



Online Jongerenwerk: Werken in de online leefwereld van jongeren

Handvatten voor jongerenwerkers en managers

Inhoudsopgave

1. Aanleiding	4
2. Wat is online jongerenwerk?	5
Online vs. digitaal jongerenwerk	5
Is online jongerenwerk een nieuw fenomeen?	5
3. Functies en meerwaarde van online jongerenwerk	6
4. Platforms	11
5. Kaders voor jongerenwerkers	15
Verschillen tussen on- en offline jongerenwerk	15
Wisselingwerking tussen on- en offline werken	16
6. Tips voor jongerenwerkers	18
Omgaan met privacy	19
7. Beleid en strategie	20
Erken het belang	20
Financiering van online jongerenwerk	20
Visie en doelen	20
Inspelen op ontwikkelingen in (het gebruik van) sociale media	21
Middelen	21
Kwaliteit en competenties van de jongerenwerkers	21
Privacy	22
Bronnenlijst	24

> Colofon

© 2019 Nederlands Jeugdinstituut, Stichting JOZ

Alle informatie uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden. Graag de bron vermelden.

Auteurs

Tarik Hamdiui – Nederlands Jeugdinstituut
Catharijnesingel 47, 3511 GC Utrecht
(030) 230 63 44 - www.nji.nl

Jeroen van den Broek – Stichting JOZ
Schoonderloostraat 68, 3024 TX Rotterdam
(010) 303 9040 - www.stichtingjoz.nl

Fotografie Martine Hoving, Frank Muller

Vormgeving Punt Grafisch Ontwerp



1. Aanleiding

De online wereld is in de digitale samenleving een vanzelfsprekend onderdeel geworden van de leefwereld van veel jongeren. Jongeren besteden steeds meer tijd op sociale media zoals Instagram, Snapchat en Whatsapp. Zes op de tien jongeren (60 procent) besteden dagelijks minimaal drie uur aan hun smartphone. 15 procent gebruikt de smartphone zelfs meer dan zes uur op een dag. Bovendien zegt ongeveer 31 procent van de jongeren in het voortgezet onderwijs de gehele dag online contact te hebben¹.

De online wereld brengt kansen (bv. socialisatie, digitale geletterdheid, en reguleren en begrijpen emoties van anderen) en risico's (bv. cyberbullying, sexting, gameverslaving) voor jongeren met zich mee. Ook verandert de vindplaats van jongeren (van voornamelijk de straat, naar ook online), de communicatie en werkrelatie met jongeren en de manier waarop jongeren beïnvloed en begeleid kunnen worden door jongerenwerkers.² Aansluiten bij hun online leefwereld is daarom essentieel om jongeren te blijven bereiken en te ondersteunen bij hun ontwikkeling naar volwassenheid.

Veel jongerenwerkers hebben echter nog onvoldoende zicht op de online leefwereld van jongeren, de rol die sociale media spelen in het opgroeien van jongeren, en wat opgroeien in de online leefwereld vraagt aan begeleiding. Hierdoor ervaren veel jongerenwerkers handelingsverlegenheid in hoe zij kunnen aansluiten bij en werken in de online leefwereld van jongeren. Deze handreiking biedt handvatten aan jongerenwerkers voor het werken in de online wereld en handvatten aan managers voor het creëren van kaders waarbinnen dit gebeurt.

Bij de begeleiding naar volwassenheid vormt de leefwereld van jongeren het vertrekpunt voor het jongerenwerk: jongerenwerkers leggen contact met jongeren op straat, op school, in het winkelcentrum, het jongerencentrum en op andere plekken waar jongeren komen. Zij zijn in staat langdurige relaties met jongeren aan te gaan.³ Nu sociale media een steeds groter onderdeel worden van de leefwereld van jongeren is het voor jongerenwerkers niet langer voldoende alleen offline actief te zijn. In de beleving van jongeren is er geen strikt onderscheid tussen de online en offline wereld. Voor hen is het logisch om ook online contact te hebben met hun jongerenwerker. Dit vraagt om moderne jongerenwerkers die de online wereld tot hun werkgebied rekenen en hier op een professionele manier in bewegen.

¹ Zie ook Eenvandaag.avrotros.nl; HBSC (2017).

² Valkenburg (2014); Vossen & Valkenburg (2016); Metz, Manders & Todorovic (2019).

³ Sonneveld, Metz & Koops (2013).

2. Wat is online jongerenwerk?

Bij online jongerenwerk gebruiken jongerenwerkers online platforms zoals Instagram, WhatsApp en Snapchat om dezelfde werkzaamheden uit te voeren en dezelfde doelen na te streven als met het reguliere jongerenwerk.

Jongerenwerkers stimuleren de persoonlijke en sociale ontwikkeling van jongeren, behartigen indien nodig hun belangen, en geven grenzen aan.⁴ Online jongerenwerk is hierbij een aanvulling op het meer traditionele (ambulant) jongerenwerk. Het feit dat jongerenwerkers door hun aanwezigheid op straat en in jongerencentra een offline beeld kunnen koppelen aan de online inzichten die zij op sociale media verzamelen, maakt dat zij een bijzondere positie kunnen innemen binnen het lokale jeugdveld.

Online vs. digitaal jongerenwerk

In Nederland wordt de term online jongerenwerk gebruikt in plaats van digitaal jongerenwerk. Digitaal jongerenwerk gaat over het brede spectrum van het toepassen van digitale middelen en technologie in jongerenwerk.⁵ Het neemt vele vormen aan en is afhankelijk van de organisatie, omgeving, financiering en middelen die jongerenwerkers hebben. Digitaal jongerenwerk kan dienen als:

- een vorm van content;
- een activiteit voor jongeren (gamen, maken van video's, programmeren etc.);
- een instrument voor een jongerenwerker om zijn of haar doelen mee te behalen.

In deze handreiking gaat online jongerenwerk alleen over het inzetten van sociale media als instrument om de doelen van het jongerenwerk te behalen.

Is online jongerenwerk een nieuw fenomeen?

Online jongerenwerk wordt vaak gezien als een nieuw fenomeen, maar gebeurt al sinds jongeren zich online begeven. In 2008 werd al onderzoek gedaan naar de inzet en mogelijkheden van MSN (het destijds populaire online platform) in het jongerenwerk in de gemeente Hoorn.⁶ Dit laat zien dat online jongerenwerk geen nieuw fenomeen is, maar aansluit bij de dynamische en op de actualiteit aangesloten aard van het jongerenwerk.

Definitie online jongerenwerk

Online jongerenwerk betekent proactief gebruik maken van sociale media binnen verschillende methodieken en omgevingen van het jongerenwerk ter ondersteuning van het bereiken van de doelen van het (reguliere) jongerenwerk.

⁴ Valkestijn, Hilverdink, Bakker & Metz (2015).

⁵ EU Expert Group (2018); Kiviniemi & Tuominen (2017).

⁶ Braam et al. (2008).

3. Functies en meerwaarde van online jongerenwerk

Online jongerenwerk zou een vanzelfsprekend onderdeel van het takenpakket van jongerenwerkers moeten zijn. Net zoals sociale media vanzelfsprekend is in het dagelijks leven van jongeren. Door de combinatie van online en offline jongerenwerk zijn jongerenwerkers in staat om een offline beeld te koppelen aan de inzichten die zij op sociale media verzamelen; hierdoor nemen zij een bijzondere positie in binnen het lokale jeugdveld. Jongerenwerkers kunnen sociale media gebruiken voor de volgende vier functies:



Contact

Bereiken van een grote doelgroep en een laagdrempelige vorm van contact met jongeren



Doorgronden leefwereld

Zicht op de (straat)cultuur en de kwaliteiten en talenten van jongeren



Vroegsignalering

In een vroeg stadium trends en ontwikkelingen signaleren, zoals exposering, vechtpartijen en middelengebruik



Profilering en integrale samenwerking

Jongerenwerk zichtbaar maken richting partners, bewoners, ouders en jongeren





CONTACT

Online jongerenwerk zorgt voor een laagdrempelige vorm van contact tussen jongerenwerkers en jongeren. In aanvulling op het outreachend werken van jongerenwerkers op straat, hebben jongerenwerkers ook online contact met jongeren. Het is voor veel jongeren makkelijker om een jongerenwerker een WhatsApp-bericht of een direct message (dm⁷) te sturen, dan hem of haar op straat aan te spreken. Andersom is het voor jongerenwerkers via sociale media gemakkelijker om een grotere doelgroep te bereiken. Een post op Instagram of Snapchat bereikt vaak meer jongeren dan een poster in het jongeren centrum. Wanneer jongeren zien dat jongerenwerkers online makkelijk uit de voeten kunnen, dan zorgt dit ervoor dat zij gemakkelijker online issues (zoals exposing of sexting) met jongerenwerkers bespreken. Ook kunnen jongerenwerkers sociale media gebruiken om jongeren positief te beïnvloeden, bijvoorbeeld door hen online een podium te geven om hun prestaties en talenten te tonen. Online jongerenwerk werkt dus drempelverlagend en maakt jongerenwerkers benaderbaar. Door actief te zijn op sociale media bereiken jongerenwerkers een groter deel van hun doelgroep en kunnen zij hen ook online begeleiden.

Hulpvraag

Het onderstaande voorbeeld laat zien van hoe sociale media de drempel kunnen verlagen voor hulpvragen. Deze jongere vertelt een jongerenwerker dat hij hulp nodig heeft bij het behalen van een certificaat die hij nodig heeft voor het krijgen van een baan.



Jongeren positief beïnvloeden

Op onderstaande foto staat een jongerenwerker die samen met één van haar jongeren het behalen van haar diploma viert. Door zo'n moment te delen via sociale media, de positieve reactie van anderen én een artikel in de krant als gevolg, krijgt de jongere een gevoel van trots en wordt gemotiveerd om nog meer doelen te behalen.



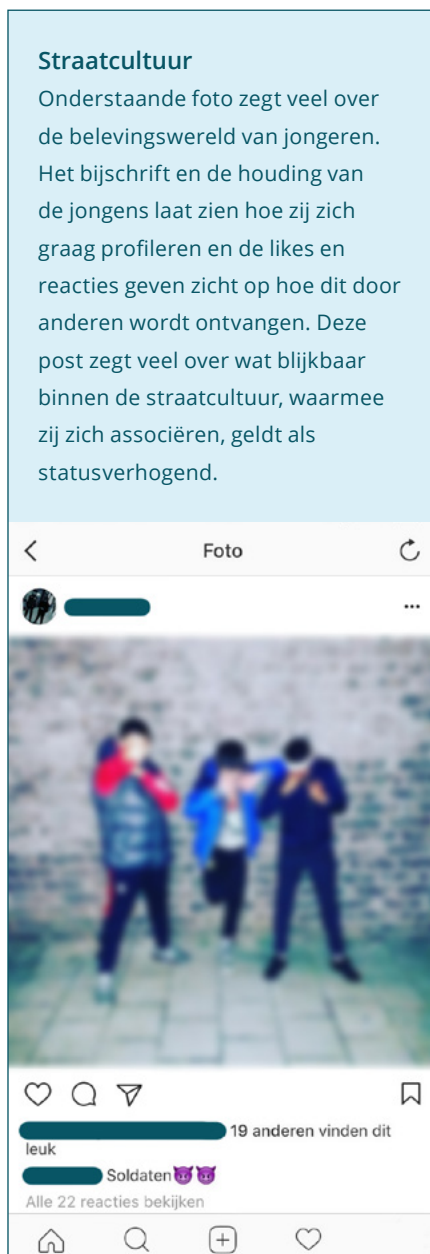
⁷ Dm betekent *direct message* oftewel 'direct bericht'. Het is een bericht dat je rechtstreeks aan iemand verstuurt en niet zichtbaar is voor anderen.



DOORGRONDEN BELEVINGSWERELD

Het werken in de online wereld helpt jongerenwerkers bij het doorgronden van de belevingswereld van jongeren. Online is goed waarneembaar wat jongeren belangrijk vinden, wat hen bezighoudt, welke hulpvragen zij hebben en welke kansen en mogelijkheden er zijn om hen te bereiken. Aan de hand van deze inzichten zijn jongerenwerkers beter in staat om aan te sluiten bij de jongeren en de hulp en ondersteuning te bieden die zij nodig hebben om volwaardig te participeren in de samenleving.

Jongerenwerkers kunnen (offline) gedragsveranderingen tot stand brengen door in te spelen op uitingen die zij bij jongeren zien op sociale media. Voor jongeren is de grens tussen een geintje en serieus bedreigende uitingen niet altijd helder. In deze leeftijdsfase kunnen groepsdruk en eigen profilering het makkelijk winnen van empathie en fatsoensnormen. Door inzicht te geven in de impact van ogenschijnlijk lollige of flauwe uitingen op sociale media, versterken jongerenwerkers het inlevingsvermogen en het normbesef bij jongeren. Ook zijn sociale media waardevol bij het ontdekken en ontwikkelen van kwaliteiten en talenten van jongeren die offline niet altijd zichtbaar zijn. Deze inzichten kan de jongerenwerker gebruiken om met een jongere in gesprek te gaan of om hem of haar te ondersteunen in het verder ontwikkelen van die kwaliteiten.





VROEGSIGNALERING

Online jongerenwerk helpt jongerenwerkers bij het vroegtijdig oppikken van zorgwekkende signalen. Door online actief te zijn, vangen jongerenwerkers signalen op over bijvoorbeeld vechtpartijen, exposing en schadelijke trends, zoals het gebruik van verdovende middelen. De jongerenwerker kan door vroegsignalering escalatie voorkomen door snel te starten met de aanpak van het probleem, in samenwerking met partners.

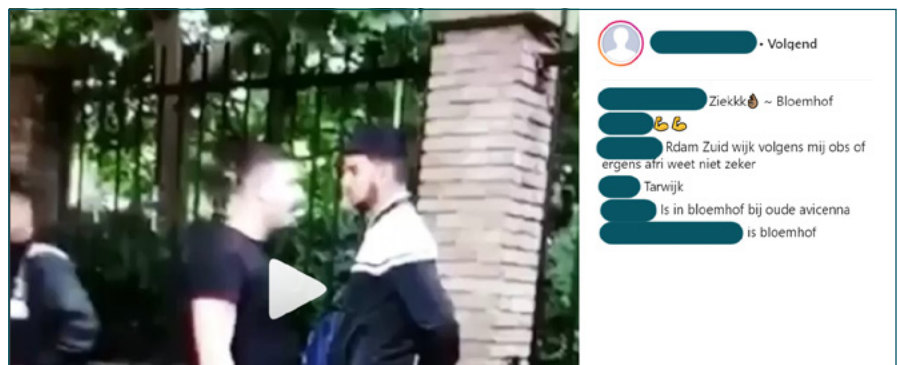
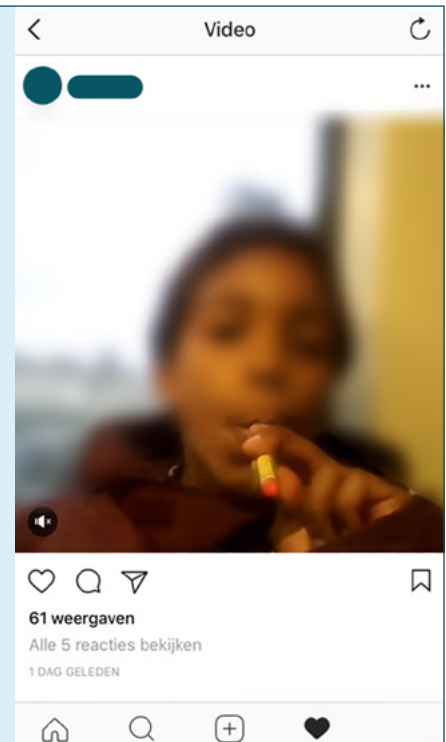


Exposing

Bovenstaand screenshot is een voorbeeld van een zogenaamd 'expose-account'. Dit zijn accounts waarop zowel meisjes als jongens worden 'blootgegeven'. Dit gebeurt door beeldmateriaal en/of persoonlijke gegevens online te zetten en/of te verspreiden in -al dan niet besloten- groepen en/of deze jongeren openlijk te schofferen. Door deze accounts in een vroeg stadium te signaleren en het account te laten verwijderen kan – in samenwerking met relevante ketenpartners – verder leed voor slachtoffers voorkomen worden.

Middelengebruik

Deze foto is een voorbeeld van een schadelijke trend die via sociale media zichtbaar werd. Op verschillende profielen stonden foto's en video's van minderjarige jongeren die iets rookten waarvan jongerenwerkers niet precies konden zien wat het was. Uit het beeldmateriaal werd in ieder geval duidelijk dat het ging om elektrische apparaatjes waar ontzettend veel rook uit kwam. Uit offline onderzoek bleek dat een lokale kermis zogenaamde shisha-pennen uitgaf aan minderjarigen. Vervolgens is samen met de ketenpartners een aanpak opgezet gericht op de kermisexploitant en de jongeren.



Geweld

Bovenstaand voorbeeld staat op een account met lokale vechtvideos. Door in een vroeg stadium zicht te krijgen op dergelijke accounts kan – in samenwerking met relevante ketenpartners – ingezet worden op het begeleiden van zowel slachtoffers als daders (al is het onderscheid tussen deze twee groepen niet altijd even duidelijk). Ook kan contact worden gelegd met Instagram om het account te laten verwijderen, om te voorkomen dat het account *viral*⁸ gaat.

⁸ *Viral gaan*: Wanneer bepaalde content, vaak een video, zich in razend tempo over het internet verspreidt doordat mensen het met elkaar delen.



PROFILERING EN INTEGRALE SAMENWERKING

Online jongerenwerk versterkt de integrale samenwerking met partners. Via sociale media is het voor partners zichtbaar waar jongerenwerkers aan werken. Daarnaast wordt voor bewoners en jongeren zichtbaar dat verschillende ketenpartners samenwerken en de manier waarop ze dat doen. Jongerenwerkers die online actief zijn geven de integrale aanpak een gezicht door te delen dat ze samenwerken met verschillende ketenpartners.

De informatie die door jongerenwerkers wordt verzameld en geanalyseerd kan een belangrijke bijdrage leveren aan de integrale aanpak waarin met partners wordt gewerkt aan het verminderen van jeugdproblematiek. Waar het ketenpartners vaak moeizaam lukt kwetsbare jongeren online te bereiken, kunnen via de accounts van de jongerenwerkers boodschappen onder de aandacht worden gebracht bij de doelgroep.

Een gezicht

Onderstaande post is een voorbeeld van hoe sociale media ingezet kunnen worden om de integrale aanpak een gezicht te geven. Deze foto maakt voor zowel de bewoners als de doelgroep duidelijk dat verschillende partijen samenwerken om de veiligheid en leefbaarheid in de wijk te vergroten. In de praktijk blijken jongerenwerkers op deze manier een belangrijke bijdrage te leveren aan het normaliseren van het contact tussen jongeren en politie.



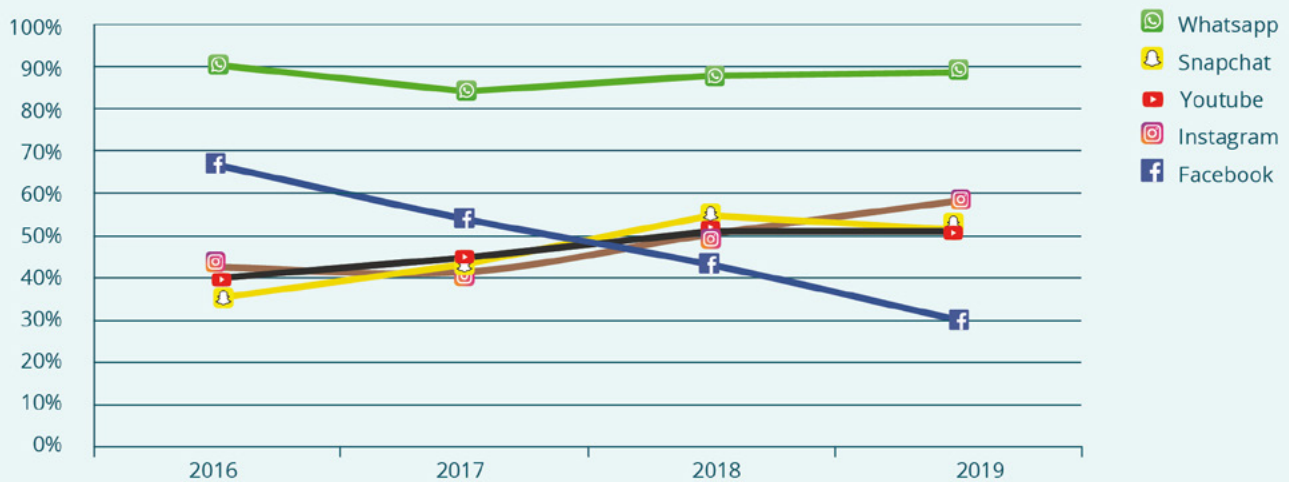
Boodschap verspreiden

Deze post is een voorbeeld van hoe de accounts van jongerenwerkers worden gebruikt om met een boodschap (in dit geval een boodschap van de gemeente) een specifieke doelgroep te bereiken. Via de kanalen van de gemeente bereikte de mededeling dat seksuele straatintimidatie beboet zou worden vooral burgers en ketenpartners. Door dit bericht te delen op de accounts van de jongerenwerkers, bereikt het ook de kwetsbare jongeren voor wie de boodschap (en de strekking hiervan) minstens zo belangrijk is.

4. Platforms

Jongeren gebruiken verschillende sociale mediaplatforms, die ook in rap tempo in populariteit toe- of afnemen. In figuur 1 is te zien hoe het gebruik van deze platforms onder jongeren fluctueert.⁹ Voor een jongerenwerker is het belangrijk om de verschillende platforms te kennen en te gebruiken om de doelgroep te bereiken. Hieronder worden de belangrijkste platforms benoemd.⁹

Figuur 1 Social media gebruik onder jongeren¹⁰



⁹ Naast de genoemde platforms, zijn er ook andere platforms die door jongeren of professionals gebruikt worden. Denk bijvoorbeeld aan Twitter, LinkedIn, Telegram en TikTok. Deze apps worden door jongerenwerkers amper gebruikt in het contact met jongeren en zijn daarom buiten beschouwing gelaten.

¹⁰ Newcom (2019).





WHATSAPP

WhatsApp is een berichtendienst voor zowel smartphone als computer. De app wordt door jongeren veelvuldig gebruikt om elkaar (spraak)berichten, foto's, video's en bestanden te sturen. Daarnaast hebben gebruikers de mogelijkheid een foto, schermnaam, status en tijdelijke statusupdates toe te voegen aan hun profiel. Onder jongeren zijn naast de een-op-een chatgesprekken, ook de WhatsAppgroepen met meerdere personen in één chat populair. Er bestaat vanuit de beheerders van WhatsApp weinig controle over de content die via het platform wordt verspreid, waardoor niet voorkomen wordt dat grensoverschrijdend materiaal wordt rondgestuurd.

Wie is de doelgroep?

De doelgroep bestaat voornamelijk uit jongeren, maar ook ouders en ketenpartners gebruiken WhatsApp.

Waarvoor kunnen jongerenwerkers het gebruiken?

WhatsApp biedt jongerenwerkers de mogelijkheid in contact te blijven met de doelgroep op momenten dat ze niet bij elkaar in de buurt zijn. Het verlaagt daarnaast de drempel voor jongeren om contact op te nemen met jongerenwerkers.

Jongerenwerkers kunnen WhatsApp ook gebruiken voor contact met collega's en ketenpartners. Door bijvoorbeeld met verschillende online jongerenwerkers een WhatsAppgroep aan te maken kunnen signalen gedeeld worden. Om problemen met betrekking tot privacy te voorkomen, is het belangrijk om van tevoren met elkaar afspraken te maken over welke informatie wel én niet in de WhatsAppgroep gedeeld wordt.

Wat zijn de voordelen?

- + Vrijwel alle jongeren, ouders én professionals maken er gebruik van.
- + Het is een makkelijk, snel en laagdrempelig middel om met elkaar te communiceren.

Wat zijn de nadelen?

- Het is een minder open platform dan bijvoorbeeld Instagram of Facebook. Hierdoor is het moeilijker om zicht te krijgen op wat er speelt en wat jongeren bezighoudt.
- Het zakelijk gebruik van WhatsApp is formeel niet AVG-proof.



INSTAGRAM

Instagram is een platform voor het delen van foto's en korte video's. Deze kunnen door anderen worden *geliket* of becommentarieerd. Omdat jongeren online veel controle hebben over hoe zij zichzelf presenteren, geven platforms als Instagram vooral zicht op hoe jongeren door anderen gezien willen worden. Jongeren zien hun profiel als een podium waarop zij zichzelf kunnen presenteren. Daardoor bevatten hun accounts voornamelijk beelden die bijdragen aan het imago dat zij willen uitstralen. Het is belangrijk bewust te zijn van dit *profielmanagement*, omdat hun online presentatie kan afwijken van hoe zij zich offline profileren.

Wie is de doelgroep?

De doelgroep bestaat vooral uit jongeren, maar ook burgers (waaronder ouders) en ketenpartners.

Waarvoor kunnen jongerenwerkers het gebruiken?

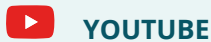
Jongerenwerkers kunnen Instagram allereerst gebruiken om op de hoogte te blijven van de belevingswereld van jongeren. De profielen van jongeren en de personen en pagina's die zij volgen geven zicht op wat zij belangrijk vinden, waar hun kwaliteiten en interesses liggen, maar ook welke taal zij spreken of welke kleding zij dragen. In de tweede plaats bieden jongerenwerkers die actief zijn om Instagram jongeren een laagdrempelige mogelijkheid tot contact. Jongeren hoeven alleen een dm (*direct message*) te sturen om in contact te komen. Dit vergroot met name in het geval van hulpvragen de toegankelijkheid van de jongerenwerker. Andersom kan een jongerenwerker via Instagram jongeren makkelijk bereiken. Bijvoorbeeld voor het aankondigen van activiteiten, het delen van vacatures of andere hulp. Tot slot biedt Instagram ook mogelijkheden voor de profilering van de jongerenwerker en zijn of haar organisatie. Een profiel op Instagram is geschikt om aan burgers, ketenpartners, opdrachtgevers en vooral jongeren te laten zien wat jongerenwerkers doen.

Wat zijn de voordelen?

- + Veel jongeren maken intensief gebruik van het platform.
- + Door het open karakter – zeker ten opzichte van bijvoorbeeld Snapchat of Whatsapp – geeft het een waardevolle kijk op de belevingswereld van jongeren.

Wat zijn de nadelen?

- Ouders zijn (hoewel in mindere mate) ook op het platform aanwezig.
- Sommige informatie verdwijnt snel weer (zoals *Mijn verhaal*, dat maximaal 24 uur zichtbaar blijft).



YouTube is een platform waarop video's kunnen worden geplaatst die door anderen becommentarieerd, *geliket* of *gedislikt* kunnen worden. Het platform wordt door jongeren veel gebruikt voor het kijken van videoclips of het luisteren naar muziek. In sommige gevallen posten jongeren zelf video's op YouTube. Vaak zijn dit jongeren die zich bezighouden met het produceren van muziek of het maken van vlogs. Deze muziek biedt jongeren een kader waarbinnen zij hun nagestreefde straatimago kunnen uitdragen; zowel de teksten als de videoclips van hiphopnummers bieden jongeren de mogelijkheid zich voor te doen als 'jongens of meisjes van de straat'.

Wat is de doelgroep?

De doelgroep bestaat voornamelijk uit jongeren. Organisaties kunnen YouTube inzetten om ouders, bewoners en ketenpartners te bereiken.

Waarvoor kunnen jongerenwerkers het gebruiken?

Jongerenwerkers kunnen YouTube gebruiken om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen binnen de straatcultuur en jongerencultuur in bredere zin. Opgedane inzichten in wat jongeren bezighoudt kunnen helpen in het contact met jongeren en kunnen bijvoorbeeld aanleiding vormen om iets offline te bespreken. Omdat YouTube (in tegenstelling tot bijvoorbeeld Instagram of Snapchat) geen beperking kent wat betreft de duur van de video's, is het platform geschikt om de eigen organisatie te profileren. YouTube kan dienen als verzamelplek van videomateriaal waar vanaf andere sociale mediaplatforms naartoe kan worden gelinkt. Zo kan een promotievideo worden geplaatst op YouTube en er vervolgens vanaf Instagram, Facebook en LinkedIn naar verwezen worden.

Wat zijn de voordelen?

- + Het platform heeft een vrij open karakter. Video's, comments en likes kunnen vrijwel zonder beperking door iedereen worden gezien.
- + De video's (met name hiphop videoclips) op het platform geven een goed beeld van (aankomende) trends onder jongeren.

Wat zijn de nadelen?

- Het platform biedt weinig informatie over de gebruikers, ten opzichte van andere sociale media als Instagram en Facebook. Op YouTube draait het om de content en niet zozeer om de profielen van gebruikers.



Facebook is een platform waarop gebruikers een profiel kunnen aanmaken met persoonlijke informatie (zoals hun geboortedatum, hobby's en relatiestatus), een vriendenlijst en waarop ze foto's en video's kunnen plaatsen. Gebruikers kunnen groepen, bedrijven of personen volgen waarin zij geïnteresseerd zijn. Hoewel Facebook met meer dan 2 miljard actieve gebruikers nog steeds erg populair is, daalt het gebruik onder jongeren al jaren. Jongeren die nog wel gebruik maken van Facebook, doen dit vaak om de hoogte te blijven van evenementen, deel uit te blijven maken van specifieke Facebookgroepen of om profielen te bekijken. Jongeren gebruiken Facebook steeds minder om zichzelf te profileren.

Wie is de doelgroep?

De doelgroep van jongerenwerkers op Facebook zijn voornamelijk ouders, buurtbewoners en ketenpartners.

Waarvoor kunnen jongerenwerkers het gebruiken?

Waar jongeren Facebook steeds meer inruilen voor platforms als Snapchat en Instagram, blijft het platform onder volwassenen populair. Jongerenwerkers kunnen zich via Facebook dan ook met name richten op ouders, buurtbewoners en ketenpartners. Het platform leent zich bij uitstek voor het zichtbaar maken van het werk en het informeren van en contact onderhouden met bovengenoemde doelgroepen. Facebook kan worden gebruikt voor het promoten van evenementen of activiteiten, het voeren of aanwakkeren van discussies en om bewoners op de hoogte te brengen van recente ontwikkelingen in de buurt. Bovendien beschouwen buurtbewoners en ouders Facebook als een laagdrempelig platform voor het leggen van contact.

Wat zijn de voordelen?

- + Veel volwassenen maken gebruik van het platform.
- + Omdat jongeren veel minder gebruik maken van Facebook, kunnen de boodschappen op dit platform (in taal en vorm) heel duidelijk gericht worden op volwassenen.
- + Het platform is redelijk openbaar.
- + Veel mensen gebruiken op Facebook hun eigen naam, wat gericht zoeken makkelijker maakt dan op andere platforms.

Wat zijn de nadelen?

- Jongeren zijn steeds minder te vinden op dit platform.
- Het platform komt regelmatig in het nieuws vanwege privacy-schendingen, wat bij zakelijk gebruik van het platform ook een afweging kan zijn.



SNAPCHAT

Snapchat is een platform waarmee foto's en korte video's verstuurd worden. Anders dan bijvoorbeeld Instagram, draait het bij Snapchat niet zozeer om iemands profiel. Er bestaat geen pagina met gegevens en beeldmateriaal van een specifiek account, maar foto's en video's verdwijnen na maximaal 10 seconden na ontvangst. Dit maakt het platform ogenschijnlijk ideaal voor bijvoorbeeld sexting. Aangezien foto's wel degelijk kunnen worden opgeslagen, is deze 'tijdelijkheid' een vorm van schijnveiligheid. Belangrijk op Snapchat zijn zogenaamde *streaks* – reeksen van dagen waarop gebruikers minimaal één foto met elkaar uitwisselen – waarmee jongeren hun (vriendschaps)relaties bevestigen. Omdat jongeren deze streaks niet willen laten sneuvelen, gebruiken veel jongeren iedere dag Snapchat.

Bij Snapchat draait het, meer dan bij andere platforms, om intieme communicatie die grotendeels voor buitenstaanders verborgen blijft. Ook Snapchat heeft een functie waarop gebruikers bepaalde content voor maximaal 24 uur delen met een selectie van volgers. Sinds een aantal jaar kent de app ook de functie *Snap Kaart*. Daarop kunnen gebruikers zien waar hun contacten zich begeven.

Wie is de doelgroep?

De doelgroep op Snapchat bestaat vrijwel uitsluitend uit jongeren.

Waarvoor kunnen jongerenwerkers het gebruiken?

Jongerenwerkers kunnen Snapchat gebruiken om jongeren te bereiken. Het platform is geschikt voor het aankondigen van activiteiten, het delen van vacatures of het verspreiden van andere boodschappen. Bovendien kun je op Snapchat zien wie het bericht heeft gezien. Naast voor het zenden van informatie, kan Snapchat ook gebruikt worden om de informatiepositie te versterken. Met name de *verhalen* die 24 uur lang zichtbaar blijven leveren vaak waardevolle inzichten op over de belevingswereld van jongeren. Daarnaast kan de Snap Kaart, waarop de locatie van gebruikers zichtbaar is, gebruikt worden voor het gericht lopen van ambulante rondes in de wijk of om zelf meer zichtbaar te zijn in de wijk. Bijkomend voordeel van het gebruik van Snapchat is dat het de toegankelijkheid van jongerenwerkers vergroot. Het feit dat een jongerenwerker zich weet te redden op Snapchat – wat bij uitstek wordt gezien als 'hun' platform – maakt dat jongeren eerder het gevoel hebben met vragen gerelateerd aan sociale media bij de jongerenwerker terecht kunnen.

Wat zijn de voordelen?

- + Het platform wordt ontzettend veel gebruikt door jongeren. Ze zijn vaak online en delen veel materiaal.
- + Het contact via Snapchat wordt door jongeren misschien wel als het meest laagdrempelig gezien.
- + De locatiefunctie (Snap Kaart) geeft zicht op de fysieke locatie van jongeren en heeft daardoor grote voordelen voor ambulant jongerenwerkers.

Wat zijn de nadelen?

- Het platform heeft een erg gesloten karakter. Een groot gedeelte van wat jongeren op Snapchat doen blijkt voor jongerenwerkers verborgen.
- Het platform is redelijk onoverzichtelijk. Er is veel versnipperd materiaal.
- Het vinden van (offline) bekende jongeren op Snapchat is moeilijk, omdat men geen profiel heeft. Jongerenwerkers moeten echt om het account van de jongeren vragen.

5. Kaders voor jongerenwerkers

Veel jongerenwerkers ervaren handelingsverlegenheid in het werken in de online wereld. Online jongerenwerk is geen aparte methodiek, maar een aanvulling op het traditionele (ambulante) jongerenwerk. In de kern verschillen online en offline niet veel van elkaar. De beoogde doelen en taken zijn hetzelfde. Desondanks gelden in de online wereld andere principes en is er een andere dynamiek die om een aangepaste manier van werken vraagt.

Verschillen tussen on- en offline jongerenwerk

Online		Offline
Er zijn geen fysieke grenzen waardoor een jongerenwerker in korte tijd en onafhankelijk van de fysieke aanwezigheid van jongeren zich een compleet beeld kan vormen van de online leefwereld van jongeren.	Fysieke grenzen	Er zijn fysieke grenzen waardoor het rondkijken in de wijk zichtbaar is. Een jongerenwerker kan slechts op één plek tegelijk zijn en is afhankelijk van de aanwezigheid van de jongere(n) op dat moment
Het is niet mogelijk om een persoon en de non-verbale uitingen (emoties of gezichtsuitdrukkingen) te zien, waardoor dingen soms anders geïnterpreteerd worden.	Non-verbale uitingen	Het is mogelijk om de non-verbale uitingen te zien (emoties en gezichtsuitdrukkingen). Non-verbale communicatie is ondersteunend aan woorden, wat verkeerde interpretaties kan voorkomen.
Contact is niet <i>realtime</i> ¹¹ , waardoor het mogelijk is dat iemand later reageert. Ook stopt het gesprek niet per se wanneer één van de deelnemers besluit niet meer te reageren. De ander kan berichten blijven sturen.	Realtime contact	Contact is <i>realtime</i> , waardoor iemand direct reageert op vragen of opmerkingen. Het gesprek stopt op het moment dat beide personen besluiten om het gesprek af te sluiten.
Het is niet (altijd) mogelijk om te zien met wie men spreekt. Iemand kan zich als een ander voordoen en er kunnen anderen meekijken zonder dat de ander dat doorheeft.	Identificatie	Het is mogelijk om de persoon met wie men spreekt te zien en het is zichtbaar als anderen meeluisteren.
Jongeren ervaren minder drempels om zich ongenueanceerd uit te laten. Hierdoor worden ideeën en gevoelens eerder zichtbaar, maar bestaat ook eerder de kans tot escalatie.	Uiten van mening	Jongeren ervaren drempels om zich nadrukkelijk uit te laten over onderwerpen. Hierdoor zijn er minder heftige reacties, maar blijven veel dingen ook ongezien. ¹²
Iets wat online gedeeld wordt, verdwijnt vaak niet meer. Een screenshot ¹³ of andersoortige opname is snel gemaakt, waarna het vaak erg lastig is deze volledig van het internet te verwijderen.	Opslaan van uitingen	Dingen die men zegt of laat zien verdwijnen vaak na verloop van tijd in de herinnering van mensen. Aan de andere kant worden – met het veelvuldig gebruik van smartphones – ook op straat veel momenten en interacties gefotografeerd of opgenomen door jongeren.

¹¹ Realtime: directe communicatie. Hierbij vindt het uitwisselen van tekst, geluid en/of beeld zonder wachttijden plaats.

¹² Het strikte onderscheid tussen de online en offline wereld is lastig te maken bij het uiten van meningen, omdat de druk die jongeren online ervaren als ze bijvoorbeeld worden uitgedaagd tot offline tot heftigere confrontaties kan leiden.

¹³ Een screenshot is een afbeelding van een momentopname van wat er zichtbaar is op het beeldscherm van een telefoon, computer of laptop.

Wisselingwerking tussen on- en offline werken

Online jongerenwerk is een aanvulling en verbreding van het reguliere (ambulante) jongerenwerk. Het principe van jongerenwerk is dat de jongerenwerkers (kwetsbare) jongeren opzoeken in omgevingen waarin zij hun tijd doorbrengen. Doordat jongeren een groot gedeelte van hun tijd doorbrengen op sociale media, is dit een nieuwe vind- en werkplaats voor (ambulante) jongerenwerkers. De uitgangspunten en doelen van het werk zijn online en offline gelijk, ondanks de verschillen die er tussen de online- en offline wereld zijn. Het werken in de online wereld vraagt echter wel om aanvullende competenties.

Jongerenwerkers weten als geen ander hoe het (offline) ambt van jongerenwerker dient te worden ingevuld. Centraal binnen online jongerenwerk staat daarom *de spiegel tussen on- en offline werken*, vanuit het idee dat jongerenwerkers de professionaliteit die zij nodig hebben om online actief te zijn reeds bezitten. Met de juiste kennis, inzichten en handvatten kunnen jongerenwerkers in combinatie met hun eigen professionaliteit de online wereld integraal onderdeel van hun werk maken. De stelregel is: doe online (niet) wat je offline ook (niet) zou doen. Het kader waarbinnen jongerenwerkers online te werk gaan wordt gevormd door twee belangrijke regels:

1. Zorg dat je online te allen tijde herkenbaar als jongerenwerker actief bent.

Op straat zal geen enkele bewoner of ketenpartner vraagtekens zetten bij het feit dat een jongerenwerker gezien wordt met jongeren. Zij begrijpen dat dit contact voortkomt uit het werk van de jongerenwerker en dat de jongerenwerker bezig is om de jongeren perspectief te bieden, te begeleiden of positief te beïnvloeden. Dit inzicht staat of valt met het dragen van herkenbare kleding. Wanneer bewoners of partners een kledingstuk met de naam van de organisatie zien, weten zij voldoende. Ditzelfde geldt voor het online jongerenwerk. Het begrip van andere gebruikers staat of valt met hun herkenbaarheid als online jongerenwerker, ook online. Hier kan online vorm aan gegeven worden door op alle foto's (en in het bijzonder op de profielfoto) kleding van de organisatie te dragen. Daarnaast kan elke profielfoto, gebruikersnaam en bio¹⁴ voorzien worden van een verwijzing naar de organisatie, wat de herkenbaarheid en uniformiteit van de profielen ten goede komt.

Vuistregel/Stelregel

Doe online (niet) wat je offline ook (niet) zou doen.

Figuur 2 Voorbeelden Instagramprofielen van jongerenwerkers



¹⁴ Een bio is het gedeelte van een social mediaprofiel waarop gebruikers persoonlijke gegevens (zoals leeftijd, woonplaats etc.) kunnen vermelden. Het is een soort biografie.

2. Houd werk en privé gescheiden.

Voor een succesvolle en veilige uitoefening van online jongerenwerk is het belangrijk werk en privé gescheiden te houden. Om dit te bewerkstelligen is het nodig dat jongerenwerkers gescheiden profielen hebben. De privé- en werkprofielen van de jongerenwerkers staan volledig los van elkaar. Dit onderscheid is strikt en dit betekent dat jongerenwerkers geen jongeren uit de doelgroep of partners toelaten op hun privéprofiel en andersom geen familie, vrienden of andere privécontacten op hun werkprofiel. Om dit strikte onderscheid te waarborgen is het belangrijk dat jongerenwerkers gesloten profielen hebben. Hierdoor hebben zij de controle over wie toegang heeft tot hun profiel. Jongeren kunnen door de online aanwezigheid van jongerenwerkers verwachten dat zij altijd beschikbaar zijn. Het is daarom belangrijk dat een jongerenwerker voor zichzelf duidelijke grenzen stelt in de beschikbaarheid en dit helder communiceert naar jongeren. Dit geldt ook voor het reguliere jongerenwerk.

Bij het scheiden van werk- en privé zijn ook de online uitingen van belang. Deze online uitingen vallen uiteen in *content* (welke foto's en video's plaats je als jongerenwerker?) en *gedrag* (welke zaken like, deel, volg en becommentarieer je als jongerenwerker?). Een jongerenwerker dient zich bewust te zijn van zijn of haar functie en enkel content te plaatsen en gedrag te vertonen dat past bij de rol van jongerenwerker. Welke uitingen daar precies onder vallen, is moeilijk in regels te vatten. Gebruik daarvoor de eerder genoemde stelregel.

Offline hebben jongerenwerkers te maken met hetzelfde spanningsveld als online. In sommige gevallen gebruiken jongerenwerkers informatie uit hun eigen leven om aansluiting te vinden bij de belevingswereld van jongeren. Jongeren weten misschien bij welke voetbalclub de jongerenwerker voetbalt of naar welke muziek hij of zij luistert, maar niet waar de jongerenwerker woont en hoe zijn of haar partner eruitziet. Online gelden hierin wederom dezelfde afwegingen die jongerenwerkers ook in het offline werk maken.



6. Tips voor jongerenwerkers

Zorg dat je profiel..

- **gesloten is.** Bij voorkeur werken jongerenwerkers met een gesloten profiel (privé), zodat jongeren bij het versturen, dan wel accepteren van een vriendschapsverzoek bewust toestemming geven voor het feit dat je bepaalde informatie van hen kan inzien. Dit is belangrijk met het oog op privacy. Daarnaast geeft een gesloten profiel de mogelijkheid specifieke personen (tijdelijk) te weren van je profiel. Denk hierbij bijvoorbeeld aan familieleden (in het kader van het scheiden van werk en privé) of jongeren die op je profiel voor overlast zorgen. Bijkomend voordeel van het werken met gesloten profielen is dat jongeren eerder geneigd zijn je te volgen, omdat ze nieuwsgierig zijn naar wat er op jouw profiel gebeurt.
- **herkenbaar en betrouwbaar is.** Zorg ervoor dat gebruikers in één oogopslag zien dat dit profiel aan jou toebehoort en dat jij jongerenwerker bent. Dit bereik je door de organisatie waarvoor je werkt duidelijk te profileren en te zorgen voor een professionele uitstraling van je profiel.
- **uniform is.** Zorg dat de profielen van *jou* en je collega's op elkaar zijn afgestemd. Deze uniformiteit draagt bij aan de herkenbaarheid, betrouwbaarheid en professionaliteit van je profiel.
- **persoonlijk is.** Zorg dat gebruikers jou herkennen in de manier waarop je jezelf online presenteert. Dit betekent dat het belangrijk is dat je je online zoveel mogelijk hetzelfde voordoet als dat jongeren in het dagelijks leven van je gewend zijn. Het streven is om de manier waarop jongeren je offline kennen zo natuurlijk mogelijk te laten overvloeien in je online profiel.
- **aantrekkelijk is.** Zorg dat je jongeren iets te bieden hebt. Jongeren zijn eerder geïnteresseerd in een online connectie als ze een reden hebben om je te volgen. Een reden kan zijn dat je mooie foto's of leuke weetjes plaatst, evenementen aankondigt, vacatures deelt of andere praktische hulp aanreikt. Soms helpt het om je te verplaatsen in de jongeren en jezelf de vraag te stellen: zou ik mijzelf volgen als ik een jongere was?

Als je eenmaal online bent..

- wees je bewust van de spiegel tussen on- en offline domein: doe online (niet) wat je offline ook (niet) zou doen.
- draag uit dat je online actief bent: druk het op je visitekaartjes, zeg het tegen jongeren en plaats verwijzingen in de handtekening van je e-mail.
- zorg dat je niet alleen 'haalt', maar ook 'brengt'. Op het moment dat deze activiteiten niet in balans zijn haken jongeren af. Daarnaast loop je het risico dat jongeren het gevoel krijgen dat je alleen online bent om hen in de gaten te houden.
- besef dat 'brengen' meer inhoudt dan alleen informeren. Als iemand een vraag stelt, reageer daar op. Mensen die sociale media gebruiken, verwachten conversatie en reacties. Gebruik taal die boeiend en toegankelijk is voor de doelgroep.
- maak sociale media integraal onderdeel van je werk: zorg dat het gebruik van sociale media deel gaat uitmaken van je dagelijkse routine. Stel jezelf constant de vraag: 'kan ik hier sociale media bij inzetten?'.
- sta open voor verandering: sociale media veranderen en evolueren voortdurend. Vaak zijn jonge mensen beter op de hoogte van bepaalde tools en platforms dan jongerenwerkers. Wees bereid om van hen te leren.
- beschouw het online domein (op Facebook, Instagram, Snapchat of andere sociale media) altijd als 'publiekelijk'. Begrijp dat ongeacht het aantal volgers of jouw privacy-instellingen, alles wat je online publiceert, met een breder publiek gedeeld kan worden.

Omgaan met privacy

Als jongerenwerker kom je online en offline in aanraking met persoonlijke gegevens van jongeren en hun omgeving. Het gaat hierbij niet alleen om namen, adressen, telefoonnummers en foto's, maar ook om meer privacy-gevoelige gegevens, zoals strafrechtelijke of financiële gegevens en gegevens over gezondheid en hulpverleningshistorie. Het is van groot belang dat je als jongerenwerker zorgvuldig omgaat met de gegevens van de jongeren en hun familieleden. Dat is belangrijk voor het vertrouwen dat de jongere in je heeft, maar ook omdat je aan wettelijke regels gebonden bent als je persoonsgegevens verwerkt. Verwerken van persoonsgegevens omvat alles wat gedaan wordt met informatie over een persoon, mondeling of schriftelijk. Bij de verwerking van persoonsgegevens gelden een aantal basisregels, die altijd van belang zijn, maar wellicht extra naar voren komen in het werken in de online wereld.

Beeldmateriaal

Wanneer je op sociale media beeldmateriaal van een jongere wil plaatsen, is het belangrijk de jongere hierover te informeren en zijn of haar schriftelijke toestemming te vragen. Voor kinderen jonger dan 16 jaar dienen ouders toestemming te geven. Omdat het voor jongerenwerkers niet werkzaam is om altijd een stapel formulieren bij zich te hebben, wordt bij Stichting JOZ gebruik gemaakt van digitale toestemmingsformulieren. Jongeren (of hun ouders) kunnen deze formulieren digitaal ondertekenen, door bijvoorbeeld de markeerfunctie (op iPhones) te gebruiken. Je kunt jongeren (of ouders) de formulieren op jouw telefoon laten tekenen, maar je kunt ze ook digitaal toesturen en hun vragen ze terug te sturen.

Notities 8 augustus 2019 om 12:43

DIGITALE TOESTEMMINGSVERKLARING GEBRUIK BEELDMATERIAAL (<16)

Hierbij geeft "Ouder X" toestemming aan de medewerkers van Stichting JOZ om foto's van activiteiten en evenementen die Stichting JOZ (mede-)organiseert en waar zoon/dochter "X" herkenbaar op staat te mogen publiceren op social media en de website van Stichting JOZ ten behoeve van publiciteits- en wervingsdoelen voor de activiteiten en evenementen van Stichting JOZ.

Plaats: Rotterdam

Handtekening ouder/verzorger:

Betrokkene mag te allen tijde deze toestemming per direct intrekken door dit kenbaar te maken aan één van de medewerkers van Stichting JOZ. Stichting JOZ zal dan geen nieuw beeldmateriaal waarop betrokkene herkenbaar is afgebeeld meer publiceren.

Notities 8 augustus 2019 om 12:42

DIGITALE TOESTEMMINGSVERKLARING GEBRUIK BEELDMATERIAAL (>16)

Hierbij geeft "X" toestemming aan de medewerkers van Stichting JOZ om foto's van activiteiten en evenementen die Stichting JOZ (mede-)organiseert en waar hij of zij herkenbaar op staat te mogen publiceren op social media en de website van Stichting JOZ ten behoeve van publiciteits- en wervingsdoelen voor de activiteiten en evenementen van Stichting JOZ.

Plaats: Rotterdam

Handtekening:

Betrokkene mag te allen tijde deze toestemming per direct intrekken door dit kenbaar te maken aan één van de medewerkers van Stichting JOZ. Stichting JOZ zal dan geen nieuw beeldmateriaal waarop betrokkene herkenbaar is afgebeeld meer publiceren.

Handreiking gegevensuitwisseling

In deze handreiking staat alles wat u moet weten over de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), specifiek voor scholen, maar kan ook toegepast worden in meerdere domeinen.

www.nji.nl/nl/Wat-professionals-moeten-weten-over-privacy-bij-samenwerking-onderwijs-jeugdhulp-bestand.pdf

Praktijkvoorbeeld: Instaclean

De Online Jongerenwerkers (OJ's) van Stichting JOZ zijn aanwezig in het online domein om daar – net als op straat – contact te leggen met jongeren. Tijdens hun aanwezigheid op Instagram valt het hen op wat er aan schadelijke content voorbij komt op sociale media. Zo worden er drugs, wapens, vuurwerk en nepgeld aangeboden en is er sprake van exposing, vechtfilmpjes en andere gewelddadige uitingen. Veel van deze content gaat in tegen de gebruikersrichtlijnen van Instagram en zou dus niet eens op het platform mogen circuleren. Vier keer per jaar voeren deze jongerenwerkers 'Project Instaclean' uit, waarbij ze een lijst maken van verschillende accounts waarvan gedacht wordt dat ze ingaan tegen de voorgeschreven gedragsregels. Deze lijst delen ze op in categorieën (zoals 'geweld', 'exposing' en 'drugs') en sturen ze vervolgens door naar hun contactpersoon bij Facebook, het moederbedrijf van Instagram. Medewerkers van Facebook beslissen vervolgens of de accounts tegen de gebruikersrichtlijnen ingaan en sluiten deze accounts. Op deze manier proberen de Online Jongerenwerkers van Stichting JOZ het online domein schoon en veilig te houden.

Project Instaclean als taakstraf

Stichting JOZ is verantwoordelijk voor de begeleiding van een deel van de taakstraffen in Rotterdam. Jongerenwerkers ondersteunen jongeren die hun taakstraf uitvoeren en proberen op die manier een duurzame gedragsverandering tot stand te brengen. Vanaf 2019 helpen jongeren met een taakstraf, die een online delict hebben gepleegd, met Project Instaclean. Deze handelingen worden gezien als een moderne variant van 'prikken', waarbij het vooral gaat om het schoonhouden van de buitenruimte. Door jongeren een rol te geven in het schoon en veilig houden van de 'online buitenruimte', krijgen zij een straf die raakvlak heeft met het delict waarvoor de taakstraf is opgelegd. Jongeren laten meehelpen bij het opschonen van Instagram biedt daarmee talloze mogelijkheden voor het bijbrengen van bewustwording, het wijzen op gevaren en het voeren van gesprekken over het veilig gebruikmaken van sociale media. Door bij te dragen aan Project Instaclean leveren jongeren daadwerkelijk een bijdrage aan de veiligheid en leefbaarheid van hun eigen stad en sluit de taakstraf wat betreft bewustwording beter aan dan een klassieke taakstraf.

7. Beleid en strategie

Voor jongerenwerkorganisaties is het belangrijk om beleid op te stellen rondom de werkwijze van jongerenwerkers in de online wereld. Uniformiteit is hierbij belangrijk zodat jongerenwerkers op dezelfde manier te werk gaan en zij de gestelde doelen behalen. Voor jongerenwerkers scheppen deze kaders duidelijkheid en een gevoel van ondersteuning door de organisatie. Hoewel elke organisatie haar eigen doel en focus heeft, zijn er algemene principes die kunnen helpen bij de ontwikkeling van beleid en strategie voor online jongerenwerk.

Erken het belang

Om jongerenwerkers te ondersteunen in hun werk dient het management te erkennen dat jongerenwerkers vandaag de dag de online wereld wel tot hun werkgebied moeten rekenen en dat het werken in de online wereld bijdraagt aan het behalen van de doelen van het jongerenwerk. De erkenning van het belang (of noodzaak) resulteert in het geven van urgentie aan de implementatie van online jongerenwerk en het faciliteren van de jongerenwerkers om dit werk gedegen uit te voeren (met tijd, middelen en kaders).

'Investeer zelf in online jongerenwerk en overtuig de partners en opdrachtgever door concrete resultaten te laten zien'

Nadia Barquioua - Directeur JOZ

Financiering van online jongerenwerk

In de meeste gevallen is de gemeente de opdrachtgever van het jongerenwerk.¹⁵ Zij financieren de inzet van het jongerenwerk en sturen vaak ook aan op de doelen die het jongerenwerk dient te bereiken. Als jongerenwerkorganisatie is het belangrijk om zelf te bepalen hoe je die doelen wilt behalen en wat daarvoor nodig is. Omdat online jongerenwerk veel kan opleveren in het contact met jongeren, het doorgronden van de belevingswereld, vroegsignalering en profilering, zou het goed zijn om een deel van de inzet en het budget hiervoor in te zetten. Vaak zal een opdrachtgever hier vragen over hebben omdat online jongerenwerk minder (fysiek) zichtbaar is dan

de inzet van jongerenwerkers op het jongerencentrum of op straat. Ook kan de opdrachtgever vragen hebben over wat online jongerenwerk oplevert. Bij de implementatie van online jongerenwerk is het van belang om eerst zelf een deel van het budget (bijvoorbeeld vanuit budget voor innovatie) beschikbaar te stellen voor de uren die jongerenwerkers gaan besteden aan sociale media. Als de opdrachtgever ziet dat online jongerenwerk bijdraagt aan de doelen, dan zal het draagvlak toenemen en het voor de opdrachtgever makkelijker worden om hiervoor budget vrij te maken.

Visie en doelen

Voordat men start met online jongerenwerk is het allereerst belangrijk dat er een heldere visie is op het 'offline' jongerenwerk. Wat is goed jongerenwerk en waar draagt het aan bij? Deze offline visie geldt als uitgangspunt voor de online activiteiten van jongerenwerkers. Het belangrijkste gegeven van online jongerenwerk is namelijk dat de jongerenwerkers online in essentie hetzelfde doen als offline, met inachtneming van het verschil in dynamiek tussen de online en offline wereld (zie hoofdstuk 4). Een goed uitgewerkte visie, met heldere doelen en kaders geeft duidelijkheid en houvast voor zowel de organisatie als de jongerenwerkers.

Voortbouwend op de offline visie is het belangrijk een visie te ontwikkelen op online jongerenwerk. Hoe kan het gebruik van sociale media bijdragen aan de doelen van het jongerenwerk? Onthoud dat sociale media geen intrinsieke waarde hebben, maar enkel waardevol zijn als deze de doelen en taken van het jongerenwerk ondersteunen. Het stellen van doelen en het evalueren hiervan kan de impact van online jongerenwerk

¹⁵ De Meere & Stoutjesdijk (2019).

onderbouwen en benadrukken. De opgestelde doelen dienen zowel meetbaar als haalbaar te zijn. Zodra de doelen zijn gesteld, kan de realisatie ervan worden gewaarborgd, bijvoorbeeld door de introductie van richtlijnen en kaders die de jongerenwerkers ondersteunen en genoeg ruimte laten voor de vrijheid en creativiteit van jongerenwerkers.

Inspelen op ontwikkelingen in (het gebruik van) sociale media

Om een visie en strategie vorm te geven dienen de meest recente ontwikkelingen op het gebied van sociale media en de veranderende manier waarop jongeren gebruik maken van deze media in kaart gebracht worden. Wat zijn mogelijkheden en beperkingen van de huidige platforms? Verzamel hierbij informatie onder jongeren over hoe zij sociale media gebruiken of raadpleeg bestaande onderzoeken.

Tip: Nationaal Social Media Onderzoek

Newcom onderzoekt sinds 2010 het gebruik van sociale media en de trends hierin. Met een hoge respons geeft dit onderzoek een goed beeld van het sociale media gebruik in Nederland (ook onder jongeren): www.newcom.nl/downloads/Newcom_Nationaal_Social-Media_Onderzoek_2019.pdf

Middelen

Om online jongerenwerk goed uit te voeren is het noodzakelijk dat de jongerenwerkers gefaciliteerd worden. Het grootste struikelblok om online jongerenwerk uit te voeren, is vaak een gebrek aan tijd. Voor implementatie van online jongerenwerk dient het management bereid te zijn om jongerenwerkers in staat te stellen een gedeelte van hun werkweek (bij voorkeur 25 procent¹⁶) te besteden aan sociale media. Dit is enkel mogelijk wanneer de toegevoegde waarde van het werken in de online wereld wordt gezien en ervaren door het management en de opdrachtgever. Ook dienen de jongerenwerkers te beschikken over het juiste materiaal. Daarbij zijn een moderne werktelefoon en een goed werkende laptop (die eventueel kan worden gedeeld onder verschillende jongerenwerkers) een must.

Kwaliteit en competenties van de jongerenwerkers

De slagingskans van de implementatie van online jongerenwerk valt of staat met de kwaliteit en competenties van de jongerenwerkers. Hoewel online jongerenwerk in essentie

niet veel verschilt van regulier jongerenwerk, vraagt het wel om andere of aanvullende competenties.¹⁷ Deze competenties zijn zowel bij de werving als bij de persoonlijke ontwikkeling van jongerenwerkers van belang. Bij het samenstellen van een team dat online jongerenwerk gaat uitvoeren is het van belang dat er gestuurd wordt op het bezitten of verwerven van de juiste competenties. Het uitvoeren van online jongerenwerk betekent niet dat de jongerenwerkers alles hoeven te weten van technologie en digitale media. Jongerenwerkers moeten het verband begrijpen tussen de doelen van het jongerenwerk en de inzet van sociale media binnen het multi-methodisch handelen.¹⁸ Kortom, een jongerenwerker die in de online wereld wil werken, dient te beschikken over de volgende competenties:

Kennis van en gebruik van sociale media in aanvulling op offline activiteiten

Bij de uitvoering van online jongerenwerk is het van belang om sociale media in te zetten als instrumenten om gestelde doelstellingen te behalen.

De jongerenwerker:

- zet sociale media in als verlengstuk van reguliere ‘offline’ activiteiten en relaties;
- zet sociale media in als aanvulling op offline activiteiten om gestelde doelstellingen te bereiken;
- is actief op platforms waar de doelgroep zich bevindt (bijv. Instagram, Snapchat, Facebook);
- Heeft kennis van sociale media. Weet hoe de verschillende platforms van sociale media werken en op welke manier jongeren het gebruiken;
- is online laagdrempelig benaderbaar met een herkenbare en betrouwbare uitstraling;
- Weet op een tactvolle manier in te schatten welke informatie bruikbaar of relevant is en op welke manier deze toegepast kan worden.

Signaleren en filteren

In de online wereld komt veel informatie voorbij die inzicht kan geven in de leefwereld van jongeren. Alertheid is vereist om deze informatie op een goede manier te gebruiken.

De jongerenwerker:

- houdt zicht op wat er onder de doelgroep leeft en speelt;
- is alert op afwijkende signalen, trends en ontwikkelingen zowel positief als negatief;

¹⁶ Vanuit ervaring blijkt dat het nodig is om ongeveer 1/4 van de werktijd te besteden aan sociale media om een goed beeld te krijgen van de online leefwereld van jongeren en om online voldoende in contact te komen met de doelgroep.

¹⁷ Hartman - Van der Laan (2019).

¹⁸ Metz & Sonneveld (2018).

- geeft duiding aan online informatie op basis van offline kennis en kennis van de online dynamiek;
- initieert activiteiten naar aanleiding van online signalen waarbij actie/reactie wenselijk is;
- houdt actief trends en ontwikkelingen in de gaten om up-to-date te blijven van de huidige en nieuwe sociale mediaplatforms, de onderliggende dynamiek en instellingen die zoekresultaten kunnen beïnvloeden.
- is zich bewust van de algoritmes en instellingen van sociale media die invloed hebben op de content die getoond wordt in de feed.¹⁹
- heeft kennis van de digitale- en straatcultuur: affiniteit en gevoel met het mediagebruik van jongeren in het algemeen (bijvoorbeeld memes, hypes en challenges) en in het bijzonder die van de straat (taal, gebruiken, manieren van profilering en omgangsvormen).

Nauwkeurig

In een online wereld waarin informatie altijd en voor iedereen zichtbaar is, is het essentieel dat de jongerenwerker nauwkeurig te werk gaat.

De jongerenwerker:

- beheerst de Nederlandse taal goed en kan passend schrijven. Bij het overbrengen van informatie op sociale media is het van essentieel belang dat dit in correct Nederlands gebeurt, zowel in woord als in geschrift;
- is nauwkeurig in de informatie die hij publiceert;
- gaat betrouwbaar om met gevoelige informatie van jongeren.

Samenwerken

Net als in de offline wereld is samenwerken voor jongerenwerkers van steeds groter belang. Bij het werken in de online wereld krijgt de jongerenwerker te maken met nieuwe samenwerkingsvraagstukken. De jongerenwerker zal door collega's en partners worden benaderd met uiteenlopende verzoeken ('kun jij eens kijken wat je online terugziet over die vechtpartij die gisteren plaatsvond?'). Met het oog op de informatieoverdracht is het essentieel dat de jongerenwerker in staat is duidelijk te communiceren met collega's en partners.

De jongerenwerker:

- informeert collega's en ketenpartners over relevante trends, ontwikkelingen en signalen;
- verstevigt online activiteiten van ketenpartners;
- is communicatief vaardig. Ook contact met instanties als de gemeente en politie zal (in de meest ideale situatie)

veelvuldig voorkomen, waardoor goede communicatieve vaardigheden vereist zijn.

Nieuwsgierig

Het is belangrijk dat een jongerenwerker beschikt over een gezonde dosis nieuwsgierigheid. Hij of zij dient oprecht geïnteresseerd te zijn in de online wereld en gefocust te zijn op het behalen van aansprekende resultaten. Dit betekent in de praktijk dat de jongerenwerker uit zichzelf het online domein opzoekt en niet alleen vraaggestuurd te werk gaat. Daarnaast verandert de online wereld in een rap tempo en is het nodig om constant, samen met jongeren, op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen in de online leefwereld.

Privacy

Net als in het reguliere jongerenwerk, komt een jongerenwerker door online jongerenwerk in aanraking met gevoelige informatie van jongeren. In de online wereld komt een jongerenwerker wellicht zelfs met meer informatie in aanraking. Daarom is het belangrijk dat jongerenwerkers weten hoe ze moeten omgaan met persoonsgegevens. Het management dient de jongerenwerkers te voorzien van heldere kaders. Het moet duidelijk zijn hoe met de privacy van jongeren wordt omgegaan en welke informatie al dan niet, op welke manier en wanneer met partners wordt gedeeld. Goede afspraken hierover in de offline wereld bieden ook houvast voor het werken in de online wereld.

Handreiking gegevensuitwisseling

In deze handreiking staat alles wat u moet weten over de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), specifiek voor scholen, maar kan ook toegepast worden in meerdere domeinen.

<https://www.nji.nl/nl/Download-Nji/Publicatie-Nji/Handreiking-gegevensuitwisseling.pdf>

¹⁹ De 'feed' is het startscherm van verschillende platforms waarin alle statusupdates (foto's, video's etc.) staan van andere gevolgde accounts.

CHECKLIST INTERNE RANDVOORWAARDEN

- Visie:** Zorg voor een gedegen, heldere visie op jongerenwerk als uitgangspunt voor de online activiteiten van de organisatie.
- Evaluatie:** Evalueer regelmatig het beleid op het gebied van online jongerenwerk op basis van de laatste ontwikkeling in sociale media. Zie het beleid en de strategie als levende documenten en evalueer minimaal eens in de zes maanden. De online omgeving – inclusief privacy-instellingen – verandert immers constant.
- Kwaliteit:** Stel kwalitatief goede jongerenwerkers aan met de juiste competenties en zet in op het (verder) ontwikkelen van deze competenties.
- Privacy:** Zorg dat binnen de organisatie duidelijke afspraken zijn gemaakt over hoe met de privacy van jongeren wordt omgegaan en welke informatie wel en niet met partners wordt gedeeld.
- Middelen:** Faciliteer de jongerenwerkers in tijd en materiaal.
- Belang:** Erken het belang van het werken in de online wereld en zie het als een prioriteit.



Bronnenlijst

- Bosdriesz, M. (2019). [Handreiking gegevensuitwisseling](#). Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut.
- Braam, H., Kromontono, E., Distelbrink, M., & Visser, M. (2008). [Nieuwe communicatie in het jongerenwerk: Inzet en mogelijkheden van MSN in het jongerenwerk in de gemeente Hoorn](#). Utrecht: Verwey Jonker Instituut.
- De Meere, F., & Stoutjesdijk, F. (2019). [Náást de jongeren. De staat van professioneel jongerenwerk in Nederland](#). Utrecht: Verwey-Jonker Instituut.
- EU Expert Group. (2018). [Developing digital youth work](#).
- Hartman- Van der Laan, M. (2019). *Sociaal werk in de digitale samenleving*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- HBSC. (2017). [Gezondheid en Welzijn van jongeren in Nederland](#).
- Kiviniemi & Tuominen. (2017). [Digital youth work: A Finnish perspective](#). Helsinki: Verke.
- Koekenbier, M., & Lubbe, R. (2017). [Jongeren meer dan drie uur per dag op de smartphone](#).
- Metz, J., & Sonneveld, J. (2018). [Methodisch werken binnen het jongerenwerk](#). Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam, Amsterdams Kenniscentrum voor Maatschappelijke Innovatie.
- Newcom. (2019). [Nationaal Social Media Onderzoek 2019](#).
- Sonneveld, J., Metz, J., & Koops, K (2013). *Methodiekbeschrijving Ambulant Jongerenwerk. Aflevering 2 Portfolio Jongerenwerk*. Meppel: Edu'Actief.
- Valkenburg, P. (2014). *Schermgaande jeugd: over jeugd en media*. Amsterdam: Uitgeverij Prometheus.
- Valkestijn, M., Hilverdink, P., Bakker, P.P. en Metz, J. (2015). [Jongerenwerk in beeld](#). Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut.
- Vossen, H. G., & Valkenburg, P. M. (2016). Do social media foster or curtail adolescents' empathy? A longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, 63, 118-124.



**Nederlands
Jeugdinstituut**



Nederlands Jeugdinstituut

Postbus 19221
3501 DE Utrecht

T 030 230 6344

E info@nji.nl

www.nji.nl