

## INTERVENTIES IN DE CYCLUS VAN ONLINE AANGEJAAGD GEWELD

Om inzicht te krijgen in de opties voor interveniëren, delen we de cyclus rond online aangejaagd geweld op in **3 fasen: vredestijd, crisis en nazorg**. Elke fase kent zijn eigen mogelijkheden en uitdagingen voor online en fysieke aanwezigheid, interactie en interventie door professionals. In de praktijk worden niet alle fasen altijd op volgorde doorlopen. Zo kan er sprake zijn van een geweldsspiraal waarin de ene crisis de andere uitlokt en kun je na een crisis werken aan nazorg, terwijl je ook let op signalen van (her)escalatie. Toch is het als startpunt voor interventie praktisch te bedenken welke fase nu van toepassing is.

Verken in elke fase opties voor online én fysiek contact. Daarnaast is goede netwerksamenwerking op basis van een **online visie en werkwijze** een randvoorwaarde voor constructief interveniëren in online aangejaagd geweld. Stel in vredestijd, wanneer er geen incidenten plaatsvinden, een convenant op waarin samenwerkingsafspraken zijn vastgelegd over online werken en interventie door netwerkpartners in online aangejaagd geweld.

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <b>Kern: Contact als context</b> | Doelgroepen (leren) kennen is cruciaal in alle 3 fasen |
| <b>Vredestijd: Relaties</b>      | Vertrouwen opbouwen<br>Signalen in context             |
| <b>Crisis: Ingrijpen</b>         | Veiligheid waarborgen<br>Geweld de-escaleren           |
| <b>Nazorg: Herstel</b>           | Betrokken individuen<br>Onderlinge relaties            |

# Handvatten: Wat kunnen we als netwerkpartners doen?

## Vredestijd

Ontwerp een visie op online werken en de aanpak van online aangejaagd geweld.

Ontwikkel een formele online werkwijze met concrete regels voor online aanwezigheid en contact met doelgroepen in de aanpak van online aangejaagd geweld.

Verplaats je als professional met een professioneel (niet privé) profiel naar de online leefwereld van de doelgroep en werk met een combinatie van online en fysiek contact.

Interpreteer signalen en indicatoren van mogelijk online aangejaagd geweld altijd samen met het netwerk en heb daarbij oog voor de context van de groep.

Deel relevante signalen, indicatoren en rode vlaggen tijdig met relevante netwerkpartners.

Maak als gemeente (of stadsdeel) een kalender met risico-inschattingen en tijdsgebonden indicatoren over tijd.

Blijf op de hoogte van wat leden van doelgroepen elkaar vragen te doen en betrek ook de sociale dynamiek rond relatief kleine verzoeken of vergrijpen in de integrale analyse van signalen.

Behandel sterk groepsgevoel binnen een doelgroep niet als risicofactor maar als troef tegen geweld.

Vermijd een te snelle interpretatie van drillrap als oorzaak van geweld op straat, door de context mee te wegen.

Pas interventies in conflicten tussen rivaliserende groepen aan op de mate waarin zij realistische of symbolische dreiging ervaren.

Maak gebruik van informatiebronnen om een overzicht te genereren van signalen, indicatoren en rode vlaggen.

Investeer in het vergroten van bewustwording over de risico's van de online omgeving voor de doelgroep.

## Crisis

Maak doelbewuste keuzes om het risico op verdere escalatie door interventie te minimaliseren.

Betrek verschillende netwerkpartners, doelgroepen, het informele netwerk en credible messengers bij interventies.

Houd rekening met welke partijen gewelddadig zijn vanuit welke motieven.

Let tijdens een crisissituatie op signalen van (verdere) escalatie.

Zet in op de-escalatie alvorens eventueel over te gaan tot fysiek ingrijpen.

## Nazorg

Behoud contact met de doelgroep en herstel banden indien sprake is van een beschadigde relatie.

Bied interne ondersteuning aan personeel dat betrokken is geweest bij een online escalatie.

Evalueer de interventie zowel in de eigen teams en organisatie als binnen het netwerk.

Wees alert op de verspreiding van misinformatie rondom een online incident of aangejaagd geweld.

## Vredestijd

### **Ontwerp een visie op online werken en de aanpak van online aangejaagd geweld.**

Elke netwerkpartner kan een eigen visie hebben, maar de visies binnen het netwerk dienen wel op elkaar aan te sluiten. Overweeg daarom (ook) een netwerkvisie te ontwerpen.

Hoe ontwerp je een visie?

1. Beschrijf de **doelgroep** die relevant is in de aanpak van online aangejaagd geweld. Wat is de demografische samenstelling? Wat bindt de groep? Is dit een bepaald geografisch gebied? Familiebanden? Gedeelde ervaringen? Gedeelde (politieke) meningen? Waar komt de groep samen? (Literatuurreview H2)
2. Bespreek welke **termen** gebruikt worden om de doelgroep aan te duiden. Bewoordingen zoals risicogroep, probleemgroep, bende, etc. stroken niet altijd met de perceptie vanuit verschillende netwerkpartners, vanuit de buurt, de bredere maatschappij en vanuit de betrokkenen zelf. Gebruik daarom termen die herkend worden door de partijen die betrokken worden bij de aanpak van online aangejaagd geweld (inclusief de doelgroep zelf), zodat voor hen duidelijk is welke groep(en) worden bedoeld (Literatuurreview H1).
3. Beschrijf het beoogde **doel** van contact met de doelgroep, in de context van online aangejaagd geweld. Is dit preventief en zorggericht, repressief en handhavingsgericht, of een combinatie van deze doelen? Verschillende netwerkpartners kunnen verschillende doelen hebben, maar het netwerk als geheel dient het eens te worden over de prioritering hiervan (Praktijkonderzoek H3.8, H4.4, Literatuurreview H1, H3).
4. Maak expliciet dat het netwerk **zowel fysiek als online** optreedt. De opdrachtgever/regievoerder kan bij te contracteren partijen expliciet aangeven dat online werken een noodzakelijke aanvulling is op hun fysieke werkzaamheden. Dit extra werk kost meer tijd (en dus geld) of vervangt ander werk in opdrachtformuleringen en financieringsaanvragen, want online en straatwerk zijn beide nodig. Bij voorkeur formuleren alle netwerkpartners een visie over online aanwezigheid. Wanneer zij niet zelf online aanwezig zijn, beschrijft de visie op welke manier online informatie wordt ingewonnen en geïntegreerd. Een voorbeeld hiervan is welke informatie op welke momenten wordt opgevraagd bij (of op eigen initiatief gedeeld door) welke specifieke netwerkpartners. In de aanpak van online aangejaagd geweld zijn de online en fysieke ruimte even belangrijk en niet los van elkaar te zien (Praktijkonderzoek H2.2, H2.4, Literatuurreview H2).
5. Geef werknemers de tijd om te werken aan de ontwikkeling en implementatie van de online werkwijze. Online werken is niet iets dat men er zonder extra uren **compensatie** naast kan doen. Zorg dus dat werknemers hierin gefaciliteerd worden.

## **Ontwikkel een formele online werkwijze met concrete regels voor online aanwezigheid en contact met doelgroepen in de aanpak van online aangejaagd geweld.**

In de online werkwijze leggen netwerkpartners vast hoe zij online te werk gaan. De online werkwijze wordt vastgesteld op beleidsniveau en geeft professionals heldere rugdekking vanuit de organisatie in hun online werk om online aangejaagd geweld aan te pakken. Hoe ontwikkel je zo'n werkwijze?

1. Wees terughoudend met het monitoren van doelgroepen en/of individuen op sociale media zonder dat zij daar weet van hebben. Probeer ook juridische discussies rond online monitoring te vermijden door een **preventieve aanpak** waarin netwerkpartners niet als (ongeziene) buitenstaander observeren maar als **inherent, zichtbaar onderdeel** van de sociale dynamiek escalatie tegenwerken. Deze aanpak kan de informatiepositie versterken doordat professionals actief signalen aangereikt krijgen (Literatuurreview H3).
2. Neem in **elk team ten minste één persoon** op met affiniteit voor de online wereld, die voldoende kennis en bevoegdheid heeft om collega's aan te spreken op naleving van de online werkwijze (Praktijkonderzoek H2.6). Zie dit als een eerste stap om de online kennis en vaardigheden verder te ontwikkelen. Schakel recruiters in om de juiste mensen binnen te halen voor online werk.
3. Faciliteer als werkgever **trainingen en cursussen** gericht op de sociale aspecten van het online werken (opbouwen, onderhouden van online contact met doelgroepen) en op de juridische kaders rondom online monitoring en informatievergaring (Praktijkonderzoek H2.6).
4. Ontwerp en verplicht het gebruik van een herkenbare **huisstijl voor online accounts** en communicatie op sociale media, zodat elk profiel kristalhelder laat zien welke organisatie het betreft. Een huisstijl kan bestaan uit eenzelfde lettertype, boodschap, bedrijfslogo, en eventueel regels over de inhoud van een biografie op sociale media en standaardzinnen bij de introductie en afsluiting voor een eenduidige representatie naar de doelgroep. Het gebruik van privéprofielen, nepaccounts of gezamenlijke profielen voor online contact met doelgroepen kan problemen veroorzaken en wordt sterk afgeraden. Gebruik **individuele, professioneel herkenbare** accounts voor online contact met doelgroepen (Praktijkonderzoek H2.5.2, Literatuurreview H3).
5. Verwoord voor wie en onder welke voorwaarden **flexibele inzetbaarheid** nodig is. Online werken vereist flexibiliteit. Zo kan tijdens conflicten online inzetbaar nodig zijn buiten kantooruren, en jongeren vereisen ook buiten kantooruren een luisterend oor (Praktijkonderzoek H2.6).
6. Leg in een **netwerkconvenant** afspraken vast over a) welke partij netwerkregisseur is, b) welke netwerkpartner welke taken op zich neemt rond online aangejaagd geweld en c) wanneer wordt opgeschaald. Beschrijf dit in algemene termen. Voorbeelden van taakverdelingen voor netwerkpartners staan in de *Interventiematrix Wapenbezit en gebruik onder jongeren 12-23 jaar* ([https://hetccv.nl/app/uploads/2023/08/Interventiematrix-Jongeren\\_en\\_wapens.pdf](https://hetccv.nl/app/uploads/2023/08/Interventiematrix-Jongeren_en_wapens.pdf)). (Praktijkonderzoek H2.6, H4.2, H4.4, H5.3; Literatuurreview H1, H3 / Tabel 2).
7. Streef naar een **werkbare balans** tussen enerzijds een concrete online werkwijze die helderheid en rugdekking verschaft en anderzijds voldoende ruimte voor professionals biedt om zich naar eigen inzicht te bewegen in het online domein. Overweeg in hoeverre tips en handelingsperspectieven moeten worden omgezet in protocollen en standaardteksten. Standaardisering kan houvast bieden, maar vermijd onnodige bureaucratie (Literatuurreview H5).
8. Toets het concept van de online werkwijze aan de **wettelijke bevoegdheden** van netwerkpartners. Zo dient de politie uitsluitend te werken op basis van openbare bronnen en mag deze niet (stelselmatig) volgen zonder toestemming van de Officier van Justitie (Praktijkonderzoek H3.3.1).
9. Voer een **data protection impact assessment (DPIA)** uit om vóóraf de privacyrisico's van de beoogde gegevensverwerking in kaart te brengen en te verkleinen. Beslis ook of er een (extra) functionaris gegevensbescherming (FG) aangesteld moet worden, als onafhankelijk persoon die binnen de organisatie toezicht houdt op de toepassing en naleving van de privacywetgeving (Literatuurreview H3).

**Verplaats je als professional met een professioneel (niet privé) profiel naar de online leefwereld van de doelgroep en werk met een combinatie van online en fysiek contact.**

Wanneer het online werken is verankerd in de visie en werkwijze (zie voorgaande punten), staan professionals voor de vraag hoe zij dit concreet kunnen aanpakken. Een deel van deze vraag wordt beantwoord in de online werkwijze, maar een deel is contextafhankelijk.

Hoe kunnen professionals online aanwezig zijn en contact opbouwen met doelgroepen in de aanpak van online aangejaagd geweld?

1. Baseer de keuze voor aanwezigheid op **sociale media platforms** op inzicht in: a) waar doelgroepen zijn, en b) de platformspecifieke kenmerken die de effectiviteit van online werken beïnvloeden. Doelgroepen verplaatsen zich tussen platforms, bijvoorbeeld omdat er ergens “te veel” professionals zijn of vanwege trends of technologische ontwikkelingen. Benut fysieke contacten om inzicht te krijgen in waar men online te vinden is. Introduceer eventueel een standaardvraag over aanwezigheid op sociale mediaplatforms tijdens de kennismaking (Praktijkonderzoek H3.1, H3.3). Leg en onderhoud online contact met connecties uit fysieke activiteiten. Zet eventueel in op actieve werving van volgers. De effectiviteit op vluchtige platforms zoals Snapchat is relatief laag. Zet daarom in op online werken op platforms waar inhoud langer beklijft en op fysieke aanwezigheid in de sociale omgeving van doelgroepen, zoals op scholen en in de wijk. Fysieke aanwezigheid verlaagt de drempel om informatie en zorgen te delen, waaronder bijvoorbeeld gelekte snaps en screenshots. Werk niet enkel online of offline (Praktijkonderzoek H2.4, H3.3, H3.4).
2. Bespreek in het team **wie online werkt**. Afhankelijk van de aard van de organisatie en de online werkwijze kan dat iedereen zijn of een deel van het team. Houd er rekening mee dat niet iedereen beschikt over de benodigde culturele achtergrond(kennis), technische en sociaal-psychische kenmerken en vaardigheden om (online en/of fysiek) contact op te bouwen met de doelgroep. Overleg met de bevoegde leiding of er vaardigheden aangevuld moeten worden middels training of aantrekken van nieuwe mensen, eventueel uit de doelgroep zelf (Literatuurreview H3).
3. Gebruik een **individueel, professioneel herkenbaar account** in de huisstijl van de organisatie voor contact met doelgroepen op sociale media. Gebruik hiervoor geen privéprofielen, zodat er geen verwarring kan ontstaan over de professionele aard van het contact (Praktijkonderzoek H2.5.2, Literatuurreview H3; zie ook punt 4. *Ontwikkel een formele online werkwijze met concrete regels voor online aanwezigheid en contact met doelgroepen in de aanpak van online aangejaagd geweld*).
4. Initieer vooral **contact wanneer er geen incidenten spelen** (Praktijkonderzoek H3.2).
5. Start laagdrempelige online gesprekken door aandacht te besteden aan **alledaagse zaken**. Like of plaats een positieve opmerking bij een post van de doelgroep. Stuur een bericht in de persoonlijke omgeving (DM). Plaats online stellingen. Dat komt de online interactie en daarbij de vertrouwensband ten goede (Praktijkonderzoek H2.5).
6. Bespreek **emotioneel beladen thema's niet online**. Negatieve boodschappen en/of slechtnieuwsgesprekken passen niet in de online leefwereld, want die vereisen emotionele ondersteuning en inzicht in non-verbale communicatie. Nodig de betrokkenen bij online onrust uit voor een fysieke bijeenkomst op een **vertrouwde plek** (Praktijkonderzoek H2.4).
7. Organiseer eventueel **ontspannende, positieve activiteiten** die aansluiten bij de interesses van de doelgroep om het contact tot stand te brengen. Huur bijvoorbeeld een studio waar ze samen muziek kunnen maken of laat de doelgroep een barbecue organiseren (Praktijkonderzoek H4.2.1). Deel, in overleg met de betrokkenen, positieve uitkomsten (bijvoorbeeld de muziek) online om nog meer positieve aandacht te genereren.

## **Interpreteer signalen en indicatoren van mogelijk online aangejaagd geweld altijd samen met het netwerk en heb daarbij oog voor de context van de groep.**

Om te weten hoe serieus je signalen moeten nemen is contextkennis belangrijk. Wat bij de ene persoon of situatie een grap is, vergt bij een andere persoon of situatie snel actie. Hoe kun je rekening houden met deze context om signalen zo accuraat mogelijk in te schatten?

1. Bouw een **breed netwerk** via online en offline kanalen met complementaire netwerkpartners (ondersteunend en repressief), met de doelgroep en hun sociale netwerken (vrienden, familie). Help informele netwerken medeverantwoordelijk te zijn voor preventie van online aangejaagd geweld. Betrek ouders, scholen, gezinswerkers en de doelgroep bij de aanpak door laagdrempelig het gesprek aan te gaan en signalen en zorgen vroeg serieus te nemen. Waardeer en benut verschillende perspectieven in plaats van deze als obstakel te zien. Betrek docenten en vertrouwenspersonen door online spreekuren voor scholen te faciliteren, waarin lessen uitgewisseld kunnen worden over ontwrichtende gebeurtenissen (Praktijkonderzoek H4.2.2, H3.4, H4.4, Literatuurreview H3).
2. Ontwerp een persoonlijke en/of organisatiespecifieke **sociale kaart** waarin alle contacten zijn geordend, zodat deze snel geraadpleegd kunnen worden (Praktijkonderzoek H4.2.2).
3. Zorg dat het personeelsbestand aansluit bij de leefwereld van doelgroepen. Neem personen aan met **diverse demografische achtergronden** en een breed netwerk om ingangen te vinden bij groepen waarmee contact moeilijker is (Praktijkonderzoek H4.2.1, Literatuurreview H3). Koop kennis over **straatcultuur** en de **online leefwereld** bij de doelgroep zelf in (Praktijkonderzoek H2.2).
4. Gebruik de **online context** ook om een integraal beeld te krijgen van de jongeren. Doelgroepen zijn veel online en uiten zich daar misschien anders. Ook dat is informatief. Volg influencers en leiders, nodig hen uit om jou te volgen. Doe dit ook met personen die eigenlijk niet mee lijken te willen doen aan crimineel en grensoverschrijdend gedrag, maar die wel in die kringen verkeren. Leg ook contact met andere personen in en rond de doelgroep. Baseer inschattingen van wie welke rol heeft in en rond de doelgroep (dus wie je in welke hoedanigheid benadert) ook op informatie van wijk- en jeugdagenten, hulpverleners, veiligheidsregisseurs, of collega's en netwerkpartners met een andere expertise. Investeer in contact met zowel leiders als volgers (Praktijkonderzoek H3.4, H3.6).
5. Integreer signalen van netwerkpartners en informele netwerken rond doelgroepen om in te schatten of er sprake lijkt van een problematische groep. Een sterk groepsgevoel binnen een (jongeren)groep is op zichzelf géén risicofactor voor geweld. Dit kan zelfs een potentieel sterke troef vormen in het tegengaan van geweld. Baseer in het geval van een problematische groep de verdere duiding op het **7-stappenmodel** – voor aanpassingen om dit duidingsinstrument specifiek toe te passen op online aangejaagd geweld, zie Literatuurreview H3 Tabel 4.
6. Inventariseer en deel onderling – rekening houdend met de bevoegdheden van netwerkpartners – kennis over de **voorgeschiedenis** van interacties van leden van doelgroepen onderling en met andere partijen (wie heeft wel of geen contact met wie online en/of fysiek), emoties, trends in inhoud van berichten. Wees daarbij in het bijzonder alert op of hier een trendbreuk is te zien bij een individu of groep (Praktijkonderzoek H3.6).
7. Ga in **dialoog** met de betreffende individuen of doelgroepen over mogelijke signalen. Stel vragen om te achterhalen waarom de inhoud van geposte content verandert (Praktijkonderzoek H3.6).

### **Deel relevante signalen, indicatoren en rode vlaggen tijdig met relevante netwerkpartners.**

Afspraken over wat er op welk moment met wie gedeeld wordt, staan vastgelegd in de online werkwijze. Duiding gebeurt in gezamenlijkheid. Enerzijds kunnen verschillende kleine signalen bij elkaar een duidelijke rode vlag vormen waarop direct geacteerd dient te worden. Anderzijds kan een ogenschijnlijke rode vlag bij één van de netwerkpartners geen reëel risico blijken in de context die bekend is bij een andere partner. Het is daarom van belang dat netwerkpartners elkaar in wederzijds vertrouwen weten te vinden en niet pas bij elkaar aankloppen wanneer de nood echt aan de man is. Gezamenlijk overleg kan veel narigheid voorkomen. Tip: Maak bij de bespreking van mogelijke signalen gebruik van een **methode voor risico-inschatting**, zoals bijvoorbeeld de **crisismethodiek BOB** (beeldvorming, oordeelsvorming, besluitvorming), om gestructureerd en methodisch tot weging en besluitvorming te komen over signalen. Wat zijn signalen en indicatoren om op te letten en om over te sparren met netwerkpartners?

1. **Veranderingen in gedrag** en **verandering van de inhoud van berichten**. Let op als jongeren die normaal niet samenwerken ineens gezamenlijk opnemen, elkaar taggen in berichten, nieuwe collabs of gezamenlijke live sessies aangaan. Het delen van berichten met een andere inhoud dan voorheen (bijvoorbeeld gewelddadiger) is ook een signaal om op aan te slaan.
2. Kijk niet alleen naar de inhoud van het bericht, maar ook naar de gebruikte **hashtags, tags, reposts en likes** om de netwerken van betrokkenen in beeld te krijgen (Praktijkonderzoek H3.6).
3. Achterhaal wat de poster wil **bereiken** met het bericht. Houd altijd rekening met de **persoon achter het online bericht**. Onderzoek welke **voedingsbodems** aanwezig zijn en welke **groepsrol** ingenomen wordt (Praktijkonderzoek H3.6).
4. Onderzoek het **draagvlak en bereik** van de verspreider om in te schatten of, en hoeveel gevolg eraan een oproep wordt gegeven. Heeft de persoon in kwestie eerder soortgelijke oproepen geplaatst en wat was toen het gevolg? Is de poster een leider of een volger?
5. Neem een emotionele **voorgeschiedenis** (zoals de gewelddadige dood van een familie- of groepslid) waarnaar gerefereerd wordt in online content, heel serieus als signaal (Praktijkonderzoek H3.6).
6. Sla in het verlengde daarvan op signalen die betrekking hebben op het **ondermijnen van andermans reputatie** (of familie) en **imago**. Wees je bewust van de rol van groepsdruk / groepsdynamiek. Neem de rol van groepsdruk, rivaliteit tussen groepen en status mee in het duiden van signalen. Deze invloeden vormen veelal de context waarin fysiek geweldgebruik wordt aangemoedigd (denk aan: jezelf bewijzen, daad bij woord voegen; mensen kijken mee waardoor reputatie op het spel staat) (Praktijkonderzoek H3.6).
7. Interpreteer **concrete informatie** in een bericht (zoals het noemen van een tijdstip en/of locatie voor de confrontatie) als teken dat het conflict zich naar de fysieke omgeving verplaatst (Praktijkonderzoek H3.6).
8. Tel het aantal **views, likes en reposts** om in te schatten in hoeverre de doelgroep kennis heeft genomen van de online content. Grote aantallen views, likes en reposts kunnen ertoe leiden dat betrokkenen zich uit imago behoud gedwongen voelen om de daad bij het woord te voegen, in de vorm van een gewelddadige fysieke confrontatie (Praktijkonderzoek H3.6).

**Maak als gemeente (of stadsdeel) een kalender met risico-inschattingen en tijdsgebonden indicatoren over tijd.**

Rode vlaggen en indicatoren zijn niet altijd uitsluitend gebaseerd op (online) monitoring van doelgroepen. De gemeente kan zorgen voor een steeds geactualiseerd overzicht van tijdsgebonden risico-inschattingen, op basis waarvan netwerkpartners kunnen worden geattendeerd op een tijdelijke verhoging van het risiconiveau. Op deze manier kan de gemeente een constructievere rol vervullen dan alleen als opdrachtgever voor netwerkpartners, door actief gebruik te maken van de kennis over wat er speelt in het gebied. Wat zijn momenten die de gemeente kan opnemen in een dergelijk overzicht?

1. Vanaf ongeveer **2 maanden voor de “jubileumdata”** in het eerste en tweede jaar na een incident pieken de heftige emoties bij getroffenen (Literatuurreview H3).
2. De **bekendmaking van een juridische straf(eis)**, vooral als die lager uitvalt dan verwacht of gehoopt door getroffenen (Literatuurreview H3).
3. Met name de **eerste 6 maanden nadat iemand vrijkomt** uit de gevangenis (Literatuurreview H3).



**Blijf op de hoogte van wat leden van doelgroepen elkaar vragen te doen en betrek ook de sociale dynamiek rond relatief kleine verzoeken of vergrijpen in de integrale analyse van signalen.**

Een (verzoek tot een) relatief onschuldig vergrijp kan in combinatie met informatie van een andere netwerkpartner signaleren dat er mogelijk een meer gewelddadige escalatie zal plaatsvinden.

Daarom is het van belang om ook informatie over relatief kleine vergrijpen in een vroegtijdig stadium op een open manier te delen binnen het netwerk. Dit betekent niet zozeer dat lichte vergrijpen zwaarder gestraft moeten worden, maar dat om zwaardere vergrijpen te voorkomen vanuit verschillende invalshoeken oog moet zijn voor de sociale dynamiek rond lichtere vergrijpen. Welke sociale dynamieken rond lichtere vergrijpen brengen welke risico-inschattingen met zich mee? We onderscheiden er drie.

1. De **voet-tussen-de-deur-techniek** houdt in dat: stap 1) het doelwit, een (aspirant-)groepslid, wordt gevraagd om een kleine gunst, stap 2) het doelwit stemt in met het kleine verzoek en voert dit uit, en stap 3) het doelwit wordt vervolgens om een grote gunst gevraagd en is door de instemming (stap 2) eerder geneigd om ook hierin toe te stemmen en consistent te zijn. Voor de risico-inschatting betekent dit dat een kleine misdraging voor een leidersfiguur of groep gevolgd kan worden door een ernstiger delict in hun naam (Literatuurreview H3, tabel 3).
2. De **deur-in-het-gezicht-techniek** houdt in dat: stap 1) het doelwit wordt gevraagd om iets extreems te doen, stap 2) het doelwit weigert dit, en stap 3) het doelwit wordt vervolgens om een kleinere gunst (het eigenlijke, oorspronkelijke doel) gevraagd en is eerder geneigd hiermee in te stemmen vanwege het contrast met het extreme verzoek (stap 1). Voor de risico-inschatting betekent dit dat als iemand wordt gevraagd om een persoon te vermoorden, de kans dat zo iets vanuit het niets wordt toegezegd nihil is. Maar als vervolgens wordt gevraagd om die persoon "alleen maar" flink te laten schrikken met een wapen of pak slaag dan lijkt dat relatief onschuldig en is de kans dat in dit tweede verzoek wordt meegegaan groter (Literatuurreview H3, tabel 3).
3. De **low-ball-techniek** houdt in dat: stap 1) het doelwit wordt overgehaald om iets kleins te doen, stap 2) het doelwit stemt in met het kleine verzoek, stap 3) dat blijkt (zogenaamd) niet mogelijk dus het doelwit voert dit niet uit, en stap 4) er komt een iets groter of risicovoller alternatief voor in de plaats en het doelwit is eerder geneigd hiermee in te stemmen vanwege het eerdere aangenomen verzoek (stap 2) dat niet is uitgevoerd (stap 3). Voor de risico-inschatting betekent dit dat als iemand wordt meegevraagd naar een confrontatie met een rivaliserende groep alleen om met wapens te zwaaien, maar eenmaal daar blijkt dat er daadwerkelijk gevochten moet worden, die persoon sneller meedoet vooral als die het verschil tussen het eerste en tweede verzoek als relatief klein ziet (Literatuurreview H3, tabel 3).

## **Behandel sterk groepsgevoel binnen een doelgroep niet als risicofactor maar als troef tegen geweld.**

Een sterk groepsgevoel is op zichzelf geen risicofactor voor (online aangejaagd) geweld. Hoe kun je groepsgevoel als troef inzetten in de aanpak van online aangejaagd geweld?

1. Baseer de inschatting of het groepsgevoel problematisch is op de **normen en waarden in de betreffende groep**. Gebruik, wanneer is vastgesteld dat er sprake is van een problematische groep rond online aangejaagd geweld, een gestandaardiseerd duidingsinstrument om deze doelgroep in kaart te brengen. Een voorbeeld hiervan is te vinden in het 7-stappenmodel voor het werkproces rond de aanpak problematische jeugdgroepen en groepsgedrag (Zie Literatuurreview H3, tabel 4, voor toepassing van dit duidingsinstrument op problematische groepen rond online aangejaagd geweld).
2. Richt interventies niet uitsluitend op het individualiseren en isoleren van groepsleden, maar ook op het bijsturen van onderliggende groepsnormen. Dit doe je door te bepalen of de **groep in essentie een platform is voor sociale of voor criminele activiteiten** (Literatuurreview H3). Zet in op pogingen tot bijsturen van groepsnormen wanneer criminele activiteiten een bijverschijnsel zijn van een sociale groep die het verkeerde pad op gaat. Zet in op repressie en het uiteendrijven van de groep wanneer criminele activiteiten het kerndoel van de groep zijn.
3. Laat bijstuurpogingen aansluiten bij de **groepsvormingsfase** en specifiek de mate waarin groepsnormen en rollen vastliggen. Benut de beginfase, als de groep zich nog vormt, om contact te leggen en bestendigen met groepsleden. Wees in de aansluitende fase, als groepsleden in competitie zijn om status en posities binnen de groep, alert op strategische vijandigheid jegens netwerkpartners. Maak in de volgende fase, waarin groepsnormen en -rollen vaste vormen aannemen, gebruik van gelegde contacten om groepsgedrag bij te sturen op een manier die het belang van bijsturing voor het voortbestaan van de groep benadrukt. Concentreer in de op één na laatste fase, waarin de groep samenwerkt als geheel, bijstuurpogingen op leidersfiguren binnen de groep (zie onderstaande punt 4). Wees ten slotte in de laatste fase alert op tekenen dat de groep uit elkaar begint te vallen, om individuen te helpen de groep achter zich te laten. (Zie Literatuurreview H3, tabel 1, voor meer informatie over groepsvormingsfasen).
4. Stuur onderliggende groepsnormen bij door gebruik te maken van **prototypische groepsleden** en **credible messengers**. Boodschappen die van deze partijen afkomstig zijn worden door de doelgroep als betrouwbaar gezien en hebben vaak meer effect op het bijsturen van groepsnormen dan oproepen vanuit politie, gemeente of andere netwerkpartijen. Benader dus influencers, leiders en personen met veel volgers om jongeren via hun eigen sociale mediakanalen gewenst gedrag te stimuleren (Praktijkonderzoek H4.2.2).

**Vermijd een te snelle interpretatie van drillrap als oorzaak van geweld op straat, door de context mee te wegen.**

Drillrap is niet per definitie de oorzaak van geweld op straat, soms is het ook andersom. Stel elkaar daarom binnen het netwerk regelmatig de causaliteitsvraag: Zorgt online uiting van haat of geweld (in drillraps) voor een meer positieve houding onder doelgroepen tegenover geweld? Of refereren doelgroepen in hun online content (zoals drillraps) aan straatgeweld om uiting te geven aan problemen waar ze in hun dagelijks leven mee worstelen? Deze vraag is niet altijd eenvoudig te beantwoorden, maar hem expliciet stellen kan interpretaties nuanceren en te snelle conclusies voorkomen. Een gewelddadige reputatie die wordt ontleend aan mythes uit bijvoorbeeld drillrap-video's kan er zelfs voor zorgen dat een groep zich minder genoodzaakt voelt om over te gaan tot daadwerkelijk fysiek geweld maar groepsleden tegelijkertijd kwetsbaarder maken binnen het juridische systeem (Literatuurreview H3). Wat zijn indicatoren, in drillraps en hun context, van escalatie naar online aangejaagd geweld op straat?

1. Er is sprake van groepen met een lange **geschiedenis van onderling conflict** én de volgende rode vlaggen waarin beide sprake is van een duidelijk stijgende trend (Literatuurreview H3):
2. Rappers maken in hun video's **steeds meer persoonlijke aanvallen** op elkaars twijfelachtige straatreputatie (Literatuurreview H3).
3. Allebei de groepen tonen **steeds meer wapens en groepsleden** (Literatuurreview H3).

## **Pas interventies in conflicten tussen rivaliserende groepen aan op de mate waarin zij realistische of symbolische dreiging ervaren.**

Rivaliserende groepen kunnen zich realistisch of symbolisch bedreigd voelen door elkaars aanwezigheid. Realistische dreiging betreft een bedreiging van middelen, macht of welzijn van de groep, terwijl symbolische dreiging raakt aan de waarden, identiteit of leefwijze van de groep. Symbolische dreiging hangt sterker dan realistische dreiging samen met haat en daaruit voortvloeiende agressie. Hoe kun je interventies in een conflict aanpassen op het type dreiging dat doelgroepen ervaren?

Hoe kun je **realistische dreiging** verminderen?

1. Verzeker machtige groepen ervan dat ze hun **positie niet verliezen**. Dat andere groepen ook toegang krijgen tot meer middelen / macht / welzijn hoeft niet te betekenen dat dit minder wordt voor de eigen groep (het hoeft niet 'wij of zij' te zijn). Wijs machteloze groepen op kansen voor **individuele mobiliteit**, bijvoorbeeld door groepsleden te helpen met opleiding, stageplaatsen of op een andere manier ondersteuning te bieden om hun positie te verbeteren. Blijf oog houden voor mogelijke competitie of (ervaren) ongelijkheid tussen doelgroepen om middelen / macht / welzijn. Probeer als netwerk te streven naar een situatie waarin verschillende groepen niet het idee hebben dat ze met elkaar moeten strijden om beperkte middelen (Literatuurreview H3).
2. Verplaats de aandacht van dreigingen naar **kansen of voordelen** van het naast elkaar bestaan van beide groepen. (Literatuurreview H3)
3. Help doelgroepen om minder realistische dreiging te voelen door ze af en toe bewust te maken van **andere groepen die slechter af** zijn wat betreft macht, middelen en/of welzijn. Houd daarbij uiteraard oog voor de daadwerkelijke problemen waar mensen mee te kampen hebben en bagatelliseer deze niet; zie de vergelijking met (nog) minder bedeeden als een manier om het effect van tegenslag op conflict te verminderen, maar niet als argument om geen hulp te bieden (Literatuurreview H3).
4. Laat groepen inzien dat er maar een **geringe kans op daadwerkelijke negatieve consequenties** is van de andere groep voor macht, middelen en/of welzijn van de eigen groep. Dit sluit ook aan bij punt 1 hierboven: neem doelgroepen mee in beleid dat is bedoeld om (delen van) de bevolking betere toegang te geven tot middelen / macht / welzijn, waardoor zij inzien dat hulp aan een andere groep niet ten koste gaat van (al dan niet beperkte) verworvenheden van de eigen groep (Literatuurreview H3).
5. Bied **praktische oplossingen voor competitie** tussen doelgroepen over legale middelen en kansen, door bijvoorbeeld een extra hangplek voor doelgroepen te creëren of meer mogelijkheden tot zelfontplooiing (Literatuurreview H3).

Hoe kun je **symbolische dreiging** verminderen?

1. Onderstreep hoe beide groepen in essentie sterk vergelijkbaar zijn (**overkoepelende identiteit**) én bovendien hoe zij elk hun eigen unieke culturen hebben (**specifieke groepsidentiteit**) (Literatuurreview H3).
2. Bied groepsleden **alternatieve manieren** om een groepsband op te bouwen en/of de competitie met elkaar aan te gaan, voorbeelden zijn *Wild 'n out* of complimentenbattles als positieve tegenhanger of alternatief voor drillraps met dreigementen of een koor dat, vanwege de vergelijkbare mentaliteit en sociale functies, als positief alternatief kan fungeren voor lidmaatschap van een problematische doelgroep (Literatuurreview H3).

## **Maak gebruik van informatiebronnen om een overzicht te genereren van signalen, indicatoren en rode vlaggen.**

Er zijn verschillende openbaar toegankelijke bronnen beschikbaar waarin overzichten worden gegeven van signalen, indicatoren en rode vlaggen die ook toe te passen zijn op online aangejaagd geweld. Enkele Nederlandstalige voorbeelden zijn:

1. Het **WODC-rapport** van Bureau Beke (De Boer e. a., 2022) geeft een overzicht van risicofactoren en beschermende factoren voor jongeren om het criminele pad op te gaan. Deze factoren kunnen ook een rol spelen in de kwetsbaarheid van jongeren om betrokken te raken bij (groepen rond) online aangejaagd geweld.
2. De **CCV-handreiking** “Zó krijg je samen zicht op jongeren” (Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid, 2023) biedt eveneens een overzicht van signalen dat jongeren mogelijk een risico (gaan) vormen voor zichzelf en/of de samenleving, waarin bovendien specifiek wordt ingegaan op rode vlaggen in online gedrag.
3. Het **NCTV-rapport** over sociale media en protest (Greijdanus & Postmes, 2018) beschrijft online indicatoren van politisering, massamobilisatie en escalatie, die zijn af te leiden uit gedrag op sociale media zonder dat er expliciet wapens worden getoond in drillrap-video's.
4. De **handreiking voor jongerenwerkers** over “Echt zijn in de online leefwereld” (Todorović et al., 2023) verduidelijkt verschillende stappen die jongerenwerkers kunnen ondernemen om op een geschikte wijze online werken te faciliteren, waarin het perspectief van jongeren centraal staat.
5. Stel (als netwerk) een **overzicht of levend document** samen met verwijzingen (indien mogelijk inclusief directe links) naar nuttige bronnen, deel dit met relevante partijen en beleg expliciet de verantwoordelijkheid bij (een of meer van) de betrokken partijen om dit te blijven aanvullen en actualiseren.

## **Investeer in het vergroten van bewustwording over de risico's van de online omgeving voor de doelgroep.**

De kennisbasis over de risico's van de online wereld en de mogelijkheden van online platforms moet vergroot worden onder de doelgroep, professionals, netwerkpartners en ouders. Scholen kunnen dienen als plek om zowel ouders als de doelgroep te bereiken. Op welke manieren kan de online kennisbasis vergroot worden?

1. Start bij de basis en investeer in **trainingen over mediawijsheid** voor de doelgroep op scholen.
2. Besteed speciale aandacht aan **online normen en waarden** en reflecteer met jongeren op hun **online gedrag**.
3. Investeer in voorlichtingen aan ouders en de doelgroep over online gedrag, **online normoverschrijding** en (de effecten van) online opruiing. Stimuleer ouders om hun kinderen te bevragen op hun **online ervaringen en bezigheden**.
4. Maak bij het trainen van professionals, ouders en de doelgroep gebruik van **personen uit de doelgroep** en/of organisaties die door de doelgroep als betrouwbaar worden gezien.
5. Investeer in trainingen voor professionals die online gaan werken over **online platforms en online media** (Praktijkonderzoek H4.3).
6. Stel een **online specialist** aan om kennis en digitale vaardigheden in de eigen organisatie te beleggen. Verwerk digitale vaardigheid en belangstelling voor digitale ontwikkelingen als voorwaarde in **vacatures**.
7. Breng regelmatig de momenteel beschikbare en (door doelgroepen) gebruikte platforms in beeld met behulp van de **9 aspecten van online netwerktechnologieën die samen de uitwerking van online gedrag bepalen**: 1) de mate van anonimiteit versus identificeerbaarheid, 2) de mate van moderatie op een online platform, 3) de mate van interactiviteit, 4) structurele eigenschappen en architectuur van het platform en de inhoud, 5) de mate van zichtbaarheid van online gedrag voor anderen, 6) de ruimte voor personalisering van instellingen, 7) de vindbaarheidstermijn van online interacties voor anderen, 8) de mate waarin informatie kan worden bijgewerkt nadat deze is gepost, en 9) de bereikbaarheid en verspreidbaarheid van informatie ook buiten het platform (Literatuurreview H4).

## Crisis

### **Maak doelbewuste keuzes om het risico op verdere escalatie door interventie te minimaliseren.**

Onder de fase van crisis wordt het ingrijpen tijdens een situatie van online aangejaagd geweld geschaard. Wanneer de vlam in de pan slaat, is het vaak zaak om snel te reageren. Er is op zo'n moment geen tijd om heel lang stil te staan bij overwegingen om bepaalde interventiemethoden wel of niet toe te passen. De keuzes die worden gemaakt in interventies tijdens een crisissituatie bepalen echter wel de effectiviteit ervan en het vervolg bijvoorbeeld door de door doelgroepen en/of het bredere publiek ervaren (on)rechtmatigheid van het ingrijpen. Hoe kies je doelbewust en snel een effectieve interventie?

1. Verzamel op weg naar de oproep **informatie uit fysieke en online bronnen** over mogelijke aanwezigheid van wapens, de oorzaak, aanwezige betrokkenen, eventuele problematiek rond middelenmisbruik of psychische gezondheid, en eerdere oproepen (Literatuurreview H4).
2. Bepaal of **onmiddellijke actie en extra inzet** van collega's, relevante netwerkpartners en (online) opgebouwde informele contacten nodig zijn (Literatuurreview H4).
3. Houd rekening met de grenzen van de **geldende regels, wetten en beleid** (Literatuurreview H4).
4. Maak een **actieplan** waarin de veiligheid van professionals en burgers altijd voorop staat in keuzes tussen:
  - a. Daadwerkelijk **ingrijpen of niet**. Houd in gedachten dan niet reageren ook een optie is, zeker wanneer er aanwijzingen zijn dat een interventie leidt tot escalatie (Praktijkonderzoek H4.5.1).
  - b. **Repressie of tolerantie** van burgerlijke ongehoorzaamheid. Bespreek deze opties met verschillende netwerkpartners, omdat zowel repressie als tolerantie op hun eigen manier een risico kunnen vormen op verdere escalatie (Literatuurreview H4).
  - c. **Selectief en gericht of algemeen en generiek optreden**. Algemeen en generiek optreden kan op het moment efficiënt (of zelfs de enige optie) lijken, maar kan resulteren in grotere onrust doordat verontwaardiging over ongericht optreden mensen kan verenigen (Literatuurreview H4).
  - d. **"Zacht" of hard optreden**. Hierbij geldt eveneens dat hard optreden soms noodzakelijk kan zijn, maar een risico vormt dat vergelijkbaar is met algemeen en generiek optreden (Literatuurreview H4).
  - e. **Preventieve of reactieve timing** van interventies. Preventie heeft, waar mogelijk, de voorkeur. Bied bijvoorbeeld proactief aan om te bemiddelen bij ruzies tussen jongeren (Praktijkonderzoek H4.2.1; Literatuurreview H4).
  - f. Houd er bij het kiezen van de juiste interventie rekening mee dat geweld kan leiden tot **wraak** (Literatuurreview H5).
5. **Implementeer en evalueer** het actieplan. Evalueer kort en herzie zo nodig ter plaatse, maar voor uitgebreidere evaluatie met betrokken partijen is tijd tijdens de nazorgfase (Literatuurreview H4).

## **Betrek verschillende netwerkpartners, doelgroepen, het informele netwerk en credible messengers bij interventies.**

Treed tijdens crises met het hele netwerk gezamenlijk op. Heb daarbij oog voor de verschillende taken, bevoegdheden en verantwoordelijkheden van de afzonderlijke netwerkpartners en hun bereik onder de doelgroep. Welke stappen kunnen netwerkpartners, doelgroepen, het informele netwerk en credible messengers gezamenlijk nemen bij crises?

1. Bepaal eerst of er online of offline geïntervenieerd moet worden met het netwerk. **Niets doen is ook een optie** indien er aanwijzingen zijn dat een interventie kan leiden tot verdere escalatie. Kies in elk geval één lijn met het gehele netwerk, waarbij uiteraard niet iedereen exact hetzelfde hoeft te doen maar de acties wel op elkaar aansluiten.
2. **Combineer online en offline** interventies. Op die manier wordt het bereik van bijvoorbeeld een oproep aan de doelgroep om escalatie te voorkomen of mee te werken aan de-escalatie vergroot.
3. Verspreid via de **eigen sociale mediakanalen** berichten waarin de doelgroep opgeroepen wordt om bepaald gedrag te staken. Wijs ze daarbij op de mogelijke gevolgen en eventuele strafbaarheid van dit gedrag. Bied eventueel een luisterend oor. Deel in het bericht de boodschap dat de eigen organisatie aanwezig zal zijn op de plek waar de fysieke bijeenkomst gepland staat. Overweeg om ook ondernemers te betrekken bij het delen van berichten (COT, 2021; Praktijkonderzoek 4.3).
4. Stem online berichten via de eigen online mediakanalen af op de **doelgroep** en vermijd onnodige herhaling van details zoals de afgesproken plaats en tijd van een confrontatie, om niet onbedoeld het bereik van de escalerende boodschap te vergroten.
5. Benader **influencers, leiders en personen met veel volgers** om via hun eigen sociale mediakanalen op hun eigen manier berichten te verspreiden om de doelgroep te overreden af te zien van fysieke confrontatie ( Praktijkonderzoek H4.2.2).
6. Wees bij fysieke confrontaties met het **hele formele en informele netwerk aanwezig** op de plek waar de fysieke bijeenkomst gepland staat. Neem **posities** in die aansluiten bij de rol van de organisatie. Neem als jongerenwerkers, credible messengers en ouders een positie rondom de locatie in waar de confrontatie gepland staat, om jongeren een laatste waarschuwing mee te geven. Benadruk in de waarschuwing de strafbaarheid van aanwezigheid op de plek van de confrontatie en het feit dat de politie verderop handhaaft. Neem als politie en handhaving juist een positie in op de afgesproken plek van de escalatie om tot handhaving over te gaan (Praktijkonderzoek H4.3).



### **Houd rekening met welke partijen gewelddadig zijn vanuit welke motieven.**

Tijdens een crisis wordt mogelijk geweld gebruikt of uitgelokt door betrokkenen. Vanuit verschillende groepsrollen kan de doelgroep uiteenlopende motieven hebben om gewelddadig te zijn. Waar kunnen netwerkpartners rekening mee houden ten aanzien van geweld tijdens een crisis?

1. Pas in een gewelddadige situatie de interventie aan afhankelijk van **wie gewelddadig gedrag vertoont**. Wordt gewelddadig gedrag vertoond door **socialiserende marginale groepsleden**, die op weg zijn naar de kern van de groep? Vanwege hun groepsloyaliteit en bewijsdrang zijn de mogelijkheden om hen te betrekken bij een interventie beperkt (Literatuurreview H4).
2. Betreft het geweld door **afgewezen marginale groepsleden**, die wel graag bij de groep willen horen maar niet worden geaccepteerd? Probeer dan op basis van achtergrondkennis over de persoon de interventiemogelijkheden in te schatten: sterke bewijsdrang jegens de groep kan hen extra roekeloos maken (gevaar voor 'vijanden' van de groep, omstanders en bij interventie betrokken netwerkpartners), rancune kan hen motiveren tot wraak tegen de afwijzende groep of er juist voor zorgen dat deze persoon open staat voor de-escalerende interventies die het individu isoleren van de groepsdynamiek (Literatuurreview H4).
3. Wordt het geweld ingezet door **onafhankelijke marginale groepsleden**, die zijdelings aan de groep zijn gelieerd en daar tevreden mee zijn? Probeer gebruik te maken van de gedragsflexibiliteit van de persoon door die te overtuigen dat een interventie uiteindelijk ten goede komt aan de groep, ondanks dat de-escalatie ingaat tegen groepsnormen van geweld en wraak (Literatuurreview H4).
4. Betreft het **bewonderde marginale groepsleden**, die geen centralere positie in de groep willen terwijl de groep dat wel zou willen? Schat de eigenbelangen van deze persoon in, omdat dat voor hen het groepsbelang overstijgt. De-escalere de situatie door deze persoon ervan te overtuigen dat geweld niet de beste optie is. Als de groep de persoon nog bewondert, kan dit voor de hele groep de lont uit het kruitvat halen (Literatuurreview H4).
5. Betreft het **sleutelfiguren of leiders**? Probeer dan gebruik te maken van hun relatieve flexibiliteit in gedrag; zij zijn in de positie om groepsnormen aan te passen en het voortouw te nemen in de-escalatie als dat in hun ogen in het belang is van de groep. Leiders stellen de groepsbelangen meer voorop dan bewonderde marginale groepsleden (Literatuurreview H4).
6. Wordt er geweld gepleegd door **passanten die niet de initiële aanstichters waren** van het incident? Probeer (op basis van achtergrondkennis of informatie van omstanders) te achterhalen wat hun motieven zijn voor het geweld. Als het geweld een uiting is van het te hulp schieten (verdedigen van fysieke veiligheid) van een initieel betrokken partij, kan het afdoende zijn om de partijen fysiek uit elkaar te halen waardoor je de noodzaak van geweld wegneemt. Als er strategische belangen in het spel zijn, zoals het verdedigen van de straatreputatie, kan het nodig zijn om daarnaast extra alert te zijn op hernieuwde escalatie en vechtafspraken. Voor interventiemogelijkheden om het geweld te stoppen, zie Literatuurreview H4, en ook (daarin) Tabel 5.
7. Wees je ervan bewust dat **netwerkpartners als mogelijk doelwit** van geweld gezien kunnen worden tijdens een interventie.

### **Let tijdens een crisissituatie op signalen van (verdere) escalatie.**

Tijdens een interventie naar aanleiding van escalatie kan er verdere escalatie optreden. Pas interventies daarom aan op het stadium waarin de relaties met de doelgroepen zich op dit moment bevinden. Wat zijn aanknopingspunten om in te schatten of er sprake is van verdere escalatie?

1. Bepaal in welke van **de 3 chronologische stadia van conflict** de partijen (doelgroepen en netwerkpartners) zich bevinden. Deze stadia worden gekenmerkt door, achtereenvolgens, 1. Gespannen, emotionele interacties tussen enerzijds netwerkpartners en anderzijds doelgroepen en eventueel andere burgers, 2. zoeken naar wederzijdse waardering en compatibiliteit, en ten slotte 3. de overgang naar verzoening en wederzijdse samenwerking. Zoek zo snel mogelijk na een incident contact met betrokken doelgroepen, zowel om (potentieel escalerende) misvattingen voor te zijn als ook om de banden met doelgroepen te normaliseren. Confrontaties tussen netwerkpartners en doelgroepen zijn niet altijd destructief voor de onderlinge relaties en kunnen zelfs constructief werken, mits netwerkpartners op een zorgvuldige manier omgaan met de nasleep van het incident. Houd in de inhoud van deze communicatie rekening met **verschillende perspectieven** op dezelfde gebeurtenissen (ontwikkeling van misverstanden). Zet in op **adequate timing** (snel na de escalatie) waardoor de transitie naar het tweede bovengenoemde stadium kan worden ingezet. Geef in de communicatie met doelgroepen en burgers professionele blijken van **respect en empathie** (Literatuurreview H5).
2. Baseer duiding van spontaan, niet geësceneerd of geregisseerd gedrag in videomateriaal op sociale media op **non-verbale, lichamelijke indicatoren** van mogelijk geweld. Sterke indicatoren van geweld zijn: **1.** een bokshouding tijdens een ruzie en **2.** iemands persoonlijke ruimte binnendringen. Vrij sterke indicatoren zijn: **3.** gebalde vuisten, **4.** verbale dreigementen, en **5.** de omgeving visueel inspecteren. Enigszins bruikbare indicatoren zijn: **6.** hoofd rollen of nek rekken, **7.** Aangespannen kaakspieren, **8.** handen stevig in de zakken, **9.** teveel aan kleding verwijderen, **10.** ijsberen, **11.** armen of schouders rekken, **12.** gespannen lichaam of verstarren, **13.** rood aanlopend gezicht, **14.** schreeuwen, **15.** snel ademen, **16.** transpireren, **17.** in de ogen staren, en **18.** boos fronsen. Zwakke indicatoren zijn: **19.** overdreven handgebaren, **20.** oogcontact vermijden, **21.** handen op de heupen, **22.** snel knipperen, en **23.** huilen (Literatuurreview H4).
3. Baseer **duiding van gedrag in crisissituaties** waarin de interactie zich al heeft verplaatst naar het fysieke domein op non-verbale, lichamelijke indicatoren van mogelijk geweld. Sterke indicatoren van geweld zijn hetzelfde als in punt 2 hierboven (Literatuurreview H4).
4. Grijp in bij **waarschuwingssignalen dat een netwerkpartner wordt geprovoceerd**. Voorbeelden van waarschuwingssignalen zijn: 1 verwijzingen naar eigen prestaties of CV zoals "Weet je hoe lang ik al politieagent ben?", 2 respect eisen zoals "Zo praat je niet tegen me." of "Weet je wat, ik word niet betaald om deze onzin te slikken.", 3 terugkaatsing van beledigingen zoals "Rot op? Nou, rot zelf op!", 4 dreiging met arrestatie zonder gegronde reden zoals "Wil je naar de gevangenis?!", 5 agressieve lichaamstaal zoals wijzen met de vinger of de interactiepartner heel dicht benaderen, neus aan neus. Leid de geprovoceerde netwerkpartner weg van de provocerende persoon of situatie (Literatuurreview H4).

### **Zet in op de-escalatie alvorens eventueel over te gaan tot fysiek ingrijpen.**

Kleiner en eerder interveniëren heeft altijd de voorkeur boven grootschalige opschaling. Soms kan een klein online of offline contactmoment met de doelgroep al voldoende zijn om te de-escaleren. Dit scheelt tijd, geld, mankracht en is beter voor de band met de doelgroep. Welke online en offline tactieken kun je inzetten om online aangejaagd geweld te de-escaleren?

#### **Specifiek voor politie en handhavingsorganisaties**

1. Haal de **oproeper uit de anonimiteit** door de identiteit van de *poster* te achterhalen. Schakel hulp in van collega's, netwerkpartners en (online) informele contacten (Literatuurreview H4). Ga op huis- of schoolbezoek om een situatie stuk te maken. Doordring de betrokkene(n) ervan dat die niet meer anoniem is. Verzoek tot het verwijderen van online uitingen. Informeer ouders en leerlingen over ongewenst gedrag, bijvoorbeeld met een brief (Praktijkonderzoek H4.2.2).
2. Probeer de situatie te **de-escaleren door het gesprek aan te gaan** met de doelgroep, fysiek en/of online. **1.** Stel je vriendelijk voor, **2.** Geef aan welke organisatie je vertegenwoordigt en wat je rol is, **3.** Leg de aanleiding voor de interactie uit. **4.** Beoordeel het type interactiepartner(s): meewerkend / uitdagend, bekritiserend / manipulatief, provocerend? Bij verzet of provocatie: 1. Poog eerst betrokkenen op een de-escalerende manier te overtuigen mee te werken in een (fysieke of online) handhavingssituatie. Herhaal de provocatie en voorziet deze van een tegenwerping. Leid het gesprek terug naar het onderwerp en eindig met een de-escalerende afsluiting, **2.** wijs, als dat niet werkt, op negatieve gevolgen van het weigeren mee te werken, **3.** als dat niet werkt, vraag de persoon om bevestiging dat die instaat voor de consequenties voordat men overgaat tot het laatste redmiddel van fysiek ingrijpen (Literatuurreview H4).
3. Gebruik **uitsluitend noodzakelijk en proportioneel geweld**, met afstand en dekking voor een relatief veilige positie. Zelfverdediging is dan minder snel nodig (Literatuurreview H4).

#### **Voor jongerenwerkorganisaties**

4. **Bemiddel** bij ruzies tussen jongeren.
5. Zet het eigen netwerk in om **ingangen** te vinden bij de betrokken doelgroepen.
6. Ga **fysiek in gesprek** met de betrokkenen als daar nog tijd voor is. Op die manier heb je meer inzicht in de non-verbale communicatie dan bij online contact met de doelgroep.
7. Ga met doelgroepen in gesprek over de door hen **geposte berichten**. Dat kan zowel online als offline (Praktijkonderzoek H4.2.1). Voorbeeld: "Ik heb gezien dat je X gepost hebt op Y. Ik maak mij zorgen over de mogelijke gevolgen van dit bericht voor jou. Kunnen we hierover praten?"

#### **Alle netwerkpartners**

8. Rapporteer opruiende berichten op online platforms. Hoe meer meldingen, hoe groter de kans dat het platform het bericht verwijdert. **1.** Besluit als netwerk waar je opruiende berichten deelt om gezamenlijk te rapporteren, bijvoorbeeld een bestaande whatsappgroep. **2.** Deel een link naar het opruiende bericht in het afgesproken kanaal. **3.** Verzoek alle leden om de inhoud te rapporteren (Praktijkonderzoek H4.2.2). Zie het **melden als burgers als alternatief** wanneer formele routes als netwerk(partner) niet beschikbaar of niet effectief zijn.

## Nazorg

**Behoud contact met de doelgroep en herstel banden indien sprake is van een beschadigde relatie.**

Nadat de acute crisissituatie voorbij is, begint de vaak onderbelichte fase van nazorg. Het behoud en de wederopbouw van relatie met doelgroepen staat centraal, aangezien het vertrouwen tussen partijen beschadigd kan zijn. Uiteindelijk is het van belang om te zorgen dat onderling contact niet verloren gaat. Hoe kan de band met de doelgroep, melders en sleutelfiguren hersteld worden?

1. Houd rekening met mogelijke **verschillende percepties** van gebeurtenissen en communiceer respectvol met doelgroepen. Maak verschillen in opvattingen over het optreden van netwerkpartners en de doelgroep tijdens een interventie zo snel mogelijk bespreekbaar en los deze zo snel mogelijk op. Directe, open, respectvolle communicatie van netwerkpartners met doelgroepen is niet alleen een morele plicht maar ook constructief voor het herstel van relaties en preventie van nieuwe of verdere escalatie (Literatuurreview H5).
2. Verzend een DM of persoonlijk online bericht naar doelgroepen die betrokken zijn bij een incident. Zo onderhoud je **online contact**, kun je direct reageren na een incident en ben je niet afhankelijk van het plannen van een fysieke afspraak, waar soms (te) veel tijd overheen kan gaan (Praktijkonderzoek H5.2).
3. Steek de nazorg voor doelgroepen op een **positieve wijze** in. Benadruk wat er goed is gegaan. Positieve ervaringen met (overheids)organisaties vergemakkelijken mogelijk toekomstige informatie-uitwisseling tussen de doelgroep en professionals.
4. **Normaliseer de relaties** tussen betrokken groepen en netwerkpartners door het stimuleren van: 1) duurzaam contact tussen de doelgroep en één of meer **vaste jongerenwerkers**, waarin 2) de jongerenwerker fungeert als een 'mentorachtige welzijnsprofessional', die 3) naast groepsactiviteiten ook individueel begeleidt, waarbij 4) positieve rolmodellen en/of ervaringsdeskundigen helpen een 5) positief veranderingsproces in gang te brengen, dat gebaseerd is op 6) intrinsieke motivatie van doelgroepen op basis van gevoelens van autonomie, competentie en verbondenheid (Literatuurreview H5).
5. Besteed aandacht aan een vervelende gebeurtenis in de buurt en bied de mogelijkheid voor coachgesprekken, niet enkel voor de betrokken jongeren zelf, maar voor de **gehele gemeenschap**. Stel een contactenlijst op met sleutelfiguren in de gemeenschap en maak op basis daarvan een **communicatieplan** om via (sociale) media met de doelgroep te blijven communiceren (Praktijkonderzoek H5.2).
6. Besteed in de begeleiding van doelgroepen die betrokken zijn geweest bij een crisis aandacht aan hun **toekomstperspectief**. Werk aan re-integratie in de maatschappij met behulp van een baantje, stage of scholing (Praktijkonderzoek H5.2, H4.2.1)
7. Ga **zorgvuldig om met de tipgever** van informatie. Zorg indien mogelijk voor een terugkoppeling en overweeg of ook anonieme tipgevers bedankt kunnen worden door een tussenpersoon of een algemeen bericht aan een gemeenschap. Houd een vinger aan de pols met de **melder** om eventuele PTSS-gerelateerde klachten te onderkennen (Praktijkonderzoek H5.2.1).

### **Bied interne ondersteuning aan personeel dat betrokken is geweest bij een online escalatie.**

De acute crisissituatie heeft niet enkel impact op de doelgroep zelf maar ook op het team en de individuele medewerker. Online incidenten kunnen net als fysieke gebeurtenissen tot PTSS leiden. Er dient daarom aandacht te zijn voor de manier waarop er binnen de organisaties uit het netwerk omgegaan wordt met nazorg voor hun eigen personeel na online escalaties. Op welke wijze kunnen netwerkorganisaties invulling geven aan (mentale) nazorg voor hun personeel?

1. Formuleer heldere procedures en leef de procedures na. Voorzie bijvoorbeeld in een interne structuur waar **melding van online incidenten** gedaan kan worden. Denk hierbij aan situaties waarbij een medewerker online beeldmateriaal ziet van geweld of mishandeling. Zorg voor procedures om een vinger aan de pols te houden met de melder van een online incident.
2. Sta stil bij **herstel van professionals** in de nasleep van een crisissituatie. Maak (mogelijke) negatieve consequenties van het werk bespreekbaar in een veilige werksfeer waarin werknemers zich vrij voelen om fysiek of online om hulp te vragen. Zorg voor interne intervisie en/of richt een **interne praatgroep** op. Professionals die werken bij verschillende netwerkpartners kunnen namelijk te maken krijgen met een variëteit aan negatieve consequenties van hun taken in de aanpak van online aangejaagd geweld (Literatuurreview H5, Praktijkonderzoek H5.2.2)
3. Geef betrokken personeel de mogelijkheid om **casuïstiek** met een psycholoog te bespreken en leer werknemers om te gaan met bronnen van stress door 1) visualisatie vooraf, 2) emotionele afstand te bewerkstelligen, 3) sociale steun aan te bieden, 4) de mogelijkheid tot vermindering van belastende werksituaties en 5) herinterpretatie en zingeving (Literatuurreview H5).
4. Benadruk, om eventuele weerstand weg te nemen, dat het versterken van het mentaal welzijn van professionals kan samengaan met het **verminderen van escalatierisico** (Literatuurreview H5).
5. Breng de **veroorzakers van stress** in kaart. Zorg voor inzicht in zaken die voor stress zorgen bij praktijkexperts, te denken valt aan: 1) emotionele belasting, 2) fysieke belasting, 3) bedreiging en intimidatie, 4) onzekerheid en twijfel. Mogelijke **organisatorische stressoren** zijn: 1) bureaucratie, 2) ondermaatse (ICT-)middelen en faciliteiten, 3) slechte interne samenwerking, 4) slechte samenwerking met netwerkpartners, 5) te hoge/lage werkdruk, 6) ondermaatse leidinggevenden en management, 7) onregelmatige werktijden, 8) reorganisaties en werkprocesveranderingen, 9) ongeschiktheid van collega's, en 10) slechte werk/privébalans. Maak deze veroorzakers van stress bespreekbaar en probeer deze zoveel mogelijk te voorkomen of op te lossen (Literatuurreview H5).

**Evalueer de interventie zowel in de eigen teams en organisatie als binnen het netwerk.**

Na een interventie is het van belang om zowel met de eigen organisatie als met het gehele netwerk terug te blikken op het verloop van de gebeurtenissen. Vragen die daarbij van belang zijn om te stellen: Wat is goed gegaan? Wat ging niet goed? Wat kan de volgende keer beter? Deze vorm van nazorg draait om het bespreekbaar maken van de situatie om ervan te leren voor de toekomst. In dit afsluitende deel wordt de cirkel weer rond gemaakt naar de eerste fase van de cyclus. Hoe kunnen de opgedane ervaringen bijdragen aan preventie van toekomstig online aangejaagd geweld?

1. Richt een structuur in voor **netwerkbrede evaluatie**. Werk daarbij volgens een vast protocol. De netwerkregisseur is verantwoordelijk voor het initiëren van de netwerkbrede evaluatie (Praktijkonderzoek H5.3).
2. Zorg dat er **binnen elke organisatie** (en eventueel team) afzonderlijk wordt geëvalueerd over de invulling van de eigen taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden tijdens de interventie (Literatuurreview H5, Praktijkonderzoek H5.3).
3. Stel een diverse en **representatieve adviesraad** op (Literatuurreview H5, Praktijkonderzoek H5.3).

## **Wees alert op de verspreiding van misinformatie rondom een online incident of aangejaagd geweld.**

In de nazorgfase zijn verschillende partijen bezig met de verwerking van een incident. Onderdeel hiervan is de interpretatie van wat er is gebeurd en wie er verantwoordelijk is voor wat er is gebeurd. Er kan sprake zijn van verschillende perspectieven hierop, die mogelijk worden gevoed door onjuiste berichten en geruchten die zich onder andere door online communicatie razendsnel kunnen verspreiden. Misinformatie kan herstel van relaties en de-escalatie in de weg staan, en het kan ook verstorend werken in de opbouw van vertrouwensbanden of effectief ingrijpen tijdens een incident. Bestrijd misinformatie dus in alle fases van de cyclus rond de aanpak van online aangejaagd geweld. Houd in gedachten dat internetgebruikers niet alleen passieve consumenten zijn, maar ook actieve makers en verspreiders van online-informatie. Hoe kunnen netwerkpartners misinformatie na online aangejaagd geweld ontkrachten? Zes aanbevelingen hiervoor zijn:

1. Weerleg misinformatie met **feiten** die minstens even aannemelijk en eenvoudig zijn als de onjuiste informatie. In de complexiteit van online aangejaagd geweld is dit vaak niet moeilijk (Literatuurreview H5).
2. **Vermijd onnodige herhalingen** van de misinformatie in de ontkrachtende communicatie. Let er hierbij wel op dat het compleet weigeren over een specifiek onderwerp te praten wantrouwen kan aanwakkeren. Als het zinvol of noodzakelijk is om specifieke misinformatie te herhalen, doe dit dan pas later in de communicatie in plaats van als opening van de ontkrachtende boodschap (Literatuurreview H5).
3. Benadruk wanneer je expliciet ingaat op details van misinformatie de **discrepantie** tussen misinformatie en feiten (Literatuurreview H5).
4. Laat misinformatie ontkrachten door een (in de ogen van de doelgroep) geloofwaardige, eerlijke, integere en **betrouwbare bron**. Dit kunnen bijvoorbeeld sleutelfiguren uit de gemeenschap of credible messengers zijn. Expertise is minder van belang voor de effectiviteit (Literatuurreview H5).
5. Zorg dat de ontkrachting aansluit bij **het wereldbeeld of de eigenwaarde** versterkt van de doelgroep (Literatuurreview H5).
6. Wakker **scepticisme** aan om mensen weerbaarder te maken tegen misinformatie. Hoewel een sceptische blik het moeilijker kan maken mensen te overtuigen van hun ongelijk, kan het er ook voor zorgen dat ze minder vatbaar worden voor misinformatie. Gezien de hardnekkigheid van misinformatie is voorkomen beter dan genezen (Literatuurreview H5).