Advies

Inzicht krijgen in de online leefwereld van jeugdigen

Een ontwerpgericht onderzoek naar de aanpak voor het bespreekbaar maken van de online leefwereld van jeugdigen



PerformaOR (2021)

M.L. van Kelckhoven & K.W. Hazekamp  
Eindopdracht Bachelor Social work  
Academie voor Sociale Studies, Hanzehogeschool Groningen

Advies inzicht krijgen in de online leefwereld van jeugdigen  
Een ontwerpgericht onderzoek naar de aanpak voor het bespreekbaar maken van de online leefwereld van jeugdigen

Karin Willemijn Hazekamp – 402644 & Marie-Louise van Kelckhoven – 398670  
Datum: 23-12-2022  
Bachelor Social Work, Voltijd  
Academie voor Sociale Studies, Hanzehogeschool Groningen  
Eindopdracht '22-'23 – SSVB22EO  
Opdrachtgevende organisatie: Leger des Heils Jeugdbescherming en –reclassering Groningen  
Opdrachtgever vanuit organisatie: Ineke Berghuis  
Begeleidende docent: Döndü Yurtmaz   
Aantal woorden: 5574

Voorwoord   
  
Voor u ligt het afstudeeronderzoek van Karin Willemijn Hazekamp en Marie-Louise van Kelckhoven over het inzicht krijgen in de online leefwereld van jeugdigen. We hebben gekozen voor dit onderwerp omdat we vinden dat de noodzaak van het bespreken van de online leefwereld groot is. In het nieuws komen regelmatig zorgelijke artikelen over sociale media en de digitalisering voorbij. Daarnaast hebben wij vorig jaar bij onze stage deelgenomen aan een werkgroep die betrekking heeft op dit onderwerp, waarbij we ons bewust zijn geworden van het belang van het inzicht krijgen in de online leefwereld van jeugdigen als professional.

De opdrachtgever is het Leger des Heils Jeugdbescherming en -reclassering te Groningen. Ons onderzoek is gericht op de sociaal professionals die daar werkzaam zijn. Tijdens het onderzoek en het schrijven ervan hebben we ervan dat we te maken hebben met een complex onderwerp, waar veel beperkingen en onmogelijkheden aan vast zitten. Dit heeft veelal te maken met wetgeving omtrent privacy. Vanuit de empowerment van de sociaal professional hebben we daarom juist gekeken naar de mogelijkheden!  
  
Tijdens ons onderzoek zijn er een aantal mensen belangrijk geweest. Allereerst willen wij onze opdrachtgever bedanken voor het vertrouwen en de ruimte om in de organisatie ons onderzoek uit te voeren. Ook willen we de respondenten en bedanken, zonder jullie hadden we dit niet mogelijk kunnen maken. Jullie tijd, aandacht en eerlijkheid heeft ertoe geleid dat wij een waardevol product hebben kunnen neerzetten.

Daarnaast willen we onze docenten en klasgenoten bedanken voor het kritisch meedenken, de feedback en de gezelligheid. Als laatste willen we alle andere betrokkenen bedanken voor de moeite en aandacht die je op welke manier dan ook in ons of ons onderzoek hebt gestopt.  
  
Het verslag begint met een managementsamenvatting. Daarna komt hoofdstuk 1, waarin het product wordt toegelicht. Dan volgt hoofdstuk 2, waarin het ondervonden probleem op macro-, meso- en microniveau beschreven wordt. Vervolgens wordt in hoofdstuk 3 de aanpak, resultaten, de daaruit voorgekomen ontwerpeisen en de verschillende onderzoekloops weergegeven. Het verslag sluit af met hoofdstuk 4, waarin beschreven wordt hoe het product toe te passen, welke bijdrage het levert en worden eventuele aanvullende aanbevelingen gedaan. Het verslag sluit af met een conclusie, literatuurlijst en de bijlagen.

Managementsamenvatting  
  
Bij LJ&R zijn onder meer jeugdbeschermers en -reclasseerders werkzaam. Uit de interviews met deze professionals komt het probleem naar voren dat zij zich onvoldoende bewust zijn van de noodzaak van het bespreken van de online leefwereld van jeugdigen. In gesprek blijkt de interesse naar deze nog onbekende leerwereld er wel te zijn. Tevens wordt er aangegeven dat er behoefte is aan meer duidelijkheid over hoe deze leefwereld eruitziet en hoe het bespreekbaar te maken met de jeugdigen. Dit ontwerponderzoek heeft als doel bewustwording te verspreiden onder de professionals en het biedt handvaten om in gesprek te gaan met de jeugdigen over de online leefwereld.

Het product dat is ontworpen maakt de professional bewust, geeft kennis én is duurzaam inzetbaar. Dat is wat ons product de professionals biedt en dat allemaal in de vorm van een laagdrempelige, uitnodigende en bovenal informatieve video van enkel twee minuten!  
  
Ons product stimuleert de collectieve verantwoordelijkheid omtrent het inzicht krijgen op de online leefwereld van de jongeren bij professionals en ouders. Tevens neemt kansengelijkheid toe doordat professionals na verloop van tijd zullen beschikken over dezelfde kennis en zich meer bewust zullen zijn, waardoor alle jeugdigen binnen de begeleiding dezelfde kansen krijgen. De professionals zullen in staat zijn gerichter te handelen door dezelfde kennis. De deskundigheid onder professionals wordt immers vergroot. In hoofdstuk één wordt verder ingegaan op wat ons product betekent voor de professionals. Naast ons product bevelen we aan om trainingen over sociale media en de online leefwereld aan te bieden voor de professionals. Dit is een makkelijke en laagdrempelige manier om kennis op te doen. In de kennisclip tippen wij over het document van NJI (2019) en benadrukken wij om dit document goed door te nemen. Er staat veel aanvullende informatie in over de online leefwereld. Als laatste adviseren we om de door het werkgroepje gemaakte posters van vorig jaar (bijlage 2) uit te printen en in de kantine te leggen.

Inhoudsopgave

[Hoofdstuk 1: Het product 6](#_Toc122697522)

[Hoofdstuk 2: Aanleiding en doelstelling van het advies 8](#_Toc122697523)

[2.1 Het onderzoek en de aanleiding 8](#_Toc122697524)

2.2 Context……………………………………………………………………………………………………………………….8

2.3 Het probleem………………………………………………………………………………………………………………9

2.3.1 Landelijk Beeld………………………………………………………………………………………………………9

2.3.2 Beleid van de organisatie……………………………………………………………………………………….9

2.3.3 Professionals LJ&R en jeugdigen………………………………………………………………………….10

[2.4 Conclusie 10](#_Toc122697525)

[Hoofdstuk 3: Aanpak en inhoud 11](#_Toc122697526)

[3.1. Discoverfase 11](#_Toc122697527)

[3.1.2 Contextual interviewing 11](#_Toc122697528)

[3.1.3 Ontwerpeisen 12](#_Toc122697529)

[3.2 System mapping 12](#_Toc122697530)

[3.3 Definefase 13](#_Toc122697531)

[3.3.2 Probleemboom/CIMO-analyse 13](#_Toc122697532)

[3.3.3 Aanpak 13](#_Toc122697533)

[3.3.4 Resultaten 13](#_Toc122697534)

[3.4 Best practice 13](#_Toc122697535)

[3.5 Developfase 14](#_Toc122697536)

[Hoofdstuk 4: Aanbeveling 15](#_Toc122697537)

[4.1 Deliverfase 15](#_Toc122697538)

[4.2 Product 15](#_Toc122697539)

[4.3 Implementatie en verspreiding 15](#_Toc122697540)

[4.4 Aanbevelingen 16](#_Toc122697541)

[Literatuur 17](#_Toc122697542)

[Bijlage 1: Interviewvragen en resultaat interviews 19](#_Toc122697543)

[Bijlage 2: Uitgewerkte posters sociale media werkgroep LJ&R 25](#_Toc122697544)

[Bijlage 3: Meer informatie over document NJI 28](#_Toc122697545)

[Bijlage 4: System mapping 29](#_Toc122697546)

[Bijlage 5: Probleemboom/CIMO- analyse 30](#_Toc122697547)

[Bijlage 6: Trainingen Reclassering Nederland 31](#_Toc122697548)

[Bijlage 7: SCAMPER en Decision Matrix SCAMPER 32](#_Toc122697549)

[Bijlage 8: Script prototype 33](#_Toc122697550)

Bijlage 9: Zorgvuldigheidsverklaring opdrachtgever……………………………………………………………36

# Hoofdstuk 1: Het product

In hoofdstuk 1.1 wordt de aanleiding beschreven voor het ontwikkelen van het product. In 1.2 beschrijven wij het product dat wij ontwikkeld hebben en wordt de bijdrage en implementatie van het product weergegeven. Het hoofdstuk sluit af met een beschrijving van de beroepswaarden en word aan de hand van Global definition of Social Work beschreven op welke manier ons product belangrijk is voor het handelen van professionals.   
  
1.1 Aanleiding  
Al jarenlang is digitalisering een grote ontwikkeling in de Nederlandse maatschappij en daarmee ook binnen de jeugdzorg. Zorgdossiers staan tegenwoordig online in een systeem achter meerdere wachtwoorden verstopt, kinderen hebben al op jonge leeftijd een mobieltje, je date ontmoet je via een datingapp en je hoort steeds vaker over online criminaliteit in het nieuws.   
De jeugdigen van nu zijn opgegroeid met deze ontwikkeling. Je ziet dat de offline en online leefwereld steeds meer en in elkaar overlopen. Deze grens tussen de online en fysieke leefwereld vervaagt met de dag meer. Uit een onderzoek van het Nederlands Jeugdinstituut (2019) over het werken in de online leefwereld van jongeren als professional komt naar voren dat veel professionals onvoldoende zicht hebben op de online leefwereld van jongeren (Hamdiu & Van den Broek, 2019). Ook het LJ&R loopt hier tegenaan. Zij hebben hierdoor onvoldoende weet van de rol die sociale media speelt in het opgroeien van jongeren en wat opgroeien met zo'n online leefwereld vraagt aan begeleiding. Uit de interviews met de professionals van LJ&R blijkt dat veel professionals handelingsverlegenheid kennen in hoe ze het beste kunnen aansluiten bij en werken binnen de online leefwereld van jongeren (bijlage 1). Hamdiu & Van den Broek (2019) bevestigen dat hier vaker sprake van is onder professionals (bijlage 3).  
  
Onderzoek toont aan dat het lijkt alsof jongeren zich vanuit het niets in risicovolle situaties bevinden en strafbare feiten plegen, terwijl dit online een aanloop heeft gehad. De ‘digitalisering van de straat’ wordt het ook wel genoemd: verplaatsing naar de online leefwereld van ongewenst gedrag dat eerst op straat plaatsvond. Het betreden van de online leefwereld van de jongeren brengt voor professionals spanningen met zich mee. Het is lastig te bepalen wat je kunt vragen, omdat je ook professionele afstand moet bewaren. Online is het nog zoeken naar een nieuwe invulling van nabijheid. Wat de schrijver ons vooral wil meegeven is het advies dat professionals zicht moeten krijgen op – en moeten kunnen handelen naar – de verwevenheid tussen de fysieke en digitale leefwereld van jongeren (Gooren et al., 2022).  
  
1.2 Beschrijving product   
Het product dat wij hebben gemaakt is een korte en handige video waardoor het bewustzijn en de kennis van de professionals op een leuke en visueel aantrekkelijke manier wordt vergroot. Hierdoor is het product laagdrempelig en uitnodigend. In de video komt naar voren dat het gebruik van sociale media de laatste jaren enorm is gegroeid en waarom het zo belangrijk is dat er zicht komt op de online leefwereld van de jeugdigen. Daarnaast worden er tips gegeven hoe je als professional aan de slag kunt gaan. En dit allemaal in een video van maar twee minuten! In de beschrijving van de video kun je de linkjes vinden van de gebruikte bronnen en naar een helpend document van het NJI over dit onderwerp.  
  
Het product is voor iedereen die zichzelf als persoon en professional wil ontwikkelen op het gebied van de online leefwereld van jeugdigen. De video zorgt ervoor dat je met een vernieuwde en frisse blik kunt kijken naar de relatie met je client. Je kunt de handvaten die worden gegeven gebruiken in de gesprekken en signalen van zorgelijke onlinegedrag leren herkennen. Kortom: het product biedt veel kansen. Ook wanneer je weinig kennis hebt over sociale media kun je er mee aan de slag. De video is absoluut geschikt voor iedereen!

De doelstelling van het product is het bewust maken van de professionals van het belang van het bespreken van de sociale leefwereld van de jeugdigen in hun caseload.   
In de globale definitie van Social Work (IFSW, 2014) komt naar voren dat sociale cohesie en collectieve verantwoordelijkheid begrippen zijn die bij Social Work horen. Wij vinden dat ons vraagstuk raakvlakken heeft met deze begrippen. Sociale cohesie staat onder meer voor verbondenheid tussen groepen, dit is wat wij onderzoeken maar bovenal juist proberen te vergroten. We proberen immers de kloof tussen de jongeren en de hulpverleners te verkleinen. Een doel met ons onderzoek is de collectieve verantwoordelijkheid stimuleren omtrent het zicht krijgen op de online leefwereld van de jongeren bij professionals en ouders. De kansengelijkheid neemt toe doordat professionals na verloop van tijd zullen beschikken over dezelfde kennis en zich meer bewust zullen zijn, waardoor alle jeugdigen binnen de begeleiding dezelfde kans krijgen op begeleiding omtrent bewust sociale media gebruik. De professionals zullen dan namelijk algeheel beter kunnen inspelen op signalen, maar zullen ook in staat zijn gerichter te handelen. De deskundigheid onder professionals wordt immers vergroot. Doordat wij met ons onderzoek de professionals meer bewustwording, kennis en handvaten kunnen geven wordt de sociale veiligheid vergroot van de jeugdigen en in de maatschappij doordat professionals beter weten in te spelen op de behoefte van de jongeren bij het bespreken van het onderwerp. Ten slotte wordt uiteraard de sociale innovatie vergroot doordat wij een nieuw product leveren voor professionals om betere begeleiding te bieden aan jeugdigen binnen de hulpverlening.

# Hoofdstuk 2: Aanleiding en doelstelling van het advies

In dit hoofdstuk wordt in 2.1 de aanleiding en doelstelling van het onderzoek en advies beschreven. In 2.2 beschrijven wij waar het onderzoek zich afspeelt, in 2.3 analyseren wij het probleem op micro, meso- en macroniveau en in 2.4 is de conclusie te lezen.

2.1 Het onderzoek en de aanleiding  
De aanleiding voor ons onderzoek heeft te maken met het volgende incident. Begin augustus 2021 bereikte het Leger des Heils Jeugdbescherming en –reclassering (LJ&R) het nieuws dat een jeugdige die bij hen onder toezicht staat, een andere jongen dodelijk verwond heeft met een steekwapen. Er volgt een Inspectiemelding en een calamiteitenonderzoek. In november 2021 is het onderzoek afgerond. Uit het onderzoek bleek dat zowel de jeugdbeschermer als de betrokken hulpverlening geen enkel zicht hadden op de online leefwereld van deze jongere. Juist dáár, in deze online leefwereld, was de ruzie ontstaan die uiteindelijk geleid heeft tot het dodelijk steekincident. De ruzie ging om jongeren van verschillende rivaliserende jeugdgroepen en zij stonden recht tegen over elkaar. Tussen deze groepen is onder meer online wrijving ontstaan, die door de tijd heeft geleid tot het incident.   
Of het steekincident voorkomen had kunnen worden wanneer er wel meer bekend was geweest over de online leefwereld is achteraf niet vast te stellen, maar lijkt onwaarschijnlijk. Wel geven geïnterviewde jeugdbeschermers aan dat wanneer zij weet hadden gehad van de online contacten, zij voor een andere insteek met de jeugdige hadden gekozen.   
De onderzoekscommissie stelt dat de online leefwereld van een jongere dusdanig belangrijk is, dat deze als regulier leefgebied behandeld moet worden, om zo de kans op een dergelijk incident te verkleinen. De doelstelling van ons onderzoek is dan ook om professionals bewust te maken van de noodzaak van het bespreken van de online leefwereld van jeugdigen en hen hier handvaten voor te geven. Het doel hiervan is dat de professionals de jeugdigen beter kunnen aansluiten en begeleiden op het gebied van de online leefwereld.  
  
2.2 Context  
Wij voeren ons onderzoek uit bij het Leger des Heils Jeugdbescherming en -reclassering (LJ&R) Groningen. Het LJ&R Groningen heeft cliënten woonachtig in Groningen, Friesland en Drenthe. De jeugdbescherming en -reclassering begeleidt jeugdigen tussen de 12 en 18 jaar (tot en met maximaal een jaar of 23) die met politie en justitie in aanraking zijn gekomen. Uit cijfers van het jaardocument van het LJ&R van 2020 zijn er afgerond 3400 jeugdigen begeleid door een jeugdbeschermer en bijna 5800 jeugdigen door een jeugdreclasseerder, verdeeld over 153 fulltime jeugdbeschermers en 177 reclasseerders (Stichting Leger des Heils, 2020). Eenvoudig gezegd ondersteunt het LJ&R de jeugdigen bij het nakomen van de bijzondere voorwaarden die de (kinder)rechter heeft uitgesproken en zijn vastgesteld in het vonnis. De jeugdige met een jeugdreclasseringsmaatregel krijgt een jeugdreclasseringsmedewerker toegewezen, waarna op basis van de bijzondere voorwaarden vanuit het vonnis een plan van aanpak met doelen wordt opgesteld. Het hoofddoel van de jeugdreclassering is altijd voorkomen dat de jeugdigen recidiveren (opnieuw een strafbaar feit plegen) en het stimuleren tot maatschappelijke participatie. De jeugdbescherming richt zich op de veiligheid van het kind. Ieder kind heeft recht op een veilige ontwikkeling. Ouders zijn in eerste instantie verantwoordelijk voor een veilige en pedagogisch verantwoorde opvoeding van hun kinderen. Als dit niet lukt, kan een rechter bepalen dat in een gezin gedwongen hulpverlening nodig is. Dan komt jeugdbescherming in beeld. Het LJ&R ondersteunt ouders bij ondertoezichtstellingen, voogdijmaatregelen en drangmaatregelen. Het hoofddoel van de jeugdbescherming is om de ontwikkelingsbedreigingen van een kind weg te nemen (Leger des Heils, z.d.).  
  
2.3 Het probleem  
In de volgende paragrafen hebben wij het probleem geanalyseerd en beschreven op macro-, meso-, en microniveau.  
  
2.3.1 Landelijk beeld  
Op macroniveau zien we dat ook landelijk bij het LJ&R zich problemen voordoen. Zo hebben wij van onze contactpersoon uit de randstad begrepen dat ook daar de professionals onvoldoende op de hoogte zijn van wat er zich online afspeelt en het feit dat er signalen gemist worden.

Daarnaast wordt opgemerkt dat de handelingsverlegenheid van de professionals wordt vergroot vanwege de Algemene verordening gegevensbescherming (AVG) -wet. De AVG-wet omvangt de belangrijkste regels omtrent de omgang met persoonsgegevens. De regel binnen deze wet is dat je alleen persoonsgegevens mag verwerken wanneer je deze echt nodig hebt (Breejen, 2022). De professionals weten niet goed wat mogelijk is binnen deze wet en wat zij wel of niet mogen doen. Uit onzekerheid wordt het onderwerp daarom soms ook vermeden.

Op landelijk niveau zijn er weinig tot geen afspraken over het bespreekbaar maken van de online leefwereld van de jeugdige als professional. In geen van de Richtlijnen Jeugdhulp en Jeugdbescherming wordt genoemd dat een professional dit standaard bespreekbaar moet maken met de jeugdige cliënt (Meeuwissen et al., 2021). Een deel van de auteurs van de Richtlijnen is werkzaam bij het NJI. Het NJI heeft wel een handleiding uitgebracht over het werken in de online leefwereld van jongeren als professional omdat veel jongerenwerkers onvoldoende zicht hebben op de online leefwereld van jongeren. In het document wordt aangedrongen op het feit dat het belang van het bespreken van de online leefwereld van jongeren als hedendaagse sociaal professionals groot is.  
  
2.3.2. Beleid van de organisatie  
Op mesoniveau zien wij dat het LJ&R zich niet tot weinig bewust is van hoe belangrijk het bespreekbaar maken van dit onderwerp daadwerkelijk is. Dit blijkt uit interviews met professionals van het LJ&R (bijlage 1). Zij geven aan dat er vanuit de organisatie geen trainingen beschikbaar zijn over de online leefwereld van jongeren en/of hoe hiermee om te gaan binnen de begeleiding. De professionals benoemen dat er zo nu en dan via de mail aandacht aan wordt geschonken, echter geven zij aan hier weinig mee te doen. Ondertussen is de organisatie steeds meer aan het digitaliseren. Dossiervorming is niet meer in mappen met papier maar allemaal in een computersysteem. In de digitale dossiers is echter geen kopje over de online leefwereld van jeugdigen opgenomen. De professionals zijn van mening dat wanneer dit in de rapportages komt, dat hen zou stimuleren tot nadenken en het bespreken ervan met de jeugdigen.

Vanuit de organisatie is er vorig jaar een sociale media werkgroep opgericht onder begeleiding van een beleidsmedewerker van het LJ&R. Deze werkgroep onderzocht waar de knelpunten liggen en heeft vervolgens al eerste stappen gezet. In ons stagejaar hebben wij bijgedragen aan deze eerste stappen door binnen de werkgroep genaamd 'de sociale leefwereld van jeugdigen' posters met informatie over sociale media platformen en hulpvragen voor professional aan de jeugdige op te stellen (bijlage 2). Deze posters zijn in het kwaliteitshandboek van het LJ&R opgenomen. Een andere ontwikkeling is dat dezelfde beleidsmedewerker naar aanleiding van het werkgroepje bij het LJ&R in de randstad in vijf teams een sociale media aanjager heeft aangewezen. Deze persoon is een deskundige op het gebied van sociale media waar de professionals terecht kunnen voor vragen en advies. Dit is echter nog een heel recente ontwikkeling en wordt nog niet landelijk bij het LJ&R toegepast.   
  
2.3.3 Professionals LJ&R en jeugdigen  
Het probleem op microniveau uit zich in twee aspecten. Het eerste aspect is dat er te weinig kennis is over de online leefwereld van jeugd bij de professionals. Het tweede aspect draait om een gebrek aan bewustzijn van de professionals over de online leefwereld van hun pupillen. Beide aspecten hebben als gevolg dat de professionals onvoldoende kunnen aansluiten bij de jeugdigen en daarmee dus niet de gepaste begeleiding kunnen bieden. Het gebrek hieraan leidt weer tot het missen van problematische signalen in het onlinegedrag van jeugd. Volgens literatuur (Hamdiu & van den Broek, 2019) en naar eigen zeggen zijn professionals zich niet bewust van het belang van het bespreken van de online leefwereld van jongeren. Dit kan onder meer te maken hebben met onwetendheid van de professional of de gemiddelde leeftijd van de professionals, die vaak van middelbare leeftijd zijn.   
  
Daarbij zijn jongeren zich vaak niet bewust van de impact van hun eigen sociale media gebruik en wat voor negatieve invloed het gebruik op zichzelf en anderen kan hebben. De grenzen tussen de online en offline leefwereld vervagen, wat sociale mediaverslaving als gevolg kan hebben en ervoor zorgt dat de jeugdige de realiteit uit het oog verliest (van der Sluis, 2018). Gevolgen van onbewust sociale mediagebruik kunnen ook gezondheidsproblemen opleveren (Mentaalbeter, z.d.). De professionals zouden, gezien vanuit de missie en visie van de organisatie, in staat moeten zijn de jongere en zo nodig ouders hierover te informeren en begeleiden. Er is geen duidelijkheid over wat pupillen en hun verzorgers/ouders zeggen over de aanpak ten opzichte van het bevragen van de online leefwereld.

2.4 Conclusie  
We kunnen concluderen dat er signalen zijn die duidelijk maken dat het belangrijk is om inzicht te krijgen in de online leefwereld van jongeren. Zo is in de literatuur te vinden dat de sociale leefwereld van jongeren online zich snel ontwikkelt en dat de digitalisering van hulpverlening niet snel genoeg gaat. In literatuur wordt aangedrongen op het bespreken van sociale mediagebruik als professional (Hamdiu & van den Broek, 2019). Ook uit het werkveld blijkt de noodzaak groot. Op macroniveau zie je dat er landelijk geen afspraken zijn gemaakt over het bespreken van de online leefwereld. Daarnaast zie je dat er handelingsverlegenheid ontstaat door bestaande wetten omtrent privacy, denk aan de AVG wet. Op mesoniveau is te merken dat de organisatie LJ&R bezig is met de jeugdbeschermers en -reclasseerders bewustmaken en pogingen doet hen te stimuleren om in gesprek te gaan over sociale mediagebruik. Denk aan de opgerichte werkgroep en aangewezen sociale media aanjagers in verschillende teams. Echter zie je op microniveau dat er nog te weinig bewustzijn is van de nood van het bespreken van sociale media met jeugdigen, dat er een gebrek aan kennis is van de mogelijke positieve en negatieve gevolgen en de kennis over sociale media op zich ook nog niet voldoende is om zorgelijke signalen juist op te vangen en dus de juiste begeleiding te bieden op dit gebied.

Hoofdstuk 3: Aanpak en inhoud  
In dit hoofdstuk beschrijven wij hoe het onderzoek hebben aangepakt per fase. Je leest hoe wij de verkregen informatie hebben verwerkt, tevens verschillende ontwerpeisen hebben verzameld en hebben gegenereerd naar een product. Daarnaast hebben wij nog gekeken naar hoe andere organisaties kijken naar en omgaan met de online leefwereld van de cliënt, dit lees je in 3.4.

3.1. Discoverfase  
In het kader van het inzichtelijk maken van het probleem en voor het nastreven van onze doelstelling hebben wij een kwalitatief onderzoek uitgevoerd, hierin hebben wij met verschillende professionals gesproken aan de hand van contextual interviewing. Dit betekent dat wij de personen in hun eigen omgeving gesproken hebben, de relevante context. Ook heeft het als voordeel om te kunnen observeren in de context van de respondenten. Het doel van de contextual interviewing om de mening en ervaringen van de persoon te verkennen. We proberen hiermee ook ontwerpeisen helder te krijgen. Daarnaast hebben we gebruikgemaakt system mapping. Het doel hiervan is om de opstelling van de organisatie te leren kennen en bewust te worden van eventuele obstakels (Van 't Veer, 2020).

3.1.2 Contextual interviewing  
We hebben gekozen om met verschillende betrokkenen en/of deskundigen in gesprek te gaan. De respondenten hebben we gekozen op basis van de rol die ze binnen de organisatie LJ&R vervullen: (werk)ervaring, leeftijd en beschikbaarheid. We hebben twee jeugdbeschermers bevraagd, één aan het einde van de middelbare leeftijd en één aan het begin van de middelbare leeftijd. Ook hebben we een jeugdreclasseerder gesproken. Daarnaast hebben we een gedragswetenschapper, beleidsmedewerker en een sociale media wijkagent geïnterviewd. De verschillende rollen en leeftijden hebben ons verschillende inzichten en ontwerpeisen opgeleverd, dat was ook onze intentie met deze bewust uitgekozen respondenten. We hebben deze respondenten gesproken in hun eigen context. De professionals op hun kantoor en de politieagent op zijn werkplek in het veld. We hebben een poging gedaan om in gesprek te gaan met een cliënt over zijn gebruik van sociale media als tiener zijnde. Helaas stond hij er niet voor open om met ons hierover in gesprek te gaan. Gezien het tijdsbestek waar wij aan vast zitten vanuit de opleiding gaat het ons niet meer lukken om een gesprek met de cliënt te realiseren.

Wij hebben interviewvragen opgesteld aan de hand van topics. Deze topics zijn de onderwerpen waar wij informatie over zouden willen en zijn gebaseerd op literatuuronderzoek. Hieraan hebben wij open interviewvragen gekoppeld.

3.1.2.1 Resultaten jeugdbeschermers  
In de interviews met de jeugdbeschermers komt naar voren dat zij weinig zicht hebben op de online leefwereld van de jongeren. Sociale media komt alleen ter sprake in gesprekken wanneer er zorgen over zijn. We hebben vernomen van de jeugdbeschermers dat de posters die wij vorig jaar hebben gemaakt weinig tot niet hebben aangeslagen. De mail kwam tussen andere mailtjes en hierdoor hebben ze de mail met de posters over het hoofd gezien. Ook werd het niet besproken in het teams zoals dat gepland was.

3.1.2.2 Resultaten jeugdreclasseerder  
In het interview met de jeugdreclasseerder komt naar voren dat zij vooral naar de online leefwereld vraagt met een doel, bijvoorbeeld bij zorgelijke signalen of wanneer het delict er mee te maken heeft. Ook geeft de jeugdreclasseerder aan niet genoeg kennis te hebben om goed met een jongere in gesprek te kunnen. Ze noemt ook dat de posters en de informatie die daarin is gegeven bij de jeugdreclasseerder niet voldoende zijn blijven hangen. Ze geeft aan nog meer kennis te willen over platformen en hulpvragen voor het in gesprek gaan over de online leefwereld.

3.1.2.3 Resultaten beleidsmedewerker  
De beleidsmedewerker geeft aan in het interview dat zij heel erg het belang inziet van het inzicht krijgen in de sociale leefwereld om betere begeleiding te kunnen bieden. Ook denkt ze dat bewustzijn de eerste en belangrijkste stap is. Zonder kennis kun je ook vragen stellen en in gesprek gaan met jeugdigen.

3.1.2.4 Resultaten gedragswetenschapper  
De gedragswetenschapper is van mening dat de jeugdbeschermers zeer weinig weten en zien van de online leefwereld van de jongeren. Daarnaast denkt ze dat het misschien niet de taak is van de jeugdbeschermer maar van de ouders of hulpverlening.

3.1.2.5. Resultaten wijkagent Sociale media  
Het belangrijkste resultaat dat naar voren komt in het gesprek met de wijkagent is dat hij door middel van het netwerk van de jongeren, meer over hen te weten komt. Hij geeft aan veel informatie te hebben over de jongeren in zijn wijk. Dit is vooral doordat hij al langer actief bezig is met contact maken; op straat, online, met ouders en op de plekken waar de jongeren komen.

3.1.3 Ontwerpeisen  
De ontwerpeisen die naar voren kwamen tijdens de interviews hebben overeenkomsten. De professionals verwachten dat ons product past bij de missie en visie van het LJ&R, dat is het helpen van kinderen om op te groeien in een veilige en stabiele omgeving, ontwikkelingsbedreigingen wegnemen en ouders handvaten geven en opvoedvaardigheden te vergroten. Ook hebben de professionals behoefte aan informatie die zij zelf zouden kunnen toepassen. Dus naast informatie over sociale media ook handvaten krijgen om binnen de professionele relatie met de cliënt op een passende manier in gesprek te gaan. Als laatste komt er naar voren dat professionals vooral reactief handelen, wat laat zien dat ze nog niet zonder signalen vragen naar de online leefwereld. Ook dit is iets wat we als ontwerpeis kunnen meenemen; het bewustzijn van het belang van preventief handelen in dit onderwerp.

3.2 System mapping  
In de discoverfase hebben wij, om meer helderheid te krijgen over de manier van werken binnen de organisatie, gebruik gemaakt van system mapping, ook wel organisatieopstelling genoemd. Dit is het in kaart brengen van het systeem die je wilt veranderen. Allereerst doe je informatie op over het systeem. Doordat wij vorig jaar stage hebben gelopen hebben wij al een goed beeld van de organisatie. Vervolgens hebben we met legopoppetjes de professionals van de organisatie nagebootst. Zie bijlage 4.

Het system mapping heeft ons meer bewustzijn en inzicht opgeleverd over de organisatie. Zo kwamen wij tot de conclusie dat professionals best ver af staan van de cliënten door het gedwongen kader. Daarnaast zagen wij ook dat de bestuurder weinig tot niet aansluit bij de professionals, omdat ze er erg ver van hen afstaat. Zij maakt veel beslissingen zonder te kijken naar wat de professionals nodig hebben. Dit kan een verklaring zijn voor de weinige aandacht de online leefwereld. De bestuurder heeft te weinig bewustzijn en kennis van de belangen ervan en ziet niet dat de professionals daar tegenaan lopen.

## 3.3 Definefase

Na de discoverfase hebben wij een heleboel informatie gekregen. Nu is het de bedoeling om in de definefase deze informatie te trechteren. Wij hebben de informatie inzichtelijk gemaakt doormiddel van een CIMO-analyse (bijlage 5) (Van 't Veer, 2020).

### 3.3.2 Probleemboom/CIMO-analyse

De probleemboom ofwel CIMO-analyse zorgt ervoor dat gegevens worden teruggebracht naar de meest essentiële inzichten. Echter zie je met deze methode niet hoe deze inzichten met elkaar in verband staan (Van 't Veer, 2020). In gesprek met de professionals hebben wij kennis gekregen over de verbanden tussen de inzichten.

### 3.3.3 Aanpak

We hebben zelf van tevoren onze resultaten opgeschreven. Samen met onze klasgenoten hebben we het figuur (bijlage 5) ingevuld. Zij hebben met een beschouwende blik naar onze uitkomsten kunnen kijken. We hebben de oorzaken en gevolgen in het figuur gezet.

### 3.3.4 Resultaten

We hebben inzicht gekregen in welke oorzaken het probleem heeft en welke gevolgen daaruit voortvloeien. Het heeft ons inzicht gegeven dat er oorzaken liggen die aangepakt moeten worden om het probleem op te lossen. De inzichten die we hebben opgedaan zijn dat er binnen de organisatie weinig aandacht wordt besteed aan de online leefwereld. Er zijn geen praktische tools, zoals trainingen. Daarnaast worden professionals geremd door handelingsverlegenheid door de AVG-wet, de snelle ontwikkelingen van sociale media en de hoge gemiddelde leeftijd. Die generatie is niet opgegroeid met de online leefwereld en werken al een lange tijd bij het LJ&R. De ontwerpeis die hier naar voren komt is het bewustmaken van het belang en daarnaast de handelingsverlegenheid verminderen door kennis.

## 3.4 Best practice

Jeugdbescherming Noord, een andere gecertificeerde instelling in de provincie Groningen, heeft naar aanleiding van onze mail een klein onderzoek gedaan naar hoe haar jeugdbeschermers te werk gaan met de online leefwereld van de jongeren. In de mail hebben wij verteld over ons onderzoek en dat wij graag zouden willen weten hoe zij inzicht krijgen in de online leefwereld van jeugdigen en of er zicht op is. Er kwam naar voren dat zij vooral reactief in plaats van preventief handelen. Dat betekent dat wanneer er zorgen zijn, er gehandeld wordt. Er wordt er niet zonder aanleiding gevraagd naar de online leefwereld. Er wordt binnen de organisatie wel een training aangeboden waar kennis wordt gegeven over risico's online. Ook wordt er aangegeven dat kennis vaak mist, ook misschien door de hoge gemiddelde leeftijd.

Reclassering Nederland, voor volwassenen, heeft overeenkomsten met de jeugdreclassering. Beide begeleiden mensen en houden toezicht in opdracht van justitie zodat zij niet nogmaals een strafbaar feit begaan. Reclassering Nederland maakt gebruik van verschillende trainingen om de online leefwereld. Deze trainingen gaan over gedigitaliseerde criminaliteit, mediawijsheid in het algemeen en mediawijsheid binnen zeden (bijlage 6). Daarnaast heeft het trainingsprogramma ook een podcast over die zicht richt op cybercrime.

Voor het ontwikkelen van het prototype hebben wij als ontwerpeis meegenomen dat het product toegankelijk en laagdrempelig moet zijn. Daarnaast is een training een makkelijke manier is om kennis over te brengen.

## 3.5 Developfase

De developfase bestaat uit twee deelfasen. Allereerst heb je de ideationfase en ten tweede heb je de prototypingfase. In de ideationfase gaat het erom dat je de nodige goede ideeën te genereerd om tot een oplossing te komen (van ‘t Veer, 2020). Wij zijn over de verkregen ontwerpeisen uit de discover- en definefase met onze begeleider vanuit de opdrachtgevende organisatie in gesprek geweest. Hierin heeft ze aangegeven dat ze het belangrijk vindt om verder te gaan op wat er al qua informatie beschikbaar is. De posters die zijn gemaakt hebben al goede kennis en zij wil dat wij hier iets mee doen. Andere ontwerpeisen die terug moeten komen in het product zijn kennisgeving en bewustwording. Elke geïnterviewde professional noemde minstens één van deze ontwerpeisen en daarom is dit iets wat zij ook van belang acht als het gaat om het product.

Uit het gesprek kwam een brainstormsessie voort die we hebben uitgevoerd met behulp van SCAMPER. We hebben deze tool gebruikt omdat je hiermee kunt denken vanuit iets wat al bestaat (van ‘t Veer, 2020). Dit is een ontwerpeis van onze begeleider en tevens is dit gemakkelijker dan iets volledig nieuws opzetten. Van tevoren hebben wij vragen opgeschreven aan de hand van de letters van SCAMPER. Door met elkaar antwoord te geven en na te denken over de vragen zijn we tot meerdere ideeën gekomen. Om het beste idee te kiezen hebben we gebruik gemaakt van een decision matrix (bijlage 7 voor de uitwerking van SCAMPER en de decision matrix). Hieruit kwam om een filmpje te maken.

In de prototyping fase van van 't Veer (2020) hebben we het idee van een filmpje gerealiseerd. Dit wordt een informatief filmpje over het belang van het inzicht krijgen in de online leefwereld (bewustwording) en daarnaast voorbeelden van handvaten om in gesprek te kunnen gaan met de cliënt en een verwijzing naar documenten die ook informatie geven (informatief). In bijlage 8 kun je het script lezen van het prototype. Het prototype is een concept van welke informatie uiteindelijk in het filmpje wordt gezegd. Nadat we het script hebben geschreven hebben we dit laten goedkeuren door onze opdrachtgever. Zij gaf ons een GO om het filmpje te gaan maken. Ze had geen op- of aanmerkingen op het script.

We hebben het product gemaakt in Canva. Dit is een programma waarmee je allerlei dingen kan creëren, zoals posters, logo's, een cv en dus video's. Er zijn verschillende dia's die de gesproken tekst ondersteunen met bijpassende plaatjes en getypte tekst. Het script hebben we ingesproken en onder de dia's gezet. Ten slotte hebben we een intro en een outro muziekje toegevoegd.   
We hebben uiteindelijk geen gebruik gemaakt van de posters in de video. De posters zijn op dit moment alleen beschikbaar voor de professionals van het Leger des Heils en omdat we ons product een duurzaam karakter wilden geven hebben we dat niet meegenomen. Wanneer we dat wel zouden gebruiken zou ons filmpje alleen binnen het Leger des Heils verspreid kunnen worden. Vanwege de korte termijn van het onderzoek hebben wij niet de mogelijkheid gehad om het product te testen.

# Hoofdstuk 4: Aanbeveling

In dit hoofdstuk is beschreven hoe het product gebruikt moet worden, welke bijdrage het levert aan het probleem en geven wij advies over eventuele zaken die wij niet hebben kunnen realiseren maar wel behoefte aan is.

4.1 Deliverfase  
Uit gesprek met onze opdrachtgever hebben we een positieve reactie gekregen op ons prototype. In dit hoofdstuk beschrijven we hoe de implementatie vorm krijgt, de inzetbaarheid van het product en welke bijdrage het product levert.

4.2 Product  
Het product dat wij hebben gemaakt is een korte uitlegvideo. De video draagt bij aan de bewustwording en kennisgeving van het inzicht krijgen in de online leefwereld. De video is voor iedereen die meer wil weten over de online leefwereld en hoe je in gesprek kan gaan daarover met de client.

Het product kan binnen vele kaders worden ingezet. Bijvoorbeeld binnen een ondertoezichtstelling of voogdijmaatregel. Jeugdbeschermers en/of –reclasseerders werken met jeugdigen van alle leeftijden en hebben te maken met sociaal onlinegedrag. Ook voor andere takken van hulpverlening waar professionals werken met jeugd, kan de video handig zijn. Denk hierbij aan pleegzorg of ambulante hulpverlening, bijvoorbeeld van het Leger des Heils maar ook andere organisaties. Dit kunnen zijn Team050, Factor5, Accare, Elker en Veilig Thuis. Maar ook gezinshuizen, zorgboerderijen, jeugdteams en -centra en gesloten jeugdzorginstellingen.

Uit literatuur is gebleken dat een video een laagdrempelige en goede manier is om iets uit te leggen. Beelden versterken de dingen die worden gezegd (Krabbenbos, 2017). Daarnaast is een video een duurzame manier van kennis verspreiden. Duurzaam betekend namelijk dat iets lang meegaat en niet snel slijt (Zaailingen, z.d.). Onze video is gemakkelijk te delen binnen en buiten de organisatie door middel van een link.

De video zorgt er uiteindelijk voor dat professionals met de opgedane bewustzijn en kennis preventief kunnen handelen. Het uitvragen van informatie over de online leefwereld zorgt ervoor dat vroegtijdig signalen kunnen worden ontdekt voordat het een ontwikkelingsbedreiging vormt. Preventief handelen een daarom belangrijk doel van de Jeugdwet. Onderzoek laat zien dat preventief handelen kan voorkomen dat opvoedproblemen escaleren en verdere stijging van het zorggebruik (DriendonkS & Kruip, 2021).

4.3 Implementatie en verspreiding  
Voor het implementeren wordt er voor ons een lunchbijeenkomst georganiseerd op het kantoor van het LJ&R Groningen. De teamleider zal de professionals van het LJ&R Groningen van tevoren per mail dringend verzoeken om hier bij aan te sluiten, waarbij we onze video presenteren. Hier kunnen we ons onderzoek en het product nader toelichten en eventuele vragen beantwoorden. Dit is helaas niet iets wat we kunnen blijven doen. Daarom adviseren wij om de video eens per half jaar rond te sturen naar alle professionals en/of herinneren aan het bestaan ervan. De video zou in het kwaliteitshandboek opgenomen kunnen worden. Daarnaast lijkt het ons verstandig dat de video wordt geplaatst op het YouTube account van het Leger des Heils, zodat het gemakkelijk te vinden is. Het doorsturen van de video kan worden gedaan door de teamleider en het toevoegen van de video aan het kwaliteitshandboek en YouTube account door de beleidsmakers.  
  
Voor het onderdeel 'best practice' hebben wij contact gelegd met Jeugdbescherming Noord en Reclassering Nederland. Door te vertellen over ons onderzoek en vragen te stellen over hoe zij te werk gaan met de online leefwereld werden zij erg nieuwsgierig naar ons uiteindelijke product. Verschillende professionals en ook de directrice van Reclassering Nederland Midden-Noord benoemden graag ons uiteindelijke product te willen ontvangen. Tevens gaf ook een praktijkbegeleider van Jeugdbescherming Noord aan het een goed idee te vinden om bewustwording te creëren en kennis te blijven verspreiden onder haar medewerkers. Het verspreiden van het product onder verschillende organisaties zorgt ervoor dat het duurzaam is. Uiteraard is het ook van belang om het product binnen het Leger des Heils te verspreiden. Onder andere dus ook de afdelingen ambulante hulpverlening en pleegzorg, naast de jeugdbescherming en –reclassering. Ook zij werken met jeugdigen.

4.4 Aanbevelingen  
Wij adviseren om online trainingen op het gebied van sociale media en de online leefwereld aan te bieden voor de professionals. We zien binnen andere organisaties dat dit een laagdrempelige manier is om kennis te verbreden. Uit de interviews is naar voren gekomen dat professionals behoefte hebben aan concrete kennis over het in gesprek gaan met de client over de online leefwereld. Het document van het NJI (2019) en de tips die wij geven in de video zijn enkel om handvaten te geven. Het kan een aanvulling zijn op ons product, een training is onder andere uitgebreider. In een artikel van Flowsparks (2022) wordt het volgende genoemd: “met een personeelstraining kunnen mensen processen, vaardigheden en kennis verbeteren. Het zal hun zelfvertrouwen een boost geven, en dit zal de prestaties van de werknemer ten goede komen”. Daarnaast vergroten interactieve leermomenten het leerrendement (Blankestijn, 2020).   
Een training die wij zouden aanraden is digitale leefwereld van jongeren gegeven door Youth for christ (z.d.). Op basis van de informatie die op de website te vinden is, kun je stellen dat ze veel kennis hebben over de online leefwereld. Er staan meerdere blogs op de website over onderwerpen die betrekking hebben op de online leefwereld. Ook werken ze, misschien al verklapt door de naam, vanuit een Christelijk oogpunt.  
Het toevoegen van trainingen over de online leefwereld is iets wat de manager van het LJ&R Groningen zou kunnen oppakken. Ook zou dit kunnen worden doorgevoerd in het beleid vanuit Utrecht. Trainingen kunnen worden toegevoegd aan de voor de professionals verplicht te volgen trainingen.

In de video adviseren wij om het document van het NJI (2019) te bekijken. Echter willen we nogmaals benadrukken dat dit een heel uitgebreid document is dat veel handvaten geeft. Als laatste adviseren we om de door het werkgroepje gemaakte posters van vorig jaar (bijlage 2) uit te printen en in de kantine te leggen. Dit is iets van de teamleider zou kunnen doen. Professionals die het interessant vinden zullen op deze laagdrempelige manier de posters bekijken.

# 

# Literatuur

Blankestijn, S. (2020). *11 interactieve vormen voor Trainers.* Blankestijn Partners. Geraadpleegd van <https://www.bpopleidingen.nl/11-interactie-vormen-voor-trainers/#:~:text=Tijdens%20een%20training%20kan%20er,actiever%20aan%20het%20leren%20zet>

Breejen, A. den (2022). *Privacywetgeving AVG, wanneer ben je compliant?* KVK. Geraadpleegd van <https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/wetten-en-regels/privacywetgeving-avg-wanneer-ben-je-compliant/#:~:text=Je%20mag%20alleen%20persoonsgegevens%20verwerken,6%20grondslagen%20in%20de%20AVG>.

Driendonks, M. en Kruip, J. (2021). *Potentie van preventie. Over de inzet van effectieve preventie.* Nederlands Jeugdinstituut. Geraadpleegd van <https://www.nji.nl/sites/default/files/2021-06/Potentie-van-preventie.pdf>

FLOWSPARKS (2022). *Waarom medewerkers trainen belangrijk is*. Flexibel Leren in een Online Wereld. Geraadpleegd van <https://www.flowsparks.com/nl/resources/waarom-medewerkers-training-belangrijk-is/>

Gooren, J., van Bochove M., van de Sande, J., Zijderveld, T., Rusicovic, K., Moors, H. (2022). *Wijkprofessionals: zicht krijgen op de onlinewereld van jongeren*. Sociale vraagstukken. Geraadpleegd van <https://www.socialevraagstukken.nl/wijkprofessionals-zicht-krijgen-op-online-wereld-van-jongeren/>

Hamdiu, T. & van den Broek, J. (2019). *Online Jongerenwerk: Werken in de online leefwereld van jongeren. Handvatten voor jongerenwerkers en managers.* Nederlands Jeugdinstituut & Stichting Jongerenwerk op zuid. Geraadpleegd van <https://www.nji.nl/system/files/2021-04/Online-Jongerenwerk-Werken-in-de-online-leefwereld-van-jongeren-Handvatten.pdf>

IFSW (2014). *Globale definitie van sociaal werk.* Internationale federatie van sociaal werkers. Geraadpleegd van <https://www.ifsw.org/what-is-social-work/global-definition-of-social-work/>

Krabbenbos, M. (2017). *Een leven lang leren: 4 nieuwe vormen om je kennis te vergroten.* Frankwatching. Online trends, tips en tricks. Geraadpleegd van <https://www.frankwatching.com/archive/2017/03/13/een-leven-lang-leren-4-nieuwe-vormen-om-je-kennis-te-vergroten/>

Leger des Heils. (z.d.). *Jeugdbescherming.* Geraadpleegd van <https://www.legerdesheils.nl/jeugdbescherming>   
  
Meeuwissen, J.(2021) Richtlijn stemmingsproblemen. Richtlijnen jeugdhulp en jeugdbescherming. Geraadpleegd van <https://richtlijnenjeugdhulp.nl/wp-content/uploads/2022/04/Richtlijn_Stemmingsproblemen_Richtlijn_V4_2021_DEF.pdf>   
  
Mentaalbeter. (z.d.). *Het effect van sociale media op pubers.* Geraadpleegd van <https://mentaalbeter.nl/artikelen/het-effect-van-social-media-op-pubers/>

PerformaOR (2021). *De bestuurder legt het OR-advies naast zich neer. Wat nu?* Geraadpleegd van <https://performa-or.nl/faq/de-bestuurder-legt-het-or-advies-naast-zich-neer-wat-nu/> (Foto voorpagina)

Sluis, B. van der (2018). *Jongeren en sociale mediaverslaving: op zoek naar antwoorden.* Netwerk mediawijsheid. Geraadpleegd van <https://netwerkmediawijsheid.nl/jongeren-en-sociale-mediaverslaving/>

Stichting Leger des Heils (2020). *Jaardocument.* Jeugdbescherming en Reclassering. Geraadpleegd van <https://www.legerdesheils.nl/files/Jaardocument-LJR-2020-2.pdf>Youth for Christ (z.d.). *Op zoek naar een inspirerende training?* Geraadpleegd van <https://training.yfc.nl/trainingen>

Zaailingen (z.d.). *Duurzaam of greenwashing? Handvatten om zelf te beoordelen wat echt duurzaam is.* Geraadpleegd van <https://www.zaailingen.com/duurzaam-of-greenwashing-handvatten-om-zelf-te-beoordelen-wat-echt-duurzaam-is/>

Bijlage 1: Interviewvragen en resultaat interviews  
  
De interviewvragen hebben wij gebaseerd op ons literatuuronderzoek. We wilden onderzoeken welke problemen zich voordoen in de organisatie omtrent de online leefwereld van jongeren. Om zo veel mogelijk ongestuurde antwoorden te krijgen hebben wij onze vragen zo open mogelijk opgesteld en enkele meer gerichte vragen gesteld. Vanuit ons veldonderzoek, het werkgroepje waar wij vorig jaar aan deelnamen en het incident kwam naar voren dat er niet altijd zicht is op de online leefwereld van jongeren. Wij hebben deze vragen opgesteld om te onderzoeken of dat daadwerkelijk ook zo is volgens professionals, waardoor dat komt volgens hen en of er überhaupt behoefte is aan het oplossen van dit probleem.

We hadden de volgende interviewvragen opgesteld om in gesprek te gaan met professionals van het LJ&R over het onderwerp inzicht krijgen in de online leefwereld van jongeren:

1. Als we het hebben over de online leefwereld van de jongeren, waar denk je dan aan?
2. Heb je als jeugdbeschermer/-reclasseerder zicht op de online leefwereld van de jongeren uit je caseload?
3. Hoe komt het dat je wel/niet inzicht hebt op de online leefwereld?
4. Wat doe je ervoor om te weten te komen waar de jongere mee bezig is online?
5. Zou je meer inzicht willen hebben in het sociale media/ online leefwereld van jouw pupillen?
6. Wat weet je van de werkwijze van de organisatie LJ&R omtrent het meer inzicht krijgen in de online leefwereld van jongeren? Is hierbij sprake van bepaalde methodiek die het LJ&R toepast?
7. Past het inzicht krijgen in de online leefwereld van de jongere bij de missie en visie van het LJ&R?
8. Waar moet een product (die wij innoveren) volgens jou aan voldoen?

In gesprek met een beleidsmaker van het LJ&R hebben we bovenstaande vragen besproken en tevens kwamen de twee onderstaande vragen aan bod:

1. Hoe staat het ervoor met de posters? Zijn daarin nog ontwikkelingen gemaakt in de afgelopen periode? Word er actief gebruik van gemaakt?
2. Zijn er naast de door het werkgroepje ontwikkelde posters nog nieuwe ontwikkelingen omtrent het inzicht krijgen in de online leefwereld van jeugdigen vanuit het LJ&R?

**Waarom hebben wij bovenstaande vragen opgesteld?**

Vraag 1 hebben we opgesteld om erachter te komen waar de professionals aan denken bij de online leefwereld. Zo begrijpen we wat de professional verstaat onder deze termen.

Vraag 2 hebben we opgesteld om te weten te komen of de professionals inzicht hebben op de online leefwereld van hun jeugdigen.

Vraag 3 hebben we opgesteld om bovenstaande vraag uitgelegd te krijgen.

Vraag 4 hebben we opgesteld om te vragen wat de professionals al doen om inzicht te krijgen. Met deze en de twee voorgaande vragen kunnen we een inschatting maken in hoeverre de gemiddelde professional al handelt omtrent het inzicht krijgen in de online leefwereld van hun jongeren.

Vraag 5 hebben we opgesteld om te weten of er ook behoefte aan is. Wanneer we een product maken die zich richt op de professional is het van belang om zeker te weten dat er behoefte is aan het aanpakken van het ondervonden probleem. De professional moet immers de eerste stappen zetten tot het normaliseren van het bespreken van de online leefwereld.

Vraag 6 hebben we opgesteld om te weten of de organisatie ook bezig is met het inzicht krijgen van de online leefwereld.

Vraag 7 hebben we opgesteld om te vragen of ons onderzoek in lijn staat met de visie van de organisatie.

Vraag 8 hebben we opgesteld om te weten te komen wat de professionals nodig hebben om inzicht te krijgen in de online leefwereld.

Onderstaand hebben we de afgenomen interviews met de verschillende professionals volledig uitgewerkt. Bovendien hebben we een interview afgenomen met een sociale media wijkagent. Dit was een ongestuurd en open interview. De bovenstaande vragen zijn hierbij als leidraad aangehouden, maar er was ook ruimte voor eigen input van de wijkagent. Hieronder staan de interviews uitgeschreven.  
  
**Interview met S., jeugdbeschermer bij het LJ&R Groningen**  
  
Als S. aan de online leefwereld van jongeren denkt, denkt ze aan sociale contacten via verschillende platformen. Ze benoemt hierbij (game-)sites zoals MovieStarPlanet, Roblox, Minecraft, maar ook Facebook, Snapchat en Whatsapp.   
  
S. benoemt dat het per pupil uit haar caseload verschilt of zij zicht heeft op wat zij online doen. Ze vraagt eigenlijk nooit zomaar informatie uit over sociale media aan het pupillen, dit doet ze meestal pas wanneer er sprake is van zorgelijke signalen. Ze geeft aan dat ze zeker naar sociale media durft te vragen, maar er absoluut niet alle kennis over heeft. Zorgelijke signalen komen vanuit de woonplek, dit kan dus vanuit een verzorger of ouder komen. Afspraken over sociale media maakt ze zodra dit nodig blijkt te zijn, in overeenstemming met verzorger of ouder. Telefoongebruik op zich vraagt zij wel altijd standaard uit. S. wil absoluut niet kijken in de telefoon van de pupil, maar is wel bereid het te bespreken. Wat hierin helpend kan zijn is weten wat populair is en wat je met verschillende sociale media platformen kan. Ze vindt het zorgelijk dat er gemakkelijk expliciete afbeeldingen en/of video's worden gedeeld via bijvoorbeeld Snapchat. Voornamelijk omdat dit dan ook weer verdwijnt.  
  
S. vergaart veel kennis over sociale media via haar dochter. Risico's en het belang van het bespreken van sociale media worden wel benoemd door LJ&R, bijvoorbeeld kort via de mail naar alle professionals. Echter geeft het LJ&R zelf geen cursussen of trainingen over sociale media op de locatie. Eigenlijk wordt het erg weinig besproken, vindt ze. Het zou wel helpend zijn een extra kopje over sociale media in de rapportages te zetten om het bespreken van sociale media aan te moedigen als jeugdbeschermer zijnde.

Een ontwerpeis voor een passend eindproduct voor het LJ&R is dat het informatief moet zijn, denk aan een cursus. Het is van belang hierin duidelijk aan te geven wat de risico's van sociale media zijn en wat verschillende platformen inhouden.   
  
**Interview met E., gedragswetenschapper bij het LJ&R Groningen**  
  
E. denkt aan sociale media wanneer we het hebben over de online leefwereld van jongeren. Ze denkt dat we maar 1% weten en zien van wat er zich allemaal afspeelt online. Ze vindt dat ouders al weinig zien van wat er online gebeurt, laat staan jeugdbeschermers en/of -reclasseerders.   
  
E. kent de grote sociale platformen grotendeels wel. Toch weet ze weinig van waar jongeren zich mee bezig houden. Over criminele dingen waar jeugdigen zich online mee bezig houden weet ze helemaal niets.

Toch is ze van mening dat het inzicht hebben in de online leefwereld bij de ouders/verzorgers van cliënten ligt. Zodra zij als opvoeders zorgelijke signalen opvangen en dat aangeven, behoren de jeugdwerkers pas in gesprek te gaan met de jeugdige. Ze denkt dat jongeren niet gauw uit zichzelf in gesprek gaan met opvoeders, de jeugdbeschermer en/of -reclasseerders omdat ze in de veronderstelling zijn dat zij als oudere volwassenen de offlinewereld toch niet begrijpen.

E. zou het bespreekbaar maken van sociale media en/of de online leefwereld met jongeren op eenzelfde manier benaderen en aanpakken als seksuele ontwikkeling. Nu staat er een kopje 'seksuele ontwikkeling' in de rapportages van de jeugdbeschermer. Een extra kopje in het plan van aanpak of rapportage omtrent sociale mediagebruik zou volgens haar passend zijn om er eerder over in gesprek te gaan als jeugdbeschermer zijnde. Dit zodat er aandacht wordt besteed of de jongere op dit gebied een relatief normale ontwikkeling heeft. Volgens E. wordt is het voornamelijk belangrijk sociale media te bespreken als de kwetsbare jongere hierin (zorgelijke) signalen afgeeft. Sociale media is volgens haar onderdeel van opvoeden en daarmee ook van belang voor professionals werkzaam bij het LJ&R.  
  
Ontwerpeisen voor ons product die ze noemt zijn ten eerste dat het product van een informatieve aard moet zijn. Ten tweede duidelijkheid moet creëren over risico's van sociale mediagebruik en wat 'normaal' onlinegedrag is. Dit is volgens haar van belang zodat er een rode draad is onder jeugdbeschermers over welke redelijk zorgelijke signalen nog onder een relatief normale ontwikkeling opgevangen kunnen worden. Ten derde noemt ze dat het gericht moet zijn op de professionals en ten slotte moet het passend zijn bij de richtlijnen vanuit het LJ&R t.a.v. het product.   
**Interview met A., beleidsmedewerker bij het LJ&R**  
  
Als A. denkt aan de online leefwereld van jongeren denkt ze aan alles wat jongeren online doen. Ze denkt dat jeugdbeschermers en –reclasseerders echt geen inzicht hebben in de online leefwereld van hun jongeren. Volgens A. heeft het gebrek aan het bespreken van de online leefwereld te maken met onwetendheid van professionals op dat gebied. Het bespreken van de online leefwereld wordt waarschijnlijk overgeslagen omdat de jongere de online leefwereld niet uit zichzelf benoemt. Ze benoemt dat met dezelfde reden vaak het onderwerp seksualiteit overgeslagen wordt in gesprekken. Wij benoemen richting A. dat sommige jeugdbeschermers inderdaad benoemen dat wanneer zij geen weet hebben van zorgelijke signalen op het gebied van de online leefwereld, zij het bespreken van de onlinewereld inderdaad dan maar overslaan. Ze zegt dat wanneer professionals ergens niet actief naar vragen, zij die zorgelijke signalen überhaupt ook niet te horen zullen krijgen. Ten tweede gaan jeugdbeschermers überhaupt bijna niet in gesprek met hun jongeren. Jeugdreclasseerders spreken hun jongeren vaker, dus ze denkt dat bij de jeugdreclassering de online leefwereld vaker een onderwerp van gesprek is.   
  
A. geeft aan dat een belangrijk ontwerpeis is dat het product niet enkel voor de jeugdbeschermer functioneert, maar ook voor overige hulpverlening. Zodat je als jeugdbeschermer en/of -reclasseerder informatie kan opvragen bij hulpverlening en andersom. Ten tweede moet het product niet te technisch zijn. Het gaat er uiteindelijk niet om hoe de apps werken en/of wat de apps doen, het gaat uiteindelijk juist om het inzicht krijgen in hoe contacten online zijn en waar daar de risico's zitten. Wat haar betreft hoeft de professional niet per se precies te weten wat de platformen inhouden. Echter zou het wel makkelijker voor professionals zijn om te weten wat de platformen inhouden om erover in gesprek te kunnen gaan. Toch vindt ze kennis geen voorwaarde om sociale media te bespreken. A. vindt dat de opdracht absoluut past bij de missie en visie van LJ&R. Uiteindelijk gaat het erom dat kinderen en jeugdigen veilig zijn en de online leefwereld is tegenwoordig een reële leefwereld waarin ze veel tijd in doorbrengen. Ook daar moeten ze veilig zijn.   
  
De door ons tweeën uitgewerkte posters staan in het kwaliteitshandboek van het LJ&R. Bovendien heeft A. alle managers gevraagd om per team een aanjager sociale media te willen aanwijzen. Dat moet iemand zijn die sociale media kent en het zelf gebruikt en zich ook geroepen voelt om elke keer wanneer een casus besproken wordt te vragen hoe die jongere zich online opstelt. Andersom kunnen professionals hun vragen omtrent sociale media stellen aan de aanjager van hun team. Van 5 teams heeft ze een aanjager doorgekregen. Het idee is dat de aanjagers binnenkort de posters gaan presenteren in hun teams. Achteraf zullen de aanjagers de posters dan ook evalueren. Het aanstellen van sociale media aanjagers binnen teams is de enige huidige ontwikkeling op het gebied van het inzicht krijgen in de online leefwereld van jongeren. Dat dit het geval is heeft te maken met het feit dat alle professionals het druk hebben en er een landelijke structuurwijziging op organisatorisch vlak plaatsvindt binnen het LJ&R. Ze benadrukt ten slotte nog dat naast de bekende sociale platformen ook nog andere risicovolle platformen zijn, denk aan (online) games. A. vraagt zichzelf af in hoeverre gewelddadige games jongeren (met weinig andere sociale contacten) beïnvloeden in de ontwikkeling.   
  
**Interview met H., jeugdbeschermer bij het LJ&R Groningen**  
  
H. denkt aan verschillende sociale media platformen als zij denkt aan de online leefwereld van jongeren. Ze geeft aan dat ze totaal geen zicht heeft op de online leefwereld van haar pupillen. Ze geeft aan dat ze vanwege privacy redenen niet zomaar op de sociale media van haar pupillen kan en mag kijken. Wanneer je met je eigen account zou kijken zien ze te veel informatie van jou, en wanneer je bijvoorbeeld een algemeen account maakt en je gaat je pupillen volgen, kunnen zij zien welke andere pupillen je hebt.

Ze denkt dat er weinig zich is op sociale media vanwege privacy redenen, alles is afgeschermd. Ook geeft ze aan dat ze ook niet naar sociale media vraagt gedurende gesprekken. Ze geeft toe dat ze er nog nooit over na heeft gedacht en denkt dat jongeren het bespreken van sociale media op kunnen vatten als een aanval op hun privacy. H. geeft aan dat ze dit denkt door de rol van de jeugdbeschermer. Dit is immers anders dan een ouder of opvoeder. Ze staat er zeker wel voor open om meer inzicht te krijgen in de online leefwereld van jongeren, ze weet dat daar heel veel gebeurt. H. denkt dat je de ouders of opvoeders kan vragen in hoeverre zij inzicht hebben in de online leefwereld van hun kinderen en jij als jeugdbeschermer kan stimuleren om daarover in gesprek te gaan.   
  
H. vindt dat het product duidelijk moet maken welke sociale platformen er überhaupt zijn en dat er een soort handleiding moet komen voor de professionals over hoe je over sociale media in gesprek kan gaan met de jongere en opvoeders. Ten tweede lijkt het haar verstandig een vragenlijst op te stellen voor jeugdbeschermers en –reclasseerder gericht op de ouders omtrent het sociale mediagedrag van hun kinderen: in hoeverre hebben ouders daar inzicht in, maar ook als doel om te informeren. Bovendien ook een vragenlijst voor de pupillen om meer te weten te komen over hun sociale mediagebruik als professional zijnde. H. zegt ook dat het slim is om als tip in het product mee te geven dat je als professional de eigen sociale platformen op privé moeten zetten of de eigen cliënten moet blokkeren.  
  
**Interview met C., jeugdreclasseerder bij het LJ&R Groningen**  
  
Wanneer C. denkt aan de online leefwereld van jongeren, denkt ze aan handige apps waar jongeren illegale zaken via regelen, zoals Telegram. Ze is zich ervan bewust dat er online gehandeld wordt in vals geld, er geldezels geronseld worden en nog veel meer. Ze komt er vooral mee in aanraking zodra de jongeren worden veroordeeld voor een delict wat plaats heeft gevonden via sociale media of wat online een aanloop heeft gehad wat geleid heeft toch het gepleegde delict. Ze vertelt dat ze geen inzicht heeft in de sociale media van haar jongeren. Bij veroordeelde jongeren gaat ze uiteraard in gesprek over de delictanalyse. Hierin kan sociale media ter sprake komen, wanneer het delict ook maar iets te maken heeft gehad met sociale media. C. vraagt de jongeren niet of ze in de telefoon kan kijken. C. geeft aan dat ze de posters vanuit de werkgroep niet voorbij heeft zien komen. Wellicht komt dit echter ook door een volle mailbox. Ze geeft bovendien aan het lastig te vinden hoe te bepalen wat ze uit moet vragen over sociale media wanneer ze niet met een bepaald doel het gesprek in gaat. Ze weet bijvoorbeeld wel redelijk hoe ze in gesprek moet gaan als ze dit wel heeft, bijvoorbeeld wanneer de (kinder)rechter eist dat er duidelijkheid komt over het sociale netwerk van een jongere. Dan bespreekt ze het omdat het een bijzondere voorwaarde is, vastgelegd in het vonnis. Een instrument wat bepaald wat het recidiverisico is van een jongere na het plegen van een delict bij de jeugdreclassering is het 'LIJ'. De LIJ bestaat uit een lijst met vragen over verschillende onderwerpen. In de LIJ komt telefoongebruik van de jongere wel naar voren. De jeugdreclasseerder moet dan aankruisen wat het meest van toepassing is bij de jongere omtrent sociale media. Onder meer op basis hiervan wordt het risico op recidiveren bepaald. De organisatie besteed heel weinig aandacht aan de online leefwereld van jongeren. Het wordt echter wel steeds meer onderwerp van gesprek. Ten aanzien van ons product is een ontwerpeis dat het kennis moet verschaffen aan de professionals. Dit om in gesprek te kunnen gaan met de jongeren. Dit vindt ze omdat ze bepaalde termen die jongeren gebruiken niet altijd herkent. Dan is kennis over sociale media wel enorm handig als professional zijnde. C. is zich er bewust van dat de online leefwereld van jongeren een snel ontwikkelende en aparte wereld is die tegelijkertijd overlapt met de fysieke leefwereld. Ze denkt dat ze vrij veel kennis heeft over sociale media omdat jeugdreclasseerder sneller in aanraking hiermee door de gepleegde delicten en vaak oudere leeftijd van de jongeren t.o.v. de jeugdbescherming. C. vindt dat ons onderzoek aansluit bij de missie en visie van het LJ&R, ondanks dat het niet gericht is op geloof. Ze denkt ten slotte dat voor het bespreekbaar maken van de online leefwereld een netwerkoverleg handig kan zijn.   
  
**Interview met Gerjan van der Laan, Social Media wijkagent in Gemeente Veendam.**

Gerjan is wijkagent in de gemeente Veendam. Hij is op verschillende sociale media platformen actief om in contact te komen met jongeren. Uiteraard is hij daarnaast fysiek veel in de wijk te vinden. Hij vertelt dat politie vaak via netwerkpartners aan informatie komen. Bijvoorbeeld van jongerenwerkers of de conciërge waar een jongere een band mee heeft. Gerjan geeft toe dat hij ook vaak geluk heeft met informatie die naar hem toe komt. Hij stelt zich zichtbaar en benaderbaar op waardoor jongeren, maar ook ouders hem makkelijk weten te vinden. Op de vraag of Gerjan het belangrijk vindt dat er vanuit de jeugdbescherming en –reclassering aandacht wordt geschonken aan het inzicht krijgen van de online leefwereld van de jongere, zegt hij overtuigend ja. Hij vertelt dat het belangrijk is dat er ook vanuit hulpverleners aandacht aan wordt geschonken. Over een incident die laatst plaatsvond, vertelde hij dat hij gauw aan alle namen kwam van de daders door het netwerk dat hij heeft opgebouwd rond de jongeren. Hij wil nog wel meegeven dat de meeste dreigingen en woorden eigenlijk nooit echt gebeuren. Een jongere kan wel zeggen dat hij iemand doodsteekt, maar zelden gebeurt dat ook daadwerkelijk.  
  
Ontwerpeisen o.b.v. gesprekken met alle medewerkers:  
- informatie omtrent sociale media risico's, platformen, normaal onlinegedrag  
- handvaten om in gesprek te gaan (vragenlijst)  
- passend bij missie en visie lj&r  
- duurzaam   
- niet te technisch   
- bewustzijn creëren

# Bijlage 2: Uitgewerkte posters sociale media werkgroep LJ&R





# Bijlage 3: Meer informatie over document NJI

In het document van NJI wordt maar ook aangedrongen op het feit dat het belang van het bespreken van de online leefwereld van jongeren als hedendaagse professional enorm groot is. Met percentages geven de auteurs aan hoe groot het telefoongebruik onder jongeren is. Zes op de tien jongeren besteden minstens 3 uur per dag op de telefoon (NJI, 2019). Bovendien ervaren veel jeugdigen geen strikt onderscheid tussen de online en offline leefwereld. De online leefwereld hoeft niet per se beschouwt te worden als iets ernstigs. Het brengt naast risico's ook zeker kansen met zich mee. Denk aan socialisatie en digitale geletterdheid. Risico’s kunnen anderzijds cyberbullying, sexting en gameverslaving zijn. Het belang van het bespreken van telefoongebruik en sociale media blijkt ook door de verandering van vindplaats van jongeren (van voornamelijk de straat, naar ook online), de communicatie en werkrelatie met jongeren en de manier waarop jongeren beïnvloed en begeleid kunnen worden door professionals. Aansluiten bij hun online leefwereld is essentieel om jongeren te blijven bereiken en te ondersteunen bij hun ontwikkeling naar volwassenheid (Hamdiu & van den Broek, 2019). Het NJI is daarom is van mening dat online jongerenwerk een vanzelfsprekend onderdeel zou moeten zijn van het takenpakket van professionals.

# Bijlage 4: System mapping

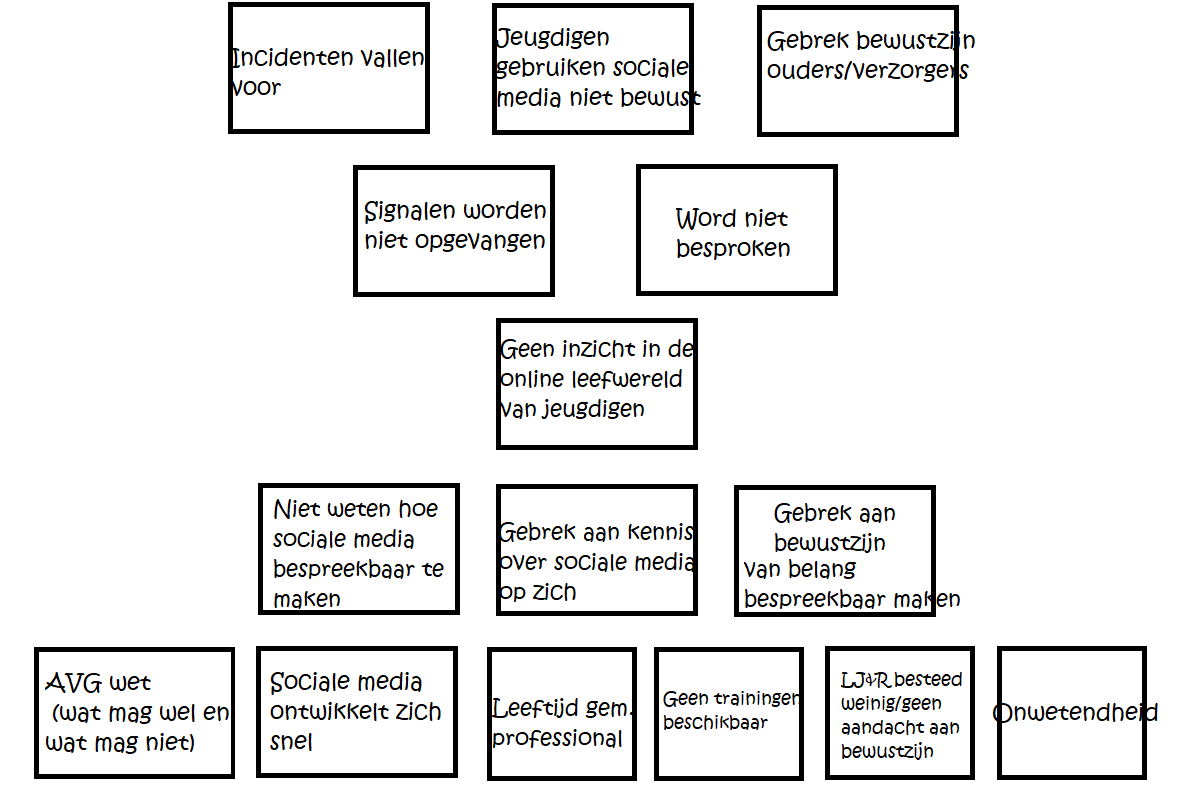
**Organisatieopstelling Leger des Heils Jeugdbescherming en -reclassering**

In het midden staan de professionals. Zij zijn voor ons onderzoek ook het middelpunt. Iets daarboven en naar rechts staan Lammert en Ineke, de procesregisseur en de leidinggevende. Zij staan bijna op dezelfde lijn als de professionals omdat ze betrokken en ondersteunend zijn op de werkvloer. Echter staan ze wel meer naar rechts omdat zij contacten hebben met het beleid ‘Utrecht’ en het bestuur. In Utrecht worden beslissingen voor de gehele organisatie genomen. Het beleid heeft nog wel enige contacten met de professionals. Het bestuur, Monique, staat een heel stuk verderop. Zij weten weinig over wat hoe het er in de praktijk aan toe gaat en is een typisch voorbeeld van ‘op kantoor bedacht’. Wij zijn van mening dat het mooier zou zijn als het bestuur meer betrokken zou zijn bij de praktijk. We zijn tot het inzicht gekomen dat dit niet het geval is.

Wij staan ongeveer gelijk aan de professionals. We worden gezien als een van hen. We kwamen tot het inzicht dat we nu, in tegenstelling tot vorig jaar, niet meer in een team en in het werk zitten wat maakt dat we niet meer ertussen staan maar juist ernaast. Wij zijn van mening dat dit een goede plek is voor ons onderzoek.

Aan de andere kant van de professionals staan allereerst de hulpverleners. De professionals s zetten eigenlijk altijd hulpverleners in, waarbij de professionals de regie voeren. Daarnaast komen de cliënten, die met de rug naar de professionals toe staan. Het is gedwongen kader, wat maakt dat cliënten niet altijd mee willen werken. Wel is er veel transparantie tussen het werk van de professional en de wensen van de client, in hoeverre dat mogelijk is, waardoor we de gezichten van de cliënten wel richting de hulpverleners hebben staan. Wel staan de hulpverleners dichter bij ons, dan bij de client, omdat de client vaak niet blij is met de gedwongen hulp. Ze hebben er immers niet zelf om gevraagd. Dit is iets wat niet zal kunnen veranderen, omdat het een gedwongen kader blijft

# Bijlage 5: Probleemboom/CIMO- analyse

  
Uitleg: Onderaan zijn we begonnen met het invullen van de oorzaken van de problemen binnen de organisatie. De oorzaken zijn eigenlijk kleine problemen die een groter probleem veroorzaken.

# Bijlage 6: Trainingen Reclassering Nederland

De Reclasseringsacademie heeft trainingen beschikbaar die te maken heeft met de online leefwereld van de cliënt. De Reclasseringsacademie is de specialistische opleider van de drie reclasseringsorganisaties in Nederland. Deze drie reclasseringsorganisaties zijn Reclassering Nederland, Stichting Verslavingsreclassering GGZ (SVG) en Stichting Leger des Heils Jeugdbescherming & Reclassering. Er zijn drie trainingen te volgen als reclasseringswerker zijnde. Één hiervan is gericht op gedigitaliseerde criminaliteit. Denk hierbij aan cybercrime. Het leerdoel van deze training is het bewustzijn vergroten van de professionals over de achtergrond van gedigitaliseerde criminaliteit en het inzicht krijgen in de betekenis hiervan in de praktijk. De andere te volgen training richt zich op mediawijsheid. In deze training leer je over de verschillende sociale mediakanalen. De professional krijgt inzicht in het gebruik van sociale media binnen het werk en leert wat de do's en don'ts zijn. Ten slotte is er nog een training gericht op mediawijsheid binnen zeden. In deze training is het leerdoel om kennis te vergaren over sociale mediakanalen (waar zedendelinquenten gebruik van maken). De professional krijgt inzicht in het eigen gebruik van sociale media en dat van de cliënt. In de training krijgt de professional handvatten aangereikt waar op gelet moet worden in de online en offline leefwereld van de cliënt. Binnen de training is er ook de ruimte om eigen casuïstiek in te brengen. De Reclasseringsacademie heeft ook een podcast beschikbaar die zicht richt op cybercrime. In deze podcast gaan twee professionals van Reclassering Nederland in gesprek over de wereld van gedigitaliseerde criminaliteit. Ze gaan in gesprek over de verschillende daderprofielen en op welke wijze wij als reclasseringswerkers het risico op recidive kunnen verminderen. Dit heeft als doel dat de luisteraar daarna het verschil tussen cybercrime, digitale criminaliteit, gedigitaliseerde criminaliteit en criminaliteit met een digitaal component. Ondanks dat de Reclasseringsacademie gericht is op de omgang met volwassen cliënten is het een goede eerste stap om bewustzijn te creëren, kennis te vergaren en daarmee een goed begin met het zich actief bezighouden met de online leefwereld binnen het gedwongen kader

# Bijlage 7: SCAMPER en Decision Matrix SCAMPER

We hebben de tool scamper uitgevoerd met drie personen. Dit is niet optimaal volgens het boek Van 't Veer (2020). Echter lukte het ons niet om andere deelnemers te vinden en met de beperkte tijd die we hebben voor het onderzoek wilden wij het ook niet uitstellen.  
  
We hebben uit het boek vragen aan elkaar gesteld van de letters van Scamper.   
In de Subsitute kwam naar voren dat de huidige posters niet werken omdat het niet visueel aantrekkelijk is. Dit is iets wat we kunnen veranderen.   
Bij de Combine hebben we het gehad over het combineren van verschillende dingen zodat alle zintuigen worden geprikkeld. Denk aan iets met geluid en zicht. Bijvoorbeeld een filmpje of een presentatie.   
De letter A van Adapt leverde ons op dat het huidige product niet bewust maakt. Er is alleen maar kennis maar als er geen doel wordt benoemd of geen aandacht wordt getrokken is het lastig om kennis over te brengen. Het moet zo worden aangepast dat er interesse komt in de kennis die het product gaat opleveren.  
Bij Magnify kwam er niet echt een idee naar voren. We kunnen de posters niet groter of kleiner maken.  
De letter P voor Put to other uses maakten we eigenlijk een grap over dat we stagiaires de professionals een presentatie laten geven over sociale media als opdracht vanuit de stage. Dit is niet per se een slecht idee. Stagiaires zitten ook dagelijks in de online leefwereld en weten daar best veel van af.   
De letter E staat voor eliminatie. Het versimpelen van het al bestaande product of iets weghalen is lastig. Het is al erg kort en bondig.  
De laatste letter R, staat voor rearrange. Het omdraaien van iets. Hier kwamen geen ideeën naar voren.  
  
In het kort, de ideeën die hieruit naar voren kwamen zijn; een filmpje, presentatie of het inzetten van stagiaires.   
  
**Decision matrix**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Criterium 1  Bewustzijn creëren | Criterium 2  Kennisgeven | Criterium 3  Duurzaamheid |
| Idee 1  Presentatie | \*\*\*\*\* | \*\*\*\*\* | \*\* |
| Idee 2  Filmpje | \*\*\*\*\* | \*\*\*\*\* | \*\*\*\*\* |
| Idee 3  Stagiaires inzetten | \*\*\* | \*\*\*\* | \*\* |

Het filmpje sluit het beste aan bij de ontwerpeisen. Dit wordt het product dat wij gaan realiseren.

Bijlage 8: Script prototype  
  
Intromuziekje  
In beeld: ‘De online leefwereld van jeugdigen’

Scherm 1  
In onze maatschappij is er al jarenlang sprake van een verschuiving in de leefwereld van jeugdigen. De online leefwereld speelt namelijk een steeds grotere rol in het dagelijks leven.

De fysieke en online leefwereld lopen steeds meer in elkaar over. De grens tussen online en fysiek vervaagt met de dag meer. Uit onderzoek van het CBS blijkt dat Nederlanders actiever zijn online dan ooit tevoren. Van de Nederlandse bevolking van 12 jaar of ouder was 88 procent dagelijks online in 2019. De meest voorkomende activiteiten online zijn e-mailen en het gebruik van sociale media. Ook bellen Nederlanders steeds vaker via diensten als Skype of WhatsApp. Met name gebruiken jeugdigen sociale media, maar ouderen maken de laatste jaren absoluut een inhaalslag.   
(In beeld de tabellen van CBS: [https://longreads.cbs.nl/nederland-in-cijfers-2020/wie-gebruikt-het-vaakst-sociale media/#:~:text=Ieder%20jaar%20gebruiken%20steeds%20meer,(meer%20dan%2095%20procent).](https://longreads.cbs.nl/nederland-in-cijfers-2020/wie-gebruikt-het-vaakst-sociale%20media/#:~:text=Ieder%20jaar%20gebruiken%20steeds%20meer,(meer%20dan%2095%20procent).))

Scherm 2  
In het nieuws zien we duidelijk dat de noodzaak van het bespreken van deze online leefwereld groot is. Regelmatig komen er artikelen voorbij die wijzen op het tekort aan zicht op deze leefwereld, met alle gevolgen van dien (in beeld bijv. volgende artikelkopjes:

Essen, J. van (2022). *Jongeren dwingen via Snapchat slachtoffers zichzelf voor schut te zetten: ‘Doe je dat niet, krijg je klappen’.* De Gelderlander. <https://www.gelderlander.nl/tiel/jongeren-dwingen-via-snapchat-slachtoffers-zichzelf-voor-schut-te-zetten-doe-je-dat-niet-krijg-je-klappen~ad8ac62d/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.nl%2F>

De Balie Live Journalism (2022). *Afpersen, hacken en phishing: online jeugdcriminaliteit grote uitdaging voor instanties.* Echt Amsterdams Nieuws. <https://www.at5.nl/artikelen/217950/afpersen-hacken-en-phishing-online-jeugdcriminaliteit-grote-uitdaging-voor-instanties>

Beullens, K. (2022). *'Sociale media spelen een grote rol in de identiteitsontwikkeling.'* De Standaard. <https://www.standaard.be/cnt/dmf20221021_97790246>   
  
Misschien is één van deze onderwerpen ook wel iets waar je binnen jouw rol als sociaal professional tegenaan bent gelopen.   
  
Scherm 3  
Het moet je nu wel duidelijk zijn dat het belangrijk is om zicht te krijgen op deze snel ontwikkelende online leefwereld. Dit heeft uiteraard als doel om goed aan te kunnen aansluiten bij jouw cliënt in de begeleiding. Maar hoe pak je dat dan aan?

Scherm 4  
Het begint allemaal bij het bespreekbaar maken van deze online leefwereld. Het is van belang je te realiseren dat de meeste jeugdigen dit ook geen probleem zullen vinden. In gesprek met de cliënt bespreek je de online leefwereld daarom net zoals je de fysieke leefwereld zou bespreken. Zo zou je kunnen vragen naar de tijdsbesteding online, wat zijn of haar meest gebruikte app is en hoeveel volgers ze daarop hebben. Probeer door te vragen op de antwoorden die de jeugdige geeft. Hierdoor krijg je vanzelf meer informatie en kennis. Maak ook vooral met jouw collega’s onderling de online leefwereld bespreekbaar en zoek binnen jouw organisatie uit wat de aanpak is voor het bespreekbaar maken ervan. Voor meer tips adviseer ik je om het internet raad te plegen. Onder deze video staat een interessant document van het Nederlands Jeugdinstituut (NJI) gelinkt waar je meer te weten kan komen over hoe je het bespreekbaar maken van de online leefwereld aan kan pakken.

Hamdiu, T. & van den Broek, J. (2019). *Online Jongerenwerk: Werken in de online leefwereld van jongeren. Handvatten voor jongerenwerkers en managers.* Nederlands Jeugdinstituut & Stichting Jongerenwerk op zuid. Geraadpleegd van <https://www.nji.nl/system/files/2021-04/Online-Jongerenwerk-Werken-in-de-online-leefwereld-van-jongeren-Handvatten.pdf>

Outromuziekje  
In beeld: ‘Leger des Heils Jeugdbescherming en -reclassering’ & het logo van LJ&R.

# Bijlage 9: Verklaring zorgvuldigheid en feedback van de opdrachtgever