

JONGLINE

Een handreiking voor veiligheids- en zorgprofessionals over fenomenen, gevaren en kansen in de online leefwereld van jongeren.



INTRODUCTIE



Dit zijn voor vele jongeren zinnen met doodnormale termen over online fenomenen. Zo ervaart een jongen een tegenslag ('een L pakken') vanwege een filmpje ('kino') dat van hem online staat, wordt compromitterend beeldmateriaal zonder toestemming verspreid ('exposen') van een meisje ('ams'), is iemand op zoek naar kant-en-klare beschrijvingen van babbeltrucs ('scripts') voor bellende oplichters ('lebbbers') en roept iemand op tot het meenemen van molotovcocktails om te rellen op het Stationsplein vanwege het 5G-netwerk.

Een taal leert ons veel over een cultuur en de normen, waarden en gedragingen daarbinnen. Dit geldt ook voor de jongerencultuur. In jongeren- en straattaal zijn steeds meer woorden te vinden die betrekking hebben op de online wereld. Social media spelen zo'n belangrijke rol in hun leven, dat zij geen onderscheid meer lijken te maken tussen de online en offline wereld. Ze zijn immers met social media en digitale apparaten opgegroeid. Jongeren zijn echte *digital natives* — wat vrij vertaald 'digitale ingeborenen' betekent.

Tegelijkertijd ervaren vele professionals die met jeugd werken een zekere afstand tot de online leefwereld. Daar waar jongeren tussen online en offline werelden laveren, zijn professionals nog met name gericht op de offline wereld. Deels vanwege gebrek aan juridische bevoegdheden, maar ook gedeeltelijk vanwege het feit dat vele professionals niet opgegroeid zijn met de digitale technologieën van vandaag de dag. Zij worden ook wel *digital immigrants* genoemd, ofwel digitale immigranten. Het is voor hen en vele anderen vaak lastig om zicht en grip te krijgen op wat er online afspeelt. Vandaar de totstandkoming van deze handreiking: om kennis bij te spijkeren over online fenomenen en hoe professionals in het jeugd- en veiligheidsdomein met de online wereld omgaan, maar ook om lezers te inspireren om zelf meer in de online leefwereld van jongeren te verdiepen.

LEESWIJZER

De focus van deze handreiking ligt op zorgwekkende dan wel criminele fenomenen binnen de jeugdcultuur om zodoende aan te sluiten op de behoeften in het jeugd- en veiligheidsdomein. Maar in sommige stukken komen de positieve en ondersteunende kanten van de online wereld ook aan bod, evenals (sub)culturele ontwikkelingen en fenomenen in online jeugdcultuur die niet per definitie zorgwekkend of positief zijn. In het eerste deel wordt uitgeweid over het digitale landschap en de fenomenen daarbinnen. Dit betreft een overzicht van de verschillende platformen, belangrijke kenmerken van de online wereld en een beschrijving van online fenomenen die relevant zijn in het jeugd- en veiligheidsdomein. Dit deel sluit af met een interview met twee ervaringsdeskundige jongeren. Het tweede deel gaat over de rol die de online wereld speelt in de werkpraktijk aan de hand van interviews waarbij netwerkpartners aan het woord komen.

Het is belangrijk om te benoemen dat beide delen geen uitputtend overzicht zijn van zowel online fenomenen als hoe netwerkpartners hiermee omgaan. De handreiking is bedoeld om professionals werkzaam in het jeugd- en veiligheidsdomein kennis over de online wereld bij te brengen, te inspireren om hier meer over te weten te komen en voorbeelden te geven van de verschillende manieren waarop de online wereld de werkpraktijk raakt.

Dit is een product van het Actiecentrum Veiligheid en Zorg. Omdat het Actiecentrum Veiligheid en Zorg een netwerkorganisatie is waarin professionals uit de werelden van veiligheid en zorg samenwerken, is er veel kennis in huis over actuele thema's. Als adviseur online straatcultuur is Joran de Jong de spil binnen het AcVZ op het gebied van de online leefwereld. Hij is tevens de auteur en editor van deze handreiking. Voor vragen of opmerkingen kunt u mailen naar joran.de.jong@amsterdam.nl.



INHOUDSOPGAVE

DEEL 1: FENOMENEN

- JONGERENCULTUUR IN HET DIGITALE TIJDPERK | 4
- DE PLATFORMEN | 5
- ONLINE PERFORMANCES | 8
- RIVALISERENDE JEUGD EN GEWELD | 9
- ONLINE SEKSUEEL GEWELD | 11
- DRUGSHANDEL OP SNAPCHAT | 14
- DE INVLOED VAN DE ONLINE WERELD OP DOORGROEIERERS | 17
- ONLINE RADICALISERING | 20
- CYBERCRIMINALITEIT | 22
- STRAAT- EN INTERNETTAAL | 24
- HET PERSPECTIEF VAN TWEE ERVARINGSDESKUNDIGEN | 26

DEEL 2: ONLINE WERELD IN DE WERKPRAKTIJK

- DE JONGERENWERKER | 32
- DE PROJECTLEIDER JEUGD & VEILIGHEID | 35
- DE TOP600 REGISSEUR & ADVISEUR SCHOOLVEILIGHEID | 37
- DE RECLASSERINGSWERKER | 39
- DE DIGITAAL WIJKAGENT | 41
- DE NETWERKSPECIALIST (POLITIE) | 43
- HANDVAT VOOR PROFESSIONALS: LINKT | 45

DEEL 1

FENOMENEN





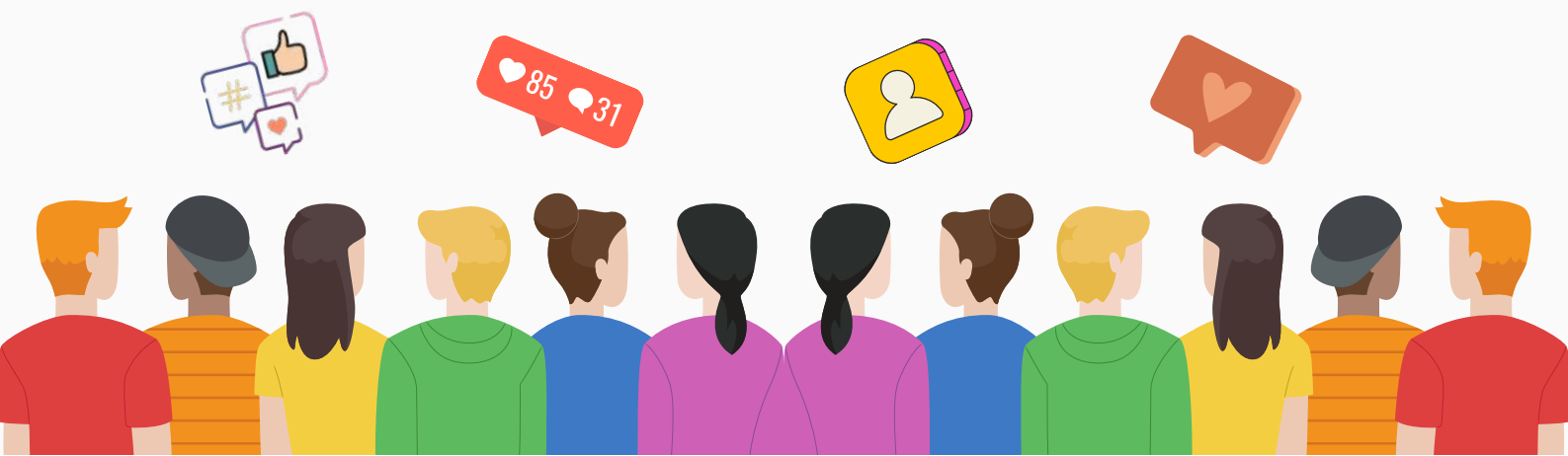
I. JONGERENCULTUUR IN HET DIGITALE TIJDPERK

Nederlandse jongeren tussen 16 en 25 jaar [kijken](#) gemiddeld zes tot zeven uur op één dag naar een scherm. Een groot gedeelte van hun schermtijd gaat uit naar de smartphone, waarbij social media het meeste gebruikt worden. Jongeren die zijn opgegroeid met moderne technologie weten vaak niet beter dan dat social media bestaan – van de generatie die opgegroeid is met MSN en Hyves tot aan de generatie van TikTok en Snapchat. In tegenstelling tot oudere generaties zijn jongeren [digital natives](#). Zij zijn als geen ander bekend met de toepassingen, mogelijkheden, platformen, *influencers*, talen, (sub)culturen, normen, waarden, gedragsverwachtingen, trends, fenomenen, risico's en kansen binnen de online wereld anno 2023.

De *online* wereld van jongeren speelt zich echter niet uitsluitend *online* af. Hun ervaringen en gedrag vinden in grote mate zowel online als offline plaats. Daarbij laveren jongeren veel meer tussen online en offline werelden dan dat oudere generaties doen. Daar waar oudere generaties wellicht concerttickets kopen, vakantiefoto's delen, een berichtje in de buurtapp sturen, een marktplaats advertentie plaatsen of de online krant lezen en daarna hun telefoon weggelaten of de laptop dichtklappen, voelen vele jongeren een continue [behoefte](#) aan online verbondenheid en bereikbaarheid. Vandaar dat we vandaag de dag spreken van een *hybride* werkelijkheid die jongeren ervaren: online en offline zijn voortdurend en onlosmakelijk met elkaar verbonden.

Zo zijn er verschillende manieren waarop jongeren amper onderscheid lijken te maken tussen on- en offline werelden. Denk bijvoorbeeld aan de app *BeReal*, waarbij gebruikers elke dag op hetzelfde tijdstip een foto met elkaar delen van wat ze op dat moment aan het doen zijn. Of aan de *Snapchat kaarten*, waar je op een *online* kaart kunt zien op welke geografische '*offline*' locatie andere gebruikers zijn. Dit soort mogelijkheden van apps beïnvloeden de manier waarop jongeren met elkaar communiceren. Ze bieden een digitale ruimte waar jongeren elkaar kunnen ontmoeten, waar vriendschappen en relaties versterkt worden, waar ze elkaar inspireren en waar over het nieuws wordt gepraat via kanalen als [Cestmocro](#), [NOS Stories](#), [RapNieuwsTV](#), [ParraTV](#) en [Punablog](#). Maar ze bieden ook een digitale ruimte waar relaties verbroken worden, ruzies ontstaan, jongeren over elkaars grenzen gaan en extremistisch gedachtegoed wordt verspreid. Deze sociale interacties beperken zich niet alleen tot het klaslokaal of de straat, maar gaan na schooltijd en vanuit huis online door.

De verwevenheid tussen online en offline werelden zorgt er ook voor dat zorgelijk of strafbaar gedrag online plaatsvindt. Daar gaat deze handreiking hoofdzakelijk over. Zo worden bijvoorbeeld verschillende *challenges* aangewakkerd op social media, zoals de [blackout challenge](#) waarbij deelnemers een euforisch gevoel proberen na te streven door de luchtgang te laten blokkeren of de [subway surfer challenge](#) waarbij deelnemers zichzelf filmen terwijl ze op een metro of trein lopen. Maar ook het organiseren van rellen vanwege de coronavondklok, bedreigingen en opruiing tussen rivaliserende jeugd(groepen) of seksuele intimidatie en geweld lijken de afgelopen jaren steeds meer en vaker online dynamieken te kennen. In het vervolg van deze handreiking wordt op deze fenomenen ingegaan, alsmede hoe professionals hiermee omgaan in de werkprijktijk. Maar eerst wordt het digitale landschap geschetst: de platformen.





II. DE PLATFORMEN

Social media creëren nieuwe mogelijkheden en andere manieren om met elkaar te communiceren. De apps zijn zo ingericht dat deze inspelen op de behoeften van gebruikers. Toch vindt dat op elk social medium anders plaats. Vandaar dat bepaalde platformen populairder zijn onder jongeren dan andere apps. In dit hoofdstuk worden de populairste social media onder jongeren anno 2023 uiteengezet en wordt dieper ingegaan op de manieren waarop jongeren deze gebruiken. Weergegeven populariteitstrends zijn afkomstig van het [Nationale Social Media Onderzoek 2023](#) door Newcom en gaan over populariteitsontwikkelingen onder jongeren in 2023.

**SNAPCHAT**

Populariteit



Snapchat is voor jongeren het epicentrum van social media. De meeste interacties tussen jongeren verlopen via dit medium en de populariteit is de laatste tijd alsmaar groeiende. Snapchat heeft onder een grote groep jongeren de plaats ingenomen van WhatsApp als standaard online communicatiemiddel.

Via Snapchat kunnen gebruikers tekstberichten, foto's en korte video's naar elkaar sturen. Daarbij is een aanvullende functie van Snapchat de Snap kaart. Hierop kunnen gebruikers zien op welke fysieke locatie hun contacten zich bevinden, mits zij deze functie hebben aangezet.

Kenmerkend aan Snapchat is het besloten karakter: sommige verstuurd berichten en beeldmateriaal zijn eenmalig zichtbaar en verdwijnen na een korte periode. Verder is een groot deel van het berichtenverkeer alleen in te zien door de verzender en ontvanger(s). In het geval dat gebruikers een foto of filmpje plaatsen via de *stories*-functie, is deze wel voor een breed en openbaar publiek te zien — maar wel voor slechts 24 uur.

Jongeren hebben veel zeggenschap over de zichtbaarheid van hun berichten en kunnen dit via de instellingen aanpassen. Maar dit geeft geen garanties. Gebruikers zouden schermafdrucken (*screenshots*) van andere berichten kunnen maken en deze doorsturen naar anderen. Daar krijgt de verzender van het bericht echter wel gelijk een melding van. Hierdoor kunnen berichten die in de eerste instantie niet bedoeld zijn voor een breder publiek alsnog in de openbaarheid raken. Denk daarbij bijvoorbeeld aan seksueel getinte berichten of beeldmateriaal.

**TIKTOK**

Populariteit



De grootste hit van ongeveer de afgelopen drie jaar is TikTok. Het bedrijf heeft een ongekennde opmars gemaakt als een van de populairste apps, met name onder jongeren. Het social medium staat in het teken van het creëren en consumeren van korte filmpjes die vaak tussen de 10 en 60 seconden kort zijn. Anders dan bij Snapchat, is de communicatie via TikTok in veel gevallen juist bedoeld om een zo breed mogelijk publiek te bereiken. Dit wordt gedaan aan de hand van bijvoorbeeld vlogs, dansjes, challenges, playbacks, tips voor leuke activiteiten of eetplekken, naspelen van herkenbare en humoristische situaties, filmpjes van huisdieren, tutorials, recepten en workouts.

TikTok heeft zijn bekendheid met name te danken aan het efficiënte en verslavende algoritme. Deze weet precies wat voor content de gebruiker interessant vindt door te herkennen waar hij of zij op zoekt, hoe lang hij of zij naar bepaalde filmpjes kijkt en welke personen of kanalen gevolgd worden. Vervolgens schotelt het

algoritme soortgelijke content weer voor op de hoofdpagina, ofwel de *For You Page*, waar je vrij letterlijk eindeloos doorheen kunt scrollen. Gebruikers kunnen elkaar ook volgen om zo op de hoogte te blijven van elkaars content. Zij kunnen daarbij zelf kiezen of hun content zichtbaar is voor iedereen ('openbaar') of enkel voor hun contacten ('privé/besloten').

Ondanks dat het uiterlijke design van de app hoofdzakelijk gericht is op het creëren en consumeren van filmpjes voor een breed publiek, is onderlinge ('*peer-to-peer*') communicatie ook mogelijk. Gebruikers kunnen direct met elkaar communiceren aan de hand van opmerkingen onder filmpjes en direct messages (*DM's*). Dit laatste is een besloten gesprek tussen twee of een paar individuen.



INSTAGRAM

Populariteit



Hoewel vele jongeren nog dagelijks op Instagram zullen kijken en de app daardoor nog steeds niet weg te denken is uit hun leven, lijkt de tijd die jongeren anno 2023 aan Instagram spenderen ten koste te gaan van de populariteit van TikTok en Snapchat. Daarbij lijken oudere generaties Instagram juist meer te gebruiken.

Instagram is, evenals Snapchat, een platform voor het delen van foto's en korte video's. Instagram heeft echter een openbaarder karakter dan Snapchat. Content wordt veelal met een breed publiek gedeeld en sommige content is permanent beschikbaar. Andere gebruikers kunnen vervolgens op deze berichten reageren, discussies met elkaar aangaan of *liken*.

De manier waarop Instagram is ingericht nodigt gebruikers uit om laagdrempelig in contact te komen met mensen die zij mogelijk kennen, of die dezelfde interesses lijken te hebben. Het profiel van de gebruiker neemt daarbij een belangrijke plaats in: dit is een overzicht van berichten die door de tijd heen door hem of haar geplaatst zijn. Dit profiel weergeeft in grote lijnen hoe hij of zij door de buitenwereld gezien wil worden.



WHATSAPP

Populariteit



WhatsApp is het meest gebruikte social medium in Nederland. Onder een grote groep jongeren lijkt er echter een verschuiving plaats te vinden, waarbij Snapchat geldt als het nieuwe standaard online communicatiemiddel. WhatsApp wordt door deze jongeren voornamelijk nog gebruikt voor bijvoorbeeld contact met ouders, werkgevers, leerkrachten of hulpverleners.

Gebruikers kunnen onderling met elkaar 'schrijven', (video)bellen, foto's of filmpjes sturen en sinds een paar jaar ook *stories* (ofwel 'statussen') plaatsen die door hun contacten gezien kunnen worden. Ondanks de openbaarheid van deze laatste functie, is WhatsApp zo ingericht dat het hoofdzakelijk gebruikt wordt om alledaagse zaken tussen meerdere individuen te bespreken. Daarmee is WhatsApp zeer besloten.



YOUTUBE

Populariteit



Als een van de oudste social media, staat bij YouTube het consumeren van filmpjes centraal. Anders dan bij TikTok, zijn dit regelmatig langere filmpjes van meerdere minuten. Daarbovenop heeft YouTube een zeer openbaar karakter: vrijwel iedereen kan de content zien. Niet alleen jongeren kijken dikwijls videoclips op

YouTube, ook oudere generaties doen dit met enige regelmaat – alhoewel het type filmpjes tussen generaties logischerwijs verschilt.

Voorbeelden van content op YouTube die jongeren bekijken zijn muziekvideo's, vlogs, tutorials, interviews, spelshows, documentaires, sportsamenvattingen, humoristische scènes en gamevideo's. In sommige gevallen creëren jongeren dergelijke video's zelf, maar de meesten houden het alleen bij consumeren. Sommige YouTube-kanalen maken content die wat betreft professionaliteit en format vergelijkbaar zijn met televisieprogramma's. Hoewel YouTube minder om onderlinge communicatie draait dan de platformen die hierboven beschreven staan, kunnen gebruikers wel op een videoclip en op elkaars reacties reageren.

OVERIGE PLATFORMEN

Minder populaire (doch noemenswaardige) social media onder jongeren zijn:



Na WhatsApp wordt Facebook dagelijks door de meeste Nederlanders gebruikt. Dit geldt echter niet voor jongeren. Zij trekken massaal weg van Facebook of hebben überhaupt nog nooit een profiel aangemaakt. Facebook lijkt nog enkel gebruikt te worden door oudere generaties.



BeReal is een zeer nieuwe app die zich afzet tegen het *'picture perfect'* imago van andere social media. Gebruikers krijgen eenmaal per dag een notificatie en moeten dan binnen 2 minuten een foto maken van wat ze op dat moment doen. Hun contacten zien vervolgens deze foto. De populariteit lijkt enkel bij specifieke doelgroepen aan te slaan. Zo lijken jongeren die ingebed zijn binnen de straatcultuur deze app vrij weinig te gebruiken, maar hoogopgeleide studenten of scholieren juist meer.



Tijdens de coronapandemie leek Clubhouse een sterke opmars te maken. Op deze app konden gebruikers een groepsgesprek via audio houden, terwijl een online publiek hier alleen naar kon luisteren. Onder een aanzienlijke groep jongeren werd het medium snel populair, maar de stijging in populariteit kon niet worden vastgehouden. Zeer weinig Nederlanders in het algemeen en jongeren in het bijzonder gebruiken nog deze app.



Ook Twitter (tegenwoordig X) is bij jongeren allerminst populair. Het verschil met Facebook is echter dat de oudere generaties ook steeds meer Twitter verlaten. Het platform heeft zijn populairste tijd in Nederland gehad.



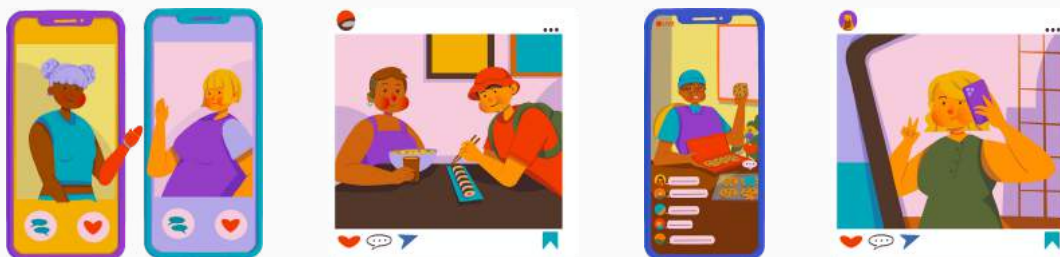
Telegram is net als Whatsapp een berichtendienst. Het grote verschil is dat Telegram openbaarder en anoniemer is. Gebruikers kunnen bijvoorbeeld groepsgesprekken met soms meer dan duizend leden lezen zonder daar zelf lid van te zijn. Zij kunnen verder geen telefoonnummers of andere contactgegevens van medegebruikers achterhalen. Dit maakt Telegram ideaal voor strafbare dan wel ethisch verwerpelijke activiteiten, zoals drugs- en wapenhandel en het zonder toestemming verspreiden van naaktfoto's. Sommige jongeren, met name binnen de straatcultuur, gebruiken deze app — maar bij lange na niet elke jongere.



III. ONLINE PERFORMANCES

Hoewel het vandaag de dag lastig voor te stellen is, was er een tijd waarin jongeren niet gekluisterd aan hun telefoon zaten. Het was een tijd waarin sociale interacties overzichtelijk waren en op hetzelfde moment en op dezelfde plek plaatsvonden. Hierdoor konden jongeren zich makkelijk aanpassen aan verschillende sociale situaties. Als je bijvoorbeeld naar school ging, was je een scholier. Als je naar werk ging, was je een collega. Als je thuis kwam, was je een familielid. Volgens socioloog [Erving Goffman](#) passen mensen hun gedrag dus aan op basis van deze verschillende rollen. Men probeert zich constant te gedragen naar de manier waarop dat van ze verwacht wordt in specifieke situaties – dit noemen we ook wel *performances*.

De komst van social media en de manier waarop gebruikers online met elkaar *chatten*, videobellen, *DM'en* en elkaars berichten *liken* zorgen voor nieuwe aspecten waar Goffman in 1959 logischerwijs geen rekening mee hield. Het onderscheid tussen de verschillende rollen (zoals een scholier, collega of familielid) vervaagt. In plaats daarvan toont men één performance richting één publiek. Met andere woorden: zowel medescholieren, collega's als familieleden zien één online performance van dezelfde persoon. De foto's, filmpjes en berichten die jongeren online openbaar plaatsen creëren daarom een totaalplaatje van hoe zij door de wereld gezien willen worden. Deze *online performances* en bijhorende identiteiten worden gevoed door de (online) jeugdcultuur en de subculturen die daarbinnen vallen, zoals bijvoorbeeld de straatcultuur en hipstercultuur. Sommige jongeren tonen online performances die passen bij een [straatidentiteit](#), terwijl anderen online performances tonen die horen bij een *activistenidentiteit*, *hipsteridentiteit*, *fitnessidentiteit* of *modellenidentiteit*. Het is dus belangrijk dat je als professional begrijpt dat de identiteit van een jongere niet los gezien kan worden van de digitale bubbel waar ze inzitten.



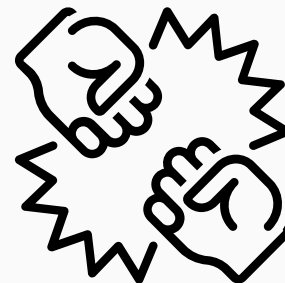
Het is vanzelfsprekend dat online performances niet beperkt blijven tot de online wereld. De manier waarop jongeren zichzelf online profileren kan een grote invloed hebben op de offline wereld. Enerzijds op een positieve manier, zoals *influencers* die met hun online performances een groot publiek bereiken en daarmee andere jongeren inspireren om bijvoorbeeld te ondernemen, een bepaalde studie te volgen, te gaan sporten, gezond te eten, een persoonlijk doel na te streven of zich in te zetten voor een maatschappelijk doel. Anderzijds kunnen online performances ook tot zorgelijke gevolgen in de offline wereld leiden. Denk bijvoorbeeld aan [online gewelddadige performances van straat-georiënteerde jongeren](#). Zij kunnen de sociale druk ervaren om te bevestigen dat hun online performance authentiek is door daadwerkelijk geweld te plegen, ook al zou diegene daar in eerste instantie misschien niet zo snel een reden toe hebben. Denk verder ook aan het fenomeen van *catfishes*: jongeren die zich aan de hand van een online performance voordoen als een ander fictief persoon, vaak met als doel om een ander te misleiden en te vernederen.

Kortom, social media bieden voor jongeren nieuwe manieren om een identiteit te vormen, gedrag te vertonen en met elkaar te interacteren. Het sociale leven van jongeren is daarmee ingrijpend anders dan het sociale leven van voor het digitale tijdperk. Online performances zijn immens verweven met offline gedrag en identiteiten, wat zich op zowel positieve als zorgelijke manieren uit. Wees hier als professional bewust van.



IV. RIVALISERENDE JEUGD EN GEWELD

Rivaliteit tussen jongeren(groepen) is niet nieuw. Zo bestonden vanaf eind jaren 80 in de regio's van Amsterdam, Den Haag en Rotterdam [meerdere jeugdgroepen](#) die zich vormden naar Amerikaanse voorbeelden van gangs. Rivaliteiten met andere groepen waren een onmiskenbaar onderdeel van hun groepsidentiteit. Daarbovenop leken zij sterk verbonden te zijn met de buurt waar ze vandaan kwamen en gebruikten ze muziek om zich publiekelijk te uiten – waarin provocaties richting rivalen niet zelden de revue passeerden. Het gebruik van social media in de rivaliteiten tussen jongeren is de afgelopen jaren wel nieuw. Dit brengt nieuwe mogelijkheden en dynamieken met zich mee.



HOE ZIET ONLINE RIVALISEREND GEDRAG ERUIT?

In de manier waarop jongeren elkaar online provoceren of elkaars [performance](#) betwisten vallen grofweg [vijf manieren](#) te onderscheiden, die soms in elkaar overlopen:

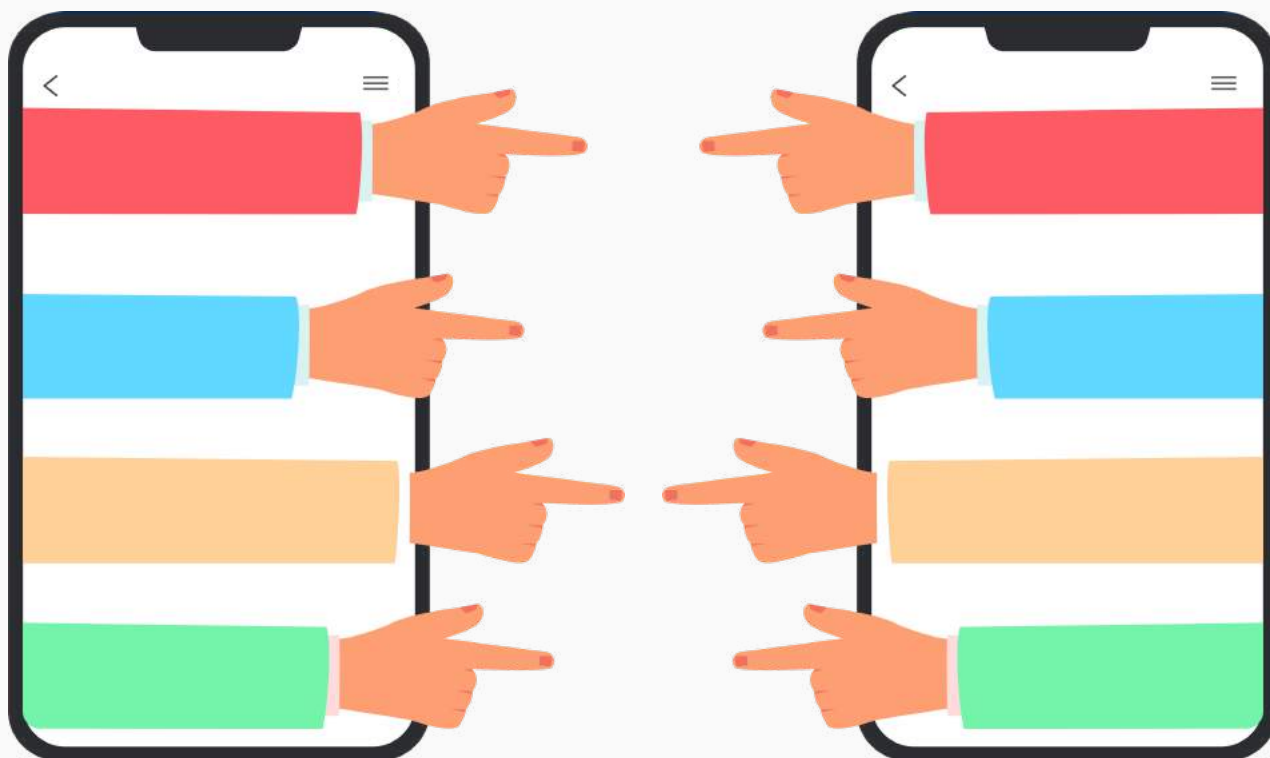
- **Beledigen/dissen:** jongeren kunnen elkaar gemakkelijk bereiken via social media. Tegelijkertijd gaan jongeren online sneller over emotionele grenzen heen. In het kader van rivaliserend gedrag leidt dit regelmatig tot beledigingen richting elkaar. Dit gaat in sommige gevallen zelfs anoniem of met een nepaccount, waardoor men niet eens weet wie hem of haar beledigt.
- **Bedreigen:** jongeren bedreigen elkaar online op directe en indirecte wijze. Soms direct door naam en toenaam te noemen, soms indirect door middel van handgebaren of bedreigingen waarbij geen naam en toenaam genoemd wordt maar waarvan anderen met *insiders*-kennis wel weten over wie het gaat.
- **Uitdagen:** rivaliserende jongeren proberen doorlopend bewijs te vinden om de performances van rivalen onderuit te halen. Ze hopen het stoere online imago van hun rivalen openlijk te betwisten door ze online uit te dagen om iets te doen of op hun daden te reageren. Als zij niet ingaan of durven in te gaan op de uitdaging, is dit munitie om de performance van hun rivaal te ontkrachten. Online wordt dit bijvoorbeeld gedaan door te vragen naar bewijs voor bepaalde claims, rivalen uit te dagen om naar een bepaalde plek toe te komen of door jezelf te filmen in de buurt van een rivaal en daarbij te beweren dat hij niet aanwezig is om zijn buurt te verdedigen tegen indringers.
- **Exposen:** bij *exposen* worden compromitterende gegevens of beeldmateriaal publiekelijk gemaakt door een ander. Wanneer iemand bijvoorbeeld anoniem wil blijven online, maar een rivaal krijgt persoonlijke informatie over diegene in handen (zoals bijvoorbeeld een foto van zijn of haar gezicht), dan kan hij of zij ervoor kiezen om dit publiekelijk te maken en daarmee een ander te *exposen*. Verdere voorbeelden van *exposen* zijn het openbaren van woonadressen of het [publiekelijk delen van naaktfoto's](#).
- **Catching lacking:** een bijzondere vorm van *exposen* is *catching lacking*. Hierbij gaat specifiek aandacht uit naar het openbaren van beeldmateriaal waarin rivalen gedrag vertonen dat niet rijmt met hun (stoere) online imago. Jongeren maken gretig gebruik van dit beeldmateriaal om het imago — ofwel de performance — van hun rivalen te ontkrachten. Voorbeelden hiervan kunnen zijn dat iemand gefilmd wordt terwijl diegene aan het vakkenvullen is, het publiek maken van intieme gesprekken waarin iemand zich niet 'mannelijk' gedraagt of bewijs tonen dat iemand nog bij zijn ouders woont. Wanneer deze gedragingen niet stroken met hun



online performance, zullen rivalen dit zien als een krachtig middel om de performance te deconstrueren.

WANNEER LEIDEN ONLINE UITINGEN TOT FYSIEK GEWELD?

Helaas weten we nog weinig over de relatie tussen online uitingen en fysiek geweld. We weten wel dat online provocaties vaker niet dan wel uitmonden in geweld, omdat rivalen elkaar niet vaak in de juiste omstandigheden en in dezelfde tijd en plaats treffen. De online communicatie van geweld kan dus in vele gevallen worden gezien als *performatief*, waarbij de intentie meer ligt bij het creëren van een online gewelddadig imago in plaats van een daadwerkelijke bereidheid om geweld te plegen. Verder stelt [Amerikaans onderzoek](#) dat de kans op gewelddadige confrontaties wordt verhoogd naar mate er meer tegenbewijs nodig zou zijn om een claim tegen te spreken. Van de laatste drie tactieken die hierboven beschreven zijn, is dit in de volgorde van een klein naar groot risico: *exposen*, uitdagen en *catching lacking*. Verder onderzoek zal moeten uitwijzen welke online uitingen kunnen leiden tot wat voor offline (gewelddadig) gedrag.





V. ONLINE SEKSUEEL GRENSOVERSCHRIJDEND GEDRAG

OVER DE AUTEUR



Louella de Graaf is adviseur van de Gemeente Amsterdam in de aanpak tegen Seksuele Intimidatie en Seksueel Geweld. Dit programma is gericht op jonge meiden en vrouwen die te maken hebben met seksuele intimidatie en seksueel geweld en wordt uitgevoerd door het Actiecentrum Veiligheid en Zorg. In deze bijdrage legt zij uit wat online seksueel grensoverschrijdend gedrag is en welke vormen daarvan bestaan. Daarbij levert ze in dit artikel veel praktische tips voor professionals over gesprekstechnieken, ouderbetrokkenheid, het creëren van een veilige (online) omgeving en aangeboden lessen en methodieken.

SEKSUALITEIT ONLINE

Veel kinderen hebben vanaf de bovenbouw van het basisonderwijs een eigen smartphone of tablet. Vanaf dat moment zijn ze steeds vaker zelfstandig online. Dit betekent dat ze genieten van de mogelijkheden die de online wereld ze kan bieden, ook op het gebied van seksualiteit. Via social media, games en chatrooms verkennen zij het online flirten, webcammen en sexting. Sexting komt van de Engelse woorden *sex* en *texting* en betreft het maken, sturen en ontvangen van seksueel getinte foto's, filmpjes of berichten.

In deze bijdrage wordt ingegaan op online seksueel grensoverschrijdend gedrag, maar dit is niet per se hetzelfde als sexting. Jongeren kunnen namelijk ook aan sexting met elkaar doen zonder dat dit grensoverschrijdend is. Seksueel verkennend gedrag hoort natuurlijk bij de ontwikkeling van jongeren en dit vindt tegenwoordig ook online plaats. Sexting valt anno 2023 echter nog onder de strafbepaling van kinderpornografie (art. 240b Sr) wanneer het seksueel beeldmateriaal van minderjarigen betreft. Hierin wordt dus weinig rekening gehouden met normaal seksueel gedrag van jongeren. Daar komt verandering in met de nieuwe wet seksuele misdrijven, die in 2024 van kracht wordt. Deze wet regelt dat sexting niet strafbaar is in een gelijkwaardige situatie tussen leeftijdsgenoten, zolang het uitsluitend bestemd is voor privégebruik.

SEKSUEEL GRENSOVERSCHRIJDEND GEDRAG ONLINE

Online seksueel experimenteren kan leuk en spannend zijn, zolang er sprake is van wederzijdse instemming, vrijwilligheid en gelijkwaardigheid. Wanneer iemand op een seksueel getinte manier over de grenzen van iemand anders gaat, is er sprake van seksueel grensoverschrijdend gedrag — zowel in de fysieke wereld als online. De impact hiervan op slachtoffers kan net zo groot zijn als bij offline seksueel grensoverschrijdend gedrag. Misbruik van seksuele content kent vele verschijningsvormen en zijn onder verschillende strafbepalingen strafbaar:

- **Ongewenste sexting:** het maken, tonen of (door)sturen van seksueel getinte content in de vorm van foto's, filmpjes of tekst, zonder toestemming van de afgebeelde persoon en/of de ontvanger. Ook het versturen



van gemanipuleerde beelden valt hieronder. Denk bijvoorbeeld aan [deepfakes](#), waarbij beeld, geluid en tekst via software gecombineerd worden om kijkers te misleiden dat een persoon op beeld staat die iets doet of zegt, terwijl hij of zij dit niet gedaan heeft.

- **Exposen:** het openbaar maken van compromitterende gegevens of beeldmateriaal, zoals seksueel getinte beelden. Bij het versturen van seksueel getinte beelden gaat exposing vaak samen met het verspreiden van persoonsgegevens (ook wel: *doxing*) van de persoon die afgebeeld staat. Dit heeft als doel het slachtoffer te beschadigen of chanteren.
- **Sextortion:** het chanteren of afpersen met het verspreiden van naaktfoto's, filmpjes of ander beeldmateriaal. De afpersers willen vaak geld, meer foto's of seks. Het verschil met ongewenste sexting en exposen is dat er sprake is van chantage of afpersing.
- **Wraakporno:** het zonder toestemming openbaar maken en verspreiden van naaktfoto's, filmpjes of ander beeldmateriaal om iemand publiekelijk te vernederen. Het verschil met sextortion is dat de beelden bij sextortion in eerste instantie privé worden gehouden om te chanteren en bij wraakporno worden de beelden gelijk openbaar gedeeld.
- **Sexchatting:** volwassenen die seksueel getinte berichten sturen naar kinderen onder de 16 jaar.
- **Grooming:** een meerderjarige die online contact legt met kinderen onder de 16 jaar en het vertrouwen wint door bijvoorbeeld misleiding, met offline seksueel misbruik als doel. Dit wordt ook wel digitaal kinderlokken genoemd.
- **Catfishing:** iemand die zich online voordoeft als iemand anders via een nepprofiel, vaak met als doel een relatie met iemand op te bouwen en zo aandacht, geld of seksueel getinte content te krijgen.

Iemand die slachtoffer is van online seksueel grensoverschrijdend gedrag dient altijd gesteund te worden met wat hij of zij nodig heeft. Want de drempels om te melden en hulp te zoeken zijn hoog, vaak vanwege gevoelens als schaamte, schuld en angst voor negatieve of beschuldigende reacties (*victim blaming*).

WAT KUN JIJ DOEN ALS PROFESSIONAL?

Wanneer je als professional te maken krijgt met deze fenomenen is het belangrijk om ze te herkennen en te weten hoe te handelen, zodat je herhaald slachtofferschap en daderschap kan voorkomen. Maar hoe doe je dat? Hoe voorkom je victim blaming? En hoe kun je juist op een positieve manier in gesprek over sexting? Hieronder staan een aantal praktische handvatten:

- Het [Stappenplan sexting](#) (van Toolkit L.O.V.E. Online), de [Checklist sexting](#) (van Rutgers) en de [Leidraad sexting](#) (van het Openbaar Ministerie) helpen je op weg om de situatie goed in te schatten, met de juiste partners te schakelen en eventueel emotionele schade van betrokkenen te beperken.
- Het [Centrum Seksueel Geweld](#) biedt hulp aan iedereen die een ongewenste seksuele ervaring heeft meegemaakt, en waar professionals altijd kunnen aankloppen voor advies en ondersteuning.
- [Helpwanted](#) is een hulplijn bij online seksueel grensoverschrijdend gedrag en biedt tevens praktische hulp bij het laten verwijderen van ongewenste content. Zij hebben goede contacten met social media platforms als Facebook, Instagram, TikTok en Snapchat.
- De organisatie [Opido](#) geeft voorlichtingen en trainingen aan professionals en biedt ambulante hulp aan jongeren die te maken hebben (gehad) met seksueel grensoverschrijdend gedrag.

BLIJF IN GESPREK MET JONGEREN OVER SEKSUALITEIT ONLINE

Met jongeren praten over seks kan best ongemakkelijk voelen. Dat neemt niet weg dat zij mogelijk begeleiding nodig hebben en behoefte hebben aan advies. Soms krijgen zij vanuit hun omgeving geen goede, betrouwbare informatie over relaties en seksualiteit. Dat geldt ook voor de informatie die zij vinden op het internet. Begin daarom bij jezelf en verdiep je op voorhand in de materie. Technische tips en handige gesprekstechnieken voor ouders, verzorgers en professionals vind je op:

- [In gesprek](#): geeft tips per leeftijdscategorie van 0 tot 16 jaar.
- [Helpwanted](#): specifiek voor online seksueel grensoverschrijdend gedrag.
- [ActforRespect](#): hier vind je naast tools tegen seksueel geweld ook ondersteuning bij de aanpak van 'cybergeweld' — ofwel algemeen intimiderend online gedrag.
- [Platvorm KIS](#): richt zich ook op intercultureel vakmanschap bij online seksueel grensoverschrijdend gedrag.

OUDERBETROKKENHEID

Kinderen die met hun ouders over liefde, relaties en seksualiteit praten, gedragen zich verantwoordelijker tegenover anderen en zichzelf. Daarom is het als professional belangrijk in te zetten op ouderbetrokkenheid. Meer over seksuele vorming en de rol van ouders is op [de site seksuelevorming.nl](#) te vinden.

(DOOR)ONTWIKKELEN VAN NORMEN

Om een veilige (online) omgeving te bieden helpt het om gedragsregels (door) te ontwikkelen en te sturen op naleving. Interne richtlijnen en protocollen binnen een organisatie dragen bij aan bewustwording en helpen bij het bespreekbaar maken, eerder signaleren en voorkomen van seksueel grensoverschrijdend gedrag. Er zijn diverse hulpmiddelen die houvast geven om dergelijke gedragsregels op te stellen, zoals het [vlaggensysteem](#) en [relatiewijs](#) van Movisie. Wil je aan de slag met een veiligheidsplan op school dan biedt [digitaalveiligheidsplan.nl](#) een goed format.

LESSEN EN METHODIEKEN

Er zijn vele lesprogramma's en methodieken ontwikkeld over online seksualiteit. Wellicht zo veel dat je door de bomen het bos niet meer ziet. Handige databanken van het [Nederlands Jeugd Instituut](#) of [De gezonde school](#) helpen je bij het uitzoeken van de programma's die passen bij de doelgroep. Ook de wegwijzer "[Online seksualiteit PO & VO](#)" geeft een goed overzicht van lessen en methodieken op dit thema.





VI. DRUGSHANDEL OP SNAPCHAT

OVER DE AUTEURS



Dit artikel is geschreven door Juul Tielens en Jolien Terpstra. Het is een samenvatting van een onderzoek naar drugscriminaliteit in de digitale wereld, op basis van gesprekken die zij in Noord-Holland voerden met 100 (ervaringsdeskundige) jongeren. Het onderzoek is uitgevoerd vanuit het project Weerbare Jeugd van Noord Holland Samen Veilig. Wil je meer lezen over dit onderwerp? Lees het [Deal With It Magazine](#) of het [onderzoek naar de digitale leefwereld van risicojongeren](#).

OP WELKE PLATFORMS ZIEN JONGEREN DRUGSCRIMINALITEIT?

[Snapchat](#) is tegenwoordig hét platform voor jongeren om met elkaar in contact te staan, maar ook hét platform voor dealers om drugs te verkopen. Zoals een van de jonge dealers die we in het kader van ons onderzoek spraken zei: "Alles gebeurt nu via Snapchat." Een groot deel van de jongeren die we spraken noemden Snapchat als het platform waar ze het meest in aanraking komen met drugscriminaliteit. Daarom zetten we in deze bijdrage uiteen hoe drugshandel via Snapchat eruit ziet. Daarnaast wordt Whatsapp ook nog wel genoemd als platform waarmee contact wordt onderhouden met een dealer en waarop dealers ook aanbiedingen rondsturen. Telegram wordt vooral gebruikt voor groothandel van drugs, maar minder voor straathandel. Opvallend is dat jongeren het normaal vinden dat drugs via social media worden aangeboden.

WAT MAAKT SNAPCHAT VOLGENS DE GEÏNTERVIEWDE JONGEREN ZO POPULAIR ONDER DEALERS?

- Met Snapchat heb je een groot bereik.
 - 🗣️ "Snapchat is wel beste om mensen dingen te verkopen. Zitten veel jongeren op."
- Op Snapchat ben je anoniem of heb je een gevoel van anonimiteit.
 - 🗣️ "Je bent anoniemer. Bij de instellingen van Snap kun je allemaal gegevens aanpassen: locatie en contacten kun je uitzetten."
- Je bent (of lijkt) op Snapchat onvindbaar voor de politie.
 - 🗣️ "De snaps die jij via je verhaal verstuurt mag Snapchat niet opslaan. Alleen de chat die jij stuurt, dat kunnen ze wel terughalen, maar een foto niet."
- Snapchat is makkelijk in gebruik.
 - 🗣️ "Je kunt iedereen in de groep direct berichten. Is niet moeilijk."

HOE ZIET DRUGSHANDEL VIA SNAPCHAT ERUIT?

Snapchat kent een Mijn Verhaal-functie en een Chatfunctie. Deze worden op verschillende manieren gebruikt door jonge dealers. Op de volgende bladzijde volgt een beschrijving van de manier waarop — volgens de geïnterviewde jongeren — deze functies gebruikt worden voor drugshandel.

ADVERTEREN VIA MIJN VERHAAL-FUNCTIE

De meeste dealers bieden hun handel aan via een openbare 'advertentie' via de 'Mijn Verhaal-functie'. Andere Snapchat gebruikers die de dealer als contact hebben toegevoegd kunnen via deze functie de advertenties zien. Zij kunnen dit verhaal echter ook delen met andere Snapchat gebruikers die de dealer niet in hun contacten hebben staan. De frequentie van adverteren verschilt per dealer van een paar keer per week tot elke dag. Jongeren zeiden dat ze de volgende berichten regelmatig tegenkwamen:

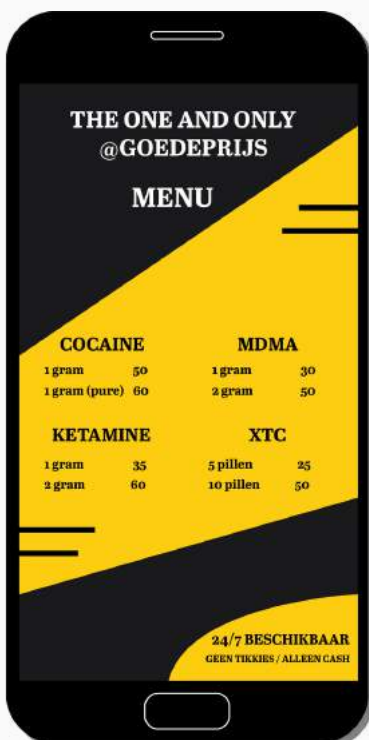
- 👤 "Coke: halve en hele gram, puur, gemixt, half gemixt. Dit soort opties geven ze."
- 👤 "Kerstdeal! Nu 1 + 1 gratis"
- 👤 "3 halen, 4 krijgen"
- 👤 "Van die hele menukaarten sturen ze dan."
- 👤 "Ik zie vaak van die flyers voorbij komen."

Jonge dealers zetten niet alleen zelf hun advertenties op hun verhaal. Ze vroegen ook aan hun vrienden of ze voor hen wilden adverteren: "Ik vroeg dan gewoon of ze het op hun verhaal wilden delen." Dit vroegen ze 'online' via de chat-functie of 'offline' face-to-face. Soms kregen vrienden wat gratis (soft)drugs, en soms ook niks: "Als je vrienden bent dan doe je dat voor elkaar."

CONTACT VIA CHAT-FUNCTIE

Via de chat-functie is het mogelijk direct berichten te sturen naar andere Snapchat gebruikers. Deze functie is meer besloten dan de Mijn Verhaal-functie. Alleen de persoon of personen aan wie je het bericht expliciet stuurt kunnen het bericht zien. Dit kan een-op-een of via een groepsgesprek. Zo waren er jongeren die 'vrienden' zijn op Snapchat met een dealer en met de dealer chatten als ze drugs willen bestellen. Maar er zijn ook jongeren die ongevraagd een bericht krijgen met aanbiedingen en de vraag of ze iets willen kopen. Dit gebeurt vooral bij jongeren met een openbaar Snapprofiel.

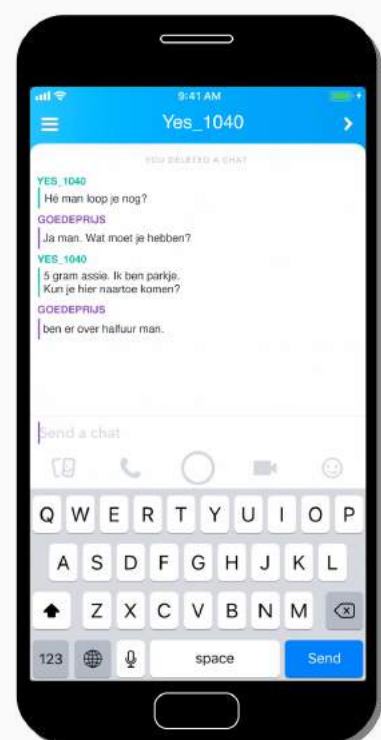
- 👤 "Je wordt af en toe op Snapchat toegevoegd en dan vragen ze of je wat wil kopen: snus, lachgas, maar ook coke."



Menukaart in Mijn Verhaal-functie



Adverteren van hasjhandel via Snapchat



Directe chat

HERKEN JIJ DEZE SYMBOLEN?

In menukaarten op social media worden veel iconen gebruikt als synoniemen voor bepaalde drugs. Als professional is het belangrijk om te begrijpen wat deze *emoji* inhouden, zodat je ze in de toekomst wellicht kunt herkennen. Een paar voorbeelden zijn:

- Wiet 🌿🍁🌲🌿🌿🌿🌴
- XTC/MDMA 💊💊💊💊💊💊💊
- Cocaïne ❄️🌪️👤🔪👤🔪
- Lean 🍷🍷🍷🍷🍷
- Truffels en paddo's 🍄
- Psychedelica (LSD, DMT, etc.) 🌈🍄🌟





VII. DE INVLOED VAN DE ONLINE WERELD OP DOORGROEIERS IN DE DRUGSCRIMINALITEIT

OVER DE AUTEUR



Dit artikel is gebaseerd op een kwalitatief onderzoek naar [doorgroeiers in de drugscriminaliteit](#). Het onderzoek is in 2022 uitgevoerd door Valérie Peeck (tevens de auteur van deze bijdrage), Christel van Sambek en Zora Witteveen namens de Nationale Politie en in opdracht van het Actiecentrum Veiligheid en Zorg. De onderzoekers spraken met diverse professionals uit het Amsterdamse zorg- en veiligheidsnetwerk: van jongerenwerkers, politie, gemeenteambtenaren tot justitiemedewerkers. Daarnaast is voor deze bijdrage gebruik gemaakt van informatie van het Intranet van de Politie en twee artikelen van [RTV Rijnmond](#) en het [CCV](#). In de onderstaande tekst wordt het aspect van de online wereld in het onderzoek belicht.

BEÏNVLOEDING, CONTACTEN EN STATUS

Social media spelen volgens professionals een belangrijke rol bij de manier waarop jongeren met drugsgerelateerde criminaliteit te maken krijgen. Jongeren worden er door beïnvloed, communiceren via social media, komen in contact met criminelen, verwerven status via online platforms, krijgen klussen of (ver)kopen er drugs of wapens. De invloed van social media is vooral groot op kwetsbare jongeren die weinig te verliezen hebben. Het kan ze laten geloven dat een crimineel leven loont en dat ze met drugshandel snel rijk kunnen worden. Daarbovenop krijgen jongeren door de berichten en filmpjes over wapens en messen het gevoel dat ze zelf ook een wapen moeten dragen om zichzelf te kunnen beschermen. Het is een wereld waar het toezicht door ouders vaak ontbreekt. Volgens geïnterviewde professionals uit Amsterdam zouden ouders meer met hun kinderen moeten meekijken:

🗣️ *“Ouders weten vaak niet wat hun kind op internet doet. Ze hebben het te druk, ze werken teveel!”*

Jongeren hebben via hun telefoon veel verschillende contacten en er is minder sprake van vaste groepjes. Netwerken zijn meer fluïde. Dit merken politiemedewerkers in hun werk: waar voorheen sprake was van bijvoorbeeld jeugdgroepen die met elkaar rondhingen en delicten pleegden, zien ze nu dat er soms onverwachte samenwerkingen plaatsvinden:

🗣️ *“Soms worden jongens met elkaar gepakt en dan vraag je je af, hoe kennen ze elkaar dan?”*

Door social media komen jongeren bovendien veel makkelijker in contact met personen die voorheen minder bereikbaar waren:

🗣️ *“Door de online wereld kan je direct in contact staan met de jongens die bovenaan de ladder zitten.”*

Ook worden social media ingezet voor het verkrijgen van status. Sommige jongeren pochen er met hun dure spullen en luxe levensstijl. Sommige bekende personen worden door professionals vaak benoemd als negatieve rolmodellen die ook hun status gebruiken om jongeren te ronselen.



KLUSSEN KRIJGEN OF DRUGS EN WAPENS KOPEN

Via social media worden klussen aangeboden. Analisten van de politie zien dat via besloten PGP (Pretty Good Privacy software) groepen afspraken worden gemaakt en dat daar ook klussen worden uitgezet. Maar het gebeurt ook via de meer gangbare social media kanalen als Snapchat en Telegram, zoals omschreven door een geïnterviewde professional die werkzaam is in Amsterdam:

"Het schijnt zelfs te gebeuren dat er een oproep is: wie kan er vanavond mee om iets te halen (uithalen). Dat gebeurt soms openlijk met een anonieme afzender maar dan is wel duidelijk wie het is. Het gaat daarbij ook om het aanzien van iemand die de oproep doet. Ze gebruiken hun status om contacten te leggen. Het onderling vertrouwen hoeft er dus niet echt al te zijn (van directe contacten), alleen al het feit dat iemand uit de wijk komt of iemand kent, is genoeg. Iedereen weet, je gaat niet snitchen, dat is enerzijds uit angst maar ook gewoon: dat doe je niet. Het is not done."

Een fenomeen dat zich volgens de geïnterviewde professionals de afgelopen jaren steeds vaker lijkt voor te doen is dat sommige jongeren schijnbaar uit het niets betrokken raken bij ernstige misdrijven. Zij zien jongeren met andere woorden soms van 0 naar 100 gaan. Zij vermoeden dat social media ook hier een belangrijke rol in spelen. Het gaat vaak om risicovolle klussen waarvan jongeren de gevolgen niet overzien en waar ze misschien niet eens (veel) geld voor krijgen. Er zijn voorbeelden bekend van jongeren die samen een overval plegen maar elkaar niet blijken te kennen, zoals omschreven door een geïnterviewde professional:

"Op openbare Telegram groepen komt de vraag: 'wie wil snel geld verdienen?'. Vervolgens moeten ze ergens opdraven en krijgen een vuurwapen in hun hand gedrukt met de opdracht: jullie gaan nu een overval plegen, daar naar binnen en met die auto weg. Het gaat zo snel dat ze niet beseffen wat ze aan het doen zijn."

Mogelijk is het voor sommige jongeren een manier om bij criminelen *in the picture* te komen. Ze willen zich op deze manier bewijzen en hun loyaliteit tonen.

Tenslotte spelen social media een grote rol in de handel van drugs en wapens. Via Snapchat en Whatsapp worden menukaarten gedeeld van verschillende soorten drugs die je kan bestellen. Dit gaat vaak om gebruikershoeveelheden maar via Telegram worden kilo's drugs en ook vuurwapens aangeboden. Hoe drugshandel op Snapchat eruit ziet kun je lezen in het [voorgaande hoofdstuk van deze handreiking](#).

WAT KAN DE POLITIE DOEN?

Hoe het online ronselen van jongeren voor klussen in de drugsgelerateerde criminaliteit precies plaatsvindt is niet duidelijk. De online wereld is voor professionals vaak een *black box*. Het is voor de politie niet makkelijk om zicht te krijgen op de online leefwereld van jongeren. Ze realiseren zich dat ze op dit gebied een blinde vlek hebben. Een politiemedewerker zegt hierover:

"We zijn als organisatie helemaal niet goed op de hoogte van wat er online gebeurt. We zijn ouderwets bezig door hoe we relaties aangaan op straat en te kijken naar welke fysieke contacten ze hebben. Maar veel contacten vinden online plaats. We missen daardoor heel veel, en de werkwijze is allang verleden tijd."



Politiemedewerkers geven aan dat het belangrijk is om zelf ook meer op social media te zitten en bijvoorbeeld bij aangehouden jongeren die betrokken zijn bij drugsgelateerde criminaliteit vaker hun telefoons uit te lezen. Maar dit is niet eenvoudig: berichten zijn versleuteld of het gaat om een enorme hoeveelheid aan berichten waarbij het lastig is de juiste informatie eruit te halen. Bovendien worden accounts op telefoons bij inbeslagname regelmatig op afstand gewist. Dat op social media soms gebruik wordt gemaakt van anonieme profielen, maakt het daarbovenop niet eenvoudig om de ware identiteit van iemand te achterhalen.

Men zou meer informatie kunnen verzamelen in de online wereld maar dat kan niet onbeperkt: wat offline niet mag, mag ook niet in de online wereld. Voor de politie is het niet zomaar toegestaan om iemand online permanent te volgen of een dossier op te bouwen over het surfgedrag. Voor het volgen van individuen is [toestemming van het Openbaar Ministerie nodig](#). Toch worden er op veel plekken binnen de politie belangrijke stappen gezet op het gebied van social media. Veel basisteams, ook in Amsterdam, beschikken over een [digitaal wijkagent](#) die op de hoogte is van wat er speelt in zijn of haar wijk – maar dan in de digitale wereld. Maar ook in Rotterdam, bijvoorbeeld, heeft elk district een *digihub* waar agenten kunnen aanschuiven om online in hun wijk te kunnen surveilleren en van elkaar te leren. Jeugdagenten kijken via openbare profielen mee naar wat jongeren uit hun wijk online plaatsen. Ook wordt de samenwerking gezocht met jongerenwerkers en rechercheurs om bijvoorbeeld [telefoons uit te kunnen lezen](#). Daarnaast wordt door de politie gebruik gemaakt van opensource intelligence (OSINT) waarbij medewerkers onderzoek doen op openbare bronnen op het internet om de informatiepositie te verrijken ten behoeve van handhaving en opsporing.





VIII. ONLINE RADICALISERING

OVER DE AUTEUR



Marco Meesters is manager van het team Radicalisering en Extremisme bij de gemeente Amsterdam. In deze bijdrage wordt beschreven hoe radicalisering en extremisme onder jongeren (deels) online plaatsvindt, welke signalen professionals kunnen herkennen, wat zij kunnen doen en waar zij terecht kunnen wanneer zij te maken krijgen met radicaliserende jongeren.

WAT IS RADICALISERING?

Een radicaliserende jongere is iemand die radicale ideeën krijgt en de samenleving ingrijpend wil veranderen. Daarbij groeit de wens om die ideeën om te zetten in daden. [Radicalisering](#) is een proces dat voor elk persoon anders verloopt. Een jongere gaat steeds meer zwart-wit denken, zet zich af tegen mensen die anders denken en uiteindelijk tegen de maatschappij. Als een jongere bereid is om geweld te gebruiken om zijn of haar idealen te bereiken, spreken we van extremisme. Het is belangrijk om alert te zijn op radicalisering bij jongeren. Voor meer informatie over radicaliseringsprocessen kun je bijvoorbeeld terecht bij de [Expertise-unit Sociale Stabiliteit](#).

HOE RADICALISEREN JONGEREN VIA SOCIAL MEDIA?

Daar waar radicalisering voorheen meer in de 'offline' wereld plaatsvond (en dus zichtbaarder was voor de omgeving), radicaliseren jongeren steeds vaker online. Alle soorten typen radicaal gedachtegoed zijn online aanwezig en makkelijk te vinden voor jongeren. Daarbij gebruiken extremisten social media platformen voor onderlinge communicatie, rekrutering van nieuwe leden en het uitwisselen van propaganda. Jongeren kunnen worden benaderd via openbare social media kanalen, waarna zij worden doorverwezen naar gesloten groepen en kanalen als zij ontvankelijk lijken te zijn voor het gedachtegoed. In de gesloten groepen wordt meer extreme content gedeeld of worden personen geronseld om (gewelddadige) acties te plegen. De afgelopen jaren is het veiligheidsbewustzijn van extremistische groepen toegenomen, waardoor het voor veiligheidsdiensten steeds moeilijker is om er zicht op te houden. Het zoeken van toenadering door extremisten gebeurt niet alleen via social media, er zijn ook voorbeelden van jongeren die via online games benaderd zijn. Naast deze bewuste strategieën kunnen ook de algoritmes die bedoeld zijn om mensen op de site te houden ertoe leiden dat jongeren steeds extremistischere content te zien krijgen. Dit wordt ook wel een *rabbit hole* genoemd.

In het verleden zijn er veel zorgen geweest over online beïnvloeding vanuit gewelddadige Jihadistische organisaties zoals ISIS. Al is het minder dan voorheen, dit soort groepen zijn anno 2023 nog steeds online actief en proberen met hun propaganda aansluiting te vinden bij jongeren. Momenteel gaat veel aandacht in Nederland uit naar het (online) rechtsextremisme. Er is veel rechtsextremistisch aanbod te vinden. Soms gaat het om 'grappige' plaatjes of memes die op het eerste gezicht onschuldig lijken maar die door 'insiders' herkend worden als rechtsextremistisch. Dit worden ook wel *dogwhistles* genoemd. Tenslotte komen jongeren online ook in aanraking met complottheorieën, bijvoorbeeld over een kwaadaardige elite die de touwtjes in handen heeft en de bevolking wil onderdrukken of uitroeien. Voor meer informatie over de verschillende soorten extremisme kun je bijvoorbeeld terecht bij de [website van het NCTV](#).



WAT KUN JE ALS PROFESSIONAL DOEN?

Online radicalisering kan snel gaan en is lastig om te herkennen. Als professional kun je een belangrijke rol spelen door bij zorgen of signalen hulp te vragen aan een expert en zo nodig in te grijpen in een radicaliseringsproces. Om deze rol te kunnen vervullen is het belangrijk dat je weet wat radicalisering is en hoe je het kunt herkennen. Voor meer informatie over hoe om te gaan met (online) radicalisering kun je bijvoorbeeld terecht bij [de studie 'Online extreemrechtse radicalisering'](#) van het Verwey-Jonker Instituut.

TRIGGERFACTOREN EN SIGNALLEN VAN RADICALISERING

Niet iedere jongere die in aanraking komt met radicaal gedachtegoed radicaliseert. Persoonlijke kenmerken en omstandigheden kunnen het risico op radicalisering vergroten. Concrete persoonlijke gebeurtenissen kunnen het proces in gang zetten of versnellen, dit worden ook wel 'triggerfactoren' genoemd. Denk hierbij aan:

- Confrontatie met de dood
- Problemen in de thuissituatie
- Schooluitval en verlies van (perspectief op) werk
- Ervaringen met discriminatie en uitsluiting
- Aanvaring met autoriteiten

Algemene signalen van mogelijke radicalisering waarop je als professional kunt letten, zijn:

- Verwerpen van andere meningen
- Verwerpen van democratische waarden (verkiezingen, vrije pers, discriminatieverbod)
- Ommezwaai, breuk met het verleden
- Wij-zij denken
- Zwart-wit denken
- Geloof in complottheorieën
- Afstand nemen van bekenden, terugtrekken uit de samenleving
- Veel tijd in een nieuwe groep doorbrengen
- Toewijding en overtuigingsdrang
- Kleding, symbolen, rituelen, taalgebruik

Op [de website van de Expertise-unit Sociale Stabiliteit](#) kunnen jongerenwerkers op een interactieve wijze meer leren over triggerfactoren en wat zij mogelijk kunnen doen.

DE SYMBOLENBANK

Binnen rechts-extremistische kringen wordt veel gebruik gemaakt van symboliek. De Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding (NCTV) en de Nationale Politie (NP) hebben een symbolenbank ontwikkeld waar professionals informatie kunnen opzoeken bij symbolen die ze aantreffen, zowel online als op straat. Wil je hier gebruik van maken? Via www.symbolenbank.nl kun je een account aanvragen.

Als jongeren geloven in complotten kun je als professional gezien worden als onderdeel van het complot, wat een belemmering kan vormen voor het leggen van contact en het bieden van ondersteuning. In dat geval vind je op [de website van de Expertise-unit Sociale Stabiliteit](#) handvatten voor het omgaan met jongeren die in complottheorieën geloven en welke rol social media daarin spelen.

Het Steunpunt Radicalisering van de gemeente Amsterdam kan je ondersteunen bij het herkennen en duiden van signalen en adviseren bij het omgaan met jongeren die mogelijk radicaliseren. Bijvoorbeeld over hoe je het gesprek kunt aangaan zonder de verbinding te verliezen. Je kunt ons alles vragen, ook anoniem en zonder te vertellen over wie het gaat. Neem contact op door te bellen naar 0800-1402 of te mailen naar steunpuntradicalisering@amsterdam.nl.



IX. CYBERCRIMINALITEIT

OVER DE AUTEUR



Onno Bolten is beleidsadviseur bij het Openbaar Ministerie van Amsterdam. Hij houdt zich veel bezig met digitale criminaliteit. In deze bijdrage legt hij uit wat cybercriminaliteit in zowel ruime als enge zin is, welke veelvoorkomende vormen van cybercriminaliteit onder jongeren te herkennen zijn en belicht hij in dat kader een opkomende trend onder (straat-georiënteerde) jongeren: *phishing*.

DE OPKOMST VAN CYBERCRIMINALITEIT

De snelle digitalisering van de samenleving heeft ervoor gezorgd dat internet, social media en het gebruik van allerlei handige applicaties voor veel meer gebruikers – waaronder natuurlijk veel jongeren – bereikbaar zijn geworden. Maar veel gebruikers weten nog altijd niet goed genoeg hoe zij veilig kunnen internetten, met het ontstaan van allerlei nieuwe vormen van en mogelijkheden voor criminaliteit tot gevolg. Criminelen maken gebruik van kwetsbaarheden bij internetgebruikers en in systemen. Cybercriminelen zijn vaak jongere mensen die digitaal vaardig zijn, terwijl de kwetsbare slachtoffers regelmatig tot een oudere doelgroep behoren.

CYBERCRIMINALITEIT IN RUIME ZIN (GEDIGITALISEERDE CRIMINALITEIT)

Wanneer criminaliteit *door middel van* een ICT-systeem of netwerk wordt gepleegd, spreekt men van 'gedigitaliseerde criminaliteit'. In sommige gevallen noemt men dit cybercriminaliteit *in ruime zin*. Daaronder kunnen eigenlijk allerlei vormen van criminaliteit vallen die we al eeuwenlang kennen, zoals oplichting, diefstal of identiteitsfraude, maar dan in een nieuw digitaal jasje. Bekende en veelvoorkomende voorbeelden van gedigitaliseerde criminaliteit zijn:

- *aan- en verkoopfraude*, bijvoorbeeld via Marktplaats of een nepwebwinkel. Criminelen verkopen spullen of diensten maar leveren deze niet, of kopen spullen of diensten maar betalen deze niet (zelf).
- *bankhelpdeskfraude*, waarbij criminelen zich voordoen als bankmedewerkers en de bankgegevens van klanten aftroggelen door middel van babbeltrucs.
- *vriend-in-noodfraude*, waarbij een crimineel zich via WhatsApp tegenover het slachtoffer zeer overtuigend voordoet als kennis of familielid met een dringend probleem. Hierna wordt gevraagd geld over te maken voor dit probleem, bijvoorbeeld via een Tikkie.

CYBERCRIMINALITEIT IN ENGE ZIN

Wanneer criminaliteit gericht is tegen een ICT-systeem of netwerk, wordt gesproken van cybercriminaliteit in enge zin. Daaronder vallen dus veel relatief nieuwe vormen van criminaliteit, waarvan *hacking* en *phishing* op het moment van schrijven het bekendst zijn. Hacking is het ongeautoriseerd binnendringen in online omgevingen. Hacking is strafbaar gesteld in artikel 138ab Wetboek van Strafrecht en wordt daar *computervredbreuk* genoemd. Hacken wordt overigens niet per definitie alleen door





criminelen gedaan, want er bestaan ook *ethisch hackers*. Zij hacken om kwetsbaarheden in computersystemen aan te tonen en de digitale wereld veiliger te maken.

Phishing, dat staat voor '*password harvesting fishing*', is een vorm van digitale criminaliteit waarbij persoonlijke gegevens worden verkregen door deceptie en imitatie. Denk bijvoorbeeld aan het stelen van de inloggegevens van iemands internetbankierenapplicatie of iemands account. Dat stelen gebeurt vaak doordat een vals linkje of valse QR-code wordt gestuurd aan het slachtoffer via email of sms. Hierna vult het slachtoffer te goeder trouw zijn of haar gegevens in op een neppe, maar echt lijkende omgeving zoals van Zalando, Marktplaats of Tikkie. In werkelijkheid kunnen criminelen die gegevens afkijken, om ze vervolgens zelf te misbruiken om in te loggen, waarna ze toegang hebben tot bijvoorbeeld de bankrekening van het slachtoffer.

DE POPULARITEIT VAN PHISHING ONDER (STRAAT-GEORIËNTEERDE) JONGEREN

Phishing lijkt de laatste jaren steeds populairder onder (straat-georiënteerde) jongeren. Daar waar sommigen voorheen uitsluitend 'offline' straatcriminaliteit pleegden, lijken zij tegenwoordig [in toenemende mate](#) bezig te zijn met phishing. Je hoort teksten over phishing terug in rapmuziek en er bestaan talloze online kanalen en groepen waarin jongeren persoonsgegevens delen die door phishing afhandig zijn gemaakt en gebruikt kunnen worden voor online fraude. Vaak vindt phishing plaats binnen criminele organisatiestructuren met opdrachtgevers aan de top. Daaronder volgen *bonkers*, dat is straattaal voor criminelen die met buitgemaakte inloggegevens inloggen op de servers van slachtoffers en het geld wegsluizen. Onderaan staan de geldezels, wiens bankrekening wordt gebruikt om de buit weg te sluisen of te pinnen en dus wit te wassen. Geldezels komen voor in allerlei soorten: bewust of onbewust van hun bijdrage aan de criminaliteit, kwetsbaar, gedwongen door een ander of vrijwillig aangemeld, bijvoorbeeld in ruil voor geld.

Het instrument waarop de crimineel een inlogpoging kan afkijken heet in combinatie met de nepwebsite een *phishing panel*. Deze worden gebouwd en vaak online verhandeld. Het is relatief makkelijk en goedkoop (gemiddeld €150,-) voor jongeren om bijvoorbeeld op Telegram een dergelijk panel te kopen en op het internet circuleren handleidingen en filmpjes met uitleg over hoe je zo'n panel gebruikt. Voor phishing hoeft de dader zelf dus niet eens zo technologisch onderlegd te zijn of een IT-studie te volgen. Ze kunnen, met andere woorden, een nepwebsite kopen en gebruiken zonder deze zelf te programmeren. Dit heet ook wel *crime-as-a-service*. Phishing is bovendien makkelijk schaalbaar, want je kunt hetzelfde valse bericht naar vele slachtoffers tegelijk sturen! Bovendien zijn alle fasen in het phishingproces strafbaar gesteld, van het bouwen en maken van zo'n website, via het (ver)kopen, voorhanden hebben of gebruiken van een panel (artikel 139d Wetboek van Strafrecht) tot het inloggen op andermans omgeving (hacking, art. 138ab).

WAT KUN JE ALS PROFESSIONAL DOEN OMTRENT CYBERCRIMINALITEIT EN PHISHING?

- Wees bewust ervan dat een bovengemiddelde interesse in ICT en computersystemen, en/of veel thuishangen in plaats van op straat, niet altijd een 'goed teken' hoeft te zijn.
- Wees bewust ervan dat jongeren met een lagere intelligentie ook cybercriminaliteit kunnen plegen; cybercriminaliteit kan vrij makkelijk zijn om in te stappen.
- Wees bewust ervan dat cybercriminaliteit vaak in organisatieverband wordt gepleegd. Een jongere kan meerdere rollen in dit netwerk innemen: bewust, onbewust, vrijwillig of gedwongen.
- Wanneer een jongere met onverklaarbaar veel geld of dure spullen wordt gesignaleerd, denk ook eens aan de mogelijkheid van cybercrime-geld in plaats van geld uit het drugscircuit.
- Denk goed na over het nut van bepaalde interventies die worden ingezet wanneer het om cybercriminaliteit gaat: hierbij zijn een enkelband en een gebiedsverbod mogelijk minder efficiënt.



X. STRAAT- EN INTERNETTAAL

Taal leert ons veel over sociale groepen. Professionals kunnen de leefwereld van jongeren beter doorgronden en hen beter bereiken door jongerentalen te begrijpen. In deze handreiking wordt daarom aandacht besteed aan straattaal, een taal die [door de populariteit van rapmuziek en social media](#) ontzettend veel gesproken wordt door jongeren. Straattaal beperkt zich namelijk niet alleen tot sterk straat-georiënteerde jongeren. Van arm tot rijk, van laagopgeleid tot hoogopgeleid, van de Randstad tot 'de provincie': jongeren met diverse achtergronden spreken straattaal.

Door het digitale tijdperk raakt straattaal steeds meer vervlochten met 'internettaal'. Vandaar dat beide termen in deze handreiking in één adem worden genoemd. Desalniettemin wordt hieronder geen lijst met woorden en betekenissen gegeven. Het is immers onmogelijk om van de ene op de andere dag een taal te leren. Het is een kwestie van veel luisteren, lezen, schrijven, spreken en dit herhalen – zoals dat eigenlijk bij elke taal gaat. Daarom worden hieronder meer algemene regels en tips gegeven om straat- en internettaal te leren en duiden.

REGELS VAN STRAAT- EN INTERNETTAAL

De belangrijkste regel van zowel straattaal als internettaal is, tegenstrijdig genoeg, dat er zeer weinig vaste regels zijn. Toch zijn er enkele aandachtspunten waardoor je sommige termen sneller kunt begrijpen:

- Vele straattaalwoorden zijn omgedraaid ten opzichte van het originele woord. Deze techniek is afkomstig van de Franse straattaal — ook wel 'verlan' genoemd, wat het omgekeerde van 'l'envers' is (letterlijk vertaald 'het omgekeerde'). Zo vertaalt, bijvoorbeeld, 'teeht' naar 'heet', 'ken' naar 'nek' en 'Bims', als straattaalwoord voor de Bijlmer, naar 'Smib'. In sommige gevallen wordt het woord niet letterlijk omgedraaid, maar doen jongeren dat met delen van het woord, omdat deze anders niet goed uitspreekbaar zijn. Zo vertaalt, bijvoorbeeld, 'stew' naar 'west', 'deim' naar 'meid' en 'stav' naar 'vast'.
- Bij internettaal in het algemeen, maar ook bij online straattaal, worden klinkers regelmatig weggelaten uit woorden. De vertaling van, bijvoorbeeld, 'hhhhh' is 'hahahaha', 'srs' betekent 'serieus' en 'worm' betekent 'waarom'. Daarbovenop worden sommige woorden en zinnen veel rigouzeuzer afgekort, zoals bijvoorbeeld 'inderdaad' naar 'idd', 'hit me up' naar 'hmu' en 'wat bedoel je?' naar 'wbj'.
- Emoji zijn niet alleen toevoegingen op zinnen, maar kunnen op zichzelf ook zeer betekenisvol zijn. In [druglijsten](#) staat bijvoorbeeld een broccoli emoji voor wiet en een chocoladereep emoji voor hasj, een slang emoji staat voor een 'snitch' en een rode 100 emoji staat voor het straatmotto "keep it 100", ofwel "keep it real".
- Sommige social media platformen verbannen het gebruik van mogelijk schadelijke woorden. Dit wordt met een algoritme gecontroleerd, waardoor vele jongeren leestekens of symbolen gebruiken om letters in woorden te vervangen en deze beperkingen te omzeilen. Dit wordt bijvoorbeeld gedaan door *pistool* te vervangen voor *p!st00l* of *MDMA* voor *MDM@*.





TIPS VOOR PROFESSIONALS

In jouw werk als professional kun je in meer of mindere mate straattaal en internettaal tegenkomen. In sommige gevallen is het voor jou essentieel om te kunnen begrijpen wat er gezegd of geschreven wordt. In dat geval zijn hieronder een aantal tips:

- Allereerst, je hoeft niet altijd te gissen naar de betekenis van woorden. Op het internet kun je met een simpele Google zoekopdracht achter de betekenis van vele woorden komen, of specifieker door op www.straattaalwoorden.nl te kijken.
- Vraag experts, of collega's die experts kennen, om mee te denken. Probeer dit, in het geval van straattaal, zoveel mogelijk binnen jouw eigen werkgebied te doen. Straattaal kan in sommige gevallen zeer lokaal bepaald zijn.
- Duid met anderen of betrek meerdere personen. Ook experts kunnen het met elkaar oneens zijn over de betekenis van een bepaald woord, mede omdat woorden zeer contextafhankelijk kunnen zijn. In de ene zin kan een woord iets totaal anders betekenen dan in een andere zin. Sterker nog, exact dezelfde zinnen zouden in andere contexten totaal andere betekenissen kunnen hebben. Zo kan de zin "ik geef hem gas" betekenen dat iemand wiet ('gas') aan een ander geeft, maar het kan ook betekenen dat iemand een ander onder druk zet of loopt op te zwepen.





XI. HET PERSPECTIEF VAN TWEE ERVARINGSDESKUNDIGEN

Het laatste hoofdstuk van het eerste deel van deze handreiking is net even iets anders. In de voorgaande hoofdstukken zijn experts aan het woord geweest over thema's die relevant zijn in de online leefwereld van jongeren. Onder het motto van 'praat *met* jongeren en niet alleen *over* jongeren' is dit hoofdstuk juist een verslag van een gesprek met twee ervaringsdeskundigen. Zij wilden op uitnodiging van Thimo van der Pol hun ervaringen delen. Thimo is forensisch psychotherapeut bij Inforsa in Amsterdam en doet onderzoek naar de ontwikkeling van crimineel gedrag en welke psychotherapeutische interventies daarop toepasbaar zijn.

Uitgenodigd zijn Igor en Adam. Igor is 26 jaar en zegt dat hij in zijn leven al van alles heeft gezien en meegemaakt. Tegenwoordig spreekt hij op bijeenkomsten voor professionals, jongeren en gedetineerden om anderen te inspireren met zijn verhaal over een crimineel verleden en hoe hij daar uitgestapt is. Naast hem zit Adam, maar dit is niet zijn echte naam. Omdat hij minderjarig is wordt zijn identiteit in deze handreiking beschermd. In het uur durende gesprek bleek de combinatie van beide ervaringsdeskundigen een interessant beeld te geven van het verschil in jeugdcriminaliteit anno 2023 en dat van ongeveer een decennium geleden. Thimo en ik (Joran de Jong) stelden de vragen, Igor en Adam antwoordden.

HET INTERVIEW

Igor, jij bent 26 jaar. Welke rol hadden social media toen jij vroeger veel criminaliteit om je heen zag?

Igor: Andere jongens die ik kende waren bezig met cybercriminaliteit, maar ik deed daar niks mee. Ik heb wel meegemaakt dat we elkaar online gingen uitdagen en gingen uitschelden. Maar dat is wel al heel lang geleden, toen was ik 16 of 17 jaar. Dat ging toen via Facebook. De tijden zijn veranderd, de platformen zijn veranderd, maar jongeren doen het nog steeds.

Welke platformen worden nu dan gebruikt?

Adam: Snapchat, Instagram, Telegram en TikTok. Op Snapchat dagen mensen elkaar uit. Instagram speelt niet meer zo'n grote rol.

Hoe wordt TikTok ingezet?

Adam: Om te showen, vooral met geld. Het zijn dan zogenaamd fraudeurs. Daarin vragen ze of je wil meeverdienen. Als je dat wilt kun je een berichtje sturen op Telegram. Ze denken vervolgens dat er op Telegram niet meegelezen wordt door politie. Maar dat is niet zo.

Wat zie je nog meer op Telegram?

Adam: Op Telegram heb je groepen waar je een klus in kunt zetten die kleine jongens oppakken om geld mee te verdienen. Zo'n klus kan bijvoorbeeld zijn dat je een pedo moet slaan, iemand moet steken of schieten, dat soort dingen. Vaak wordt er een naam en foto bijgezet.

Maar hoe betrouwbaar is dat dan? Worden zij dan ook daadwerkelijk betaald?



Adam: Ik heb wel eens gezien dat jongens niet betaald worden. Dat ze de helft vooraf krijgen en achteraf helemaal niks. Ik heb ook wel eens meegemaakt dat iemand goed en eerlijk betaald krijgt, om een relatie te behouden.

👤 Zijn die opdrachtgevers bekenden of zijn dat anonieme personen?

Adam: Bij Telegram zijn ze anoniem, via Snapchat is het vaak wel via een bekende. Daar vind je niet zomaar iemand anoniem die om dit soort klussen vraagt.

👤 Waarom nemen jongeren zo'n klus aan?

Adam: Voor geld. Als je iemand online ziet met een grote stapel met geld, kun je denken "*waarom kan hij het wel en ik niet?*". Dat dacht ik tot voor kort ook. Dat verleidt jongens. Het maakt soms niet eens uit of ze geen geld hebben, meestal willen ze gewoon meer geld dan dat ze al hadden. Als jij iemand ziet met een stapel geld, dan denk je "*ik wil dat*", als je vervolgens de eerste keer geld hebt gemaakt dan denk je "*ik wil meer*". Maar ook als je ouders hebt die niet zo rijk zijn, of als je zelf geen geld hebt, of niet op school zit, dan heb je niet zo veel te verliezen. Ik denk ook dat veel jongens boos zijn en dat daardoor de verleiding groter wordt. Je probeert hard te werken, maar het lukt niet. Dan ga je weer denken "*wat heb ik te verliezen?*".

Igor: Zo voelt dat inderdaad. Niemand geeft om je. Ze hebben schijt aan je, jij hebt schijt aan hen. Het is belangrijk om jongeren rolmodellen te geven om sommige jongens te laten zien dat als er niemand naar je luistert, zij er wel altijd zijn. Ook online.

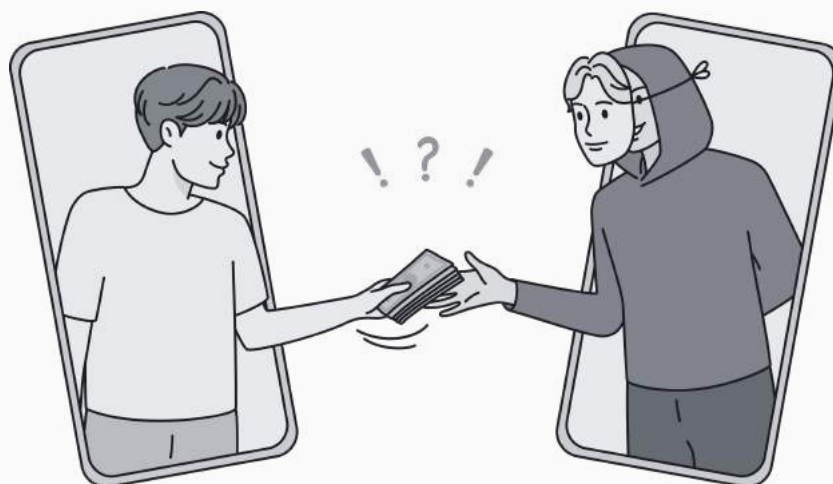
👤 Overzien jongeren de gevolgen van dit soort klusjes?

Adam: Als je eenmaal bent ingestapt, kun je niet terug. Online kun je makkelijk instappen. Als je teruggaat, dan maak je jouw naam vies. Ook al wil je niet meer, je moet het doen. Aan het eind van de dag heb je wel jouw geld.

Igor: In mijn tijd was het niet zo, hoor.

👤 Dat vind ik interessant, hoe was het in jouw tijd dan?

Igor: Echt niet zo, hoor. Natuurlijk gingen mensen elkaar wel lokken en zo. Maar niet via klusjes. Er werd ook wel het een en ander afgesproken via social media, maar niet met onbekende mensen. We hielden het in een veilig netwerk met mensen die je kent. Tegenwoordig is het gewoon normaal om klusjes van onbekende mensen via social media aan te nemen. Vroeger zag je veel minder dat 12-jarige jongens de criminaliteit ingingen. Ik denk dat de verjonging en verharding van zware criminaliteit voor ongeveer 75 procent komt door social media.





Adam: nu kun je ook veel jonger beginnen. Door social media zijn er meer kansen. Maar het gaat niet altijd alleen maar om geld. Soms gaat het ook om status. Dan wil je via social media laten zien dat je iets doet, bijvoorbeeld geweld.

Q Worden jongeren tegenwoordig ook wel eens offline aangesproken, zoals dat vroeger misschien ging, of is het écht allemaal online?

Adam: Meestal heb je tussenpersonen die zelf niet durven te gaan maar andere jongens sturen. Zij zien een klus online, benaderen jongens offline om die klus te doen en vervolgens halen zij een paar duizend euro van het bedrag af. De oorsprong is wel altijd via social media. Misschien dat het in andere gevallen niet een online begin heeft, maar dat heb ik nog nooit gemerkt.

Q Wat voor klussen worden nog meer in zulke groepen aangeboden?

Adam: Uithalen in de havens. Je kunt naar bepaalde groepen gaan voor klussen, je hoeft alleen maar te zeggen dat je ervaring hebt. Dan komt er iemand langs om te kijken of je dik of dun bent, want je moet wel door de deur heen passen. De deur van de container moet zo min mogelijk open staan, dus moet je daar wel voor gemaakt zijn.



Q Ken je ook voorbeelden van jongens die nog niet in de criminaliteit zaten maar door de verleidingen online hier wel ingetrokken zijn?

Adam: Ja, een vriend van me heeft via Snapchat een klus op zich genomen om iemand te steken voor geld. Hij was heel jong en een doodnormale jongen. Maar hij wilde gewoon geld vanwege de verleiding.

Igor: Je ziet zoveel jonge mensen nu. Ik begeleid iemand die ook al heel jong begonnen is met een reeks overvallen. Het wordt alleen maar jonger, lijkt het wel.

Q Adam, wat vind jij hier allemaal van? Voor jou klinkt dit normaal, maar voor ons is dit een hele absurde wereld.

Adam: Het wordt ons makkelijk gemaakt. We zijn het nu gewend, het is normaal voor ons. Het zijn de hoofdklusjes van nu.

Q We hebben het nu steeds over jongens. Kennen jullie ook meiden die klusjes op zich nemen via social media?

Adam: Meisjes doen ook klusjes, maar meestal makkelijke klusjes. Bijvoorbeeld pasjes ophalen, dat is betrouwbaarder en ze hoeven niet veel te doen.

Q En dat ze worden geronseld voor seks?

Adam: Ik ken dat soort mensen niet. Daar ben ik ook blij om. Het is een hele grote schande.

Igor: Dat is precies het gedeelte waar ik nooit mijn handen aan heb vies gemaakt.

Q Weten ouders van wat er online allemaal afspeelt?

Igor: Nee, ze hebben totaal geen grip. Ze denken vaak dat het hun kind niet zou zijn. We moeten ouders meer



uitnodigen, bijvoorbeeld op scholen, zodat ze gedwongen worden om zich te verdiepen in de online wereld en signalen te kunnen herkennen.

Adam: Het is een andere generatie. Veel ouders snappen het niet. Als jouw kind bijvoorbeeld drie uur schermtijd op de dag heeft op Telegram, dan zou je wel moeten weten hoe laat het is.

Wat kunnen oplossingen zijn om jongeren uit de criminaliteit te halen en houden?

Adam: Eerlijk gezegd, gewoon uurlonen omhoog.

Igor: En bewustwording! Dat is waar het aan ontbreekt. Ze snappen de gevaren niet. Ik was ook een domme jongen, ik dacht ook dat ik Superman was en alles kon. Niemand wist tot me door te dringen. We hebben rolmodellen nodig.

Met dit laatste advies van Igor bedank ik ze allebei voor het openhartig en eerlijk delen van hun ervaringen. Na het interview vraagt Thimo aan Igor of hij Adam een keertje wil meenemen naar sessies die Igor in gevangenissen geeft. Adam wil dat wel, waarop Igor vraagt of hij zijn nummer zal geven. De reactie die Adam vervolgens geeft is niets meer dan illustratief voor het relatief kleine, maar uiteindelijk toch grote, leeftijdsverschil: *"Snap is beter, ik heb geen Whatsapp"*. Waarop Igor reageert *"beter geef je jouw nummer, ik heb geen Snap"*. Thimo en ik kijken elkaar aan en moeten hardop lachen.



DEEL 2




ONLINE WERELD IN DE WERKPRAKTIJK





INLEIDING EN INHOUDSOPGAVE

Het eerste deel van deze handreiking gaf een overzicht van diverse thema's en fenomenen binnen de online wereld van jongeren. Het tweede deel van de handreiking betreft verslagen van interviews met professionals. De editor van deze handreiking, Joran de Jong, is op pad gegaan om aan netwerkpartners te vragen op welke manieren zij in hun werk te maken krijgen met de online wereld van jongeren, hoe zij daarmee omgaan en wat volgens hen de laatste trends en fenomenen anno 2023 zijn. Zo komen de volgende professionals aan het woord:

-  [Clemens Streng](#), jongerenwerker en projectleider online leefwereld bij Dock. Hij vertelt over het belang van de online wereld in het jongerenwerk, hoe hij collega's probeert te overtuigen dat zij de online wereld als een belangrijk onderdeel in hun werk zouden moeten beschouwen, hoe hij en zijn collega's online actief zijn en welke initiatieven van Amsterdamse jongerenwerk- en straathoekwerkorganisaties opgezet zijn. Omdat hij zowel projectleider als jongerenwerker 'in het veld' is, weet hij in zijn verhaal praktijkervaring goed te combineren met een strategische visie. De voorbeelden die hij geeft tonen goed aan hoe jongerenwerkers omgaan met de online wereld, ondanks dat dit niet door iedere jongerenwerker op dezelfde manier gedaan wordt.
-  [Safoan Mokhtari](#), projectleider Jeugd en Veiligheid in het Amsterdamse stadsdeel Zuidoost. In het gesprek zoomen we in op de positieve kanten van de online wereld. Daar waar professionals in het jeugd- en veiligheidsdomein met name kijken naar de zorgwekkende dan wel criminele kanten van online jeugdcultuur, vindt Safoan het belangrijk om ook de positieve en ondersteunende elementen te belichten. Gepaard met de ervaring vanuit zijn nevenrol als artiest, schijnt hij een licht op talentontwikkeling, toekomstperspectieven en positieve beïnvloeding van jongeren via social media.
-  [Roos de Haan](#), regisseur Top600 en adviseur schoolveiligheid bij het Actiecentrum Veiligheid en Zorg. Als ervaren regisseur en iemand die veel in contact staat met scholen in de regio Amsterdam-Amstelland, weet Roos veel over de rol die de online wereld speelt bij persoonsgerichte aanpakken, integrale samenwerkingen en de problemen waar scholen mee te maken krijgen. In dit gesprek legt ze uit hoe zij als regisseur hiermee omgaat, wat ze meekrijgt van scholen en welke adviezen zij daarover doorgaans geeft.
-  [Jeffrey Jhanjan](#), werkondersteuner bij GGZ Reclassering Fivoor. Naast zijn werk als professional heeft Jeffrey voor zijn prijswinnende masterscriptie onderzoek gedaan naar de online straatcultuur, delinquent gedrag en hybride werken in reclasseringstrajecten. Hij heeft aangetoond dat het voor reclasseringswerkers belangrijk is om de online wereld van straat-georiënteerde jongeren te betrekken in de wettelijke taak die zij vervullen. In het gesprek legt hij uit waarom dit het geval is en hoe reclasseringswerkers dit zouden kunnen doen.
-  [Digitaal wijkagent](#), daar waar de persoon waarmee gesproken is anoniem wil blijven, gaf diegene wel een goede indruk van wat een digitaal wijkagent doet. Het interview laat zien dat de uitvoering anders ingekleed wordt in verschillende delen van het land, maar ook verschillende delen van dezelfde stad. Bovendien toont het aan waarom het werk van een digitaal wijkagent belangrijk is voor een basisteam van de politie, hoe het contact met jongeren eruit ziet en dat digitaal wijkagenten meer doen dan alleen achter een beeldscherm zitten.
-  [Gregory van Geene](#), netwerkspecialist bij de Amsterdamse politie, district Oost. Als netwerker binnen de politieorganisatie staat Gregory voortdurend in contact met professionals en burgers. Hij richt zich voor een groot deel op jongeren. Aangezien jeugdnetwerken vandaag de dag online ontstaan en onderhouden worden, is de online wereld een onmisbaar onderdeel van Gregory's werk. Hij legt in het gesprek uit hoe hij social media gebruikt, wat volgens hem de laatste trends zijn, wat de rol van ouders kunnen zijn en hoe hij omgaat met zorgelijke online signalen.




I. DE JONGERENWERKER

 **CLEMENS STRENG**


INTRODUCTIE

In Amsterdam spannen veel jongerenwerkers zich elke dag ontzettend hard in voor een veilige leefomgeving voor jongeren. Met een digitaliserende samenleving hoort daar ook een veilige *digitale* leefomgeving bij. Voor dit gesprek praat ik met Clemens Streng, jongerenwerker en projectleider online leefwereld bij Dock. Hij vertelt waarom je als jongerenwerker niet meer om de online wereld heen kan, welke initiatieven er in Amsterdam zijn op dat gebied, op wat voor manieren jongerenwerkers de online wereld betrekken in hun werk en wat daarvan voorbeelden zijn.


HET INTERVIEW

 **Wie ben je?**

Ik ben bij Dock zowel jongerenwerker als projectleider online leefwereld. Dock wil de online leefwereld structureel geïntegreerd hebben in onze diensten, dit is nog niet waar we het hebben willen. Het is mijn taak om de mogelijkheden daarvoor te onderzoeken en jongerenwerkers te stimuleren om deze toe te passen. Dit deed ik in Amsterdam en doe ik nu in Utrecht.

 **Hoe doe je dat dan? Hoe overtuig je jongerenwerkers om de online leefwereld in hun werk te betrekken?**

Dat verschilt per jongerenwerker. Als de online wereld onbekend is voor een jongerenwerker vlieg ik dat anders aan dan bij een jongerenwerker die daar wel bekend mee is. Ik probeer in ieder geval eerst te kijken wat diegene leuk vindt en waar hij of zij goed in is. Van daaruit stel ik de vraag hoe de online wereld hen kan helpen in het bereiken van hun doelen.

 **Op wat voor manieren kan de online wereld dan helpen in het jongerenwerk?**

Dat verschilt dus. Als een jongerenwerker niet op social media wil zitten — ondanks dat ik daar wel voorstander van ben — zijn er heel veel opties om toch de online wereld te betrekken in het werk met jouw doelgroep. Denk bijvoorbeeld aan activiteiten waarmee je met jongeren het gesprek aangaat over social media, zelfbeeld en identiteit. Maar ook aan bijvoorbeeld een project waar we mee bezig zijn genaamd de 'monitor online leefwereld'. Dit idee is afkomstig uit Arnhem, waar jongerenwerkorganisaties AM-Supportteam en Presikhaaf University bij jongeren tegen een vergoeding ophalen wat ze tegenkomen tijdens het scrollen op social media. Dit wordt samengevat in een monitor die jongerenwerkers kunnen inzien. Dit idee hebben we overgenomen en op onze eigen manier zijn we dit aan het doorontwikkelen. Zo kun je toch meekrijgen wat er online speelt onder jongeren zonder zelf online aanwezig te zijn als jongerenwerker – ook al is zelf online zijn natuurlijk beter.

Maar als je als jongerenwerker wél met een eigen professioneel account op social media zit, kan dat vele voordelen opleveren. We hebben het als jongerenwerkers vaak over presentie – dit wil je niet alleen offline



voeren, maar ook online. Toen wij bijvoorbeeld gastlessen gaven op scholen, zochten leerlingen ons via Instagram op om terug te komen op kwetsbare gesprekken die we klassikaal hadden. Jongeren durven over het algemeen meer online, dus durven ze ook sneller naar je toe te stappen. Bovendien weet je ook veel beter wat er speelt onder jouw doelgroep als je zelf online bent. Als je niet online aanwezig bent heb je daar misschien wel op hoofdlijnen een beeld bij, maar ik denk dat dat beeld niet volledig is.

🗣️ Dat is dus voornamelijk informatie ophalen en benaderbaar zijn. Plaatsen jongerenwerkers zelf ook berichten online?

Daar zijn verschillende ideeën over. Sommigen zijn van mening dat communicatie over jongerenwerk voornamelijk via het hoofdaccount van de organisatie zou moeten gaan. Ik sta daar wel anders in. Ik geloof sterk in de persoonlijke relatie met jongeren uit de doelgroep. Deze relatie kan versterkt worden als je zelf aantrekkelijk bent om te volgen en te benaderen. Ik zie veel jongerenwerkers bijvoorbeeld een foto maken met hun jongeren en hen daarin *taggen*. Zo houd je jouw account relevant. Als gevolg benaderen jongeren je ook sneller. Een ander voorbeeld dat ik ken is van jongerenwerkers die in hun Instagram-verhaal allerlei vragen stelden aan hun volgers. Het waren vaak makkelijke vragen over onderwerpen die jongeren interessant vonden. Daar werd goed op gereageerd en dat gaf ook de ruimte om over bepaalde thema's door te vragen. Brengen en halen gaan dus regelmatig hand in hand.

🗣️ Je bent zelf ook als jongerenwerker actief 'in het veld' – zoals ze dat zeggen. In welke mate krijg jij te maken met de online wereld?

Ik werkte de laatste tijd als jongerenwerker op een school en alle kids zitten tijdens de pauze op hun schermje te kijken. Paradoxaal genoeg, word je ook tijdens 'offline veldwerk' dus constant geconfronteerd met de online leefwereld. Het kruist continu onze wereld. Soms omdat we het zelf opbrengen tijdens gesprekken over online thema's, zoals we laatst op scholen hebben gedaan over cyberpesten. Maar veel vaker omdat het bij jongeren gewoon *top of mind* is. Je hoeft dus niet eens per se online aan het werk te zijn om er mee te maken te krijgen.



🗣️ Je bent zelf ook actief op social media met professionele accounts. Op welke apps doe je dat en hoe gebruik je die?

Ikzelf gebruik alleen Instagram en BeReal omdat de doelgroep waar ik mee werk daar voornamelijk op zit. Andere jongerenwerkers gebruiken juist Snapchat en TikTok omdat dat hen beter helpt in het contact met hun doelgroep. Ik ben wel strikt in het onderscheid tussen privé en professionele accounts. Ik heb aparte profielen die ik gescheiden houd. Als ik op mijn privéprofiel benaderd zou worden dan zou ik ook wel aangeven dat dat niet de bedoeling is.

Verder doe ik eigenlijk online wat ik 'offline' ook zou doen als jongerenwerker. Maar er zijn wel andere dynamieken en regels die gelden in de online wereld, zoals het gebrek aan lichaamstaal en intonatie. Dat probeer ik goed aan te voelen en bewust van te zijn.

🗣️ Wat kun je vertellen over de inspanningen in Amsterdam omtrent online jongerenwerk?

Vanuit Samen voor Jongeren Amsterdam vormen zeven jongerenwerk- en straathoekwerkorganisaties een samenwerkingsverband op verschillende ontwikkelopgaves. Eén opgave is de online leefwereld en digitaal jongerenwerk. Ik zit vanuit dat thema in een werkgroep waarin we ook daadwerkelijk *werken* aan handvatten die jongerenwerkers en straathoekwerkers kunnen gebruiken om met de online wereld te werken. Dat kan bijvoorbeeld gaan om kennisvergaring aan de hand van een *E-learning*, kaartspelletjes en webinars. Maar ook het sluiten van een convenant met Digital Rights House, onderwijs, scholen, gemeente en de wethouder Digitale Stad om een veilige digitale leefwereld te creëren voor jongeren.

🗣️ Tot slot, wat zou je professionals nog willen meegeven?

Begin gewoon. Begin klein, maar ga iets doen om het balletje te laten rollen. Ik weet zelf ook dat het een drempel is en dat je tegen weerstand bij jezelf of bij collega's gaat aanlopen. Maar als je niks doet, missen we een complete wereld die onder onze doelgroep leeft. Kijk waar je goed in bent en wat je leuk vindt en vraag jezelf vervolgens af hoe je dit kunt vertalen naar de online leefwereld. Maar kijk ook hoe je anderen, binnen verschillende lagen in de organisatie, kunt stimuleren om dit ook te doen. Verandering is een ingewikkeld beestje en vereist wat kracht op verschillende niveaus. Bijvoorbeeld het team af en toe even wijzen op waar we voor staan, welke visie we hebben en waarom digitalisering geen vraag is maar een feit waar wij vanuit het welzijnswerk op *moeten* reageren.





II. DE PROJECTLEIDER JEUGD & VEILIGHEID ZUIDOOST

 SAFOAN MOKHTARI

INTRODUCTIE

Binnen de stadsdelen werken projectleiders Jeugd & Veiligheid nauw samen met lokale partners op het gebied van jeugdoverlast en -criminaliteit. Zij dragen zorg voor een integrale aanpak in het jeugd- en veiligheidsdomein op lokaal niveau. In Zuidoost vult Safoan Mokhtari dit in op een manier die goed bij hem past: met zijn kennis van de (online) straat en zijn rol als artiest weet hij werelden aan elkaar te verbinden. In dit gesprek weidt hij voornamelijk uit over de positieve kanten van de online wereld. Hij laat zien hoe de online wereld jongeren ook positief kan beïnvloeden en waarom dit belangrijk is voor professionals om bewust van te zijn.


HET INTERVIEW

 Wat doe je als projectleider Jeugd & Veiligheid bij stadsdeel Zuidoost?

Mijn werk houdt in dat ik de verbinding maak tussen leef- en systeemwereld, netwerken in kaart breng en de juiste partners met zowel elkaar als het systeem verbindt. Je kunt dit zien als een kraakbeenfunctie. Net zoals een kraakbeen botten verbindt en wrijving daartussen vermindert, probeer ik de systeemwereld van netwerkpartners en de leefwereld van jongeren met elkaar te verbinden en eventuele wrijving te verminderen.

 Hoe raakt de online wereld jouw werk?

Naast dat ik projectleider Jeugd en Veiligheid ben, ben ik ook artiest. Ik sta dus ook veel in contact met jongeren in de *entertainment business* en met labels. Dit contact is grotendeels online. Ook de manier waarop ik mezelf als artiest presenteer gaat via social media. Ik probeer mijn werelden als artiest en ambtenaar te kruisbestuiven om leef- en systeemwereld dichterbij elkaar te brengen. Hierdoor speelt de online wereld onvermijdelijk een grote rol in mijn werk. Ik krijg veel mee over wat er online speelt: wat gebeurt er, wat leeft er, wat zijn de laatste trends? Jongeren benaderen mij met vragen en ik kan ze helpen of ingangen bieden.

 Je benadert de online wereld dus als een middel om jongeren te ondersteunen. Zie jij vanuit jouw werk dat social media de persoonlijke ontwikkeling van jongeren kunnen stimuleren? Heb je daar voorbeelden van?

Ik ken veel voorbeelden. Ik zie dat jongeren veel makkelijker vrienden maken online. Ook na schooltijd zijn ze voortdurend in contact met elkaar. Er zijn daarnaast ontzettend veel mogelijkheden om talenten te verkennen en uit te breiden online, maar ook om te ondernemen. Jongeren kunnen kleding verkopen of content, zoals videoclips, maken waar ze aan verdienen. Ik ken jongeren die bezig zijn met [dropshipping](#) of producten aanbieden via bol.com.

Het gros van de kwetsbare jongeren gelooft er niet in dat ze een leuke stageplek of baan kunnen krijgen. Daar

speelt arbeidsdiscriminatie ook een rol bij. Op het internet lopen ze bijna niet tegen die beperkende grenzen aan: ze kunnen zelf aan de slag. Tegelijkertijd zijn er weinig *beschermende* grenzen. Ik ken ook jongeren die online ergens mee in zee zijn gegaan en hier achteraf spijt van hebben. Maar ook dat is een leerproces.

🗣️ Waarom is het belangrijk dat professionals ook dit perspectief van social media zien?

Professionals zien vaak de gevaren en de niet-leuke kanten van de online wereld. Wij benaderen de online wereld ook vaak op die manier. De voordelen die social media voor jongeren met zich meebrengen moeten echter ook genoemd worden. Als je die voordelen niet noemt, misken je het feit dat jongeren anders naar de wereld kijken. Soms klaagt men bijvoorbeeld dat jongeren tegenwoordig minder sociale contacten hebben. Jongeren denken alleen maar: *"minder sociale contacten? Ik heb 500 volgers, waar heb jij het over?"*. We moeten dus leren kijken door de bril van de jongeren.

🗣️ Maar hoe leren we dan om te kijken door de bril van jongeren?

Ik hoor collega's in het werkveld weleens zeggen *"ik begrijp het wel, maar ik heb het niet zo met social media. Ik ben nog te ouderwets"*. Ik kan dat respecteren, maar ik vind wel dat elke collega in het jeugd- en veiligheidsdomein op zijn minst kennis moet hebben over hoe de online wereld in elkaar steekt. Hopelijk kan deze handreiking daaraan bijdragen.

En het zijn niet alleen professionals of experts die deze kennis kunnen overdragen. Ik denk dat we jongeren zo ver moeten krijgen dat zij tegen anderen, zoals bijvoorbeeld hun ouders, kunnen vertellen wat ze meemaken online. Dat gaat dus ook over de positieve en ondersteunende elementen: wat speelt er en wat leeft er? Jongeren zullen vrijer praten wanneer ze weten dat je de online wereld kent.

🗣️ Wat zie je daar nog wel eens in misgaan? Wat is de grootste misvatting die professionals hebben over de online wereld?

Wat ik veel hoor is dat men zich ergert over lege voetbalpleintjes en het feit dat jongeren minder fysiek bij elkaar komen. Ik ben er ook een paar keer ingetrapt dat ik dit uitspreek. Zelf mis ik het ook om met jongeren uit de buurt te voetballen en buiten te zijn tot de lantaarnpalen aangaan – en zelfs nog tot daarna. Maar dat was vroeger! Dat de voetbalpleintjes leeg zijn betekent niet dat jongeren niet meer met elkaar voetballen. Ze voetballen nu online met elkaar, alleen wij zien dat niet. Jongeren komen nog steeds bij elkaar vanuit hun eigen kamer. Ik heb ook liever dat zij fysiek bij elkaar komen, maar we leven in een andere tijd. Alles is digitaal en we leven in een digitaal tijdperk, kinderen krijgen zelfs les op de iPad. Dat kwartje móét bij professionals vallen. Wanneer je dat beseft, begin je de leefwereld van jongeren pas echt te snappen. En wanneer je hun leefwereld snapt, zullen ze ook sneller naar je toe komen.





III. DE TOP600 REGISSEUR & ADVISEUR SCHOOLVEILIGHEID

 **ROOS DE HAAN**

INTRODUCTIE

In dit gesprek praat ik met Roos de Haan, zij werkt bij het Actiecentrum Veiligheid en Zorg en is als [regisseur](#) verbonden aan de [Top600 aanpak](#). Dit houdt in dat ze de inzet van alle betrokken partijen rondom een persoon in de Top600 aanpak overziet, verbindt en afstemt. Daarnaast is ze ook adviseur bij het Operationeel Team Schoolveiligheid (OTSV), dat scholen ondersteunt bij veiligheidskwesties. Hierdoor kan ze niet alleen goed vertellen hoe regisseurs (volgens haar zouden moeten) omgaan met de online wereld, maar ook welke problemen zich op scholen voordoen.

HET INTERVIEW

Hoe houdt een Top600 regisseur zich bezig met de online wereld?

Ik denk dat regisseurs vooral bewust moeten zijn van het feit dat de online wereld vaak een belangrijke rol speelt bij personen in de aanpak, met name bij jongeren. We zijn toch vooral bezig met de fysieke interventies: op werk, op school, thuis. We vergeten de online wereld soms te snel. Tegelijkertijd is het als regisseur lastig om zicht te krijgen op de online wereld, mede omdat we daar vaak geen wettelijke bevoegdheden voor hebben. Het is denk ik de taak van de regisseur om te weten welke partners en interventieplegers (professionals die al bekend waren met de Top600 persoon of die vanuit de Top600 aanpak ingezet zijn) wel zicht hebben op de online wereld. Je zou dit met hen kunnen bespreken en afspraken kunnen maken over online signalen die zij eventueel opvangen. Ik denk dat je dit bij iedere casus zou moeten verkennen. Het kan natuurlijk per casus verschillen of zicht op de online wereld nodig is.



Hoe belangrijk is kennis over online trends en fenomenen voor een regisseur?

Online trends gaan heel snel, dus ik weet niet of het voor alle regisseurs mogelijk is om daar alles over te weten te komen. Maar je zou als regisseur wel moeten weten waar je die kennis kunt ophalen op het moment dat het relevant voor je is. Bijvoorbeeld als je niet weet hoe je de betrokkenheid van een jongere in de drillrapscene moet duiden. Dan is het goed om te weten bij wie je navraag kunt doen. Ik denk dus dat regisseurs voornamelijk zouden moeten investeren in het creëren van een netwerk met experts over de online wereld.

Ken jij voorbeelden waarin de online wereld juist een ondersteunend element is geweest bij personen in de aanpak?

Ik ken twee soorten voorbeelden. Ten eerste is het voor jongeren veel logischer om contact te zoeken via social



media dan te bellen of te mailen. Daardoor is de drempel lager om hulp te zoeken bij professionals die een online werkprofiel hebben. Het gebeurt regelmatig dat jongeren op die manier interventieplegers om hulp vragen. Als ik bijvoorbeeld sommige jongeren probeer te benaderen, moet ik altijd via Whatsapp bellen. Anderen hebben geen eens Whatsapp en alleen Snapchat om te communiceren. Dat laat zien dat zij hele andere communicatiekanalen gebruiken; kanalen waar ze professionals die een online profiel hebben wel kunnen vinden. Ten tweede ken ik ook voorbeelden van jongeren die muziek maken en begeleid worden in hoe zij zichzelf online als artiest kunnen profileren. Dat is natuurlijk een mooie interventie in talentontwikkeling.

🗣️ Je bent ook adviseur vanuit het Operationeel Team Schoolveiligheid bij het AcVZ, hoe krijgen scholen te maken met de online wereld?

Elke school die ik spreek benoemt het altijd zelf. Dit gaat vaak over ruzies, wapens of geweldincidenten die worden gefilmd. Op social media ontstaan ruzies die vervolgens op school uitgevochten worden, of er ontstaat iets op school dat op social media doorgaat. Scholen hebben er heel weinig zicht en grip op. Maar er komen wel vaak leerlingen naar schoolmedewerkers toe om te vertellen of te laten als er iets zorgelijks online afspeelt. Op die manier krijgen leerkrachten, op basis van een vertrouwensrelatie, toch signalen mee over de online wereld. Als Operationeel Team Schoolveiligheid kunnen we vervolgens adviseren over voorlichtingen voor zowel leerlingen als docenten over online risico's.

🗣️ Hoor je ook veel over andersoortige problematiek bij scholen?

Drugscriminaliteit die online plaatsvindt horen we weinig. Daarentegen horen we wel regelmatig dat leerlingen naaktfoto's van meiden doorsturen. Dat krijgen schoolmedewerkers dan te horen via ouders of leerlingen zelf. Wij kunnen bij dit soort gevallen de school verbinden aan het meidennetwerk in de stadsdelen of aan de [ROSA-aanpak](#).





IV. DE RECLASSERINGSWERKER

 **JEFFREY JHANJAN**

INTRODUCTIE

Reclasseringswerkers adviseren over en houden toezicht op verdachten en daders, maar worden hierin beperkt door een gebrek aan zicht op en kennis over de online wereld. Dat blijkt uit het onderstaande gesprek met Jeffrey Jhanjan. Hij verbindt wetenschap en praktijk door zijn ervaringen als professional bij de Reclassering te gebruiken in zijn masterscriptie. Zijn onderzoek bevat acht adviezen over de manieren waarop de Reclassering *straatcultuursensitief* te werk kan gaan. Door de succesvolle ontvangst van zijn scriptie verschijnt in 2024 een hoofdstuk in een nieuwe versie van het boek *Werken in Gedwongen Kader* — een methodiek in forensisch sociaal werk. Hierin werkt Jeffrey in samenwerking met criminoloog Jeroen van den Broek de adviezen verder uit. Daarbij speelt de online wereld een belangrijke rol, zoals hij benadrukt in het onderstaande gesprek.

HET INTERVIEW

Wie ben je en wat doe je?

Ik ben Jeffrey Jhanjan en werk sinds 2013 bij GGZ Reclassering Fivoor. Momenteel ben ik werkondersteuner en betrokken bij het PIJ Casuïstiek Overleg in het arrondissement Den Haag. In 2021 heb ik de master forensisch sociale professional aan de Hogeschool Utrecht gedaan. Voor mijn masterscriptie ontving ik in 2022 de Anneke Menger scriptieprijs. Dit was een onderzoek naar de online straatcultuur, delinquent gedrag en hybride werken in reclasseringstrajecten.

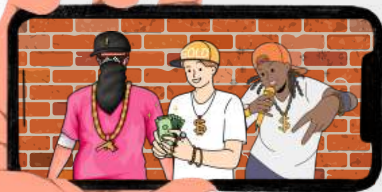
Kun je meer vertellen over hoe die online straatcultuur er in jouw onderzoek uitziet?

Binnen de straatcultuur hebben jongeren bepaalde opvattingen, normen, waarden en gedragscodes die hun identiteit vormen. We noemen dit ook wel een straatidentiteit. We zien dat zo'n straatidentiteit steeds meer online gevormd en verspreid wordt. Het gedrag dat hierbij hoort vindt dus ook steeds meer online plaats en vormt als het ware de online straatcultuur. Tegelijkertijd heeft de online straatcultuur invloed op de offline wereld, bijvoorbeeld omdat jongeren nieuwe sociale contacten leggen of omdat online conflicten leiden tot offline geweld.

Hoe krijgen reclasseringswerkers te maken met de online straatcultuur?

Straatcultuur, zowel online als offline, hoeft niet per definitie crimineel te zijn. Wel bestaat er een criminele subcultuur binnen de straatcultuur. Reclasseringswerkers krijgen hierdoor regelmatig te maken met jongeren die straat-georiënteerd zijn. Zij zien dat reclasseringscliënten online doodsb bedreigingen uiten of online wapens tonen en daarmee vervolgens schieten in de openbare ruimte. Maar ook op een indirectere wijze zien zij reclasseringscliënten die online beweren dat ze betrokken zijn bij criminaliteit. Of ze tonen op social media grote stapels met geld en luxe goederen, waarbij reclasseringswerkers zich afvragen hoe zij hieraan komen.

Hoe zouden reclasseringswerkers volgens jou moeten omgaan met de online straatcultuur?



Eenzijds zouden zij meer zicht moeten hebben op het online domein. Dit is nog lang niet gemeengoed in reclasseringstrajecten. Hierdoor kunnen belangrijke risicosignalen worden gemist. Waarschijnlijk worden deze dan ook niet meegewogen in risicotaxaties, terwijl dit in bepaalde gevallen wel mag. Reclasseringswerkers mogen namelijk openbaar toegankelijke online bronnen raadplegen voor informatie over reclasseringscliënten als zij daar legitieme redenen voor hebben. Dit kunnen verschillende redenen zijn, bijvoorbeeld wanneer een cliënt een delict heeft gepleegd waarbij online uitingen een belangrijke rol speelden. Dan zou het bekijken van videoclips op YouTube van die persoon een handeling kunnen zijn die reclasseringswerkers vanuit hun wettelijke reclasseringstaak mogen uitvoeren. De reclassering stelt zich immers ten doel om het gevaars- en recidiverisico van hun cliënten terug te dringen. Maar dit kent ook grenzen. Reclasseringswerkers mogen hun cliënten niet dagelijks of structureel online monitoren. Het online onderzoek blijft dus bij een incidentele raadpleging.

Anderzijds is *alleen* het betreden van de online wereld vaak niet voldoende. Reclasseringswerkers zouden ook kennis moeten hebben over de online straatcultuur en de risicosignalen die daarbij horen. Ze zouden dus moeten kunnen snappen wat ze online zien en horen. Wanneer je bijvoorbeeld niet weet dat een broccoli emoji voor wiet staat en een sneeuwvlok emoji voor cocaïne, dan kun je wel online informatie verzamelen maar dan begrijp je nog steeds niet de betekenis van een bepaald bericht. Tegelijkertijd is niet alles wat online staat ook daadwerkelijk echt. Maar dit is soms lastig te duiden, het vergt een bepaalde expertise. Niet iedere reclasseringswerker bezit deze vaardigheden. Reclasseringswerkers zouden er dus goed aan doen om hier deskundigheidsbevordering in te krijgen.

🧠 Hoe kunnen reclasseringswerkers dan deskundiger worden over de online straatcultuur?

Er zijn heel veel manieren waarop dat kan. Allereerst kunnen reclasseringswerkers simpelweg getraind worden om risicosignalen, kenmerken, achtergronden en invloeden van online straatcultuur te herkennen en te duiden. Reclasseringswerkers krijgen hier regelmatig mee te maken, maar begrijpen niet alles. Denk bijvoorbeeld aan een intern en *up-to-date* straattaalwoordenboek als een concrete handvat.

Verder is het belangrijk dat reclasseringswerkers zich gesteund voelen door uniform en landelijk beleid. Hierdoor zullen zij duidelijke handvatten krijgen om, conform de privacywetgeving, de online wereld te betrekken in reclasseringstrajecten. Momenteel (anno 2023) is er nog sprake van een summier en versplinterd beleid. Bovendien is er nog te weinig aandacht voor de online wereld in gestandaardiseerde werkprocessen. Hierdoor mist er een soort van stimulering voor reclasseringswerkers om aandacht te hebben voor de online wereld. In standaard risicotaxaties wordt de online wereld bijvoorbeeld te weinig meegenomen. Een oplossing zou kunnen zijn om binnen deze instrumenten expliciet te vragen naar online gedragingen. Op deze manier worden reclasseringswerkers gestimuleerd om de online leefwereld structureel in ogenschouw te nemen en onderdeel te maken van de risicotaxaties.

🧠 Waarom is het belangrijk dat de online wereld wordt meegenomen in reclasseringswerk? Wat zou jij reclasseringscollega's daarover willen meegeven?

Door de online en offline werelden bij elkaar te brengen krijgt men een completer beeld van leefgebieden die invloed kunnen hebben op delinquent gedrag. Bovendien kan het doorgronden van online straatcultuur zorgen voor nieuwe begeleidingsmogelijkheden. Met meer zicht op en kennis over online straatcultuur zouden zij antisociale denkpatronen, gedragingen of pro-criminele houdingen beter kunnen signaleren en begrijpen. Maar ook beter positief kunnen beïnvloeden! De invloed reikt namelijk verder dan alleen de online wereld. Je kunt een betere band opbouwen met een cliënten als je hun wereld begrijpt. Dit kan bijdragen aan effectieve gedragsverandering in de offline wereld en een vermindering van het recidiverisico.



V. DE DIGITAAL WIJKAGENT

INTRODUCTIE

De politie wil de verbinding aangaan in de wijk, de wereld en op het web. In dat kader werken digitaal wijkagenten in alle drie domeinen. Voor dit gesprek ben ik (Joran de Jong) langsgegaan bij een digitaal wijkagent om meer te weten te komen over de functie en de dagelijkse taken die zij vervullen. Het is een gesprek waaruit blijkt dat digitaal wijkagenten van grote waarde zijn voor hun basisteam, maar ook dat zij nogal kunnen verschillen in hoe de functie wordt ingekleed.

De naam van de digitaal wijkagent wordt vanwege privacy-redenen niet openbaar bekendgemaakt.

HET INTERVIEW

Hoe anders is het werk van een digitaal wijkagent ten opzichte van een 'gewone' wijkagent?

Een groot deel is hetzelfde, maar wij werken anders dan een 'gewone' wijkagent omdat wij geen vaste wijk hebben. Onze wijk is niet gekaderd en de hele 'online' wijk valt onder onze verantwoordelijkheid. De digitaal wijkagent is dus de digitale ogen en oren van een basisteam, maar levert ook gevraagd of ongevraagd online informatie aan agenten op straat of voor de recherche. Zij zijn met andere woorden dus het digitale verlengstuk van een basisteam en de schakel tussen de recherche, de politie op straat en het netwerk van formele partners. Digitaal wijkagenten doen verder online wat zij ook offline zouden doen. Daarbij zit niet elke digitaal wijkagent alleen maar achter het scherm. Zij gaan soms ook mee naar bijeenkomsten met bewoners over digitalisering, draaien diensten mee in de noodhulp of leggen een huisbezoek af. Het hangt ervan af of het digitale element belangrijk is in een specifieke 'offline' dienst of casus. Verder coachen digitaal wijkagenten regelmatig collega's om hen op een laagdrempelige manier digitaal vaardiger te maken.

Niet elke digitaal wijkagent werkt echter hetzelfde. Per basisteam werkt de politie aan de hand van een teamplan. Hierin staan thema's geprioriteerd op basis van het gebied van het basisteam. De rol van een digitaal wijkagent binnen het gebied is daar dus op ingericht.

Niet elke digitaal wijkagent doet dus hetzelfde, waarin verschillen zij?

Eigenlijk op drie punten. Ten eerste de prioritering van thema's en doelgroepen aan de hand van de lokale context. In mijn geval ben ik bijvoorbeeld 75% van mijn werk bezig met jongeren omdat dit past bij het gebied waar ik in werk. Een digitaal wijkagent in een ander gebied of andere stad kan weer andere prioriteiten hebben.

Ten tweede of en hoe digitaal wijkagenten zichzelf online profileren. Niet elke digitaal wijkagent heeft een eigen social media profiel waarin zij met hun eigen naam, foto en functie staan afgebeeld. Het is een veelgemaakte misvatting dat iedere digitaal wijkagent TikTok filmpjes maakt. Dit is een afweging die zijzelf en het basisteam kunnen maken. Sommige digitaal wijkagenten zijn online actief vanuit een algemeen account waarin het basisteam als gebruikersnaam staat vermeld en het politielogo als profielfoto dient.

Ten derde is het voor elk digitaal wijkagent een eigen afweging of zij actief anderen benaderen of juist reactief handelen. In die afweging speelt de lokale context een belangrijke rol: werkt de digitaal wijkagent bijvoorbeeld in



een wijk met veel wantrouwen richting de politie? Dan zou actief burgers benaderen in sommige gevallen juist averechts kunnen werken.

Welke rol spelen jongeren in het werk van digitaal wijkagenten?

Dat verschilt dus per team op basis van het teamplan, in mijn geval is dit ongeveer 75% van mijn werk. We krijgen te maken met allerlei soorten jeugdcriminaliteit. Dit kan gaan om drugsgerelateerde criminaliteit, geweld, vermogensdelicten of zedendelicten. Het is daarin echt een weerspiegeling van de offline wereld. Is er veel drugsgerelateerde criminaliteit in het gebied waar je werkt? Dan zie je dit online ook terugkomen.

Maar digitaal wijkagenten krijgen ook regelmatig vragen van jongeren. Bijvoorbeeld over verkeersregels, zorgen over een buurvrouw of hoe ze een boete moeten betalen. Daarmee zijn digitaal wijkagenten in sommige gevallen ook een zichtbaar online contactpersoon voor jongeren. Zij zijn immers de doelgroep die veel op social media aanwezig zijn en op die manier dus ook de politie benaderen. Dit gaat in samenwerking met een social media team. Dit is een groep collega's die affiniteit hebben met social media. Dit is per eenheid verschillend.

De online wereld houdt zich niet aan fysieke grenzen en gaat 24/7 door. Hoe gaat een digitaal wijkagent daarmee om?

Je probeert zoveel mogelijk mee te krijgen door verslagen in de politiesystemen en het algemene nieuws te lezen. Het is echter niet bij te houden. Je moet er slim mee omgaan. Als je vanuit collega's op straat te horen krijgt dat er iets speelt in een bepaalde wijk, dan ga je daar online op zoeken. Je koppelt dus offline informatie over actualiteiten in de wijk aan online zoekopdrachten. Op die manier probeer je zo efficiënt mogelijk met deze beperkingen om te gaan.

Met wat voor vragen kunnen professionals naar een digitaal wijkagent stappen?

Sowieso kunnen professionals bij digitaal wijkagenten terecht voor alle strafbare feiten met een digitaal element die zich binnen het gebied van het basisteam afspelen, zoals bijvoorbeeld online afpersing, sextortion of online fraude. Eigenlijk alle aspecten die je ook aan een 'gewone' politieagent zal vragen, maar dan met het digitale element erbij. Als het gaat om technische vragen over cybercriminaliteit weet niet iedere digitaal wijkagent daar de details van, maar hij of zij kan wel doorverwijzen binnen zijn of haar netwerk in de organisatie. Daarmee hebben digitaal wijkagenten ook een schakelfunctie: zij onderhouden een netwerk binnen de organisatie als het gaat om digitaliseringsvraagstukken.

Hoe zie jij de toekomst van de digitaal wijkagent voor je?

Mijn persoonlijke visie is dat het mooi zou zijn als de functie over een jaar of tien is uitgestorven. Dat iedere collega zo digitaal vaardig en onderlegd is dat wij geen digitaal wijkagent meer nodig hebben. In dat geval zouden alle agenten zowel online als offline hun werk doen. Collega's hebben namelijk moeite met de digitalisering van de samenleving. Ik vind dat de digitaal wijkagent een belangrijke taak heeft om hen gerust te stellen. Voel je niet dom, weet dat we de online wereld niet altijd kunnen bijbenen, leg de druk niet te hoog, blijf bij jezelf, vraag desnoods hulp aan collega's, maar probeer je er wel in te verdiepen.





VI. DE NETWERKSPECIALIST (POLITIE)

 **GREGORY VAN GEENE**


INTRODUCTIE

De online leefwereld is binnen de politieorganisatie niet alleen maar berust op digitaal wijkagenten. In de verbinding die politiemedewerkers met professionals en burgers maken spelen social media een onmisbare rol, aldus Gregory van Geene, netwerkspecialist bij de Amsterdamse politie. In dit gesprek vraag ik hem hoe de online wereld hem helpt in het opbouwen en onderhouden van netwerken, waar nog kansen liggen, maar ook wat hij het afgelopen jaar (2023) heeft gezien als opkomende online trends en ontwikkelingen onder jongeren.


HET INTERVIEW

 **Wat houdt jouw functie in?**

Ik ben bezig om constant nieuwe en zichtbare netwerken te verkennen, zowel formeel als informeel. Maar ook zowel in district Amsterdam Oost als online. Het doel hiervan is om te stimuleren dat de politie beter in verbinding staat met deze netwerken. Dit doe ik vanuit een bredere context dan alleen repressie.


 **Hoeveel ben jij daarin bezig met jeugd en hun online wereld?**

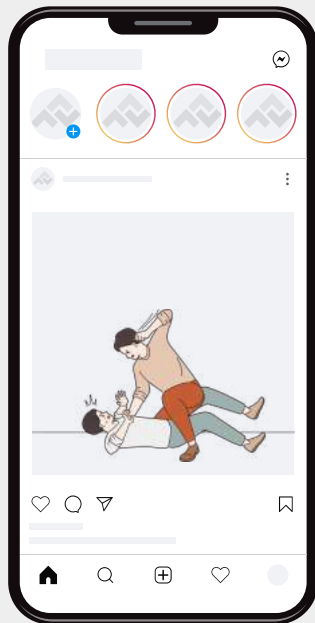
Voor ongeveer 70 procent van mijn werk ben ik bezig met jeugd. Het is niet zozeer dat dit expliciet aan mij gevraagd is, maar de lokale context van het district waar ik in werk vraagt daarom. Dat zorgt er ook voor dat de online wereld een belangrijk onderdeel speelt in mijn werk. Netwerken (als werkwoord) gebeurt niet meer fysiek, ik vind dat je als netwerkspecialist ook online moet netwerken.

 **Hoe gebruik jij social media om netwerken met de jeugd te bouwen?**

Ik heb eigen social media profielen, waar ik mezelf met naam en functie presenteer. Ik leg contacten met *influencers* die op hun beurt weer contacten hebben met de jeugd om te kijken of we kunnen samenwerken om een thema te agenderen online. Verder volg ik de kanalen die jongeren ook volgen. Het is voor mij een interessante informatiebron: wat zijn de trends, wat zien we gebeuren, wat wordt er besproken? Als ik dat kan koppelen aan dynamieken in de wijk, dan is dat voor mij waardevolle informatie.

Ik bouw ook contacten met jongeren uit de wijk via social media. Sommigen volgen mij, soms *tag* ik jongeren om ze aan me te binden en ik plaats regelmatig content die zij interessant vinden zodat ik zelf ook aantrekkelijk ben om te volgen. Dit kunnen jongeren zijn die ik offline al ken, maar ook jongeren uit de wijk die ik alleen online ken. Social media helpt mij dus niet alleen om netwerken te onderhouden, maar helpt mij ook ontzettend in het verkennen van en verbinden met nieuwe (online) netwerken.

 **Als we kijken naar het afgelopen jaar, welke trends onder jongeren vallen jou dan op?**



Ik zie dat jongeren steeds makkelijker gevoelige thema's bespreken online. Bijvoorbeeld acceptatie van de LHBTQI+ gemeenschap of dat ze zich uitspreken tegen discriminatie. Dat vind ik een positieve ontwikkeling. Een zorgwekkende ontwikkeling vind ik de toename van geweld en filmpjes die hiervan gemaakt en verspreid worden online. Dat zie ik de afgelopen tijd enorm toenemen.

👤 Hoe ga je als netwerkspecialist om met dit soort filmpjes die je online tegenkomt?

Het is niet zozeer mijn expliciete taak om dit soort zaken online te signaleren, maar ik heb het wel naar mij toegetrokken. Het is juist een belangrijk onderdeel van mijn taak. Wanneer ik dit soort filmpjes tegenkom bespreek ik het met de [digitaal wijkagent](#). Vervolgens kijken we samen wat we ermee moeten doen. Kunnen we de identiteit van de personen op deze beelden achterhalen, herkennen we strafbare feiten, moeten we huisbezoeken afleggen of kunnen we het filmpje offline halen in samenwerking met het platform?

Wanneer ik online iets signaleer waar ik iets mee moet, dan handel ik direct – ook fysiek in de 'offline' wereld. Dit is ontzettend belangrijk. Bijvoorbeeld wanneer er opgeroepen wordt tot geweld, dan denk ik niet: *"het waait wel over"*. Ik handel direct door deze persoon aan te spreken. Daarmee haal je ook de anonimiteit eruit. Jongeren hebben vaak een offline identiteit en een [online identiteit](#). Door opvolging te geven aan online signalen haal je ze uit de anonimiteit en laat je hen weten dat je hun online identiteit ook kent. Dit kun je vervolgens ook zichtbaar maken aan een ouder.

👤 Hoe doe je dit, hoe betrek je ouders bij de online wereld van hun kinderen?

Door bewustwording en inzage te geven in de online identiteit van hun kind. Ik denk dat we ouders daarin moeten helpen. Een van de redenen dat we gelijk opvolging moeten geven bij online signalen is dat we ouders kunnen meenemen in de online uitingen van hun kind door gelijk het gesprek aan te gaan. Dit hebben we vaker gedaan en dit heeft altijd goed uitgekapt. Het gebeurt alleen nog niet structureel genoeg en we kennen binnen de formele netwerken nog geen proces waarin dit is geborgd. Daar zit nog wel werk aan de winkel.

👤 Je stipt meermaals het belang aan van direct opvolging geven aan online signalen. Tegelijkertijd gaat de online wereld 24/7 door. Hoe blijf jij up-to-date?

Dat is lastig. Ik probeer op de juiste tijden online te kijken. Dat is voor mij rond 07:00, 12:00 en 18:00. Ik heb ook maar een aantal uur in de week waarop ik dit kan doen. Daarom probeer ik daar slim mee om te gaan.

👤 Tot slot, wat zou jij professionals in het jeugd- en veiligheidsdomein willen meegeven over rol van de online leefwereld van jongeren in hun werk?

Zorg dat je online aanwezig bent: zorg dat je *engaged* bent. Dan pas ga je de online leefwereld van jongeren begrijpen. Neem commerciële bedrijven als voorbeeld, zij zijn daar zeer goed in. Ze kijken naar wat de markt nodig heeft en passen zich daarop aan. Hetzelfde geldt voor het jeugd- en veiligheidsdomein: het is als professional noodzakelijk om de leefwereld van jongeren te begrijpen en deze speelt zich nou eenmaal grotendeels online af. Dus je zal jouw werk daarop moeten aanpassen. Dit houdt in dat je tijdig inspeelt op online trends en online uitingen, begrijpen wat deze inhouden en dit meeneemt in de fysieke wereld. Durf daarbij ook het grijze gebied op te zoeken en het uiterste te halen van wat binnen jouw mogelijkheden zit. Als we te krampachtig zijn zullen we achter de feiten blijven aanlopen.



VII. HANDVAT VOOR PROFESSIONALS: LINKt

INTRODUCTIE

Deze handreiking bevat vele tips voor professionals over fenomenen in de online wereld en hoe deze een plaats krijgen in de werkpraktijk. In dat kader is *LINKt* een noemenswaardig project. Deze tool is nog in ontwikkeling door Garage2020, Level, iHub en Orion en helpt professionals om op een speelse en visuele manier zicht te krijgen op de online leefwereld van jongeren.

WAT IS LINKt?

Het doorgronden van de online leefwereld van jongeren kan een uitdaging zijn. Vooral wanneer je als hulpverlener niet bent opgegroeid met social media of wanneer het niet standaard is om vragen te stellen over dit onderwerp. Tegelijkertijd is het belangrijk om een compleet beeld van een jongere te krijgen. Maar hoe weet je welke informatie je mist als de online wereld onzichtbaar blijft?

Met LINKt kun je al tijdens de intakefase een inkijkje krijgen in iemands online leefwereld. LINKt is een fysieke tool die op verschillende manieren kan worden ingezet tijdens individuele behandelingen. Het brengt het sociale netwerk van de jongere in kaart, zowel offline als online, met behulp van personages, aanduidingen van mediagebruik en het soort relaties. Inspirerende vragenkaartjes helpen bij het verdiepen van gesprekken en belichten diverse aspecten van wat er online speelt. Deze tool is bovendien aantrekkelijk voor jongeren, omdat ze in de rol van expert worden geplaatst.

INTERESSE?

Momenteel is LINKt nog in ontwikkeling en zal beschikbaar zijn in de zomer van 2024. Wil jij ook op een speelse en visuele manier zicht krijgen op de online leefwereld van jongeren? Bekijk dan de website www.linkt-tool.nl of scan de QR-code om op de hoogte te blijven van de lancering.



Jongline

Deze handreiking is een product van het Actiecentrum Veiligheid en Zorg (AcVZ), het zorg- en veiligheidshuis van de regio Amsterdam-Amstelland. In het AcVZ werken de gemeente Amsterdam en de Amstellandgemeenten samen met netwerkpartners uit de werelden van veiligheid, zorg en welzijn om mensen die vanwege ernstige delicten in aanraking zijn gekomen met politie en justitie en complexe problemen hebben, perspectief te bieden op een ander leven. Binnen het AcVZ-netwerk komen organisaties samen tot een op maat gemaakte aanpak, door het voeren van regie, het delen van expertise en door te innoveren.

De online leefwereld is een belangrijk thema binnen het AcVZ, omdat onze doelgroepen zich in toenemende mate op het internet begeven. De criminaliteit lijkt daarbij ook te digitaliseren. Dit zorgt voor nieuwe en complexe uitdagingen. Door de expertise van onze netwerkpartners te bundelen is er veel kennis en kunde over de online wereld in huis om te delen. Dit doet het AcVZ door presentaties aan te bieden over de online leefwereld van jongeren en online straatcultuur, advies te geven en praktisch bruikbare producten te ontwikkelen — zoals deze handreiking.



**Actiecentrum
Veiligheid en Zorg
Amsterdam-Amstelland**

Joran de Jong
joran.de.jong@amsterdam.nl
September 2023