

FOCUS OP DRAAGVLAK

Een kwalitatief onderzoek naar het draagvlak voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren met psychosociale problemen.

Lora Balci (s0160245)

Masterthese gezondheidspsychologie

Onder begeleiding van:

Dr. C. Bode

Dr. O. Kulyk

18-08-2015

INHOUD

Inhoud	3
Abstract	5
Samenvatting	6
1. Inleiding.....	7
1.1 Introductie	7
1.2 Schoolmaatschappelijk werk	7
1.3 Psychosociale problemen.....	8
1.4 Decentralisatie sociale domein	8
1.5 Gebruik van eHealth	9
1.6 Casus	12
1.6.1 Aanleiding onderzoek	12
1.6.2 Doelstelling en doelgroep	12
1.6.3 Onderzoeksvragen.....	13
2. Onderzoeksmethoden	14
2.1 CeHRes Roadmap.....	14
2.2 Focusgroep	15
2.3 Participanten	15
2.3.1 Jongeren	15
2.3.2 Professionals	16
2.4 Procedure en materialen.....	16
2.5 Analyse.....	17
3. Resultaten.....	20
3.1 Resultaten focusgroep professionals	20
3.1.1 Voordelen voor jongeren	20
3.1.2 Nadelen voor jongeren	20
3.1.3 Voordelen voor professionals	21
3.1.4 Belemmeringen voor professionals	22

3.1.5 Verwachtingen	23
3.1.6 Competenties	25
3.1.7 Middelen.....	26
3.2 Beantwoorden onderzoeksvragen professionals	28
3.3 Resultaten focusgroep jongeren.....	29
3.3.1 Voordelen	29
3.3.2 Nadelen.....	30
3.3.3 Motieven om online te zoeken	31
3.3.4 Motieven om niet online te zoeken.....	31
3.3.5 Problematiek	32
3.3.6 Voorkeuren.....	33
3.3.7 Promotie	34
3.4 Beantwoorden onderzoeksvragen jongeren.....	35
4. Discussie en conclusie	37
4.1 Discussie	37
4.2 Sterke en zwakke punten	39
4.3 Aanbevelingen	39
4.4 Conclusie.....	40
5. Literatuurlijst	41
Bijlagen.....	45
Bijlage 1: Brief toestemming ouders	45
Bijlage 2 - Draaiboek focusgroep professionals 26 februari 2015...	46
Bijlage 3 - Draaiboek focusgroepen jongeren voortgezet onderwijs 6 en 11 maart 2015.....	48
Bijlage 4 – Powerpoint Jongeren.....	50
Bijlage 5 – Powerpoint professionals	52
Bijlage 6 – Coderingsschema focusgroep professionals	54
Bijlage 7 – Coderingsschema focusgroepen jongeren	63

ABSTRACT

Background 1 out of 5 adolescents in the Netherlands have psychosocial problems. Only a quarter of them seeks help for their problems. With the introduction of the new ‘Wet maatschappelijke ondersteuning’, the ‘Jeugdwet’ and the ‘Participatiewet’ on January 1, 2015, municipalities have been given the task to enlarge the self-reliance and participation of citizens and at the same time to lower the access threshold for help and support. Municipalities have to focus even more on early detection and prevention of problems by giving information and advice. Especially for adolescents eHealth could be an innovative way to lower the access threshold. The school social work is a low threshold provision for young people with psychosocial problems and they could probably reach even more adolescents through the use of eHealth.

Objective The objective of this study is to make an inventory of the support for an information- and advice service for adolescents with psychosocial problems among professionals and adolescents. The target group of this study are adolescents with psychosocial problems in secondary education. The research is done by order of Wijkkracht in the municipality of Hengelo. They have been commissioned to organize the client support.

Method A qualitative study using focus groups is carried out. The focus groups consisted of 27 adolescents from secondary schools, divided into 2 groups and a group of 9 professionals whose job directly or indirectly is dealing with young people with psychosocial problems. Using Power Point presentations and detailed scripts, the participants have been asked questions, using the answers to get an image of the opinions, wishes, needs and expectations of the participants with regard to an information- and advice service for young people with psychosocial problems.

Results According to the professionals the disadvantages of an information- and advice service outweigh the benefits. Professionals see too many obstacles to execute a service. They find it hard to deal with digital contact and think that early detection of problems is easier through to physical activities. Professionals lack computer skills, online communication skills and technical resources to execute eHealth. Professionals do have an open mind to learn new things. Adolescents also see more disadvantages than advantages of a service. They prefer personal contact over digital contact, because the internet can be unreliable. Adolescents advice to hire more young professionals so you can reach more young people. An information- and advice service should, in their view, be cheerful and accessible to a wide audience.

Conclusions It is important that Wijkkracht invests in trainings for professionals to learn new competences and increase their knowledge and skills of eHealth. When hiring staff, it is important to look closely at the skills and competences of professionals. Young people prefer young professionals who have experience with adolescents who have psychosocial problems. In addition, young people need a combination of old-fashioned and innovative technological way of organising help. To work efficiently, one has to link up with similar services to reach an even wider audience. Support for an information- and advice service for young people is at this moment not large enough among young people and professionals, but there are possibilities to increase it.

SAMENVATTING

Achtergrond Eén op de vijf jongeren in Nederland heeft psychosociale problemen. Slechts een kwart van deze jongeren zoekt echter hulp voor deze problemen. Met de komst van de nieuwe Wet maatschappelijke ondersteuning, de Jeugdwet en de Participatiewet op 1 januari 2015 hebben gemeentes de taak gekregen om de zelfredzaamheid en participatie van burgers te vergroten en tegelijkertijd de toegangsdrempel voor hulp en ondersteuning te verlagen. Gemeentes moeten zich nog meer gaan richten op preventie en vroegtijdig signaleren van problemen door middel van het geven van informatie en advies. Met name voor jongeren zou eHealth een innovatief middel kunnen zijn om de toegangsdrempel te verlagen. Het schoolmaatschappelijk werk is een laagdrempelige voorziening voor jeugdigen met psychosociale problemen die via de inzet van eHealth meer jongeren zou kunnen bereiken.

Doel De doelstelling van dit onderzoek is om een inventarisatie te maken van het draagvlak voor een informatie- en adviesdienst voor jongeren met psychosociale problemen onder professionals en jongeren. De doelgroep van dit onderzoek zijn jongeren uit het voortgezet onderwijs die psychosociale problemen ervaren. Het onderzoek is gedaan in opdracht van Wijkkracht die in de gemeente Hengelo de opdracht heeft gekregen om cliëntondersteuning te organiseren zoals deze in de Wet maatschappelijke ondersteuning wordt beschreven.

Methode Met behulp van focusgroepen is een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. De focusgroepen bestonden uit 27 jongeren uit het voortgezet onderwijs, verdeeld over twee groepen en een groep van negen professionals die met hun beroep direct of indirect met de doelgroep te maken hebben. Met behulp van PowerPoint presentaties en gedetailleerde draaiboeken zijn verschillende vragen gesteld aan de deelnemers om zo goed mogelijk een beeld te kunnen krijgen van de meningen, wensen, behoeftes en verwachtingen van de deelnemers met betrekking tot een informatie- en adviesdienst voor jongeren met psychosociale problemen.

Resultaten Volgens de professionals wegen de voordelen van een informatie- en adviesdienst niet op tegen de nadelen. Professionals zien nog teveel belemmeringen om een dienst in te voeren. Ze hebben moeite met digitaal contact en vinden het fysiek makkelijker om vroegtijdig te signaleren. Professionals missen computervaardigheden, online communicatievaardigheden en technische middelen om eHealth in te kunnen zetten. Professionals hebben wel een open houding om nieuwe dingen te leren. Ook jongeren zien belemmeringen. Zij geven aan persoonlijk contact te prefereren, omdat het internet onbetrouwbaar zou zijn. Jongeren adviseren om meer jonge mensen in te zetten bij het bereiken van jongeren. Een informatie- en adviesdienst moet volgens hen vrolijk ogen en toegankelijk zijn voor een breed publiek.

Conclusie Het is belangrijk dat Wijkkracht investeert in scholingen om professionals nieuwe competenties aan te leren en hun kennis en vaardigheden van eHealth te vergroten. Bij het aannemen van personeel dient men goed te kijken naar de uitstraling en competenties van professionals. Jongeren prefereren jonge professionals die ervaring hebben met jongeren die psychosociale problemen hebben. Jongeren hebben bovendien behoefte aan een combinatie van een ouderwetse en een innovatieve technologische manier van hulpverlening. Om efficiënt te kunnen blijven werken moet gekeken worden naar aansluiting bij soortgelijke diensten om een nog groter publiek te kunnen bereiken. Het draagvlak voor een informatie- en adviesdienst voor jongeren is nog niet groot genoeg onder jongeren en professionals, maar er zijn wel mogelijkheden om het draagvlak te vergroten.

1. INLEIDING

1.1 INTRODUCTIE

Het gebruik van het internet en nieuwe online technologieën worden steeds meer een vast onderdeel van het dagelijks leven. Het leven van jongeren speelt zich voor een groot deel online af (CBS, 2014). In hun kamerbrief van 2 juli 2014 stellen minister Schippers en staatssecretaris van Rijn dat veel nieuwe technologieën echter nog in onvoldoende mate worden toegepast in de zorg en welzijn (VWS, 2014). Volgens hen zou eHealth een middel kunnen zijn om de beweging naar meer zelfredzaamheid en participatie te ondersteunen en systemen anders te organiseren.

Met de beweging doelen ze voornamelijk op de decentralisatie van het sociale domein die op 1 januari van dit jaar een feit is geworden. Met de komst van de Wet maatschappelijke ondersteuning, de Jeugdwet en de Participatiewet krijgen gemeenten de taak om de zelfredzaamheid en participatie van burgers te vergroten en tegelijkertijd de toegangsdrempel tot hulp en ondersteuning te verlagen.

Gemeenten moeten zich volgens de nieuwe Wmo en de Jeugdwet nog meer richten op preventie en vroegtijdige signalering van problemen onder jeugdigen. Daarnaast moet op een laagdrempelige manier voorzien worden in informatie en advies om de zelfredzaamheid en participatie van kwetsbare burgers te vergroten. Gemeenten krijgen met de decentralisatie de opdracht om ondersteuning innovatief te organiseren.

Het schoolmaatschappelijk werk is een laagdrempelige voorziening voor jeugdigen met psychosociale problemen met als kerntaken preventie en vroegtijdige signalering. Vanaf januari 2015 is ook het schoolmaatschappelijk werk onderdeel van deze veranderingen. EHealth biedt de tools en mogelijkheden aan gemeentes om innovatief en preventief in te zetten bij het opsporen en aanpakken van problemen onder jongeren. Daarmee sluit je ook aan bij hun belevingswereld.

1.2 SCHOOLMAATSCHAPPELIJK WERK

De school heeft een belangrijke signaleringsfunctie als het gaat om psychosociale problemen van leerlingen. Het schoolmaatschappelijk werk is een laagdrempelige voorziening voor jeugdigen met psychosociale problemen (NVMW 2008) en vormt een schakel tussen zorg in school en zorg buiten school. Een schoolmaatschappelijk werker kan werkzaam zijn in het basisonderwijs, het voortgezet onderwijs of het middelbaar beroepsonderwijs. In het basisonderwijs heeft de schoolmaatschappelijke werker voornamelijk contact met de ouders van een leerling, terwijl vanaf het voortgezet onderwijs het contact voornamelijk met jongeren is. Voornaamste taken van een schoolmaatschappelijk werker is de preventie en voegsignalering van problemen die de ontwikkeling van een kind kunnen stagneren of schooluitval kunnen veroorzaken. Hierin werken schoolmaatschappelijk werkers nauw samen met onder andere zorgcoördinatoren, leerplichtambtenaren en jeugdhulp.

Schoolmaatschappelijke werkers beschikken over kennis van factoren die psychosociale problemen veroorzaken en kennis van uiteenlopende psychosociale problematiek. Ze

beschikken over vaardigheden in het signaleren en analyseren van die problematiek en ook hebben ze kennis van methoden en technieken die ze in kunnen zetten (NVMW, 2008).

1.3 PSYCHOSOCIALE PROBLEMEN

Veel gezondheidsproblemen bij volwassenen zijn het resultaat van een ongezonde leefstijl en psychosociale problemen in de jeugd. Van alle ziekten en stoornissen leiden psychische problemen tot het meeste verlies aan kwaliteit van leven van jongeren (Schrijvers & Schoemakers, 2008). Volgens onderzoek van het Trimbos- instituut en het Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu blijkt dat één op de vijf jongeren in Nederland op het voortgezet onderwijs psychosociale problemen hebben (de Looze et al., 2014; Hamberg- van Reenen, Meijer, van Gils & Savelkoul, M., 2014). Slechts 23% van deze jongeren zoekt echter hulp bij deze problemen (Zwaanswijk, 2005).

Psychosociale problemen zijn onder te verdelen in drie soorten problemen. Dit zijn emotionele problemen, gedragsproblemen en sociale problemen. Emotionele problemen zijn problemen die te maken hebben met angst, teruggetrokkenheid, depressieve gevoelens en psychosomatische klachten. Gedragsproblemen bestaan uit agressief gedrag, onrustig gedrag en delinquent gedrag. Dit kan zich uiten in pesten, spijbelen of hyperactief gedrag. Sociale problemen zijn problemen die iemand heeft in het maken en onderhouden van contacten met anderen (Postma, 2008, Zeijl et al., 2005).

Psychosociale problemen brengen veel consequenties met zich mee. Onderzoek laat zien dat psychosociale problemen op een jonge leeftijd, toekomstig probleemgedrag kunnen voorspellen (Postma, 2008). Daarnaast leiden ernstige problemen op dit vlak eerder tot suïcide. Jongeren die psychosociale problemen hebben, vertonen ook vaker ongezond gedrag (Schrijvers en Schoemakers, 2008).

Volgens onderzoek hebben meisjes vaker emotionele problemen dan jongens, terwijl jongens meer gedragsproblemen laten zien dan meisjes (Bot, de Leeuw, den Bouter & Adriaanse, 2011; de Looze et al., 2014). Psychosociale problemen nemen af naarmate het schoolniveau van jongeren toeneemt. Verder hebben jongeren uit onvolledige gezinnen vaker psychosociale problemen. Ook rapporteren jongeren, die uit een gezin komen met een laag welvaartsniveau, vaker problemen.

Belangrijke risicofactoren voor het ontstaan van psychosociale problemen zijn een lage intelligentie, geweld in de opvoedsituatie, zwangerschaps- en geboortecomplicaties, ingrijpende levensgebeurtenissen en het opgroeien met een alleenstaande ouder (Postma, 2008; Bot et al., 2011; Jansen et al., 2013)

1.4 DECENTRALISATIE SOCIALE DOMEIN

Voor jongeren die psychosociale problemen ervaren brengt de decentralisatie ook veranderingen met zich mee. De invoering van de nieuwe Jeugdwet, de Participatiewet en de Wet maatschappelijke ondersteuning geven per 1 januari 2015 gemeenten de gehele verantwoordelijkheid voor de totale ondersteuning van kwetsbare burgers bij hun zelfredzaamheid en hun maatschappelijke participatie. Deze verantwoordelijkheid houdt volgens de Wmo in dat gemeenten een verplichting hebben om cliëntondersteuning voor alle

cliënten, van alle leeftijden en over alle levensdomeinen te regelen. Cliëntondersteuning houdt wettelijk in: “onafhankelijke ondersteuning met informatie, advies en algemene ondersteuning die bijdraagt aan het versterken van de zelfredzaamheid en participatie en het verkrijgen van een zo integraal mogelijke dienstverlening op het gebied van maatschappelijke ondersteuning, preventieve zorg, zorg, jeugdhulp, onderwijs, welzijn, wonen, werk en inkomen.” (VWS, 2014). De ondersteuning moet laagdrempelig en toegankelijk zijn voor alle burgers, maar richt zich vooral op kwetsbare burgers die niet zelf de volledige regie kunnen voeren, een beperkte zelfredzaamheid hebben of die problemen hebben met de participatie in de samenleving. Daarnaast heeft de gemeente volgens de Jeugdwet de verplichting om op preventie gerichte ondersteuning van jeugdigen met psychosociale problemen zorg te dragen. Van gemeenten wordt verwacht dat ze meer gaan investeren in preventie en lichte vormen van ondersteuning om te voorkomen dat zware en dure ondersteuningsvormen worden ingezet.

In de memorie van toelichting van het wetsvoorstel staat dat de gemeente beleidsvrijheid heeft bij de vormgeving van de cliëntondersteuning (VWS, 2014). Wel is het wenselijk dat ze zich hierbij laten leiden door de ‘één loketgedachte’. Cliëntondersteuning dient gratis en goed toegankelijk te zijn, bijvoorbeeld telefonisch, digitaal en via een fysiek loket (Transitiebureau Wmo, 2014). De meeste gemeenten hebben daarom een Wmo- loket, een zorgloket of een CJG- loket (centrum voor jeugd en gezin). Gemeenten kunnen cliëntondersteuning in eigen beheer of door een externe aanbieder laten uitvoeren. Hierbij kan gebruik worden gemaakt van sociale wijkteams. Sociale (wijk)teams zijn “teams van professionele en/of vrijwillige hulpverleners die integraal, generalistisch, multidisciplinair en/of outreachend werken” (Movisie, 2015). Uit een zeer recent gehouden enquête kwam naar voren dat 86% van de gemeenten al met sociale (wijk)teams werkt of gaat werken vanaf januari 2015 (Movisie, 2015). Waar het Wmo loket voornamelijk dient voor informatie en advies over het verstrekken van individuele en algemene voorzieningen, zijn de sociale wijkteams er om de aanpak van preventie en signalering en de lichtere vormen van ondersteuning voor hun rekening te nemen (Transitiebureau Wmo, 2014). Het schoolmaatschappelijk werk kan deel uitmaken van een wijkteam, zodat direct ondersteuning kan worden aangeboden, maar het kan ook onderdeel zijn van het Centrum voor Jeugd en Gezin. Gemeentes staan vrij om hierin een keuze te maken.

1.5 GEBRUIK VAN EHEALTH

Technologische ontwikkelingen zoals eHealth kunnen helpen bij de maatschappelijke opgave van gemeenten die uit deze wetten voortkomen. Volgens Eysenbach biedt eHealth mogelijkheden bij het vergroten van zelfredzaamheid en participatie (Eysenbach, 2001; Eysenbach, 2008). Hij beschrijft eHealth als volgt:

*E-health is an emerging field in the intersection of medical informatics, public health and business, referring to health services and information delivered or enhanced through the Internet and related technologies. In a broader sense, **the term characterizes not only a technical development, but also a state-of-mind, a way of thinking, an attitude, and a commitment for networked, global thinking, to improve health care locally, regionally, and worldwide by using information and communication technology** (Eysenbach, 2001).*

In Nederland wordt eHealth in 2002 voor het eerst gedefinieerd door De raad voor de Volksgezondheid en Zorg: “Het gebruik van nieuwe informatie- en

communicatietechnologieën, en met name internettechnologie, om gezondheid en gezondheidszorg te ondersteunen of te verbeteren.” Hierbij wordt onderscheid gemaakt in eZorg, eZorgondersteuning en ePublichealth. Deze laatste richt zich op voorlichting en preventie. EPublichealth biedt veel kansen om preventief in te zetten bij gezondheidsrisico's, omdat informatie en advies beschikbaar worden gesteld over gezondheid en gezondheidszorg. Voor jongeren lijken er kansen te liggen op dit gebied, aangezien hedendaags grote groepen jongeren risicogroepen vormen (De Looze et al., 2014; Hamberg- van Reenen, Meijer, van Gils & Savelkoul, 2014; Van Heerwaarden, 2013).

Volgens onderzoek van het CBS hebben jongeren (vanaf twaalf jaar) een goede toegang tot het internet en maken ze hier dagelijks veelvuldig gebruik van (CBS, 2014). Bijna 90% van de jongeren gebruikt hiervoor een mobiel apparaat. Zij gebruiken het internet vooral voor gamen, het bekijken van filmpjes, het luisteren naar muziek, het gebruik van sociale media, maar ook zoeken ze veel informatie en advies op via het internet voor uiteenlopende zaken. Veel gebruikte vormen voor jongeren om te communiceren zijn email (92%), chat (48%) en internetbellen (43%) (CBS, 2014).

Voor jongeren die informatie en advies zoeken op het internet kan eHealth voordelen bieden. Het sluit aan bij hun belevingswereld. Jongeren hebben al 24 uur per dag toegang tot het internet, maar de informatie op het internet is ook te allen tijde beschikbaar, onafhankelijk van plaats en tijd. Dit betekent dat ze overal en altijd toegang zouden kunnen hebben tot gezondheidsinformatie. Zo kunnen jongeren thuis of op school met hun problemen bezig en kunnen ze informatie in hun eigen tempo en zo vaak als ze willen opzoeken (Portnoy, Scott-Sheldon, Johnson, & Carey, 2008; Schalken et al., 2013). De makkelijke toegang verlaagt de drempel voor veel jongeren om informatie en advies te zoeken bij gezondheidsproblemen en de flexibiliteit stelt ze in staat om zelf te kiezen hoe ze deze informatie willen ontvangen. Ook de anonimiteit die het internet biedt, kan voor veel jongeren een voordeel zijn. Anonimiteit speelt een grote rol in het leven van jongeren. Schaamte is vaak nog een reden voor jongeren om niet naar hulp te zoeken. Uit onderzoek blijkt dat jongeren geen hulp zouden zoeken als het om face-to-face contact zou gaan, maar wel als het online kan (Schalken et al., 2013).

EHealth biedt ook voor zorginstellingen veel mogelijkheden. Het zorgt voor een makkelijke toegang, omdat het onafhankelijk is van tijd en plaats (Van Gemert-Pijnen, Peters & Ossebaard, 2013). Daarmee kunnen instellingen ook andere doelgroepen aantrekken die voorheen niet werden geholpen (Riper et al., 2007). De flexibiliteit van het online aanbod draagt bij aan het bereik en de toegankelijkheid ervan. Daarnaast is eHealth een belofte als het gaat om de zelfredzaamheid van patiënten en het voeren van de regie. Technologie zou de positie van de mensen kunnen versterken, meer regie over het eigen leven geven en zo tot een grotere zelfredzaamheid leiden (Drossaert & van Gemert-Pijnen, 2010; Nictiz & Nivel, 2013). EPublichealth biedt als voordeel dat het preventief werkt en instellingen op deze manier tijd en kosten kunnen besparen. Voor jongeren is een informatieve website, een simpele app of een enkel email- contact vaak al voldoende (Riper et al., 2013).

Ondanks alle mogelijkheden van eHealth, lijkt het gebruik nog zeer beperkt. Uit het onderzoeksrapport van het Nivel en Nictiz (eHealthmonitor, 2013) komt naar voren dat de belangrijkste reden voor het beperkte gebruik, het tekort aan draagvlak is onder verschillende partijen. De reden voor het tekort aan draagvlak vloeit voort uit belemmeringen, zoals de financiering, de onbekendheid met het onderwerp, het gebrek aan standaardisatie, de complexiteit op ICT-gebied, onduidelijke wetgeving en het gebrek aan bewijs voor de

effectiviteit. Ook uit andere onderzoeken blijkt dat eHealth behalve mogelijkheden ook veel barrières met zich meeneemt (Nijland, 2011; Van Gemert-Pijnen et al., 2011). Schalken en collega's (2013) schrijven ook over de beperkingen van eHealth. Volgens hen zijn onder andere de complexe financiering, de veiligheidsrisico's, de verminderde betrokkenheid van de hulpvrager, het gebrek aan kennis en het gebrek aan vaardigheden de belangrijkste belemmeringen van eHealth. Vanwege alle barrières die eHealth met zich mee kan nemen, kan het gebruik van deze diensten tegenvallen. Ze hebben weinig bereik, worden te weinig gebruikt, hebben weinig of geen invloed of er is weinig interoperabiliteit. Onderzoek wijst uit dat het meenemen van belanghebbenden in het ontwikkelingsproces deze barrières weg kunnen nemen (Van Gemert-Pijnen et al., 2013).

Voor de ontwikkeling van een interventie is het belangrijk om te weten in hoeverre dit effect kan hebben op de gebruikers. Er is nog niet veel bekend over het effect van eHealth op de gebruikers. Steeds meer wetenschappelijk onderzoek wordt gedaan naar dit onderwerp, maar het onderzoek beperkt zich voornamelijk tot de Geestelijke Gezondheidszorg (Postel et al., 2010; Ruwaard, 2012; Riper et al., 2013). Sectoren zoals de maatschappelijke dienstverlening hebben deze traditie nog niet. Veel maatschappelijke instellingen hebben al complete digitale platformen waar ze hun diensten aanbieden, maar niet duidelijk is hoeveel mensen daar gebruik van maken of hoeveel mensen daar baat bij hebben. Het gebrek aan bewijs voor de effectiviteit van deze diensten zorgt er voor dat deze interventies niet het gewenste gebruik en invloed hebben op hun gebruikers (Van Gemert-Pijnen et al., 2011). Ook voor de kosten-effectiviteit is het belangrijk om te weten of een bepaalde vorm van dienstverlening zich bijvoorbeeld beter leent dan een andere en voor welke doelgroepen dit geldt (Schalken et al., 2013).

EPublichealth lijkt wel een positieve bijdrage te kunnen leveren aan het oplossen of voorkomen van problemen van jongeren. Veel sites voorzien in een behoefte aan ondersteuning d.m.v. informatie en advies. Uit de programmeringstudie van Riper en collega's uit 2013 blijkt dat sommige interventies vaak wel duizend tot tienduizend bezoekers per maand trekken. Fukkink & Hermans (2007) onderzochten het bereik van de Kindertelefoon onder jongeren. Veel jongeren wisten de site makkelijk te vinden en het chatten bleek significant bij te dragen aan een betere zelfwaarde bij de deelnemende kinderen. Bij de website van pratenonline.nl is uit onderzoek gebleken dat jongeren graag gebruik maken van de chatfunctie (Kramer, Conijn, Oijevaar & Riper, 2014). Uit een soortgelijk onderzoek naar de website www.gripopjedip.nl is gebleken dat jongeren zich na mailcontact beter voelden (Van der Zanden, Kramer, Gerrits & Cuijpers, 2012).

Belangrijk in het aantrekken van de doelgroep is dat je eHealth koppelt aan een bepaalde context, zoals in het geval van jongeren; 'de school' (Crutzen, 2009). Uit onderzoek blijkt dat jongeren vaak via Google op een bepaalde website komen. Het is daarom belangrijk dat je als instelling investeert in naamsbekendheid (Alleato, 2009). Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat jongeren het visuele aspect erg belangrijk vinden. Ook het geven van informatie over verschillende onderwerpen die jongeren bezighouden, heeft aantrekkingskracht. Om eHealth anno 2015 te kunnen inzetten, moeten hulpverleners kijken naar de leefwereld van jongeren. Jongeren maken brengen veel tijd door met sociale media, het spelen van online spelletjes en gebruiken veel verschillende webapplicaties. Websites zijn niet de enige mogelijkheid om jongeren te helpen. Om eHealth te creëren is het belangrijk om te kijken wat voor mogelijkheden deze opties bieden.

1.6 CASUS

1.6.1 AANLEIDING ONDERZOEK

De opdracht voor dit onderzoek komt vanuit ‘Wijkracht’. Wijkracht is een onafhankelijke organisatie die cliëntondersteuning biedt in een aantal Twentse gemeenten. Het hoofdkantoor van de organisatie is gevestigd in Hengelo. In Hengelo heeft Wijkracht het hoofdaannemerschap van de gemeente gekregen om de cliëntondersteuning te organiseren met behulp van drie sociale wijkteams die worden vormgegeven door sociale werkers met verschillende achtergronden.

Wijkracht onderscheidt bij cliëntondersteuning vijf hoofdfuncties, namelijk informatie en advies geven, vraagverheldering, bemiddeling en belangenbehartiging, ondersteuning of hulpverlening en ten slotte samenlevingsopbouw. Wijkracht richt deze hoofdfuncties op alle leeftijden. Met het schoolmaatschappelijk werk richten ze zich op schoolgaande kinderen met psychosociale problemen.

De aanleiding voor dit onderzoek was de wens vanuit de organisatie om de toegangsdrempel tot het schoolmaatschappelijk werk voor jongeren op het voortgezet onderwijs te verlagen. Uit cijfers van voorgaande jaren van de instelling, blijkt dat weinig jongeren gebruik hebben gemaakt van deze dienst afgaande op de cijfers van jongeren met psychosociale problemen. De meeste jongeren komen niet uit zichzelf terecht bij het schoolmaatschappelijk werk, maar worden via anderen doorverwezen.

Met de transitie van het sociale domein heeft Wijkracht nieuwe mogelijkheden om diensten innovatief te organiseren. Een online informatie- en adviesdienst voor jongeren met psychosociale problemen zou volgens Wijkracht een middel kunnen zijn om de toegangsdrempel tot het schoolmaatschappelijk werk te verlagen, maar ook zou het preventief en signalerend kunnen werken.

1.6.2 DOELSTELLING EN DOELGROEP

De doelstelling van dit onderzoek is om een inventarisatie te maken van het draagvlak voor een informatie- en adviesdienst voor jongeren met psychosociale problemen onder professionals en jongeren. Met behulp van focusgroepen die uit professionals die in hun werk direct of indirect te maken hebben met de doelgroep en uit jongeren zelf bestaan, zal onderzocht worden of het draagvlak voor eHealth groot genoeg is om een online informatie- en adviesdienst te ontwikkelen, maar ook wat de wensen, behoeftes en verwachtingen zijn voor een informatie- en adviesdienst. De informatie die uit de focusgroepen leidt, kan eventueel als basis dienen voor de ontwikkeling en de implementatie van deze dienst.

De doelgroep van dit onderzoek zijn jongeren uit het voortgezet onderwijs die psychosociale problemen ervaren. Problemen op dit vlak leiden met deze leeftijd tot het meeste verlies aan kwaliteit van leven (Schrijvers & Schoemakers, 2008). Daarnaast is dit ook de leeftijd waarop veel geëxperimenteerd wordt met ongezond gedrag en een ongezonde leefstijl vaak voorkomt. Een ongezonde leefstijl op jongere leeftijd leidt vaak tot latere ongezondheid. Veel van deze gedragingen zijn op deze leeftijd nog goed te beïnvloeden. Het voortijdig geven van informatie en advies aan jongeren kan dan ook een preventieve werking hebben.

1.6.3 ONDERZOEKSVRAGEN

De onderzoeksvraag die in dit onderzoek centraal staat is:

‘In hoeverre is er draagvlak voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren op het voortgezet onderwijs met psychosociale problemen onder professionals en jongeren en hoe zou dit draagvlak eventueel kunnen worden vergroot?’

Deze onderzoeksvraag kan worden opgedeeld in twee onderdelen. Aan de ene kant zal draagvlak worden gemeten en aan de andere kant zal gekeken worden hoe draagvlak vergroot kan worden. De onderzoeksvraag zal met behulp van twee groepen belanghebbenden worden onderzocht, jongeren uit het voortgezet onderwijs en professionals die in hun werk direct of indirect met de doelgroep uit dit onderzoek te maken hebben. Na deze opsplitsing ontstaan de volgende deelvragen:

1a) ‘In hoeverre is er draagvlak voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren op het voortgezet onderwijs met psychosociale problemen onder professionals?’

1b) ‘Hoe kan het draagvlak voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren uit het voortgezet onderwijs met psychosociale problemen onder professionals worden vergroot?’

2a) ‘In hoeverre is er draagvlak voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren op het voortgezet onderwijs met psychosociale problemen onder jongeren?’

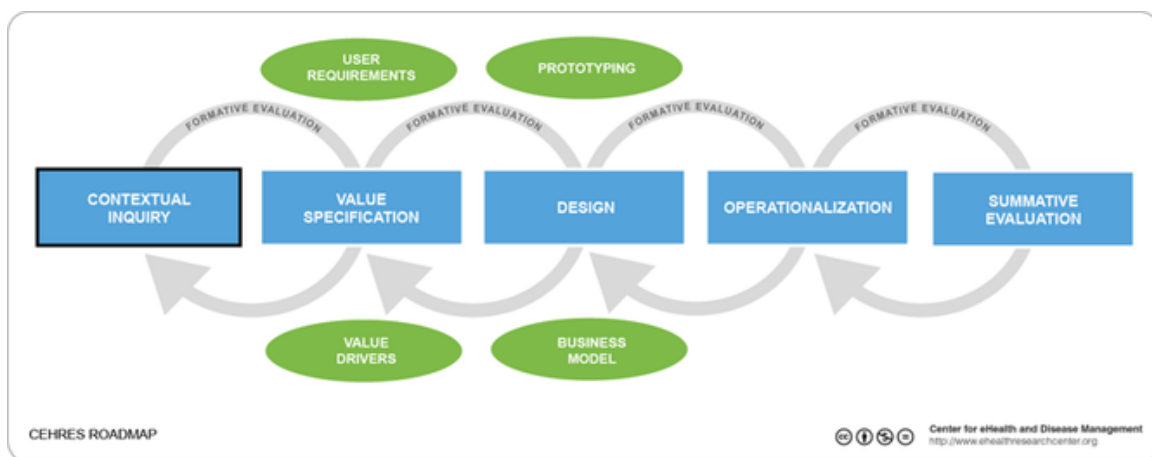
2b) ‘Hoe kan het draagvlak voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren uit het voortgezet onderwijs met psychosociale problemen onder jongeren worden vergroot?’

2. ONDERZOEKSMETHODEN

2.1 CEHRES ROADMAP

Om een goede interventie te ontwikkelen is het belangrijk dat deze gebruikt wordt en ook het gewenste effect heeft op de gebruikers. Om het gebruik te optimaliseren, is het van belang om bij de ontwikkeling van een interventie eindgebruikers en andere belanghebbenden mee te nemen in het proces (Eysenbach, 2008).

Een belangrijke belemmering die ervoor zorgt dat de ontwikkeling van een interventie niet goed tot stand komt, is het ontbreken van adequate businessmodellen (Van Limburg et al., 2011). In de loop der jaren zijn er veel modellen ontwikkeld voor de ontwikkeling van eHealth interventies. Geen van deze modellen is echter effectief geweest in het verklaren en aanpakken van problemen, zoals het bereik, de toegang en het gebruik van interventies (Nijland, 2011). Om deze barrières aan te pakken, is de CeHRes Roadmap ontwikkeld (Van Gemert-Pijnen et al., 2011).



Figuur 1. De CeHRes Roadmap (Van Gemert-Pijnen et al., 2011)

De CeHRes Roadmap is ontworpen op basis van de holistische aanpak. Holistisch betekent hier dat het belang van het geheel en de wederzijdse afhankelijkheid van de verschillende delen van een proces worden geaccentueerd in plaats van de aparte analyse van de componenten. Er wordt hierbij rekening gehouden met financiële, administratieve en technologische aspecten bij het design, de implementatie en de evaluatie van eHealth technologieën (Van Gemert-Pijnen et al., 2013). Belangrijke aspecten van het model zijn het participerende ontwikkelingsproces, het gebruik van persuasieve ontwikkelingstechnieken en een continu evaluatieproces.

De Roadmap bestaat uit vijf fases die doorlopen moeten worden. Dit onderzoek bevindt zich in de eerste fase; 'the contextual inquiry'. In deze fase gaat het om het scherp krijgen van de probleemstelling; wat is het probleem, hoe kan technologie hierin een rol spelen en wie heeft straks voordeel bij het gebruik van de interventie. In deze fase is het belangrijk om te kijken

naar wie een belang heeft bij de ontwikkeling van de interventie en wat deze belangen zijn om ze vervolgens te kunnen toetsen met de belanghebbenden.

2.2 FOCUSGROEP

De onderzoeksvraag met bijbehorende deelvragen zijn beantwoord door middel van focusgroepen. Een focusgroep is een kwalitatieve onderzoeksmethode in de vorm van een groepsinterview (Baarda, de Goede, & Teunissen, 2009). Met een focusgroep kun je een specifiek onderwerp of probleem bespreekbaar maken. Er is gekozen voor dit meetinstrument, omdat je op deze manier een goed beeld krijgt van de meningen, wensen, behoeftes en verwachtingen van de verschillende deelnemers ten aanzien van het thema dat wordt besproken. De interactie binnen de groep kan zorgen voor nieuwe inzichten. Dit was met name belangrijk in dit onderzoek, omdat de interactie kon zorgen voor een groter draagvlak voor dit onderwerp. Voor dit onderzoek zijn drie focusgroepen georganiseerd, waarvan één met professionals en twee met jongeren.

2.3 PARTICIPANTEN

2.3.1 JONGEREN

Aan dit onderzoek hebben 27 jongeren meegedaan die onderwijs volgen op het voortgezet onderwijs. De werving van deze jongeren verliep via de zorgcoördinatoren van twee verschillende scholen uit het voortgezet onderwijs in Hengelo. De eerste school, OPDC de Arcade, is een orthopedagogisch centrum, dat in dienst staat van het regulier voortgezet onderwijs en onderdeel is van Scholengroep Carmel Hengelo. Leerlingen van deze school beschikken over een normale intelligentie, maar ondervinden problemen in hun leerontwikkeling. Vanaf het derde leerjaar kunnen leerlingen doorstromen naar regulier voortgezet onderwijs. De tweede school, het Bataafs Lyceum, is een onderdeel van het OSG Hengelo en leerlingen kunnen regulier onderwijs volgen op het Havo of het VWO. De zorgcoördinatoren van beide scholen is gevraagd om leerlingen van beide geslachten, verschillende leeftijden en niveaus te vragen of ze geïnteresseerd zijn om mee te doen aan dit onderzoek. Ouders van leerlingen die gevraagd zijn om mee te doen, hebben toestemming gegeven om hun kinderen mee te laten doen aan dit onderzoek. De eerste focusgroep is gehouden in een klaslokaal van de Arcade. Hier hebben vijf meisjes en zeven jongens aan deelgenomen, die onderwijs volgen in het eerste of tweede onderwijsjaar. De tweede focusgroep is gehouden in een klaslokaal van het Bataafs Lyceum. Hier hebben vier meisjes en elf jongens aan deelgenomen, die onderwijs volgen in het derde, vierde of vijfde onderwijsjaar. Van de 27 jongeren die hebben meegedaan, waren 2/3 van de jongeren van het mannelijke geslacht (tabel 1). Een lage SES werd in dit onderzoek gedefinieerd als jongeren onderwijs volgen in een schakelklas, het KBL, Het BBL of het TL. Een jongere werd als allochtoon beschouwd als tenminste één ouder oorspronkelijk uit het buitenland komt. Van de 27 jongeren hadden 40,7% van de jongeren een laag SES en 18,5% was allochtoon.

Tabel 1. Demografische gegevens van de jongeren

	N	Jongens %	Meisjes %
Leeftijd			
12	2	0	100%
13	3	66,6%	33,3%
14	7	71,4%	28,6%
15	8	75%	25%
16	5	60%	40%
17	2	50%	50%
Onderwijsjaar			
1	5	40%	60%
2	7	71,4%	28,6%
3	0	-	-
4	10	70%	30%
5	5	60%	40%
Opleidingsniveau			
Schakelklas	3	0%	100%
KBL	2	100%	0%
BBL	5	60%	40%
TL	1	100%	0%
Havo	7	71,4%	28,6%
VWO	9	77,8%	22,2%
Afkomst			
Allochtoon	5	60%	40%
Autochtoon	21	66,6%	33,3%
Totaal	27	66,6%	33,3%

2.3.2 PROFESSIONALS

Naast de focusgroepen met jongeren, is ook een focusgroep met professionals gehouden. In overleg met het management van Wijkkracht zijn professionals vanuit Wijkkracht, de gemeente en de scholen gevraagd om te participeren in de focusgroep. In totaal deden negen professionals mee. Vanuit Wijkkracht deden een manager, een informatiemanager, twee (school)maatschappelijk werkers, een stagiaire van de opleiding social work en een jongerenwerker mee. Vanuit de scholen deed een zorgcoördinator mee en vanuit de gemeente deden een leerplichtambtenaar en de coördinator van het WMO- loket mee aan de focusgroep. De focusgroep werd gehouden in een vergaderzaal van het hoofdkantoor van Wijkkracht in Hengelo. Hier is voor gekozen, omdat alle deelnemers bekend waren met deze locatie en ze voornamelijk werkzaam zijn in Hengelo.

2.4 PROCEDURE EN MATERIALEN

Voordat de focusgroepen met jongeren zijn gehouden, is vooraf toestemming gevraagd aan de commissie ethiek van de Universiteit Twente. Na het verkrijgen van deze toestemming is toestemming gevraagd aan de jongeren zelf en aan de ouders/opvoeders van de jongeren door

middel van een toestemmingsverklaring (bijlage 1). Vervolgens zijn twee verschillende gedetailleerde draaiboeken opgesteld om het onderzoek zo geordend mogelijk te laten verlopen (bijlagen 2 & 3). In de draaiboeken is de opzet van de focusgroepen terug te vinden, waaronder de discussievragen, tijdsplanning en praktische informatie. Daarnaast is gebruik gemaakt van een PowerPoint presentatie voor de deelnemers, waarin achtergrondinformatie en de vragen die aan de deelnemers zijn gesteld, zijn verwerkt (bijlagen 4 & 5).

Voor de eerste focusgroep is een pilottest gedaan met een aantal jongeren om te achterhalen of er nog eventuele belemmeringen zouden kunnen zijn die ervoor zorgen dat de focusgroep niet goed verloopt. Naar aanleiding van de pilottest is meer achtergrondinformatie met betrekking tot het onderwerp toegevoegd. Ook is de tijdsduur aangepast, omdat het voor de jongeren niet mogelijk was om zich langer dan een uur te concentreren op het onderzoeksthema.

De bijeenkomsten werden geleid door een gespreksleider en een assistent. De onderzoeker en tevens gespreksleider hield het proces in de gaten en stuurde het gesprek aan. De assistent maakte aantekeningen en droeg zorg voor de opname. Beide deden dit volgens de instructies van het draaiboek dat vooraf is opgesteld.

De focusgroepen zijn opgenomen met een videorecorder, na vooraf toestemming hiervoor te hebben verkregen van de deelnemers. De videorecorder is vervolgens gericht op een muur, omdat alleen de geluidsopnamen nodig zouden zijn voor het uitwerken van het onderzoek.

De eerste focusgroep bestaande uit professionals, is gehouden in een locatie van Wijkkracht. Hier is voor gekozen, omdat alle deelnemers bekend zijn met deze locatie. De tweede en derde focusgroep zijn tijdens lesuren gehouden in een klaslokaal van de school die desbetreffende leerlingen bezoeken. Hier is voor gekozen, omdat de jongeren in hun vrije tijd moeilijk bij elkaar zouden te brengen zijn en het onderzoeksthema daarnaast leerzaam zou zijn om te gebruiken tijdens een lesuur.

De focusgroep voor professionals duurde twee uur met een tussenpauze van tien minuten. Na een introductie van het onderwerp en nadat de gespreksleider, assistent en alle professionals zich hebben kunnen voorstellen, zijn acht discussievragen gesteld aan de professionals, waarover ze o.a. hun kennis, meningen, ideeën en persoonlijke ervaringen met betrekking tot het thema hebben kunnen delen. Voor de focusgroepen van de jongeren is gekozen om de discussie tijdens een lesuur van vijftig minuten plaats te laten vinden. Na het onderwerp te hebben geïntroduceerd en nadat de gespreksleider en assistent zich hebben voorgesteld, zijn zonder tussenpauzes tien vragen aan de jongeren gesteld waarover ze o.a. hun kennis, meningen, ideeën en persoonlijke ervaringen hebben kunnen delen.

2.5 ANALYSE

Om de gegevens die verkregen zijn door dit kwalitatieve onderzoek te verwerken, is allereerst de data gestructureerd en vervolgens geanalyseerd. Hierbij is gebruik gemaakt van het 'Basisboek kwalitatief onderzoek' van Baarda, de Goede en Teunissen (2009). Allereerst zijn de geluidsopnames uitgeschreven in een document door alles wat is gezegd tijdens de focusgroepen letterlijk uit te schrijven. Vervolgens is deze tekst overgenomen in een nieuw document en is alle informatie die niet belangrijk is voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen verwijderd. Nadat de tekst is teruggebracht naar de essentie, zijn op basis

van onderwerpen die veel terugkomen, maar ook op basis van de gelezen literatuur, in de stukken tekst ‘labels’ bedacht die deze teksten kenmerken. Met behulp van deze labels is het mogelijk geweest om de onderzoeksvragen te beantwoorden. Deze zijn verwerkt in een coderingsschema voor de focusgroep van de professionals en een coderingsschema voor de focusgroepen van jongeren (bijlagen 6 & 7).

Tabel 2 geeft een impressie van het coderingsschema van de professionals weer met een voorbeeld van een uitspraak die bij de desbetreffende categorie behoort. Alle uitspraken zijn gedaan tijdens de focusgroepsbijeenkomst van de professionals. Ze geven de behoeftes, meningen, wensen en ideeën weer van de professionals ten aanzien van een online informatie- en adviesdienst voor jongeren met psychosociale problemen. De eerste twee hoofdcategorieën zijn onder te verdelen in voor- en nadelen voor jongeren. De derde en vierde hoofdcategorie bestaan uit voor- en nadelen voor de professionals zelf. De vijfde categorie beschrijft de verwachtingen van de professionals. De laatste twee categorieën beschrijven de benodigde competenties en middelen om een dienst te kunnen realiseren volgens de professionals.

Tabel 2. Impressie coderingsschema professionals met voorbeelden van uitspraken

Hoofdcategorieën	Subcategorieën	Voorbeelden van uitspraken
Voordelen voor jongeren	Anonimiteit	• “Voordeel is natuurlijk dat je anoniem kunt blijven.”
	Flexibiliteit	• “Ik denk dat het voor jongeren heel belangrijk is dat ze snel antwoord krijgen op hun vragen.”
	Zelfredzaamheid	• “Informatie en advies opzoeken kunnen mensen zelf doen. Het is iets simpels waarbij je niet de hulp van een ander nodig hebt.”
Nadelen voor jongeren	Privacy	• “Hoe gaat men met de gegevens om. Sommige jongeren zijn heel naïef en gooien alles op het internet.”
	Teveel/ verkeerde informatie	• “Ja, dat is een keerzijde. Dat uitdokteren, van ik heb een klacht, ik ga even googlen. Vervolgens hebben ze een eigen diagnose en dan komen ze uit op iets van maagkanker, terwijl ze een buikgriepje hebben.”
Voordelen voor professionals	Efficiëntie	• “Als iemand jou al via het internet heeft geïnformeerd, dan ben je al goed voorbereid op je gesprek en kun jij je werk sneller doen.”
	Groter bereik	• “Informatie zoeken kan een mooie ingang zijn voor verder contact.”
Belemmeringen voor professional	Moeite met digitaal contact	• “Met direct contact schep je een band met jongeren. Het schept een bepaalde sfeer. Op afstand heb je dat niet. Je kunt iemand niet op zijn gemak stellen. Dat is wel belangrijk dat ze zich op hun gemak voelen.”
	Moeilijker signaleren	• “Ik denk dat fysiek contact belangrijk is. Veel achterliggende problemen kom je alleen achter via fysiek contact.”

Tabel 3 geeft een impressie van het coderingsschema van de jongeren weer met voorbeelduitspraken die jongeren hebben gedaan. De uitspraken van beide bijeenkomsten zijn samengevoegd en zo is één schema ontstaan. Het coderingsschema bestaat uit acht hoofdcategorieën. Dit zijn voor- en nadelen van online informatie en advies zoeken voor jongeren volgens de jongeren zelf, motieven voor jongeren om wel of niet informatie en advies te zoeken. Verder wordt het soort problemen beschreven in een categorie. Dit kunnen problemen zijn waar jongeren al eens op hebben gezocht, maar het kunnen ook problemen zijn waar jongeren op zouden willen zoeken of het zouden volgens jongeren problemen kunnen zijn waar andere jongeren informatie en/of advies over zouden willen. Ook is er een categorie die de voorkeuren van jongeren beschrijft. Voorkeuren voor de vorm waarin een dienst zou kunnen worden gerealiseerd zijn in een aparte categorie beschreven, zodat de verschillende vormen tot uiting kunnen komen. Ook de voorkeuren voor promotie van een informatie- en adviesdienst worden in een aparte categorie beschreven.

Tabel 3. Impressie coderingsschema focusgroep jongeren met voorbeelden van uitspraken

Hoofdcategorieën	Subcategorieën	Voorbeelden van uitspraken
Voordelen	Anonimiteit	• “Je blijft anoniem.”
	Flexibiliteit	• “Je kunt het zo vaak als je wilt teruglezen.”
	Informatiebron	• “Staat meer informatie op.”
Nadelen	Teveel/ Verkeerde informatie	• “Ik denk dat het nadeel van internet is dat je iets niet zo snel vindt, omdat er zoveel op staat.”
	Onbetrouwbaar	• “Betrouwbaarheid, je weet niet hoe betrouwbaar de informatie is die je krijgt en door wie het wordt geleverd.”
	Geen privacy	• “Op internet heb je niet gegarandeerde privacy tegenwoordig. Je weet niet wie er allemaal meeleezen.”
	Moeite met digitaal contact	• “Bij internet heb je ook allerlei mensen die niet jouw type zijn...Ik vind het fijn om bijvoorbeeld met mijn vrienden te praten, maar niet zomaar met een vreemde.”
	Geen aansluiting	• “Het is niet advies op maat. Als je een heel specifiek probleem hebt, iets dat alleen maar bij jou voorkomt, dan heb je geen advies op maat.”

3. RESULTATEN

Om de hoofdvraag van dit onderzoek, ‘In hoeverre is er draagvlak voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren op het voortgezet onderwijs met psychosociale problemen onder professionals en jongeren en hoe zou dit draagvlak eventueel kunnen worden vergroot?’, te kunnen beantwoorden, is gebruik gemaakt van het coderingsschema van de focusgroepsbijeenkomsten van de professionals en de jongeren. De hoofdvraag is opgesplitst in een vraag naar de professionals toe en een vraag naar de jongeren toe.

3.1 RESULTATEN FOCUSGROEP PROFESSIONALS

3.1.1 VOORDELEN VOOR JONGEREN

Professionals noemden tijdens de bijeenkomst een aantal voordelen die zij belangrijk vinden voor jongeren. De uitspraken van de professionals waren onder te verdelen in drie categorieën, anonimiteit, flexibiliteit en zelfredzaamheid.

Anonimiteit

Professionals noemden anonimiteit als een belangrijk voordeel voor jongeren met psychosociale problemen om gebruik te maken van een online informatie- en adviesdienst. *“Dat is dan ook geheel anoniem en je hoeft het met niemand te delen.”* Een deel van de jongeren zoekt geen contact volgens professionals, omdat ze liever geen fysiek contact willen. Een van de professionals zei: *“Bij fysiek contact hoor ik vaak van jongeren dat ze niet een klik hebben. Dat is een nadeel, van wie krijg je tegenover je?”* Daar hoeft een jongere volgens de professionals geen rekening mee te houden als hij of zij online gaat zoeken.

Flexibiliteit

Een ander voordeel dat professionals benoemden is de flexibiliteit van het online zoeken. Via het internet gaat het zoeken naar informatie of advies sneller: *“Als je informatie of advies nodig heb over een bepaald onderwerp gaat het via het internet sneller.”* Maar ook snel antwoord krijgen op je vragen hoort hierbij: *“Ik denk dat het voor jongeren heel belangrijk is dat ze snel antwoord krijgen op hun vragen.”*

Zelfredzaamheid

Ten slotte gaven professionals aan dat zelfredzaamheid een voordeel is, omdat ze de hulp van hun omgeving niet nodig hebben en het zelf zouden kunnen oplossen: *“Informatie en advies opzoeken kunnen mensen zelf doen. Het is iets simpels waarbij je niet de hulp van een ander nodig hebt.”* Een andere professional zei: *“Je hebt dan niet de hulp van mensen in je fysieke omgeving nodig.”*

3.1.2 NADELEN VOOR JONGEREN

Professionals noemden twee nadelen voor jongeren met betrekking tot een online informatie- en adviesdienst; de privacy van jongeren die in het geding kan komen en het ontvangen van teveel of verkeerde informatie.

Privacy

Professionals uitten hun zorgen over de privacy van jongeren. Een van de professionals gaf aan dat hij vindt dat jongeren slordig omgaan met hun gegevens. Ze zijn zich niet bewust van de gevaren: *“Hoe gaat men met de gegevens om. Sommige jongeren zijn heel naïef en gooien alles op het internet.”* Een andere professional zei: *“Wat gebeurt er met de gegevens en hoe wordt de veiligheid gewaarborgd? Stel ze hebben een app gedownload en ze loggen ermee in en ze raken vervolgens de telefoon kwijt, dan liggen de gegevens op straat. Hoe ga je daarmee om?”*

Teveel/ verkeerde informatie

Een ander gevaar wat in online informatie en advies zoeken schuilt, is dat jongeren vaak niet weten waar ze moeten zoeken en dan op verkeerde plekken terechtkomen: *“Ja, dat is een keerzijde. Dat uitdokteren, van ik heb een klacht, ik ga even googlen. Vervolgens hebben ze een eigen diagnose en dan komen ze uit op iets van maagkanker, terwijl ze een buikgriepje hebben.”* Een professional zei over zichzelf: *“Ik heb geen ervaring met dat digitale. Je ziet door de bomen het bos soms niet meer.”* Een andere professional gaf aan het moeilijk te vinden om te verwijzen naar het internet: *“Als je verwijst moet je wel verwijzen naar iets wat verantwoord is. Er staat ontzettend veel meuk op internet. Waar je helemaal niet wilt dat ze terechtkomen.”* Professionals gaven dus aan dat ze vinden dat bij het online informatie en advies zoeken, jongeren vaak op pagina's terechtkomen waar teveel informatie staat die verkeerd kan worden geïnterpreteerd of dat jongeren verkeerde informatie krijgen.

3.1.3 VOORDELEN VOOR PROFESSIONALS

Professionals vonden het moeilijk om voordelen te benoemen van een online dienst voor zichzelf. Er kwamen slechts twee voordelen naar voren die professionals wel benoemden, efficiëntie en een groter bereik.

Efficiëntie

Professionals gaven aan dat ze hun werk naar alle waarschijnlijkheid sneller zouden kunnen doen. Een van de professionals zei: *“Als iemand al via het internet jou heeft geïnformeerd, dan ben je al goed voorbereid op je gesprek en kun jij je werk sneller doen.”* Een andere professional die al enige ervaring heeft met online communicatie, gaf aan: *“Naar mijn ervaring reageren jongeren vaak sneller op een appje. Het is ook makkelijk om ze even ergens aan te helpen herinneren.”*

Groter bereik

Een ander voordeel zou volgens de deelnemers het grotere bereik kunnen zijn. Jongeren die eerder niet bereikt werden, zouden zo bereikt kunnen worden: *“Ik kom met heel veel verschillende jongeren in aanraking met heel veel verschillende problemen. Er zijn altijd jongeren bij wie dit aan zou kunnen sluiten”.* Dit is volgens een professional omdat: *“Dit is laagdrempeliger dan bijvoorbeeld face- to- face.”* En doordat: *“Ik denk het digitale daar zijn jongeren heel erg mee bezig. Het is een hele makkelijke manier om jongeren te bereiken.”* Een bijkomend voordeel van het grotere bereik is dat je vanuit informatie en advies verder zou kunnen: *“Informatie zoeken kan een mooie ingang zijn voor verder contact.”*

3.1.4 BELEMMERINGEN VOOR PROFESSIONALS

In tegenstelling tot het benoemen van voordelen, was het benoemen van nadelen makkelijker voor de professionals. Twee nadelen sprongen er duidelijk uit. Professionals gaven aan dat ze veel moeite hadden met het digitale contact en dat ze moeilijker zouden kunnen signaleren als er geen fysiek contact zou zijn. Een enkeling benoemde nog een aantal andere belemmeringen, zoals het vragen van toestemming aan de ouders.

Moeite met digitaal contact

De grootste belemmering in het aanbieden van een online informatie- en adviesdienst is volgens de professionals het hebben van digitaal contact. Een deelnemer zei: *“Het is een cultuuromslag dit. Het staat haaks op wat we nu doen.”* Deelnemers gaven aan dat dit te maken heeft met het missen van een bepaalde sfeer die je wel hebt met fysiek contact: *“Met direct contact schep je een band met jongeren. Het schept een bepaalde sfeer. Op afstand heb je dat niet. Je kunt iemand niet op zijn gemak stellen. Dat is wel belangrijk dat ze zich op hun gemak voelen”* Een andere reden zou het missen van belangrijke communicatiesignalen zijn: *“Ik vind dit wel eng, want het is een hele andere manier van communiceren. “Je mist heel veel non-verbale communicatie, die wel belangrijk is. Ik kan niet zien of iemand nerveus zit te prutsen bijvoorbeeld.”* Wat professionals dus belangrijk vinden, is persoonlijk contact: *“Maar wat ik wel belangrijk vind, wat je er wel in moet houden, is toch een zekere mate van persoonlijk contact. Waar woont iemand, hoe kleedt hij zich, hoe reageert hij op vragen die je stelt. Dat zie je niet via het scherm.”* Volgens een professional zouden jongeren meer vertrouwen hebben als ze persoonlijk contact hebben: *“Er moet wel vertrouwen zijn. Jongeren signaleren heel veel, maar er is een stap nodig om actie te ondernemen. In de fysieke omgeving moet iemand aanwezig zijn om te helpen. Die is betrouwbaar. Persoonlijk contact hierin is belangrijk. Dat is lastig digitaal.”* Een van de professionals benoemde het persoonlijke contact als een ‘emotionele band’: *“Als professional heb je een emotionele band met iemand en dat wil je ook graag zo houden. Je wilt zien dat het uiteindelijk goed gaat met iemand.”*

Moeilijker signaleren

Een andere belemmering die volgens de professionals een grote rol speelt is dat ze met digitaal contact moeilijker zouden kunnen signaleren dan met fysiek contact: *“Je signaleert moeilijker als het niet fysiek gaat.”* Met signaleren bedoelen ze dat ze problemen vroegtijdig kunnen opsporen: *“Ik denk dat fysiek contact belangrijk is. Veel achterliggende problemen kom je alleen achter via fysiek contact.”* Signaleren gaat volgens hen om vindplaatsen: *“Fysieke plekken zijn makkelijker, je weet waar je de jongeren aantreft die problemen hebben, met digitale vindplaatsen is dat wat lastiger. Facebook is gigantisch groot, je weet niet waar je moet zoeken. Veel informatie is ook afgeschermd.”* Een andere deelnemer zei: *“Hoe ga je jongeren vinden als ze al een hele eigen digitale wereld hebben?”* Professionals maakten zich dus zorgen om hoe ze moeten signaleren als dat fysiek niet meer mogelijk is: *“Je hebt minder grip. Als je iemand fysiek ziet, kun je makkelijker reageren. Je ziet veel meer. Dat zijn wel dingen die meespelen. Mooist zou zijn als het een pakket kan zijn.”*

Andere belemmeringen

Een enkeling benoemde ook andere belemmeringen. Een professional die werkzaam is op een school vroeg zich af in hoeverre ouders een belemmering kunnen zijn. Volgens haar kiezen

veel jongeren juist voor digitaal contact, omdat ze niet bij hun ouders terecht kunnen of zich schamen voor het onderwerp. Op het moment dat toestemming nodig is, dan zouden ze er waarschijnlijk niet voor kiezen. Ze zei: *“Ouders zijn ook een belemmering. Krijg je toestemming? Mag je verwijzen naar iets digitaals of moet je ouders om toestemming vragen? Bij fysieke contacten moeten we wel toestemming vragen, dus dat zou een belemmering kunnen zijn als ouders er niet voor openstaan.”*

Een andere professional vindt vooral de techniek een belemmering. Ze gaf aan dat ze vindt dat zoiets tijd nodig heeft om daaraan te wennen: *“Het duurde bij mij heel lang voordat ik wist hoe mijn smart- Phone werkte.”* Een collega zei: *“Als dingen bij mij worden afgedwongen dan gaat het niet. Je moet er heel langzaam naartoe groeien.”* Professionals hebben dus tijd nodig om aan de techniek te werken.

3.1.5 VERWACHTINGEN

Professionals hebben veel verwachtingen als het op eHealth en meer specifiek een informatie- en adviesdienst aankomt. Bij die verwachtingen hebben ze echter ook ideeën. Een aantal onderwerpen kwam hierbij vaak naar voren. Professionals verwachten dat een dienst laagdrempelig is, maar ook dat je goed moet luisteren naar jongeren om er achter te komen wat zij zelf willen.

Toegankelijkheid

Tijdens de bijeenkomst hadden professionals veel verwachtingen met betrekking tot de toegankelijkheid van een toekomstige dienst. Gezegd werd dat het vooral heel laagdrempelig moet zijn: *“Ze komen soms moeilijk tot handelen, een deel van die jongeren. De drempel moet heel laag zijn.”* Een andere professional had er het volgende op te zeggen: *“Veel jongeren zijn makkelijk en die willen alles op een presenteerblaadje. Dan moet je alles er uittrekken. Ze erkennen wel dat ze een probleem hebben, maar dan moet iemand anders het uitspreken.”* Een voorbeeld van een laagdrempelige dienst werd gegeven: *“Het moet iets zijn wat voor jongeren dichtbij lijkt te staan, bijvoorbeeld de kindertelefoon. Het is laagdrempelig en heel breed.”* Professionals adviseerden om de toegankelijkheid te vergroten door een dienst te linken aan een schoolomgeving: *“Een link die overal zichtbaar is, bijvoorbeeld op de schoolsite. Daar kijken leerlingen heel veel op. De schoolsite zou ook een vindplaats kunnen zijn.”* Ook gaven de professionals het advies om te linken aan andere gerelateerde websites, zoals ondertussen074, een site voor en door jongeren uit Hengelo: *“Je hebt die website ondertussen074. Daar staan artikelen over gezondheid. Misschien zou je via die artikelen kunnen doorverwijzen.”* Een ander idee was om een meldpunt te creëren om de toegankelijkheid te vergroten: *“Zou een meldpunt iets toevoegen waar mensen iets kunnen melden over jongeren die problemen hebben. Dat vrienden of vriendinnen iets kunnen melden. Het kan input zijn om daarna iets te ondernemen.”*

Bereikbaarheid

Professionals gaven aan dat het inzetten van eHealth betekent dat je een grotere bereikbaarheid moet hebben: *“Je moet altijd bereikbaar kunnen zijn.”* En: *“Als je eHealth zou willen gaan inzetten, dan betekent het ook dat je bijvoorbeeld constant gestoord kan worden door appjes en mailtjes.”* Een professional zei: *“Het is niet mogelijk om een 24-uurs bereikbaarheidsdienst op te zetten.”* Terwijl een andere zei: *“Je maakt vaak zelf de*

inschatting van hoe dringend het is om iemand te beantwoorden.” Professionals realiseren zich dat het inzetten van eHealth om een andere bereikbaarheid vraagt, maar kunnen zich nog moeilijk een voorstelling maken van hoe een bereikbaarheidsdienst er uit zou moeten komen te zien.

Aansluiting doelgroep

Professionals verwachten van een online informatie- en adviesdienst dat deze aansluit bij jongeren. Jongeren leven volgens hen in een digitale wereld en daarom heeft het ook iets nodig wat daar bij past: *“Is het niet zo dat het internet op dit moment het informatie- en adviesmedium is voor jongeren en dat het eigenlijk alleen maar meer wordt. Mensen gaan niet naar één site. Je stelt je vraag op verschillende media, zoals Facebook, Twitter of zo, dus eigenlijk heel breed.”* Professionals vinden echter niet dat er iets nieuws gecreëerd moet worden: *“Als de vindplaatsen de eigen netwerken zijn die jongeren bouwen, moet je dan niet infiltreren in een netwerk in plaats van dat je iets inricht voor hen en maar hopen dat ze dan komen. Ze delen in hun eigen groepen, iedereen heeft Facebook, WhatsApp, kunnen wij daar met die netwerken verbinden? Ik geloof niet dat wij netwerken moeten gaan creëren maar moeten aansluiten bij bestaande netwerken.”* Mocht er wel iets nieuws gecreëerd worden dan moet voor een breed publiek zijn en voldoende informatie bevatten: *“Ik ben voorstander van iets wat heel breed is. Het moet jongeren niet afschrikken doordat het specifiek is.”* Volgens professionals hebben jongeren andere behoeftes dan volwassenen en zitten ze niet te wachten op ouderwetse technieken: *“Jongeren zitten helemaal niet op foldertjes en dergelijke te wachten”*. Volgens professionals zitten jongeren dus niet te wachten op zaken zoals foldertjes en recensies, waar volwassenen volgens hen wel behoefte aan hebben. Jongeren moeten dus zelf kunnen bepalen wat ze wel willen. En als fysiek contact daar bij hoort, dan moet dat ook kunnen: *“Op het moment dat fysiek contact nog echt nodig is, dan moet het nog kunnen.”*

Vormen

Professionals hadden tijdens de focusgroep veel te zeggen over de vorm waarin een toekomstige dienst zou kunnen worden gerealiseerd. Ze kwamen met veel ideeën. Een van die ideeën was een beslisboom: *“Ergens in je hoofd maak je dus keuzes. Die zou je kunnen vertalen richting een boomstructuur. Dat je jouw analyse die in je hoofd plaatsvindt, uitgewerkt wordt en zo zou je ook andere jongeren kunnen helpen.”* En: *“Via bijvoorbeeld een beslisboom of via chat. Dat je bepaalde stappen moet volgen. Een schema waarin je uiteindelijk advies krijgt. De antwoorden zou je daarna kunnen bespreken met iemand anders.”* En een idee met een thermometer: *“Een soort van thermometer, van hoe voel ik me, dat zou ik wel mooi vinden.”*

Volgens professionals zoeken jongeren liever alleen informatie dan dat ze contact zoeken. Een informatief filmpje zou daar bij kunnen helpen: *“Hoe zit het met informatieve filmpjes. Of een app of zo.....”* Voor die jongeren die wel contact zoeken, zou ‘Skype’ een mogelijkheid kunnen zijn: *“Hoe zit het met Skype, zou dat kunnen voor de jongeren? Dat je bijvoorbeeld laagdrempelig deelcontact hebt.”* En: *“Het ligt heel erg aan de jongeren, waar de behoefte ligt. Sommige jongeren willen geheel anoniem alleen informatie kunnen zoeken en hun weg daarin vinden, maar ik denk dat meiden veel liever direct contact willen. Via Skype bijvoorbeeld.”*

Professionals adviseren om gebruik te maken van de talenten van jongeren: *“Misschien kun je een jongere zelf inzetten die wat nodig heeft. Dan sla je twee vliegen in één klap slaat. Zo*

kunnen ze ook hun talenten ontwikkelen.” Hierbij zou ook gebruik kunnen worden gemaakt van een profiel van bijvoorbeeld een jonge professional: “Net werd gezegd over dat je met face-to-face soms die klik niet voelt. Het zou mooi zijn als je van een iemand een soort van profiel en foto kunt neerzetten. Het is heel bijzonder, maar soms voelen ze van tevoren al aan of het wat gaat worden of niet. Geldt niet voor alle jongeren, maar dan is het alsof ze de regie in eigen handen hebben.” Ook zou je de jongeren als verbindingspersonen kunnen gebruiken: “Het mooie is dat je de digitale wereld zou kunnen verbinden met de fysieke. Je hebt verbindingspersonen, mensen die tussen jongeren en andere professionals inzitten. Het lastige is alleen om die verbinding te realiseren.” Die verbinding zou volgens een andere professional wel kunnen worden gerealiseerd: Misschien kun je via een game infiltreren, een game die aansluit bij jongeren. Ik weet niet precies hoe.”

3.1.6 COMPETENTIES

Bepaalde competenties zijn volgens professionals noodzakelijk om als professional ingezet te worden het verlenen van online diensten. De benodigde competenties die volgens de professionals nodig zijn, zijn onder te verdelen in computervaardigheden, communicatievaardigheden en kennis van eHealth.

Computervaardigheden

Snel kunnen typen is een vaardigheid die een competente dienstverlener moet kunnen, menen professionals. Een deelnemer zei tijdens de discussie: *“De drempel is heel hoog voor sommige medewerkers. Sommige collega’s kunnen nauwelijks typen.”* Dat zou je onder andere moeten kunnen inzetten tijdens het chatten met bijvoorbeeld een jongere: *“Appen is ook een vorm van chatten. Bij appen moet je snel antwoord geven. Dat betekent ook dat je meer gebruik moet maken van smileys en zo. Dan is de vraag van hoe snel typ je.”* Ook aan andere computervaardigheden ontbreekt het bij sommige professionals: *“Ik heb collega’s die niet met een computer om kunnen gaan, ze snappen er nog steeds niets van, hoe het werkt met email en zo, hoe je tabbladen moet sluiten, bijlagen sturen, met een smartphone om kunnen gaan.”* Het is volgens hen belangrijk om een online dienst over te laten aan professionals die wel over de benodigde competenties beschikken: *“Dat betekent dat je soms dingen moet loslaten en dit werk overlaten aan collega’s die hiervoor zijn aangenomen.”* Professionals vinden het dus belangrijk dat een competente dienstverlener over in ieder geval een aantal basisvaardigheden beschikt.

Communicatievaardigheden

Heel dicht bij computervaardigheden liggen online communicatievaardigheden. Online communicatie vergt andere vaardigheden dan met face-to-face communicatie. Vooral als het om jongeren gaat, die veel tijd doorbrengen met online communicatie: *“Ik betrap mezelf erop dat ik er bewust mee bezig ben hoe ik iemand aanspreek. Dat gebeurt met andere termen, met een andere aanhef. Dat is een hele andere communicatiewijze. Jongeren spreek ik aan met hoi, volwassenen vaak met dag. Contact met jongeren is toch vaak wat informeler. Je moet dus ook wel weten hoe jongeren communiceren.”* Sommige professionals hebben hier nog moeite mee: *“Ik moet heel erg gaan nadenken Als ik wat ga typen, staan de letters er, maar hoe vatten ze die op? Ze zien bijvoorbeeld niet hoe ik iets bedoel.”* Professionals hebben dus kennis van de benodigde vaardigheden, maar hebben moeite om dit in te zetten.

Kennis van eHealth

Volgens professionals is het belangrijk om algemene kennis van eHealth te hebben, zodat je een visie kunt vormen en je de kennis kunt inzetten wanneer dat nodig is: *“Als je een visie wilt vormen over dit onderwerp, dan moet je er wel genoeg over weten.”* Een van de professionals gaf aan dat hij vindt dat professionals achterlopen. Dit komt volgens hem doordat opleidingen ook achter lopen: *“Ik vind dat de opleidingen te weinig aandacht besteden aan al die vernieuwingen in de maatschappij. We lopen steeds achter de doelgroep aan, terwijl de maatschappij het nodig heeft. Het is jammer dat het onderwijs achter loopt want juist zij moeten ons juist prikkelen. Zo van, er zijn andere mogelijkheden...”* Een studente van het Saxion die de opleiding Social Work volgt kon dit beamen, maar voegde hier wel aan toe dat die aandacht er nu wel is: *“Het valt mij bij het Saxion op dat dit onderwerp heel erg speelt. Ze zijn veel bezig met living technology. Tijdens de voorlichtingen en de mogelijkheden om studenten binnen te halen zijn ze daar al heel erg mee bezig. Ze laten bijvoorbeeld filmpjes zien over hoe gezondheid en technologie in gezondheidszorg wordt toegepast. Ik denk dat het belang daarvan nu wel terugkomt in de opleiding.”*

Behalve kennis van eHealth, is volgens andere professionals soms ook specifieke kennis nodig: *“Iemand van Tactus weet bijvoorbeeld veel over drugs, dan kan ik natuurlijk wel informatie of advies geven over drugs, maar dat moet iemand doen die er meer vanaf weet.”* Een andere professional zei: *“Ik heb wel eens een workshop gevolgd over social media en ik ken Facebook en andere social media wel, maar dan hoor ik toch dingen die ik niet ken. Ik moet me er veel meer in ga verdiepen. Om goed te weten van waar zijn jongeren mee bezig. Actiever gebruiken in gesprekken. Ik moet dat nog leren. Ik heb nu gelukkig een telefoon waar dat mee kan. Je moet het alleen wel weten te gebruiken.”* Ook kennis die dieper gaat dan eHealth is nodig om te weten waar jongeren mee bezig zijn.

3.1.7 MIDDELEN

Aan de professionals werd gevraagd welke middelen zij nodig hebben om een online informatie- en adviesdienst aan te kunnen bieden. De antwoorden op deze vraag konden worden ingedeeld in 3 categorieën: informatieve, praktische en technische middelen.

Informatief

Professionals vinden het belangrijk dat zij kennis en informatie ontvangen met betrekking tot eHealth. Dit moet volgens hen gebeuren in de vorm van bijeenkomsten waarin ze geschoold worden: *“We moeten een constante update krijgen. Bijvoorbeeld bijeenkomsten die structureel zijn of cursussen en workshops. Misschien scholingen over social media, eHealth of zoiets. Zo van what's new?”* En: *“Voorlichtingen zijn heel belangrijk, maar ook bijeenkomsten met verschillende professionals om dit iedere keer te verversen. Als je dit wilt laten werken op scholen, moet je regelmatig hierover praten. Zo blijf je op de hoogte van nieuwtjes. Elkaar bijpraten, maar ook nieuwe ideeën ontwikkelen. Je zou thema-bijeenkomsten kunnen organiseren.”* Professionals willen op regelmatige basis nieuwe informatie ontvangen over eHealth, maar ook over Social Media en andere online technologieën. Een van de professionals kwam met een idee om deze kennis te integreren in de kennisteams die Wijkkracht heeft: *“Laat eHealth een onderdeel zijn van de kennisteams door het bijvoorbeeld te integreren in de kennisteams. Het moet een middel zijn dat door alle kennisteams gebruikt gaat worden. We denken nog teveel in oude kaders.”* Een professional

die op een school werkt geeft aan dat dit ook bij scholen zelf moet gebeuren: *“Bij scholen is de implementatie echt nodig hoor. Er moet jaarlijks een bijeenkomst zijn van netwerken met betrekking tot dit onderwerp.”*

Behalve voorlichtingen willen professionals ook informatie in de vorm van een foldertje waarin ze zelf informatie krijgen, maar waarin ze ook jongeren kunnen informeren en verwijzen: *“Met een foldertje kan ik een jongere op een spoor zetten. Geef mij ook een foldertje met informatie die ik aan jongeren kan geven. Zo kan ik ze vertellen waar ze heen moeten. Op dat foldertje moet heel duidelijk een e-mailadres staan.”*

Een manager die aanwezig was, gaf aan dat zij vindt dat professionals op het moment dat zij wat nodig hebben, hierom moeten vragen: *“Wij als managers moeten snappen wat er gebeurt. Je kunt pas faciliteren als er vragen komen. Er gebeurt van alles, maar niet in ons gezichtsveld. Dus wat wij nodig hebben is dat er vaker vragen worden gesteld. Dan weten we ook waar de behoeftes liggen. We zeggen geen nee, ik weet niet hoe die ja er dan uit ziet, maar in ieder geval geen nee meer.”* Zij geeft dus aan dat ze pas iets aan kunnen bieden als ze weten waar de vraag ligt, maar ook vindt ze dat het management naast de professionals moet staan, zodat zij ook weten waar de vragen liggen: *“Het management moet niet iets zijn wat op afstand staat. We moeten dicht bij elkaar staan, een gezamenlijk team zijn. Je moet ook naast de jongeren staan. We moeten veel meer in elkaar schuiven.”*

Praktisch

Behalve voorlichtingen willen professionals ook workshops, waarmee ze de kennis kunnen uitvoeren in de praktijk: *“Praten over is mooi, maar laat het mij ook praktisch zien.”* En: *“Ik zie het niet praktisch voor me hoe ik anders kan werken. Geef mij suggesties hoe ik dat kan doen.”* Een professional zei dat ze specifiek getraind wilde worden in online communicatievaardigheden: *“Ik vind dat je getraind moet worden in de verschillende communicatiewijzen.”* Uiteindelijk is daarmee het doel dat het een automatisch proces wordt: *“Wat jongeren automatisch doen, moeten wij bewust leren. Het moet bij ons eigenlijk ook een automatisch proces worden.”*

Technisch

Professionals gaven aan dat ze het belangrijk vinden dat ze mobiel kunnen werken: *“Ik heb een tablet en smartphone met internet nodig. Ik heb geen vaste computer of werkplek nodig. Je kunt dan gewoon zitten waar je wilt.”* Behalve mobiel kunnen werken, moet de ICT afdeling goed te bereiken zijn en meteen kunnen helpen: *“Ik moet mobiel kunnen werken en een telefoon waarmee ik kan appen en als iets kapot is, moet ik gelijk ergens naartoe kunnen bellen die alles kan regelen.”* Een andere professional zei: *“Technisch werkt het allemaal soms nog niet zo goed. Ik weet soms ook niet waar ik al mijn vragen kan dumpen met betrekking tot deze onderwerpen.”* Dus professionals vinden dat het op dit moment op technisch vlak tekort schiet. Ze hebben mobiele apparaten nodig die ze kunnen gebruiken om in te zetten bij een online informatie- en adviesdienst en ze hebben hulp nodig om die apparaten in te kunnen zetten of als die apparaten niet goed werken.

3.2 BEANTWOORDEN ONDERZOEKSVRAGEN PROFESSIONALS

‘In hoeverre is er draagvlak onder professionals voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren uit het voortgezet onderwijs met psychosociale problemen?’

De belangrijkste voordelen van een online dienst voor jongeren zijn volgens professionals de anonimiteit die het internet biedt, de flexibiliteit waarmee ze informatie en advies kunnen opzoeken en het vergroten van de zelfredzaamheid van de jongeren. Nadelen voor jongeren vinden ze met name de gevaren met betrekking tot de privacy en het ontvangen van verkeerde informatie.

Voor zichzelf vinden professionals het besparen van tijd en het vergroten van hun bereik de belangrijkste voordelen. De belemmeringen wegen volgens de professionals echter zwaarder. Ze hebben voornamelijk veel moeite met het digitale contact, omdat ze persoonlijk contact erg belangrijk vinden. Daarnaast weten ze niet goed hoe ze online moeten communiceren. Het vergt volgen hen andere vaardigheden. Een andere belemmering die daarbij komt, is dat professionals vinden dat ze online moeilijker kunnen signaleren. In hun werk draait het om het vroegtijdig opsporen van problemen, voornamelijk met het doel om problemen niet uit de hand te laten lopen en schooluitval tegen te gaan. Ze zien niet voor zich hoe je dit online zou kunnen oppakken.

Professionals verwachten van een online informatie- en adviesdienst dat deze goed toegankelijk is. Een dienst moet laagdrempelig zijn. Daarnaast is het belangrijk om veel aandacht te besteden aan het doorverwijzen naar een dienst. Een andere verwachting van de deelnemers is dat het inzetten van eHealth om een grotere bereikbaarheid vraagt. Professionals kunnen zich moeilijk een voorstelling maken van hoe een bereikbaarheidsdienst er uit zou moeten komen te zien.

Een punt wat professionals erg belangrijk vinden, is de aansluiting bij de doelgroep. Jongeren leven in een digitale wereld en daar moet een dienst ook op aangepast worden. De vraag is volgens sommige professionals wel of er een nieuwe dienst moet worden gecreëerd of dat zij zich moeten aansluiten bij al bestaande diensten. Met betrekking tot de vorm waarin een dienst zou moeten worden gerealiseerd, hebben professionals veel ideeën. Een idee dat door meerdere professionals wordt ondersteund is het inzetten van jongeren zelf. Dit kunnen jongeren zijn die zelf problemen hadden en geholpen zijn, zodat de doelgroep zich kan identificeren. Ook kan een profiel worden geplaatst, zodat jongeren zich vertrouwd gaan voelen. Volgens de professionals hebben jongeren ook de behoefte aan een vertrouwd persoon om zich heen, zodat ze zich openstellen.

Professionals weten enkele vaardigheden te noemen die een dienstverlener competent maken, maar ze geven tegelijkertijd ook aan dat deze vaardigheden bij de meeste professionals nog ontbreken. Het ontbreekt de professionals aan kennis en middelen om deze vaardigheden onder de knie te krijgen. Volgens de professionals is een belangrijke reden - naast het gebrek aan middelen - voor het ontbreken van deze competenties dat opleidingen niet genoeg aandacht besteden aan de vernieuwingen in de maatschappij.

‘Hoe kan het draagvlak voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren uit het voortgezet onderwijs met psychosociale problemen onder professionals worden vergroot?’

Dat het draagvlak onder professionals nog niet groot genoeg is om een online informatie- en adviesdienst voor jongeren met psychosociale problemen te realiseren, komt voornamelijk door de belemmeringen die professionals zien. Ze vinden het noodzakelijk om aan te sluiten bij de belevingswereld van jongeren, maar dat hoeft volgens hen niet door een nieuwe dienst te creëren. Belangrijk vinden ze in ieder geval dat er goed wordt geluisterd naar de behoeftes van jongeren. Om het draagvlak onder professionals te vergroten, moet echter ook worden geluisterd naar de behoeftes van professionals en gekeken worden hoe de belemmeringen die professionals zien, kunnen worden verminderd.

Een dienst moet volgens professionals anonimiteit kunnen bieden, maar tegelijkertijd ook veiligheid en privacy kunnen bieden aan jongeren. Verder vinden professionals het belangrijk dat het contact met jongeren enigszins persoonlijk blijft. Dat zou volgens hen kunnen door jongeren zelf in te zetten of door een persoonlijk profiel van een dienstverlener op een pagina te zetten. Ook moet men op zoek gaan naar een manier om van een dienst een digitale vindplaats te maken om vroegtijdig te kunnen signaleren.

Professionals hebben behoefte aan voorlichtingen over eHealth, over Social Media en over andere gerelateerde onderwerpen, zodat ze up to date blijven. Daarnaast hebben ze de behoefte aan workshops om computervaardigheden en online communicatievaardigheden aan te leren. Ook is er vraag naar technische middelen, zodat ze de kennis en vaardigheden in de praktijk kunnen uitoefenen. Met betrekking tot technische middelen, is mobiel kunnen werken een vereiste. Daarnaast moet er een afdeling zijn waar ze alle vragen kunnen stellen met betrekking tot dit onderwerp en andere technische vragen.

3.3 RESULTATEN FOCUSGROEP JONGEREN

De resultaten van beide focusgroepen zijn samengevoegd tot een geheel en zijn hier onder te vinden. Enkele dingen die belangrijk zijn om te noemen zijn een aantal verschillen. Ten eerste waren er in verhouding meer jongens dan meisjes in beide groepen. Ten tweede deden de jongens in verhouding meer uitspraken die mee zijn genomen in het coderingsschema, dan de meisjes. Ten derde waren de meisjes gemiddeld jonger dan de jongens. Als laatste is het belangrijk om te noemen dat de jongeren van de eerste bijeenkomst die gehouden werd in de Arcade gemiddeld jonger waren en voornamelijk een lager schoolniveau hadden, maar in verhouding spraakzamer waren dan de tweede groep van het Bataafs Lyceum. De uitspraken uit beide groepen kwamen wel sterk met elkaar overeen.

3.3.1 VOORDELEN

Jongeren wisten tijdens de focusgroepen een aantal voordelen te noemen van een online informatie- en adviesdienst. De voordelen zijn ingedeeld in drie groepen voordelen; anonimiteit: “*Dat het enigszins anoniem is.*”, flexibiliteit: “*Je hoeft niet een uur lang een gesprek te hebben, je kunt het gewoon lezen in je eigen tijd.*”, en dat het internet een grote informatiebron is: “*Er staan dingen op die je vader, je moeder of je familie helemaal niet weet.*”

3.3.2 NADELEN

Jongeren vonden het makkelijker om nadelen te benoemen dan voordelen. De meeste jongeren konden wel één of meerdere nadelen benoemen. De uitspraken van de jongeren zijn samengevat in vier categorieën, waaronder het ontvangen van teveel of juist verkeerde informatie, het is onbetrouwbaar, je hebt geen privacy en het biedt geen aansluiting op de belevingswereld van jongeren.

Teveel/ verkeerde informatie

Jongeren gaven aan dat ze door de hoeveelheid informatie soms door de bomen het bos niet meer zien: *“Ik denk dat het nadeel van internet is dat je iets niet zo snel vindt, omdat er zoveel op staat.”* Ook staat er volgens hen veel verkeerde informatie op het internet: *“Je zoekt soms op iets, maar het is niet altijd waar.”*, *“Soms kijk je op internet en dan zie je het in het boek anders staan.”* Door de verkeerde informatie kunnen de jongeren op het verkeerde spoor worden gezet: *“Als je ergens terecht komt en je krijgt informatie dat het veel erger wordt gemaakt dan dat het is. Dat je er veel bang van wordt.”* Zoals met zelftests: *“Als je een klein aantal vragen moet invullen voor een zelftest, is het antwoord niet betrouwbaar. Dan krijg je te horen dat je iets hebt wat helemaal niet zo is.”*

Onbetrouwbaar

Veel jongeren vinden de informatie die op het internet te vinden is onbetrouwbaar en geven aan dat het een bepalende factor is: *“Betrouwbaarheid, je weet niet hoe betrouwbaar de informatie is die je krijgt en door wie het wordt geleverd.”* Bij de een kwam het door een vervelende ervaring: *“Het enige wat ik vertrouw is de kindertelefoon, maar niet chat, want daar heb ik een vervelende ervaring mee.”* Bij anderen was dat doordat ze niet weten wie er aan de andere kant zit: *“Als je bijvoorbeeld gaat chatten, je weet niet met wie je dat doet. Je hoort soms hele rare verhalen. Dan doet iemand van zestig zich voor als veel jonger.”*, *“Je weet nooit wie er aan de ander kant zit.”*, *“Bijvoorbeeld op insta dan zetten ze foto's, maar het is allemaal nep...”*. Jongeren maken liever geen gebruik van chat, omdat ze niet weten wie de informatie geeft.

Geen privacy

Een ander nadeel van online informatie en advies zoeken, is volgens de jongeren dat ze geen privacy hebben op het internet. Ze zijn bang dat hun gegevens uitlekken of verkeerd worden gebruikt: *“Straks gaan ze je gegevens vragen. Dan ben je met ze aan het praten en ze willen meer over je weten.”*, *“Voor mij waarschijnlijk mijn privacy. Ik ben niet iemand die zomaar iets op internet zou zetten.”*, *“Op internet heb je niet gegarandeerde privacy tegenwoordig. Je weet niet wie er allemaal meeleezen.”*

Geen aansluiting

Jongeren gaven aan dat de informatie of adviezen die worden gegeven niet altijd goed aansluiten bij hen. Dit komt volgens de jongeren doordat de informatie algemeen is of te moeilijk. Een website zou zo breed moeten zijn dat zelfs mensen met hele specifieke problemen daar terecht moeten kunnen: *“Pas dan zo'n website aan aan iedereen. Bijvoorbeeld dove mensen, of die niet zo goed kunnen lezen.”*

3.3.3 MOTIEVEN OM ONLINE TE ZOEKEN

Jongeren noemden algemene voordelen van een online dienst, maar gaven ook hun motieven om eventueel gebruik te maken van een informatie- en adviesdienst. Verschillende redenen werden hiervoor genoemd.

Zoekt verwijzingen

Jongeren zeiden dat ze wel informatie en advies zouden zoeken als ze van daaruit verder kunnen zoeken naar andere informatie: *“In eerste instantie zou ik wel op internet kijken van hoe zit dat nou. Als er verdere maatregelen nodig zijn, dan ga je naar iemand toe die je daar mee kan helpen.”*

Gaat sneller

Een leerlinge zei dat ze liever het internet gebruikt, omdat dat sneller gaat. Jongeren willen snel antwoord op hun vragen: *“Jullie moeten weten dat we heel lui zijn van deze leeftijd. Als we het niet snel kunnen vinden, dan houdt het op.”*

Wilt niet face-to-face

Waar het voor sommigen een belemmering is, is het voor anderen juist een reden om het online te zoeken. Sommige jongeren vinden het lastig om een probleem face-to-face te bespreken, omdat ze zich ervoor schamen, of gewoon omdat ze het lastig vinden om persoonlijke problemen te bespreken: *“Als je het bijvoorbeeld moeilijk vindt om met iemand te praten. Dan hoef je geen stem te horen, maar je ziet letters voor je.”*

Wilt zelf oplossen

De professionals noemden zelfredzaamheid als voordeel voor jongeren, maar jongeren zelf noemden het niet expliciet als voordeel. Toch is het voor jongeren wel een reden om gebruik te maken van een online dienst. Jongeren willen hun problemen zelf kunnen oplossen, zonder hier iemand anders mee lastig te vallen: *“Dat je het zelf wilt oplossen, omdat je niemand ermee lastig wilt vallen.”*

Omgeving weet het niet

Twee jongeren noemden als reden om online te zoeken als hun omgeving het niet weet: *“Als je familie geen antwoord kan geven, dan ga je naar internet kijken.”*

Zoekt bevestiging

Een laatste motief voor jongeren om online te zoeken is om bevestiging te zoeken als je iets niet zeker weet: *“Toen ik tabletjes moest innemen, wist ik niet waarvoor. Toen ging ik op internet kijken...”*

3.3.4 MOTIEVEN OM NIET ONLINE TE ZOEKEN

Deze categorie bestaat vooral uit uitspraken van jongeren die aangaven dat ze geen behoefte hebben aan online informatie en advies als ze problemen hebben. Deze jongeren gaven aan dat ze de problemen liever met hun directe omgeving bespreken of liever met een

professional. Ook waren er jongeren die aangaven helemaal geen behoefte te hebben aan het bespreken van hun persoonlijke problemen.

Voorkeur directe omgeving

De meeste jongeren gaven tijdens de bijeenkomst aan hun problemen wel te bespreken, maar dan wel met iemand uit hun directe omgeving, zoals familie, vrienden of kennissen: *“Bij internet heb je ook allerlei mensen die niet jouw type zijn...Ik vind het fijn om bijvoorbeeld met mijn vrienden te praten, maar niet zomaar met een vreemde.”*

Voorkeur professioneel face-to-face

Een enkeling gaf de voorkeur aan een professional. Twee leerlingen noemden hierbij de vertrouwenspersoon op school: *“Ik ben 1 keer naar een vertrouwenspersoon geweest. Je kunt daar voor heftige dingen heen, maar ook wel gewoon voor kleine.”* Een andere jongere gaf aan dat het niet veel uitmaakt: *“Je wilt naar een specialist, iemand die ervaring heeft.”*

Voorkeur professioneel telefonisch

Tijdens de bijeenkomsten werd door verschillende kinderen de mogelijkheid om met de Kindertelefoon te bellen, benoemd. Voor hen is dit een vertrouwde vorm: *“Zoals de kindertelefoon, die is bijvoorbeeld betrouwbaar. Die bestaat al zo lang.”* Andere jongeren gaven aan dat ze gewoon de voorkeur geven aan een telefonisch gesprek: *“Ik zou bellen om een afspraak te maken, om één op één met iemand te praten.”* Telefonisch geeft een bepaalde afstand, omdat je elkaar niet kunt zien, maar ook een geborgenheid, omdat je iemand zijn stem kan horen. Ook is het een snelle manier van informatie en advies krijgen: *“Als je iemand zijn stem hoort dan hoor je ook of hij medelijden heeft of emoties.”*

Geen behoefte

Een enkeling gaf aan helemaal geen behoefte te hebben aan het bespreken van hun persoonlijke problemen: *“Ik weet niet, ik zou het proberen te vergeten....”* Voor deze jongeren is het de laatste stap die ze zouden zetten. Informatie is tot daar aan toe, maar er is geen behoefte aan contact.

3.3.5 PROBLEMATIEK

Tijdens de focusgroep werd aan de jongeren gevraagd bij welke problemen zij de voorkeur geven aan een online informatie- en adviesdienst, maar ook wat zij denken waar andere jongeren graag naar zoeken. Ook is gevraagd welke onderwerpen zij interessant vinden om informatie over te krijgen. De uitspraken zijn gesorteerd in een aantal onderwerpen. Opvallend was hierbij de voorkeur om informatie te krijgen bij bepaalde stoornissen, zoals adhd, dyslexie, pdd-nos, autisme enz. Deze uitspraken werden gedaan door jongeren die zelf ook een van de genoemde stoornissen hebben. Ook problemen thuis of problemen op school zouden jongeren graag online willen bespreken. Andere onderwerpen die voorbij kwamen, zijn sexualiteit, verslaving, ziekte en stress.

Jongeren waren erg open over hun voorkeuren en ideeën met betrekking tot een online informatie- en adviesdienst. Veel jongeren vertelden daar erg enthousiast over. Hier onder zijn uitspraken opgenomen die de voorkeuren weergeven met betrekking tot het design, de inhoud, de dienstverlening en de vorm waarin het gerealiseerd zou kunnen worden.

Design

Met betrekking tot het design had maar één jongere iets te zeggen en alle andere jongeren konden dit alleen maar beamen: *“Het moet er leuk en vrolijk uitzien.”*

Inhoud

Jongeren vinden dat de inhoud van een toekomstige dienst eenvoudig en duidelijk moet zijn, maar wel voor een breder doelgroep waarin duidelijk rekening wordt gehouden met jongeren: *“Het moet allemaal niet zo moeilijk zijn. Ook niet teveel informatie.”*, *“Informatie moet duidelijk zijn. Maak een speciaal balkje aan de zijkant. Heel veel kinderen zijn dyslectisch. Dan kun je bijvoorbeeld alles voor laten lezen.”*

Dienstverlening

Qua dienstverlening vinden jongeren het heel belangrijk hoe een professional overkomt. Een professional moet iemand zijn die je kunt vertrouwen, maar die je ook begrijpt en weet waar hij het over heeft. Jongeren zien het liefst een jongere professionals tegenover zich: *“Ik moet iemand kunnen vertrouwen als ik daar heen ga.”*, *“Het moet iemand zijn die jongeren begrijpt. Niet zo’n chagrijn.”* Om het vertrouwd te maken, zouden jongeren graag zien dat foto met een naam wordt geplaatst van de professionals die informatie en advies geven: *“Als je specialisten op een site hebt, die moeten dan wel een naam hebben, zodat je weet wie er tegenover je zit. Dan zou je er makkelijker naartoe stappen.”* Professionals moeten niet dwingend overkomen als ze informatie of advies geven: *“Je moet iemand niet dwingen om iets te doen. Het moet op een leuke manier.”* Jongeren willen ten slotte graag anoniem geholpen kunnen worden: *“Als de mogelijkheid er is, dan wil ik mijn vraag anoniem kunnen stellen.”*

Vormen

De jongeren hadden veel en verschillende voorkeuren en ideeën wat betreft de vorm waarin informatie en advies zou kunnen worden gegeven. Jongeren noemden o.a. chat, email en videobellen als contactvorm, maar gaven ook andere mogelijkheden. Met betrekking tot chatten gaven jongeren aan dat het een goede optie is, maar een chat moet niet te persoonlijk zijn en altijd toegankelijk zodat jongeren niet te lang met hun problemen blijven lopen: *“Het zou fijn zijn als ik op een chat terecht kan, waarbij ik gelijk mijn probleem kan voorleggen, omdat je er blijkbaar al een tijdje mee loopt. Ik wil dan meteen antwoord. Als het niet gelijk kan, dan denk je er later misschien wel weer anders over. Dat is toch wel weer een obstakel.”* Het ligt er wel aan wat voor chat het is: *“Ligt eraan wat voor chat, via Facebook, via een app of iets anders...”*, *“Gebruik dingen als snapchat of instagram, dat gebruiken wij tenminste.”*, want sommige jongeren kunnen daar misbruik van maken: *“Als je het via de chat zou doen, dan loop je kans dat ze er mee gaan ouwehoeren.”*

Voor de ene jongere kan email een goede optie zijn, omdat het niet te persoonlijk zou zijn, voor de andere is het geen optie, omdat het te lang zou duren voordat je een antwoord krijgt op je vraag: *“Email zou nog wel kunnen. Dan kun je alles uitleggen. Het is niet heel persoonlijk. Je bent nog steeds een beetje anoniem.”* En: *“Als je een mail stuurt, duurt het soms heel lang voordat je een antwoord krijgt.”* Wel waren jongeren het eens met de uitspraak van een jongere dat een melding een goed idee zou kunnen zijn: *“Als je een antwoord gekregen hebt, dat je dan wel een berichtje krijgt dat je een antwoord hebt gekregen.”* Een melding zou op verschillende manieren kunnen worden gerealiseerd: *“Een melding kan bijvoorbeeld via een app.”*

Een jongere gaf Skype als mogelijkheid om in te zetten: *“Skype zou ook kunnen...”*, maar daar kwam al snel kritiek op: *“Via Skype zou ik niet doen. Dan laat je jezelf gelijk zien. Dan gaan ze allerlei dingen over me denken.”* Ook in verband met de privacy zouden jongeren dat niet snel doen.

Tegen het einde van de bijeenkomst kwamen in één van de groepen heel veel ideeën los met betrekking tot het ontwikkelen van een spel of een app die jongeren zouden kunnen gebruiken om informatie en advies in te winnen. Helaas was er geen tijd meer om hier dieper om in te gaan: *“Maak er een leuk spelletje van.”* En: *“Je kunt een app maken. Dan moet je ‘m in verschillende talen maken. Dan kun je die wereldwijd doen.”*

Op de vraag of jongeren gebruik zouden maken van een informatie- en adviesdienst die via Social Media wordt ingezet, waren jongeren kort maar krachtig: *“Op Facebook is de stap groter om contact op te nemen. Dan blijft het allemaal niet zo anoniem.”* *“Ik zou nooit liken, want dan ziet iedereen dat.”* Sociale Media zijn dus geen optie voor jongeren.

3.3.7 PROMOTIE

Promotie is als aparte categorie opgenomen in het coderingsschema, omdat jongeren hier veel over hadden te zeggen. Ze hadden hier een sterke mening over en ook zo hun ideeën. De categorie is onderverdeeld in promotie d.m.v. voorlichtingen, met behulp van folders, flyers en billboards en via het internet.

Voorlichtingen

Waar de professionals dachten dat jongeren helemaal geen behoefte hebben aan voorlichtingen of flyers en folders en dergelijke, kwam uit de uitspraken van jongeren duidelijk naar voren dat ze wel degelijk die behoefte hebben: *“Voorlichting is heel belangrijk, dat we weten dat het bestaat.”* Professionaliteit is daarbij belangrijk: *“Het is heel belangrijk om heel veel informatie te geven, heel duidelijk laten zien dat jullie professioneel zijn.”* Wel gaven jongeren de voorkeur aan een jongere professional: *“Laat de voorlichting doen door iemand die wel jong is en niet van die saaie mensen. Je kunt dan op de website ook foto's van die jongeren plaatsen.”* Een voorlichting moet echter niet teveel verplichtingen met zich meenemen en niet te lang duren: *“Je zou mensen op scholen moeten laten langsgaan, maar kom alsjeblieft niet met vragenlijsten aan. Gewoon langskomen en uitleggen wat je allemaal doet.”*

Flyers/billboards

Een andere mogelijkheid om bekendheid te geven aan een toekomstige dienst is volgens jongeren om flyers uit te delen en posters op te hangen: *“Op billboards, weet je wel, bij die busstations. Daar staan altijd belangrijke dingen op.”* Het uitdelen van flyers moet wederom gebeuren door een jongere professional: *“Flyers uitdelen. Met van die mensen die petjes op hebben en zo. Wel een beetje jonge mensen.”* Een voordeel van deze manier is volgens jongeren dat je zo niet de jongeren lastig valt die het niet nodig hebben, maar alleen die het wel nodig hebben: *“Posters in de buurt, op busstations en daarmee mensen aanspreken die het echt nodig hebben. Zo val je ook niet mensen lastig die het niet nodig hebben.”*

Via het internet

Over de promotie van een dienst via het internet zelf waren jongeren verdeeld. De ene jongere vindt het prima, terwijl de andere er veel last van heeft: *“Als je op een speciale site zit voor informatie, dan wil ik ook wel informatie van andere websites zien.”* En: *“Al die reclames voor dit soort dingen zijn irritant.”* Toch vinden jongeren reclame belangrijk, omdat je volgens hen met reclame dingen duidelijk kan maken: *“Die reclame tegen kindermishandeling blijft altijd hangen, van ‘het houdt niet op’. Dat is heel schokkend. Of van die grappige filmpjes.”* *“Die reclames van Sire blijven heel erg hangen.”* *“Als je bijvoorbeeld een filmpje of zo maakt, dan met jongeren en zo. Zoals klokhuis op een leuke manier.”* Reclames blijven jongeren dus langer hangen als ze grappig of schokkend zijn en als je jongeren ziet spelen in een reclame. Ten slotte gaven jongeren aan dat ze het belangrijk vinden dat een website te vinden is via Google: *“Als ik op Google iets intyp, dan wil ik gelijk naar die site.”* Verstandig is dan om bepaalde trefwoorden te gebruiken die jongeren ook gebruiken: *“Je moet erbij zetten, dat dit speciaal is voor als je persoonlijke problemen hebt.”*

3.4 BEANTWOORDEN ONDERZOEKSVRAGEN JONGEREN

‘In hoeverre is er draagvlak voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren op het voortgezet onderwijs met psychosociale problemen onder jongeren?’

Over het algemeen noemden jongeren meer belemmeringen dan voordelen tijdens de focusgroepsbijeenkomst. Jongeren geven aan dat ze ofwel geen behoefte hebben aan informatie en advies bij hun problemen, of ze prefereren persoonlijk contact. Dit kan contact zijn met hun directe omgeving, zoals familie, vrienden en kennissen, maar dit kan ook face-to-face of telefonisch contact met professionals zijn, zoals met de Kindertelefoon. Bijna alle jongeren kennen de Kindertelefoon en een aantal jongeren hebben daar wel eens gebruik van gemaakt, omdat het een bekend en betrouwbaar medium is. Veel jongeren vinden het internet als informatie- en adviesbron niet betrouwbaar. Dat komt volgens hen doordat ze niet weten wie de informatie geeft. Ook vinden ze dat er vaak verkeerde informatie wordt gegeven. Doordat er op het internet zoveel keuzes te maken zijn, weten ze niet waar ze terecht kunnen. Een andere reden om niet te kiezen voor online informatie en advies is volgens jongeren, omdat je op het internet geen privacy hebt. Ze zijn bang om gegevens te verstrekken. Ten slotte vinden jongeren dat de informatie op het internet vaak niet aansluit bij hun verwachtingen. Informatie staat te moeilijk uitgelegd of is voor specifieke doelgroepen bedoeld.

Jongeren zouden in bepaalde gevallen wel kiezen om informatie en advies via het internet te zoeken. Jongeren noemen de anonimiteit die het internet biedt, de flexibiliteit en de snelheid waarmee ze informatie en advies kunnen opzoeken en de mogelijkheden van het internet als belangrijke voordelen van online informatie- en adviesdiensten. Een belangrijke reden om wel op het internet te zoeken, is dat jongeren het moeilijk vinden om face-to-face over problemen te praten. Ook als hun omgeving het niet weet, als ze niemand hebben om hun problemen mee te bespreken of als ze het liever zelf willen oplossen, zouden ze eerder online gaan zoeken. Een andere reden om online te zoeken is als jongeren op zoek zijn naar bevestiging of een verwijzing. Het ligt volgens jongeren wel aan het soort probleem waar je mee zit. Problematiek waar jongeren zich bijvoorbeeld voor schamen, zoals seksualiteit, een verslaving, problemen thuis of een stoornis, vragen eerder om een oplossing op het internet dan andere problemen.

‘Hoe kan het draagvlak voor een online informatie- en adviesdienst voor jongeren uit het voortgezet onderwijs met psychosociale problemen onder jongeren worden vergroot?’

Om het draagvlak onder jongeren te vergroten moet men rekening houden met de behoeftes, voorkeuren en ideeën van jongeren. Jongeren vinden dat er al veel informatie- en adviesdiensten zijn en geven ook de mogelijkheid aan om aan te sluiten bij andere diensten. Mocht er wel een nieuwe dienst komen, dan vinden jongeren het belangrijk dat deze aansluit bij jongeren. Het design moet leuk en vrolijk zijn en de inhoud moet eenvoudig en duidelijk zijn, maar voor een brede doelgroep. Ook jongeren met specifieke stoornissen moeten er terecht kunnen, zodat ze niet ergens anders hun informatie vandaan moeten halen. Professionals moeten volgens jongeren professioneel overkomen en het liefst jong, maar ervaren zijn met een open houding. Jongeren vinden het belangrijk dat een dienst bekendheid heeft en vertrouwd overkomt. Ze zien daarom graag een profiel van de professionals terug op een pagina.

Jongeren willen op het internet anoniem informatie kunnen zoeken en vinden hun privacy erg belangrijk. Met betrekking tot de vorm waarin een dienst kan worden gerealiseerd, geven jongeren de voorkeur aan een vorm die snel antwoord geeft op hun vragen. Ze ontvangen bij voorkeur een melding als ze een antwoord krijgen. Chatten is een vorm die snel antwoord kan bieden, maar een chat moet niet te persoonlijk zijn en er moet geen misbruik van kunnen worden gemaakt door andere jongeren. Mailen is minder persoonlijk, maar ook minder snel dan chatten. Videobellen heeft niet de voorkeur, omdat je dan niet meer anoniem bent. Jongeren adviseren om een dienst aantrekkelijk te maken door er een spelletje van te maken of een app. Aansluiting zoeken bij Social Media vinden jongeren geen goed idee, omdat anderen dan volgens hen mee kunnen kijken.

Jongeren vinden het erg belangrijk om informatie te krijgen over een nieuwe informatie- en adviesdienst. Zo weten ze dat het bestaat en kunnen ze er gebruik van maken als ze het nodig hebben. Ze vinden dat ouderwetse promotietechnieken daar het beste bij passen, zoals voorlichtingen op school, het uitdelen van flyers en folders en het ophangen van posters en billboards. Een voorlichting moet gebeuren door jonge professionals en moet kort, maar krachtig zijn. Promotie via het internet geven ze niet de voorkeur aan, omdat dat irritant kan zijn. Mocht een instelling wel besluiten om het via het internet te doen, dan geven ze de voorkeur aan een informatief filmpje in de vorm zoals het Klokhuis het doet. Het blijft het meest hangen als een filmpje schokkend of grappig is.

4. DISCUSSIE EN CONCLUSIE

4.1 DISCUSSIE

Professionals vinden dat de komst van een informatie- en adviesdienst vooral moet afhangen van jongeren en hun behoeftes. Onderzoek geeft aan dat het internet bij uitstek geschikt is voor jongeren die ondersteuning of hulp nodig hebben (de Haas et al., 2009) en dat jongeren hun problemen eerder delen als dit anoniem kan (Peter, Valkenburg, & Schouten, 2006). Toch blijkt uit dit onderzoek dat de meeste jongeren aangeven geen behoefte te hebben. Wel geven jongeren aan dat het ligt aan het soort probleem. Voor gevoelige problemen wordt eerder informatie en advies via het internet gezocht. Het internet biedt dan meer anonimiteit. Ook geven de jongeren de voorkeur aan informatie boven advies, omdat het contact anders te persoonlijk wordt. Als de omgeving het niet weet of ze zien geen andere oplossing, kiezen jongeren voor het internet, omdat dit sneller is.

Jongeren praten liever met directe omgeving over hun problemen en anders telefonisch of face-to-face met een professional. Opvallend was het aantal jongeren dat aangaf telefonisch contact de voorkeur te geven. Vooral de Kindertelefoon is een bekende dienst onder de jongeren die geïnterviewd zijn. Uit een onderzoek van Fukkink en Hermanns (2007) naar de ervaringen van jongeren met de Kindertelefoon en de chat bij psychosociale problemen kwam naar voren dat jongeren zich bij beide vormen na een gesprek beter voelden, maar dat meer jongeren gebaat waren bij de chat dan bij de telefoon. Een ander verschil is dat jongeren die meer en zwaardere problemen hebben eerder voor de chat kiezen dan voor de telefoon, omdat deze meer anonimiteit biedt. Ook vinden ze het fijn dat de hulpverlener op afstand blijft. Conclusie van het onderzoek was dat de kinderen die voor een chat kiezen een andere doelgroep zijn dan kinderen die voor de telefoon kiezen. Jongeren met lichte psychosociale problemen kiezen waarschijnlijk eerder voor de telefoon. Ander onderzoek geeft ook aan dat het internet niet aansluit bij bepaalde doelgroepen (Cuijpers et al., 2008).

De uitspraken van dit onderzoek komen voornamelijk van jongens. Jongeren vinden het over het algemeen moeilijker om face-to-face over hun problemen te praten dan online. Daarnaast praten meisjes face-to-face sneller over hun problemen dan jongens (Valkenburg, Sumter, & Peter, 2011). Ook online praten meisjes eerder dan jongens over hun problemen, maar ook jongens praten eerder online dan offline over persoonlijke problemen. De uitkomsten van dit onderzoek kunnen dan ook sterk te maken hebben met dit verschil tussen jongens en meisjes. Daarnaast kan een online persoonlijk interview met jongeren een idee zijn om erachter te of er behoefte is aan informatie en advies bij problemen door een instelling, in welke omstandigheden en onder welke voorwaarden.

Professionals en jongeren noemen beide het belang van aansluiten bij bestaande diensten. Ze noemen daarbij diensten zoals de Kindertelefoon en ondertussen074.nl. Via de laatste is volgens een professional die werkzaam is bij de gemeente, wel een ingang te maken. Ook verwijzen via andere diensten wordt genoemd, zoals via de website van Loes, via een schoolwebsite of ondertussen074. Een schoolomgeving kan daarnaast een goede vindplaats zijn voor professionals om te signaleren, omdat deze veel wordt bezocht. Een andere mogelijkheid is om te kijken naar diensten die andere instellingen bieden. Soortgelijke diensten voor jongeren in andere delen van het land zijn bijvoorbeeld www.helpff.nl www.klikvoorhulp.nl en www.blixum.nl Uit de literatuur is niet veel bekend over de

effectiviteit van maatschappelijke diensten voor jongeren. Wel zijn er positieve resultaten met interventies, zoals pratenonline, allesondercontrole en gripopjedip (Kramer, Conijn, Oijevaar & Riper, 2014; Hoek, Schuurmans, Koot & Cuijpers, 2012; van der Zanden, Kramer, Gerrits, Cuijpers, 2012).

Jongeren geven aan dat ze de voorkeur geven aan iets bekends, omdat dat betrouwbaarder overkomt. Ook vinden jongeren hun privacy erg belangrijk. Als een dienst niet betrouwbaar overkomt, dan zijn ze terughoudend, omdat ze bang zijn dat hun privacy dan in het geding komt. Ook vinden ze het internet dat op het internet vaak verkeerde informatie wordt gegeven en onbetrouwbaar is. Onderzoek bevestigt dit (Nieuwboer, Fukkink en Hermans, 2013). De kwaliteit van de informatie op het internet loopt vaak sterk uiteen en heeft vaak geen wetenschappelijke basis.

Professionals en jongeren geven beide aan dat het belangrijk is om naamsbekendheid te krijgen, zodat een dienst professioneel en betrouwbaar overkomt. Jongeren vinden promotie dan ook een belangrijk onderdeel. Jongeren hebben geen behoefte aan contact of voorlichting via Social Media, omdat dit niet anoniem is. Ook uit de literatuur blijkt dat Social Media geen geschikt medium is om dit soort diensten te promoten of aan te bieden (Dennison, Morrison, Conway, Hons & Yardley, 2013). Jongeren en professionals vinden informatieve filmpjes wel geschikt. Jongeren gaven bovendien aan dat ze dat ze filmpjes onthouden als de inhoud als grappig of schokkend wordt ervaren. In de Entertainment Education worden gezondheidsinformatie en amusement gecombineerd om kennis te vergroten en gedragsverandering bij de ontvangers te bereiken (Singhal & Rogers, 2004). Er wordt daarbij gebruikt gemaakt van verschillende media, zoals bijvoorbeeld televisie, radio, sociale media, muziek, dans, games en evenementen. Uit onderzoek blijkt dat identificatie met de hoofdrolspelers in een stuk een belangrijke rol speelt in het effect van EE (Cohen, 2001). Vooral bij gevoelige onderwerpen, kan EE jongeren aanzetten om het thema bespreekbaar te maken en hun gedrag of attitude veranderen (Moyer-Gusé, Chung & Jain, 2011). Behalve met filmpjes kan EE ook verwerkt worden in spelletjes. Serious Games zijn computer gebaseerde spelletjes met als doel kennis te vergroten en bepaalde vaardigheden aan te leren (Michael & Chen, 2006). De jongeren uit de focusgroepen spraken ook hun voorkeur uit voor een spelletje. Het is dus verstandig om voorlichtingsmateriaal aan te passen aan de voorkeuren van jongeren, ook gezien het feit dat jongeren zich grotendeels in een digitale omgeving begeven.

Behalve aan digitaal voorlichtingsmateriaal hebben jongeren, in tegenstelling tot wat professionals denken, ook behoefte aan fysieke voorlichtingen en voorlichtingsmateriaal, zoals folders, flyers en posters. Ook uit eerder onderzoek bleek dat jongeren wel degelijk de behoefte hebben aan 'ouderwets' voorlichtingsmateriaal (Wiese, 2012). Jongeren geven aan dat je op deze manier de jongeren bereikt die het echt nodig hebben. Als jongeren de behoefte hebben, kunnen ze contact opnemen. Contactgegevens zijn dus erg belangrijk. Verder geven jongeren aan dat ze de voorlichtingen het liefst ontvangen van jonge, maar ervaren professionals. Ook hier speelt identificatie waarschijnlijk een grote rol en worden boodschappen aan het publiek beter ontvangen als de ontvanger zich kan identificeren met de afzender (Cohen, 2001). Dit geldt ook voor het profiel van een professional die jongeren graag terugzien op bijvoorbeeld een website. Professionals denken daar hetzelfde over. Zij geven aan dat jongeren dan misschien eerder een klik voelen en daarom sneller om informatie of advies vragen.

Naast de competenties van een schoolmaatschappelijk werker zijn om een online informatie- en adviesdienst te laten slagen, ook moeten in ieder geval competente dienstverleners in worden gezet. Competenties zijn een geheel aan kennis, houding en vaardigheden.

Naast het kennen van de mogelijkheden en beperkingen van eHealth, moet een competente dienstverlener overweg kunnen met de programma's die online gebruikt worden en de voor- en nadelen van dit programma kennen (Limper & Schalken, 2013). Daarnaast is het voor jongeren belangrijk dat de professionals in staat is om online vertrouwen te scheppen, actief te luisteren en gevoelens te herkennen. Voor het stimuleren van de zelfredzaamheid van jongeren, moet een jongere vertrouwen krijgen om op zijn moment de volgende stap te zetten. Daarnaast is het van belang dat de professional weet hoe hij miscommunicatie kan voorkomen. Bij jongeren moet een professional moeilijke woorden vermijden (Ligtermoot, Vergeer & Zwikker, 2011). Een professional dient een open houding te hebben om nieuwe dingen te leren.

4.2 STERKE EN ZWAKKE PUNTEN

Een focusgroep is een geschikt middel als je met weinig tijd en geld een onderwerp zoals deze bespreekbaar wilt maken onder professionals en jongeren. Jongeren gaven aan dat een focusgroep leuk en leerzaam is en dat ze dit wel vaker willen doen. In een van de jongerengroepen zaten een aantal enthousiaste leerlingen die veel wilden delen en met leuke en creatieve ideeën kwamen. Het is jammer dat de tijd in die groep beperkt was.

Dit onderzoek kent wel een aantal beperkingen. Er deden slechts 27 jongeren mee met dit onderzoek, wat betekent dat de resultaten niet goed generaliseerbaar zijn. De meerderheid van de jongeren bestond uit jongens en in verhouding deden zij ook de meeste uitspraken. De meisjes waren in verhouding jonger en schaamden zich gezien het gevoelige onderwerp waarschijnlijk om iets te zeggen. De meeste jongeren die meededen, gaven aan geen persoonlijke problemen te hebben. Met andere jongeren zou men waarschijnlijk tot andere conclusies zijn gekomen.

De groep professionals bestond voornamelijk uit professionals die veel belemmeringen zagen en niet de juiste competenties hebben om eHealth in te kunnen zetten. Een groep met professionals die wel over de benodigde competenties beschikken, zou tot andere conclusies hebben kunnen leiden.

Verder zijn de focusgroepen slechts door één onderzoeker geanalyseerd. Ondanks de zorgvuldige aanpak is het mogelijk dat een tweede codeur tot andere resultaten gekomen zou zijn. De resultaten moeten dus met voorzichtigheid geïnterpreteerd worden, maar de getrokken conclusies dienen wel als een geschikt uitgangspunt voor vervolgonderzoek of de eventuele ontwikkeling van een interventie.

4.3 AANBEVELINGEN

Aanbevelingen voor de organisatie zijn om te investeren in voorlichtingen m.b.t. digitale informatie, workshops om computervaardigheden en online communicatievaardigheden aan te leren en technische middelen verschaffen, zodat professionals op een prettige manier mobiel en online kunnen werken. Het is goed om te kijken naar het werknemersbestand. Jongeren

zien graag jonge professionals die wel de benodigde ervaring hebben en vertrouwd overkomen. Verder is het belangrijk om te kijken naar wat andere soortgelijke instellingen doen en ook kijken naar de mogelijkheden om aan te sluiten bij andere diensten. Mocht de organisatie besluiten om een interventie te ontwikkelen, dan is het van groot belang dat ze belangrijke stakeholders meenemen in het ontwikkelingsproces. Bij het creëren van een online dienst is promotie belangrijk en er dient veel aandacht te zijn voor privacy- en veiligheidsregels. Jongeren zien graag een mix van ouderwetse en nieuwe technologieën. Om erachter te komen welke vorm het beste bij de dienst past, dient men de stappen uit de CeHRes Roadmap te volgen.

Aanbevelingen vanuit theoretisch oogpunt zijn dat er meer onderzoek moet komen naar de voorkeuren van jongeren met betrekking tot de vorm waarin zij informatie en advies willen ontvangen. Dit onderzoek zou moeten worden uitgevoerd onder verschillende doelgroepen en voor meisjes en jongens apart.

4.4 CONCLUSIE

De aanleiding voor dit onderzoek was de wens vanuit Wijkkracht om de toegangsdrempel tot het schoolmaatschappelijk werk voor jongeren op het voortgezet onderwijs te verlagen. Volgens hen zou een informatie- en adviesdienst hierin kunnen bijdragen. Uit de resultaten is echter gebleken dat het draagvlak voor een dergelijke dienst op het moment van het onderzoek nog niet groot genoeg is. Professionals staan open om met een informatie- en adviesdienst te werken, maar zien nog veel belemmeringen in een dergelijke dienst. Belangrijk is om te investeren in scholingen. Ook is het verstandig om te kijken naar het werknemersbestand. Professionals moeten beschikken over voldoende kennis, computervaardigheden, online communicatievaardigheden en middelen, maar ook openstaan om met eHealth te werken. Wat jongeren betreft is meer onderzoek nodig onder jongeren met psychosociale problemen. Deze groepen gaven de voorkeur aan persoonlijk contact, maar gaven ook aan dat onder bepaalde omstandigheden het internet de voorkeur heeft. Uit onderzoek blijkt dat er een grote doelgroep is die het internet prefereert om informatie en advies te zoeken. Om draagvlak onder professionals en jongeren te vergroten, is het van belang dat goed geluisterd wordt naar de behoeftes, voorkeuren en ideeën van beide groepen. Ook is het belangrijk om te kijken naar andere mogelijkheden, bijvoorbeeld het aansluiten bij andere diensten. Om een interventie te ontwikkelen die wel wordt gebruikt en ook effect heeft op de gebruikers, zal dit draagvlak moeten worden vergroot of zal nog een keer kritisch moeten worden gekeken naar de probleemstelling. De eerste fase ‘the contextual inquiry’ zal dan opnieuw moeten worden uitgevoerd.

5. LITERATUURLIJST

- Baarda, D.B., De Goede, M.P.M., & Teunissen, J. (2009). *Basisboek kwalitatief onderzoek, 2de editie*. Groningen/ Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Bot, M, de Leeuw den Bouter, B.J., Adriaanse, M.C. (2011). Prevalence of psychosocial problems in Dutch children aged 8-12 years and its association with risk factors and quality of life. *Epidemiology and Psychiatric Sciences*, 20(4):357-65.
- CBS (2014). *ICT, kennis en economie*. Den Haag: CBS
- Crutzen, R. M. M. (2009). *Hard to get, hard to keep. Dissemination of and exposure to internet-delivered health behaviour interventions aimed at adolescents*. Maastricht: Universiteit Maastricht.
- Cuijpers, P., van Straten, A., & Andersson, G. (2008). Internet-administered cognitive behavior therapy for health problems: a systematic review. *Journal of Behavioral Medicine*, 31, 169-177.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4, 245–264.
- De Haas, S., Hoing, M., Schrieken, B., Tzagana, A., Wijnker, C., Michels, C., Kuyper, A., & Lange, A. (2009). Behandeling via het internet voor jeugdige slachtoffers van seksueel geweld. Een pilotstudie. *MGV*, 64, 981 – 997.
- De Looze, M., van Dorsselaer, S., de Roos, S., Verdurmen, J., Stevens, G., Gommans, R., van Bon-Martens, M., ter Bogt, T., Vollebergh, W. (2014). *Gezondheid, welzijn en opvoeding van jongeren in Nederland*. Utrecht: Trimbos-instituut.
- Dennison L., Morrison L., Conway G., & Yardley, L. (2013) Opportunities and challenges for smartphone applications in supporting health behavior change. *Journal of Medical Internet Research*, 15 (4), e86. DOI: 10.2196/jmir.2583
- Drossaert S & Van Gemert-Pijnen (2010). ‘E-Health’. (p289-313) in: Lechner, Mesters & Bolman (eds.). *Gezondheidspsychologie bij patiënten*. Van Gorcum, Assen.
- Eysenbach, G. (2008). Medicine 2.0: Social Networking, Collaboration, Participation, Apomediation, and Openness. *Journal of Medical Internet Research*, 10(3), e22. doi: 10.2196/jmir.1030
- Eysenbach, G. (2001). What is e-health? *Journal of medical Internet research*, 3(2), E20. doi:10.2196/jmir.3.2.e20
- Fukkink, R. & Hermanns, J. (2007) *Ervaringen met de Kindertelefoon; Een vergelijking tussen de ondersteuning bij de chat en de telefoon*. Amsterdam: SCO-Kohnstamm Instituut van de Faculteit der Maatschappij- en Gedragswetenschappen, Universiteit van Amsterdam

- Hoek, W., Schuurmans, J., Koot, H.M. & Cuijpers, P. (2012). Effects of Internet-Based Guided Self-Help Problem-Solving Therapy for Adolescents with Depression and Anxiety: A Randomized Controlled Trial. *PLoS One*, 7(8):e43485. doi: 10.1371/journal.pone.0043485. Epub 2012 Aug 31.
- Jansen, D.E., Wieggersma, P., Ormel, J., Verhulst, F.C., Vollebergh, W.A., Reijneveld, S.A. (2013). Need for mental health care in adolescents and its determinants: the TRAILS Study. *Eur J Public Health*. 2013 Apr;23(2):236-41. doi: 10.1093/eurpub/cks087. Epub 2012 Jul 26.
- Hamberg- van Reenen, H.H., Meijer, S.A., van Gils, P.F., Savelkoul, M. (2014). *Gezond opgroeien. Verkenning jeugdgezondheid*. RIVM: Bilthoven.
- Kramer, J., Conijn, B., Oijevaar, P. & Riper, H. (2014). Effectiveness of a web-based solution-focused brief chat treatment for depressed adolescents and young adults: randomized controlled trial. *J Med Internet Res*. 16(5):e141. doi: 10.2196/jmir.3261.
- Ligtermoet, I., Vergeer, M. & Zwikker, N. (2011). *Competenties en randvoorwaarden voor online opvoedingsondersteuning*. Nederlands Jeugdinstituut: Utrecht
- Michael, D., & Chen, S. (2005). *Serious games: Games that educate, train, and inform*. Boston, MA.: Thomson Course Technology.
- Minister van VWS (2014). *Brief aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten Generaal betreffende E-health*. Den Haag: Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
- Minister van VWS (2014). *Memorie van Toelichting op Wet maatschappelijke ondersteuning*. Den Haag: Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
- Minister van VWS (2014). *Wet maatschappelijke ondersteuning 2015*. Den Haag: Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport.
- Movisie (2015). *Sociale (wijk)teams in vogelvlucht. State of the art najaar 2014*. Movisie: Utrecht.
- Moyer-Gusé, E., Chung, A., & Jain, P. (2011). Identification with characters and discussion of taboo topics after exposure to an entertainment narrative about sexual health. *Journal of Communication*, 61, 387-406.
- Nictiz & Nivel (2013). *eHealth, verder dan je denkt: eHealth monitor 2013*. Den Haag: Nictiz & Nivel.
- Nieuwboer, C. C., Fukkink, R. G., & Hermanns, J. M. O. Peer and professional parenting support on the internet: A systematic review. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 16, 518-529.
- Nijland, N. (2011.) *Grounding eHealth, barriers and facilitators for the uptake and impact of eHealth interventions*. Dissertation. Enschede: University of Twente.
- NVMW (2008). *Competentiemodel Schoolmaatschappelijk Werker*. NVMW: Utrecht
- Peter, J., Valkenburg, P., & Schouten, A. (2006). Characteristics and motives of adolescents talking with strangers on the internet. *Cyberpsychology and Behavior*, 9, 526-530.

- Portnoy, D. B., Scott-Sheldon, L. A. J., Johnson, B. T., & Carey, M.P. (2008). Computer-delivered interventions for health promotion and behavioral risk reduction: A meta-analysis of 75 randomized controlled trials, 1988 – 2007. *Preventive Medicine*, 47, 3–16.
- Postel, M.G., de Haan, H.A., ter Huurne, E.D., Becker, E., & de Jong, C.A.J.(2010) Effectiveness of a Web-based Intervention for Problem Drinkers and Reasons for Dropout: Randomized Controlled Trial. *Journal of Medical Internet Research*, 12(4), e68.
- Postma, S. (2008). *JGZ-Richtlijn: Vroegsignalering van psychosociale problemen*. RIVM-rapport nr. 295001002. Bilthoven: RIVM.
- Raad voor de Volksgezondheid en Zorg (2002). *E-Health in zicht*. Zoetermeer: RVZ.
- Riper, H., Smit, F., Zanden, R. van der, Conijn, B., Kramer, J., & Mutsaers, K. (2007). *E-Mental Health – high tech, high touch, high trust*. Programmeringsstudie E-Mental Health in opdracht van het ministerie van VWS. Utrecht: Trimbos-instituut.
- Riper, H. van Ballegooijen, W., Kooistra, L., de Wit, J. & Donker, T. (2013). *Preventie & eMental-Health. Onderzoek dat leidt, technologie die verleidt, preventie die bereikt en beklijft*. Programmeringsstudie E-Mental Health in opdracht van het ministerie van VWS. Den Haag: ZonMw.
- Ruwaard, J. (2013). *The efficacy and effectiveness of online CBT*. Dissertation. Amsterdam: Department of Clinical Psychology
- Schalken, F., Blankers, M., Donker, T., Duinstra, U., van Gemert, M., van Hoogenhuyze, C.,... Wolters, W. (2013.) *Handboek online hulpverlening. Met internet Zorg en Welzijn verbeteren*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.
- Schrijvers, C.T.M., Schoemaker, C.G. (2008). *Spelen met gezondheid. Leefstijl en psychische gezondheid van de Nederlandse jeugd*. RIVM-rapport nr. 270232001. Bilthoven: RIVM.
- Singhal, A. & Rogers, E. M. (2004). The status of entertainment-education worldwide. In A. Singhal, M. J. Cody, E. M. Rogers, & M. Sabido (Eds.), *Entertainment-education and social change: History, research, and practice* (pp. 3-20). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Transitiebureau WMO (VWS/VNG) (2014). *Clïëntondersteuning in het gemeentelijk sociaal domein vanaf 2015. Handreiking voor gemeenten*. Den Haag: Transitiebureau WMO.
- Van der Zanden, R., Kramer, J., Gerrits, R. & Cuijpers, P. (2012). Effectiveness of an online group course for depression in adolescents and young adults: a randomized trial. *J Med Internet Res.*,14(3):e86. doi: 10.2196/jmir.2033.
- Van Gemert-Pijnen, J. E. W. C., Nijland, N., van Limburg, M., Ossebaard, H. C., Kelders, S. M., Eysenbach, G., & Seydel, E. R. (2011a). A holistic framework to improve the uptake and impact of eHealth technologies. *Journal of medical Internet research*, 13(4), e111. doi:10.2196/jmir.1672

- Van Gemert-Pijnen, J.E.W.C., Peters, O., Ossebaard, H.C. (2013). *Improving eHealth*. Den Haag: Eleven International Publishing.
- Van Limburg, M., van Gemert-Pijnen, J.E.W.C., Nijland, N., Ossebaard, H.C., Hendrix, R.M.G., Seydel, E.R. (2011). Why Business Modeling is Crucial in the Development of eHealth. *Journal of Medical Internet research*, 13(4):e124. doi:10.2196/jmir.1674
- Valkenburg, P.M., Sumter, S.R. & Peter, J. (2011). Gender differences in online and offline self-disclosure in pre-adolescence and adolescence. *British Journal of Developmental Psychology*, 29 (2), 253-269. doi: 10.1348/2044-835X.002001
- Wiese, S. (2012). *Bekendheid en attitude ten opzichte van Sense-sprekuren*. (GGD Twente), Masterthesis, Universiteit Twente.
- Zeijl, E., Crone, M., Wiefferink, K., Keuzenkamp, S., Reijneveld, M. (2005). *Kinderen in Nederland*. Den Haag/Leiden: SCP/TNO.
- Zwaanswijk, M. (2005). *Pathways to Care, Help-seeking for child and adolescent mental health problems*. Utrecht: Nivel.

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: BRIEF TOESTEMMING OUDERS



Hengelo, 26 januari 2015

Geachte heer/mevrouw,

Het gebruik van het internet en nieuwe online technologieën worden steeds meer een vast onderdeel van het dagelijks leven. Uit onderzoek blijkt dat jongeren de behoefte hebben om op een makkelijke manier aan informatie te komen of hulp te zoeken over zaken zoals pesten, echtscheiding, gezondheidsproblemen, ruzies, enz. Het internet biedt alle mogelijkheden om makkelijk in deze informatie te voorzien.

Voor mijn Master gezondheidspychologie die ik aan de Universiteit Twente volg, heb ik een aantal scholen benaderd om mee te doen aan mijn onderzoek. Door middel van deze brief wil ik u informeren over dit onderzoek.

Zoals u wellicht in de media hebt gehoord, is op 1 januari 2015 de Wet maatschappelijke ontwikkeling ingegaan. Gemeentes moeten volgens deze wet zorgen voor een laagdrempelige en makkelijke toegang tot ondersteuning. De gemeente Hengelo heeft ervoor gekozen om deze toegang dichtbij de burgers te organiseren. Dit betekent dat sociale werkers aanwezig zullen zijn op plaatsen, zoals wijkcentra en scholen. Uit cijfers blijkt dat de toegang tot deze ondersteuning nog steeds te ver van jongeren af ligt.

Voor deze opdracht ga ik onderzoeken hoe groot de draagkracht voor een dergelijke online informatie- en adviesdienst is onder jongeren. Tegelijkertijd zal gekeken worden op welke manier de draagkracht vergroot kan worden. Om hier achter te komen, heb ik een focusgroep georganiseerd, waarbij jongeren met elkaar gaan praten over dit onderwerp. Voor dit onderzoek heb ik toestemming nodig van de ouders van deze leerlingen. Mocht u uw kind willen afmelden voor deze focusgroep, dan kunt u dit doorgeven aan de mentor. Mocht u meer informatie willen ontvangen, dan kan dat ook via de mentor van uw kind.

Met vriendelijke groeten,

Lora Balci

BIJLAGE 2 - DRAAIBOEK FOCUSGROEP PROFESSIONALS 26 FEBRUARI 2015

Doel:

Inventarisatie maken van het draagvlak voor een informatie- en adviesdienst voor jongeren met psychosociale problemen onder professionals. Onderzoeken of het draagvlak groot genoeg is om eHealth te ontwikkelen. Indien het draagvlak niet groot genoeg is, onderzoeken of en hoe het draagvlak eventueel vergroot zou kunnen worden.

Doelgroep:

Professionals die een belang hebben om betrokken te worden in de ontwikkeling van een informatie- en adviesdienst voor jongeren met psychosociale problemen.

Methode:

Focusgroep met behulp van audio- opnames en notulen

Tijd:

9:00-11.00

Plaats:

Hoofdkantoor Wijkkracht, H. Hartstralaan 100

Deelnemers:

- Gemeente: leerplichtambtenaar, coördinator zorgloket
- School: Zorgcoördinator
- Sociale werkers Wijkkracht: jongerenwerker, schoolmaatschappelijk werker, stagiaire social worker
- Managers Wijkkracht: informatiemanager, lid directiemanagement

Materialen:

- Draaiboek, uitgeprint voor gespreksleider en assistent
- PowerPoint presentatie, uitgeprint voor alle aanwezigen
- Dikke stiften
- Naambordjes, 15 vellen A4-papier waar de naam al op staat geschreven
- Laptop
- Beamer voor PowerPoint presentatie
- Geluidsopnameapparatuur
- Kannen met koffie en thee, melk, suiker, bekers, roerstaafjes, koekjes

Voorbereidingen:

- Tafels en stoelen klaarzetten
- Laptop en beamer met presentatie klaarzetten
- Opnameapparatuur klaarzetten
- Koffie, thee en lekkers klaarzetten
- Op iedere zitplaats een uitgeprinte PowerPoint- presentatie en een naamkaartje neerleggen

Tijdsplanning en vragen:

Tijd	Wat	Opmerkingen/ vragen
9.00-9.20	Inloop/ Introductie met koffie/thee	- Iedereen welkom heten en bedanken voor hun komst - Jezelf en je collega voorstellen en taakverdeling aangeven - Een introductie van het onderwerp - In het kort vertellen waar we het over gaan hebben en aangeven dat de groep bij elkaar is gekomen om alle ideeën, meningen, suggesties en persoonlijke ervaringen over dit onderwerp te delen, zowel positief als negatief. - Aangeven dat het een onderzoek betreft en vraag toestemming om op te nemen. - Aangeven hoe lang het duurt. - Vragen of iedereen zich kort kan voorstellen. - Vragen voordat we beginnen?
9.20-9.30	Vraag 1	Wat is uw visie op eHealth? (wat weten ze ervan, wat kennen ze, hebben ze het wel eens gebruikt?)
9.30-9.40	Vraag 2	Wat is volgens u de toegevoegde waarde van een online informatie- en adviesdienst voor deze doelgroep?(welke voordelen zien zij, welke houding nemen ze aan?)
9.40-9.50	Vraag 3	Wat zijn volgens u belemmeringen om een online informatie- en adviesdienst in te zetten bij deze doelgroep? (welke nadelen zien zij, wat zijn voor hen eventuele belemmeringen om het te gaan gebruiken)
9.50-10.00	Vraag 4	Zou u als professional gebruik willen maken van een online informatie- en adviesdienst voor deze doelgroep? (waarom wel of niet)
10.00-10.20	Vraag 5	Over welke competenties moet een hulpverlener volgens u beschikken om online informatie en advies aan te kunnen bieden? (wat missen zij aan competenties, wat vinden ze ervan?)
10.10-10.20	Pauze	Koffie en thee met wat lekkers aanbieden.
10.20-10.30	Vraag 6	Over welke middelen moet Wijkkracht volgens u beschikken om een informatie- en adviesdienst te kunnen realiseren? (wat hebben ze nodig, wat missen ze?)
10.30-10.40	Vraag 7	In welke vorm zou u als professional willen werken aan een online informatie- en adviesdienst voor deze doelgroep? (wat vinden ze interessant, hoe zouden ze het kunnen toepassen?)
10.40-10.50	Vraag 8	Wat is volgens u nodig om het draagvlak onder professionals voor een informatie- en adviesdienst voor deze doelgroep te vergroten? (welke ideeën, suggesties, enz hebben ze?)
10.50-11.00	Afsluiting	- Zijn er nog vragen, zo ja, beantwoorden. - Iedereen bedanken voor hun tijd en medewerking.

BIJLAGE 3 - DRAAIBOEK FOCUSGROEPEN JONGEREN VOORTGEZET ONDERWIJS 6 EN 11 MAART 2015

Doel:

Inventarisatie maken van het draagvlak voor een informatie- en adviesdienst voor jongeren met lichte psychosociale problemen onder jongeren. Onderzoeken of het draagvlak groot genoeg is om eHealth te ontwikkelen. Indien het draagvlak niet groot genoeg is, onderzoeken of en hoe het draagvlak eventueel vergroot zou kunnen worden.

Doelgroep:

Jongeren in de leeftijd van 12-18 jaar die onderwijs volgen op het voortgezet onderwijs.

Methode:

Focusgroep met behulp van audio-opnames en notulen

Tijd:

50 minuten per focusgroep (2x)

Plaats:

OPDC de Arcade en het Bataafs Lyceum

Deelnemers:

15 leerlingen per focusgroep (mix van verschillende leeftijden, jongens en meisjes en verschillenden schoolniveaus)

Materialen:

- Draaiboek, uitgeprint voor gespreksleider en assistent
- PowerPoint presentatie, uitgeprint voor alle aanwezigen
- Dikke stiften
- Naambordjes, 15 vellen A4-papier
- Laptop
- Beamer voor PowerPoint presentatie
- Geluidsopnameapparatuur

Voorbereidingen:

- Laptop en beamer klaarzetten met presentatie klaarzetten
- Opnameapparatuur klaarzetten
- Op iedere zitplaats een uitgeprinte powerpoint- presentatie neerleggen
- Op iedere zitplaats een blanco A-4 papier waar ze hun naam op kunnen schrijven

Tijdsplanning en vragen:

Tijd	Wat	Opmerkingen/ vragen
	Introductie	- Iedereen welkom heten en bedanken voor hun komst - Jezelf en je collega voorstellen en taakverdeling aangeven - Een introductie van het onderwerp - In het kort vertellen waar we het over gaan hebben en aangeven dat de groep bij elkaar is gekomen om alle ideeën, meningen, suggesties en persoonlijke ervaringen over dit onderwerp te delen, zowel positief als negatief. - Aangeven dat het een onderzoek betreft en vraag toestemming om op te nemen. - Aangeven hoe lang het duurt. - Vragen of iedereen zich kort kan voorstellen. - Vragen voordat we beginnen?
10.15-10.20	Vraag 1	Bij wie klopt jij aan als je een persoonlijk probleem hebt? (vraag ter introductie van het onderwerp)
10.20-10.25	Vraag 2	Weet jij waar je online informatie en advies kunt krijgen als je een persoonlijk probleem hebt? (kennis testen, wat weten jullie ervan, wat kennen jullie)
10.25-10.30	Vraag 3	Zou jij informatie of advies zoeken via het internet als je een persoonlijk probleem hebt? (Houding, heb je het wel eens gedaan, zo ja wat en waar gezocht)
10.30-10.35	Vraag 4	Wat zou voor jou een reden kunnen zijn om informatie of advies te zoeken voor een persoonlijk probleem via het internet? (welke voordelen zien ze)
10.35-10.40	Vraag 5	Wat zou voor jou een reden kunnen zijn om geen informatie of advies zoeken voor een persoonlijk probleem via het internet? (welke nadelen, belemmeringen)
10.40-10.45	Vraag 6	Voor welke persoonlijke problemen zou jij informatie of advies zoeken via het internet? (welke problemen wel en welke niet)
10.45-10.50	Vraag 7	Over welke (gezondheids)onderwerpen zou jij informatie willen krijgen op het internet? (wat vinden ze interessant)
10.50-10.55	Vraag 8	Hoe zou jij je vraag over een persoonlijk probleem willen stellen? (welke vormen)
10.55-11.00	Vraag 9	Hoe zou jij je informatie of advies voor je persoonlijke problemen willen ontvangen? (denk aan taalgebruik, design, vormen, enz.)
11.00-11.05	Vraag 10	Hebben jullie nog creatieve ideeën voor organisaties? (draagvlak vergroten door ze mee te nemen in wat zij leuk vinden)
	Afsluiting	Hebben jullie nog vragen, opmerkingen, enz? Bedanken voor hun

		deelname.
--	--	-----------

BIJLAGE 4 – POWERPOINT JONGEREN

Welkom  UNIVERSITEIT TWENTE.	Onderzoek voor Wijkkracht • Wijkteams • Sociale werkers • Informatie en advies UNIVERSITEIT TWENTE.	Informatie en advies • Op scholen • In wijkcentra • Bij de gemeente • Bij verenigingen • En via het internet????? UNIVERSITEIT TWENTE.
Hoofdvragen 1. In hoeverre staan jullie open om informatie en advies te zoeken of te ontvangen voor persoonlijke problemen via het internet? 2. Wat zou ervoor kunnen zorgen dat jullie je hiervoor meer openstellen? UNIVERSITEIT TWENTE.	Hoofdgroep Jongeren tussen de 12-18 jaar uit Hengelo die met een persoonlijk probleem zitten. UNIVERSITEIT TWENTE.	Persoonlijke problemen Persoonlijke problemen kunnen te maken hebben met je: • Gevoelens • Gezondheid • Gedrag • Omgeving UNIVERSITEIT TWENTE.
Vraag 1 Bij wie klopt jij aan als je een persoonlijk probleem hebt? UNIVERSITEIT TWENTE.	Vraag 2 Weet jij waar je online informatie en advies kunt krijgen als je een persoonlijk probleem hebt? UNIVERSITEIT TWENTE.	Vraag 3 Zou jij informatie of advies zoeken via het internet als je een persoonlijk probleem hebt? UNIVERSITEIT TWENTE.
Vraag 4 Wat zou voor jou een reden kunnen zijn om informatie of advies te zoeken voor een persoonlijk probleem via het internet? UNIVERSITEIT TWENTE.	Vraag 5 Wat zou voor jou een reden kunnen zijn om geen informatie of advies zoeken voor een persoonlijk probleem via het internet? UNIVERSITEIT TWENTE.	Vraag 6 Voor welke persoonlijke problemen zou jij informatie of advies zoeken via het internet? UNIVERSITEIT TWENTE.

Vraag 7

Over welke (gezondheids)onderwerpen zou jij informatie willen krijgen op het internet?

UNIVERSITEIT
TWENTE.

wijkracht
versterk je gezondheid

UNIVERSITEIT
TWENTE.

Vraag 8

Hoe zou jij je vraag over een persoonlijk probleem willen stellen?

wijkracht
versterk je gezondheid

UNIVERSITEIT
TWENTE.

Vraag 9

Hoe zou jij je informatie of advies voor je persoonlijke problemen willen ontvangen?

wijkracht
versterk je gezondheid

Vraag 10

Hebben jullie nog creatieve ideeën voor organisaties?

UNIVERSITEIT
TWENTE.

wijkracht
versterk je gezondheid

UNIVERSITEIT
TWENTE.

Eind!!

Hebben jullie nog vragen of opmerkingen??

wijkracht
versterk je gezondheid

BIJLAGE 5 – POWERPOINT PROFESSIONALS

Welkom  UNIVERSITEIT TWENTE.	Programma • 09:00-09:10 Introductie en voorstelronde • 09:10-09:20 Introductie onderwerp • 09:20-09:30 Vraag 1 • 09:30-09:40 Vraag 2 • 09:40-09:50 Vraag 3 • 09:50-10:00 Vraag 4 • 10:00-10:10 Pauze • 10:10-10:20 Vraag 5 • 10:20-10:30 Vraag 6 • 10:30-10:40 Vraag 7 • 10:40-10:50 Afsluiting UNIVERSITEIT TWENTE.	Onderzoeksdoel • Inventarisatie maken van het draagvlak van een informatie- en adviesdienst voor jongeren met psychosociale problemen onder professionals. • Onderzoeken welke middelen bijdragen aan het vergroten van dit draagvlak. UNIVERSITEIT TWENTE.
Doelgroep onderzoek Jongeren met psychosociale problemen tussen 12-18 jaar uit Hengelo. UNIVERSITEIT TWENTE.	Psychosociale problemen • Emotionele problemen • Gedragsproblemen • Sociale problemen (Postma, 2008) UNIVERSITEIT TWENTE.	EHealth “Het gebruik van nieuwe informatie- en communicatietechnologieën, en met name internettechnologie, om gezondheid en gezondheidszorg te ondersteunen of te verbeteren.” (Raad voor de Volksgezondheid en Zorg, 2002) UNIVERSITEIT TWENTE.
Cliëntondersteuning “onafhankelijke ondersteuning met informatie, advies en algemene ondersteuning die bijdraagt aan het versterken van de zelfredzaamheid en participatie en het verkrijgen van een zo integraal mogelijke dienstverlening op het gebied van maatschappelijke ondersteuning, preventieve zorg, jeugdhulp, onderwijs, welzijn, wonen, werk en inkomen.” (VWS, 2014) UNIVERSITEIT TWENTE.	Wijkkracht • informatie en advies geven • vraagverheldering • bemiddeling en belangenbehartiging, • ondersteuning • samenlevingsopbouw. UNIVERSITEIT TWENTE.	Informatie en advies • Preventieve functie • Dichtbij de vraagsteller • Ingebed op vindplaatsen, zoals scholen, wijken en verenigingen • Zowel individueel als collectief UNIVERSITEIT TWENTE.
Vraag 1 Wat is uw visie op eHealth? UNIVERSITEIT TWENTE.	Vraag 2 Wat is volgens u de toegevoegde waarde van een online informatie- en adviesdienst voor deze doelgroep? UNIVERSITEIT TWENTE.	Vraag 3 Wat zijn volgens u belemmeringen om een online informatie- en adviesdienst in te zetten bij deze doelgroep? UNIVERSITEIT TWENTE.

Vraag 4

Zou u als professional gebruik willen maken van een online informatie- en adviesdienst voor deze doelgroep?

UNIVERSITEIT
TWENTE.

wijkracht
adviesdienst voor studenten

UNIVERSITEIT
TWENTE.

Vraag 5

Over welke competenties moet een hulpverlener volgens u beschikken om online informatie en advies aan te kunnen bieden?

wijkracht
adviesdienst voor studenten

UNIVERSITEIT
TWENTE.

Pauze!!

wijkracht
adviesdienst voor studenten

Vraag 6

Over welke middelen moet Wijkracht volgens u beschikken om een informatie- en adviesdienst te kunnen realiseren?

UNIVERSITEIT
TWENTE.

wijkracht
adviesdienst voor studenten

UNIVERSITEIT
TWENTE.

Vraag 7

In welke vorm zou u als professional willen werken aan een online informatie- en adviesdienst voor deze doelgroep?

wijkracht
adviesdienst voor studenten

UNIVERSITEIT
TWENTE.

Vraag 8

Wat is volgens u nodig om het draagvlak onder professionals voor een informatie- en adviesdienst voor deze doelgroep te vergroten?

wijkracht
adviesdienst voor studenten

Vragen??

Bedankt voor jullie
medewerking!!

UNIVERSITEIT
TWENTE.

wijkracht
adviesdienst voor studenten

UNIVERSITEIT
TWENTE.

wijkracht
adviesdienst voor studenten

BIJLAGE 6 – CODERINGSSCHEMA FOCUSGROEP PROFESSIONALS

Hoofdcategorie	Subcategorie	Uitspraken
Voordelen voor jongeren	Anonimiteit	• “Voordeel is natuurlijk dat je anoniem kunt blijven.” • Dat is dan ook geheel anoniem en je hoeft het met niemand te delen.” • “Bij fysiek contact hoor ik vaak van jongeren dat ze niet een klik hebben. Dat is een nadeel, van wie krijg je tegenover je?”
	Flexibiliteit	• “Als je informatie of advies nodig hebt over een bepaald onderwerp gaat het via het internet sneller.” • “Ik denk dat het voor jongeren heel belangrijk is dat ze snel antwoord krijgen op hun vragen.”
	Zelfredzaamheid	• “Informatie en advies opzoeken kunnen mensen zelf doen. Het is iets simpels waarbij je niet de hulp van een ander nodig hebt.” • “Je hebt dan niet de hulp van mensen in je fysieke omgeving nodig.”
Nadelen voor jongeren	Privacy	• “Wat gebeurt er met de gegevens en hoe wordt de veiligheid gewaarborgd? Stel ze hebben een app gedownload en ze loggen ermee in en ze raken vervolgens de telefoon kwijt, dan liggen de gegevens op straat. Hoe ga je daarmee om?” • “Hoe gaat men met de gegevens om. Sommige jongeren zijn heel naïef en gooien alles op het internet.”
	Teveel/ verkeerde informatie	• “Ja, dat is een keerzijde. Dat uitdokteren, van ik heb een klacht, ik ga even googlen. Vervolgens hebben ze een eigen diagnose en dan komen ze uit op iets van maagkanker, terwijl ze een buikgriepje hebben.” • “Ik heb geen ervaring met dat digitale. Je ziet door de bomen het bos soms niet meer.” • “Als je verwijst moet je wel verwijzen naar iets wat verantwoord is. Er staat ontzettend veel meuk op internet. Waar je helemaal niet wilt dat ze terechtkomen.”
Voordelen voor professionals	Efficiëntie	• “Als iemand al via het internet jou heeft geïnformeerd, dan ben je al goed voorbereid op je gesprek en kun jij je

		werk sneller doen. “ • “Naar mijn ervaring reageren jongeren vaak sneller op een appje. Het is ook makkelijk om ze even ergens aan te helpen herinneren.”
	Groter bereik	• “Ik kom met heel veel verschillende jongeren in aanraking met heel veel verschillende problemen. Er zijn altijd jongeren bij wie dit aan zou kunnen sluiten” • “Informatie zoeken kan een mooie ingang zijn voor verder contact.” • “Ik denk het digitale daar zijn jongeren heel erg mee bezig. Het is een hele makkelijke manier om jongeren te bereiken.” • “Dit is laagdrempeliger dan bijvoorbeeld face- to- face.”
Belemmeringen voor professional	Moeite met digitaal contact	• “Je hebt minder inzicht in de context van het gesprek.” • “Met direct contact schep je een band met jongeren. Het schept een bepaalde sfeer. Op afstand heb je dat niet. Je kunt iemand niet op zijn gemak stellen. Dat is wel belangrijk dat ze zich op hun gemak voelen.” • “Ik vind dit wel eng, want het is een hele andere manier van communiceren. • “Je mist heel veel non-verbale communicatie, die wel belangrijk is. Ik kan niet zien of iemand nerveus zit te prutsen bijvoorbeeld.” • “Je hebt minder grip. Als je iemand fysiek ziet, kun je makkelijker reageren. Je ziet veel meer. Dat zijn wel dingen die meespelen. Mooist zou zijn als het een pakket kan zijn.” • “Met fysiek contact heb je een andere lading. Je mist veel als je digitaal contact hebt.” • “Het zal voor mij een hele andere manier van hulpverlening zijn. Ik heb graag dat ik iemand kan zien, voelen in het contact van hoe reageert hij of zij op mij. Ik kan dan aftasten. Dat doen zij bij, maar ik ook bij hun. Welke woorden kan ik gebruiken, Snappen ze wat ik zeg, zitten we op 1 lijn. Er zit een scherm tussen ons en ik zie en voel minder.” • “Het is een cultuuromslag dit. Het staat haaks op wat we nu doen.” • “Er moet wel vertrouwen zijn. Jongeren signaleren heel veel, maar er is een stap nodig om actie te ondernemen. In de

		fysieke omgeving moet iemand aanwezig zijn om te helpen. Die is betrouwbaar. Persoonlijk contact hierin is belangrijk. Dat is lastig digitaal.” • “Maar wat ik wel belangrijk vind, wat je er wel in moet houden, is toch een zekere mate van persoonlijk contact. Waar woont iemand, hoe kleedt hij zich, hoe reageert hij op vragen die je stelt. Dat zie je niet via het scherm.” • “Als professional heb je een emotionele band met iemand en dat wil je ook graag zo houden. Je wilt zien dat het uiteindelijk goed gaat met iemand.”
	Moeilijker signaleren	• “Fysieke plekken zijn makkelijker, je weet waar je de jongeren aantreft die problemen hebben, met digitale vindplaatsen is dat wat lastiger. Facebook is gigantisch groot, je weet niet waar je moet zoeken. Veel informatie is ook afgeschermd.” • “Je signaleert moeilijker als het niet fysiek gaat.” • “Ik denk dat fysiek contact belangrijk is. Veel achterliggende problemen kom je alleen achter via fysiek contact.” • “Ik ben ook van mening dat fysiek contact erg belangrijk is, je ziet veel meer, een houding, de verzorging, of iemand nerveus is....” • “Hoe ga je jongeren vinden als ze al een hele eigen digitale wereld hebben?”
	Overige belemmeringen	• “Ouders zijn ook een belemmering. Krijg je toestemming? Mag je verwijzen naar iets digitaals of moet je ouders om toestemming vragen? Bij fysieke contacten moeten we wel toestemming vragen, dus dat zou een belemmering kunnen zijn als ouders er niet voor openstaan.” • “Het duurde bij mij heel lang voordat ik wist hoe mijn smart- Phone werkte.” • “Als dingen bij mij worden afgedwongen dan gaat het niet. Je moet er heel langzaam naartoe groeien.”
Verwachtingen van professionals	Toegankelijkheid	• “Veel jongeren zijn makkelijk en die willen alles op een presenteerblaadje. Dan moet je alles er uittrekken. Ze erkennen wel dat ze een probleem hebben, maar dan moet iemand anders het uitspreken.” • “Ze komen soms moeilijk tot handelen, een deel van die jongeren. De drempel moet heel laag zijn.”

		• “Het moet iets zijn wat voor jongeren dichtbij lijkt te staan, bijvoorbeeld de kindertelefoon. Het is laagdrempelig en heel breed.” • “Een link die overal zichtbaar is, bijvoorbeeld op de schoolsite. Daar kijken leerlingen heel veel op. De schoolsite zou ook een vindplaats kunnen zijn.” • “Je kunt bijvoorbeeld via een leerkracht verwijzen naar een omgeving. Zo van, ga daar eens naartoe en kijk of je je informatie daar vandaan kunt halen.” • “Je hebt die website ondertussen074. Daar staan artikelen over gezondheid. Misschien zou je via die artikelen kunnen doorverwijzen.” • “Ondertussen 074 schijnt heel goed bezocht te worden. Daar zou je echt een link moeten plaatsen. Dat zou je per gemeente kunnen instellen.” •
	Bereikbaarheid	• “Je moet altijd bereikbaar kunnen zijn.” • “Als je eHealth zou willen gaan inzetten, dan betekent het ook dat je bijvoorbeeld constant gestoord kan worden door appjes en mailtjes.” • “Je maakt vaak zelf de inschatting van hoe dringend het is om iemand te beantwoorden.” • “Het is niet mogelijk om een 24-uurs bereikbaarheidsdienst op te zetten.”
	Aansluiting doelgroep	• “Ik denk dat dit wel een breed draagvlak onder jongeren zal hebben. Gezien de jongeren die appen, twitteren, op Youtube zitten.....Je moet daar iets mee doen om bij de jongeren aan te kunnen sluiten.” • “Als de vindplaatsen de eigen netwerken zijn die jongeren bouwen, moet je dan niet infiltreren in een netwerk in plaats van dat je iets inricht voor hen en maar hopen dat ze dan komen. Ze delen in hun eigen groepen, iedereen heeft Facebook, Whatsapp, kunnen wij daar met die netwerken verbinden? Ik geloof niet dat wij netwerken moeten gaan creëren maar moeten aansluiten bij bestaande netwerken.” • “Ik ben voorstander van iets wat heel breed is. Het moet jongeren niet afschrikken doordat het specifiek is.” • “Ik vind dat jongeren zich op een website goed moeten kunnen oriënteren

		als ze een vraag hebben.” • “De vraag is of jongeren daar naar kijken. De jongeren die ik zie, kijken niet naar recensies. Ze willen een antwoord op hun vraag die aansluit bij wat ze al dachten.” • “Jongeren zitten helemaal niet op foldertjes en dergelijke te wachten.” • “Jongeren moeten zelf kunnen bepalen waar hun behoeftes liggen.” • “In hoeverre is de professional nu eigenlijk belangrijk?” • “Kies niet een woord wat over problemen gaat. Dat schrikt af.” • “Op het moment dat fysiek contact nog echt nodig is, dan moet het nog kunnen.” • “Je kunt dingen ook naast elkaar aanbieden.”
	Vormen	• “Het mooie is dat je de digitale wereld zou kunnen verbinden met de fysieke. Je hebt verbindingspersonen, mensen die tussen jongeren en andere professionals inzitten. Het lastige is alleen om die verbinding te realiseren.” • “Net werd gezegd over dat je met face-to face soms die klik niet voelt. Het zou mooi zijn als je van een iemand een soort van profiel en foto kunt neerzetten. Het is heel bijzonder, maar soms voelen ze van tevoren al aan of het wat gaat worden of niet. Geldt niet voor alle jongeren, maar dan is het alsof ze de regie in eigen handen hebben.” • “Ze hebben ook heel veel mogelijkheden om te chatten daar (verwijzing naar kindertelefoon). Dat is al heel lang.” • “Zou een meldpunt iets toevoegen waar mensen iets kunnen melden over jongeren die problemen hebben. Dat vrienden of vriendinnen iets kunnen melden. Het kan input zijn om daarna iets te ondernemen.” • “Via bijvoorbeeld een beslisboom of via chat. Dat je bepaalde stappen moet volgen. Een schema waarin je uiteindelijk advies krijgt. De antwoorden zou je daarna kunnen bespreken met iemand anders.” • “Is het niet zo dat het internet op dit moment het informatie- en adviesmedium is en dat het eigenlijk alleen maar meer wordt. Mensen gaan niet naar 1 site. Je stelt je vraag op verschillende media, zoals Facebook,

		Twitter of zo, dus eigenlijk heel breed.” • “Ik denk dat het in de toekomst hulp op afstand wordt. Ik denk dat door alle digitale middelen straks steeds meer wordt gecommuniceerd door middel van appjes en de ipad en zo... “ • “Een soort van thermometer, van hoe voel ik me, dat zou ik wel mooi vinden.” • “Hoe zit het met Skype, zou dat kunnen voor de jongeren? Dat je bijvoorbeeld laagdrempelig deelcontact hebt.” • “Het ligt heel erg aan de jongeren, waar de behoefte ligt. Sommige jongeren willen geheel anoniem alleen informatie kunnen zoeken en hun weg daarin vinden, maar ik denk dat meiden veel liever direct contact willen. Via Skype bijvoorbeeld.” • “Misschien kun je via een game infiltreren, een game die aansluit bij jongeren. Ik weet niet precies hoe.” • “Misschien kun je een jongere zelf inzetten die wat nodig heeft. Dan sla je 2 vliegen in 1 klap slaat. Zo kunnen ze ook hun talenten ontwikkelen.” • “Ergens in je hoofd maak je dus keuzes. Die zou je kunnen vertalen richting een boomstructuur. Dat je jouw analyse die in je hoofd plaatsvindt, uitgewerkt wordt en zo zou je ook andere jongeren kunnen helpen.” • “Hoe zit het met informatieve filmpjes. Of een app of zo.....” • “Laat eHealth een onderdeel zijn van de kennisteams door het bijvoorbeeld te integreren in de kennisteams. Het moet een middel zijn dat door alle kennisteams gebruikt gaat worden. We denken nog teveel in oude kaders.” • “Ondertussen 074 schijnt heel goed bezocht te worden. Daar zou je echt een link moeten plaatsen. Dat zou je per gemeente kunnen instellen.” • “De gemeente heeft ondertussen074 opgericht om ook een stem te geven aan jongeren. Ik denk dat er wel ingangen te maken zijn via een website zoals Loes of ondertussen074 om jongeren te ondersteunen die problemen hebben.” • “Als je dan zo’n site zou hebben en je zou er recensies van mensen op kunnen zetten, dan krijg je een gemiddelde van hoe de beleving was van die site.”
Competenties	Computervaardigheden	• “De drempel is heel hoog voor sommige

voor dienstverlening		medewerkers. Sommige collega's kunnen nauwelijks typen." • "Appen is ook een vorm van chatten. Bij appen moet je snel antwoord geven. Dat betekent ook dat je meer gebruik moet maken van smileys en zo. Dan is de vraag van hoe snel typ je." • "Ik heb collega's die niet met een computer om kunnen gaan, ze snappen er nog steeds niets van, hoe het werkt met email en zo, hoe je tabbladen moet sluiten, bijlagen sturen, met een smartphone om kunnen gaan." • "Dat betekent dat je soms dingen moet loslaten en dit werk overlaten aan collega's die hiervoor zijn aangenomen."
	Communicatievaardigheden	• "Ik betrap mezelf erop dat ik er bewust mee bezig ben hoe ik iemand aanspreek. Dat gebeurt met andere termen, met een andere aanhef. Dat is een hele andere communicatiewijze. Jongeren spreek ik aan met hoi, volwassenen vaak met dag. Contact met jongeren is toch vaak wat informeler. Je moet dus ook wel weten hoe jongeren communiceren." • "Ik zit ook met de communicatie van de andere kant. Schriftelijk, vooral via app schrijven mensen andere dingen op. Face-to-face benoem je dingen toch wat voorzichtiger. Je kunt dingen soms anders opvatten, want jongeren schrijven soms hele botte dingen." • "Ik moet heel erg gaan nadenken Als ik wat ga typen, staan de letters er, maar hoe vatten ze die op? Ze zien bijvoorbeeld niet hoe ik iets bedoel."
	Kennis over eHealth	• "Iemand van Tactus weet bijvoorbeeld veel over drugs, dan kan ik natuurlijk wel informatie of advies geven over drugs, maar dat moet iemand doen die er meer vanaf weet." • "Als je een visie wilt vormen over dit onderwerp, dan moet je er wel genoeg over weten." • "Het valt mij bij het Saxion op dat dit onderwerp heel erg speelt. Ze zijn veel bezig met living technology. Tijdens de voorlichtingen en de mogelijkheden om studenten binnen te halen zijn ze daar al heel erg mee bezig. Ze laten bijvoorbeeld filmpjes zien over hoe gezondheid en technologie in gezondheidszorg wordt toegepast. Ik denk dat het belang daarvan nu wel

		terugkomt in de opleiding.” • “Ik vind dat de opleidingen te weinig aandacht besteden aan al die vernieuwingen in de maatschappij. We lopen steeds achter de doelgroep aan, terwijl de maatschappij het nodig heeft. Het is jammer dat het onderwijs achter loopt want juist zij moeten ons juist prikkelen. Zo van, er zijn andere mogelijkheden...” • “Ik heb wel eens een workshop gevolgd over social media en ik ken Facebook en andere social media wel, maar dan hoor ik toch dingen die ik niet ken. Ik moet me er veel meer in ga verdiepen. Om goed te weten van waar zijn jongeren mee bezig. Actiever gebruiken in gesprekken. Ik moet dat nog leren. Ik heb nu gelukkig een telefoon waar dat mee kan. Je moet het alleen wel weten te gebruiken.”
Benodigde middelen	Informatief	• “We moeten een constante update krijgen. Bijvoorbeeld bijeenkomsten die structureel zijn of cursussen en workshops. Misschien scholingen over social media, eHealth of zoiets. Zo van what’s new?” • “Bij scholen is de implementatie echt nodig hoor. Er moet jaarlijks een bijeenkomst zijn van netwerken met betrekking tot dit onderwerp.” • “Informeer mij over de mogelijkheden.” • “Met een foldertje kan ik een jongere op een spoor zetten. Geef mij ook een foldertje met informatie die ik aan jongeren kan geven. Zo kan ik ze vertellen waar ze heen moeten. Op dat foldertje moet heel duidelijk een e-mailadres staan.” • “Voorlichtingen zijn heel belangrijk, maar ook bijeenkomsten met verschillende professionals om dit iedere keer te verversen. Als je dit wilt laten werken op scholen, moet je regelmatig hierover praten. Zo blijf je op de hoogte van nieuwtjes. Elkaar bijpraten, maar ook nieuwe ideeën ontwikkelen. Je zou thema- bijeenkomsten kunnen organiseren.” • “Ik wil een ouderwets foldertje kunnen geven om jongeren meer informatie te geven.” • “Het is belangrijk dat wij blijven.” • “Wij als managers moeten snappen wat

		er gebeurt. Je kunt pas faciliteren als er vragen komen. Er gebeurt van alles, maar niet in ons gezichtsveld. Dus wat wij nodig hebben is dat er vaker vragen worden gesteld. Dan weten we ook waar de behoeftes liggen. We zeggen geen nee, ik weet niet hoe die ja er dan uit ziet, maar in ieder geval geen nee meer.”
	Praktisch	• “Praten over is mooi, maar laat het mij ook praktisch zien.” • “Ik zie het niet praktisch voor me hoe ik anders kan werken. Geef mij suggesties hoe ik dat kan doen.” • “Ik vind dat je getraind moet worden in de verschillende communicatiewijzen.” • “Wat jongeren automatisch doen, moeten wij bewust leren. Het moet bij ons eigenlijk ook een automatisch proces worden.” • “Het management moet niet iets zijn wat op afstand staat. We moeten dicht bij elkaar staan, een gezamenlijk team zijn. Je moet ook naast de jongeren staan. We moeten veel meer in elkaar schuiven.”
	Technisch	• “Technisch werkt het allemaal soms nog niet zo goed. Ik weet soms ook niet waar ik al mijn vragen kan dumpen met betrekking tot deze onderwerpen.” • “Ik heb een tablet en smartphone met internet nodig. Ik heb geen vaste computer of werkplek nodig. Je kunt dan gewoon zitten waar je wilt. • “Een mini- pc zou ideaal zijn, je kunt overal bij.” • “Ik moet mobiel kunnen werken en een telefoon waarmee ik kan appen en als iets kapot is, moet ik gelijk ergens naartoe kunnen bellen die alles kan regelen.”

BIJLAGE 7 – CODERINGSSCHEMA FOCUSGROEPEN JONGEREN

Voordelen	Anonimiteit	• “Je blijft anoniem.” • “Dat je anoniem blijft.” • “Dat het enigszins anoniem is.”
	Flexibiliteit	• “Je kunt het zo vaak als je wilt teruglezen.” • “Je tikt het gewoon in op Google en je krijgt gelijk een antwoord.” • “Je hoeft niet een uur lang een gesprek te hebben, je kunt het gewoon lezen in je eigen tijd.” • “Het is gewoon een stuk sneller. Je weet bijna wel zeker dat je een antwoord krijgt.”
	Informatiebron	• “De informatie wordt ook niet anders.” • “Staat meer informatie op.” • “Duidelijke informatie.” • “Er staan dingen op die je vader, je moeder of je familie helemaal niet weet.”
Nadelen	Teveel/ Verkeerde informatie	• “Je zoekt soms op iets, maar het is niet altijd waar.” • “Soms kijk je op internet en dan zie je het in het boek anders staan.” • “Ik denk dat het nadeel van internet is dat je iets niet zo snel vindt, omdat er zoveel op staat.” • “Op internet staat alleen maar bullshit.” • “Er komt soms zoveel onzin voorbij.” • “Als je ergens terecht komt en je krijgt informatie dat het veel erger wordt gemaakt dan dat het is. Dat je er veel banger van wordt.”
	Onbetrouwbaar	• “Als je bijvoorbeeld gaat chatten, je weet niet met wie je dat doet. Je hoort soms hele rare verhalen. Dan doet iemand van 60 zich voor als veel jonger.” • “Je weet nooit wie er aan de ander kant zit.” • “Het enige wat ik vertrouw is de kindertelefoon, maar niet chat, want daar heb ik een vervelende ervaring mee.” • “Betrouwbaarheid, je weet niet hoe betrouwbaar de informatie is die je krijgt en door wie het wordt geleverd.” • “Bijvoorbeeld op insta dan zetten ze foto's, maar het is allemaal nep...” • “Als je een klein aantal vragen moet invullen voor een zelftest, is het

		antwoord niet betrouwbaar. Dan krijg je te horen dat je iets hebt wat helemaal niet zo is.” • “Ligt eraan of het betrouwbaar is. Of die mensen betrouwbaar zijn...”
	Geen privacy	• “Straks gaan ze je gegevens vragen. Dan ben je met ze aan het praten en ze willen meer over je weten.” • “Voor mij waarschijnlijk mijn privacy. Ik ben niet iemand die zomaar iets op internet zou zetten.” • “Op internet heb je niet gegarandeerde privacy tegenwoordig. Je weet niet wie er allemaal meeleezen.”
	Moeite met digitaal contact	• “Ik zou bellen om een afspraak te maken, om 1 op 1 met iemand te praten.” • “Ik zou liever met de telefoon contact opnemen, gewoon 1 op 1.” • “Als je er zelf kunt uitkomen met je familie, waarom zou je dan op het internet gaan zoeken?” • “Bij internet heb je ook allerlei mensen die niet jouw type zijn...Ik vind het fijn om bijvoorbeeld met mijn vrienden te praten, maar niet zomaar met een vreemde.” • “Je hebt soms van die bitchy mensen, die je helemaal niet snappen.” • “Dingen opzoeken op Google vind ik prima, maar ik zou geen contact opnemen met instanties of zo via internet.”
	Geen aansluiting	• “Het is niet advies op maat. Als je een heel specifiek probleem hebt, iets dat alleen maar bij jou voorkomt, dan heb je geen advies op maat.” • “Het staat er soms te moeilijk uitgelegd.” • “Pas dan zo’n website aan aan iedereen. Bijvoorbeeld dove mensen, of die niet zo goed kunnen lezen.”
Problematiek/ Onderwerpen	Sexualiteit	• “Een SOA.” • “Als je homo bent.”
	Eenzaamheid	• “Als je geen vrienden hebt, je bent alleen.”
	Problemen thuis	• “Als je ouders van een andere afkomst zijn en niet kunnen accepteren wat je bent. Of je homo bent of zo.” • “Ruzie thuis, bijvoorbeeld met je ouders.” • “Ruzie met je ouders.”
	Problemen op school	• “Als je het schooljaar niet kunt halen.”

		• “Problemen op school.” • ‘Streng juffrouws’ hahahahah”
	Verslaving	• “Als je drugsverslaafd bent en je moet hulp zoeken.” • “Als je een verslaving hebt.”
	Stoornissen	• “Autisme, adhd, pdd-nos..... • “Een tic, of een dwangneurose.” • “Ik heb een keer gekeken op internet om informatie te zoeken over dyslexie.” • “Autisme.....Misschien kan iemand die ook autisme heeft dan wat uitleggen.”
	Ziekte	• “Ik zou informatie willen over bepaalde ziektes. Bijvoorbeeld als je symptomen hebt dat je die kunt herleiden tot een ziekte.” • “Als je een ziekte hebt, als je ergens last van hebt.”
	Stress	• “Wat je kunt doen bij stress, dat is wel handig.”
Motieven om wel online te zoeken	Verwijzingen zoeken	• “Om te kijken waar je naartoe kunt gaan als je ergens last van hebt.” • “In eerste instantie zou ik wel op internet kijken van hoe zit dat nou. Als er verdere maatregelen nodig zijn, dan ga je naar iemand toe die je daar mee kan helpen.” • “Het is wel handig dat je weet dat er iets is waar je naartoe kunt als je met iets zit.” • “De algemene dingen waar iedereen wel eens last van zou kunnen hebben. Dat je kunt opzoeken wat je dan kunt doen.” • “Je kunt van daar ook verder zoeken.”
	Gaat sneller	• “Het moet allemaal een beetje snel gaan. Als ik iets zoek, wil ik gelijk antwoord.” • “Jullie moeten weten dat we heel lui zijn van deze leeftijd. Als we het niet snel kunnen vinden, dan houdt het op.”
	Wilt niet face-to-face	• “Als je het bijvoorbeeld moeilijk vindt om met iemand te praten. Dan hoeft je geen stem te horen, maar je ziet letters voor je.” • “Dingen die je niet zo goed kunt bespreken met mensen in je omgeving.” • “Dingen waar je je voor zou schamen.” • “Je moet ook niet altijd naar je vrienden gaan, want als je een keer ruzie hebt, dan lullen ze alles door.” • “Het is wel lastig om over een persoonlijk probleem te praten, anders zouden het wel openbare problemen zijn.”
	Wilt zelf oplossen	• “Ligt eraan wat voor probleem het is.

		Als je het zelf kunt oplossen en op internet is info en advies te vinden dan wel.” • “Dat je het zelf wilt oplossen, omdat je niemand ermee lastig wilt vallen.”
	Omgeving weet het niet	• “Als je familie geen antwoord kan geven, dan ga je naar internet kijken.” • “Als mensen in je omgeving er zich ook geen raad mee weten.”
	Bevestiging zoeken	• “Als je het echt niet weet, dan kun je naar het internet.” • “Als je iets echt niet zeker weet dat je het kunt opzoeken.” • “Toen ik tabletjes moest innemen, wist ik niet waarvoor. Toen ging ik op internet kijken...” • “Dingen waar je niet zo zeker van bent of het echt iets is waar je iets over moet vragen. Gewoon checken of het iets serieus is op het internet. Dan kun je later beslissen of je het aan moet kaarten bij iemand.”
Motieven om niet online te zoeken	Voorkeur directe omgeving	• “Ik ga bij een vriend langs als ik met iets zit.” • “Als je problemen thuis hebt, kun je het beste naar je opa en oma.” • “Ik ga dan naar mijn oma, daar voel ik mij goed bij.” • “Je kunt ook wel bij een collega van je vader of moeder langs. Als je ze goed kent...” • “Naar mijn ouders. Ligt eraan hoe erg het probleem is. Anders kan ik er met een goede vriend wel over praten. Mijn broers denk ik ook wel.” • “Die vertrouw je het meest, je familie.”
	Voorkeur professioneel face-to-face	• “Naar een vertrouwenspersoon op school.” • “Ik ben 1 keer naar een vertrouwenspersoon geweest. Je kunt daar voor heftige dingen heen, maar ook wel gewoon voor kleine.” • “Je wilt naar een specialist, iemand die ervaring heeft.”
	Voorkeur professioneel telefonisch	• “Telefonisch is natuurlijk wel handig, want dan krijg je ook gelijk antwoord.” • “Zoals de kindertelefoon, die is bijvoorbeeld betrouwbaar. Die bestaat al zo lang.” • “Ik heb een keertje naar de kindertelefoon gebeld.” • “Als je iemand zijn stem hoort dan hoor je ook of hij medelijden heeft of

		emoties.”
	Geen behoefte	• “Ik denk dat dat pas de laatste stap is om te kijken wat je kunt doen.” • “Het is handig, maar als je het niet nodig hebt dan niet.” • “Ik weet niet, ik zou het proberen te vergeten....”
Voorkeuren	Design	• “Het moet er leuk en vrolijk uitzien.”
	Inhoud	• “Het moet allemaal niet zo moeilijk zijn. Ook niet teveel informatie.” • “Informatie moet duidelijk zijn. Maak een speciaal balkje aan de zijkant. Heel veel kinderen zijn dyslectisch. Dan kun je bijvoorbeeld alles voor laten lezen.” • “Makkelijk taalgebruik!” • “Als er iets komt, moet het wel zijn aangepast aan ons.”
	Dienstverlening	• “Het is belangrijk dat iemand ervaring heeft, bijvoorbeeld iemand die ouder is. Die begrijpen je misschien beter.” • “Ik vind het fijner als ik iemand hoor dan dat ik moet typen.” • “Ik moet iemand kunnen vertrouwen als ik daar heen ga.” • “Het moet iemand zijn die jongeren begrijpt. Niet zo’n chagrijn.” • “Als de mogelijkheid er is, dan wil ik mijn vraag anoniem kunnen stellen.” • “Als je specialisten op een site hebt, die moeten dan wel een naam hebben, zodat je weet wie er tegenover je zit. Dan zou je er makkelijker naartoe stappen.” • “Juist iemand die jong is, die weet waar je mee zit.” • “Je moet iemand niet dwingen om iets te doen. Het moet op een leuke manier.” • “Je moet er wel voor zorgen dat niemand zomaar een account kan maken.” • “Als je een inlogcode hebt, dan is het al niet meer zo anoniem, omdat ze dan al weten waar het heen moet gaan.”
Vormen	Chat	• “Het zou fijn zijn als ik op een chat terecht kan, waarbij ik gelijk mijn probleem kan voorleggen, omdat je er blijkbaar al een tijdje mee loop. Ik wil dan meteen antwoord. Als het niet gelijk kan, dan denk je er later misschien wel weer anders over. Dat is toch wel weer een obstakel.” • “Ligt eraan wat voor chat, via Facebook, via een app of iets anders...” • “Als je het via de chat zou doen, dan loop je kans dat ze er mee gaan

		ouwehoeren.” • “Gebruik dingen als snapchat of instagram, dat gebruiken wij tenminste.” • “Een chat moet niet te persoonlijk zijn.”
	Email	• “Email zou nog wel kunnen. Dan kun je alles uitleggen. Het is niet heel persoonlijk. Je bent nog steeds een beetje anoniem.” • “Als je een mail stuurt, duurt het soms heel lang voordat je een antwoord krijgt.” • “Als je een antwoord gekregen hebt, dat je dan wel een berichtje krijgt dat je een antwoord hebt gekregen.”
	Videobellen	• “Skype zou ook kunnen...” • “Via Skype zou ik niet doen. Dan laat je jezelf gelijk zien. Dan gaan ze allerlei dingen over me denken.”
	Spel	• “Maak er een leuk spelletje van.”
	Sociale media	• “Op Facebook is de stap groter om contact op te nemen. Dan blijft het allemaal niet zo anoniem.” • “Ik zou nooit liken, want dan ziet iedereen dat.”
	App	• “Je kunt een app maken. Dan moet je ‘m in verschillende talen maken. Dan kun je die wereldwijd doen.” • “Een melding kan bijvoorbeeld via een app.”
Promotie	Voorlichtingen	• “Voorlichtingen geven op school.” • “Langs scholen gaan om informatie te geven.” • “Voorlichting is heel belangrijk, dat we weten dat het bestaat.” • “Laat de voorlichting doen door iemand die wel jong is en niet van die saaie mensen. Je kunt dan op de website ook foto’s van die jongeren plaatsen.” • “Een voorlichting moet niet te lang duren.” • “Het is heel belangrijk om heel veel informatie te geven, heel duidelijk laten zien dat jullie professioneel zijn.” • “Je zou mensen op scholen moeten laten langsgaan, maar kom alsjeblieft niet met vragenlijsten aan. Gewoon langskomen en uitleggen wat je allemaal doet.”
		• “Op billboards, weet je wel, bij die busstations. Daar staan altijd belangrijke dingen op.” • “Flyers uitdelen. Met van die mensen die petjes op hebben en zo. Wel een beetje jonge mensen.”

		• “Posters in de buurt, op busstation en daarmee mensen aanspreken die het echt nodig hebben. Zo val je ook niet mensen lastig die het niet nodig hebben.”
	Via internet	• “Geen pop ups, dat is lelijk.” • “Als ik op Google iets intyp, dan wil ik gelijk naar die site.” • “Als je op een speciale site zit voor informatie, dan wil ik ook wel informatie van andere websites zien.” • “Als je op Youtube kijkt, dan kun je reclame daarnaast plaatsen. Ik kijk er wel naar, maar ik klik er nooit op.” • “Je moet erbij zetten, dat dit speciaal is voor als je persoonlijke problemen hebt.” • “Die reclame tegen kindermishandeling blijft altijd hangen, van ‘het houdt niet op’. Dat is heel schokkend. Of van die grappige filmpjes. • “Ik stoor me aan reclames op al die websites. Dat ziet er al minder professioneel uit.” • “Die reclames van Sire blijven heel erg hangen.” • “Als je bijvoorbeeld een filmpje of zo maakt, dan met jongeren en zo. Zoals klokhuis op een leuke manier.” • “Je kunt ook gewoon een link sturen via ondertussen074.” • “Al die reclames voor dit soort dingen zijn irritant.”

