

GROOMING

“Een interdisciplinair onderzoek naar de aansluiting van politiebeleid op het bewustzijn van jongeren van het gevaar van grooming op sociale media”

26-01-2014

Bachelorscriptie

Algemene Sociale Wetenschappen

Universiteit van Amsterdam

Begeleidster: Debby Gerritsen

Tweede lezer: Hylke de Vries

Begeleidster politie: Linda Guijt

Milou de Winter

6063152

Samenvatting

Dit onderzoek is gericht op de mate van het bewustzijn van jongeren tussen de 12 en 16 jaar van het gevaar van grooming dat schuilt in sociale media. Daarnaast is dit onderzoek gericht op het huidige beleid, zowel op papier als in de praktijk, van de Amsterdamse zedenpolitie dat gericht is op de aanpak van grooming. De uitkomsten van beide onderzoeken zullen aan elkaar gespiegeld worden om te kunnen analyseren in hoeverre het beleid en de uitvoering ervan aansluiten bij het bewustzijn van de jongeren. Voorgaand onderzoek naar het fenomeen grooming is niet verricht vanuit het perspectief van de doelgroep voor groomers. Daarnaast is het beleid naar grooming nog in ontwikkeling, waardoor dit beleid en de uitvoering ervan niet eerder onderzocht zijn. Middels twaalf kwalitatieve interviews is het bewustzijn van jongeren met betrekking tot het gevaar van grooming onderzocht. Het beleid is geanalyseerd aan de hand van gesprekken met politieagenten van de Amsterdamse zedenpolitie en documentanalyse. Uit de interviews met de jongeren is gebleken dat zij weinig gevaar zien in het gebruik van sociale media, voornamelijk omdat zij hun sociale media accounts afgeschermd hebben. Uit de beleidsanalyse is gebleken dat de politie voornamelijk een repressieve werkwijze hanteert en samenwerkt met meerdere organisaties en stichtingen om grooming aan te pakken. De werkwijze van de Amsterdamse zedenpolitie blijkt niet aan te sluiten op de mate waarin jongeren zich bewust zijn van het gevaar van grooming. Het beleid zou zich meer moeten richten op de bewustwording van de jongeren voor hun vatbaarheid van het online risico grooming.

Voorwoord

De kwetsbaarheid van jongeren trekt mijn aandacht al vele jaren. Voor dit onderzoek wilde ik een actueel risico voor jongeren onderzoeken, waardoor mijn keuze is gevallen op het fenomeen grooming. Mijn doel van dit onderzoek is om een inzicht te krijgen in de mate van het bewustzijn van jongeren en in de werkwijze van de politie op het gebied van grooming, om vervolgens deze inzichten aan elkaar te spiegelen. Zonder de medewerking van de respondenten was dit niet mogelijk geweest en daarvoor wil ik hen allen bedanken. Daarnaast wil ik de agenten bedanken die mij een beter inzicht hebben gegeven in de werkwijze van de Amsterdamse zedenpolitie ten aanzien van grooming. Het onderzoeksproces is goed verlopen dankzij de hulp van mijn begeleidster Debby Gerritsen, mijn dank is daarom groot van haar begeleiding. Tot slot wil ik Linda Guijt enorm bedanken voor haar hulp en begeleiding vanuit de politie.

Amsterdam, 23-01-2015

1. INTRODUCTIE	5
2. THEORETISCH KADER	6
2.1 SOCIALE MEDIA	6
2.2 GEBRUIKERSERVARING VAN SOCIALE MEDIA	7
2.3 IDENTITEITSVORMING EN ETIQUETTE OP SOCIALE MEDIA	8
2.4 PROBLEMATISCHE SITUATIES OP SOCIALE MEDIA	9
2.5 GROOMING	11
3. PROBLEEMSTELLING	12
3.1 DOELSTELLING	12
3.2 VRAAGSTELLING	13
3.3 RELEVANTIE	15
3.4 INTERDISCIPLINARITEIT	16
4. METHODE	17
4.1 ONDERZOEKSSTRATEGIE	17
4.2 ONDERZOEKSDESIGN	18
4.3 ONDERZOEKSMETHODEN	18
4.3.1 RESPONDENTEN EN SAMPLING	19
4.4 OPERATIONALISERING	20
4.5 METHODE DATA-ANALYSE	21
4.6 ETHISCHE VERANTWOORDING	22
5. RESULTATEN	23
5.1 ONDERZOEKSPROCES	23
5.2 INTERVIEWS JONGEREN	24
5.2.1 GEBRUIKERSERVARING	25
5.2.2 PROBLEMATISCHE SITUATIES	28
5.2.3 BEKENDHEID EN RISICO'S GROOMING	31
5.3 BELEIDSANALYSE	32
5.3.1 BELEID OP PAPIER	32
5.3.2 BELEID IN DE PRAKTIJK	33
6. CONCLUSIE	36
6.1 INTERVIEWS JONGEREN	36
6.1.1 GEBRUIKERSERVARING	36
6.1.2 PROBLEMATISCHE SITUATIES	37

6.1.3 BEKEND EN RISICO'S GROOMING	38
6.2 BELEIDSANALYSE	39
6.2.1 BELEIDSVERGELIJKING	39
6.2.2 CONCLUSIE BELEIDSVERGELIJKING	41
6.3 CONCLUSIE INTERVIEWS JONGEREN EN BELEIDSANALYSE	42
7. AANBEVELING	43
7.1 FENOMEENMETHODE	43
8. DISCUSSIE	46
9. REFLECTIE	47
BIJLAGEN	49
LITERATUURLIJST	50
GERAADPLEEGDE WEBSITES	53
INTERVIEWGUIDE INTERVIEWS JONGEREN	54
INFORMATIEFLYER OUDERS	56
CODEERSHEMA INTERVIEWS JONGEREN	57
TRANSCRIPTIES INTERVIEWS JONGEREN	58

1. Introductie

Grooming tot aan de Hoge Raad. De Hoge Raad heeft een persoon veroordeeld voor 15 maanden celstraf, waarvan 7 voorwaardelijk. Door deze zaak is jurisprudentie ontstaan, wat houvast biedt voor toekomstige rechtszaken aangaande grooming. De casus: op sociale media doet een 25-jarige man zich jonger voor ten opzichte van een 11-jarig meisje, probeert haar vertrouwen te winnen om zodoende tot een ontmoeting te komen met het oog op het hebben van seks. Tevergeefs heeft de advocatuur getracht de rechtbank ervan te overtuigen dat er meer handeling nodig zijn om te komen tot een veroordeling voor grooming (Den Haag, 11-11-2014).

Door globalisering is tegenwoordig iedereen over de hele wereld met elkaar verbonden. Deze verbondenheid wordt onder andere door sociale media bewerkstelligd en bevorderd. Sociale media kunnen volgens Rutting et al. (2014) beschouwd worden als een complex adaptief systeem (CAS), aangezien sociale media een diverse verzameling aan gebruikers hebben die zich onderling met elkaar kunnen verbinden en een netwerk vormen. Sociale media is een constant veranderlijk, complex en veelomvattend systeem, waardoor het van belang is dat gebruikers zich aan kunnen passen aan veranderingen binnen het systeem. Hierdoor kunnen gebruikers ontwikkeling van het systeem bijhouden (Rutting et al., 2014).

Dit onderzoek zal zich richten op één onderdeel van het complexe systeem sociale media, namelijk grooming. Met deze afbakening wordt sociale media onderzoekbaar gemaakt. De focus is aangebracht op één van de problematische situaties die het gebruik van sociale media met zich mee kan brengen. Door het toenemende gebruik van internet, is de angst dat jongeren in gevaar worden gebracht en risico's lopen op het internet een centraal onderdeel geworden van het publieke en politieke debat (Livingstone, 2003, 2011; Oswell, 1999, 2008). Door de directe gevolgen is seksuele uitbuiting en misbruik van jongeren een wezenlijk online risico. Jongeren kunnen door gebruik van sociale media onder andere slachtoffer worden van grooming. Grooming houdt in dat een meerderjarig persoon online contact zoekt met een minderjarige, met als doel om seksueel misbruik te maken van deze minderjarige (Staksrud, 2013).

Gezien de complexiteit van sociale media zal dit onderzoek verschillende bruikbare theorieën, concepten en methodieken combineren afkomstig uit meerdere wetenschappelijke disciplines. Deze interdisciplinaire integratie kan bijdragen aan nieuwe en meer volledige inzichten en kennis van het fenomeen grooming. De inzichten en kennis zullen opgedaan worden aan de hand van kwalitatieve interviews met jongeren over hun bewustzijn van het gevaar van grooming dat schuilt in sociale media. Daarnaast zal het beleid dat de politie voert ten aanzien van grooming geanalyseerd worden. Grooming is een strafbaar feit, waardoor een analyse van het beleid van de politie meer inzicht zal verschaffen in hun huidige werkwijze.

2. Theoretisch kader

2.1 Sociale media

Bij de opkomst van internet werd er enkel gebruik gemaakt van de inhoud van het internet, men las het en keek ernaar. In de loop van de ontwikkeling van het internet kon men ook producten en diensten via het internet kopen. Tegenwoordig wordt de inhoud van het internet niet enkel meer gebruikt en gekocht, het wordt ook gewijzigd, gedeeld en bediscussieerd. Dit fenomeen is mogelijk door sociale media, dat door Kietzmann (2011) beschreven is als een technologie die oprichting van interactieve platforms mogelijk maakt. Echter kan sociale media meer zijn dan enkel het middel om interactieve platforms vorm te geven, het kan namelijk ook het doel zijn van de oprichting van dit soort platforms.

Door de opkomst van internet is er een nieuwe manier van communiceren ontstaan, namelijk computerondersteunde communicatie. Walther en Burgoon (1992) beschrijven deze vorm van communicatie als elektronische berichten die worden doorgegeven van ontvanger naar verzender. Het grootste verschil tussen deze elektronische vorm van communicatie en "face-to-face" communicatie, is dat er geen non-verbale communicatie bij computer ondersteunende communicatie plaatsvindt. Het ontbreken van non-verbale signalen kan de perceptie en de interpretatie van de context van de communicatie zowel op een positieve als negatieve manier beïnvloeden (Walther & Burgoon, 1992).

Sociale netwerksites zoals Facebook zijn immens populair volgens Walther (2008) en zijn toegelegd op de vorming en het beheer van indrukken, relationeel onderhoud en het vormen van nieuwe relaties. Deze netwerksites zijn de moderne vorm van computer ondersteunde communicatie. Bij deze vorm van communicatie gaat de technologie voorbij aan de controle van de zender van een bericht over de impressie gerelateerde informatie die de ontvanger van het bericht kon waarnemen. Netwerksites bevatten informatie die niet enkel afkomstig is van de beheerder, maar ook van vrienden en programma's die ingebed zijn in het systeem. Daarnaast bevatten netwerksites informatie over het sociale netwerk van de gebruikers (Walther, 2008).

Uit verschillende onderzoeken blijkt dat het gebruik van sociale media blijft stijgen onder de Nederlandse bevolking. In het jaar 2010 maakte ongeveer 50% van de Nederlanders gebruik van sociale media, dit percentage is in het jaar 2014 al gestegen tot boven de 80%. Jongeren groeien hedendaags op met internet en 99% van de jongeren tussen de 15 en 19 jaar gebruikt sociale media (Newcom research & consultancy, 2014). Veel volwassenen maken zich zorgen over de nieuwe mediacultuur waarin jongeren opgroeien. Zij zijn namelijk niet opgegroeid met sociale media, waardoor er een digitale kloof bestaat tussen de generaties (Frankenhuis et al., 2007). De digitale kloof zorgt er onder andere voor dat ouders en hun kinderen een andere gebruikerservaring hebben met sociale media. Deze discrepantie in gebruikerservaring kan als gevolg hebben dat er ook een discrepantie bestaat in het herkennen van gevaren op sociale media.

2.2 Gebruikerservaring van sociale media

Het internet is een bron van informatie, communicatie en amusement. Jongeren maken volop gebruik van diverse vormen van media via internet. Internet wordt door jongeren onder andere gebruikt om hun identiteit vorm te geven, wat zowel positieve, als negatieve effecten kan hebben. Een positief effect is dat jongeren kunnen experimenteren met hun identiteit. Een negatief effect is bijvoorbeeld dat jongeren onzeker kunnen worden van alles dat zichtbaar is op het internet. Jongeren kunnen namelijk geen onderscheid maken tussen de werkelijkheid en beelden die te zien zijn op internet, die veelal niet overeen komen met de werkelijkheid (Frankenhuis et al., 2007).

Kietzmann (2011) maakt gebruik van zeven functionele bouwstenen van sociale media, waarmee de functionaliteit van sociale media geanalyseerd kan worden. Namelijk identiteit, conversaties, delen, aanwezigheid, relaties, reputatie en groepen. Elk blok is een weergave van een specifiek aspect van de gebruikerservaring van sociale media van een persoon. Kietzmann (2011) koppelde deze aspecten vervolgens aan implicaties voor bedrijven. In dit onderzoek worden de bouwstenen niet gekoppeld aan bedrijven, maar deze worden gebruikt om in kaart te brengen hoe jongeren sociale media beleven.

De eerste bouwsteen die Kietzmann (2011) beschrijft in zijn theorie is *identiteit*, deze bouwsteen analyseert in hoeverre een gebruiker van sociale media zijn of haar identiteit weergeeft op sociale media. Dit hoeft niet enkel informatie als een naam, leeftijd, sekse en baan te zijn, maar subjectieve informatie, zoals gedachten en gevoelens zijn ook uitingen van identiteit. *Conversaties* is de tweede bouwsteen en via deze bouwsteen wordt geanalyseerd in hoeverre een persoon met anderen via sociale media communiceert. De derde bouwsteen is *delen* en deze bouwsteen omschrijft in hoeverre gebruikers van sociale media inhoud verspreiden, ontvangen en uitwisselen. Het delen van informatie is een manier van interacteren in de digitale wereld. Afhankelijk van de inhoud van de informatie, bijvoorbeeld een foto, kan een conversatie en uiteindelijk een relatie ontstaan met een andere sociale media gebruiker (Kietzmann, 2011).

Aanwezigheid is een bouwsteen die analyseert in hoeverre een gebruiker van sociale media op de hoogte is van de bereikbaarheid van andere sociale media gebruikers. In de virtuele wereld kan deze informatie zichtbaar worden gemaakt via de status van een gebruiker. De status kan staan op beschikbaar of op niet-beschikbaar. Daarbij is het mogelijk om via bepaalde sociale media platforms andere sociale media gebruikers op de hoogte te stellen van je locatie in de werkelijke wereld, door middel van 'check-ins' (Kietzmann, 2011). De vijfde bouwsteen die door Kietzmann (2011) beschreven wordt is *relaties*. Deze bouwsteen bekijkt in hoeverre het mogelijk is om een gebruiker van sociale media te relateren aan een andere gebruiker. De relatie kan zowel formeel als informeel zijn en is gebaseerd op enige vorm van associatie. Aan de hand van de sociale netwerktheorie van Granovetter (1973) kan het belang van verschillende relatie eigenschappen uitgelegd worden. Des te meer relaties een persoon heeft en des te

centraler de plek van deze persoon in deze relaties is, hoe groter de kans dat deze persoon invloedrijk is in zijn of haar netwerk. Relaties kunnen in sociale media bijvoorbeeld gezien worden als vrienden op Facebook of volgers op Instagram (Kietzmann, 2011).

Reputatie is de zesde bouwsteen die door Kietzmann (2011) beschreven wordt en deze omschrijft in hoeverre gebruikers van sociale media zich kunnen identificeren met de status van andere gebruikers. In de meeste gevallen is reputatie gebaseerd op vertrouwen, van zowel een persoon als de inhoud van een platform op sociale media. De laatste bouwsteen is *groepen* en deze bouwsteen bekijkt in hoeverre het mogelijk is voor gebruikers van sociale media om "(sub)communities" te vormen via sociale media. Er wordt een onderscheid gemaakt in twee soorten groepen. Ten eerste de gebruikers van sociale media die hun contacten zelf kunnen sorteren. Ten tweede kan een vereniging uit de werkelijke wereld een sociale media platform opstarten die openbaar, gesloten of zelfs geheim is (Kietzmann, 2011).

Voor dit onderzoek zijn niet alle categorieën die Kietzmann (2011) in zijn theorie bespreekt van gelijk belang. Dit onderzoek zal zich voornamelijk richten op de bouwstenen identiteit, conversaties, delen en relaties, omdat deze bouwstenen een indicatie kunnen geven voor de mate waarin jongeren zich bewust zijn van de gevaren van grooming op sociale media. Waar relevant zullen de bouwstenen aanwezigheid, reputatie en groepen ook aan bod komen. Deze bouwstenen worden voor dit onderzoek van minder groot belang geacht, aangezien deze bouwstenen in mindere mate een indicatie zijn van de mate van het bewustzijn van jongeren voor de gevaren van grooming.

2.3 Identiteitsvorming en etiquette op sociale media

Jongeren zijn bezig met het vormen van hun identiteit, waarbij ze in hun omgeving op zoek zijn naar rolmodellen om zich aan te conformeren. Tegenwoordig heeft het internet veel invloed op dit proces bij jongeren. Er wordt door Frankenhuis et al. (2007) onderscheid gemaakt in online-identiteit en face-to-face-identiteit. Jongeren kunnen namelijk hun identiteit grotendeels zelf vormgeven op sociale media. De beelden die jongeren op sociale media zien, worden gebruikt bij de identiteitsvorming en daarbij communiceren jongeren ook via sociale media met elkaar. Jongeren zijn beïnvloedbaar en hebben nog vaak goedkeuring van anderen nodig. In de puberteit zijn jongeren sterk vatbaar voor sociale stimuli, wat resulteert in verhoogd risicovol gedrag. Risicovol gedrag wordt door jongeren in de puberteit daarom veelal in groepen vertoond. In de aanwezigheid van leeftijdsgenoten wordt het sociaal-emotionele netwerk geactiveerd, wat leidt tot verhoogd risicovol gedrag (Steinberg, 2007).

Uit onderzoek blijkt dat sociale media over het algemeen een positief effect heeft op de identiteitsvorming van jongeren, aangezien de reacties op sociale media veelal positief zijn volgens Frankenhuis et al. (2007). Sociale media speelt dus een belangrijke rol bij de identiteitsvorming van jongeren. Daarom is het van belang dat jongeren op de juiste manier om leren gaan met sociale media. Ouders spelen

een grote rol bij het aanleren van de juiste manier van omgang met sociale media. Echter zijn de ouders van de huidige generatie jongeren niet opgegroeid met sociale media, waardoor er een digitale kloof bestaat tussen deze generaties. Deze digitale kloof tussen ouder en kind hoeft echter geen obstakel te zijn in de begeleiding van de ouder volgens Frankenhuis et al. (2007). Om jongeren zelfvertrouwen, sociale vaardigheden en een verantwoordelijkheidsgevoel te laten ontwikkelen is het van belang dat ouders betrokken zijn, structuur bieden, open met het kind communiceren en rechten en plichten hanteren (Frankenhuis et al., 2007).

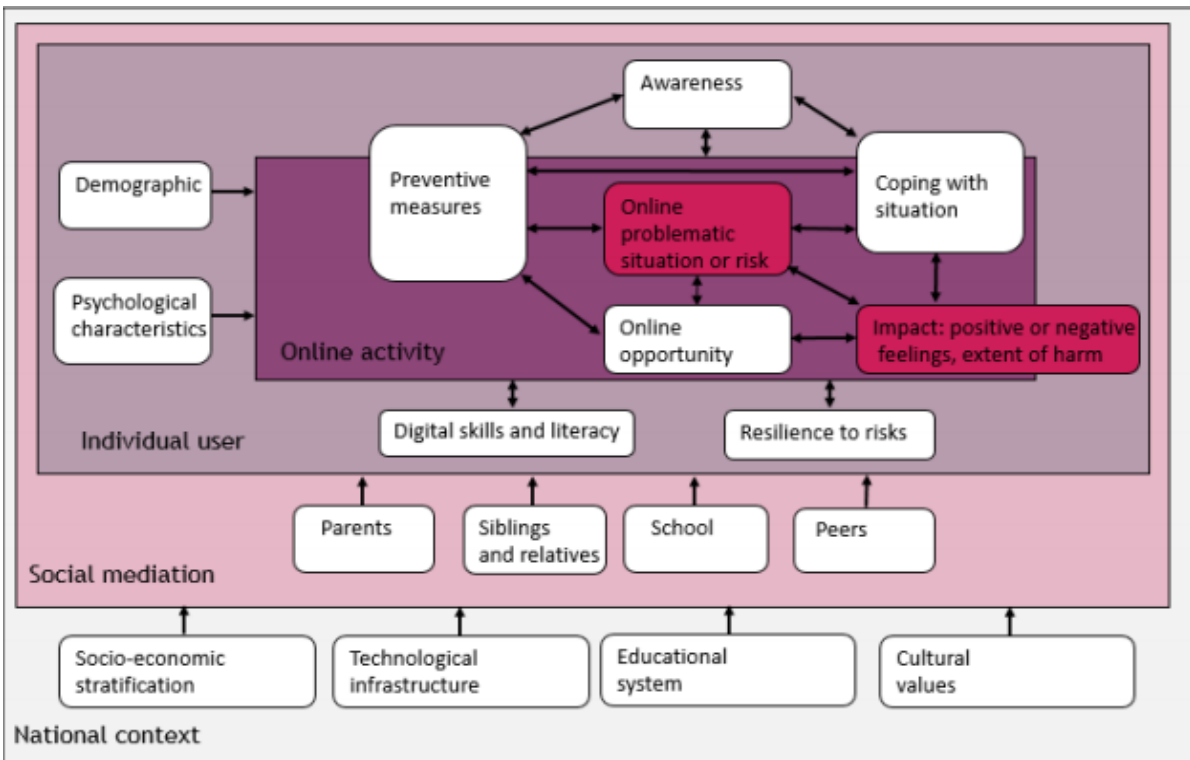
2.4 Problematische situaties op sociale media

Ondanks dat er volgens Frankenhuis et al. (2007) over het algemeen positieve reacties op sociale media worden gegeven, ervaren jongeren volgens meerdere onderzoeken ook negatieve online situaties (Livingstone et al., 2011; Subrahmanyam & Smahel, 2011). Smahel en Wright (2014) hebben onderzoek verricht voor EU Kids Online naar negatieve online ervaringen van Europese jongeren. EU Kids Online is een multinational onderzoeksnetwork dat in het leven is geroepen om kennis van het internetgedrag, en de daarbij behorende risico's, van Europese jongeren op te doen (bron: <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>).

Vanuit het oogpunt van een volwassene kan een situatie die zich online voordoet negatief zijn, of zelfs schadelijk voor een kind. Volgens het onderzoek naar de ervaring van kinderen met online problematische situaties van Smahal en Wright (2014), rapporteerden de kinderen deze situaties als neutraal of zelfs als positief. Problematische online situaties kunnen dus ook direct in verband gebracht worden met positieve online situaties/kansen, zoals in figuur 1 aangegeven. Een online situatie die door volwassenen als problematisch of risicovol wordt ingeschat kan bijvoorbeeld het ontmoeten van een vreemde op sociale media zijn. Een jongere kan deze ontmoeting echter beschouwen als een positieve gebeurtenis, waarbij de vreemde zijn of haar leven verrijkt. Een online situatie die door volwassenen als problematisch en risicovol wordt ingeschat, kan door jongeren dus worden ingeschat als een positieve online mogelijkheid (Smahal & Wright, 2014).

Dit betekent dat het bewustzijn van jongeren niet representatief hoeft te zijn voor een maatschappelijk onderzoek naar problematische online situaties. Het is dus mogelijk dat jongeren die geïnterviewd worden voor dit onderzoek, problematische situaties niet als zodanig herkennen, waardoor er geen duidelijk en volledig beeld gevormd kan worden van de problematische situaties waar jongeren zich mogelijk in bevinden.

Figuur 1: Problematische online situaties als object van analyse



Bron: Smahel & Wright, 2014

In het onderzoek van Smahal en Wright (2014) worden vijf online problematische situaties en gerelateerde gevoelens van jongeren onderscheiden. De eerste situatie is waar agressieve communicatie, intimidatie en pesten plaatsvindt. De tweede is een seksueel problematische situatie waar een jongere zich in kan bevinden. De derde situatie die Smahal & Wright (2014) beschrijven is een online problematische situatie veroorzaakt door vreemden. De vierde problematische online situatie waar een jongere zich in kan bevinden is een situatie waar de persoonlijke levenssfeer en online informatie misbruikt wordt. De laatste situatie die beschreven wordt zijn overige problematische situaties, zoals het ontvangen van spam, technische- en gezondheidsproblemen.

Op de tweede en derde situatie besproken door Smahal & Wright (2014) ligt in dit onderzoek de focus. Seksueel problematische situaties kunnen ontstaan door seksuele inhoud waar een kind aan blootgesteld wordt op het internet, of door seksuele communicatie. Seksuele communicatie kan zowel plaatsvinden met bekenden, als met vreemden. De situatie die veroorzaakt wordt door vreemden kan zich voordoen doordat een vreemde een vriendschapsverzoek stuurt, contact probeert te leggen, complimenten geeft of vraagt naar persoonlijke informatie (Smahal & Wright, 2014). Wanneer enkele van deze problematische situaties samenkomen, kan dit betekenen dat het fenomeen grooming zich voordoet.

2.5 Grooming

Grooming is een pertinent fenomeen in de moderne samenleving, waar nog weinig inzicht in is (Craven et al., 2006). Het is een fenomeen dat volgens Craven et al. (2007) tegenwoordig steeds meer wordt beschreven in wetenschappelijke literatuur. Echter is de definitie en de omschrijving van het fenomeen niet eenduidig. Craven et al. (2006, p. 297) hebben de volgende definitie geformuleerd op basis van diverse wetenschappelijke artikelen: *“A process by which a person prepares a child, significant adults and the environment for the abuse of this child. Specific goals include gaining access to the child, gaining the child's compliance and maintaining the child's secrecy to avoid disclosure. This process serves to strengthen the offender's abusive pattern, as it may be used as a means of justifying or denying their actions.”* Grooming is dus een proces waarbij toenadering tot een kind gezocht wordt waarbij het contact geheim blijft, zodat de dader zijn doel om ontuchtige handelingen te plegen met een minderjarige kan bewerkstelligen.

Dit onderzoek richt zich niet op de daders van grooming, maar op de doelgroep van de daders; minderjarige jongeren tussen de 12 en 16 jaar. Factoren die de kans op slachtofferschap bij grooming vergroten zijn: het zijn van een vrouw, het gebruik maken van chatrooms, het gebruik maken van internet op een telefoon, praten met mensen die online ontmoet zijn, het opsturen van persoonlijke informatie naar personen die online ontmoet zijn, het praten over seks online en het ervaren van fysiek of seksueel misbruik (Mitchell, K.J., 2007). Deze risicofactoren kunnen onderzocht worden aan de hand van de theorie van Kietzmann (2011) over bouwstenen van sociale media. Een voorbeeld hiervan is dat het zijn van een vrouw past in de bouwsteen *identiteit*.

Staksrud (2013) beschrijft een model van het grooming proces, dat meerdere fasen omvat. In de introductiefase begint de groomer met observeren, met als doel het identificeren van een potentieel slachtoffer. Volgens Craven et al. (2006) probeert de groomer een kwetsbaar kind te identificeren. Een kind is kwetsbaar als het bijvoorbeeld geen goede band heeft met zijn of haar ouders, niet veel vrienden heeft of eerder slachtoffer is geweest van een zedendelict. Het internet zorgt ervoor dat jongeren die al kwetsbaar zijn makkelijker te bereikbaar zijn, waardoor een groomer gemakkelijker een slachtoffer kan vinden. Na het identificeren van een kwetsbaar slachtoffer, gaat de groomer in conversatie met het potentiële slachtoffer (Staksrud, 2013).

De tweede fase die Staksrud (2013) beschrijft is de fase waarin de daadwerkelijke grooming plaatsvindt. Deze fase is een strategische fase waarin de groomer een vertrouwensband opbouwt met het slachtoffer. Hierbij laat de groomer het kind zich goed voelen over zichzelf, om vervolgens de seksuele grenzen te overschrijden. Het kind beseft zich hierdoor niet dat er iets dat ongepast is plaatsvindt (Craven et al., 2006). Het soort contact dat de groomer met zijn slachtoffer heeft in de tweede fase van het grooming proces, kan gezien worden als een voorbeeld van computerondersteunde communicatie. Net als bij

computerondersteunde communicatie wordt er online een relatie opgebouwd, met als doel elkaar face-to-face te ontmoeten, waarbij fysieke interactie plaatsvindt (Gibbs et al., 2006).

Een negatieve ervaring op het internet is volgens Smahel & Wright (2014) gerelateerd aan preventieve maatregelen. Preventieve acties die genomen worden door een kind kunnen het risico op een negatieve ervaring namelijk verminderen. Volgens Craven et al. (2007) zijn preventie en interventie van het fenomeen grooming ook nodig om de kans op zedendelicten te verminderen. Maatschappelijk bewustzijn is een essentieel onderdeel van preventie van grooming. Als men zich bewust is van het gevaar van grooming, dan is men over het algemeen in staat om tijdig en op een veilige wijze grooming te identificeren, om vervolgens in te kunnen grijpen. Hierbij is het van groot belang dat gepaste hulp en interventie geboden wordt (Craven et al., 2007). In dit onderzoek wordt onderzocht in hoeverre de Amsterdamse politie deze passende hulp en interventie biedt. Naast de politie bestaan er ook andere Nederlandse organisaties die zich bezighouden met interventie op het gebied van grooming, onder andere: HelpWanted.nl, meldknop.nl, ppsi.nl, digibewust.nl, ecp.nl, Stichting MijnKindOnline en Platform Jongeren en Seksualiteit.

Onderwerpen die aangepakt dienen te worden door de politie worden middels aanwijzingen, zoals bevoegdheden en opsporingshandelingen, verder bepaald. De zedenpolitie valt onder de aanwijzing “opsporing en vervolging in zaken seksueel misbruik”. Deze aanwijzing is mede gebaseerd op het verdrag van Lanzarote waarin bescherming van kinderen tegen seksuele uitbuiting en seksueel misbruik is bepaald (bron: http://wetten.overheid.nl/BWBR0029026/geldigheidsdatum_28-08-2011).

3. Probleemstelling

3.1 Doelstelling

Uit het onderzoek van Newcom research & consultancy (2014) blijkt dat er geen consensus bestaat in de resultaten van wetenschappelijk onderzoek naar de invloed van sociale media op jongeren. Ondanks een omvangrijk aantal onderzoeken naar het gebruik en het effect van sociale media, is er weinig onderzoek gedaan naar de manier waarop jongeren sociale media beleven. Eén aspect van de gebruikerservaring van jongeren van sociale media is de beleving van gevaren die het gebruik van sociale media met zich meebrengt. Grooming, het fenomeen dat in dit onderzoek centraal staat, wordt door Staksrud (2013) beschreven als één van de grotere gevaren van sociale media.

Grooming is een misdrijf tegen de zeden welke sinds het jaar 2010 strafbaar is gesteld in Artikel 248e van het Wetboek van Strafrecht. In dit wetsartikel wordt beschreven dat een ieder die via een communicatiedienst een afspraak met seksuele doeleinden probeert te maken met een persoon onder de zestien jaar, strafbaar is. In onderhavig onderzoek wordt sociale media beschouwd als de communicatiedienst die in het Wetboek beschreven staat. Voor de strafbaarheid is een fysieke ontmoeting

tussen dader en slachtoffer geen vereiste. Het voorstel voor een ontmoeting en de voorbereiding daartoe door de dader is wel een vereiste en hiervoor is de maximale straf een tweejarige gevangenisstraf (bron: <http://www.politie.nl/onderwerpen/kinderporno.html#hoe-pakt-de-nederlandse-overheid-de-bestrijding-van-kinderporno-aan>).

Het fenomeen grooming wordt in theorieën over seksueel misbruik van kinderen niet benoemd. Dit kan grotendeels verklaard worden doordat deze theorieën meer dan vijftien jaar geleden opgesteld zijn. In deze tijd werd het fenomeen grooming niet erkend, zoals dat tegenwoordig wel gedaan wordt. Door de opkomst van het internet is het fenomeen grooming pertinent in de samenleving aanwezig gekomen, waardoor een beter begrip van het fenomeen nodig is. Om zowel jongeren te beschermen tegen grooming als daders te kunnen veroordelen en behandelen, is preventie in plaats van repressie bevorderlijk (Craven et al., 2006). De politie speelt een grote rol bij het bevorderen van internetveiligheid en meer specifiek bij de bestrijding van het fenomeen grooming.

Dit onderzoek heeft twee doelstellingen. De eerste doelstelling is om te evalueren in hoeverre jongeren tussen de 12 en 16 jaar zich bewust zijn van de gevaren van grooming die schuilen in sociale media. De tweede doelstelling van dit onderzoek is om de uitvoering van het huidige beleid dat de Amsterdamse zedenpolitie voert ten aanzien van grooming te evalueren. De vergaarde kennis uit beide onderzoeken zal worden gebruikt om te analyseren in hoeverre het huidige beleid dat de Amsterdamse zedenpolitie voert ten aanzien van grooming aansluit bij de mate waarin jongeren tussen de 12 en 16 jaar zich bewust zijn van het gevaar van grooming.

3.2 Vraagstelling

De onderzoeksvraag die voortkomt uit de doelstelling van dit onderzoek is: *In hoeverre sluit de uitvoering van het beleid van de Amsterdamse zedenpolitie ten aanzien van grooming aan bij de mate waarin jongeren tussen de 12 en 16 jaar zich bewust zijn van het gevaar van grooming dat schuilt in sociale media?*

Artikel 3 van de politiewet zegt het volgende: “De politie heeft tot taak in ondergeschiktheid aan het bevoegd gezag en in overeenstemming met de geldende rechtsregels te zorgen voor de daadwerkelijke handhaving van de rechtsorde en het verlenen van hulp aan hen die deze behoeven.” Daadwerkelijke handhaving behelst het opsporen van strafbare feiten. Grooming is een strafbaar feit volgens het Wetboek van Strafrecht, dus de politie is volgens dit artikel verplicht een groomer op te sporen. Hierna is het de taak van het Openbaar Ministerie om de dader strafrechtelijk te vervolgen en aan de rechter om een strafmaat te bepalen. Het bevorderen van internetveiligheid is ook een vorm van ordehandhaving. Daarnaast is de politie verplicht om hulp te verlenen aan hen die deze behoeven (bron: http://wetten.overheid.nl/BWBR0031788/geldigheidsdatum_24-05-2014). Volgens Guijt & Schaik (2013) is

deze hulpverlening momenteel incidentgericht. Echter is het volgens Craven et al. (2007) van belang dat er preventief te werk wordt gegaan bij grooming, om zo het bewustzijn van jongeren van de gevaren van grooming te vergroten. Kennis over media en het gebruik ervan door jongeren zijn onlosmakelijk met de politiepraktijk verbonden (Tillie, 2014). Daarom is het van belang dat deze kennis en de wijze waarop de politie werkt onderzocht worden, zodat het beter aan kan sluiten op elkaar. Met deze hoofdvraag wordt daarom geanalyseerd in hoeverre een probleemgerichte aanpak van de politie bij het fenomeen grooming aansluit bij de mate waarin jongeren tussen de 12 en 16 jaar zich bewust zijn van het gevaar van grooming. Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoord zijn de volgende vier deelvragen opgesteld.

1. Welke aspecten van de gebruikerservaring van jongeren van sociale media zouden beschouwd kunnen worden als risicovol?

Met deze deelvraag wordt aanvankelijk de gebruikerservaring van jongeren van sociale media in kaart gebracht. Dit zal gedaan worden aan de hand van zeven functionele bouwstenen van sociale media van Kietzmann (2011) die in het theoretisch kader beschreven zijn. Er zal onder andere inzicht komen in de netwerksites die jongeren tussen de 12 en 16 jaar gebruiken en met wat voor een doel zij deze sites gebruiken. Vervolgens kan geanalyseerd worden welke aspecten beschouwd kunnen worden als risicovol voor een online problematische situatie, met name grooming.

2. In hoeverre zijn jongeren zich bewust van het feit dat zij zichzelf kwetsbaar maken voor online problematische situaties op sociale media?

Uit de literatuur blijkt dat er vaak sprake is van negatieve effecten van sociale media op jongeren (Frankenhuis et al., 2007). Voortbouwend op de eerste deelvraag wordt met deze deelvraag onderzocht in hoeverre jongeren zelf negatieve effecten van sociale media opmerken en/of ervaren. Vaak zijn jongeren zich niet bewust van problematische situaties op sociale media. Zij zijn zich dus ook niet bewust van het gevaar dat zij voor zichzelf creëren. Het is hierdoor van belang om te evalueren in hoeverre jongeren zich bewust zijn van de risico's van sociale media.

3. In hoeverre zijn jongeren bekend met het fenomeen grooming en op de hoogte van de risico's van het fenomeen grooming?

Mitchell (2007) beschrijft factoren die de kans op slachtofferschap van grooming vergroten. Er zal onderzocht worden in hoeverre deze factoren van toepassing zijn op de respondenten. Daarnaast wordt er onderzocht in hoeverre jongeren op de hoogte zijn van de risico's van grooming. De resultaten die volgen uit deze deelvraag kunnen worden meegenomen in de eventuele aanbeveling die gedaan zal worden op het

huidige beleid van de Amsterdamse zedenpolitie ten aanzien van grooming. Hierdoor zal het beleid mogelijk beter aansluiten bij de mate van het bewustzijn van jongeren van de risico's van grooming.

4. Hoe is het beleid van de Amsterdamse zedenpolitie en de uitvoering daarvan ten aanzien van grooming vormgegeven?

De Nederlandse politie werkt momenteel voornamelijk incidentgericht (Guijt & Schaik, 2013). Met deze deelvraag zal onderzocht worden in hoeverre het beleid ten aanzien van grooming gericht is op de aanpak van het online risico grooming. Daarbij wordt er onderzocht in hoeverre er een discrepantie bestaat tussen het beleid op papier en de uitvoering van het beleid in de praktijk. Vervolgens wordt aan de hand van de resultaten van alle vier de deelvragen geanalyseerd in hoeverre de uitvoering van het beleid van de Amsterdamse zedenpolitie aansluit bij de mate waarop jongeren zich bewust zijn van het gevaar van grooming dat schuilt in sociale media.

3.3 Relevantie

Studies over de gezondheid en ontwikkeling van jongeren komen overeen dat de grootste bedreigingen voor het welzijn van jongeren in de huidige, geïndustrialiseerde samenleving, afkomstig zijn van voorkombare, aan zichzelf te wijten oorzaken. De grootste dreigingen voor jongeren die blijken uit studies zijn ongevallen, geweld, drugs- en alcoholgebruik en seksuele risico's, wat allen dreigingen zijn die veroorzaakt worden door personen (Blum & Nelson-Mmari, 2004; Williams, Holmbeck & Greenley, 2002; Steinberg, 2007). De preventie en behandeling van de voornaamste dreigingen veroorzaakt door riskant en roekeloos gedrag van jongeren, loopt echter achter op preventie en behandeling van bijvoorbeeld ziekten onder jongeren.

Hoewel het aantal risicovolle dreigingen te wijten aan rijden onder invloed of onveilige seks onder jong volwassenen gedaald is, is risicovol gedrag onder jongeren niet gedaald de afgelopen jaren (Centers for Disease Control & Prevention, 2006). Hierbij vertonen jongeren vaker risicovol gedrag dan volwassenen en dit gedrag heeft veelal invloed op de ontwikkeling van een jongere (Steinberg, 2007). Deskundigen op het gebied van volksgezondheid zijn van mening dat preventie en behandeling van risicovol gedrag onder jongeren een substantiële verbetering zal opleveren van het algemene welzijn van de bevolking (Steinberg, 2004). Aangezien grooming onderdeel is van seksueel risicovol gedrag van jongeren, is het van belang dat deze vorm van risicovol gedrag voorkomen en indien nodig behandeld wordt. Hierdoor is het van belang om te onderzoeken in hoeverre jongeren zich bewust zijn van het risicovolle gedrag dat zij vertonen.

Uit onderzoek blijkt dat jongeren in dezelfde mate als volwassenen in staat zijn om competent, logisch, op waarheid gebaseerd en nauwkeurig risicovolle situaties in te schatten. Echter vertonen jongeren vaker dan volwassenen risicovol gedrag en dit heeft volgens Steinberg (2007) een sociale en emotionele oorzaak. Hierdoor is het relevant om te onderzoeken in hoeverre dit gedrag een gevolg is van gebrek aan

bewustzijn van risico's onder jongeren. Wanneer een inzicht is vergaard in de mate van het bewustzijn van risico's onder jongeren, kan de kennis van jongeren en de manier waarop jongeren denken aangepast worden (Steinberg, 2007). Het bewustzijn van jongeren van gevaren op sociale media kan hierdoor verhoogd worden.

In de digitale wereld kan iedereen zich voordoen zoals hij of zij wil en hier kan een groot gevaar in schuilen. Het is bijvoorbeeld mogelijk dat een oudere man een Instagram account aanmaakt en zich daar voor doet als een jong meisje. De man post dan foto's van dingen die meisjes interessant vinden, zoals dieren, een boyband en sport. Op deze manier probeert de man in contact te komen met jonge meisjes met als doel seks met ze te hebben. Dit fenomeen wordt 'grooming' genoemd en is strafbaar (bron: www.vraaghetdepolitie.nl/sf.mcgi?240). Grooming is een relatief nieuw, snelgroeiend fenomeen dat dramatische gevolgen kent. Het fenomeen wordt gezien als een grijs gebied tussen digitaal misbruik van een minderjarige en het fysiek seksueel misbruiken van een minderjarige (bron: <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/toespraken/2008/05/22/conferentie-online-grooming.html>). Het is dus van groot belang dat dit fenomeen stevig wordt aangepakt.

Er bestaat een enorme hoeveelheid aan literatuur die zich richt op kindermisbruik in het algemeen. Het fenomeen grooming is een vorm van kindermisbruik, maar hier bestaat nog weinig onderzoek naar. De onderzoeken die verricht zijn naar dit fenomeen analyseren grooming vanuit het perspectief van de groomer (Staksrud, 2013). Deze onderzoeken zijn voornamelijk verricht vanuit één discipline, namelijk psychologie. In de Verenigde Staten zijn er meerdere onderzoeken verricht naar slachtoffers van grooming. De bevindingen van deze onderzoeken kunnen relevant zijn, maar inzichten in het fenomeen grooming in Nederlandse context ontbreken, net als inzichten in grooming vanuit het perspectief van jongeren (Staksrud, 2013). Onderhavig onderzoek zal het fenomeen grooming vanuit het oogpunt van jongeren tussen de 12 en 16 jaar onderzoeken, waarbij theorieën vanuit meerdere academische disciplines geïntegreerd zullen worden.

3.4 Interdisciplinariteit

De mate van het bewustzijn van jongeren van het gevaar van grooming kan aan de hand van verschillende disciplines uitgelegd worden. Psychologen zullen de mate van het bewustzijn van jongeren toekennen aan de cognitieve ontwikkeling. Sociologen zullen het bewustzijn van jongeren uitleggen aan de hand van de sociale omgeving waarin de jongere opgroeit. En pedagogen zullen de mate van het bewustzijn expliciteren aan de hand van de ontwikkelingsfase waarin een jongere zich bevindt. Als deze verschillende disciplines zijn verenigd in dit onderzoek, dan zal er een compleet beeld ontstaan van het bewustzijn van jongeren van het gevaar van grooming.

Dit kwalitatieve onderzoek bestaat uit twee onderzoeksmethoden, namelijk een beleidsanalyse en kwalitatieve semi-gestructureerde interviews. Grooming is een maatschappelijk probleem dat over de

grenzen van één academische discipline gaat. Hierdoor is er een combinatie van expertise uit verschillende disciplines nodig om dit probleem allereerst te begrijpen, vervolgens te onderzoeken en uiteindelijk mogelijk aan te pakken (Rutting et al., 2014). Volgens Rutting (2014) vereist een beleidsanalyse een interdisciplinaire aanpak, aangezien problemen die met een beleidsanalyse onderzocht worden complex zijn, waarbij veel mensen en organisaties betrokken zijn. Aan de hand van de resultaten van de kwalitatieve interviews zullen de gebruikerservaring van jongeren van sociale media geanalyseerd worden, voortbouwend op de inzichten uit de literatuur uit verschillende disciplines. Relevante concepten, theorieën en methodologieën uit verschillende disciplines zullen in dit onderzoek worden geïntegreerd. Hierdoor zullen de resultaten van dit onderzoek tenminste multidisciplinair zijn en waar mogelijk interdisciplinair (Rutting et al., 2014).

Inzichten uit zowel de wetenschap als de praktijk worden gebruikt om het fenomeen grooming te verklaren en vervolgens te bepalen welke interventies nodig zijn om het fenomeen te analyseren. Om de analyse van grooming zo waardevol mogelijk te maken, is het van belang dat betrokken partijen, in dit geval de politie, meegenomen worden in de evaluatie van het maatschappelijk probleem grooming (Rutting et al., 2014). De informatie die verkregen wordt uit bronnen zoals PolitieKennisNet zijn niet wetenschappelijk, maar wel van belang bij de analyse van het fenomeen grooming. Deze combinatie van wetenschappelijke kennis en kennis uit de praktijk die geïntegreerd worden in de analyse maakt dit onderzoek transdisciplinair.

4. Methode

4.1 Onderzoeksstrategie

Om de onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden, is het van belang om ten eerste de gebruikerservaring van jongeren van sociale media te analyseren. Daarnaast zal een beleidsanalyse uitgevoerd worden van het huidige beleid en de uitvoering daarvan van de Amsterdamse zedenpolitie ten aanzien van grooming. Dit zal gedaan worden door middel van kwalitatieve onderzoeksstrategieën, wat inhoudt dat dit onderzoek op een inductieve manier uitgevoerd zal worden. Aan de hand van de resultaten van dit kwalitatieve onderzoek, zullen nieuwe concepten gevormd worden voor vernieuwende inzichten en kennis van het fenomeen grooming (Bryman, 2008).

De epistemologische oriëntatie die het best aansluit bij dit onderzoek is het interpretivisme, aangezien dit onderzoek tracht om menselijk gedrag te begrijpen, waarbij de nadruk ligt op de subjectieve betekenis van een sociale handeling (Bryman, 2008). De sociale handelingen die in dit onderzoek centraal staan is het gebruik maken van sociale media door jongeren en de manier waarop jongeren gevaar toekennen aan online gebeurtenissen. Deze handelingen worden beschouwd als een sociaal fenomeen dat continu opnieuw wordt vormgegeven door de handelingen van een individu. Deze ontologische positie wordt door Bryman (2008) omschreven als het constructivisme.

4.2 Onderzoeksdesign

De data verzameling en analyse zal in dit onderzoek gedaan worden aan de hand van een case-study met elementen van een cross-sectioneel design. Het fenomeen grooming staat in dit kwalitatieve onderzoek centraal en wordt intensief en gedetailleerd geanalyseerd, met een inductieve oriëntatie. Echter kan een onderzoek kenmerken bevatten van meerdere onderzoeksdesigns. Zodoende heeft onderzoek kenmerken van een cross-sectioneel onderzoeksdesign, aangezien de verzamelde data op een gestructureerde wijze geanalyseerd worden. Met de verzamelde data wordt vervolgens getracht om bepaalde patronen te ontdekken. De case-study zal de boventoon voeren aangezien het doel van dit onderzoek is om het fenomeen grooming te expliceren, wat op een idiografische onderzoeks aanpak duidt (Bryman, 2008). De beleidsanalyse van het beleid en de uitvoering daarvan van de Amsterdamse politie staan ook centraal in dit onderzoek. Deze beleidsanalyse kan gezien worden als een bijkomende specifieke case die onderzocht wordt. De uitkomsten van beide casussen zullen uiteindelijk aan elkaar gespiegeld worden.

4.3 Onderzoeksmethoden

Dit onderzoek bestaat in feite uit twee onderzoeken. Ten eerste zullen er kwalitatieve interviews met jongeren gehouden worden met als doel inzicht te krijgen in hun bewustzijn van het gevaar van grooming dat schuilt in sociale media. Daarnaast wordt een analyse uitgevoerd op het beleid van de Amsterdamse zedenpolitie en de praktische uitvoering hiervan ten behoeve van de aanpak van grooming. Deze beleidsanalyse wordt uitgevoerd om een beter inzicht te krijgen in de werkwijze van de politie op het gebied van preventie en aanpak van het fenomeen grooming. Deze onderzoeken worden apart van elkaar uitgevoerd, maar uiteindelijk zullen de resultaten van beide onderzoeken aan elkaar gespiegeld worden.

Om de data te verzamelen, worden voor beide onderdelen kwalitatieve methodieken gebruikt. In het empirisch onderzoek zal aan de hand van kwalitatieve interviews geanalyseerd worden in hoeverre jongeren zich bewust zijn van de gevaren van grooming. Deze interviews zullen semi-gestructureerd zijn, wat inhoudt dat voorafgaand aan de interviews enkele algemene vragen geformuleerd worden. De volgorde van de vragen kan indien nodig gedurende het interview gewijzigd worden. Daarbij is het mogelijk om verder in te gaan op een antwoord van een respondent, waardoor interessante uitkomsten gegenereerd kunnen worden (Bryman, 2008).

De analyse van het beleid op papier en de analyse van de uitvoering van het beleid in de praktijk zullen aan elkaar gespiegeld worden, zoals in tabel 1 is weergegeven. Deze tabel is vormgegeven aan de hand van de Rumsfeld Matrix, die weergegeven is in tabel 2. Deze Rumsfeld Matrix is ontwikkeld door Donald Rumsfeld, oud minister van Defensie van de Verenigde Staten, en is gebaseerd op een uitspraak die Rumsfeld heeft gedaan op 12 februari 2002 voorafgaand aan de inval in Irak (Guijt & Schaik, 2013).

Aan de hand van tabel 1 zal geanalyseerd worden in hoeverre er een discrepantie bestaat tussen het beleid op papier en de uitvoering van dit beleid in de praktijk. Het geschreven beleid zal achterhaald worden via PolitieKennisNet en de uitvoering van het beleid in de praktijk zal onderzocht worden aan de hand van gesprekken met politieagenten die werkzaamheden verrichten ten behoeve van de aanpak van grooming. Aan de hand van de resultaten van deze beleidsvergelijking kan er een advies geschreven worden. Dit advies zal geschreven worden met behulp van de fenomeenmethode. Dit is een model die ontwikkeld is door onderzoekers MSc Linda Guijt en MSc Sven van Schaik. Het model wordt door Guijt en Schaik (2013) beschreven als “een generiek toepasbaar model voor een probleemgeoriënteerde integrale aanpak van criminaliteit.” Aan de hand van de fenomeenmethode kan er een advies geschreven worden over aanscherping van het huidige beleid, zodat het beleid mogelijk beter aan sluit bij de mate waarin jongeren zich bewust zijn van de gevaren van grooming die schuilen in sociale media.

Tabel 1: tabel voor beleidsvergelijking

Beleid in de papier	Beleid in de praktijk
Beschreven	Uitgevoerd
Beschreven	Niet uitgevoerd
Niet beschreven	Uitgevoerd
Niet beschreven	Niet uitgevoerd

Tabel 2: Rumsfeld Matrix

Klasse van informatie	Status van informatie
Known	Known
Known	Unknown
Unknown	Known
Unknown	Unknown

4.3.1 Respondenten en sampling

Er zijn twee respondentengroepen in dit onderzoek, namelijk jongeren tussen de 12 en 16 jaar en Amsterdamse politieagenten die werkzaamheden verrichten ten behoeve van de aanpak van grooming. Gedurende de puberteit verandert het sociaal-emotionele systeem van de hersenen, waardoor jongeren meer op zoek zullen gaan naar waardering bij leeftijdsgenoten. Hierdoor zullen jongeren meer risico's nemen als zij in de puberteit terecht komen (Steinberg, 2008). Meer specifiek is er gekozen voor jongeren tussen de 12 en 16 jaar, omdat het in de wet strafbaar is gesteld om via sociale media een afspraak met iemand te maken die jonger is dan 16 jaar. De ondergrens van de leeftijdscategorie is bepaald aan de hand

van de gevoelige ethische kwestie van het onderwerp. Daarbij gaan jongeren over het algemeen vanaf hun twaalfde naar het voortgezet onderwijs, waardoor deze leeftijdsgroep beter benaderbaar is. Daarnaast is dit de doelgroep die volgens de politie het meeste gevaar loopt om slachtoffer te worden van grooming.

Beide respondentengroepen worden via de “non-probability” methode gesampled. Het type sampling dat gebruikt wordt om de politieagenten te samplen is “convenience sampling”, aangezien alle politieagenten die bereikbaar zijn nodig zijn voor dit onderzoek. Daarbij is het niet nodig om de resultaten te kunnen generaliseren, aangezien enkel Amsterdamse politieagenten tot de respondentengroep behoren. De jongeren tussen de 12 en 16 jaar zullen via “snowball sampling” bereikt worden. Aan het begin van het onderzoek zal via het persoonlijk sociaal netwerk contact gezocht worden met een kleine groep jongeren, waarna het sociale netwerk van de jongeren benut zal worden om contacten met andere jongeren te verkrijgen (Bryman, 2008). Het doel is om voldoende interviews onder jongeren tussen de 12 en 16 jaar af te nemen om theoretische saturatie te bereiken. Het aantal gesprekken met politieagenten zal afhankelijk zijn van wanneer saturatie van informatie over het beleid bereikt is.

4.4 Operationalisering

Om de deelvragen en uiteindelijk de hoofdvraag van dit onderzoek te kunnen beantwoorden, is het van belang dat de verschillende concepten waar de deelvragen uit bestaan meetbaar worden gemaakt. Sociale media wordt beschouwd als het ‘kapstok concept’ van dit onderzoek. De twee hoofdconcepten van dit onderzoek zijn de concepten die in het theoretisch kader uiteengezet zijn: gebruikerservaring en problematische situaties. Het eerst hoofdconcept; gebruikerservaring, bestaat uit de volgende dimensies: identiteit, conversaties, delen, aanwezigheid, relaties, reputatie en groepen. Dit zijn de zeven bouwstenen van de theorie van Kietzmann (2011) die in het theoretisch kader toegelicht zijn. De verschillende dimensies worden omgezet tot meetbare eenheden, ofwel indicatoren. Zoals in het theoretisch kader beschreven is, bestaat de identiteit van een jongere uit informatie als de naam, leeftijd, sekse, baan, gedachten en gevoelens. Aangezien baan voor jongeren tussen de 12 en 16 jaar niet veelzeggend is, is deze vervangen door opleidingsniveau. In onderstaande tabel zijn de overige dimensies van het concept gebruikerservaring verder uiteengezet.

Het tweede hoofdconcept is problematische situaties. Er is een vijftal problematische situaties besproken in het theoretisch kader. Echter worden er slechts twee van deze situaties gebruikt als dimensies, aangezien enkel deze twee dimensies van belang zijn voor dit onderzoek. De twee dimensies zijn seksueel problematische situaties en online problematische situaties veroorzaakt door een vreemde. Seksueel problematische situaties worden meetbaar gemaakt door indicatoren als blootstelling aan seksuele inhoud op internet, zoals plaatjes. Verschillende vormen van het leggen van contact door een vreemde met een minderjarige worden gebruikt als indicatoren voor problematische situaties die veroorzaakt worden door

een vreemde. In de tabel zijn de twee hoofdconcepten, de bijbehorende dimensies en de daarop volgende indicatoren uiteengezet. Van het subconcept gebruikerservaring zijn de dimensies identiteit, conversaties, delen en relaties van groter belang dan de andere dimensies van dit subconcept, zoals aangegeven in het theoretisch kader. Hierdoor zullen op deze indicatoren meer de nadruk liggen tijdens de interviews.

Subconcept	Dimensies	Indicatoren
<u>Gebruikerservaring</u>	<i>Identiteit</i>	Naam, leeftijd, sekse, opleidingsniveau, gedachten, gevoelens.
	<i>Conversaties</i>	Mate van communicatie via sociale media; open/privé
	<i>Delen</i>	Informatie verspreiden, ontvangen of uitwisselen
	<i>Aanwezigheid</i>	Status update, check-ins
	<i>Relaties</i>	Aantal vrienden/volgers, wie wordt geaccepteerd als vriend/volger
	<i>Reputatie</i>	Overeenkomstige status/identificatie
	<i>Groepen</i>	Vormen van groepen, opstarten van openbaar, gesloten of geheim platform
<u>Problematische situaties</u>	<i>Seksueel</i>	Inhoud: foto's, video's Communicatie: gesprekken met seksuele aard
	<i>Veroorzaakt door vreemde</i>	Vriendschapsverzoek, aangesproken worden, compliment ontvangen, vraag naar persoonlijke informatie

De laatste deelvraag over het beleid van de politie behoeft geen operationalisering omdat dit een verkennende studie behelst, waarbij relevante concepten naar voren zullen komen na afloop van de beleidsanalyse. Het doel van deze deelvraag is namelijk de discrepantie tussen het beleid op papier en de uitvoering ervan te achterhalen.

4.5 Methode data-analyse

Het verzamelen en analyseren van de data is een iteratief proces. De analyse van de data zal plaatsvinden gedurende de verzameling van de data, waardoor uitkomsten van de analyse mogelijk invloed hebben op het proces van dataverzameling. Dit iteratieve proces zal aan de hand van *grounded theory* doorlopen worden. Het verzamelen, analyseren en het vormen van nieuwe theorie uit de data zijn in dit proces nauw met elkaar verbonden. Zowel uitkomsten van interviews met de jongeren, als de beleidsanalyse kunnen invloed hebben op het verloop van de analyse. Wanneer bijvoorbeeld uit de data analyse van de interviews

met de jongeren blijkt dat belangrijke informatie niet naar voren komt, zal er een aanpassing gedaan worden aan de interviewgide.

De analyse van de kwalitatieve interviews zal met behulp van Atlas.ti gedaan worden. De verzamelde data zal worden gecodeerd en vervolgens worden opgebroken in verschillende onderdelen, ofwel families. Deze families zijn een weergave van de verschillende deelvragen, waardoor er een duidelijk beeld zal ontstaan van de uitkomsten van de deelvragen. Het coderingsproces zal al plaatsvinden gedurende de dataverzameling. Het doel bij de data-analyse van de kwalitatieve interviews is dat de ervaringen van de jongeren duidelijk naar voren komen, zodat deze geïnterpreteerd kunnen worden. Het doel bij de data-analyse van het beleid en de uitvoering ervan is om een compleet te creëren van de huidige werkwijze van de Amsterdamse zedenpolitie ten aanzien van de aanpak van grooming.

4.6 Ethische verantwoording

In dit onderzoek wordt rekening gehouden met de vier ethische elementen die Bryman (2008) beschrijft. Het onderzoek mag de respondenten zowel op fysiek, als op mentaal niveau geen schade toebrengen. Het tweede element houdt in dat de respondenten het recht hebben om zoveel informatie over het onderzoek te verkrijgen als zij nodig achten, waardoor een weloverwogen beslissing gemaakt kan worden over deelneming aan het onderzoek. Alle respondenten hebben het recht om deelneming aan het onderzoek, op ieder moment in het onderzoek, te weigeren. Het derde ethische element waarmee in dit onderzoek rekening gehouden wordt, is de mate waarin inbreuk op privacy gedoogd wordt. Deelnemers aan het onderzoek hebben het recht om zelf te bepalen wat voor een informatie zij prijsgeven. Eventuele vragen over seksuele activiteit aan de jongeren kunnen gevoelig liggen. Elke deelnemer heeft dan ook het recht om te weigeren antwoord te geven op een vraag. Het laatste ethische element is misleiding. De aard en het doel van dit onderzoek zal open en eerlijk naar de respondenten gecommuniceerd worden, waardoor er geen misleiding plaats zal vinden (Bryman, 2008).

Eén van de twee respondentengroepen van dit onderzoek zijn jongeren tussen de 12 en 16 jaar. Voor deze deelgroep wordt een aangescherpte ethische verantwoording afgelegd. De jongeren zijn minderjarig en daarom wordt er aan zowel de jongeren zelf als aan hun ouders toestemming gevraagd voor deelneming. Naast toestemming van ouders, zijn er meerdere eisen waar het onderzoek aan moet voldoen. In dit onderzoek worden de richtlijnen gebruikt van ESOMAR, de “European Society for Opinion and Market Research”. Het interview dient in een veilige omgeving af te worden genomen, zoals een school, een sportvereniging of thuis bij de respondent. Alle interviews zijn afgenomen thuis bij de respondenten.

Daarnaast moet een kind onder de 14 jaar vergezeld worden door minimaal één volwassen persoon, bijvoorbeeld één van de ouders. De persoon die het kind vergezelt, dient voorafgaand aan het interview voldoende informatie te hebben ontvangen over het onderzoek. Aan de hand van een flyer die voorafgaand

aan het interview aan de ouder(s) overhandigd werd, kregen de ouders informatie over het onderzoek. Op de flyer was mijn e-mail adres weergegeven, zodat de ouders ook na het interview nog contact op konden nemen. Op basis van de informatie in de flyer kon de begeleider van het kind vervolgens een afweging maken om al dan niet toestemming te geven om het interview af te nemen (ESOMAR, 2009). Alle ouders waren op het moment dat het interview werd afgenomen thuis en daarbij bevonden de meeste ouders zich in dezelfde ruimte.

Het onderwerp grooming kan erg beladen zijn, waardoor een juiste overweging gemaakt dient te worden over de vraagstelling in het interview. Voor aanvang van het interview kregen de respondenten en ouders/begeleiders informatie over het onderzoek door middel van de flyer, zodat zij op de hoogte zijn van het doel van het onderzoek. Alle respondenten nemen anoniem deel aan het onderzoek en hebben het recht om op ieder moment in het onderzoek hun deelneming terug te trekken. Informatie verkregen uit de interviews wordt vertrouwelijk behandeld en na de interviews zal overwogen worden of het gepast en noodzakelijk is om bepaalde gevoelige informatie op te nemen in het onderzoek (Bryman, 2008).

De eerder beschreven factoren die een positief effect hebben slachtofferschap bij grooming zullen niet allemaal aan bod komen in de interviews, aangezien dit niet ethisch verantwoord is. Het is bijvoorbeeld niet verantwoord, en voor dit onderzoek ook niet van belang, om kinderen tussen de 12 en 16 jaar te vragen naar ervaring met fysiek of seksueel misbruik. Deswege zullen niet alle factoren die een positief effect hebben op grooming meegenomen worden in dit onderzoek.

5. Resultaten

5.1 Onderzoeksproces

Er zijn in totaal 12 kwalitatieve interviews afgenomen bij jongeren tussen de 12 en 16 jaar, waarvan 4 jongens en 8 meisjes. Er is eerst een proef interview afgenomen bij een familielid om de interviewgide die vooraf opgesteld was te testen. Hier bleken geen grote gebreken in te zitten, dus er zijn geen aanpassingen in de gide gemaakt. De interviewgide is voor alle interviews de leidraad geweest, waarbij topics opgesteld waren die naar voren moesten komen in het interview. Wanneer een respondent niet zelf deze topic besprak, dan werd er een gerichte vraag naar dit topic gesteld. Eén van de vragen in het interview was: "Kun je vertellen waar je jouw meest gebruikte netwerksite allemaal voor gebruikt?" Hierbij was één van de topics: kwantiteit uploads. Dit bleek een topic te zijn waar veel respondenten niet uit zichzelf mee kwamen, waardoor hier specifiek naar gevraagd moest worden.

Voorafgaand aan het interview werd er allereerst mondeling toestemming aan de jongere gevraagd om hem of haar te interviewen. Als de jongere met het interview instemde dan kreeg hij of zij een flyer mee om deze aan zijn of haar ouders te geven. Op deze flyer werd beknopt toegelicht wat het doel van het

onderzoek is en door middel van een handtekening op de flyer konden de ouders toestemming geven om het interview af te nemen. De interviews duurden gemiddeld 12 minuten, waarbij het langste interview 16.32 minuten en het kortste interview 7.21 minuten duurde. De sfeer gedurende de interviews was over het algemeen ontspannen, voornamelijk doordat het meer lopende gesprekken waren en geen interviews waarbij enkel vragen werden gesteld en antwoorden gegeven.

Naast de interviews zijn documenten van de politie geanalyseerd die betrekking hebben op de aanpak van grooming. Om een beter beeld te krijgen van de werkwijze van de politie ten aanzien van dit fenomeen heb ik eerst een seminar bijgewoond. Dit seminar heette “Jongeren Online” en ging voornamelijk over de prominente manier waarop sociale media deel uitmaakt van het leven van jongeren en de manier waarop de politie hiermee om zou moeten gaan. De aanwezigheid bij dit seminar heeft nuttige contacten opgeleverd die gedurende het onderzoeksproces nog benaderd zijn. Na het seminar hebben meerdere gesprekken plaatsgevonden met onder andere de plaatsvervangend chef van de zedenpolitie en een internetrechercheur met als specialisatie kinderporno. Deze gesprekken zijn van groot belang geweest om een volledig inzicht te krijgen van de werkwijze van de politie ten aanzien van grooming. Deze inzichten zouden niet mogelijk zijn geweest te verkrijgen door enkel een analyse uit te voeren op beleidsstukken.

5.2 Interviews jongeren

De bevindingen van de kwalitatieve interviews met jongeren tussen de 12 en 16 jaar zullen aan de hand van de deelvragen gepresenteerd worden. Alvorens de deelvragen worden behandeld zal er achtergrond informatie gegeven worden over de respondenten. Om de anonimiteit van de respondenten te waarborgen, worden de respondenten weergegeven door middel van een cijfer. De meeste respondenten wonen in de randstad van Amsterdam, namelijk in Aalsmeer, Uithoorn en Amstelveen. Over het algemeen komen de respondenten uit een goed sociaal milieu en veel respondenten hockeyen. Alle respondenten zitten op het voortgezet onderwijs en de meeste respondenten doen HAVO. Daarnaast geven veel respondenten aan dat ze een goede band hebben met hun ouders en dat ze alles tegen hun ouders kunnen vertellen. Een veel voorkomende reactie op de vraag of ze een goede band hebben met hun ouders, was zoals het antwoord van respondent 1: *‘Ik ben niet bang om iets te zeggen ofzo, niet dat ik me schaam om iets te vertellen of dat ik dingen geheim houd voor ze.’*

Alle respondenten hebben thuis toegang tot het internet en een mobiele telefoon met internet. Sommige respondenten hebben een eigen laptop of computer met internet op hun slaapkamer. De mobiele telefoon wordt voornamelijk gebruikt om contacten te onderhouden met de buitenwereld door middel van sociale media. De respondenten gebruiken hun laptop namelijk voornamelijk voor praktische zaken, zoals huiswerk. Respondent 3 over het gebruik van de laptop: *‘Op de laptop doe ik op internet vaak gewoon YouTube dingen en zoek ik dingen op voor school. Het zijn voornamelijk schoolingen die ik kijk.’*

Sociale media is erg populair onder de respondenten, alle respondenten hebben namelijk meer dan één sociale media platform waar ze gebruik van maken. Het meest gebruikte platform is Whatsapp en het meest gebruikte account is Instagram. Respondent 2 over de mate waarin zij gebruik maakt van Instagram: *'Ik zit denk ik elke dag wel eens een keer op Instagram. Gewoon even checken enzo, wat andere mensen hebben gepost.'* De meeste respondenten geven aan dat ze zelf ongeveer één keer per week een foto op hun Instagram posten. Naast Whatsapp en Instagram maken veel respondenten gebruik van Snapchat op hun mobiele telefoon. In tabel 3 worden de verschillende platforms waar jongeren gebruik van maken nader toegelicht.

Tabel 3: Uitleg van verschillende sociale media platforms waarvan de respondenten gebruik maken

<p>Whatsapp</p> 	<p>Applicatie op een Smartphone om berichten en foto's uit te wisselen.</p>
<p>Facebook</p> 	<p>Door middel van het delen van foto's en berichten vrienden en kennissen op de hoogte houden van gebeurtenissen.</p>
<p>Instagram</p> 	<p>Applicatie op een Smartphone om foto's te bewerken en de te delen met volgers.</p>
<p>Snapchat</p> 	<p>Applicatie op een Smartphone om foto's te versturen die na het aantal ingestelde seconden weer verdwijnen.</p>
<p>Skype</p> 	<p>Platform waarmee gratis contact onderhouden kan worden door middel van video-oproepen en het versturen van berichten.</p>

5.2.1 Gebruikerservaring

Aan de hand van de kwalitatieve interviews is onderzocht in hoeverre jongeren tussen de 12 en 16 jaar de zeven aspecten van gebruikerservaring die opgesteld zijn door Kietzmann (2011) weergegeven op sociale media. Door deze aspecten te analyseren kunnen onder andere factoren aangeduid worden die de kans op

slachtofferschap bij grooming vergroten. Deze koppeling zal later in de conclusie gemaakt worden door de gebruikerservaring van de jongeren te analyseren, waarbij gekeken wordt naar aspecten van deze gebruikerservaring die uit onderzoek naar voren zijn gekomen als risicovol.

Om de risicovolle aspecten van de gebruikerservaringen van jongeren te achterhalen, is het van belang om de jongeren eerst naar hun gebruikerservaring van sociale media te vragen. Dit nam het grootste gedeelte van het interview in beslag, aangezien gebruikerservaring een veelomvattend begrip is. Hierdoor was het mogelijk om de interviews goed op te bouwen, waardoor veel relevante achtergrond informatie vergaard kon worden. De meeste jongeren die geïnterviewd zijn, maakten voornamelijk gebruik van Whatsapp, Instagram en Snapchat. De gebruikerservaring verschilt per platform, aangezien Instagram het enige platform is waarbij het hebben van een openbaar account mogelijk is.

Op Instagram is het mogelijk om een korte biografie aan je account toe te voegen. Hier kunnen gebruikers informatie over zichzelf weergeven. Over het algemeen worden hier steekwoorden neergezet, zoals hockey, dancer, soccer, 14yrs (14 jaar), dj, Myra, HWC. Dit zijn dus voornamelijk de hobby's, sportvereniging, school, leeftijd en namen van vrienden van de accountbeheerder. Respondent 4 over zijn biografie van Instagram: *'Ik heb alleen m'n school, dat ik hockey en ... en ..., dat zijn m'n beste vriendinnen, heb ik erin staan.'* De meeste respondenten vinden de tekst in de biografie niet belangrijk en er wordt geen persoonlijke informatie in de biografie gezet die te veel prijsgeeft over de respondent.

Gebruikers van Instagram kunnen hun account privé maken, waardoor het voor andere gebruikers niet mogelijk is om het account van deze gebruiker te bekijken. Door middel van het versturen van een volgverzoek kan er toegang worden verkregen tot de inhoud van het account. Dit volgverzoek komt binnen bij de accountbeheerder en deze kan het verzoek vervolgens accepteren of weigeren. Echter is bepaalde informatie altijd zichtbaar, zowel bij een openbaar als bij een privé account, namelijk de biografie, de profielfoto, het aantal volgers en het aantal Instagramgebruikers dat de accountbeheerder volgt. De meeste respondenten hebben een privé account en hebben hierdoor zicht op andere gebruikers die hen willen volgen. De reden dat die de respondenten geven waarom ze hun Instagram account privé hebben gemaakt is om negatieve reacties op hun foto's te voorkomen. Respondent 6 hierover: *'Nou ik ben niet echt bang dat iets met m'n foto's gedaan wordt, maar ik wil niet dat ze er stom op gaan reageren of dat soort dingen.'* Over het algemeen accepteren de respondenten alleen een volgverzoek als ze de persoon kennen.

Respondent 1 over volgverzoeken op Instagram: *'Mijn profiel is privé zeg maar, dus ik moet hun accepteren als mensen mij willen volgen. En ik laat eigenlijk alleen mensen mij volgen die ik ken, waarvan ik in ieder geval weet wie het is. Waar ik niet per se elke dag contact mee heb, maar wel waarvan ik weet wie het zijn'*

Respondenten plaatsen voornamelijk foto's van henzelf met vrienden en vriendinnen, van hun huisdieren, van vakanties en van sport op hun Instagram. Respondent 3 zei het volgende over de foto's die ze op haar Instagram account plaatst:

'Nou ik heb echt heel weinig selfies en meestal gewoon foto's met vriendinnen. En ja, gebeurtenissen zoals ik was een keer met m'n zusje op vakantie geweest, een foto waar we zijn geweest. Of gewoon als je iets doet, of iets leuks, belangrijks dan je hebt gedaan. Dan heb je een foto daarvan en dan post je die.'

Het is mogelijk om bij de foto die geplaatst wordt de locatie weer te geven op Instagram. De meeste respondenten zetten hun locatie echter niet bij hun foto. De meest genoemde reden voor het niet inchecken bij een locatie is dat er niet aan gedacht wordt dat het mogelijk is om dit te doen.

Er is verschil tussen de contacten die de respondenten hebben via Instagram, Whatsapp en Snapchat. Op Snapchat en Whatsapp hebben de respondenten alleen contact met mensen die zij daadwerkelijk kennen, voor Instagram is dit niet het geval. Via Whatsapp en Snapchat is er direct contact tussen personen en op Instagram is dit niet het geval, aangezien gebruikers foto's van elkaar kunnen bekijken en hierop kunnen reageren.

Respondent 3 over de contacten via Instagram, Whatsapp en Snapchat: *'Nou met Whatsapp zijn het gewoon vriendinnen en m'n ouders. Met Snapchat zijn het ook wel gewoon kinderen die ik ken enzo. En met Instagram, ja, dan komen, het zijn wel ook een paar vrienden, nee niet echt vrienden, maar kinderen die ik niet echt ken, maar dan zitten ze in de eerste ofzo bij ons op school en dan denken ze van o ik ken jou, dus dan gaan ze je volgen.'*

Respondent 4 over de contacten via Instagram, Whatsapp en Snapchat: *'Nouja, de meeste kinderen ken ik nu alleen maar via Instagram eigenlijk. Als je nieuwe vrienden maakt dan doe je dat eigenlijk meestal daar via eigenlijk. En ja, via Whatsapp praat ik eigenlijk alleen maar met mensen die ik wel echt ken en via Snapchat ook.'*

De motivatie voor het gebruik van sociale media van de respondenten verschilt niet veel. De voornaamste redenen die genoemd werden, was ten eerste dat al hun vrienden Whatsapp, Instagram en Snapchat hebben. Daarnaast vinden ze het leuk om reacties van vrienden op geplaatste foto's op hun Instagram te krijgen. Tot slot gaven meerdere respondenten aan dat het makkelijk is om via sociale media contact te onderhouden met anderen. Respondent 1 zegt het volgende over haar motivatie om Instagram te

gebruiken: *‘omdat ik het wel grappig vindt dat je gewoon kan zien waar anderen mee bezig zijn. Maar ja, iedereen, heel veel mensen hebben het. Of er sprake is van peerpressure is moeilijk te zeggen, aangezien de respondenten aangeven dat het niet zo is dat ze er niet meer bij zouden horen als ze geen Instagram meer zouden hebben.*

5.2.2 Problematische situaties

Om het bewustzijn van de jongeren te analyseren is er gevraagd naar hun beleving van online problematische situaties, hoe deze situaties voorkomen kunnen worden en vervolgens of de respondent van mening is dat hij of zij zelf invloed heeft op zulke situaties. Door middel van open vragen over eventuele nadelen en gevaren van sociale media is getracht inzicht te krijgen in de beleving van de jongeren van online problematische situaties. Op basis van deze resultaten kan geanalyseerd worden in hoeverre jongeren zich bewust zijn van het feit dat zij zichzelf kwetsbaar maken voor online problematische situaties op sociale media. Om uiteindelijk een conclusie te kunnen trekken uit de interviews over de mate waarin jongeren zich bewust zijn dat zij zichzelf kwetsbaar maken, is het vooral van belang om goed tussen de regels door te lezen, aangezien deze informatie niet letterlijk gedurende de interviews gezegd wordt.

Elke respondent kon een nadelige situatie benoemen die zich voor kan doen op sociale media. Enkele respondenten gaven als voorbeeld dat het lastig kan zijn om via Whatsapp te communiceren, doordat een bericht anders over kan komen op de ontvanger dan hoe de zender het bericht bedoeld had. Respondent 2 over contact via Whatsapp: *‘Soms op Whatsapp als je iets stuurt dan kan het soms wel heel anders overkomen. Dat heb ik wel eens gehad, dat ik gewoon iets zei en dan was het zo van nou o, bedoel je het zo ofzo?’* Een andere respondent legde het nog wat verder uit.

Respondent 1 over het nadeel van contact hebben via Whatsapp: *‘Stel je hebt een ruzie ofzo, of het kan ook gewoon als je gewoon aan het praten bent. Dan weet je zeg maar nooit hoe diegene het bedoelt. Bijvoorbeeld, want ik had een keer gehoord dat 95% van hoe je iets overbrengt, ligt niet aan hoe je het zegt, dus daar heb je eigenlijk heel erg weinig aan.’*

Een andere nadelige situatie die zich voor kan doen op sociale media is volgens de respondenten het feit dat foto's erg gemakkelijk online gezet kunnen worden. Het plaatsen van een foto op een sociale media account kan nadelig zijn wanneer iemand zich niet prettig voelt bij de foto die geplaatst is. Zo een situatie ontstaat voornamelijk als iemand een foto van een ander online zet. Deze foto kan zich snel verspreiden, doordat iedereen de foto op kan slaan. Respondent 2 over het plaatsen van foto's op sociale media: *‘Er kunnen soms misschien door anderen dingen gepost worden die niet leuk zijn of zoiets. Soms misschien vriendinnen, die posten wat zoals foto's dat de één er niet leuk op staat ofzo en dan krijgen ze ruzie.’*

Respondent 4 over nadelen van sociale media: *'Als je echt een foto plaatst die eigenlijk echt heel erg is, lelijk ofzo en iedereen kan er een screenshot van maken, dus dan hebben ze die. Mensen kunnen je gewoon uitschelden en ja dat zie je ook best vaak, dat mensen uitgescholden worden op hun foto's enzo. Dat is best wel een nadeel, want in het echt durven ze dat niet denk ik. Want heel veel mensen die doen wel stoer op het internet, maar die durven in het echt helemaal niks.'*

Er wordt volgens de respondenten ook gepest via sociale media. Dit wordt als een groot nadeel aangemerkt. Eén respondent vertelde bijvoorbeeld dat jongens uit haar klas foto's maakten van klasgenoten en deze doorstuurden. Deze situatie werd door de respondent als vervelend ervaren en zij vond het dan ook een groot nadeel dat sociale media het mogelijk maakt om zulke foto's zo snel te verspreiden. De meeste respondenten waren echter van mening dat er niet veel nadelen zijn aan sociale media, vooral niet voor henzelf.

Respondent 11 over nadelen aan sociale media: *'nou voor sommige kinderen kan het wel nadelen hebben, voor sommige kinderen niet denk ik. Het ligt eraan of er veel kinderen zijn die je niet mogen en die dan vervelende dingen gaan reageren. Maar ik heb er zelf niet echt last van.'*

Enkele respondenten brachten een nadelige situatie naar voren die in feite ook een gevaarlijke situatie is. Zo beschreef respondent 3 een situatie over een leeftijdsgenoot waarvan naaktfoto's rond gaan, hierover zei ze: *'Want dat hoor je wel wel vaker op onze school dat er zo een rel is dat iemand naaktfoto's heeft doorgestuurd aan een ander.'* Deze respondent gaf wel direct aan dat zij zelf nooit zo een foto zou maken en doorsturen, omdat ze zich bewust is van de gevolgen doordat ze hier met haar ouders over praat. De meeste respondenten gaven aan dat ze met hun ouders praten over nadelige situaties op sociale media.

Respondent 3 over de rol van haar ouders bij een online problematische situatie: *'Maar dat doe ik niet en ja dat willen m'n moeder en vader ook gewoon voorkomen. En dat zeggen ze ook wel vaker als ik zoiets zeg van ja iemand heeft weer zoiets doms doorgestuurd enzo. Dan zeggen ze wel dat jij het echt niet moet doen en dat ben ik ook echt niet van plan.'*

Gevaarlijke situaties vonden de respondenten over het algemeen lastiger te benoemen. Eén van de situaties die meerdere respondenten indiceerden als gevaarlijk, is het weergeven van de locatie bij het plaatsen van een foto op Instagram. Dit was ook de reden waarom de meerderheid van de respondenten niet hun locatie weergaven bij hun geplaatste foto's. Respondent 1 zegt het volgende hierover: *'Als je zegt van ik ga nu op vakantie en als je dan ook kan zien waar diegene woont, dus waar de meeste foto's zijn gepost en dan kan je*

dus zeg maar gewoon inbreken in dat huis bijvoorbeeld omdat je weet dat ze op vakantie zijn.’ Meerdere respondenten gaven aan dat hun ouders ze behoedden voor gevaarlijke situaties, voornamelijk situaties die te maken hebben met vreemden. Maar uit hun reacties bleek veelal dat de jongeren zelf deze situatie niet als gevaarlijk achten, respondent 2: *‘Ja ik weet niet, m’n ouders zeggen altijd dat ik moet oppassen voor dat soort dingen, maar ik heb zelf het idee dat het niet echt gaat gebeuren, ja dat het niet zo heel gevaarlijk is.’*

Veel respondenten denken dat sociale media voor henzelf niet gevaarlijk is, maar dat het wel gevaarlijk kan zijn voor anderen, zoals respondent 2: *‘Ik denk dat het wel gevaarlijk kan zijn voor andere mensen. Bijvoorbeeld, ik weet niet, gewoon dat ze rare foto’s willen ofzo, ik heb dat nog nooit gehad ofzo.’* Voornamelijk als je niet te veel over jezelf op sociale media weergeeft dan is sociale media niet gevaarlijk volgens de respondenten.

Respondent 4 over of sociale media gevaarlijk kan zijn: *‘Nou ik weet niet. Voor kinderen denk ik niet. Nouja, er ontstaan wel heel vaak ruzies die uiteindelijk wel in het echt nog erger kunnen worden, zoals dat er iemand in elkaar geslagen wordt ofzo op school. Ik zie dat wel af en toe, maar heel erg gevaarlijk denk ik niet.’*

Enkele respondenten konden wel duidelijk een gevaarlijke situatie omschrijven.

Respondent 1 over een gevaarlijke online situatie: *‘Je kan je heel makkelijk voordoen als iemand anders, dus bijvoorbeeld een man van 47, ik zeg maar zo wat, kan zich heel makkelijk voordoen als een meisje van 13 en dan kan je daar in heel makkelijk zeg maar contact zoeken met diegene. Als die man vage en slechte bedoelingen daarmee heeft, dan zou dat beste eens gevaarlijk kunnen zijn. Als die bijvoorbeeld zomaar een keer met je af wil gaan spreken ofzo, terwijl je denkt dat het dan een vriendin is, dan kan dat fout aflopen.’*

Het programma Catfish dat op MTV wordt uitgezonden werd door meerdere respondenten genoemd. Dit is een programma over koppels die elkaar via het internet ontmoet hebben. Deze mensen hebben elkaar nog nooit in het echte leven ontmoet en dit programma onthult de ware identiteit van deze mensen. Door dit programma zijn veel respondenten zich bewust van het feit dat iemand zich anders voor kan doen op het internet dan dat diegene in werkelijkheid is.

Respondent 9 zegt het volgende over het programma Catfish: *‘Ja, veel mensen doen zich voor als iemand anders. En daar kijk ik ook heel vaak een programma van, dat heet Catfish. En je weet niet*

wie er achter de telefoon zit en wie het allemaal doen. Dus dat is wel een groot probleem van sociale media.'

Door programma's als Catfish krijgen jongeren als het ware voorlichting over bepaalde gevaren van sociale media, zoals misleiding. Hierdoor handelen jongeren ook anders op sociale media, zoals het privé maken van hun Instagram account.

5.2.3 Bekendheid en risico's grooming

Tot slot is er door middel van het vragen naar nadelen en gevaren geprobeerd te achterhalen in hoeverre jongeren bekend zijn met het fenomeen grooming en op de hoogte zijn van de risico's van dit fenomeen. Wanneer een jongere zowel bij de nadelen als bij de gevaren niet zelf het gevaar en de risico's van grooming opperde, dan werd hier uiteindelijk naar gevraagd. Allereerst is gevraagd in hoeverre de respondent bekend is met het fenomeen grooming en vervolgens is gevraagd wat volgens de respondent de gevaren zijn van dit fenomeen.

Het woord 'grooming' kenden nagenoeg alle respondenten niet, waardoor weinig jongeren dit fenomeen aandroegen als gevaar van sociale media, wat zich uit in beperkte data uitkomst. Na een korte uitleg van dit fenomeen begon er bij de meeste respondenten wel wat te dagen. Respondent 4 gaf de volgende reactie na de uitleg: *'Oh ja, dat heb ik wel op het nieuws enzo gezien, dat wel vaak, dat er mensen ja de webcam doen ze dan toch ook? Ja, niet in het echt dat ik het gehoord heb, alleen op het nieuws gehoord.'* De respondenten hadden er over het algemeen wel eens van gehoord, veelal via het nieuws of van verhalen in tijdschriften, zoals respondent 3: *'Ja dat lees ik vaak, gewoon in verhalen of tijdschriften. Dan heb je weer zo een meisje van dat dan inderdaad gestalkt is en dat ze dan ...'*

Sommige jongeren hebben voorlichting op school gehad over de gevaren van sociale media en dan onder andere over grooming. Maar deze respondenten zijn allemaal van mening dat hen een dergelijke situatie niet zal overkomen. De mannelijke respondenten waren van mening dat grooming alleen een gevaar is voor meisjes. Respondent 7 gaf hier de volgende verklaring voor: *'nou meisjes doen veel meer op sociale media, dus die zetten veel meer foto's online.'*

Grooming wordt door de respondenten veelal beschreven als een gevaar waar iemand 'intrapt'. Enkele voorbeelden van reacties op de vraag of grooming een gevaar is op sociale media:

Respondent 2: *'Nou ja, dat vragen ze mij niet echt, maar ik denk dat het wel gevaarlijk kan zijn voor andere mensen, bijvoorbeeld als je een rare foto terug zou sturen als iemand dat vraag.'*

Respondent 6: *'Nou ik denk niet dat ik er heel snel in zou trappen als iemand zich anders voordoet.'*

Respondent 10: *'Ik kijk ook heel veel naar Catfish enzo en dan kijk ik naar de dingen van, als iemand dat bij mij doet dan weet ik zeg maar dat het eens soort van nep is.'*

Echter had één respondent een situatie meegemaakt die bestempeld kan worden als ‘beginnende grooming’. Deze situatie deed zich voor in een chatroom, waar de anonimiteit van gebruikers in eerste instantie gewaarborgd wordt. Respondent 5 legde de situatie als volgt uit:

‘Ja, vroeger weet je wel, dat je voor de grap naar een chatroom ging ofzo. Alleen nadat ik één keer een pedo voor me had, voor ons hadden. Het was echt zo van, ja en hoe oud zijn jullie? Want wij hadden een teddybeer voor de grap voor het beeldscherm gedaan. En hij echt zo van, ja jullie lopen grappig te doen, maar hoe oud zijn jullie, hij wilde alles van ons weten. Dus wij echt zo van, ja doe pedo. Dus sindsdien doe ik het echt niet meer.’

De respondenten hadden over het algemeen dezelfde oplossing om nadelige en gevaarlijke online situaties te mijden, namelijk hun account privé maken en nooit afspreken met mensen die ze online ontmoet hebben.

5.3 Beleidsanalyse

5.3.1 Beleid op papier

In het voorjaar van 2013 is er een beleidsadvies “Politiële Jeugdtaak 2.0” aangenomen door de landelijke referentengroep Jeugd. Dit advies vormt de basis waarop de online jeugdtaak binnen de Nationale Politie vormgegeven moet worden. Het beleid van de politieke jeugdtaak in de Nationale Politie moet dus nog verder vormgegeven en ontwikkeld worden. Het beleid heeft hierdoor tot op heden geen plek binnen de politieorganisatie (Tillie, 2014). Grooming is een onderdeel van het beleid dat momenteel vormgegeven en ontwikkeld wordt en wordt in het plan van aanpak specifiek besproken. In het beleidsadviesstuk staat geschreven dat de politie actief beleid voert op het uitvoeren van de jeugdtaak in het online domein. Deze taak houdt preventie, signaleren en adviseren, en repressie in. De doelen van dit beleid zijn ten eerste het reduceren van online slachtofferschap. Ten tweede wil de politie de pakkans van online daderschap verhogen met dit beleid. Daarnaast moet de online aanwezigheid en aanspreekbaarheid van de politie verhoogd worden. Online risico’s en onderliggende mechanismen moeten beter begrepen worden en tot slot is een doel van het beleid dat er slimmer geanticipeerd gaat worden op ontwikkelingen in het online domein.

Om deze doelen te bereiken wil de politie intensief contact onderhouden met jongeren, zodat er vroegtijdig gesignaleerd kan worden wat er speelt, wat duidt op een preventieve aanpak. Om aan te sluiten bij de manier waarop jongeren communiceren is de website www.vraaghetdepolitie.nl opgericht. Deze website moet de drempel voor jongeren verlagen om naar de politie te gaan. Daarnaast kan aan de hand van deze website snel en effectief informatie beschikbaar worden gesteld voor jongeren, waardoor de website ook een online platform is. Om de pakkans van online daderschap te verhogen zal de politie proactief

signalen, adviseren en interveniëren in het online domein. Hiervoor zal beleid ontwikkeld worden op online handhaving en opsporing.

Een andere methode om de doelen van het beleid te bewerkstelligen is de huidige kennis van de digitale jeugdcultuur en de uitvoering van de politieke jeugdtaak in het online domein integreren in het onderwijs. Een voorbeeld van een integratie is de film 'Nienke' die getoond wordt op scholen in Amsterdam. De huidige kennis van de digitale jeugdcultuur die de politie heeft wordt ook door wijkagenten gebruikt. Zij gebruiken namelijk Twitter om contacten te onderhouden met de jeugd in hun wijk. Doel van het beleid is om deze vorm van communicatie op te nemen in de opleidingen en trainingen van doelgroepen die te maken hebben met jongeren. Tot slot zullen er handvatten ontwikkeld worden voor een tactiek om online signalen direct te vertalen naar een offline kader.

De politie zal zich verbinden met onder andere het landelijk project Social Media, met interne en externe experts, met het Integraal Mediabeleid en Communicatie, en met De Politieacademie om actieve kennisdeling te bevorderen. In het beleid staat dat vooral het gedrag van de jongeren, zowel online als offline, centraal staat en niet de sociale media waar zij gebruik van maken. Het online gedrag van de jongeren relateert namelijk aan slachtoffer- en daderschap.

5.3.2 Beleid in de praktijk

Eén van de onderwerpen waar de overheid zich momenteel mee bezighoudt is de vorming van de Nationale Politie. Hierbij wil de overheid de bureaucratie van de politieorganisatie terugdringen, aangezien de organisatie in een te hoge mate gebonden is aan onnodige regels, formulieren, werkprocessen en procedures (bron: <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/politie/minder-regels-meer-op-straat>). Echter blijken deze regels, formulieren, processen en procedures lastig te achterhalen als het gaat om het fenomeen grooming. Zowel capaciteitsmanager van de zedenpolitie, als een internetrechercheur hebben dit bevestigd. Beiden waren van mening dat er geen duidelijk beleid uitgevoerd wordt in de praktijk ten behoeve van de aanpak van grooming.

De internetrechercheur die ik heb gesproken heeft als specialisatie Kinderporno en heeft kunnen uitleggen wat de reden is van het ontbreken van specifiek beleid op de werkvloer. Grooming kan gezien worden als een tussenfase, namelijk de fase tussen het ontstaan van contact tussen een minderjarige en een volwassene, en het ontstaan van kinderporno. Hierdoor wordt grooming beschouwd als voorbereidingsfase op kinderporno. Kinderporno is zowel afbeeldingen als video's waarin seksueel misbruik is vastgelegd van een minderjarige. In principe alles dat te maken heeft met kinderporno, van het bekijken tot het doorvoeren en vervaardigen is strafbaar in Nederland (bron: <http://www.politie.nl/onderwerpen/kinderporno.html#wat-is-kinderporno>).

Echter bestaat er een wezenlijk verschil tussen grooming en kinderporno, voornamelijk in het motief van de dader. Achter kinderporno zit vaak een grote industrie, waardoor daders niet in contact hoeven te

komen met slachtoffers. Criminelen maken gebruik van online afgeschermden netwerken waarop grote hoeveelheden kinderporno aangeboden wordt. Grooming daarentegen is één op één contact tussen een volwassene en een minderjarige, waarbij het slachtoffer over het algemeen via een chatbox wordt benaderd. Het slachtoffer wordt vervolgens gechanteerd, misleid en/of gemanipuleerd om over zijn of haar seksuele grenzen heen te gaan (bron: <http://www.politie.nl/onderwerpen/kinderporno.html#hoe-pakt-de-nederlandse-overheid-de-bestrijding-van-kinderporno-aan>). Hierbij gaat het om macht over een minderjarige krijgen, het spel van verleiden en het opbouwen van een afhankelijkheidsrelatie. Het proces van groomen kan maanden duren en de dader is vaak erg geduldig om bedachtzaam zijn slachtoffer steeds een stapje verder te brengen tot seksuele handelingen.

Grooming, net als kinderporno, is een strafbaar feit, ook als er nooit een werkelijke ontmoeting heeft plaatsgevonden tussen de dader en het slachtoffer. Grooming heeft echter een lage bewijslast, aangezien het veelal gaat om vluchtige beelden of conversaties die op verschillende manieren geïnterpreteerd kunnen worden. Wanneer de dader voorstelt om bijvoorbeeld voor een café af te spreken, dan kan er niet bewezen worden wat het doel van deze afspraak was. Groomers zijn namelijk over het algemeen slim genoeg om het doel van de afspraak anders te doen voorkomen dan het seksueel misbruiken van het slachtoffer. Door het manipulatieve gedrag van een groomer doet het daarnaast lijken dat het slachtoffer zelf initiatieven toont. Het is dus erg complex om de handelingen en intenties van de dader strafrechtelijk te kunnen vervolgen op basis van het strafbare feit grooming.

Aangezien een zaak slechts één keer voorgedragen mag worden, is het van belang dat er zo veel mogelijk bewijs tegen een verdachte aangeleverd wordt voor justitie. Om een verdachte te vervolgen voor enkel het strafbare feit grooming is het verzamelen van bewijslast te complex, tijdrovend en levert het naar verhouding tot bijvoorbeeld kinderporno een zeer lage strafmaat op. Kinderporno kan namelijk fysiek bewezen worden, doordat afbeeldingen en/of video's van kinderporno op de computer van de verdachte staan. Hierdoor zijn de leeftijden van de slachtoffers ook redelijk inschatbaar, terwijl dit bij grooming vaak lastig is doordat er niet per definitie foto's en/of video's zijn van het slachtoffer, waardoor het niet zeker is dat het om een minderjarige gaat. Daarbij heeft een groomer vaak een heel netwerk van slachtoffers en gedurende een strafrechtelijk onderzoek blijkt het erg lastig en tijdrovend om slachtoffers te identificeren en om hen tot een verklaring te bewegen.

Er zijn meerdere organisaties die zich inzetten ter preventie en bestrijding van dit fenomeen, waarmee de politie in de praktijk samenwerkt. De Rijksoverheid heeft prioriteit gegeven aan de preventie en bestrijding van grooming, waarna op 22 mei 2008 is een conferentie genaamd 'Online Grooming' gehouden. In deze conferentie is te kennen gegeven dat er actief beleid gevoerd wordt ter voorkoming en bestrijding van seksueel misbruik en uitbuiting van kinderen. Hierbij is vermeld dat ook voor het Openbaar Ministerie en de politie bestrijding van seksueel misbruik en uitbuiting van kinderen prioriteit heeft (bron:

<http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/toespraken/2008/05/22/conferentie-online-grooming.html>).

Meldpunt Kinderporno op Internet is een particuliere stichting die naast de politie de enige organisatie is die zich bezighoudt met de bestrijding van afbeeldingen van seksueel kindermisbruik op en via het internet. De stichting wordt gesteund door het Ministerie van Veiligheid en Justitie, de Europese Commissie en door ondernemingen uit de ICT sector. Naast de bestrijding van seksuele afbeelding van kinderen op het internet, houdt de stichting zich ook bezig met de preventie van seksueel kindermisbruik via internet (bron: https://www.meldpunt-kinderporno.nl/over_ons.htm).

Qpido is een seksspecifiek expertisecentrum dat nauw samenwerkt met de Amsterdamse politie. Het expertisecentrum heeft in samenwerking met de politie en de GGD een film ontwikkeld genaamd 'Nienke'. Deze film wordt getoond aan jongeren, docenten en ouders om de fenomenen grooming en sexting bekend te maken. De film is onderdeel van een lesprogramma dat wordt verzorgd door Qpido en de gesproken Internetrechercheur. Zowel jongeren, als ouders en docenten worden ingelicht over het gevaar van sexting en grooming, met als doel de (seksuele) weerbaarheid van jongeren ten aanzien van de risico's van sociale media te vergroten (bron: <http://www.shg-amsterdam.nl/help-mijn-blootfoto-staat-online-wat-moet-ik-doen>).

Tot slot is Helpwanted.nl een belangrijke schakel als het gaat om preventie en bestrijding van online seksueel misbruik van jongeren. Helpwanted.nl is onderdeel van Meldpunt Kinderporno op het Internet en is een website voor zowel jongeren, als ouders, docenten en opvoeders. Op de website kun je een melding plaatsen als je iets hebt gezien dat te maken heeft met online seksueel misbruik of als je zelf lastig bent gevallen. De website geeft nieuws en tips over hoe een jongere moet handelen als er bijvoorbeeld een naaktfoto van hem of haar online staat. Opvoeders kunnen advies krijgen hoe te handelen als hun kind slachtoffer is geworden van online seksueel misbruik. Daarnaast is er een online lespakket beschikbaar voor scholen (bron: <http://www.helpwanted.nl/>).

De politie schrijft op hun website dat de opkomst van het internet strafbare praktijken als grooming en het bekijken, uitwisselen en verspreiden van kinderporno vergemakkelijkt heeft. Nederland telt in totaal 10 Teams ter bestrijding van Kinderpornografie en Kindersekstoerisme (TBKK) en één landelijke Eenheid TBKK. Deze teams werken voornamelijk repressief, op de website staat namelijk het volgende : "Zij geven opvolging aan meldingen van kinderporno en draaien zaken om zowel daders als slachtoffers te identificeren en uit hun situatie te halen." (bron: <http://www.politie.nl/onderwerpen/kinderporno.html#hoe-pakt-de-nederlandse-overheid-de-bestrijding-van-kinderporno-aan>). Er wordt door deze teams dus pas ingegrepen als er een melding is gedaan van kinderporno.

Concluderend blijkt dat er in de praktijk geen beleid gevolgd wordt als leidraad voor de aanpak van grooming. Het team TBKK waar grooming ondergebracht is bij de Amsterdamse politie acteert hedendaags

repressief op meldingen van grooming. De organisaties en stichtingen waar de Amsterdamse politie mee samenwerkt hebben wel een preventieve aanpak van grooming. Qpido is een voorbeeld van een stichting waar de Amsterdamse zedenpolitie momenteel intensief mee samenwerkt om grooming onder de aandacht van jongeren te brengen en hen door middel van onderwijs op de gevaren van sociale media te wijzen.

6. Conclusie

Het doel van dit onderzoek was om te onderzoeken in hoeverre het huidige beleid van de Amsterdamse zedenpolitie aansluit bij het bewustzijn van jongeren tussen de 12 en 16 jaar van het gevaar van grooming dat schuilt in sociale media. Om deze vraag te beantwoorden, zullen de resultaten van de twee onderdelen van dit onderzoek geïntegreerd worden.

6.1 Interviews jongeren

6.1.1 Gebruikerservaring

De resultaten van het eerste deel van het onderzoek; het bewustzijn van jongeren van de gevaren van grooming op sociale media, zijn vergaard door middel van drie deelvragen. De eerste deelvraag onderzocht welke aspecten van de gebruikerservaring van jongeren van sociale media beschouwd kunnen worden als risicovol. Uit de literatuur is gebleken dat jongeren het internet gebruiken om hun identiteit op verschillende manieren vorm te geven. De manier waarop jongeren hun identiteit vorm geven op het internet is afhankelijk van hun gebruikerservaring van sociale media, aangezien jongeren voornamelijk sociale media raadplegen om hun identiteit vorm te geven. Daarom is de gebruikerservaring van jongeren van sociale media onderzocht en dit is gedaan aan de hand van de zeven functionele bouwstenen van sociale media van Kietzmann (2011) die in het theoretisch kader beschreven zijn.

Uit de kwalitatieve interviews is gebleken dat de gebruikerservaring van de verschillende respondenten van sociale media redelijk overeenkomstig is. Nagenoeg alle respondenten hebben een Instagram account, waarbij de meerderheid zijn of haar account afgeschermd heeft en in hun biografie geven de jongeren veelal hetzelfde type en dezelfde hoeveelheid informatie weer. Frankenhuis et al. (2007) stellen dat internet zowel een positief als een negatief effect kan hebben op de identiteitsvorming van jongeren. De respondenten ervaren zowel het positieve effect; het kunnen experimenteren met hun identiteit, als het negatieve effect; onzeker worden, niet bewust. Enkele respondenten gaven bij de vraag naar nadelige situaties op sociale media aan dat een bericht soms niet juist overkomt op de ontvanger van het bericht. Hierdoor vonden de respondenten communiceren via Whatsapp vaak lastig en gaven zij de voorkeur aan een face-to-face gesprek. Dit suggereert dat de jongeren in staat zijn om onderscheid te maken tussen de werkelijkheid en het internet. Deze bevinding is niet overeenkomstig met de bevindingen van

Frankenhuis et al. (2007) dat jongeren geen onderscheid kunnen maken tussen de werkelijkheid en beelden die te zien zijn op het internet.

Het eerste aspect van de gebruikerservaring die door Kietzmann (2011) wordt beschreven, die beschouwd kan worden als aanleiding voor een risicovolle situatie is identiteit. Sociale media kan volgens de respondenten gevaarlijk kan zijn als je te veel persoonlijke informatie over jezelf weergeeft. Voornamelijk de woonplaats werd door de respondenten benoemd als informatie die ze vanwege hun veiligheid niet weergeven op hun Instagram account. Het tweede aspect van de gebruikerservaring die door de respondenten beschouwd wordt als risicovol is conversaties. De respondenten beschreven dat zij geen contact hebben met vreemden via sociale media, om zo risico's te beperken.

Delen is het derde aspect dat beschouwd kan worden als risicovol voor een online problematische situatie. Afhankelijk van de inhoud van de gedeelde informatie kan dit aspect als risicovol worden beschouwd. Foto's in bikini zijn een voorbeeld van inhoud die door de respondenten werd beschouwd als risicovol. Tot slot kan het aspect relaties beschouwd worden als aanleiding voor een risicovolle situatie, aangezien degene die een Instagram account volgen toegang heeft tot de inhoud van dit account. De meeste risicovolle situaties die zich aan de hand van de bouwstenen van Kietzmann (2011) voor kunnen doen worden door de respondenten voorkomen door het Instagram account privé te maken. Hierdoor is de informatie die de jongeren weergeven op hun account afgeschermd voor vreemden. Risicovolle situaties die ontstaan door het weergeven van bepaalde aspecten van de gebruikerservaring worden hiermee vermeden.

6.1.2 Problematische situaties

Met de tweede deelvraag is onderzocht in hoeverre jongeren zich bewust zijn dat zij zichzelf kwetsbaar maken voor online problematische situaties op sociale media. Smahal en Wright (2014) hebben vijf problematische situaties beschreven die jongeren online mogelijk kunnen ervaren. In de interviews is de nadruk gelegd op de twee van deze situaties, namelijk seksueel problematische situaties en problematische situaties veroorzaakt door vreemden. De situatie waarin een naaktfoto van een minderjarige wordt doorgestuurd door leeftijdsgenoten, zoals beschreven door respondent 3, kan gezien worden als een seksueel problematische situatie. Echter is er slechts een beperkt aantal seksueel problematische situaties beschreven door de respondenten. Maar het is wel opvallend dat meerdere respondenten seksueel problematische situaties beschreven. De seksueel problematische situaties die zijn besproken gedurende de interviews betroffen niet de respondent zelf.

Online problematische situaties veroorzaakt door vreemden zijn min of meer door iedere respondent aangehaald. Echter werden deze situaties niet als problematisch beschouwd door de jongeren, maar als een situatie dat behoort tot het gebruik van sociale media. De meeste respondenten hebben een Instagram account en hebben dit afgeschermd, waardoor vreemden geen toegang hebben tot hun account. Zo voorkomen de jongeren dat vreemden verder kunnen gaan dan het proberen van contact leggen via een

volgverzoek. Het geven van een compliment of het vragen naar persoonlijke informatie door een vreemde, dat door Smahal en Wright (2014) besproken wordt als onderdeel van een online problematische situatie veroorzaakt door een vreemde, is hierdoor niet mogelijk.

Eenzijds kan gesteld worden dat de meeste respondenten zich bewust zijn van het feit dat zij zichzelf kwetsbaar maken voor online problematische situaties op sociale media. Via Whatsapp hebben de jongeren alleen contact met vrienden en familie. En ook op Snapchat worden alleen foto's gestuurd naar echte vrienden. Doordat de jongeren zich bewust zijn van het feit dat er risicovolle situaties kunnen ontstaan op sociale media, hebben de jongeren maatregelen getroffen om hun kwetsbaarheid op sociale media te minimaliseren. De belangrijkste maatregel is het afschermen van het Instagram account om zo contact met vreemden te vermijden.

Anderzijds kan gesteld worden dat jongeren hun kwetsbaarheid op sociale media onderschatten. De respondenten hebben hun Instagram account dan wel afgeschermd, maar via Snapchat en Whatsapp kunnen er ook risicovolle situaties ontstaan. Doordat jongeren nog heel beïnvloedbaar zijn en hierdoor sterk vatbaar voor sociale stimuli doen situaties zich voor als het doorsturen van foto's die privé bedoeld waren, zoals het incident met de naaktfoto's (Steinberg, 2007). Wat als een veilige situatie werd beoordeeld, bleek later een risicovolle situatie te zijn.

6.1.3 Bekend en risico's grooming

Tot slot is er door middel van de kwalitatieve interviews met de jongeren getracht een antwoord te formuleren op de laatste deelvraag. In het theoretisch kader is de theorie van Mitchell (2007) besproken waarin factoren worden omschreven die de kans op slachtofferschap bij grooming vergroten. Deze factoren zijn gedurende de interviews getracht te achterhalen. Als gedurende het interview bleek dat niet alle factoren aangesteld werden door de respondent zelf, dan werd er expliciet naar gevraagd. Een voorbeeld hiervan was het gebruik maken van een chatroom. Niet één respondent vertelde uit zichzelf dat hij of zij geregeld gebruik maakt van een chatroom. Hierdoor kwam het gebruik maken van een chatroom aanvankelijk niet aan de orde. Echter kon er niet vanuit gegaan worden dat de respondenten geen gebruik maken van een chatroom als zij dit niet zelf aanstelden, vandaar hier expliciet naar gevraagd is. Uiteindelijk is gebleken dat de factor uit de theorie van Mitchell (2007), het praten met mensen die online ontmoet zijn, niet van toepassing is op de respondenten van dit onderzoek.

Een andere factor uit de theorie van Mitchell (2007) die de kans op slachtofferschap bij grooming vergroot gaat ook niet op voor de respondenten van dit onderzoek doordat ze geen gebruik maken van chatrooms, namelijk het opsturen van persoonlijke informatie naar personen die online ontmoet zijn. Het praten over seks online is ook één van de factoren die beschreven worden in de theorie van Mitchell (2007). Deze factor kan wellicht uitgebreid worden naar het doorsturen van een seksuele foto. Meerdere respondenten gaven namelijk een voorbeeld van een leeftijdsgenoot die een naaktfoto had gestuurd naar

haar vriendje. Haar vriendje heeft deze naaktfoto vervolgens online gepubliceerd, waardoor in een razendsnel tempo deze foto rond ging. Echter had niet één respondent zo een situatie zelf meegemaakt en ze gaven zelf aan dat hen dit ook niet zou overkomen. Het ervaren van fysiek of seksueel misbruik is nog een factor uit de theorie van Mitchell (2007). Deze factor is bewust weggelaten uit dit onderzoek, aangezien het ethisch niet verantwoord werd geacht en daarbij niet van belang voor de resultaten van dit het onderzoek om deze factor te toetsen onder de respondenten. De andere factoren: het zijn van een vrouw en het gebruik maken van internet op een telefoon zijn beide wel meegenomen als topics in de interviews.

Jongeren zijn over het algemeen bekend met het fenomeen grooming en de risico's van dit fenomeen. Oorspronkelijk leek dit niet het geval, aangezien het begrip 'grooming' niet bekend was bij de respondenten. Meerdere respondenten beschreven echter wel het gevaar van grooming als gevraagd werd naar gevaarlijke situaties die zich voor kunnen doen op sociale media. Niet één respondent was van mening dat dit een gevaar voor zichzelf was, maar dat het wel een gevaar voor anderen zou kunnen zijn. Zoals eerder gesteld bij online problematische situaties, hebben de meeste respondenten hun Instagram account afgeschermd en hebben zij via Whatsapp en Snapchat enkel contact met bekenden. Hiermee wordt voorkomen dat zij zich in een online problematische situatie zullen bevinden en daarmee verlagen zij ook het aantal factoren dat de kans op slachtofferschap bij grooming vergroot dat op hen van toepassing is.

6.2 Beleidsanalyse

6.2.1 Beleidsvergelijking

Aan de hand van de beleidsvergelijking die weergegeven is in tabel 1 op pagina 19 kan er geanalyseerd worden in hoeverre er een discrepantie bestaat tussen het beleid op papier en de uitvoering van het beleid in de praktijk ten behoeve van de aanpak van grooming. Middels de resultaten die naar voren komen uit de beleidsvergelijking zal er een antwoord geformuleerd kunnen worden op de vierde deelvraag: Hoe is het beleid van de Amsterdamse zedenpolitie en de uitvoering daarvan ten aanzien van grooming vormgegeven? De kwadranten die weergegeven zijn in tabel 1 zullen onafhankelijk van elkaar uiteengezet worden. De laatste kwadrant die weergegeven is in de tabel, *niet beschreven-niet uitgevoerd*, is gebruikt om de twee onderdelen van dit onderzoek te integreren en om de hoofdvraag te beantwoorden. Aan de hand van dit kwadrant zal geanalyseerd worden in hoeverre resultaten uit de interviews met de jongeren ten aanzien van het bewustzijn van de gevaren van grooming, ontbreken in zowel het beleid op papier als in het beleid dat uitgevoerd wordt in de praktijk. Aangezien de politie nauw samenwerkt met bepaalde organisaties en stichtingen op het gebied van grooming, wordt de uitvoering van hun beleid meegenomen in het kopje 'beleid in de praktijk'.

Beschreven en uitgevoerd

De politie heeft een jeugdtaak dat specifiek is voor het internet en de aanpak van grooming is onderdeel van deze jeugdtaak. De online jeugdtaak bestaat uit drie taken, waarvan de eerste taak preventie is. De organisaties en stichtingen waarmee de politie samenwerkt ten behoeve van de aanpak van grooming hebben in zekere mate een preventieve werkwijze. Meldpunt Kinderporno op het Internet is een stichting die zich inzet ter preventie van seksueel kindermisbruik via het internet. Helpwanted.nl is onderdeel van deze stichting en geeft voorlichting aan jongeren en hun ouders over veilig internetgebruik (bron: https://www.meldpunt-kinderporno.nl/over_ons.htm). Tot slot voert Qpido ook een preventieve aanpak op het gebied van grooming, aangezien dit expertisecentrum een lesprogramma heeft ontwikkeld waarbij inlichting wordt gegeven over onder andere het gevaar van grooming op sociale media.

De tweede online jeugdtaak signaleren en adviseren, wordt deels uitgevoerd. De politie adviseert namelijk jongeren via hun website www.vraaghetdepolitie.nl over onder andere internetveiligheid. Daarnaast adviseert de Amsterdamse zedenpolitie jongeren middels een lesprogramma, waarvan de film 'Nienke' onderdeel is, over de wijze waarop zij hun (seksuele) weerbaarheid kunnen vergroten. De website Helpwanted.nl adviseert jongeren aan de hand van nieuws en tips over de gevaren van sociale media en hoe te handelen als je als jongere slachtoffer bent geworden van één van deze gevaren, zoals grooming. De laatste online jeugdtaak is repressie. Dit is de taak waar de zedenpolitie zich momenteel bewust, dan wel onbewust op richt. De aanpak van grooming wordt namelijk opgevangen door de teams TBKK, en deze teams hanteren een repressieve werkwijze.

Beschreven en niet uitgevoerd

In het beleid op papier staat dat de politie momenteel actief beleid voert op het uitvoeren van de online jeugdtaak. Echter blijkt uit de analyse van het beleid in de praktijk dat er geen duidelijk beleid bestaat op het gebied van grooming bij de zedenafdeling van de Amsterdamse politie, die dit actieve beleid zou moeten voeren. Reeds in het voorjaar van 2013 is het beleidsadvies "Politiële Jeugdtaak 2.0" aangenomen, maar tot op heden is het beleid nog niet vormgegeven en ontwikkeld bij de Amsterdamse zedenpolitie. Uit onderzoek blijkt dat het gebruik van sociale media onder jongeren constant veranderlijk is. (bron: <http://www.nu.nl/internet/3689659/nederlandse-jongeren-vertrekken-langzaam-van-facebook.html>).

Hierdoor kunnen vraagtekens gezet worden bij de actualiteit van het beleidsadvies uit 2013.

De tweede taak die behoort tot de online jeugdtaak van de politie is signaleren en adviseren. Door het ontbreken van beleid in de praktijk wordt deze taak nauwelijks uitgevoerd. De internetrechercheur beschreef dat het signaleren van grooming lastig is doordat het om vluchtige beelden gaat. Daarnaast is het lastig om de intenties en handelingen van de dader aan te tonen, wat nodig is voor succesvolle strafrechtelijke vervolging. Adviseren zou een vervolgstap moeten zijn van signaleren. Echter wordt deze stap nu als aparte taak uitgevoerd zonder achtergrond informatie.

Zoals Guijt en Schaik (2013) beschrijven hanteert de politie momenteel voornamelijk een reactieve en repressieve werkwijze. Echter kan er gesteld worden dat de Amsterdamse zedenpolitie grooming niet repressief aanpakt. Een groomingzaak wordt namelijk pas repressief aangepakt als deze zaak uitgedraaid is op een kinderpornozaak, in verband met de bewijslast. Kinderporno wordt dus repressief aangepakt, grooming niet.

Niet beschreven en wel uitgevoerd

In het beleidsadvies over de online jeugdtaak van de politie staat niet beschreven dat gespecialiseerde teams binnen een politieafdeling taken van elkaar overnemen. Uit dit onderzoek is gebleken dat er geen team bestaat voor de bestrijding van grooming. Hierdoor wordt de bestrijding van grooming opgepakt door het gespecialiseerde team TBKK. Zoals beschreven in de uitvoering van het beleid in de praktijk is het verschil tussen grooming en kinderporno te groot voor één team om beide strafbare feiten aan te pakken. Daarnaast heeft de politie te maken met beroepsdeformatie, doordat de Teams ter bestrijding van Kinderpornografie en Kindersekstoerisme veel ellende zien bij het bestrijden van kinderporno. Hierdoor zou het kunnen zijn dat grooming minder ernstig lijkt voor deze teams.

6.2.2 Conclusie beleidsvergelijking

De vraag nu is in hoeverre de politie er in slaagt om de taken preventie, signaleren en adviseren, en repressie uit te voeren die opgesteld zijn in het beleidsadvies. In de praktijk blijkt geen beleid gevolgd te worden ten behoeve van de aanpak van grooming. Echter worden enkele (delen van) taken die beschreven staan in het beleidsadvies wel uitgevoerd. Er kan gesteld worden dat de taak preventie uitgevoerd wordt, omdat de politie nauw samenwerkt met stichtingen en organisaties die een preventief online seksueel misbruik van jongeren bestrijden. Daarbij wordt grooming opgepakt door het TBKK, dat repressief te werk gaat. Hierbij moet de kanttekening worden geplaatst dat het TBKK groomingzaken veelal oppakt, als hierdoor een opsporingsonderzoek naar het strafbare feit kinderporno kan worden opgestart. Een belangrijk repressief middel van de politie is het verrichten van een opsporingsonderzoek in verband met strafbare feiten. De vraag is of de politie dit middel wel inzet als het gaat om het strafbare feit grooming. Slachtoffers van grooming kunnen schade oplopen, omdat het slachtoffer over zijn of haar grenzen is gegaan. Door politie en justitie wordt wellicht het psychisch leed dat hieruit voortkomt onderschat.

De taak signaleren en adviseren wordt deels uitgevoerd, er wordt namelijk geadviseerd door middel van de website www.vraaghetdepolitie.nl en door verschillende lesprogramma's. Echter is dit advies niet geheel gebaseerd op gesignaleerde probleemstukken, omdat de taak signaleren niet uitgevoerd wordt. De repressieve taak die behoort tot de online jeugdtaak van de politie zou nog verder uitgebreid kunnen worden, aangezien een groomingzaak pas aangepakt wordt als er voldoende bewijslast is. De aanpak van grooming valt onder de verantwoordelijkheid van het TBKK. Deze teams werken voornamelijk repressief.

Door de ervaren moeilijkheden om voldoende bewijs te vergaren voor een succesvolle vervolging van het strafbare feit grooming, worden groomingzaken pas als er een opsporingsonderzoek naar het strafbare feit kinderporno kan worden gestart.

Sociale media is een constant veranderlijk, complex systeem (Rutting et al., 2014). Om succesvol beleid te kunnen voeren ten aanzien van de aanpak van de risico's van sociale media, waaronder grooming, is het cruciaal dat het beleidsadvies, waaruit beleid vormgegeven wordt actueel is. Dit vereist een spoedige implementatie van beleidsadvies. Het beleidsadvies ten aanzien van grooming is, bijna twee jaar geleden, in het voorjaar van 2013 geschreven. Echter zijn de agenten van de Amsterdamse zedenpolitie die werkzaamheden verrichten ten behoeve van de aanpak van grooming niet op de hoogte van dit adviesstuk, waarin staat dat er beleid ontwikkeld en vormgegeven wordt voor de online jeugdtaak, waar grooming onder valt.

De taken die hedendaags uitgevoerd worden in de praktijk door de Amsterdamse zedenpolitie die beschreven zijn in het beleidsadvies, worden niet bewust aan de hand van dit advies uitgevoerd. De film 'Nienke' is een voorbeeld van een initiatief vanuit de praktijk. Het beleid staat ver weg van de werkvloer. De organisaties die genoemd worden in het beleid waar de politie zich aan zal verbinden komen niet overeen met de organisaties waarmee de politie momenteel samenwerkt. Er zou vanuit de kern van het probleem onderzocht moeten worden welke partners een wezenlijke bijdrage leveren ten behoeve van de aanpak van het online risico grooming.

6.3 Conclusie interviews jongeren en beleidsanalyse

Aan de hand van het laatste kwadrant zoals weergegeven in tabel 1 op pagina 19, *niet beschreven-niet uitgevoerd*, is geanalyseerd in hoeverre er een discrepantie bestaat tussen de uitkomsten uit de interviews met de jongeren en de beleidsvergelijking. Ofwel, welke resultaten die naar voren komen uit de interviews met de jongeren over het bewustzijn van het gevaar van grooming dat schuilt in sociale media, ontbreken in (de uitvoering van) het beleid van de Amsterdamse zedenpolitie. Aan de hand van deze vergelijking kan er een antwoord geformuleerd worden op de hoofdvraag: *"In hoeverre sluit het huidige beleid van de Amsterdamse zedenpolitie ten aanzien van grooming aan bij het bewustzijn van jongeren tussen de 12 en 16 jaar van het gevaar van grooming dat schuilt in sociale media?"*

De essentiële conclusie die uit de interviews met de jongeren getrokken kan worden over de mate waarin zij zich bewust zijn van het gevaar van grooming dat schuilt op sociale media, is dat de jongeren dit gevaar erkennen, maar veronderstellen dat zij zelf niet vatbaar zijn voor dit gevaar. De jongeren zijn zich niet bewust van en/of maken zich geen zorgen om het gevaar van grooming voor hen persoonlijk. Pas nadat zij zelf in een dergelijke situatie beland zijn, erkennen zij het gemak waarmee zij zelf in een online

problematische situatie, zoals grooming terecht zouden kunnen komen. De manier waarop jongeren het online risico grooming benaderen kan gezien worden als een repressieve benadering.

Zoals uit de beleidsanalyse van zowel het beleid op papier als het beleid in de praktijk blijkt, hanteert de (Amsterdamse zeden-)politie een repressieve werkwijze met betrekking tot de aanpak van grooming. Repressie is slechts één van de drie taken die beschreven staat in het beleidsadvies. De andere twee taken, preventie, en signaleren en adviseren, worden echter niet door de Amsterdamse zedenpolitie uitgevoerd zoals deze beschreven staan in het beleidsadvies. Adviseren wordt niet gedaan op basis van gesignaleerde feiten. Hierdoor is de repressieve aanpak ook niet gebaseerd op feitelijke kennis die voortkomt uit signalering. Daarbij is de Amsterdamse zedenpolitie niet op de hoogte van het beleidsadvies en is er niet voldoende capaciteit en bewustzijn van het gevaar van grooming om een preventieve werkwijze te hanteren. De discrepantie tussen het beleid op papier en het beleid in de praktijk blijkt het ontbreken van het signaleren alvorens te adviseren.

Concluderend blijkt dat de uitvoering van het huidige beleid van de Amsterdamse zedenpolitie niet aansluit bij de mate van het bewustzijn van jongeren met betrekking tot het online risico grooming. De Amsterdamse zedenpolitie acteert niet op grond van de repressieve benadering ten aanzien van grooming van de jongeren. De preventieve werkwijze van de Amsterdamse zedenpolitie, zowel op papier als in de praktijk, zou niet gericht moeten zijn op het verhogen van het bewustzijn van jongeren ten aanzien van het gevaar van grooming. Het beleid zou zich moeten richten op het creëren van bewustzijn bij jongeren dat iedereen, dus ook zij zelf, slachtoffer zou kunnen worden van een online problematische situatie, zoals grooming. Om het beleid beter aan te laten sluiten bij de mate van het bewustzijn van jongeren van het gevaar van grooming, zullen er aan de hand van de fenomeenmethode aanbevelingen gedaan worden op de wijze waarop het beleidsadvies tot stand is gekomen.

7. Aanbeveling

7.1 Fenomeenmethode

Zoals eerder uitgelegd werkt de politie hedendaags sterk incidentgericht. Om de effectiviteit van de politie te doen vergroten, is het noodzakelijk dat er een verschuiving plaatsvindt naar meer probleem-georiënteerd politiewerk. Dit kan gedaan worden door de focus van het veroordelen van criminelen te verschuiven naar het controleren van het criminaliteitsprobleem (Guijt & Schaik, 2013). Uit de beleidsvergelijking is naar voren gekomen dat veel taken en doelen die besproken worden in het beleidsadvies ten aanzien van grooming, nog niet actief of slechts deels uitgevoerd worden in de praktijk door de Amsterdamse politie. De combinatie van het ontbreken van specifiek beleid op de werkvloer en de incidentgerichte werkwijze van de politie, heeft als gevolg dat de onderliggende problemen die grooming veroorzaken onderbelicht zijn. De

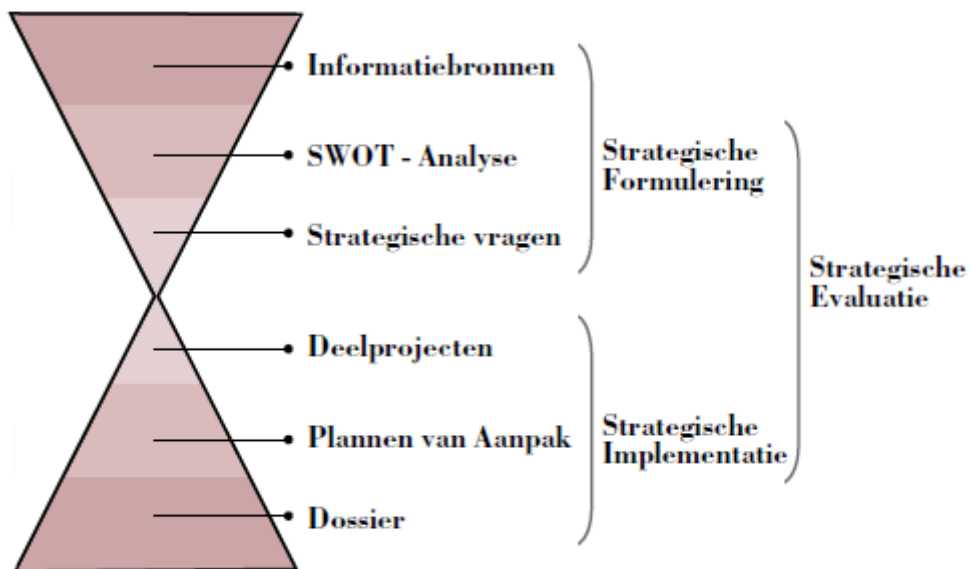
fenomeenmethode kan worden ingezet als een probleem-georiënteerde integrale benadering van het fenomeen grooming zodat de onderliggende oorzaken van grooming inzichtelijk kunnen worden gemaakt.

Probleem-georiënteerd politiewerk kent drie fasen volgens Guijt en Schaik (2013); ten eerste is het van belang om het onderliggende probleem in kaart te brengen middels informatie afkomstig van verschillende bronnen. Hierna worden aan de hand van deze informatie strategieën ontwikkeld en tot slot worden er partners gezocht waarmee samengewerkt kan worden om het probleem aan te pakken. Echter is er meer nodig om probleem-georiënteerd te werk te kunnen gaan, Goldstein (2003) beschrijft elementen zoals de bereidheid van leidinggevendenden om het probleem te onderzoeken, maatschappelijke druk, beschikking over academici en financiële middelen.

Momenteel werkt de politie voornamelijk met informatie die vrijwel uitsluitend afkomstig is uit de politiestructuren (Guijt & Schaik, 2013). Bij het seminar “Jongeren Online” is aan de huidige vorm van informatieverzameling ook uitgebreid aandacht besteed. De nieuwe generatie politieagenten is namelijk van mening dat er heel veel informatie afkomstig van open bronnen, zoals sociale media, niet benut wordt. Er wordt enkel informatie gebruikt wat de politie zelf ziet of weet vanuit de systemen. En door gebrek aan onderzoek naar de oorzaken van incidenten is het erg lastig om de traditionele incidentgerichte werkwijze aan te passen.

De fenomeenmethode is ontwikkeld als middel voor een probleem-georiënteerde integrale werkwijze die de gebruiker kan helpen om traditionele gewoonten te doorbreken. Figuur 2 is een schematische weergave van de fenomeenmethode. Voor dit onderzoek is slechts een deel van de fenomeenmethode toegepast om een aanbeveling te geven op de vorming van het beleid van de Amsterdamse politie ten behoeve van de aanpak van grooming. Toepassing van de gehele methode is niet haalbaar binnen het tijdsbestek van dit onderzoek. Daarbij ben ik als stagiair bij de Amsterdamse politie niet in de positie om de strategische implementatie uit te voeren. Een fundamenteel onderdeel van de strategische formulering fase van de fenomeenmethode is de Rumsfeld Matrix, die weergegeven is in tabel 2, op pagina 19. Aan de hand van deze matrix zullen er enkele aanbevelingen gedaan worden op de totstandkoming van het huidige beleid op papier.

Figuur 2: schematische weergave fenomeenmethode



Bron: Guijt & Schaik, 2013

Known-known

Dit kwadrant van de Rumsfeld Matrix houdt de informatie in waarvan men weet dat men over die informatie beschikt. Informatie zou vergaard moeten worden uit bestaande systemen van zowel de politie als partners. Er blijkt een discrepantie te bestaan in de partners die beschreven staan in het beleidsadvies en de partners waar gebruik van wordt gemaakt in de praktijk. Het is van belang dat de partijen die bijdragen aan het doel hun krachten bundelen, zodat alle organisaties op de hoogte zijn van de informatie die al beschikbaar is. Daarnaast kan beschikbare wetenschappelijke literatuur geraadpleegd worden, zoals wetenschappelijk onderzoek naar grooming dat gedaan is in het buitenland. In feite zal alle informatie die uit open bronnen afkomstig is, in dit kwadrant geanalyseerd moeten worden zodat er geen informatie ontbreekt. Uit het seminar 'Jongeren Online' is gebleken dat op het gebied van informatieverzameling uit open bronnen nog veel winst te boeken valt. Weinig agenten zijn op de hoogte van de hoeveelheid informatie die vergaard kan worden van bijvoorbeeld sociale media. Om geen informatie te missen is het tot slot van belang dat er brainstormsessies georganiseerd worden, waarbij betrokken organisaties ideeën kunnen uitwisselen over de wijze van informatieverzameling (Guijt & Schaik, 2013).

Known-unknown

Informatie waarvan men weet dat men niet over die informatie beschikt. Het doel van dit kwadrant van de Rumsfeld Matrix is om ongewenste gebeurtenissen te voorkomen. Hiervoor moeten de factoren die bij zouden kunnen dragen aan grooming geïdentificeerd worden. Het is van groot belang dat er 'out of the box' gedacht wordt, waardoor er een preventieve aanpak van grooming ontstaat. Hierbij kunnen scenario's bedacht worden over de wijze waarop groomers te werk zouden kunnen gaan. Bij dit kwadrant wordt ook getracht te achterhalen welke condities en factoren ervoor zouden kunnen zorgen dat (opsporings)methodieken van de politie en haar partners in relatie tot het fenomeen grooming niet tot de gewenste uitkomst leiden. Daarnaast wordt de werkwijze van de groomer getracht te achterhalen, om ervoor te zorgen dat de groomer niet zijn gewenste resultaat kan behalen (Guijt & Schaik, 2013).

Unknown-known

Deze kwadrant bevat de verborgen informatie, ofwel informatie waarvan men niet weet dat men over die informatie beschikt. Deze informatie is voornamelijk verborgen in databestanden (Guijt & Schaik, 2013). Het is van groot belang dat de politie op de hoogte is van alle beschikbare informatie aangaande grooming. De informatie kan zowel uit open bronnen gehaald worden, zoals het internet, als uit gesloten bronnen. Door het aangaan van samenwerkingsverbanden kan de politie toegang krijgen tot gesloten bronnen. In ruil voor deze informatie zou de politie bepaalde kennis waarover ze beschikken kunnen delen.

Unknown-unknown

Tot slot is het van belang om de informatie te achterhalen waarvan men niet weet dan men niet over die informatie beschikt. Dit wordt ook wel de blinde vlek genoemd en deze informatie kan achterhaald worden door alternatieve mogelijkheden te bedenken uit alle mogelijke perspectieven. Dit zijn de perspectieven van de politie, de dader, het slachtoffer en de maatschappij (Guijt & Schaik, 2013). Indien dit kwadrant in de praktijk uitgevoerd zou worden, kunnen de stappen behorend bij de strategische implementatie fase worden gebruikt om het beleid in de praktijk te implementeren. Tot slot kan aan de hand van de strategische evaluatie geëvalueerd worden of een wenselijk effect is bereikt met het uitgevoerde beleid.

8. Discussie

Middels dit interdisciplinaire kwalitatieve onderzoek is de mate van het bewustzijn van jongeren tussen de 12 en 16 jaar van het gevaar van grooming dat schuilt in sociale media onderzocht. Daarnaast is het huidige beleid dat de Amsterdamse zedenpolitie voert ten behoeve van de aanpak van grooming geanalyseerd. Aan de hand van de uitkomsten is de discrepantie tussen het bewustzijn van de jongeren en het beleid gedefinieerd. Het doel van dit onderzoek is om aan de hand van het tonen van deze discrepantie bewustzijn

te creëren onder jongeren, ouders, docenten en de (Amsterdamse zeden-)politie, van het feit dat alle jongeren kwetsbaar zijn voor het online risico grooming. Wanneer deze discrepantie geminimaliseerd zal worden in de toekomst, zal de effectiviteit van de preventieve taak van de politie verhoogd kunnen worden.

Hoewel dit onderzoek interessante uitkomsten biedt die een meerwaarde hebben voor de maatschappij, kent dit onderzoek ook zijn beperkingen. Eén van de beperkingen van de interviews die gehouden zijn bij jongeren tussen de 12 en 16 jaar is dat de samenstellingen van de respondentengroep redelijk homogeen is. Doordat er gebruik is gemaakt van de snowball sample methode komen de respondenten uit dezelfde omgeving, met een vergelijkbaar sociaal milieu. Wellicht als er meer onderscheid was geweest tussen de respondenten dan waren er andere resultaten uit het onderzoek gekomen. Een vervolgonderzoek met een meer heterogene respondentengroep is hierom wenselijk. Of er zou eenzelfde onderzoek uitgevoerd kunnen worden op een andere plaats met een homogene respondentengroep. Beiden onderzoeken kunnen dan aan de hand van een comparatief onderzoeksdesign aan elkaar gespiegeld worden om een beter begrip te ontwikkelen van het fenomeen grooming.

Betreffende de gesprekken met de politieagenten van de Amsterdamse zedenpolitie bleek het erg lastig te zijn om afspraken in te plannen. Hierdoor is er veel tijd verloren gegaan aan het sturen van e-mails, waar uiteindelijk geen reactie op is gekomen. Uiteindelijk hebben er wel gesprekken plaatsgevonden met belangrijke schakels binnen de zedenpolitie, die veel informatie hebben kunnen verstrekken. Idealiter hadden er meer gesprekken plaatsgevonden, om zo een vollediger beeld te krijgen van de werkwijze van de Amsterdamse zedenpolitie op het gebied van grooming.

9. Reflectie

Zowel het afnemen van de kwalitatieve interviews als de beleidsanalyse was een interessant en leerzaam proces. Over het algemeen is het onderzoek goed verlopen. Hetgeen dat het meeste moeite en tijd kostte was het plannen van afspraken met politieagenten voor de beleidsanalyse. Weinig agenten mailden terug, waardoor ik via andere agenten contact heb moeten zoeken. Ook het inplannen van de interviews met de jongeren verliep soms moeizaam. Ik had flyers gemaakt voor de ouders, zodat zij door een handtekening te zetten op de flyer toestemming konden geven voor het afnemen van het interview. Veelal werden deze flyers niet aan de ouders gegeven en moest ik meerdere malen contact opnemen met een jongere om te vragen over er al toestemming was gegeven. Uiteindelijk zijn hierdoor minder agenten en jongeren gesproken dan ik had willen spreken.

Gedurende de interviews met zowel de jongeren en als met de agenten heerste een informele, ontspannen sfeer. De interviewgide bleek een goede houvast te zijn gedurende de interviews met de jongeren. Als het gesprek niet meer soepel verliep of te ver afweek, kon ik aan de hand van de gide het

gesprek bijsturen. Sommige jongeren waren erg spraakzaam, waardoor er interessante gesprekken ontstonden. Andere jongeren waren wat meer terughoudend, waardoor meer vragen gesteld moesten worden om het interview op gang te houden. Er was geen interviewgide opgesteld voor de gesprekken met de agenten, aangezien er geen informatie op internet te vinden is over de werkwijze van de Amsterdamse zedenpolitie ten aanzien van grooming. Ik heb de agenten gevraagd om hun werkwijze uit te leggen en toe te lichten en de agenten hebben hier ruim de tijd voor genomen.

De analyse van de resultaten is door het gebruik van het programma Atlas.ti gemakkelijker gegaan dan vooraf gedacht. Door het programma konden de resultaten uit de interviews met de jongeren overzichtelijk geordend en geanalyseerd worden. Om het beleid te analyseren heb ik lang gezocht naar een passende methode. Uiteindelijk heb ik aan de hand van een bestaande methode zelf een vergelijkingstabel opgezet die het beleid op papier en het beleid in de praktijk tegen elkaar af zet, zodat de discrepantie tussen beiden zichtbaar werd. Alles overziend kan ik stellen dat ik tevreden ben over het onderzoeksproces en het eindresultaat.

BIJLAGEN

Literatuurlijst

- Blum, R., & Nelson-Mmari, K. (2004). *The health of young people in a global context*. *Journal of Adolescent Health*, 35, 402–418.
- Boekee, S., Engels, C. & van der Veer, N. (2014). *Nationale Sociale Media Onderzoek 2014*. Het grootste trendonderzoek van Nederland naar het gebruik en verwachting van sociale media #NSMO. Newcom Research & Consultancy B.V
- Bryman, A. (2008). *Sociale research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Centers for Disease Control and Prevention (2006). *Youth risk behavior surveillance—United States, 2005*. *Morbidity & Mortality Weekly Report*, 55(SS-5), 1–108.
- Craven, S., Brown, S. & Gilchrist, E. (2006). *Sexual grooming of children: review of literature and theoretical considerations*. *Journal of sexual aggression*, 12 (3), 287-299.
- Craven, S., Brown, S. & Gilchrist, E. (2007). *Current responses to sexual grooming: implication for prevention*. *The Howard journal of criminal justice*, 46 (1), 60-71.
- Esomar World Research Codes & Guidelines (2009). *Interviewing Children and Young People*. Amsterdam.
- Frankenhuis, S., van der Hagen, S. & Smelik, A. (2007). *De effecten van nieuwe media op jongeren van 12 – 14 jaar*. Verslag van een literatuuronderzoek in opdracht van SLO.
- Gibbs, J.L., Ellison, N.B. & Heino, R.D. (2006). *Self-presentation in online personals: the role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating*. *Communication research*, 33 (2), 152-177.
- Goldstein, H. (2003). *On further developing Problem Oriented Policing: The most critical need, the major impediments, and a proposal*. *Crime Prevention Studies*, 15, 13-47.
- Granovetter, M. (1973). *The strength of weak ties*. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360—1380.

Guijt, L. en Schaik, S. (2013). *De fenomeenmethode: een handvat voor probleemgeoriënteerd politiewerk*. Het Tijdschrift voor de Politie – jg.75/nr.1/13.

Hoesel, van P.H.M., Leeuw, F.L. & Mevissen, J.W.M. (2005). *Beleidsonderzoek in Nederland – Kennis voor beleid; Ontwikkeling van een professie*. Koninklijke van Gorkum: Assen – Hfdst. 4 (pp. 49 - 63)

Kietzmann, J.H., et al. (2011). *Sociale media? Get serious! Understanding the functional building blocks of sociale media*. Business Horizons 54, 241-251.

Kluwer (2013). *Leidraad voor juridische auteurs 2013*. Wet van 1 januari 2010, *Stb.* 2009, 578.

Livingstone, S. (2003). *Children's use of the internet: Reflections on the emerging research agenda*. New Media and Society 5(2): 147–166.

Livingstone, S. (2011). *Regulating the internet in the interest of children: Emerging European and international approaches*. In: Mansell R and Raboy M (eds) *The Handbook of Global Media and Communication Policy*. Chichester: Wiley, pp. 505–524.

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. & Ólafsson, K. (2011). *Risks and safety on the internet: The perspective of European children*. London: EU Kids Online.

Mitchell, K.J. (2007). *Youth internet users at risk for the most serious online sexual solicitations*. American journal of preventive medicine. 32 (6), June 2007.

Oswell, D. (1999). *The dark side of cyberspace: Internet content regulation and child protection*. *Convergence* 5(4): 42–62.

Oswell, D. (2008). *Media and communications regulation and child protection: An overview of the field*. In: Drotner K and Livingstone S (eds) *The International Handbook of Children, Media and Culture*. London: Sage, pp. 475–492.

Rutting, L., et al. (2014). *An introduction to interdisciplinary research*. Institute for interdisciplinary studies. University of Amsterdam.

Smahel, D & Wright, M.F. (2014). *The meaning of online problematic situations for children*. Results of qualitative cross-cultural investigation in nine European countries. The London school of economics and political science.

Staksrud, E. (2013). *Online grooming legislation: Knee-jerk regulation?* European journal of communication. 28 (2), 152-167.

Steinberg, L. (2004). *Risk-taking in adolescence: What changes, and why?* Annals of the New York Academy of Sciences. 1021, 51–58.

Steinberg, L. (2007). *A sociale neuroscience perspective on adolescent risk-taking*. ScienceDirect. Developmental Review. 28 (2008), 78-106. Philadelphia.

Subrahmanyam, K. & Smahel, D. (2011). *Digital youth: The role of media in development*. New York: Springer.

Tillie, N. (2014). *Jeugd en Media*. Plan van aanpak voor het uitvoeren van de politieële jeugdtaak in het online domein. Via PolitieKennisNet.

Van der Veer, N. & Boekee, S. (2014). *Sociale media in perspectief: liken, liken, niet kopen?* Newcom Research & Consultancy B.V.

Walther, J.B. & Burgoon, J.K. (1992). *Relational communication in computer-mediated interaction*. Human Communication Research. 19, 50-88.

Walther, J.B. (2008). *Too much of a good thing? The relationship between number of friends and interpersonal impressions on Facebook*. Journal of computer-mediated communication. 13 (3), 531-549.

Walther, J.B., Van Der Heide, B., Kim, S., Westerman, D. & Tong, S.T. (2008). *The role of friends' behavior on evaluations of individuals' Facebook profiles: Are we known by the company we keep?* Human communication research. 34, 28-49.

Williams, P., Holmbeck, G., & Greenley, R. (2002). *Adolescent health psychology*. Journal of Consulting and Clinical Psychology. 70, 828–842.

Geraadpleegde websites

http://wetten.overheid.nl/BWBR0031788/geldigheidsdatum_24-05-2014

http://wetten.overheid.nl/BWBR0029026/geldigheidsdatum_28-08-2011

<http://www.ad.nl/ad/nl/5595/Digitaal/article/detail/3632041/2014/04/09/Facebook-onder-tieners-ingeaald-door-Instagram.dhtml>

<http://www.helpwanted.nl/>

<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>

https://www.meldpunt-kinderporno.nl/over_ons.htm

<http://www.nu.nl/internet/3689659/nederlandse-jongeren-vertrekken-langzaam-van-facebook.html>

<http://www.politie.nl/onderwerpen/kinderporno.html#hoe-pakt-de-nederlandse-overheid-de-bestrijding-van-kinderporno-aan>

<http://www.politie.nl/onderwerpen/kinderporno.html#wat-is-kinderporno>

<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/politie/minder-regels-meer-op-sstraat>

<http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/toespraken/2008/05/22/conferentie-online-grooming.html>

<http://www.shg-amsterdam.nl/help-mijn-blootfoto-staat-online-wat-moet-ik-doen>

<http://www.vraaghetdepolitie.nl/sf.mcgi?240>

Interviewgide interviews jongeren

Zou je jezelf voor willen stellen?

Topics: leeftijd, woonplaats, gezinssamenstelling, schoolniveau, hobby's

Kan je iets vertellen over hoe het thuis is?

Topics: band met ouders, ouders samen of gescheiden, band met broer(tje(s))/zus(je(s)), gezondheid, vrijheid

Kan je iets vertellen over je internetgebruik?

Topics: thuis toegang tot internet, mobiele telefoon met internet, gebruik netwerksites, gebruik chatrooms

Kun je vertellen op welke netwerksites je een account hebt en van welke sites je het meest gebruik maakt?

Kun je omschrijven hoe jouw profiel van jouw meest gebruikte netwerksite eruit zien?

Topics: inhoud (zie indicatoren hieronder), openbaar of privé, aantal vrienden/volgers

Indicatoren turven die respondent weergeeft op zijn of haar netwerksite

Naam	Leeftijd	Sekse	Woonplaats	Telefoonnummer	Relatie
Familieleden	Hobby's	Favo boeken	Favo films	Gedachten	Gevoelens

Kun je vertellen waar je jouw meest gebruikte netwerksite allemaal voor gebruikt?

Topics: netwerksite openbaar of privé, communicatie openbaar of privé, kwantiteit uploads, inhoud uploads, persoonlijke informatie openbaar, inchecken locatie

Kun je vertellen waarom je gebruik maakt van netwerksites?

Topics: peerpressure

Kun je iets vertellen over de contacten die je hebt via sociale media?

Topics: inhoud gesprekken, openbaar of privé, online contacten met vreemden, vriendschapsverzoek van vreemden en reactie daarop, ken je iedereen persoonlijk die jouw profiel kan zien

Zijn er volgens jou ook nadelen aan sociale media/de netwerksites die jij gebruikt en wil je vertellen waarom je dat vindt?

Kan sociale media volgens jou ook gevaarlijk zijn en wil je vertellen waarom je dat vindt?

Topics: contacten met vreemden, seksualiteit, pesten, grooming

Informatieflyer ouders

Codeerschema interviews jongeren

Gebruikerservaring

Familie: gebruikerservaring

Codes: account privé, contact via Insta, contact via sociale media, contact via Whatsapp, inchecken, inhoud geplaatste foto's, inhoud meest gebruikte platform, inhoud status, kwantiteit uploads, meest gebruikte sociale media platform, motivatie gebruik Insta, peerpressure, profielfoto's, sociale media platforms, volgers Insta, contact via Snapchat

Problematische situaties

Familie: problematische situaties

Codes: reactie vreemden contact, reactie volgverzoek vreemde, nadelen sociale media, motivatie sociale media platform privé, motivatie reactie vreemden contact, motivatie reactie contact vreemde, inhoud zichtbaar voor iedereen, inchecken, grooming, gevaren sociale media, gebruik chatroom, account privé, ouders en gevaren

Grooming

Familie: grooming

Codes: bewustzijn gevaren grooming, gevaren sociale media, grooming, motivatie reactie vreemden contact, reactie volgverzoek vreemde, reactie vreemden contact, vatbaar voor grooming, voorlichting grooming

Achtergrond informatie

Familie: extra info

Codes: band met ouders, gezinsamenstelling, hobby, kwantiteit uploads, leeftijd, mobiel met internet, openheid naar ouders, profielfoto, school, schoolniveau, sport, toegang tot internet, toegang tot internet thuis, woonplaats, sociale media platforms

Transcripties interviews jongeren

[In deze publieke versie verwijderd om privacy redenen.]