

Masarykova univerzita v Brně
Filozofická fakulta
Psychologický ústav

SEMINÁŘ K PORADENSKÉ PSYCHOLOGII

Vypracovala: Loubalová Silvie (21976)
V Brně, dne 21. 3. 2005

INTERNETOVÉ PORADENSTVÍ

Internetové poradenství je služba pro klienty, kteří se ocitli v náročné životní situaci či potřebují řešit nějaký problém a nechtějí nebo nemohou komunikovat osobně nebo po telefonu, takže ke komunikaci používají internet.

Internetové poradenství pasivní:

Pasivní internetové poradenství zahrnuje veškerou poradenskou a informační činnost pracoviště směrem ke klientovi bez přímé komunikace s konkrétním klientem. Jedná se o veškeré informační materiály, texty a příběhy, které jsou vystaveny na webových stránkách pracoviště. Cíl a ideálně i výsledek pasivního internetového poradenství je ten, že klient buď sám najde odpověď na svoji otázku v těchto textech, je spokojen a odchází, nebo odpověď nezíská, ale získá důvěru a kontaktuje pracoviště e-mailem.

Jde tedy o velmi důležitý aktivní krok poskytovatele služby k navázání důvěry a vytvoření vztahu s klientem. V přeneseném významu je to podání ruky někomu, koho nevidíme, ale on ji může dle svého uvážení uchopit.

Internetové poradenství aktivní:

Aktivní internetové poradenství představuje konkrétní dotaz klienta na pracovníka linky a jeho odpověď. Přímým dotazem na linku důvěry se obrací jen asi 10% návštěvníků webových stránek, což svědčí pro velkou významnost pasivního internetového poradenství.

Výhody internetového poradenství:

- anonymita – klient není konfrontován tváří v tvář a míru své anonymity si volí sám, záleží pouze na něm, jaké osobní údaje uvede, může si zřídit soukromou e-mailovou adresu jen pro účely komunikace s linkou důvěry
- nezávaznost – klient nemá vůči lince žádné závazky ani povinnosti, pracovník linky povzbuzuje klienta k aktivnímu jednání, ale nepřebírá za něj žádnou zodpovědnost
- bezpečí – klient nestojí tváří v tvář s pracovníkem linky, odpadá tudíž nejistota z osobního kontaktu a situace pro klienta není tolik ohrožující
- dostupnost – internet je dostupný na školách, na pracovištích, doma, v kavárnách, ... pro dnešní mladé lidi a děti je internet běžnou součástí života
- služba internetového poradenství je poskytovaná zdarma – klient platí pouze za připojení k internetu, poskytovaná poradenská služba je zdarma
- trvanlivost – klient se k textu může opakovaně vracet i v pozdější době, může si jej vytisknout a uchovat (totéž platí i pro pracovníky linky důvěry – zde je však zachování textu nutnou podmínkou, text je ovšem zcela důvěrný)

Hranice internetového poradenství:

- dva monology – nejde o rozhovor, jde o dvě jednorázová sdělení, o monolog klienta a pracovníka linky důvěry, je velice těžké naladit se na stejnou vlnu, ať už po stránce významové, emoční, či formulační, může být těžké se s klientem ve sdělení potkat, chybí paraverbální komunikace, která by upřesňovala význam a přinášela podtext sdělení
- internetové poradenství nemůže nahradit kontakt s odborníkem, není možné se přizpůsobit klientovi a jeho potřebám, protože chybí bezprostřední zpětná vazba, nevíme, jaká je jeho reakce na naše slova
- pracovník má k dispozici jen domněnky a hypotézy, nic není stoprocentně jasné, nikdy není schopen zjistit reálný stav situace
- internetové poradenství nemůže provádět, suplovat ani nahradit terapii, také není dobré stát se „univerzálním radičem“ a přebírat kompetence jiným odborníkům, pracovník by měl povzbudit klienta, aby sám aktivně řešil svou situaci a nedělat vše za něj (vyhledávání kontaktů či informací)
- není příliš efektivní psát si s klientem příliš často – platí pravidlo 5x a dost, které má za úkol nenavazovat klienty na tuto službu
- trvanlivost – co je psáno, to je dáno, klient nebo jeho rodina si může stěžovat, text by měl „obstát“ i po nějakém čase

Různé typy e-mailů:

- Testovací a zneužívající e-maily – testovací e-mail je ten, který má za úkol prověřit nebo otestovat důvěryhodnost internetové poradny a jejich pracovníků pro klienta. Tento test je důležitým prvním kontaktem mezi klientem a pracovníkem linky, pokud se v něm podaří pracovníkovi obstát, otevírá se možnost spolupráce na skutečných tématech. Zneužívající e-mail naproti tomu, je ten, který vědomě zneužívá internetovou poradnu k uspokojení vlastních potřeb, které nespádají do oblasti internetového poradenství (např. potřeba pozornosti, péče, sexuální potřeby apod.). Základním rozdílem mezi testovacím a zneužívajícím e-mailem je ten, že klient testovacího emailu má zájem o naši pomoc, zatímco klient zneužívajícího e-mailu zneužívá pracovníka k uspokojení svých potřeb, které jsou mimo oblast internetového poradenství. Z toho se odvíjí také strategie odpovědi. U testovacího e-mailu pracovník nechává otevřený prostor pro komunikaci, u zneužívajícího e-mailu tento prostor uzavírá jasným vymezením hranic. S testovacími a zneužívajícími e-maily se internetová poradna setkává velmi málo, tvoří asi 1 % e-mailů.
- Naléhavý e-mail – naléhavý e-mail představuje internetovou krizovou intervenci. Klient píše svůj e-mail v bezprostředním pocitu ohrožení. Nemůže se jednat o klasickou krizovou intervenci kvůli časové prodlevě mezi odesláním e-mailu klientem a obdržáním odpovědi od pracovníka linky důvěry. Klient si je tohoto faktu většinou vědom, často ale na linku naléhá. Pro takový typ e-mailu je typická spousta vykřičníků, otazníků, trojteček, mail působí jako výkřik nebo křik klienta. V případech naléhavosti může být porušeno pravidlo konzultace e-mailu s následující službou,

v tom případě se odesílaný e-mail konzultuje pouze telefonicky s jiným pracovníkem linky. Naléhavé e-maily tvoří asi 10 – 15% došlých e-mailů.

- Informativní e-mail – je takový druh e-mailu, ve kterém klient žádá o určité informace či má konkrétní požadavek např. se dotazuje na odborníky, specialisty, na další pracoviště, zajímá se o otázky zdravotní, sociální, právní, sexuální, gynekologické či se např. ptá, kolik stojí těhotenský test apod. spektrum oblastí, ze kterých může klient požadovat informace je velmi široké. Informativní e-maily tvoří asi 10 – 15 % došlých e-mailů.
- Poradenský e-mail – poradenský e-mail vyplňuje plochu mezi testovacími, naléhavými a informativními e-maily. Je to nejčastější druh kontaktu v internetovém poradenství, tvoří jej až 70% e-mailů. Má široký tematický záběr. Nejfrekventovanější témata jsou z oblastí vztahů (rodinné, přátelské, partnerské problémy), emočních a osobních problémů klientů (bezradnost, pochybnosti, váhavost, osamělost,...). Často se vyskytuje žádost o univerzální řešení. Tyto e-maily mohou být jak jednorázové, tak vícečetné, v závislosti na problému, se kterým se klient na linku obrací. V mnoha případech klient nepodá potřebné relevantní informace a je třeba více kontaktů k vyjasnění základních východisek a postojů.

Základní principy internetového poradenství:

- pracovník linky důvěry je ten, který klienta doprovází a emočně podporuje, ale nerozhoduje za něj. Nevykonává na klienta žádný nátlak, který by se týkal jeho přesvědčení, náboženství, rasy, politiky, sexuální orientace apod. Zároveň neposkytuje „zaručeně správné a jediné možné rady“, ale navrhuje různá řešení. Snaží se vžít do situace klienta, ale současně si zachovává odborný odstup a ponechává klientovi svobodu rozhodování.
- pracovník linky důvěry nevystupuje za sebe, ale vystupuje za celý pracovní tým. Nepoužívá vlastní jméno, ani pseudonym, vystupuje jménem pracoviště. Nesdílje osobní názory, prezentované názory jsou otázkou shody daného pracoviště. Pracovník jako člen týmu má k dispozici intervizi, supervizi a podporu ostatních kolegů.
- Pracovník linky důvěry může odmítnout odpovědět na konkrétní e-mailový dotaz, když se na vytvoření odpovědi necítí po fyzické stránce (únava) nebo psychické (deprese, podobná osobní zkušenost, která by mohla znamenat zkreslení odpovědi a mít za následek poškození klienta). Ujasnění důvodů, proč tak činí, může být prospěšné pro něj i pro tým.
- Jakákoli aktivita internetového poradenství pracovníků linky důvěry vůči klientům by neměla být dílem jen jednoho pracovníka. Pracovníci si předávají službu a rozepsané e-maily, v případě že se kolegové na verzi shodnou, jsou e-maily odeslány. Každý člen týmu má právo psát nebo vyslovovat své připomínky a dotazy k internetové aktivitě svých kolegů.
- Je morální povinností pracovníka věnovat se tématům, které nejsou zakázkou klienta, ale jsou nepřehlédnutelné (např. otázka sexu pod věkovou hranicí 15 let apod.).

- Každý dokument, každá odpověď pracovníka internetové linky důvěry směrem ke klientovi musí být zdokumentována tak, aby vedoucí internetové linky důvěry, intervizor nebo supervizor mohl jednoznačně identifikovat pracovníka, který byl s klientem v kontaktu. Zároveň tyto materiály musí být zachovány tak, aby byl dodržen princip trvanlivosti.
- všechny informace sdělené klientem jsou považovány za důvěrné, pokud to neodporuje zákonům ČR. Povinností pracovníka linky důvěry je zachovávat naprostou mlčenlivost a respektovat anonymitu klienta. Třetí osoba může být seznámena s obsahem komunikace mezi klientem a linkou důvěry (z důvodů supervizních, studijních nebo vědeckých) jen po podpisu závazku mlčenlivosti.
- Je nutné zajistit bezpečné uchování dat a informací a zabezpečit je proti možnému zneužití třetí osobou. Důvěrná data a informace se musí chránit před zcizením a zneužitím, proti fyzickému přístupu nepovolaných osob, také proti virům a hackerům. (z těchto bezpečnostních důvodů nemá pracoviště internetového poradenství nikde zveřejněnou adresu).

Moje zkušenost:

V březnu 2005 jsem se zúčastnila výcviku v internetovém krizovém poradenství, které pořádala Modrá linka. Byla to výborná zkušenost. Nejenom proto, že organizátoři měli výcvik výborně připravený. Ale především právě pro tu zkušenost, prožitek. Na tři dny se z nás „stali“ pracovníci linky důvěry a měli jsme možnost vyzkoušet si na vlastní kůži, co taková práce obnáší. Na první pohled by se mohlo zdát, že „odpovídání na e-maily“ není nic náročného. Ovšem hned po pár prvních hodinách výcviku jsme zjistili, jak opravdu tvrdá a náročná práce se pod tímto názvem skrývá. Nalézt zakázku a smysluplně na ni odpovědět může být velkým problémem, alespoň pro nás „začátečníky“ často byl.

Výcvik trval tři dny. Jejich náplní byla jak teoretická výuka tak praktické procvičování. Teorie byla krátká ale hutná a výživná, vždy spojená s praxí. Maximum dne vyplňovala praktická část, ve které jsme odpovídali na skutečné kauzy Modré linky. Následovala zpětná vazba od kolegů, která byla k nezaplacení, protože všem přinesla několik zorných úhlů pohledu na jeden problém a na jednu odpověď.

Všichni jsme se také seznámili s velikou únavou, která se po pár hodinách za počítačem nevyhnutelně dostavila.

Po velice náročných třech dnech nezbylo, než před těmito pracovníky a jejich prací smeknout, přesto ve mne zůstala mírná skepse. Internetové poradenství nemůže nabídnout žádný prostor pro terapii, je tedy možné pisatelům nějak pomoci? A jak moc?

Literatura:

Ke zpracování referátu byly použity materiály Modré linky a vlastní zkušenosti.

