldig ordenen van data én aan heldere verhalen die de data in een context plaatsen.

Vuistregel 4: methodiek biedt houvast bij het reflecteren op het handelen.

De dagelijkse praktijk noopt tot het nemen én funderen van keuzes voor zichzelf én voor derden. Methodiek biedt een kapstok aan.

Vuistregel 5: methodiek erkent professionele intuïtie, stille kennis, pragmatiek en spoort aan tot systematiek.

Steeds vaker erkent methodiek de kracht van onuitgesproken kennis die het dagelijkse handelen aanstuurt.



2. Visie en positionering van onlinehulpverlening

2.1. Online is meer dan alleen (maar) een nieuw medium

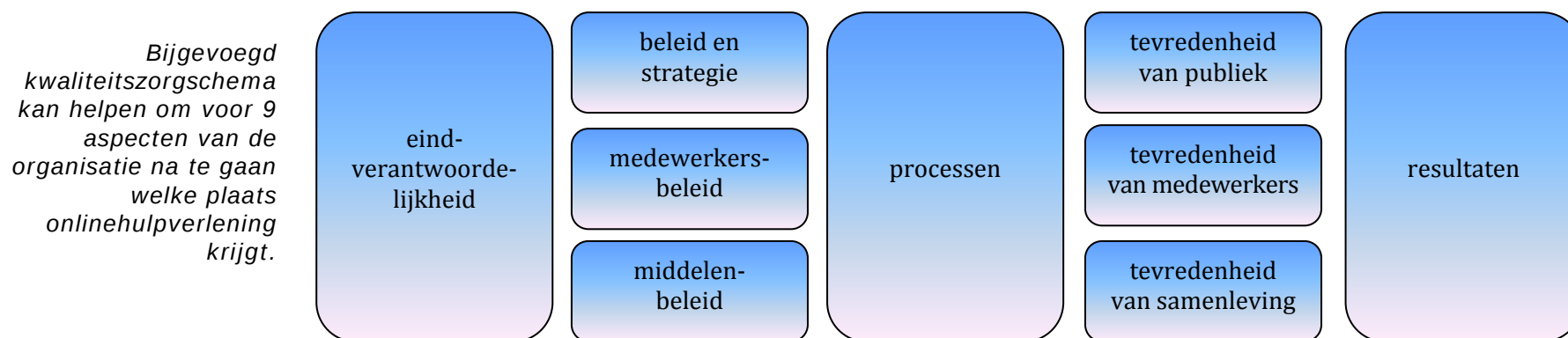
Onlinehulpverlening kan niet zomaar worden beschouwd als 'traditionele hulpverlening via een hedendaags communicatiemiddel'. Er is veel meer aan de hand. Om maar een paar elementen te noemen:

- er is een doelgroep die specifiek, bewust kiest voor deze – en geen andere – hulpverleningsvorm;
- de onlinebeantwoorder zal typische competenties als schermlezen en scherm schrijven moeten ontwikkelen;
- de paradoxale snelheid van onlinegesprekken: scherm schrijven gaat trager dan praten maar de oproeper komt doorgaans snel(ler) tot het meedelen van intieme hulpvragen.

Wie onlinehulpverlening goed wil uitbouwen, moet beseffen dat het gaat om een uniek en 'eigen-zinnig' samenspel tussen oproeper en beantwoorder; een communicatievorm met eigen spelregels, geen 'verbleekte' afleiding van telefonische hulp of face-to-face gesprekken. Het formuleren van een duidelijke visie op de positie van onlinehulp in het totale hulpaanbod van de organisatie is een must.

2.2. De positionering van onlinehulpverlening¹

Welke plaats neemt onlinehulpverlening in, nu en in de toekomst? Over deze vraag zal de organisatie zich buigen.



¹ Het kwaliteitszorgschema is gebaseerd op het model van de European Foundation for Quality Management (EFQM). Voor meer informatie: DEMEULEMEESTER, E., e.a., Integratie kwaliteitszorg, Concepten, methoden en technieken, Tiel, Lannoo, 1997, 630 p. BOCKLANDT, P. en VLAEMINCK, H., Werken met de kracht van beter – op zoek naar zinvolle invulling voor ikz in welzijnswerk, Gent, Balans, 1999, 200 p.

Vragenlijst visie en positionering onlinehulp

Volgende vragen zijn een aanzet om een visie op en positionering van onlinehulp verder te expliciteren.

Vink eerst aan welke vragen voor de organisatie relevant zijn. Ga dan na wat het antwoord is op deze vragen vandaag. Formuleer vervolgens wat de organisatie over 5 jaar wil gerealiseerd zien.

Vragen	nu	over 5 jaar
over eindverantwoordelijken omtrent onlinehulp		
☐ Wordt onlinewerking uitgewerkt door een multidisciplinair team met ict-ers, creatieve ontwerpers, sociale, psychologische en pedagogische deskundigen?		
☐ Hoeveel medewerkers organiseren/ondersteunen de onlinehulpverlening?		
☐ Hoe verhoudt dit aantal zich t.a.v. het aantal medewerkers die andere hulpvormen organiseren/ondersteunen?		
☐ Welke positie hebben de verantwoordelijken voor onlinehulp in de organisatie?		
☐ Hoe verhoudt hun positie zich t.a.v. verantwoordelijken voor andere hulpvormen?		
☐ ...		
over beleid, strategie en deontologie omtrent onlinegesprekken		
☐ Wat is de visie van de organisatie op (communicatie in) de virtuele wereld?		
☐ Hoe draagt onlinehulp bij tot het realiseren van de doelen van de organisatie?		
☐ Zijn er specifieke/prioritaire doelgroepen of thema's bepaald voor onlinegesprekken?		
☐ Is er een beleid i.v.m. veelchatters?		
☐ Hoeveel uren per week biedt de organisatie onlinehulp aan?		
☐ Waarom kies je om juist op déze momenten online te zijn?		
☐ Zit onlinehulp verankerd in verschillende deelvestigingen van de organisatie of is er 1 virtueel onlineteam?		
☐ Hoe worden 'anonimiteit van oproeper en beantwoorder' gedefinieerd en geconcretiseerd?		
☐ Hoe wordt het 'gedeeld beroepsgeheim' voor onlinehulp omschreven?		
☐ Welke consequenties hebben 'anonimiteit' en 'gedeeld beroepsgeheim' voor gespreksuitprints? Zowel in gesprekken met oproepers als onder beantwoorders?		
☐ Is de aansprakelijkheid en verantwoordelijkheid voor de geschreven informatie geregeld? Gaat het om individuele of collectieve aansprakelijkheid?		
☐ Wordt anonimiteit doorbroken bij levensbedreigende situaties?		
☐ ...		

Vragenlijst visie en positionering onlinehulp

Vragen	nu	over 5 jaar
over medewerkersbeleid		
☐ Hoeveel medewerkers zijn beschikbaar voor onlinegesprekken?		
☐ Zijn er medewerkers die alleen onlinebeantwoorder zijn?		
☐ Hoeveel medewerkers zijn bereikbaar voor onlinegesprekken per uur online?		
☐ Is er een basisvorming voor onlinehulpmedewerkers?		
☐ Bestaat er intervisie of supervisie exclusief voor onlinehulpmedewerkers?		
☐ ...		
over middelenbeleid		
☐ (Hoe) worden gespreksuitprints en registratiegegevens over het gesprek bewaard?		
☐ Hoe verhoudt onlineregistratie zich t.a.v. andere registratie- en dossiervorming?		
☐ Wordt onlinehulp gefinancierd via 'gewone werkingsmiddelen' of gaat het vooral om projectfinanciering?		
☐ Kan er voldoende worden geïnvesteerd in computers, software, ruimte voor onlinehulporganisatoren en -beantwoorders?		
☐ Kunnen medewerkers thuis onlinebeantwoorder zijn?		
☐ Is er systematisch aandacht voor vernieuwingen in onlinehulp in het welzijnswerk?		
☐ Is er oog voor de aantrekkelijkheid van de website en gesprekssoftware?		
☐ ...		
over processen		
☐ Is onlinehulp een experiment of een volwaardige hulpvorm?		
☐ Welke e-hulpvormen worden gebruikt?		
☐ e-mailhulpverlening		
☐ informatieve websites		
☐ zelfhulpprogramma's		
☐ forums voor oproepers		
☐ onlinegesprekken		
☐ ...		
☐ Hoe verhouden onlinegesprekken zich t.a.v. die andere e-hulpvormen?		
☐ Welke andere hulpvormen worden gebruikt?		
☐ face-to-facecontacten		
☐ telefonische hulpverlening		
☐ ...		

Vragenlijst visie en positionering onlinehulp

vragen	nu	over 5 jaar
☐ Hoe verhouden onlinegesprekken zich t.a.v. die andere hulpvormen?		
☐ onlinegesprekken zijn een autonome hulpvorm		
☐ onlinegesprekken zijn een complementaire hulpvorm		
☐ onlinegesprekken dienen als toeleiding naar andere hulpvormen		
☐ onlinegesprekken zijn intermediaire hulp (in afwachting van ...)		
☐ onlinegesprekken zijn een deel van de hulpverleningsmix		
☐ ...		
☐ Kiest de organisatie voor eenmalige onlinehulp of voor langdurige onlineprocessen?		
☐ Kan onlinehulp bestaan uit een praatje? Of moet er een hulpvraag zijn? Of een crisis?		
☐ ...		
over oproepers – het doelpubliek en het bereikte publiek		
☐ Welk doelpubliek wil de organisatie via onlinehulp bereiken?		
☐ Zijn er gegevens beschikbaar over de tevredenheid van de oproepers over de onlinehulp?		
☐ ...		
over medewerkerstevredenheid		
☐ Hoe groot is het verloop van medewerkers die onlinehulp bieden?		
☐ Kunnen medewerkers hun tevredenheid of opmerkingen over onlinehulp signaleren?		
☐ ...		
over waardering door de samenleving		
☐ Weten burgers dat de organisatie onlinehulp aanbiedt?		
☐ ...		
over resultaten		
☐ Hoeveel onlinegesprekken worden gevoerd per jaar?		
☐ Hoe verhoudt het aantal onlinegesprekken zich t.a.v. andere 'cliëntcontacten'?		
☐ Welke oproepers bereikt de organisatie via onlinehulp?		
☐ Hoe verhoudt het aantal oproepers zich t.a.v. het aantal oproepen?		
☐ Worden de beoogde doelgroepen voor onlinehulp bereikt?		
☐ ...		

Vragenlijst visie en positionering onlinehulp

Hierna formuleren we nog enkele visie- en positioneringsopdrachten voor OHUP

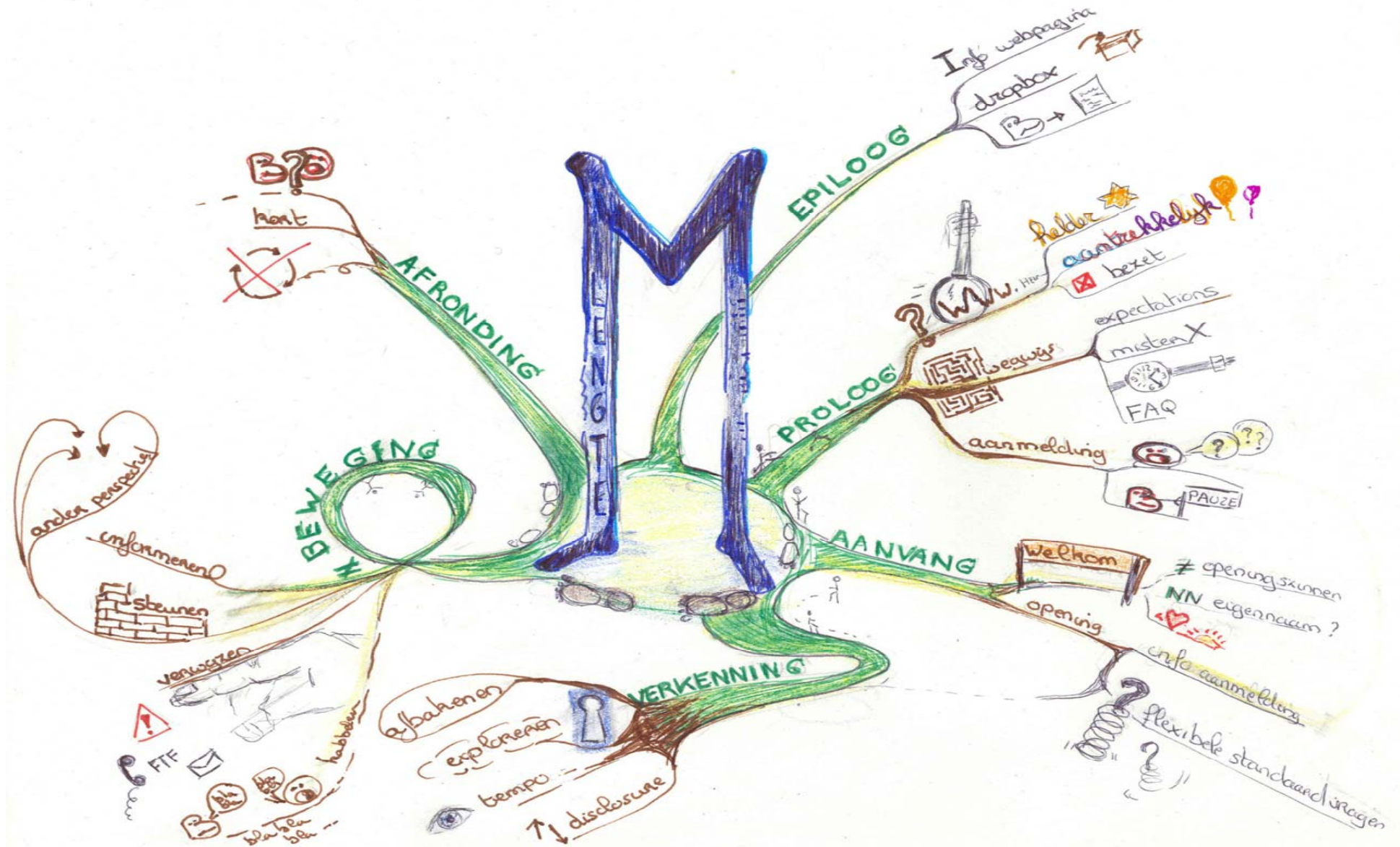
☐ Moet OHUP in kaart brengen wat de meerwaarde (o.a. inhoudelijk, doelgroepen, economisch ...) is van onlinehulp?
☐ Hoe positioneert deze onlinehulp zich t.a.v. de wildgroei op het internet?
☐ Moet OHUP werk maken van een label 'kwaliteitsvolle evidence based onlinehulp'?
☐ Moet OHUP werk maken van gemeenschappelijke hard- en software voor onlinehulp?
☐ Moet OHUP werk maken van een gemeenschappelijke onlinehulpwebsite?
☐ Moet OHUP werk maken van een deontologische code voor onlinehulpverleners?
☐ Moet OHUP de registratie van veelchatters in verschillende organisaties op elkaar afstemmen?

Het is niet alleen belangrijk om in de organisatie een duidelijke visie te bepalen op onlinehulpverlening en op de positionering er van. Het is voor een goede ontwikkeling van onlinehulpverlening ook essentieel:

- om te beseffen dat deze visie en deze positionering dynamisch is en zal blijven evolueren;
- om deze visie en positionering duidelijk te verwoorden naar alle medewerkers, het publiek en het welzijnswerk(beleid).

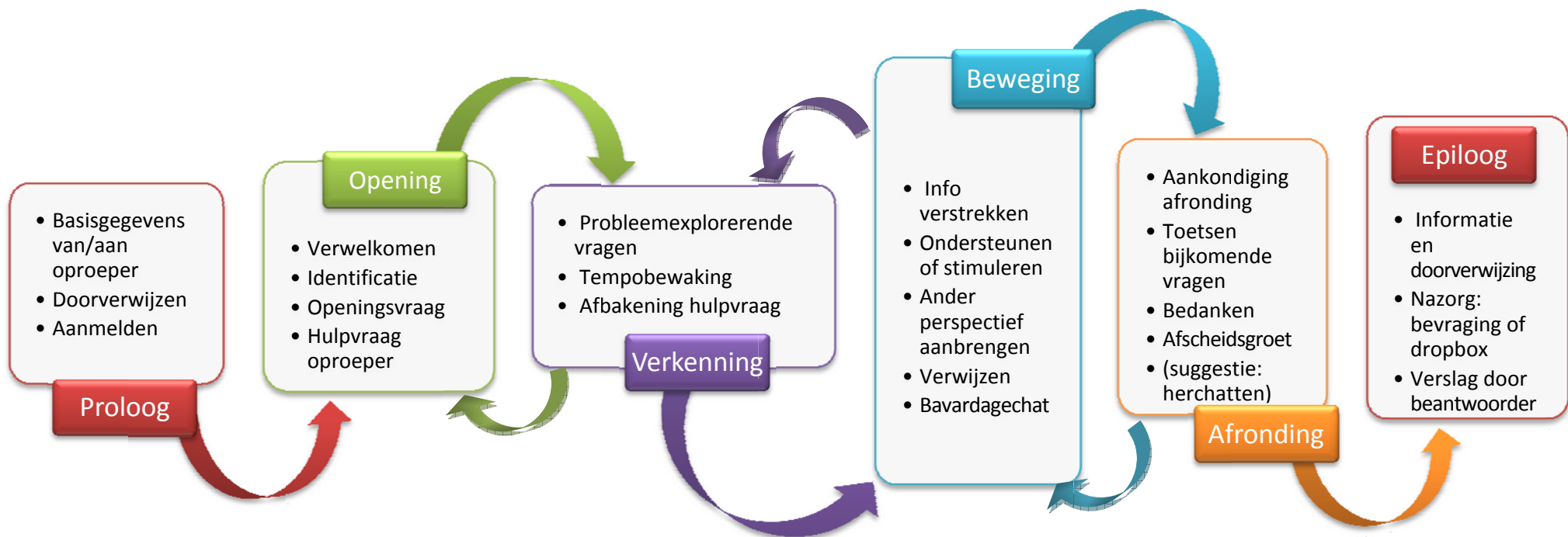
Aanbevelingen

- Besteed in de basisvorming regelmatig aandacht aan de visie en positionering van onlinehulpverlening in de organisatie.
- Inventariseer alle vragen, bedenkingen en voorstellen die met visie en positionering van onlinehulp te maken hebben.
- Hou het evoluerende onlinehulplandschap in het oog en durf de visie en positionering te herbekijken.
- Onlinehulp opzetten vergt een belangrijke investering. Een beperkt groeiend kwaliteitsvol experiment is prima. Maar als de bereikbaarheid voor oproepers (te) beperkt blijft, creëert het ook frustratie bij het doelpubliek. Beslis tijdig om ofwel door te groeien ofwel om het experiment stop te zetten.
- Bediscussieer binnen OHUP regelmatig (de diversiteit van) visie en positionering.
- Bewaak dat visie en positionering helder verwoord staan op de website vóór de oproeper de gesprekskamer binnengaat.
- Informeer andere welzijnsorganisaties en het Vlaamse welzijnsbeleid geregeld over de (wijzigende) visie en positionering van online.



3. Methodiek – een structuur in de lengte

Hoe verloopt een onlinegesprek? Welke diverse stappen laten zich onderscheiden? Onderstaand schema laat zien dat het procesverloop niet uitsluitend lineair verloopt, maar ook iteratief (de pijlen lopen in beide richtingen). In de praktijk zullen sommige stappen gelijktijdig verlopen of dient de beantwoorder af en toe terug te schakelen naar een eerdere stap.



3.0. De proloog

De proloog is de fase die aan het doorklikken naar de gesprekskamer voorafgaat. Het is evenwel belangrijk om zorg en aandacht aan deze proloog te besteden. De bereikbaarheid van de website, de informatie die over het gesprek en de onlinehulpkamer wordt gegeven creëren immers mee de condities voor een goed gesprek.

3.0.1. De websites van OHUP-organisaties

De website is hét werkmiddel bij uitstek van onlinehulp. Het informeert en stimuleert de oproeper tot een adequaat gebruik van de dienstverlening.

Aanbevelingen

- De bereikbaarheid van onlinehulporganisaties op het internet is essentieel. Bewaak vooral de toegankelijkheid van de website. Vermijd technische drempels.
- Een onlinehulpwebsite oogt professioneel en is afgestemd op de doelgroep. Ze bevat heldere en overzichtelijke informatie. De vorm moet de inhoud ondersteunen. Een sobere lay-out is vaak gebruiksvriendelijker dan een 'hippere' versie.
- Ook occasionele oproepers moeten probleemloos het softwareprogramma kunnen begrijpen. De bediening is eenvoudig voor jong en oud.
- De website geeft aan de oproeper correct feedback over de wachttijd wanneer de gesprekskamer bezet of inactief is of bij technische problemen.
- De link naar de gesprekskamer is duidelijk zichtbaar op de homepage van de website. Met één enkele klik is de toegang naar de gesprekskamer bereikbaar. Deze link werkt altijd, ook als de gesprekskamer bezet of inactief is.
- Informeer over de gevolgen van een bepaalde actie, zoals het klikken op een link. De oproeper moet altijd weten wanneer hij naar de portaalsite doorklikt of wanneer hij op de gesprekskamer zelf zal belanden. Een nieuwsgierige surfer wil niet onverwachts een begroeting op het gesprekscherm zien verschijnen.
- Garandeer dat onlinezoekprogramma's zoals Google, de onlineorganisatie vlot opspoort, zonder omleidingen. Ga na wat de inhoudelijke zoektermen zijn van de doelgroep.
- Overweeg het opmaken van een overkoepelende website of portaal, die alle organisaties en openingsuren vermeldt. Installeer een rechtstreekse link naar de beschikbare gesprekskamers. Vul de site aan met andere onlinehulpmiddelen, FAQ's, links naar relevante info op het internet en doorverwijzing naar offlinehulp (de sociale kaart).

3.0.2. Basisinformatie en doorverwijzingen op de website

Vooraleer een oproeper in de gesprekskamer arriveert, moet hij/zij over voldoende basisgegevens beschikken om de verwachtingen omtrent het verloop en de mogelijkheden van het onlinegesprek realistisch te houden.

Aanbevelingen

- Vertel wat de oproeper kan verwachten. Geef een voorbeeld van een onlinehulpscherm. Beklemtoon dat de oproeper het onderwerp mag bepalen.
- Geef info over de anonimiteit en veiligheid van het medium. Vermeld dat er geen sporen van het gesprek op de computer zullen achterblijven.
- Geef uitleg over de beantwoorders en motiveer hun anonimiteit en de begrenzing van de onlinegesprekstijd.
- Indien van toepassing, leg uit waarom gesprekken worden bewaard voor onderzoek en interne vorming.
- Geef een indicatie van de beschikbare onlinegesprekstijd. Laat weten dat de oproeper het onlinehulpgesprek altijd kan afsluiten.
- Als de gesprekskamer bezet is, geef dan een inschatting over de wachttijd en verwijs door naar andere hulpbronnen. Geef het aantal wachtenden weer. Registreer de aanmelding en maak een (anonieme) wachtrij. Behandel de oproepers in volgorde van aanmelding.
- Als de gesprekskamer inactief is, geef dan aan wanneer de gesprekskamer wel open is en verwijs door naar andere hulpbronnen.
- Geef duiding over de organisatie: het doel, het hulpaanbod en de manieren waarop de organisatie bereikbaar is.
- Voorzie bijkomende informatie voor de nieuwsgierige oproeper. Gezien de openingsuren beperkt zijn, kan een potentiële oproeper geholpen zijn met een overzicht van andere hulpbronnen of een FAQ-pagina.

3.0.3. De aanmelding

De aanmelding is een tussenstap tussen de proloog en de aanvang van het feitelijke onlinegesprek. Op het moment dat de oproeper heeft doorgedrukt naar de gesprekskamer wordt hem/haar gevraagd om informatie te geven over zichzelf - via het intikken van een nickname - en over de hulpvraag of probleemformulering.

Aanbevelingen

- Laat de oproeper volledig vrij om de eigen nickname te kiezen. De nickname van de oproeper kan voor de beantwoorder een bron van informatie zijn. Later in het onlinegesprek kan een nickname een relevant thema zijn.
- De probleemaafbakening bevat een reeks vragen. Stel vooral eenvoudige en open vragen, die de oproeper niet afschrikken. Het gebruik van verplicht in te vullen probleem aanduidingen kan een extra drempel vormen.
- Wanneer een vorig gesprek afgelopen is, zorg dan dat de volgende oproeper een melding krijgt dat het gesprek weldra zal starten, maar laat het nieuwe gesprek niet automatisch starten. Zorg dat de beantwoorder de tijd heeft om zich voor te bereiden op een nieuw gesprek en zelf de gesprekskamer open te zetten om de nieuwe oproeper te verwelkomen.

3.1. De opening van het onlinegesprek

De opening van het onlinegesprek is de introductie waarin beantwoorder en oproeper elkaar begroeten en kennismaken. Vaak omvat deze fase slechts enkele regels (of berichten). Toch wordt in dit gespreksfragment de toon van het onlinegesprek bepaald.

3.1.1. De start: verwelkoming, identificatie gesprekspartners en openingsvraag

De start bestaat uit een verwelkoming, een identificatie van de gesprekspartners, gevolgd door een openingsvraag die leidt tot de eerste verwoording van de hulpvraag van oproeper.

Aanbevelingen

- De beantwoorder neemt best het initiatief om het onlinegesprek te openen.
- Zorg voor een hartelijke verwelkoming. Besef dat de oproeper waarschijnlijk al een flinke drempel heeft moeten overwinnen om zich aan te melden.
- De identificatie van de beantwoorder sluit aan bij de *nickname* (voornaam en/of organisatienaam of een alternatieve naam), en kan eventueel verder worden uitgebreid met andere persoonsgegevens. De naam van de organisatie kan altijd (opnieuw) worden vermeld om het professionele karakter te benadrukken. Wie geen persoonsgegevens meedeelt in de nickname of bij aanvang, verhoogt de drempel voor de oproeper.

Een fictief voorbeeld: *Linda (JAC) = Hallo, met Linda van JAC Brugge. Welkom op onze chat. Waarmee kan ik je helpen?*

3.1.2. De overstap naar de hulpvraag

De opening van het onlinegesprek creëert een communicatieve basis die vertrouwen geeft aan de oproeper om een hulpvraag te (durven) stellen. Hiertoe zal de beantwoorder een openingsvraag stellen.

Aanbevelingen

- Indien de oproeper informatie verstrekte in de proloog, kan de beantwoorder hierop verder borduren tijdens de aanvang.
- Indien de oproeper niet meteen initiatief neemt, kunnen meer algemene vragen over de oproeper, zoals leeftijd, schooljaar, geslacht ... aansluiting geven met de leefwereld van de oproeper.
- Vaste formuleringen en standaardvragen kunnen een houvast bieden bij de aanvang.

Vermijd rigiditeit: elk gesprek is anders.

Voorbeelden van mogelijke standaardvragen:

"Ben je al eens op onze chat geweest?"

"Waarover wil je praten?"

"Wil je iets vragen of vertellen?"

3.2. Verkenning en afbakening van de hulpvraag van de oproeper

Na het formuleren van de hulpvraag, volgt de probleemverkenning en afbakening.

Niet zelden snijdt de oproeper meerdere probleemaspecten of diverse situaties aan.

Afbakening en doelbepaling zijn dan nodig.

Aanbevelingen

- Gun de oproeper de kans om zelf een eerste afbakening te maken over het gespreksthema. Begin met algemene vragen indien de oproeper geen specifieke probleemstelling aangeeft.
- Wees alert voor het tempo van de onthullingen: hoeveel informatie verschijnt er in één bericht?
- Bekijk de intensiteit van de informatie en stimuleer de oproeper eventueel om te doseren.
- Doe inspanningen om de mededelingen van de oproeper te begrijpen.
- Verken de problematiek door naast inlevende ook feitelijke vragen te stellen.
- Beheers de neiging tot (te snelle en voorbarige) probleemoplossende impuls.
- Schat de graad van zelfonthulling (of disclosure) van de oproeper in.
- Stel bijkomende feitelijke vragen over de leefsituatie bij *underdisclosure* (het nog niet durven meedelen) en verwijs eventueel naar de nickname of de aanmeldingsinformatie.
- Vraag de beantwoorder tot het selecteren van één thema bij *overdisclosure* (te veel en overvloedige info). Deze selectie kan gebeuren door te vragen wat er voor de oproeper *hier en nu* belangrijk en haalbaar is om te behandelen.
- Wees pragmatisch en realistisch: welke exploratie is haalbaar binnen de beschikbare tijdsduur en binnen het mandaat van de organisatie?

3.3. Beweging in het onlinegesprek

De term 'beweging' wijst op diverse hulpvormen, aangeboden tijdens een onlinegesprek. Al klinken de namen van deze hulpvormen vertrouwd en traditioneel – bijvoorbeeld: informatie of ondersteuning - toch zorgt het onlinemedium voor een specifieke invulling. Er is geen sprake van actie, van verandering of oplossing. Veeleer gaat het om 'een kantelmoment': een lichte wijziging, een mogelijk perspectief, iets waarmee de oproeper eventjes verder kan ... Deze 'beweging' laat zich niet altijd heel exact afbakenen. Soms zal er zelfs tijdens de exploratie van een hulpvraag al sprake zijn van een wijziging. Door de aard van de vragen tijdens het exploreren kan de oproeper immers al een nieuwe kijk krijgen op de hulpvraag. De oproeper realiseert zich bijvoorbeeld dat zijn/haar hulpvraag meer of andere consequenties heeft dan eerder ingeschat. Beweging drukt zich uit via subtiele wijzigingen in tekst en tekens, plaatsveranderingen of wisselende tijdsperspectieven.

3.3.1. Informeren

Wat is het?

Informeren betekent een vorm van gepersonaliseerde kennisoverdracht. Naast formele kennis over wetgeving, regelgeving, sociale kaart bestaat er ook informele kennis, ervaringskennis, kennis over sociale fenomenen, sociale situaties. Specifiek voor informatieve vragen is er online de beschikbaarheid van het ruime internetinformatieaanbod. Wie informatie op maat van de oproeper wil, zal de kennisbodem van de oproeper via het scherm moeten inschatten.

Aanbevelingen

- o Honoreer elke vraag naar informatie. Honoreren wil niet zeggen beantwoorden, wél erkennen dat je de vraag gelezen hebt.
- o Weersta aan het dwingende karakter van vraagtekens op het scherm. De beantwoorder mag zich niet laten verleiden of dwingen tot (té) snelle antwoorden op vragen maar kan beter de vraag eerst rustig verkennen, ook al neemt het aantal vraagtekens toe. Wél kan de beantwoorder 'tijd' vragen aan de oproeper. Bijv. "ik zie veel ????, wacht even"
- o Bij formele of juridische informatie:
 - o Toets zorgvuldig de exactheid van de gegevens: leeftijd van de oproeper, datum van het vonnis enz.
 - o Omschrijf het vakjargon, in voor de leeftijd begrijpelijke termen. Geef desnoods een voorbeeld.
 - o Vermijd lange informatieve berichten: splits informatie op in begrijpelijke korte berichten.
 - o Deel op voorhand mee aan de oproeper dat het antwoord best wat tijd zal vergen.
 - o Overweeg of online het meest adequate medium is voor deze informatie. Verwijs eventueel naar e-mail (dit geeft de beantwoorder meer tijd om de vraagstelling grondig uit te zoeken) en/of verwijs naar websites.
 - o Zeg liever dat je een antwoord niet weet dan dat je halve waarheden of foutieve informatie meegeeft.
 - o Denk aan de deontologische consequenties bij het intikken van foutieve informatie.

- o Bij vragen naar informatie over informele kennis, sociale fenomenen:
 - o Probeer de betekenis van de vraag te achterhalen. Waarom is de informatie zo belangrijk op dit moment?
Vragen naar informatie zijn soms veilige opstapjes naar moeilijkere, complexe thema's. Bij nader exploreren, blijkt het niet te gaan om informatie maar wel om een vraag naar ondersteuning of inzicht.
Voorbeelden:
 "Is het best om een afscheidsbrief te schrijven of niet?" (suïcidale oproeper)
 "Kan ik beter nu meedelen aan mijn moeder dat ik homoseksueel ben of liever nog wat uitstellen?"

3.3.2. Ondersteunen / stimuleren

Wat is het?

Ondersteunen is elke vorm van aanmoediging, geruststelling, beveiliging, empathie of waardering. Ondersteunen en stimuleren helpen om de onzekerheid, de twijfel of schaamte van de oproeper te reduceren. Een bijkomend effect is het tot stand brengen of bevorderen van de chatalliantie: de relatie tussen oproeper en beantwoorder.

Aanbevelingen

- o Beschouw aanmoediging tot het vertellen tijdens de probleemexploratie, als een kans tot beweging. Het probleem hoeft niet te worden uitgesproken, maar ingetikt via het scherm: een eerste stap die leidt tot probleembesef.
- o Besef dat onlineondersteuning door de beantwoorder soms vrij uitgesproken of directe feedback vanuit de oproeper genereert. Voorbeeld: de beantwoorder schrijft: *"ik kan begrijpen dat je met heel wat gevoelens zit"*, waarop de oproeper reageert met: *"NIE TE MEELIG DOEN E. kan daar niet tegen"*
- o Vermijd gratuite uitingen van begrip in de beginfase: wie te weinig informatie heeft over de oproeper en over de situatie kan zich nog moeilijk een beeld vormen van de oproeper. Voorbeeld: B: *"Je bent wel erg zorgzaam"*. O: *"Nee dat ben ik niet."*
- o Bewaak de aard en frequentie van emoticons als uiting van het effect op ondersteuning. Versterken de emoticons wat al eerder op het scherm als tekst voorkwam? Of vereist het emoticon bijkomende uitleg?
- o Moedig de oproeper aan om haalbare stappen te zetten. Anticipeer op eventuele mislukkingen.
- o Wees je ervan bewust dat het geven van 'virtuele knuffels' –(voorbeeld: *"((((((((())))))))"*) de chatalliantie kleurt en mogelijk hypothekeert. De grens tussen vriendschappelijk chatten en professionele onlinebavardage vernauwt hierdoor.

3.3.3. Ander perspectief aanbrengen

Wat is het?

Een ander perspectief bieden, is een vorm van inzicht bijbrengen of reflectief werken. De beantwoorder hoopt via het intikken van nieuwe gezichtspunten of door het betwijfelen van eerder op het scherm verschenen standpunten de oproeper te beïnvloeden.

Voorbeelden:

B: *"Ik had je graag op andere gedachten gebracht."*

B: *"Stel dat 1 dag = 1 jaar, dan zou je nog dertig jaar te leven hebben."*

Aanbevelingen:

- o Gebruik de voorwaardelijke tijd bij het intikken van perspectieven.

Voorbeelden:

B: *"Zou het kunnen betekenen dat ...";*

B: *"Misschien zou je al eens kunnen denken in de richting van ..."*

- o Besef dat tijd en tempo bij het in overweging nemen van (nieuwe) perspectieven een belangrijke rol spelen.
- o Ga na hoelang de oproeper wacht vooraleer een reactie op het nieuwe perspectief in te tikken.

Reserveer perspectiefbiedende of perspectiefwijzigende berichten tot na de exploratie.

Lees zorgvuldig de reactie op de nieuwe perspectieven. Komen er bezwaren? Verschijnen er tekens van (lichte) aarzeling?

Verontwaardiging? Discussie?

Voorbeeld:

B: *"wat ben je dan van plan?"*

O: *"uit het raam djumpen"*

B: *"ben je aan het typen?"*

O: *"ach wat zeg ik nu toch allemaal sebiet breng je me nog op andere gedachten"*

B:

B: *"twijfel je of je het dan gaat doen? "*

O: *"NEE"*

O: *"en doe me niet twijfelen ook e"*

3.3.4. Verwijzen

Wat is het?

Verwijzen wil zeggen dat de oproeper wordt aangespoord om andere diensten of kanalen (e-mail, face-to-face, telefoon) te benutten voor verdere hulpverlening. Dat kan omdat een andere dienst een meerwaarde kan betekenen of omdat de vraag van de oproeper niet volledig aansluit bij de doelstellingen van de dienst en/of van het onlinemedium.

Aanbevelingen

- o Besef dat veel oproepers duidelijk kiezen voor het onlinemedium. Verwijzen naar offlinediensten is niet evident.
- o Benut en apprecieer de onlinevaardigheid van de oproeper: verwijs naar andere onlinehulpdiensten of websites.
- o Controleer of de informatie over andere diensten exact is.
- o Tast de weerstand of obstakels zorgvuldig af bij de oproeper.
- o Vermijd solidariseren met de oproeper tégen collega-hulpverleners. Evaluerende uitspraken op het scherm blijven in het geheugen geprent.
- o Overweeg de relevantie van follow-up van verwijzing. Stimuleer wel/niet (afhankelijk van de doelstelling van je organisatie) dat de oproeper nog laat weten of hij/zij het verwijzingsadvies opvolgde.
- o Wees je bewust van de visie van je organisatie. Prefereert die vooral interne of externe verwijzing?

3.3.5. Bavardagechat

Wat is het?

Een bavardagechat – in de spreektaal ‘kabbelende chat’ genoemd - is een onlinegesprek dat niet zozeer focust op problemen dan wel gewoon tegemoetkomt aan de behoefte tot praten over dagelijkse faits divers. Moedigt je organisatie deze vorm van onlinegesprekken aan? Is het een kernopdracht? Een drempelverlager?

Aanbevelingen

- o Overweeg of je (jonge, nieuwe) oproepers via bavardage de kans wilt bieden om het medium te leren kennen. Het kan een veilige bodem creëren. Wie bavardage ziet als toeleiding, zal de bavardagetijd bewaken en afwegen tegenover de overige gesprekstijd.
- o Besef dat afsluiten in bavardage vaak niet eenvoudig is – hanteer hierbij vooral de (maximum) beschikbare tijd als leidraad.

3.4. Het onlinegesprek afronden

De afronding van het onlinegesprek begint als een van de twee onlinegesprekspartners het slot van het onlinegesprek aankondigt. Deze afronding gebeurt niet zelden in twee stappen: het 'begin' van de afronding en het 'effectieve einde'.

Aanbevelingen

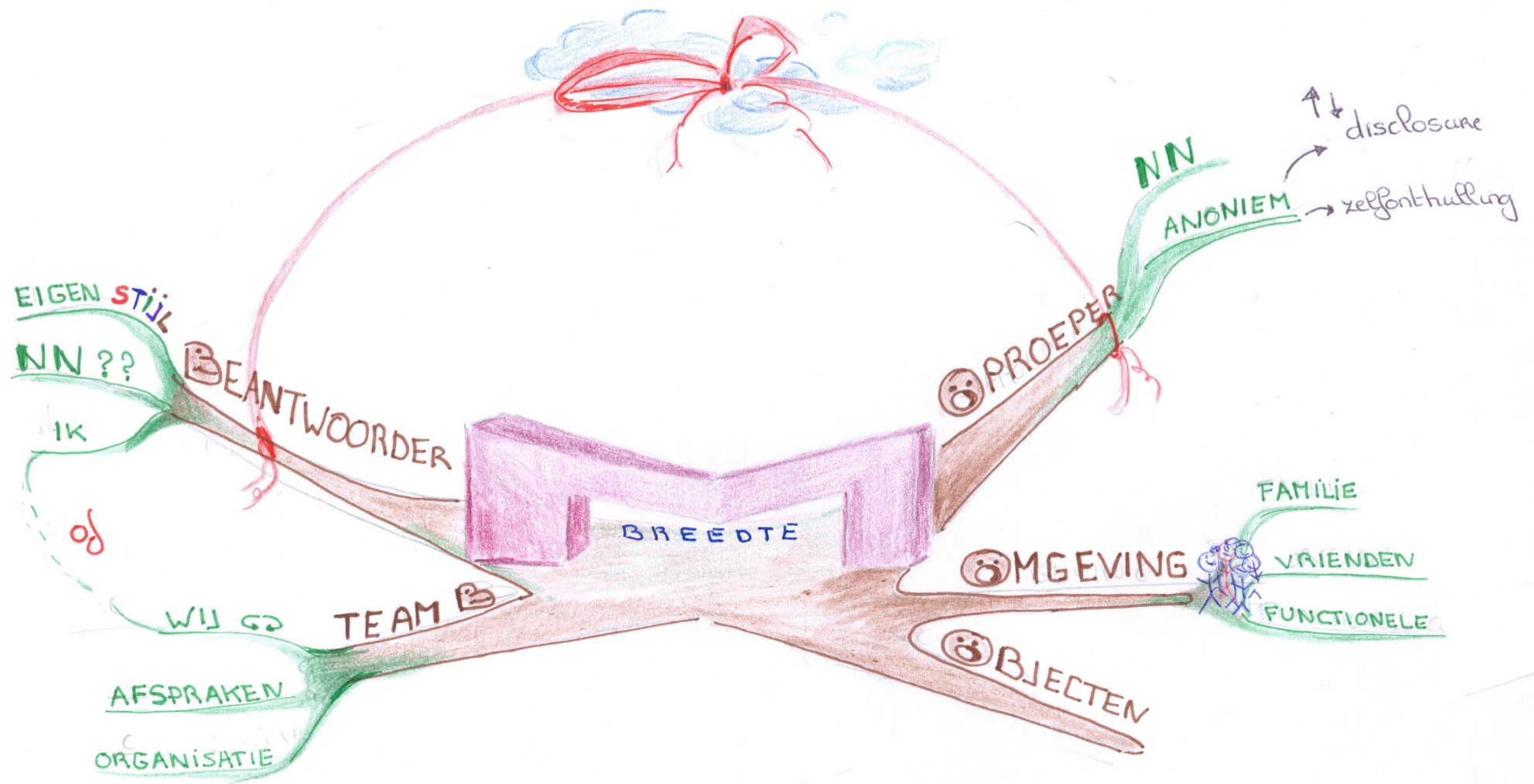
- Het begin van de afronding gebeurt best door de beantwoorder maar sta toe dat de oproeper zelf bepaalt om af te sluiten.
- Zet de afronding in wanneer er geen nieuwe inhoudelijke vragen worden gesteld. Toets of de oproeper nog een resterende vraag heeft.
- Hou rekening met organisatiegebonden grenzen, zoals openingsuren, wachttijden en maximale gespreksduur. Verwijs er eventueel naar: oproepers hebben er doorgaans begrip voor.
- Vermijd onlinegesprekken die meer dan een uur duren maar wees hierin flexibel als het een kwalitatieve meerwaarde kan hebben.
- Kondig het einde van het gesprek op voorhand aan, de oproepers zullen hierdoor sneller zelf afronden.
- Verwijs door naar relevante online- of offlinehulpmiddelen (of herhaal een al gedane doorverwijzing) op het eind van het gesprek.
- Vermijd herhalingen of het 'rondjes draaien' tijdens de afronding.
- Nodig eventueel uit om later opnieuw te chatten (als dit past binnen de organisatievisie).
- Geef aandacht aan een vorm van bedanking en/of tik een afscheidsgroet in. Vraag naar een evaluatie van het gesprek of bied mogelijkheid tot terugkoppeling: "*Wat heeft het gesprek jou opgeleverd?*" of "*Heeft het gesprek je een beetje tot rust gebracht?*".
- Indien de oproeper voortijdig de onlinegesprekskamer wil verlaten, suggereer dan om op een later moment terug te komen.
- Als de oproeper plots verdwijnt, sluit dan alsnog het gesprek op professionele wijze af. Wie weet kijkt de oproeper nog mee.
- De laatste zin kan van de oproeper of de beantwoorder komen. Zeg bijv. dat de oproeper het programma mag afsluiten.

3.5. Epiloog

De epiloog is de fase van het beëindigen van het onlinegesprek. De beantwoorder kan de oproeper mogelijkheden tot nazorg en continuïteit bieden. De beantwoorder benut de epiloog voor reflecties en signalering.

Aanbevelingen

- Bied relevante informatie aan op de webpagina die de oproepers te zien krijgen bij het afsluiten van het onlinegesprek. Plaats hierop bijvoorbeeld weblinks, FAQ's en ander hulpaanbod.
- Geef de oproepers een kans tot verdere reflectie na het onlinegesprek. Dit kan bijv. via een bevraging, een dropbox voor reacties of een e-mail naar de beantwoorder.
- Overweeg de mogelijkheid om de oproepers de kans te geven het onlinegesprek te downloaden of te bewaren.
- Maak als beantwoorder een kort reflectieverslag na elk onlinegesprek en benut dit bij intervisie- of supervisiegesprekken en/of als houvast bij vervolgonlinegesprekken.



4. Methodiek – een structuur in de breedte

Welke actoren zijn betrokken in het proces van onlinehulpverlening? Wat is hun specifieke betekenis? Op welke competenties worden ze aangesproken?

4.1. De oproeper en zijn omgeving

Met oproeper bedoelen we de persoon die onlinehulpverlening inschakelt voor zijn/haar hulpvraag en/of een hulpvraag van een derde. Een oproeper is niet zomaar gelijk te schakelen met een cliënt - de geijkte term uit het traditionele methodiekkader. Het eerste verschil betreft de graad van anonimiteit; het tweede verschil betreft de bijzondere intimiteit van een oproeper, aangeduid als het fenomeen van 'disinhibition'.

4.1.1. De oproeper en zijn/haar nickname

Anonimiteit is het handelsmerk van onlinehulpverlening. Het is een medium zonder gezicht, zonder stem, zonder geur, zonder tastzin, zonder leeftijd. Een oproeper bestaat virtueel via het creëren van een nickname. Hiermee begrenst de oproeper zijn/haar persoonlijke levenssfeer. Deze nickname kan zeer divers zijn: een eigenaam, een kenmerk, een citaat, een probleemaanduiding. De nickname is een (eerste) sleutel tot 'disclosure' of zelfonthulling. Het proces van zelfonthulling verloopt niet altijd rimpelloos. Het gaat om een continuüm van underdisclosure tot overdisclosure.

Aanbevelingen

- Wees alert voor de nickname: het is de eerste informatie waarmee de oproeper zichzelf definieert en positioneert.
- Besef dat de nickname (nog n)iets zegt over de identiteit. Een vrouwelijke nickname kan door een mannelijke oproeper worden ingezet. Een verkleinwoord: bijvoorbeeld '*little girl*', zegt niet noodzakelijk iets over de leeftijd.
- Lees aandachtig of de oproeper zelf zijn/haar nickname verklaart of daar naar refereert tijdens het onlinegesprek.
- Vraag als beantwoorder tijdens de exploratie meer informatie over de nickname. Brengt de nickname een zekere gêne of schroom die vrijelijk exploreren verhindert?
- Maak bewust en beheerst gebruik van de nickname om de chatalliantie te intensifiëren.
- Overdrijf niet: aan elk onlinebericht de nickname toevoegen, kan opdringerig werken.
- Wees waakzaam in het lezen én inschatten van de zelfonthulling of 'disclosure': Hoe onthult de oproeper iets van zichzelf? Door het gebruik van persoonlijke voornaamwoorden? Of krijg je informatie over de leeftijd via het spreken over school of jeugdbeweging? In welke tijd onthult de oproeper: vooral of uitsluitend in de tegenwoordige tijd? In het verleden? In de toekomst: als een wensbeeld? Is er sprake van 'underdisclosure' en blijft de oproeper spaarzaam in het onthullen van zichzelf en de problematiek?

Voorbeeld: de oproeper vermijdt systematisch (of in bepaalde gespreksfragmenten) het gebruik van het voornaamwoord 'ik'.

Voorbeeld: de oproeper omschrijft het probleem via afkortingen of laat opmerkelijke stiltes.

Toont de tekst op het scherm veel intieme gegevens op korte tijd in een snel tempo, dan is er 'overdisclosure'.

4.1.2. De omgeving van de oproeper

De *omgeving* van de oproeper is een containerbegrip. De term verwijst zowel naar de dichte familieleden van de oproeper (al of niet lijfelijk aanwezig in de onlinegespreksruimte), als naar vrienden en functionele contacten die al of niet gepersonaliseerd zijn.

Aandachtspunten

- Lees aandachtig waar en in welke termen de oproeper iets schrijft over zijn/haar omgeving. In welke taal en tekens wordt de omgeving aangeduid? Krijgen vrienden een naam? Voorbeeld: *"een bepaald iemand zou ik nog eens willen zien, gewoon om te zeggen dat ..."*, *"iemand anders in de familie"*. Worden hulpverleners vooral gedepersonaliseerd? Voorbeeld: *"ik had vroeger een tijd contact met een psy"*; *"ben nog naar verschillende diensten gegaan"*.
- Besef dat onlineoproepers misschien vooral virtuele contacten hebben: exploreer hun netwerken en vaak gefrequenteerde chatrooms.
- Exploreer dus niet alleen met wie ze al over hun problemen hebben gesproken, maar ook of en met wie ze hierover al online spraken.

4.1.3. Objecten als personages

De omgeving bestaat lang niet altijd louter uit personen. Ook objecten, dieren, abstracte begrippen kunnen in gesprekken soms 'gepersonaliseerd' worden en daardoor heel betekenisvol voor de oproeper. Zo kan een object of een begrip een essentiële actor zijn van waaruit de oproeper zijn evolutie schetst.

Aandachtspunten

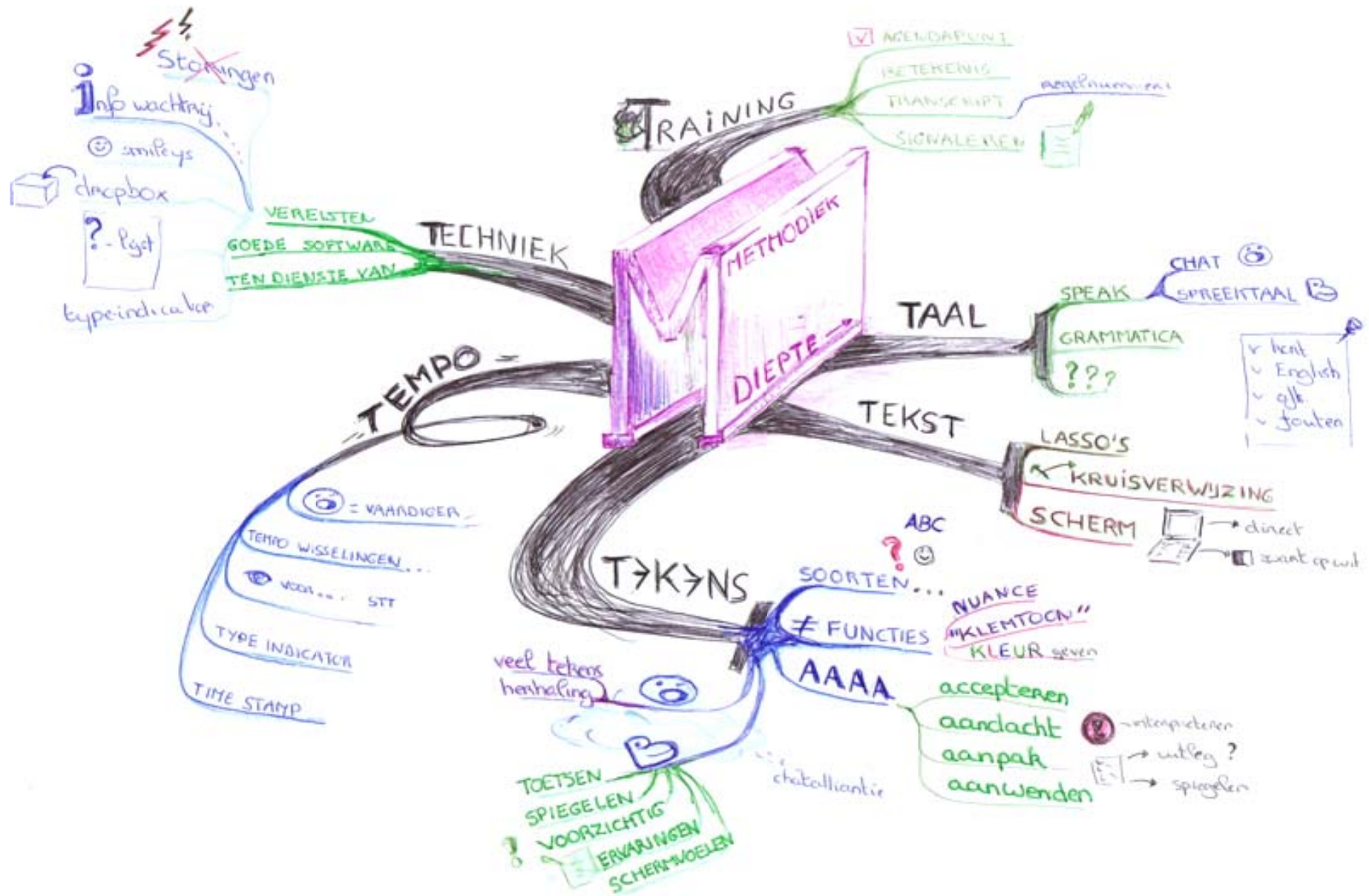
- Ga na of en waar objecten, dieren of abstracte begrippen als het onderwerp in de onlinezin van een bericht voorkomen. Voorbeeld: *"er is een reden"*, *"de ziekte achtervolgt me"* of *"de zaken die gebeurd zijn"*.
- Zijn er verschillen in de wijze waarop de oproeper schrijft over personen en over objecten. Voorbeeld: *"een goei pint is mijn vriend"*

4.2. De beantwoorder en zijn team

De beantwoorder of onlinehulpverlener is, net als de oproeper, een virtuele actor die zich uitsluitend uit via tekens op het scherm. Het is tegelijk een gepersonaliseerde (een 'ik') én een geïnstitutionaliseerde actor (een 'wij'). In overleg met de dienst wordt bepaald via welke tekens de actor zich positioneert.

Aanbevelingen

- Besef het belang van de nickname van de beantwoorder. Er zijn verschillende mogelijkheden: een eigen (voor)naam, de naam van de organisatie, een fictieve voornaam, een fictief begrip (Bijv. een sterrenbeeld). Motieven én keuzes worden mee bepaald door de organisatie maar kunnen wijzigen in de loop van de jaren.
- Signaleer in het team onverwachte (neven)effecten van bepaald nicknamegebruik.
- Realiseer je dat een nickname de werkalliantie kan kleuren en sturen. Eigennamen neigen bij oproepers meer de werkalliantie te bewegen in de richting van vriendschappelijke chats. De organisatienaam die telkens bij elk bericht op het scherm verschijnt, kan de oproeper permanent attenderen op de precieze doelstelling.
- Overweeg waar het strategisch wenselijk is om naar een 'wij' te verwijzen in de berichten. Bijvoorbeeld als je iets wilt zeggen over richtlijnen, afspraken of gewoontes binnen de organisatie.
- Wees zuinig met normatieve uitspraken in de ik-persoon geformuleerd als er onvoldoende informatie bekend is.
Voorbeeld: *"Je ouders geloven je niet, maar ik geloof je wél. Je ouders moeten je geloven."*



5. Methodiek – een structuur in de diepte

Een methodiek maakt effectief en efficiënt gebruik van adequate vaardigheden, technieken en middelen. Deze situeren zich in de dieptestructuur van een methodiek. Specifiek voor onlinehulpverlening bevat de dieptestructuur volgende elementen: taal, tekst, tekens, tempo, techniek en training. Samen de 6 T's.

5.1. Taal

Het ontbreken van mimiek, intonatie of andere non-verbale communicatie stelt onlinehulpverlening voor grote uitdagingen. Door de sterke kanalenreductie is online volledig aangewezen op taal. Méér nog, de gehanteerde taal vormt het exclusieve kanaal dat alle boodschappen weergeeft. Om elkaar te begrijpen, zetten oproeper en beantwoorder hun taalgebruik in als instrument. Dat gebeurt niet op een eenvormige manier.

Speak staat voor de taal die online wordt gebruikt. Die varieert van 'toegepast Algemeen Nederlands' over 'geschreven spreektaal' tot pure chattaal. Chattaal kenmerkt zich door een eigen grammatica. Sommige kenmerken zoals het verdwijnen van hoofdletters, vinden we ook bij de 'spreektaal' van de beantwoorder.

≠ { De oproeper gebruikt eerder chattaal om tempo en nuancering in boodschappen mogelijk te maken. De beantwoorder hanteert meer 'geschreven spreektaal' en zoekt 'woorden' om de juiste toon of nuance te formuleren. Taalvaardigheid is meteen een belangrijke competentie van beantwoorders.

*"kdurf gwn ni huile
kvin da zo vernederend"*

"Er wordt AN gepraat. Wij (jongeren) praten tijdens het chatten shat taal. Door het AN gebruik kreeg ik een ongemakkelijk gevoel. Het komt dan zo on-vertrouwt over. Hoe vertrouwd iemand is, hoe openen die persoon kan zijn."

Je moet zeer sterk zijn in taal, in het verwoorden van emoties. Soms heb ik geen woorden genoeg om de cliënt te laten voelen, wat ik wil zeggen."

Chatgrammatica en kenmerken

- Woorden en zinnen worden zo kort mogelijk geschreven.
- Hoofdletters en interpunctie ontbreken vaak.
- Laatste letters (werkwoorden op –en) vallen weg.
- Veelvuldig gebruik van afkortingen.
- Emoticons en smileys zijn dikwijls aanwezig.
- Engelse woorden worden verweven met Nederlandse tekst.
- Woorden zijn vaak aan elkaar geplakt.
- Dialectwoorden worden veelvuldig gebruikt.
- Internetjargon: alledaagse uitdrukkingen leiden in de vorm van letterwoorden een eigen leven.
- Veel ongrammaticale zinsconstructies.
- Veel spelfouten.

Aanbevelingen

- Bedenk dat chattaal eigen is aan de snelheid van het medium. Erger je dus niet aan fouten en probeer niet elke typfout die je zelf maakt recht te zetten.
- Besef dat fouten inherent zijn aan onlinegesprekken. Zorg voor een veilig klimaat waarin fouten 'mogen'. Een te sterk taalbewustzijn werkt remmend.
- Weersta aan de drang om zinnen te herschrijven of te herschikken. Het tempo primeert. Trage beantwoorders zijn minder geschikt voor onlinehulp.
- Wees voorbereid op een gesprek met ongrammaticale, taaie zinsconstructies. Vraag verduidelijking als de boodschap twijfels oproept. Leren decoderen en passend beantwoorden vereist veel oefening.
- Schrijf in korte zinnen. Wissel langere zinnen af met korte. Splits lange berichten op in meerdere berichten.
- Wees zuinig met Engelse woorden en uitdrukkingen. Ze vervagen de grens tussen oproeper en beantwoorder. Die vindt de taal eerder 'geforceerd'. Het is vooral een kwestie van doseren: bijv. op het einde van een gesprek *"Thanks voor het compliment"*.
- Overweeg om als beantwoorder persoonlijke (woorden)lijstjes te maken. Bijvoorbeeld lijsten met synoniemen voor allerlei gevoelens en relaties, met krachtige metaforen, met goede openingszinnen, met bruikbare zinswendingen.
- Geeft je organisatie richtlijnen over het gebruik van fonetische taal, hoofdletters, afkortingen en emoticons? Is er nog ruimte voor een persoonlijke invulling?
- Vraag verduidelijking als je moeite hebt met het taalgebruik van jonge mensen, personen met een beperking, anderstalige oproepers? Lees aandachtig de reacties van de oproeper op je vorige berichten.
- Oefen als beginnende beantwoorder in veilige vormingssituaties - liefst met gebruik van onlinemiddelen. Dit zijn noodzakelijke ervaringsgerichte leermomenten.
- Stem je taalgebruik af op de oproeper. Dat betekent niet dat je dezelfde (chat)taal moet gebruiken, wel dat je probeert op eenzelfde golflengte te komen. Dat kan door je zinslengte aan te passen, bepaalde woorden / begrippen te gebruiken. Voorwaarde hierbij is dat je authenticiteit niet in het gedrang komt.

"Je moet willen zoeken naar taal, iets kunnen uitdrukken op verschillende manieren. Je mag geen vast taalgebruik hebben ..."

5.2. Tekst

In onlinegesprekken praten oproeper en beantwoorder via woorden die op het scherm verschijnen: er is alleen de tekst, onmiddellijk én zwart op wit. Om elkaar te begrijpen moeten er vaak vragen naar explicitering en verduidelijking worden gesteld.

Onlineteksten bevatten lasso's en kruisverwijzingen. In een lasso worden meerdere berichten na elkaar door dezelfde persoon verstuurd. Een lasso bestaat soms uit meerdere afgewerkte zinnen, maar kan ook opgebouwd zijn uit afgebroken delen van eenzelfde zin. Beide vormen hebben een ander effect.

Kruisverwijzingen treden op als gespreksonderwerpen of verhaallijnen gekruist geraken. Dit fenomeen hangt nauw samen met het gesprekstempo. Als iemand snel berichten na elkaar typt, verschijnt de reactie van de ander soms op het scherm nadat de eerste reeds nieuwe berichten heeft toegevoegd. Dit komt vaak voor, leidt weliswaar soms tot verwarring maar heeft op zich nauwelijks effect op het gespreksverloop. Blijkbaar is dit een vertrouwd gegeven voor oproepers. Een goed werkende typindicator kan het aantal kruisverwijzingen reduceren.

Aanbevelingen

- Maak zelf gebruik van lasso's om een langer bericht op te splitsen. De oproeper ziet meteen je boodschap en hoeft niet lang te wachten. Besef dat een lang bericht zonder lasso's moeilijker leesbaar is.
- Weet dat snelle, korte interventies meer nadruk leggen op woorden of zinsdelen.
- Kijk of een lasso door de oproeper, het gesprekstempo beïnvloedt. Dit kan een specifieke betekenis genereren. Het laat bijv. zien dat de oproeper het moeilijk gezegd krijgt of dat emoties in de weg zitten.
- Wees alert op herhalingen in de tekst en probeer de betekenis te decoderen.
- Vraag je af of het plots opduiken van voornaamwoorden nadat ze eerst ontbraken, een betekenis kan hebben.
- Probeer in te schatten of typfouten betekenisvol zijn. Typfouten zijn inherent aan onlinegesprekken maar kennen soms een grillig verloop. Ze doven uit of nemen plots sterk toe en geven een signaal. Bijvoorbeeld: sterk 'emotioneel geraakt zijn', maar ook vermoeidheid of gewoon verlies aan concentratie.
- Neem tijd om boodschappen te toetsen. *"Ik vraag veel: Begrijp je mijn vraag?" "Wat een woord voor de ander betekent, is in mijn referentiekader misschien iets anders."*
- Vraag verduidelijking als je iets niet begrijpt. Een vraag ter verduidelijking hoeft niet persé voluit getypt, maar kan ook door één woord te herhalen, gevolgd door een vraagteken of zelfs via het intikken van één of meerdere vraagtekens.
- Gebruik korte zinnen en klankuitroepen als "OK", "hmm", "amaai"... om aan te geven dat je actief luistert. Wees je er wel bewust van dat klankuitroepen zoals "mmm" verschillend kunnen worden geïnterpreteerd (bevestiging, twijfel, onzekerheid ...)
- Ondersteun de oproeper door het verhaal mee te structureren via specifieke tekstuele interventies. Bijvoorbeeld: herformuleren, parafraseren en concretiseren. Schrijven op zich kan therapeutisch werken voor de oproeper.
- Vat af en toe het verhaal samen. Dat helpt om het doel niet uit het oog te verliezen.
- Probeer kort na een onlinegesprek, het transcript opnieuw te lezen. Dit biedt kansen voor reflectie en diepgang. Zou je dingen anders doen? Ontdek je betekenissen die je tijdens het onlinegesprek niet zag?
- Noteer je vaststellingen én voorbeelden. Archiveer je ervaringskennis en deel die met collega's tijdens interviews.

5.3. Tekens

Onlinegesprekken kenmerken zich, naast een specifiek taal- en tekstgebruik, ook door de inzet van verschillende tekens. Afkortingen, emoticons, hoofdlettergebruik, uitroepen, aanhalingstekens, uitroepetekens, drie puntjes ... verlenen extra betekenis aan de tekst. Tekens vervangen zo ten dele de non-verbale communicatie en maken de tekst levendig. In tekstfragmenten komen vaak meerdere tekens voor. De chatter varieert bovendien in de manier waarop hij iets wil benadrukken, nuanceren of verwoorden. De betekenis van de ingezette tekens is niet eenduidig. Een aanvaardbare interpretatie is slechts mogelijk door de tekens telkens weer in hun context te plaatsen.

Overzicht van tekens en betekenis

Tekens	Omschrijving	Functie / effect	Tips voor de beantwoorder
Emoticons	Combinatie van lees- en lettertekens die een bepaald gevoel uitdrukken. Om ze te lezen moet je je hoofd een kwartslag draaien. Basisemoticons: :-) :-(;-) - Emoticons zijn niet statisch. Af en toe duiken er nieuwe op. - Oproeper zet vaker emoticons in dan beantwoorder.	- Hebben een ondersteunend karakter. Een 'knipoog' heeft bijv. aan dat je een bepaalde boodschap niet al te ernstig moet nemen. Emoticons zijn de non-verbale communicatie van het onlinegesprek - Geven snel een gevoel weer zonder dat je hele zinnen moet tikken. - Geven kleur aan boodschap. - Worden soms gebruikt om af te stemmen (in antwoord op een emoticon van de oproeper). - Versterken de boodschap.	- Vraag indien nodig, verduidelijking. Meestal blijkt de betekenis al uit de context. - Overweeg om gebruik te maken van de 3 basisemoticons om je boodschap kracht bij te zetten. - Besef het verschil tussen een emoticon sturen of ontvangen. - Een 'spiekbriefje' met veel gebruikte emoticons + verklaring kan handig zijn (zie bijlage 3).
Hoofdletters	- Woorden die volledig in hoofdletters staan of 1 of meerdere hoofdletters bevatten waar er volgens de spelling geen horen te staan. - Hoofdletters worden niet vaak ingezet. - Volgens de netiquette schreeuw je als je hoofdletters typt.	- Om iets te benadrukken - Om extra betekenis te geven. (Bijv. "Het was zo erg NOG niet.") - Om de focus te leggen op de actor, de boodschap, de wijze waarop, het verrassende ...	- Bekijk het woord dat in hoofdletters staat. Welke nuance geeft dit aan de zin? Zou je die anders interpreteren zonder hoofdletters? - Spiegel eventueel het woord dat in hoofdletters staat (om aan te geven dat je de boodschap hebt opgevangen) en ga er dan verder op in.

Tekens	Omschrijving	Functie / effect	Tips voor beantwoorder
Afkortingen	- Het gebruik van afkortingen hangt samen met het tempo. Men maakt woorden zo kort mogelijk: <i>gn= geen ; ni = niet ; gwn = gewoon</i>. Naast traditionele afkortingen zijn er ook typische chat-afkortingen: <i>ff = even ; idd = inderdaad</i> - Soms typische Engelse uitdrukkingen: <i>brb = be right back ; rl = real life ; thx = thanks btw= by the way</i>	- De betekenis is vaak duidelijk uit de context. - Afkortingen wijzen soms op schroom of een taboe. Het volledig woord is te confronterend en mag/kan nog niet op het scherm verschijnen (underdisclosure). Bijv. <i>“ik ben verkr...”</i> of <i>“de ZM van mijn vriendin”</i> waarbij ‘verkr...’ = ‘verkracht’ en ‘ZM’ = ‘zelfmoord’ - Zowel oproeper als beantwoorder maken zelf afkortingen. Die zijn niet altijd even duidelijk. Bijv. <i>bb = baby</i>	- Een lijstje met typische afkortingen kan handig zijn voor beginnende beantwoorders (zie bijlage 4). - Vraag uitleg als je een afkorting niet begrijpt. - Heb oog voor de impliciete boodschap die oproeper geeft bij een ‘taboewoord’-afkorting. - Wees zuinig met zelfgemaakte afkortingen of laat ze achterwege.
Klankwoorden	- Klanken en uitroepen die men in gesproken conversaties spontaan gebruikt, verschijnen in onlinegesprekken via klankwoorden. Bijv. <i>hoi, dada, hmm, oei ...</i> - Ze worden vaak ingezet bij het groeten of afscheid nemen: <i>“hey”</i> of <i>“doeoei”</i> - Zowel oproeper als beantwoorder zetten regelmatig klankwoorden in om gevoel over te brengen. In die zin zijn ze verwant aan emoticons.	- Drukken vaak bepaald gevoel uit: - aarzeling: <i>mja</i> - opluchting: <i>aah</i> - begrip: <i>aha oké</i> - medeleven: <i>oei, hihi</i> - Hummen krijgt bij beantwoorder verschillende functies: begrip tonen , aanwezigheid aangeven, de ander aanmoedigen, aarzeling tonen. - Bij de oproeper wijst hummen eerder op aarzeling. - De drempel om klankwoorden te gebruiken is voor de beantwoorder wellicht minder groot dan emoticons.	- Gebruik klankwoorden in plaats van een lange zin, om beleving uit te drukken. - Gebruik klankwoorden om aan te geven dat je actief luistert. Bijv. <i>“Oei”</i> of <i>“Jah”</i>.
!	Doordat leestekens in speak meestal wegvallen, krijgt het uitroepetekens extra betekenis.	- Door ! of !!!! wordt de boodschap benadrukt. - Oproepers gebruiken ! vaker in negatieve zin of als bedanking; beantwoorders eerder positief of om aan te moedigen.	- Let vooral op ‘wanneer’ er uitroepetekens voorkomen. - Ga na hoe ‘!!!!’ evolueren doorheen het gesprek. Duiken er plots meer op? Wijst dit op kwaadheid of wanhoop?

Tekens	Omschrijving	Functie / effect	Tips voor beantwoorder
" "	Aanhalingstekens wijzen letterlijk aan wat belangrijk is, wat nadruk behoeft.	Geven gewicht aan een woord. Benadrukken de ernst van de zaak. Soms staat het woord tussen aanhalingstekens voor iets dat (nog) niet kan worden gezegd, het wijst op schroom.	Let op de woorden die tussen aanhalingstekens staan. Het zijn vaak kernwoorden waar je als beantwoorder verder kunt op ingaan. Spiegelen (het woord dat tussen " " staat, op dezelfde manier gebruiken), kan empathisch werken.
Heeeeeeeel	Het herhalen van klinkers	Zorgt er ook voor dat boodschap wordt versterkt. Bijv. heeeeeel bang	
()	Iets letterlijk tussen haakjes zetten	Vooraf om bijkomende info te geven	
?	Vraagtekens worden regelmatig verdubbeld of komen meerdere keren in een zin voor.	- Benadrukken het feit dat men het niet meer weet. - Meerdere ??? hebben soms iets dwingend. ? ingezet zonder woorden, staat gelijk aan een vraag om uitleg. "???"	- Wees alert voor verdubbeling van vraagtekens. - Maak zelf gebruik van een ? als iets niet duidelijk is.
*	Asterisk	- Eén asterisk wordt ingezet om een fout te verbeteren. Men plaatst in een volgend bericht een * gevolgd door het gecorrigeerde woord. - Tekst tussen twee ** geeft aan dat die tekst benadrukt wordt. Dit vervangt het 'vetjes drukken' wat in veel chatprogramma's niet mogelijk is. - In MSN wordt de asterisk gebruikt om emoties, handelingen en geluiden uit te drukken. Bijv. *zucht* of *valt in slaap*.	Maak zelf gebruik van de asterisk om je fout te corrigeren: dat bespaart tijd. Dat betekent niet dat je elke fout moet gaan verbeteren; integendeel. Fouten typen is inherent aan onlinegesprekken.
Leeg bericht	Een leeg bericht ontstaat wanneer de zender een enter tikt zonder dat er tekst is ingevoerd.	- Wijst op stilte. - Breekt het tempo. - Kan voor rust zorgen maar ook extra geladenheid geven. B= Heeft hij iets ondernomen? O= Ik denk het niet O= O=	Vermijd om zelf lege berichten te versturen. Het subtiele verschil in betekenis van lege berichten en het gebruik van drie puntjes, is moeilijk aan te geven.

Tekens	Omschrijving	Functie / effect	Tips voor beantwoorder
...	Het beletselteken of 'serie van drie punten' wordt vaak ingezet door oproeper en beantwoorder en heeft uiteenlopende functies.	• Een opsomming aangeven. • Tempo, stilte of rust in tekst brengen. • Emotie overbrengen. • Aangeven dat het bericht niet af is. • Bij kort berichten zoals "maar ..." • Als vorm van vraagstelling: "Jij bent de oudste van ... hoeveel?" • Het vervangen van andere woorden of letters. "Ik was gezond, zij ..." • Om een stilte aan te geven.	• Zet dit krachtig teken eventueel in om te temporiseren. • Gebruik een bericht met drie puntjes zonder andere tekens, om stilte te suggereren.

AAAA - 4 stappen in het omgaan met tekens

Aanvaarden: In onlinegesprekken worden tal van tekens ingezet, deels om een hoog gesprektempo te garanderen, deels om de kanalenreductie (ontbreken van stem, non-verbale signalen) op te vangen. Oproepers zijn vaak vaardiger in hun teken- en (chat)taalgebruik dan beantwoorders. Accepteren dat de oproeper deze middelen inzet om de boodschap kracht bij te zetten, is een belangrijke stap bij het ontwikkelen van de chatalliantie.

Aandacht richten: Alertheid voor 'tekengebruik' is een essentiële attitude. Benut vormingsmomenten of besprekingen van uitprints om tekens systematisch op te sporen en te begrijpen. Ga na of en waar de tekens plots wijzigen.

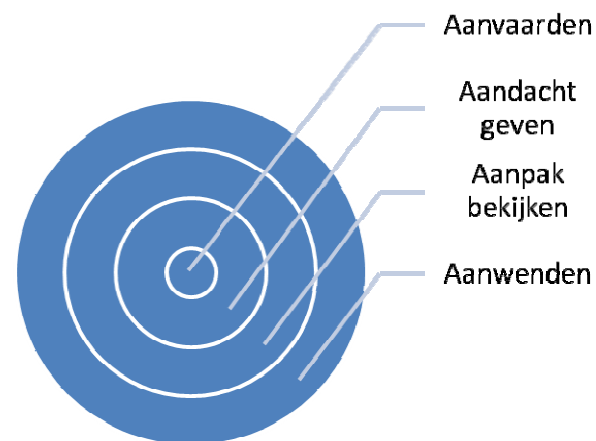
Interpreteren intervisiecollega's de opgemerkte tekens op eenzelfde manier?

Aanpak afwegen

Als de betekenis van een teken bekend is, begint het afwegen van de aanpak. Online-ervaringen van collega-beantwoorders zijn hierbij erg nuttig. *Wat is het effect van spiegelen? Wat is het effect van genegeerde signalen? Wie neemt het voortouw bij het gebruik van hoofdletters of emoticons? Wanneer wel en wanneer niet?*

Aanwenden

Hoe meer de beantwoorder vertrouwd is met onlinegesprekken, hoe alerter hij wordt voor bepaalde tekens, hoe meer kans dat hij zich de onlinegrammatica eigen maakt. Hij kan er dan voor kiezen om zelf actief en bewust bepaalde tekens in te zetten. Of om bijv. 'de schriftuur' van de oproeper beperkt te gaan spiegelen.



Frequently Asked Questions (FAQ's) over omgaan met tekens

Wanneer vraag ik best wel of net niet om verduidelijking?

Vaak wordt de betekenis van tekens en emoticons duidelijk uit de context. Als dat niet het geval is en het is belangrijk voor het verdere verloop, vraag je best naar verduidelijking. Het is enerzijds cruciaal om goed te weten wat de ander bedoelt maar vraag anderzijds niet de hele tijd 'wat bedoel je?' om het gesprekstempo niet te veel te doorbreken.

Kan ik mij best distantiëren van de chattaal van oproepers om de afstand tussen oproeper en beantwoorder duidelijk te houden?

Sommige onlinehulporganisaties spreken liever van een 'onlinegesprek' in plaats van een 'chatgesprek', om de nadruk te leggen op de hulpverlening. Gezien chat een vrijetijdscommunicatiemiddel is, dreigt de positie als hulpverlener te vervagen bij onlinehulp. Daarom kan de beantwoorder zich beter profileren met een meer formele hulpverleningstaal. Die taal kenmerkt zich als 'gebruik van spreektaal' en spreken in volzinnen. Geen dialect of echte chattaal dus maar wel met ruimte voor een meer persoonlijke invulling. Je kunt bijvoorbeeld de ge-vorm gebruiken of je taal en stijl aanpassen naargelang de doelgroep en woorden gebruiken als 'down' en 'depri'.

Laat ik het gebruik van emoticons best over aan de oproeper?

Ook hier geen ja-nee antwoord. Sommige organisaties vinden het beter om niet als eerste een emoticon in te zetten want dat zou de afstand tussen hulpverlener en oproeper minder duidelijk maken. Een emoticon als reply op een ontvangen emoticon, daarentegen kan net wel de chatalliantie versterken. *"Ik gebruik die dikwijls meer naar het einde toe, om iets extra te onderstrepen. Als ik iets grappig vond, of als ik dacht dat ik grappig was. Als het goed zit, dan wordt er daar direct op gereageerd, ook met zo'n teken".* Beantwoorders kunnen ook echt behoefte hebben aan deze extra tool. *"Emoticons zouden wel handig zijn. Je kunt er emoties mee uitdrukken ... Nu moet ik soms letterlijk typen: 'Amaai, daar schrik ik nu toch wel van'. Zo'n gezichtje spreekt toch veel meer.* Elke beantwoorder heeft zijn eigen gesprekstijl en emoticons kunnen daar deel van uit maken. Let vooral op het effect dat jouw emoticon teweegbrengt.

Hoe een luisterend OOG ontwikkelen?

Grondig lezen en zorgvuldig opmerken van taal, tekens, zinsbouw, woordgebruik, herhalingen ... vereist oefening. Dan kan tijdens interviews of door na afloop van een onlinegesprek, het transcript gericht te 'lezen'. Alertheid voor taal(veranderingen) als opstap naar een soort automatisme waardoor tekst, taal en tekens tijdens het onlinegesprek zorgvuldig worden opgemerkt en gedecodeerd.

Hoe ga ik om met stiltes?

Stiltes zijn niet altijd makkelijk te duiden. Het is mogelijk dat de oproeper het emotioneel moeilijk heeft of nadenkt over zijn antwoord. Of de oproeper heeft het gesprek afgebroken. Als een antwoord te lang uit blijft, kun je eventueel vragen: *"Gaaf het nog?"*.

5.4. Tempo

Onlinehulp kent een 'snelle traagheid'. Het medium is traag omdat typen trager gaat dan praten. Het is echter ook een snel medium, omdat oproepers er een snel tempo op na houden: ze gaan vaak snel tot de kern. Ze typen veel korte zinnen, met weinig interpunctie. Het tempo wordt op diverse manieren aangebracht in onlinegesprekken (zie tempotools).

Aanbevelingen

- Typ snel wanneer nodig en limiteer daarbij de spel- en taalfouten. Wees niet perfectionistisch: spellings- en typfouten horen bij chat.
- Gebruik liefst korte zinnen ('staccato') en benut lasso's. Oproepers willen niet al te lang wachten op een reactie.
- Door snel en in lasso's te chatten, kunnen kruisverwijzingen ontstaan. Beslis of correctie of verduidelijking nodig of wenselijk is.
- Vermijd kruisverwijzingen door de typindicator te bewaken. Die geeft een indicatie voor de beleving van de oproeper: is er twijfel? Zijn er sterke emoties? Hinderende omgevingsfactoren? Geef tijd om te typen en na te denken.
- Wees alert voor de verhouding typtijd – teksthoeveelheid. Dit kan zowel een uiting zijn van twijfel maar kan ook wijzen op geringe typvaardigheid of een perfectiedrang.
- Let op tempowijzigingen bij de oproeper. Indien het tempo plots trager of sneller wordt, ga dan op zoek naar mogelijk redenen. Bij het vermoeden dat de oproeper door emotie overmand wordt, stel dan vragen zoals "Gaat het?", "Lukt het nog?" of "Als het niet gaat, geef een seintje".
- Voorzie gesprekstrascripten van een 'time stamp' of tijdsindicator. Bij het nalezen kan dit de tijdsbeleving verduidelijken.

De diverse tempotools

- **Typsnelheid:** de competentie om snel te kunnen typen heeft effect op de snelheid van het gesprek.
- **Intervaltijd:** de wachtduur tussen het aanleveren van berichten kan variëren indien er wordt nagedacht of getwijfeld om het bericht te versturen.
- **Typindicator:** deze indicatie wanneer men aan het typen is of niet, geeft de tempobeleving van de intervaltijd aan.
- **Lasso's:** het opbreken van de boodschap in meerdere kortere berichten versnelt het tempo.
- **Lengte berichten:** het gebruik van korte of lange zinnen zal het tempo bepalen.
- **Aantal berichten:** de verhouding tussen de mate waarin oproeper en beantwoorder tussenkomen, geeft ook een indruk over het tempo.
- **Taal:** het gebruik van speak of emoticons, de lengte van de woorden en de taalstijl kunnen op zich tempo aanbrengen.
- **Tekens:** interpunctietekens zijn ook tempotools, vooral de drie puntjes (...), maar ook het punt (.) en hoofdletters.
- **Stilte:** een leeg bericht brengt pauze en benadrukt de teneur van het gesprek.
- **Herhaling:** het herhalen van tekens, woorden, zinnen of berichten geeft tempo en benadrukt.

5.5. Techniek

De software bij onlinehulp mag niet opvallen. Techniek en software staan ten dienste van de onlinegesprekken. Technische storingen en gebrekkige kennis van het programma bij de oproeper of beantwoorder, confronteren de onlinegesprekspartners met het medium. Een te vermijden fenomeen.

Voorzie in een degelijk softwaresysteem zonder technische problemen en dat gebruiksvriendelijk is voor oproeper en beantwoorder. Het kan een opdracht zijn van OHUP om gezamenlijke onlinehulpsoftware te ontwikkelen. Dit kan technische problemen beperken en bevordert een intensere samenwerking.

De vereisten van de techniek zijn:

- nicknames voor oproeper en beantwoorder kunnen ingeven;
- een aanmeldingsbericht kunnen ingeven als oproeper;
- een wachtkamer met informatie over de wachtrij;
- smileys en emoticons kunnen visueel zichtbaar worden;
- een typindicator voor beide partijen;
- een mogelijkheid tot scrollen;
- een time-stamp en regelnummers kunnen toevoegen aan de uitprint.

Een aantal te overwegen technische mogelijkheden zijn:

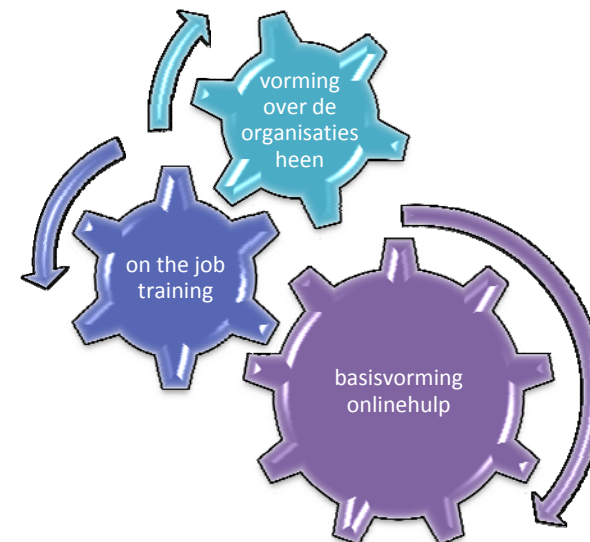
- registratiemogelijkheden: hoe frequent en wanneer wordt de website geraadpleegd en hoeveel kandidaat-oproepers wachten wanneer voor een onlinegesprek;
- de mogelijkheid om het onlinegesprek te bewaren voor de oproeper;
- een memorybox voor de oproeper: zelf een geheugensteuntje of samenvatting bewaren op de onlinehulpwebsite;
- een dropbox of vragenlijst na het onlinegesprek voor de oproeper (evaluatie, bemerkingen, suggesties, verder schetsen van problematiek ...). Een dropbox is een soort 'brievenbus' waarbij de oproeper voor zichzelf notities kan maken en bewaren. De beantwoorder krijgt deze niet te zien. Bij opvolgingsgesprekken kan de oproeper deze dropbox terug openen om deze notities te overlopen;
- een dropbox of vragenlijst na het onlinegesprek voor de beantwoorder (evaluatie, bemerkingen, diagnose ...). In dit geval is de dropbox een middel om het onlinegesprek samen te vatten en te bewaren om bij opvolgingsgesprekken op verder te bouwen. De beantwoorder krijgt deze inhoud niet te zien;
- kleur, lettertype en ander vormelijke elementen van het computerscherm laten beslissen door oproeper;
- het aanbieden van geluid en/of beeld. Geluid (via microfoon) of beeld (via webcam) wordt enkel aangeboden als de oproeper zelf deze keuze maakt. De mate van herkenbaarheid en self-disclosure (en dus anonimiteit) wordt dan gereguleerd door de oproeper.
- de integratie van telefonische en onlinehulp, zoals via VoIP-technologie (Voice over IP), waarbij het internet gebruikt wordt om geluid te transporteren.

Geef de beantwoorders voldoende technische scholing. Kennis over vaak voorkomende problemen en snelle oplossingen verhoogt het zelfvertrouwen van de beantwoorders. Voldoende instrumentele en strategische vaardigheden zijn nodig om vlot te kunnen verwijzen (gebruik van Google, elektronische sociale kaart, doorverwijzingen).

5.6. Training

De kwaliteit van onlinehulpverlening en de verdere ontwikkeling van de onlinehulpmethodiek is (mee) afhankelijk van de aandacht voor vorming en training die de organisatie aan deze hulpvorm besteedt.

De aanbevelingen focussen op diverse soorten vorming en training. Omdat het gaat om methodiek-in-ontwikkeling zullen reflecties op praktijkervaringen een prominente plaats innemen.



5.6.1. Algemene aanbevelingen omtrent training en vorming

- Besteed tijdens vormingsmomenten niet uitsluitend aandacht aan gemeenschappelijke afspraken, vuistregels, stappenplannen en houvasten. Laat ruimte voor de persoonlijke inkleuring van de beantwoorder.
- Voorzie specifieke vorming voor ervaren onlinebeantwoorders. Zij zijn sleutelfiguren voor verdere methodiekontwikkeling.
- Vraag de beantwoorders om kort na hun onlinepermanentie de gesprekken te herlezen. Opmerkelijke interpretaties, vragen, ervaringen noteren ze in een schrift of digitaal document. Die praktijkkennis en reflecties kunnen vervolgens een plaats krijgen tijdens intervisies.
- Neem individuele bevindingen van beantwoorders mee op in de training en vorming. Dat kan door bijvoorbeeld een vaste rubriek te voorzien tijdens intervisies of trainingen.

5.6.2. Basisvorming onlinehulp

Wat is het?

De specificiteit van onlinehulpverlening in het eerstelijns werk vereist basisvorming voor elke beantwoorder. De inhoudelijke krijtlijnen van deze basisvorming dienen afgestemd op de al aanwezige competenties van de deelnemers (o.a. de vooropleiding, vertrouwdheid met het onlinemedium).

Aanbevelingen omtrent de inhoud van de vorming

Enkele inhoud en voor de basisvorming voor kandidaat-onlinebeantwoorders zijn:

- visie op en positionering van onlinehulp in de organisatie;
- jongerencultuur en chatcultuur;
- instrumentele knoppenkennis:
 - o werken met het onlinegespreksprogramma;
 - o elektronisch verwijzen naar andere hulpvormen;
 - o andere elektronische programma's raadplegen (*bijv. elektronische sociale kaart*);
 - o hyperlinks gebruiken in een onlinegesprek;
- strategische vaardigheden om de waarde van een infobron te kunnen beoordelen:
 - o de beantwoorder sensibiliseren om voorzichtig en gepast om te springen bij onlinegesprekken waar hij twijfelt aan authenticiteit/waarheidsgehalte. De beantwoorder sensibiliseren voor de context van de oproepers (*bijv. privacy, toegankelijkheid/bereikbaarheid gesprekskamer, multitasking*);
- interactieve vaardigheden om een chatalliantie tot stand te brengen:
 - o weging en onlinevertaling van traditionele stappenplannen en interventies uit face-to-face- of telefonische hulpverlening;
 - o herkennen en hanteren van onlinefenomenen:
 - kanalenreductie en decontextualisatie;
 - 'schermopathie' lezen is vaak deugddoend – 'schermopathie' intikken voelt vaak kunstmatig aan;
 - traagheid en betrokkenheid;
 - aandacht voor taal, tekst, tekens, tempo en tools;
 - o het doordenken van onlineparadoxen;
- deontologische aspecten van onlinehulp;

- Oproepers zijn vaak vaardiger en sneller in chatten dan beantwoorders. Het gesprekstempo verhoogt door:
 - o Het beheersen van de drang tot spellingscorrectie;
 - o Het vermijden van lange zinnen;
 - o Het prioriteit geven aan inhoud, niet aan vorm (*bijv. niet alles willen nalezen, herschrijven of herschikken*).

Aandachtspunten omtrent de aanpak van de vorming

- Oefensessies met gebruik van het onlinemedium genieten de voorkeur.
- Schakel jongeren in als tegenspelers tijdens online-oefengesprekken (zoals studenten sociaal werk).
- Benut de onlinedeskundigheid van andere OHUP-organisaties.

5.6.3. Intervisie in de organisaties

Wat is het?

Intervisie is een vorm van werkbegeleiding tussen onlinebeantwoorders waarbij de deelnemers leren van elkaars ervaringen. Intervisie wil een veilige leeromgeving creëren en stelt daarom dat er geen supervisors of leidinggevendenden aan participeren. De ervaringsuitwisseling prioritair stellen, vergt van de eventueel aanwezige leidinggevende of supervisor dan ook voldoende terughoudendheid.

Het hoofddoel is: een kwalitatieve onlinehulp garanderen door het uitwisselen en bevragen van online-ervaringen. Bijkomend doel is: het ontwikkelen en (kritisch) wegen van een visie op onlinehulp.

Aanbevelingen

Op de volgende bladzijde staan zowel inhoudelijke als vormelijke aanbevelingen in verband met intervisie.

Aanbevelingen interview	voor de deelnemers	voor de begeleider	voor de organisatie (al dan niet in overleg met OHUP)
voor de opstart van de interview	• Gebruik van uitprints is een mogelijkheid, geen must. • Stimuleer het formuleren van een leervraag.	• Wanneer en waarom uitprints gebruiken? • Bezorg prints vooraf. • Duid regelnummers en tijdsaanduiding aan. • Wees discreet over de identiteit van de beantwoorder. • Informeer de casusauteur vooraf. • Bepaal welke selectie van de uitprint relevant is: de volledige print of gespreksfragmenten. • Overweeg het lanceren van een online-interviewthema.	• Voorzie exclusieve interview voor onlinebeantwoorders (i.f.v. methodiekontwikkeling). • Begrens de grootte van de interviewgroepen. • Werk af en toe met een online-interviewthema.
voor het verloop van de interview	• Geef ruimte aan de casusauteur om de context en beleving van het gesprek toe te lichten. • Blijf aandacht hebben voor gevoelens, feitelijke gegevens en normen. • Heb niet alleen aandacht voor 'hier en nu' maar ook voor 'toen', 'daar' en 'straks'.	• Verbreed de individuele leervraag naar een gezamenlijke vraag. • Gebruik online vertaalde stappenplannen. • Vraag aandacht voor specifieke online tools (bijv. Wat zijn belangrijke onlinetekens?). • Vraag naar verwijzingen naar analoge of tegengestelde online gesprekken. • Grijp systematisch naar de uitprint. • Gebruik (af en toe) een computerscherm. • Laat meer reflecteren over - o visie en positie online-aanbod, - o theorie versus praktijk, - o context en comfort beantwoorder.	• Ontwikkel hulpinstrumenten om tijdens interviews aandacht te hebben voor onlineT's (taal, tekst, tekens, tempo, techniek, tools).
voor de afronding van de interview	• Heeft de bespreking een antwoord gegeven op de uitgangsvraag? • Genereert de interview collectieve kennis?	• Ga systematisch na of en wat er onthouden wordt i.v.m. het voeren/organiseren van online gesprekken. • Archiveer de kennis via een helder verslag. Voorzie een vaste rubriek 'aanbevelingen/aandachtspunten voor (de verdere ontwikkeling van) onlinehulp'.	• Inventariseer uit interview-verslagen alle suggesties, vragen en aanbevelingen i.v.m. online gesprekken. • Vertaal die signalen in afgebakende acties en bewaak de bereikte effecten. • Check ruimere signalen uit interview in OHUP-verband.

5.6.4. En dan is er ook nog aandacht voor ...

Naast basisvorming en intervisie kan ook nog aandacht worden besteed aan training en vorming via:

- sollicitatiegesprekken en screening van kandidaat-beantwoorders;
- individuele supervisie van onlinebeantwoorders;
- collegiaal consult;
- thematische vorming (met externe sprekers);
- een vertrouwenspersoon die een beantwoorder ondersteunt na een 'moeilijk' gesprek;
- peter- of meterschap voor de opvolging van beginnende onlinebeantwoorders;
- lees- en tikstage;
- vorming voor onlinebeantwoorders met ervaring.

5.6.5. Train de trainers

Wat is het?

De knowhow in Vlaanderen omtrent onlinehulp in eerstelijns welzijnswerk is beperkt. De methodiekontwikkeling zit in een pioniersfase. De aanwezige knowhow kan daarom best over de organisaties heen worden gebundeld door uitwisseling en structureel overleg te voorzien tussen vormingsverantwoordelijken. Het devies luidt: train de trainers!

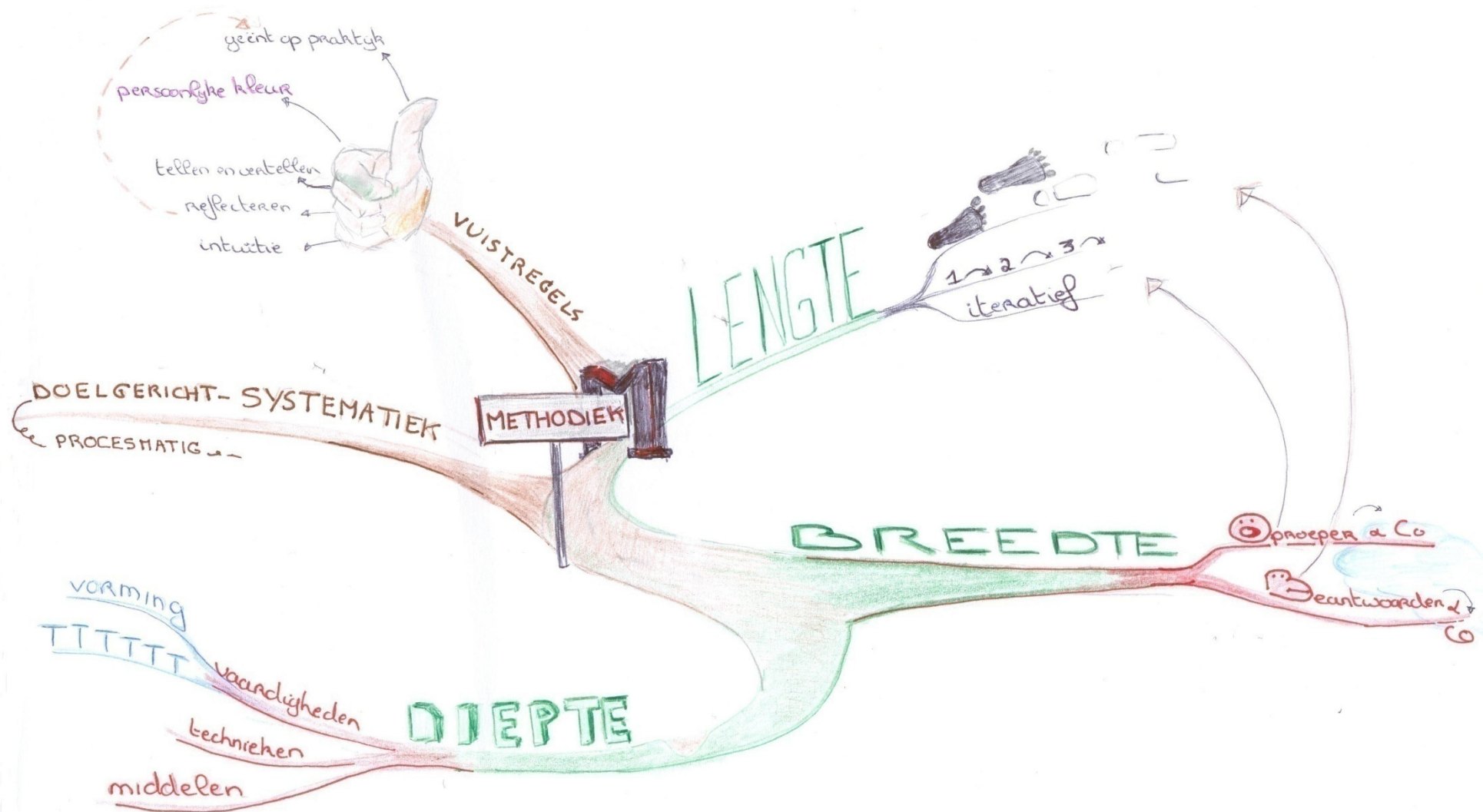
Aanbevelingen voor de inhoud van train-de-trainersbijeenkomsten

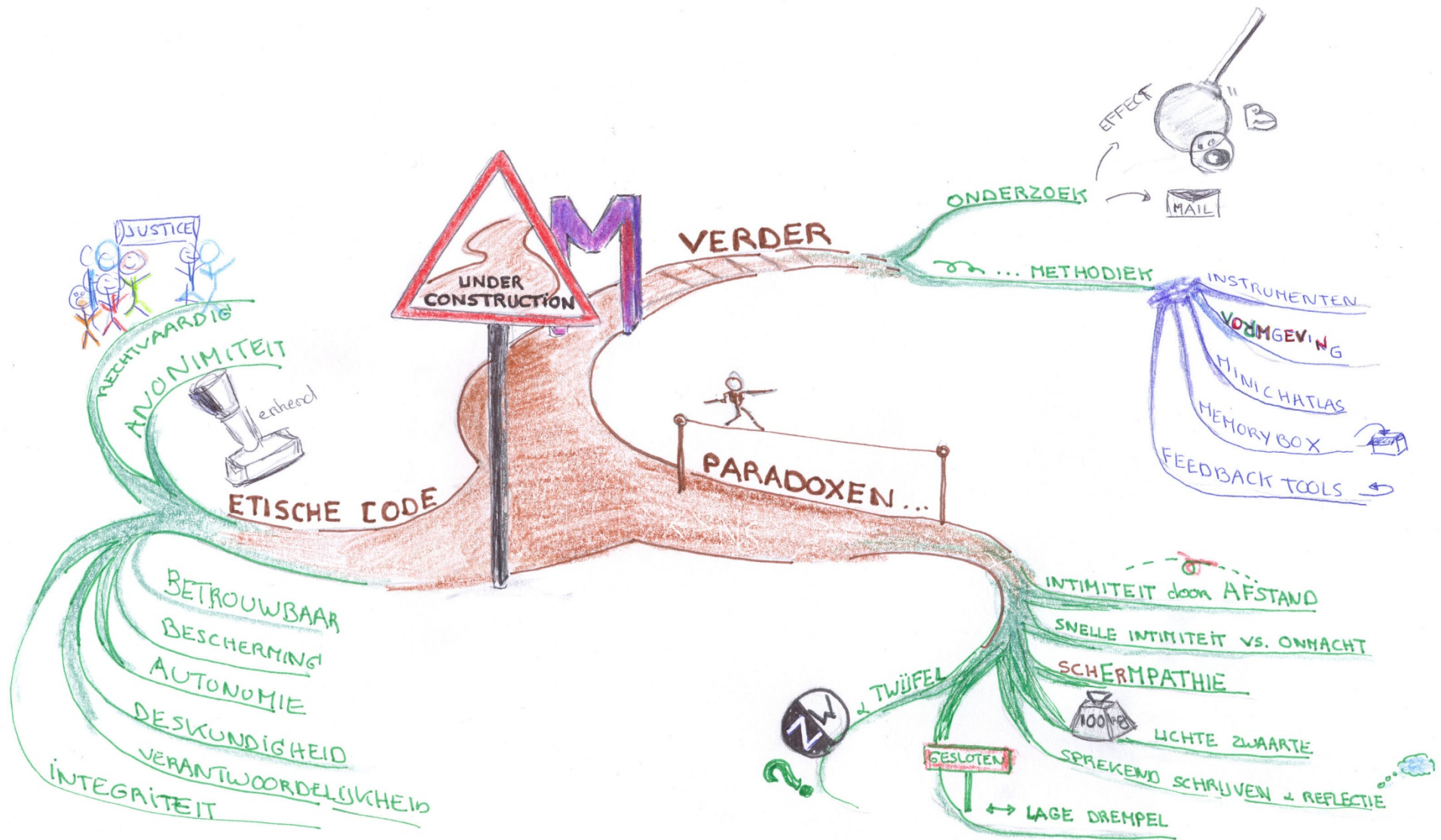
Suggesties voor inhoudelijke thema's voor train-de-trainersbijeenkomsten:

- uitwisseling en kritische bevraging van visie en positionering onlinehulp;
- vormingspakketten uitwisselen, beoordelen, bevragen of samen ontwikkelen;
- organiseren van thematische intervisies rond de effecten van online T's;
- ontwerpen van reflectiekapstukken voor intervisies.

Aanbevelingen voor de manier van werken tijdens train de trainerbijeenkomsten

- Demonstreer alternatieve benaderingen van interviews (bijv. thematische interviews, meer reflecties in functie van methodiekontwikkeling ...).
- Teken een aantrekkelijk design voor verslaggeving en voorzie een vaste rubriek 'methodiekontwikkeling'.
- Overweeg het inschakelen van een externe begeleider. Gun elke deelnemer de positie van lerende participant.
- Bewaak dat er geregeld 'good practices' worden geanalyseerd.
- Evalueer andere e-hulpwebsites, zoals:
 - o www.alcoholdebaas.nl
 - o www.drankjewel.nl
 - o www.luisterendoor.be
 - o www.maatschappelijkwerkonline.be
 - o www.pratenhelpt.be
 - o www.psycholoogonline.be
 - o www.soshulp.nl





6. Verdere ontwikkeling van methodiek voor onlinehulp

Deze ontwikkelende methodiek is niet af. We geven hierbij nog drie aanzetten die de verdere ontwikkeling van een methodiek voor onlinehulp mee kunnen sturen: het bewust balanceren op de slappe koord van enkele paradoxen, het formuleren van onlinegedragsregels en enkele voorstellen voor verder onderzoek en verdere methodiekontwikkeling.

6.1. Onlinehulp is een meervoudig paradoxaal gegeven

De paradox van intimiteit DOOR distantie (*isolation & connection*)

Zeer persoonlijke, kwetsbare vragen laten zich – slechts – uitdrukken via een anoniem scherm. Een dwingende intimiteit in een elektronische verbinding zonder gezicht.

De paradox van voelen en (niet echt) willen weten

Empathie is een dominante eis. Kennis van de situatie is hierbij een noodzakelijke voorwaarde. De snelheid én begrenzing van het onlinemedium bemoeilijken dit.

De paradox van professionele ernst en vriendschappelijke lichtheid

Onlinegesprekken verpakken de ernst en tragiek van de hulpvragen in een vriendschappelijke taal en vorm, geassocieerd met jongerencultuur en vrije tijd.

De paradox van laagdrempeligheid en ontoegankelijkheid

Het onlinemedium pretendeert de laagste drempel én worstelt dagelijks met wachtlijsten, niet bereikbaarheid en niet beschikbaarheid.

De paradox van (niet) sprekend schrijven en (on)zichtbare reflectie

Schrijven is een ander medium dan spreken. Het genereert andere (therapeutische) effecten. De tekst op het scherm wekt slechts de illusie van volledige kennis van de communicatie. Reflecties zouden sleutels kunnen zijn om schermtekens te decoderen, maar zijn vrijwel altijd afwezig.

De paradox van tekstzekerheid en authenticiteitwijfel

Een scherm biedt een houvast: tekst en tekens laten zich herlezen en wekken betrouwbaarheid (er staat wat er staat, zwart op wit). Tegelijk roept de twijfel over de authenticiteit van de gesprekspartner argwaan en gereserveerdheid op.

De paradox van de macht tot snelle intimiteit en de onmacht tot actie

Het medium heeft duidelijk macht om oproepers te bewegen tot het delen van hyperpersoonlijke informatie én voelt dagelijks de onmacht van het medium om ingrijpende hulpvragen met een verantwoord hulpaanbod te benaderen en aan te pakken.

6.2. Op weg naar een ethische code

Diverse waarden krijgen in onlinehulpverlening een specifieke betekenis. Deze waarden vereisen een vertaling in concrete gedragsregels. Het geheel zou moeten worden samengebracht in een erkende *Onlinecode* en *Netetiquette*.

Het *ISMHO of International Society for Mental Health Online* is een organisatie die hiertoe relevante informatie en adviezen geeft. Waarden die steeds weer terugkeren in literatuur en in diepte-interviews met experts zijn: betrouwbaarheid, bescherming en beveiliging van de oproeper, autonomie van de oproeper, integriteit van de beantwoorder en rechtvaardigheid.

Op basis van deze waarden wordt een aanzet gegeven tot het formuleren van onlinegedragsregels:

Waarden in onlinehulpverlening	Onlinegedragsregels
<i>Betrouwbaarheid van het onlinemedium</i>	Informed consent: de oproeper heeft het recht op correcte informatie. De beantwoorder heeft informatieplicht over de werkwijze en beveiliging van het medium: wie kan voor hoelang welke soort data opslaan, inkijken, wijzigen, vernietigen?
<i>Veiligheid en bescherming van de oproeper</i>	Informatie in de zin van authenticatie (bewijs wie je bent) en autorisatie (toelating tot bepaalde diensten en informatie). Mogen externe diensten informatie krijgen over onlinegesprekken (bijv. in geval van veelchatters)?
<i>Autonomie van de oproeper</i>	Recht op vrije keuze, zelfbeschikkingsrecht van de oproeper. Principe van empowerment: oproeper aansporen om samen met de beantwoorder problemen af te bakenen en te definiëren.

<i>Anonimiteit</i>	Inzagerecht (enkel) voor stafleden. Geen reproductiemogelijkheid voor de oproeper. Garantie van het softwareprogramma: geen sporen achterlaten op computer van de oproeper. Inzagerecht voor beantwoorder: archiveren en selecteren van eerdere uitprints. Geen inzagerecht voor rechtszaken.
<i>Rechtvaardigheid</i>	Beperkte onlinegesprekstijd en -middelen gefundeerd toewijzen: timing bewaken en begrenzen, ethisch verantwoord verwijzingsbeleid naar offlinediensten.
<i>Deskundigheid</i>	Online expertise permanent bevorderen door het reflecteren op uitprints in het kader van vorming, intervisie. Licenties verlenen voor kwaliteitsvolle onlinehulp via gediplomeerde of via vorming geattesteerde medewerkers.
<i>Integriteit</i>	Onlinemedewerkers beschermen door gecontroleerde selectie en gebruik van gespreksfragmenten. Bescherming van integriteit door afspraken over gebruik van nicknames en meedelen van informatie over (leeftijd, geslacht, opleiding, voornaam van) de beantwoorder.
<i>Verantwoordelijkheid</i>	Afspraken maken over de meldingsplicht ten opzichte van derden in geval van noodsituaties. 'The duty to protect third parties'. Oproepers beschermen tegen zichzelf, risicolopende derden verwittigen.

6.3. Verder met onderzoek en methodiek

6.3.1. Voorstellen voor verder onderzoek

Hierbij worden enkele suggesties geformuleerd voor verder onderzoek om de methodiek van onlinehulpverlening te versterken:

- effectmetingen van het gebruik van onlinetaal en -tekens;
- effectmeting van het gebruik van nicknames;
- de invloed van de lengte van een onlinegesprek op de kwaliteit;
- tevredenheids- en behoeftebevraging bij oproepers;
- tevredenheidsbevraging bij beantwoorders;
- swot-analyse van onlinebeantwoorders die thuis werken;
- swot-analyse i.v.m. het ter beschikking stellen van gesprekprints aan de oproeper;
- het verschil van methodiek onlinehulpverlening in organisaties die werken met beroepskrachten en met vrijwilligers;
- ontwikkelen van een methodiek voor andere e-hulp (e-mails, informatieve websites, chatrooms, fora ...).

6.3.2. Voorstellen voor verdere methodiekwontwikkeling

Hierbij worden enkele suggesties geformuleerd voor verdere methodiekwontwikkeling:

- een minimethodiek voor onlinehulpverleners – een korte, overzichtelijke, hanteerbare ch@tlas voor onlinebeantwoorders;
- een minimethodiek voor organisatoren van onlinehulp – een specifieke ch@tlas voor wie onlinehulp organiseert;
- een leidraad voor het opstarten van onlinehulp – een hulpmiddel voor organisaties die onlinehulp willen opstarten;
- hulpmiddelen voor onlinehulp-intervisie om voor het bespreekbaar maken van de online-T's;
- hulpmiddelen voor gebruik in onlinehulpverleningsgesprekken. Bijvoorbeeld:
 - visuele tools (tijdslijn, taart, schaal, lichaam ...),*
 - zelfhulpprogramma's gekoppeld aan de gesprekskamer,*
 - informatieve websites gekoppeld aan de gesprekskamer,*
 - memorybox om oproeper sleutelwoorden en impressies te laten bewaren,*
 - feedbacktools (dropbox, nazorg, uitlaatklep) voor oproeper en beantwoorder na het gesprek*
-

7. Begrippen

Inleidend: de ontwikkeling van een specifieke methodiek voor een nieuw medium in welzijnswerk vraagt ook naar verduidelijking van begrippen die in deze context een andere/specifieke betekenis krijgen of vraagt ook nieuwe woorden/begrippen. Hierbij geven we een aanzet voor een begrippenlijst die kan worden gehanteerd in de onlinehulpverlening.

Aanmelding	de eerste stap in het onlinecontact: de oproeper maakt duidelijk dat hij/zij een vraag heeft en/of een beroep wil doen op de onlinedienstverlening. Of de oproeper bij de juiste beantwoorder of onlinedienst zit, zal blijken uit de verdere stappen (opening onlinegesprek en vraagverkenning).
Anonimiteit	volstreekte onherkenbaarheid, onidentificeerbaarheid door het niet meedelen van de reële eigennaam (wel een nickname), van reële woonplaats, werkadres, namen van derden, organisaties, diensten.
Beantwoorder	de onlinehulpverlener (kan zowel een beroepskracht als een vrijwilliger zijn).
Bindingen	(zwak en sterk) Internetcontacten worden gezien als zwakke bindingen, persoonlijke contacten met vrienden en familie als sterke bindingen (Granovetter). Paradoxaal genoeg blijkt de zwakke binding in online zeer krachtig. Oproepers vertrouwen intieme informatie toe aan relatieve onbekenden. De sterke bindingen daarentegen neigen vaak advies te geven en oordelen te vellen wat sommige hulpvragers afschrikt.
Chantage-chat	een onlinegesprek waarbij de oproeper de beantwoorder sterk onder druk zet en poogt te manipuleren tot uitspraken, adviezen of acties bijvoorbeeld door te dreigen met zelfdoding of herhaaldelijk te insisteren op – onmogelijke – antwoorden.
Chatalliantie	de ver(stand)houding – ‘relatie’ – tussen oproeper en beantwoorder die zorgt voor veiligheid en betrouwbaarheid, de basis tot openheid.
Chatprivacy	verwijst naar de veiligheid en betrouwbaarheid van het medium bij het opslaan en verwijderen van data uit het onlinegesprek.
Chattechniek	beter: onlinetechniek: een concrete handigheid of vaardigheid tijdens het onlinegesprek. Bijvoorbeeld: uitdrukken van online-empathie via emoticons of andere tekens, onlinestilte hanteren, online actief luisteren, onlinevuistregels met betrekking tot communicatie.

Digibeet	iemand die volstrekt onbekend of geheel onkundig is met het hanteren van het onlinemedium.
Digitale kloof	wijst op de verschillen tussen burgers die wel en (nog) niet kunnen beschikken over én omgaan met digitale media.
Digitale voetafdruk	de traceerbaarheid van informatie die gebruikers achterlaten op internet. Anonimiteit en privacy zijn slechts relatief.
Disclosure	het zich uiten, openbaren, onthullen, zich laten kennen door het meedelen van informatie over de eigen persoon en de situatie.
Disinhibition	het fenomeen waarbij oproepers in onlinegesprekken vrij snel op een zeer open manier uiterst persoonlijke, intieme gegevens prijsgeven.
Dwingende chat	een onlinegesprek waarbij een oproeper sterk aandringt en dwingt in woorden én tekens om keuzes te maken, knopen door te hakken en de vraag te beantwoorden. De beantwoorder komt, net zoals in een chantagechat sterk onder druk te staan.
Emoticon	een combinatie van lees- en lettertekens die een emotie of gevoel overbrengt. Om de emoticons goed te kunnen lezen, moet het hoofd een kwartslag naar links worden gedraaid. Op deze manier zijn de uitdrukkingen beter te herkennen. Een bekend voorbeeld van een emoticon is :-)
Googelen	het opsporen van informatie over de meest ruime thema's via het internet.
Heroproeper	een oproeper die al eerder hetzelfde onlinemedium benutte voor een (al dan niet) analoge hulpvraag.
Hummen	een vorm van ondersteuning. De beantwoorder geeft aan dat hij/zij luistert door "hm, hm" in te tikken.
Hyperlink	een schermverbinding waarbij de oproeper door eenvoudig aan te klikken toegang krijgt tot andere databanken of digitale informatie.
Hyperpersoonlijke communicatie	zeer intieme communicatie tussen oproeper en beantwoorder. Juist omwille van de anonimiteit zijn oproepers geneigd om vooral zeer persoonlijke, gevoelige, kwetsbare gegevens via het scherm mee te delen.
Informatiekloof	wijst op de verschillen tussen burgers met betrekking tot de beschikbaarheid en toegankelijkheid van (digitale) informatie.

Information overload	(te) veel informatie leidt tot grotere onzekerheid. Burgers willen dan weten hoe ze tegenstrijdige informatie moeten begrijpen en/of ze de informatie wel goed begrepen hebben.
Internal pacing	verwijst naar de noodzaak om het typ- en leestempo te vertragen (schrijven kost meer tijd dan praten) o.m. door pauzes of stopberichten in te lassen.
Intervisie	een vorm van werkbegeleiding tussen onlinebeantwoorders waarbij de deelnemers leren van elkaars ervaringen. Intervisie wil een veilige leeromgeving creëren en stelt daarom dat er geen supervisoren of leidinggevenden aan participeren.
Kanaalreductie	de beperking van de informatiekkanalen bij digitale communicatie, gereduceerd tot woorden en tekens op een scherm.
Klankwoorden	tekens die vooral sterk aansluiten bij spreektaal en speak.
Kruisverwijzing	een bericht is geen antwoord op het bovenstaande bericht van de andere chatpartner maar een reactie op een eerder geformuleerd bericht. Daardoor lijkt het gespreksverloop onlogisch.
Lasso	meerdere berichten worden door dezelfde chatpartner na elkaar verstuurd. Een lasso kan bestaan uit meerdere volledige (quasi)afgewerkte zinnen, maar ook uit afgebroken delen van eenzelfde zinseenheid.
Link	een verbinding met een internetpagina.
Netiquette of netetiquette	de omgangsvormen en gedragsregels (chatregels) over de onlinecommunicatie.
Nickname	een fictieve naam, een virtuele identiteit waarmee oproepers hun anonimiteit garanderen. Tevens een mogelijkheid om te experimenteren met afstand en nabijheid, met persoonlijke aspecten in een relatief veilige omgeving. Nickname kan zowel een voornaam zijn, een initiaal, een gevoelswoord, de naam van een organisatie, een probleemaanduiding.
Onlinedoorverwijzing	de oproeper aansporen om bijkomende diensten (websites) te raadplegen omdat deze beter of anders kunnen aansluiten of ingaan op specifieke vragen en problemen.
Onlinegesprek	algemene term om een virtueel, synchroon gesprek aan te duiden.

Opening van het onlinegesprek is de fase na de proloog waarbij oproeper en beantwoorder de eerste berichten intikken.

Oproeper	de hulpvrager van een onlinegesprek.
Overdisclosure	een teveel aan informatie vanuit de oproeper. Overvloedig en te veel prijsgeven.
Schaamte	een gevoel dat veelal aan de basis ligt om te kiezen voor onlinehulpverlening. Schaamte blijkt uit de keuze van de nickname, uit de aarzeling om het onlinegesprek te starten, woorden die verwijzen naar gevoelige problemen niet volledig in te tikken (bijv. vk voor verkrachting)
Schermlezen	de onlineterm voor luisteren en observeren.
Schermpathie	empathie of invoelen via onlinecommunicatie
Scherschrift	de onlineterm voor respons geven, interveniëren via het intikken van woorden en tekens.
Scrollen	het naar boven of beneden verschuiven van de weergegeven inhoud op een computerbeeldscherm. Dit kan bijv. via een scrollbar of met behulp van het muiswielletje.
Site	of website is een verzameling samenhangende webpagina's met mogelijk diverse data, zoals tekst, afbeeldingen en video's.
Smiley	(ook wel lachebekje) is een eenvoudig tekeningetje van een lachend gezichtje, vandaar de naam (smile is het Engelse woord voor glimlachen). Het begrip smiley wordt ook uitgebreider gebruikt voor gelijkaardige gezichtjes die andere gemoedstoestanden uitbeelden. Een smiley in ASCII-tekens is een emoticon. Het woord 'smiley' wordt ook wel (foutief) gebruikt voor emoticons in het algemeen.
Speak	staat voor het taalgebruik in onlinegesprekken. Hiermee wordt zowel spreek- als chattaal bedoeld. Beantwoorders hanteren eerder een soort spreektaal, of 'toegepast' algemeen Nederlands, dat sterk aanleunt bij hoe we praten. Bij oproepers treffen we meer chattaal aan.
Staccatozinnen	korte zinnen.

Supervisie	een methode op het gebied van opleiding en deskundigheidsbevordering gericht op het leren zelfstandig en integratief functioneren in de uitoefening van een dienstverlenend beroep waarin het doelgericht hanteren van de relatie tussen supervisant en anderen een belangrijke rol speelt. (bron Siegers en Haan, 1988)
Tempo	de snelheid (traagheid) waarmee berichten worden ingetikt, gelezen, gecorrigeerd, beantwoord. De verhouding tussen aantal berichten, woorden en genoteerde tijd.
Typindicator	een aanduiding waarop te zien is of de gesprekspartner aan het typen is of niet.
Underdisclosure	té weinig en té moeizaam informatie geven over zichzelf als oproeper of over de situatie, slechts beperkt antwoorden op vragen.
Veelchatter	een oproeper die vaak en herhaaldelijk gebruik maakt van het onlinemedium en die daardoor soms andere oproepers belet om toegang te krijgen tot de chatroom.
Virtueel	niet reëel, maar enkel bestaand via het scherm, via online.

Bijlage 1: Over de mindmaps in deze ch@tlas?

Een mindmap is een soort 'mentale' kaart over een bepaald onderwerp of thema. Het is een netwerk van kleurrijke sleutelwoorden en symbolen die veel informatie samenvat. Het doel van de mindmap is het in kaart brengen van alle aspecten van een probleem of onderwerp samen met de onderlinge relaties tussen deze aspecten.

Mindmaps kunnen voor verschillende doeleinden worden ingezet³ maar zijn in deze ch@tlas bedoeld als 'presentatie van het materiaal'. De beschikbare informatie wordt gevisualiseerd en gesystematiseerd. De mindmaps brengen het betreffende hoofdstuk op één pagina in beeld.

In die zin zijn mindmaps een uitstekende vervanger van sheets. Ze bieden de lezer enige structuur aan in de materie door de belangrijkste associaties en onderlinge relaties te laten zien.

HOE LEES JE EEN MINDMAP ?

- Een mindmap bekijk je altijd horizontaal panoramisch, in 'landscape'-formaat, omdat wij veel meer in de breedte kijken dan in de hoogte.
- In het midden staat het centraal thema in de vorm van een (driedimensioneel) beeld. Je leest een mindmap dus van het centrum naar de rand.
- Rond het centraal thema vind je belangrijke 'sleutelwoorden'. Sleutelwoorden zijn eigenlijk de ankerpunten van het onderwerp. Je kunt ze vergelijken met de hoofdstuktitels in een boek. De sleutelwoorden worden meestal in hoofdletters weergegeven bovenop de hoofdtakken. De tak zelf is slechts even lang als het woord.
- Vanuit de sleutelwoorden ontstaan associaties die zich verder vertakken. Het resultaat is een geleidelijk aan uitbreidend netwerk, dat er begint uit te zien als een spinnenweb, of eerder als het vogelperspectief van een groeiende boom, met stam in het midden en steeds uitwaaiende takken. Hoe verder weg van het centrum, hoe gedetailleerder de info.
- In de mindmap wordt 'reliëf' en nuance aangebracht door gebruik te maken van kleur, afbeeldingen, symbolen en driedimensionele weergave.
- Bepaalde elementen uit de mindmap kunnen worden geclusterd. Verschillende onderwerpen die bij elkaar horen worden bij elkaar gezet en eventueel genummerd en geprioriteerd. Als er geen prioritering is, kun je de mindmap beginnen lezen vanuit eender welke hoofdtak.

³. Mindmappen kan worden gebruikt bij: het maken van aantekeningen, het inplannen van werkzaamheden, het structureren van complexe informatie, het ordenen van ideeën, het voorbereiden en geven van presentaties, het nemen van beslissingen ... De techniek is ontwikkeld door de Engelsman Tony Buzan.

OVER HET DELEN VAN EEN MINDMAP

Vanuit een centraal beeld noteert de mindmapper op een vrije en flexibele manier, zijn spontane gedachten (of volgt hij de gedachtestroom van iemand anders). Omdat de maker zijn gedachten comprimeert tot sleutelwoorden en enkel noteert wat hij minimaal nodig heeft om te begrijpen en te onthouden, is een mindmap vaak een persoonlijke notatie en verwerking. Toch kunnen mindmaps ook gezamenlijk worden gemaakt of worden ingezet bij presentaties. Dan is enige toelichting over de gebruikte symbolen en tekeningen wel aangewezen.

DE MINDMAPS IN CH@TLAS

- Je kunt de mindmaps beschouwen als een illustratie van het betreffende hoofdstuk en er verder geen aandacht aan besteden.
- Je kunt ook het betreffende hoofdstuk lezen en vervolgens de mindmap grondig bekijken. Vind je er dezelfde gedachtegang in terug? Zie je sommige zaken helderder of anders?
- Uiteraard kun je ook zelf een mindmap maken⁴ van het hoofdstuk en jouw interpretatie naast de opgenomen mindmap leggen. Het levert je ongetwijfeld boeiende gespreksstof op voor een volgende interview.

Enkele gebruikte symbolen in de mindmaps zijn:

	Beantwoorder
	Oproeper
#	Aantal
	Telefonische eerstelijns hulp
FTF	Face-to-face hulp
NN	Nickname
&	Strikje: werd gebruikt om de chatalliantie aan te geven
	Wolk: wijst op verbinding, samenhang tussen 2 begrippen

⁴ Meer info over mindmaps en aanwijzingen voor het maken van mindmaps vind je op http://project.artevelddehs.be/llo/mindmap/bestanden/Handleiding_eMindMaps.pdf

Bijlage 2: Voorstelling van het OHUP – onlinehulpuitwisselingsplatform

In de voorbije jaren was er regelmatig contact tussen hulpverleningsorganisaties die met onlinehulp gestart waren of wilden starten. Onlinehulp betekent hier synchrone gespreksvoering op het internet, waarbij hulpverlener en oproeper in een virtuele gesprekskamer met elkaar communiceren via het verzenden van getypte boodschappen. De aanleiding tot contactname tussen organisaties was doorgaans het opvragen van concrete ervaringen; kwestie van het warm water niet meer te hoeven uitvinden. Het pionieren in onlinehulpverlening deed organisaties over het muurtje kijken. Daaruit ontstond de idee om een permanent overlegplatform van veldwerkers uit te bouwen. Kinder- en Jongerentelefoon nam hierin het voortouw en bracht in september 2006 de organisaties voor het eerst samen in het OnlineHulpUitwisselingsPlatform (OHUP).

OHUP brengt non-profitorganisaties samen die ervan overtuigd zijn dat online een waardevol medium is om hulp te bieden en ziet online als een belangrijke aanvulling op de al bestaande hulpverleningskanalen (face-to-face, telefonisch). OHUP wil de kwaliteit van onlinegespreksvoering verbeteren door uitwisseling van kennis en kritische bevraging tussen de organisaties en door externe kennis aan te trekken of te ontwikkelen (via onderzoek). Daarnaast biedt het platform ook mogelijkheden om kostenbesparend te werken. Deze doelstellingen staan geformuleerd in een missionstatement dat de OHUP-partners onderschrijven.

In haar actieplan vertrekt OHUP van de noden van de partnerorganisaties. Vragen die ons bezighouden en samenbrengen:

- Welke software is stabiel, veilig én betaalbaar?
- Hoe ga je om met oproepers die heel vaak online komen met hetzelfde probleem?
- Hoe ga je om met jonge meisjes 'met een cluster van problemen': vaak een combinatie van zelfdestructief gedrag (zelfdoding, zelfverwonding, eetproblemen) en slachtofferbeleving (incest, seksueel geweld ...)?
- Welke thema's en werkvormen komen aan bod in de training van onlinemedewerkers?

Daarnaast worden ook evoluties binnen de organisaties toegelicht en in een open sfeer bevraagd. Bijvoorbeeld het zoeken naar nieuwe rekruteringskanalen omdat de bestaande groep van ervaren (telefonische of face-to-face-) medewerkers beperkt is. Binnen OHUP stelden we ons de vraag: 'Welke impact heeft het rechtstreeks rekruteren van onlinemedewerkers op de organisatie?' Een ander voorbeeld is onlinehulp bieden van thuis uit. Uiteraard zijn er voordelen maar 'hoe garandeer je discretie, anonimiteit en kwaliteitsvolle hulp?' OHUP doet ook beroep op externe knowhow. Tele-Onthaal nam het voortouw tot het opstarten van dit onderzoek. De OHUP-partners engageren zich vanuit een nood aan wetenschappelijke onderbouw voor het voeren van onlinegesprekken.

OHUP staat open voor organisaties die concrete plannen hebben om onlinehulp op te starten. Ook organisaties die nog zoekend zijn rond de zinvolheid en de haalbaarheid van onlinehulp in hun hulpverleningscontext kunnen met hun vragen terecht bij OHUP.

De OHUP-partners zijn momenteel:

- het project Ikaros van de vzw Daidalos (een autonome, pluralistische hulpverleningsorganisatie bij problematische opvoedingssituaties) www.daidalosvzw.be
- de Holebifoon (de telefonische hulpverlening van de holebifederatie) www.holebifoon.be
- het netwerk online-advies van de JongerenAdviesCentra van enkele Centra voor Algemeen Welzijnswerk www.jac.be
- de Kinder- en Jongerentelefoon www.kinderenjongerentelefoon.be
- de Kinderrechtswinkel www.kinderrechtswinkel.be
- Slachtofferchat (een initiatief van Centrum Algemeen Welzijnswerk Zuid-Oost-Vlaanderen) www.slachtofferchat.be
- Tele-onthaal www.tele-onthaal.be
- de Zelfmoordlijn van het Centrum ter Preventie van Zelfdoding www.zelfmoordpreventie.be

De OHUP-doelstellingen

Verbeteren van de kwaliteit van onlinegesprekken als hulpverleningsmedium, door uitwisseling van bestaande knowhow.

Met 'uitwisseling' wordt bedoeld dat de organisatie zowel knowhow aanlevert aan de groep als dat ze deze terugkrijgt van de groep.

Een belangrijk aspect aan de 'uitwisseling van knowhow' is dat er wordt vertrokken vanuit de behoefte van de OHUP-leden. Het doel is niet om een 'kennis-om-de-kennis' centrum te worden.

De knowhow waarvan sprake, kan zich zowel binnen als buiten de organisaties van het UitwisselingsPlatform bevinden.

Knowhow aanwezig bij de participanten

De knowhow kan zich ook situeren op verschillende domeinen bijv.:

- Hulpverlening
 - o Specifieke vaardigheden die nodig zijn voor onlinehulpverlening
 - o Opleiding medewerkers
 - o Omgaan met 'moeilijke gesprekken'
 - o Intervisie (op beleidsniveau)⁵
 - o ...
- Technische kennis
 - o Welke software bestaat er? Voor- en nadelen? Kost? Hosting ...
 - o ...
- Organisatorische kennis
 - o Hoe een onlinehulpproject opstarten?
 - o Hoe een onlinehulpdienst operationeel houden?
 - o ...

Knowhow die extern aanwezig is

Om de knowhow binnen de organisaties van het OnlineHulp UitwisselingsPlatform verder uit te breiden, zal ernaar worden gestreefd om externe knowhow binnen te halen. Dit zou onder andere kunnen gebeuren via:

- het stimuleren en ondersteunen van onderzoek omtrent onlinehulp,
- het organiseren van studiedagen.

Optimalisaties

Mogelijke voordelen door gezamenlijk gebruik van dezelfde software? Kost? Aanpassing aan specifieke behoeftes?

Het OHUP heeft geen winstbedoeling.

⁵ Noot: inhoudelijke intervisie (casusbespreking) over de verschillende organisaties heen, wordt buiten het OHUP-overleg gehouden.

De OHUP-organisaties (leden november 2009)
zijn bereikbaar op volgende adressen

Wil je meer weten over hun ch@thulpverleningsaanbod ?
Wil je als vrijwilliger meewerken aan hun ch@thulpverlening ?
Zo kan je de OHUP-organisaties bereiken :



Alcoholhulp

Centra voor alcohol- en andere drugproblemen Limburg

Luikersteenweg 134
3500 Hasselt
contactpersoon: Herwig Claeys
telefoonnummer: 011 27 42 98
website: www.alcoholhulp.be

CAW De Terp, Boysproject

Quellinstraat 56
2018 Antwerpen
contactpersoon: Yves Dings
telefoonnummer: 03 293 95 90
faxnummer: 03 293 97 70
e-mailadres: boysproject@cawdeterp.be
website: www.boysproject.be

CAW Zuid-Oost-Vlaanderen, Slachtofferchat

Grotenbegestraat 26
9620 Zottegem
Contactpersoon: Patsy De Witte
telefoonnummer: 09 360 33 66
faxnummer: 09 361 06 57
e-mailadres: patsy.dewitte@cawzuidoostvlaanderen.be
website: www.slachtofferchat.be

Centrum ter Preventie van Zelfdoding v.z.w.

Arteveldestraat 142
1000 Brussel
contactpersoon: Michaël Bloemen
telefoonnummer: 02 64 96 205
faxnummer: 02 64 98 818
e-mailadres: michael@preventiezelfdoding.be
website: www.preventiezelfdoding.be of www.zelfmoordlijn.be

Federatie van Tele-Onthaaldiensten in Vlaanderen

Roosakker 6
9000 Gent
contactpersoon: José De Kesel
telefoonnummer: 09 220 82 92
faxnummer: 09 220 66 64
e-mailadres: federatie@tele-onthaal.be
website: www.tele-onthaal.be

Holebifoon

Kammerstraat 22
9000 Gent
contactpersoon : Jan De Leeuw
telefoonnummer : 09 223 69 29
faxnummer : 09 223 58 21
e-mailadres : vragen@holebifoon.be
website: www.holebifoon.be

Kinder- en JongerenTelefoon Vlaanderen vzw

Kartuizerstraat 19 bus 8
1000 Brussel
contactpersoon: Sibille Declercq
telefoonnummer: 02 534 37 43
faxnummer: 02 534 37 43
e-mailadres: info@kjt.org
website: www.kjt.org / www.102.be

Koepel Kinderrechtswinkels vzw

Algemene coördinatie : Karin Maes
p.a/ Kinderrechtswinkel Gent
Hoogstraat 81, 9000 Gent
telefoonnummer: 09 234 19 72
faxnummer: 09 234 19 72
e-mailadres: KRW.Koepel@kinderrechtswinkel.be
website: www.kinderrechtswinkels.be

Netwerk online advies JAC (JAC online)

contactpersoon : Lieve Hendrickx
telefoonnummer : 0474 952150
email : lieve.hendrickx@cawdekempen.be
website : www.jac.be

Teleblok

contactpersoon: Veerle Aerts
telefoonnummer: 0800 13 14 4
e-mailadres: veerle.aerts@cm.be
website: www.teleblok.be

Vereniging voor Alcohol en andere Drugproblemen, Druglijn

Vanderlindenstraat 15
1030 Brussel
contactpersoon : Katrien Dewaelheyns
telefoonnummer: 078 15 10 20
faxnummer: 02 423 03 34
website: www.druglijn

Bijlage 3: Veel gebruikte emoticons en hun betekenis

Emoticon	Betekenis
:-) :) -)	Een vrolijk, lachend gezichtje (in diverse varianten)
:(:-)	Verdrietig
:'(	Een huilend, ongelukkig gezichtje: de chatter is heel erg verdrietig.
;) ;-)	Knipogend
:-/	Iets niet weten
:D of:d	Glimlach
:s :-S	Verward, beledigd
:-P of :P	Grappend (<i>P</i> is de tong), ook vaak als iets sarcastisch bedoeld is
:o	Verbaasd
xD	Lol, hard lachen
=)	Lachen
:s	Verward, 'confused'
:^	Neus trekken

Meer emoticons op: www.internetwoordenboek.com/paginas/emoticons.htm

Bijlage 4: (Typische) afkortingen in onlinegesprekken

AAND8	aandacht	MR	maar	W8	wacht
ABT4Y	always be there for you	MSS, MSSN, MSN	misschien	W817	wacht eens even
AM	automutulatie	NI	niet	WB	welcome back
AO	ander onderwerp	NO PROB	no problem	WMB	wat mij betreft
ASAP	as soon as possible	NP	no problem	WRM	waarom
AUB	alstublieft	NR	naar	WROM	waarom
AYM	are you mad (ben je gek)	NT	niet	WSS	waarschijnlijk
BB	baby	NWLY	never wanna	WSSN	waarschijnlijk niet
BBL	be back later		leave/lose you	WTF	what the fuck
BF	best friends	OID	of iets dergelijks	WTH	what the hell
BRB	be right back	OW	ook waar	ZM	zelfmoord
BTW	by the way	OW V	omwille van		
BVB, BV, BIJV	bijvoorbeeld	Q:	question		
CU	see you (later)	QIE	wie		
CYA	see you (tot later)	QUE	wat		
DA	dat	RBTL	read between the lines		
DIE LAATSTE X	die laatste keer	RL	real life		
DK	dikke kus	ROFL	rolling on the floor		
ED	en dergelijke		laughing		
ENZ.	enzovoort	SEC	second(je)		
ETC	enzovoort	SGOOL	school		
FAQ	frequently asked questions	SLT	salut		
FF	even	SUC6	succes		
FFW88	even wachten	SVP	s'il vous plait (aub)		
GGD	graag gedaan	SYL	see you later		
GN	geen	SYS	see you soon		
GWN	gewoon	TGN	tegen		
HBB	hebben	THX	thanks (dank u)		
HOEST	hoe ist	TOV	tegenover		
IDD OF INDD	inderdaad	TRG	terug		
IPV	in plaats van	TSS	tussen		
JWL	jawel	TXT	tekst		
KLZK	klootzak	U2	jij ook		
KWN	kwenie	V/D	van de		
LDVD	liedesverdriet	V/H	van het		
LOL	laughing out loud	VB	voorbeeld		
ME2	ik ook	VS	versus (tegen)		
MND	maanden	W.E.	weekend		

Bijlage 5:



Samen investeren in welvaart en welzijn

Cera CVBA
Philipssite 5 b10
3001 Leuven
Tel. 070 69 52 42
www.cera.be - info@cera.be

Zo'n half miljoen vennoten bouwen elke dag mee aan maatschappelijke projecten en verstevigen de fundamenten van een sterke financiële groep.

Cera is een coöperatie van zo'n half miljoen vennoten en investeert samen met hen op financieel en maatschappelijk vlak.

Cera controleert ruim 30 % van de aandelen van KBC Groep. Deze investering zorgt voor de stabiliteit en de verdere ontwikkeling van deze groep. Zo creëren we kansen voor directe en indirecte werkgelegenheid.

Cera investeert ook in de samenleving via maatschappelijke projecten, op regionaal, nationaal en internationaal vlak. Deze projecten sluiten aan bij de waarden van haar coöperatie: samenwerking, solidariteit en respect voor het individu.

De domeinen waarin Cera investeert zijn: Armoede en sociale uitsluiting, Cera Expertisecentrum Ondernemen, Kunst en cultuur, Land- en tuinbouw en platteland, Medisch-sociaal, Lokale onderwijsinitiatieven en Solidair bankieren en verzekeren in ontwikkelingslanden via BRS.

De investeringen van Cera dragen bij tot de welvaart van alle betrokkenen en tot het welzijn van de hele samenleving.

Vrijwilligers vormen een belangrijke bouwsteen in onze samenleving. Daarom investeert Cera in overkoepelende projecten die het vrijwilligerswerk ondersteunen en promoten en op die manier een welzijnshefboom betekenen voor de sociale sector.

Onlinehulp is een vrij recent fenomeen, maar evolueert snel. Cera wil de hulpverleningsinstanties die nu al in onlinehulp investeren, ondersteunen. Dankzij dit vooronderzoek en onderzoek beschikt de sector voortaan over de juiste instrumenten om onlinehulpverlening te ontwikkelen of verder uit te bouwen.

We zijn ervan overtuigd dat dit project een nauwere samenwerking tussen de verschillende diensten met zich heeft meegebracht. Het geeft een extra impuls aan de onlinehulpverlening in Vlaanderen en zal zo het onderzoek over dit medium mee op gang trekken.

Bijlage 6: Andere publicaties en hulpmiddelen over onlinehulp door dezelfde auteurs

- BOCKLANDT, P., DECUYPERE, N. en VLAEMINCK, H. Kiezen voor onlinehulp – wie kent de weg en spreekt de taal ?
in DE KOSTER, K. en DEMAN, L. (red.), *Handboek integrale jeugdhulp*, Brussel, Politeia, afl. 3, juli 2009 – Toegankelijkheid – Praktijk 3
p. 1 – 12.
- BOCKLANDT, P. en DE ZITTER, M., Onlinehulpverlening in Vlaanderen.
In *Socia-cahier - werkstukken over welzijnswerk*, Gent, Arteveldehogeschool, januari 2008, n° 11, p. 211-221.
- BOCKLANDT, P. en DE ZITTER, M., Onlinehulpverlening in Vlaanderen – een SWOT-analyse, powerpointpresentatie,
Gent, Arteveldehogeschool, juni 2007, 25 p.
- BOCKLANDT, P., DE ZITTER, M. en VLAEMINCK, H., Ch@tlastools – tools voor beantwoorders ch@thulp, vormingsfiches,
Gent, Arteveldehogeschool, oktober 2009, 32 p.
- BOCKLANDT, P. en VLAEMINCK, H., Kiezen voor ... ch@thulp.
In *Sociaal*, Mechelen, Kluwer, (eind 2009), 4 p.
- BOCKLANDT, P. en VLAEMINCK, H., Opstarten van ch@thulpverlening – checklist over visie en positionering chathulp in eerstelijns welzijnswerk,
vragenlijst, Gent, Arteveldehogeschool, oktober 2009, 29 p.
- VLAEMINCK, H., VANHOVE, T., DE ZITTER, M. en BOCKLANDT, P., Onlinehulpverlening, communiceren in stilte.
In *Alert*, Antwerpen, Steunpunt Algemeen Welzijnswerk, jaargang 34, 2008, n° 4 , p. 35 – 46.
- VLAEMINCK, H., VANHOVE, T., DE ZITTER, M. en BOCKLANDT, P., Onderzoek naar methodiek voor onlinehulpverlening in
eerstelijns welzijnswerk, rapport, Gent, Arteveldehogeschool, 2009, 250 p.

Al deze publicaties kan je bestellen bij de uitgevers of op volgend mailadres : philippe.bocklandt@arteveldehs.be

© Arteveldehogeschool,
november 2009

tweede – bijgewerkte - versie

Hilde Vlaeminck
Tim Vanhove
Martine De Zitter
Philippe Bocklandt



Sociaal werk

Sint-Annaplein 31, 9000 Gent
Tel. 09 223 59 05
Fax 09 223 59 04
www.arteveldehs.be

philippe.bocklandt@arteveldehs.be