



19 JANUARI 2023

# UITBUITING EN SOCIALE MEDIA

ONDER JONGEREN

Jacky Dirksen, 1054385  
Rachelle van Stiphout, 1065058  
Caitlin Valies, 0963742  
Evi Welten, 1056221

## Voorwoord

Voor u ligt het legitimeringsrapport betreft het onderzoek op welke manier de bewustwording ten opzichte van seksuele en criminele uitbuiting kan worden vergroot onder jongeren door middel van sociale media. Het onderzoek is uitgevoerd in de periode september 2022 tot januari 2023. Het project is verricht in opdracht van de minor Mensenhandel, Hogeschool Rotterdam.

Graag willen wij Gusta Bouwman-Verboom bedanken voor de prachtige opzet van de minor. Verder willen wij Kim Tjin-A-Koeng bedanken voor de ondersteuning en begeleiding tijdens het project. Daarnaast willen wij de organisatie CoMensha bedanken voor de samenwerking en de informatie die zij aan ons hebben toevertrouwd. En tot slot willen wij het docententeam bedanken voor de ondersteuning.

Het project is uitgevoerd door studenten van de opleidingen Integrale Veiligheidskunde en Social Work. Middels het project en het schrijven van dit legitimeringsrapport zijn wij tot nieuwe inzichten gekomen en hebben wij nieuwe kennis opgedaan. Het was een leerzaam proces en het biedt ons een goede voorbereiding op ons toekomstige werkveld.

Wij wensen u veel leesplezier toe.

Jacky Dirksen, Rachelle van Stiphout, Caitlin Valies en Evi Welten

Rotterdam, 18 januari 2023

## Inhoudsopgave

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Voorwoord .....                                          | 1  |
| 1. Onderzoeksopzet.....                                  | 3  |
| 1.1 Aanleiding.....                                      | 3  |
| 1.2 Hoofd- en deelvragen .....                           | 3  |
| 1.3 Doelstelling projectgroep .....                      | 3  |
| 1.4 Afbakening.....                                      | 3  |
| 2. Theoretisch kader .....                               | 4  |
| 2.1 Sociale media.....                                   | 4  |
| 2.2 TikTok .....                                         | 5  |
| 3. Product .....                                         | 7  |
| 4. Samenwerkingen .....                                  | 8  |
| 5. Resultaten.....                                       | 10 |
| 6. Conclusie .....                                       | 13 |
| 7. Persoonlijke conclusie .....                          | 14 |
| 8. Bibliografie.....                                     | 16 |
| 9. Bijlagen .....                                        | 18 |
| 9.1 Theoretisch kader .....                              | 18 |
| 9.1.1 Seksueel misbruik.....                             | 18 |
| 9.1.2 Criminele uitbuiting .....                         | 25 |
| 9.2 Resultaten enquête .....                             | 27 |
| 9.3 Digitale poster .....                                | 28 |
| 9.4 Beoordeling van het groepsproces door studenten..... | 29 |
| 9.4.1 Jacky Dirksen .....                                | 29 |
| 9.4.2 Rachelle van Stiphout.....                         | 30 |
| 9.4.3 Caitlin Valies .....                               | 31 |
| 9.4.4 Evi Welten .....                                   | 32 |

# 1. Onderzoeksopzet

## 1.1 Aanleiding

Mensen zijn niet tot nauwelijks bewust van wat het fenomeen ‘mensenhandel’ inhoudt en hoe kwalijk het is, terwijl het veel en overal in Nederland plaatsvindt. Uit de praktijk blijkt dat de maatschappij eerder hun kop in het zand steekt dan daadwerkelijk actie onderneemt. De leeftijd van slachtoffers van mensenhandel kunnen erg jong zijn. Zo is gemiddeld 34% van de gemelde slachtoffers van mensenhandel jonger dan 23 jaar (Nationaal Rapporteur Mensenhandel en Seksueel Geweld tegen Kinderen-b, 2021). Slachtoffers kunnen op een jonge leeftijd op meerdere manieren geronseld worden. Om jongeren bewust te maken over criminele en seksuele uitbuiting is er onderzoek gedaan naar de rol van sociale media bij bewustwording, welke sociale media erin kunnen worden gezet hierbij en op welke manier.

## 1.2 Hoofd- en deelvragen

### Hoofdvraag

Hoe kunnen jongeren bewustgemaakt worden over criminele en seksuele uitbuiting door middel van sociale media?

### Deelvragen

1. Wat is criminele en seksuele uitbuiting?
2. Welke rol speelt sociale media bij bewustwording?
3. Via welk sociale media platform kunnen jongeren het beste bereikt worden, om ze bewust te maken over criminele en seksuele uitbuiting, en hoe kan deze worden ingezet?

## 1.3 Doelstelling projectgroep

Het in kaart brengen op welke manier de bewustwording ten opzichte van seksuele en criminele uitbuiting kan worden vergroot onder jongeren door middel van sociale media, resulterend in een product, legitimeringsrapport en folder.

## 1.4 Afbakening

Het product van dit onderzoek is een educatief TikTok account. Dit onderzoek focust zich op twee van de vier mensenhandel vormen, namelijk: seksuele en criminele uitbuiting. Daarnaast staat de focus van het eindproduct op bewustzijn creëren bij jongeren die de Nederlandse taal spreken.

## 2. Theoretisch kader

Mensenhandel is een begrip waar veel bij komt kijken. Om antwoord te geven op de hoofdvraag "Hoe kunnen jongeren bewustgemaakt worden over criminele en seksuele uitbuiting door middel van sociale media?" Is het belangrijk om eerst te begrijpen waar het daadwerkelijk over gaat en wat er allemaal bij komt kijken.

Hoofdstuk Bijlagen, bijlage 9.1.1 en 9.1.2, geven antwoord op deelvraag 1 "Wat is seksuele en criminele uitbuiting?". Tot slot wordt er in dit hoofdstuk antwoord gegeven in paragraaf 2.1 op deelvraag 2 "Welke rol speelt sociale media bij bewustwording?". Daarnaast wordt er ingezoomd op de sociale media app TikTok.

### 2.1 Sociale media

Sociale media hebben steeds meer grip op ons dagelijks leven, maar in hoeverre kunnen we ermee te maken hebben.

#### **De essentie van sociale media**

Er zijn zeven elementen die de essentie van sociale media kunnen weergeven: het bereik, de toegang, de media kwaliteiten, de Big Data kwaliteiten, het eigendom, het mediagedrag en de reikwijdte. Hiervan worden er een aantal benoemd die relevant zijn voor dit onderzoek. Een boodschap kan snel verspreid en versterkt worden via sociale media, waardoor ook het bereik vergroot wordt. Door middel van sociale media kan er o.a. geobserveerd worden hoe er gereageerd wordt op een boodschap en wie ernaar kijkt (leeftijdscategorie, geslacht, etc.). Deze gegevens kunnen dan weer verzameld en gebruikt worden voor eigen doeleinden. Sociale media staan 24/7 aan en is sterk in beweging en het gedrag hierop is beïnvloedbaar. Het verschil tussen de verwachte en gevonden effecten/reacties op een boodschap kunnen tegenover elkaar worden gehouden. Door dit te doen kan er bijvoorbeeld een beeld worden geschetst over wat het beste aanslaat en hoe iets moet worden aangepakt. Immers kan je leren van alle data die je ophaalt. (de Vries & Vollenbroek)

#### **Sociale media en bewustwording**

Anno 2022 maakt zo goed als iedereen gebruik van sociale media, van jong tot oud. Sociale media is een makkelijke manier om contact te maken met anderen, maar ook om op de hoogte gehouden van alles wat in de wereld omgaat. Sociale media zorgen ervoor dat jouw producten gelijk bij de klant aankomen, maar ook dat jouw woord ertoe gaat doen. Dit komt door jouw eigen algoritme. Het algoritme zorgt ervoor dat het bij de persoon terecht komt die er geïnteresseerd in is, of zou kunnen zijn. Dit algoritme wordt opgebouwd met de verschillende zoektermen die jij hebt gebruikt, de video's die jij hebt gekeken, maar kan ook door de conversaties die jij hebt gevoerd in het dagelijks leven. Dit laatste komt doordat jouw telefoon conversaties opvangt en vervolgens doorzet (Klievink, 2021). Naast dat het een eenvoudige manier is om het woord aan de man te krijgen is het ook de meest effectieve. Vroeger keek iedereen televisie en las de krant of tijdschriften, maar dit is nu niet meer zo gebruikelijk. Uit een onderzoek van TEAM LEWIS en GMI (2022) is gebleken dat de gemiddelde Nederlander een schermtijd van 5,5 uur heeft. Schermtijd is de tijd die je besteed aan het gebruik van je mobiele telefoon. Voorheen liet iedereen altijd het beste naar voren komen op sociale media, foto's waarin het leek dat hun leven perfect was. Dit heeft ervoor gezorgd dat voornamelijk de jongeren een verknippt zelfbeeld krijgen. Dit is gelukkig de laatste jaren aan het veranderen, er wordt veel kritiek geleverd vanuit de maatschappij. Influencers vinden het belangrijk om ook de negatieve kanten van hun leven te laten zien en niet meer "picture-perfect" te zijn. Dit blijkt goed in te slaan en laat het zelfvertrouwen dan ook weer toenemen. Kijkende naar de resultaten van het 'negatieve' en de reactie van de volgers hierop. Geeft aan dat er veel vraag is naar de zware kanten van het leven (CBS, 2015).

#### **Meest gebruikte/opkomende sociale media apps**

De meest gebruikte apps in Nederland waren in 2022 TikTok, Instagram en Twitter. In 2021 verdubbelde TikTok van gebruikers en was de snelst groeiende sociale media app in Nederland, dat geldt ook voor 2022. (Oosterveer, 2020)

### **TikTok als zoekmachine**

TikTok staat bekend om zijn virale dansvideo's en muziek, maar voor jongere generatie is de app ook steeds meer een zoekmachine. De opkomst van TikTok als zoekmachine maakt onderdeel uit van een transformatie in digitaal zoeken. Hoewel Google de dominantste zoekmachine blijft, keren mensen zich naar andere sociale media platformen om informatie te vergaren. Uit onderzoek van Google blijkt dat bijna 40% van de jongeren, wanneer ze op zoek zijn naar een plek om te lunchen, ze niet gaan naar Google Maps, maar naar TikTok of Instagram. Een zoekopdracht doen op TikTok is vaak interactiever dan een zoekopdracht intypen op Google. In plaats van scrollen door lappen teksten op Google, kijken de jongere generatie TikTok voor TikTok om vast te stellen waar ze opzoek naar waren. Dan checken ze de betrouwbaarheid aan de hand van opmerkingen die zijn geplaatst als reactie op de video's.

TikTok wordt niet alleen gebruikt om producten of bedrijven te vinden, maar ook om vragen te stellen over hoe ze dingen moeten doen of om verklaringen te vinden voor wat dingen betekenen. Omdat de TikTok video's vaak minder dan 60 seconden duren, geeft TikTok sneller antwoord dan Google.

Het keerpunt hiervan is wel dat de opkomst van TikTok als zoekmachine kan betekenen dat mensen verkeerde informatie en miscommunicatie tegenkomen op de app. Het algoritme, waar al over is gesproken, kan mensen in de app houden. Waardoor het moeilijker wordt om naar andere bronnen te gaan om hun zoekopdrachten op feiten te controleren. (Huang, 2022)

## **2.2 TikTok**

### **Wat is het?**

TikTok is een sociale media app waarmee korte muziekvideo's gemaakt en gedeeld kunnen worden. De video's kunnen een lengte hebben van 3 seconden tot maximaal 10 minuten. Gebruikers kunnen video's liken en reacties plaatsen onder de video. TikTok maakt gebruik van kunstmatige intelligentie om de gebruikers aanbevelingen te doen. De software laat de gebruikers hun interesses en passende advertenties zien. Het was in 2018 de meest gedownloade app in de Verenigde Staten. De app is beschikbaar in meer dan 150 landen en 75 talen. TikTok is in 2022 zeer populair onder de jongeren.

### **Gebruikers**

TikTok is tegenwoordig een van de grootste sociale media platforms, met meer dan 1 miljard gebruikers wereldwijd. Om een account aan te maken moet je minimaal 13 jaar zijn, alhoewel veel jongeren liegen over hun leeftijd en zo toch op TikTok zitten. TikTok heeft in oktober 2020 4,5 miljoen Nederlandse en 3 miljoen Belgische gebruikers. 65% van de gebruikers zijn vrouwelijk, waarvan meer de helft jonger is dan 35 jaar. (TTM Communicatie, 2020)

### **Kritiek**

Net als bij andere sociale media zijn er ook voor TikTok zorgen over privacyregels, cyberpesten, racisme en het gebruik door kinderen. Officieel geldt er een leeftijdsgrens van 13 jaar, maar veel gebruikers zijn ook jonger dan 13 jaar. (Wikipedia-bijdragers, 2023)

## HASHTAGS

TikTok maakt gebruik van kunstmatige intelligentie zoals eerder is aangegeven. Hierdoor zijn hashtags (#) erg belangrijk als je gezien wilt worden. Door een hashtag te gebruiken zorg je er als *creator* voor dat jouw video op veel meer mensen hun beeldscherm komt. Je kunt de hashtag zien als filter, de content die de gebruiker leuk vindt, komt er eerder op hun *for you page* te staan, dit is de beginpagina van de app. Op deze pagina komen allerlei video's terecht rondom het onderwerp waar jouw interesses liggen. Populaire hashtags zijn #fyp en #viral. Om ervoor te zorgen dat mensenhandel content bij de Nederlandse community terecht komt, is het belangrijk om Nederlandse hashtags te gebruiken. Ook termen zoals #politie, #mensenhandel, #loverboy en andere voorkomende onderwerpen zijn belangrijk om onder de video te benoemen. Zo komt deze content op de *for you page* van de geïnteresseerden. De volgende stap is dan ervoor zorgen dat de video op de algemene *for you page* komt, dus niet gefilterd. Dit gebeurt op het moment wanneer de video voldoende interactie heeft, denk aan reacties en bekijk.

## TRENDS

Om veel views te krijgen op een video, kun je als creator ervoor kiezen om mee te gaan met de trends. Dit is een bepaalde vorm video. Je kunt denken aan bepaalde dansjes, lay-out of muziek. Onder de jongeren zijn "street confessions" ofwel straatinterviews een trend. Je ziet dit soort video's vaak voorbijkomen op andere platformen als Instagram, Facebook en YouTube. Maar ook op TikTok wordt dit format gebruikt om informatie te verstrekken of mensen te entertainen.

## TIJDEN

Creativiteit is een absoluut vereiste voor succes op TikTok, maar een goede timing is minstens zo essentieel. Elke dag worden er miljoenen TikTok's gepost. Als jij wilt opvallen en meer gebruikers wilt bereiken dan is uitvinden wat de beste tijd is om te posten op TikTok een van de elementen die jou kunnen helpen om te groeien op TikTok.

Door op de beste tijden te posten tref je jouw volgers op het moment dat zij het meest actief zijn. De kans dat zij jouw TikTok zullen liken of delen is op dit moment maximaal. De beste tijden om te posten zijn:

Maandag – 06:00, 10:00 & 22:00  
Dinsdag – 02:00, 04:00 & **09:00**  
Woensdag – 07:00, 08:00 & 23:00  
Donderdag – 09:00, **12:00** & 19:00  
Vrijdag – **05:00**, 13:00 & 15:00  
Zaterdag – 11:00, 19:00 & 20:00  
Zondag – 07:00, 08:00 & 16:00

De dikgedrukte tijden zijn op wekelijkse basis de meest succesvolle tijdstippen om op te vallen op dit platform. Dit zijn voornamelijk tijden dat mensen opstaan of juist thuiskomen van een lange dag. De gemiddelde tijd dat de gebruiker op het platform doorbrengt is 52 minuten op een dagelijkse basis. (prodos, 2023)

### 3. Product

De eerste stap die in het proces is gezet, was de theorie. Zoals in bijlage 9.1.1 en 9.1.2 naar voren is gekomen ronselen mensenhandelaren tegenwoordig hun slachtoffers via sociale media, omdat zij weten dat hier vaak (kwetsbare) jongeren op zitten. Aangezien TikTok de snelst groeiende sociale media app is in Nederland is, is er voor deze app gekozen om bewustwording te creëren. Daarnaast spenderen jongeren over het algemeen veel tijd op sociaal media, dit is naar voren gekomen uit paragraaf 2.4. Om een middel als TikTok te gebruiken, kan je snel en efficiënt bij de doelgroep terecht komen en blijft er hopelijk wat informatie hangen.

Om hierop verder te borduren, is er een enquête afgelegd over hoe men reageert op informatie via het sociale media platform TikTok. Uit de enquête is naar voren gekomen dat voornamelijk korte video's de meeste interesse wekt. Op deze manier kunnen ze hun gedachte het best erbij kunnen houden. Dit sluit aan bij het doel van de app TikTok. Men vermaken en/of informeren met behulp van korte video's.

Voor het actieonderzoek is er een TikTok account aangemaakt genaamd @stopmensenhandel.

Er is gekozen om door trends het publiek te bereiken. Na enkele voorbeeldvideo's met verschillende trends, gepost te hebben, is ervoor gekozen om ook het format '*confessions*' te gebruiken als content. 'Confessions' is een TikTok trend waarin mensen vertellen over gebeurtenissen die ze in hun verleden mee hebben gemaakt. De Nederlandse vertaling van het woord confessions is bekentenissen en zo kan je de video's ook het beste omschrijven. Deze confessions komen in alle vormen en maten voor. Deze trend heeft op dit moment meer dan 3 miljard weergaves en is ook momenteel één van de populairste trends binnen het platform. Er worden dagelijks honderden/miljoenen video's geplaatst omtrent dit onderwerp. Omdat er persoonlijke en heftige casussen worden gedeeld, is er besloten om de mensen die een verhaal vertellen niet met hun gezicht in beeld te brengen. De sprekers in de video zijn zelf geen slachtoffer, zij vertolken het verhaal van een slachtoffer. Met de reden om het verhaal zo krachtig mogelijk over te brengen. Daarnaast is er gebruik gemaakt van stemvorming om de anonimiteit te kunnen bewaren. Er is een samenwerking aangegaan met CoMensha omtrent de desbetreffende casuïstiek, zie hiervoor het volgende hoofdstuk.

Het is van belang de kijker meer informatie te geven en hen op de hoogte te brengen van de vervolgstappen die zij eventueel kunnen nemen, als zij of hun omgeving te maken krijgt met uitbuiting. Elke video bevat in de reacties nog een uitleg van de hulporganisaties waar zij (bij verdenking van een slachtoffers) een melding kunnen doen. Deze disclaimer bestaat uit de naam van de organisatie, het telefoonnummer, het e-mailadres en de link naar de desbetreffende website. In de reacties worden discussies en gesprekken aangegaan over het onderwerp, daarom zijn de reacties in plaats van een conversatiestarter ook een plek om het laatste beetje informatie te geven. En de desbetreffende drempel voor de kijker lager te maken om het erover te hebben. Wanneer een video veel views kreeg werd er ook een verhaal aan het TikTok account toegevoegd. In het verhaal werd dezelfde informatie gegeven als in de reacties, alleen werd dit gecombineerd met een informatieve video. Als er veel mensen op hetzelfde moment op het account kijken is de kans ook groter dat ze het verhaal zien. Een verhaal is normaliter voor 24 uur zichtbaar.

#### TOEGANG

Link TikTok account; <https://www.tiktok.com/@stopmensenhandel>  
QR code;



## 4. Samenwerkingen

Met oog op een duurzaam product zijn er meerdere organisaties benaderd om een samenwerking mee aan te gaan. Uiteindelijk is er een samenwerking uitgerold met de organisatie CoMensha. In dit hoofdstuk wordt beschreven welke samenwerkingen er zijn aangegaan en welke stappen er zijn gezet om dit te realiseren in ons product.

### **CoMensha**

#### Doelstelling CoMensha

CoMensha is een landelijke organisatie die vermoedelijke slachtoffers van mensenhandel en/of bezorgde burgers kan adviseren en eventueel doorverwijzen naar een andere organisatie zodat zij de juiste zorg/hulp kunnen ontvangen. Het is dus een organisatie die zorgdraagt voor mogelijke slachtoffers van mensenhandel en/of bezorgde burgers. Er is een goede samenwerking tussen Hogeschool Rotterdam en CoMensha. Zij komen bijvoorbeeld langs op de Hogeschool om gastlessen te geven en om de organisatie onder de studenten en docenten te introduceren. Zodat zij weten waar ze terecht kunnen na het zien of lezen van de website.

#### Samenwerkingsverband en werkwijze

De samenwerking met CoMensha heeft erin geresulteerd dat de video's op waargebeurde verhalen zijn gebaseerd die zijn aangeleverd van slachtoffers die terecht zijn gekomen bij CoMensha. Met CoMensha is de afspraak gemaakt om de tekst die ingesproken wordt in de video's en het beeldmateriaal zelf te mailen naar CoMensha. Dit met de doelstelling om feedback te ontvangen van hen. De stap die erna volgt is de verkregen feedback verwerken en wellicht opnieuw de video opnemen. De video's worden nadat CoMensha het heeft kunnen bekijken op het TikTok account gepost. CoMensha kwam met de tip om een disclaimer te maken voor de kijker. Na deze tip te hebben verwerkt in onze video's krijgt de kijker te zien waar zij terecht kunnen bij eventuele zorgen en/of signalen van mensenhandel over een ander.

#### Resultierend in

Deze werkwijze heeft als resultaat dat CoMensha tevreden is met het product. Bovendien levert de disclaimer die de kijkers te zien krijgen meteen een organisatie aan waar zij terecht kunnen. Het TikTok account is gemaakt met het doel om bewustwording te creëren onder de jongeren. Naast het feit dat het account hen informeert door de verhalen van slachtoffers te delen, adviseren wij hen door een organisatie die zich met mensenhandel bezighoudt aan te bieden.

### **R75**

#### Samenwerkingsverband en werkwijze

In samenwerking met M. van den Berg, V. Bhola, L. Francissen en Y. Kucuk is er in TikTok format een video gemaakt. In samenspraak is er een casuïstiek opgesteld, die vervolgens is verfilmd. Binnen deze casuïstiek was het de bedoeling dat signalen van slachtoffers van seksuele uitbuiting naar voren komen. Aan de hand met signalenkaart van de andere groep is dit in werking gebracht. Deze video is vervolgens gepresenteerd aan de organisatie met wie de eerder benoemde individuen een samenwerking hebben gesloten, R75. Dit is een organisatie die zich inzet voor jongeren tot en met 23 jaar die op meerdere leefgebieden vastlopen of vast dreigen te lopen. De casuïstiek ging over een jonge vrouw van 19 jaar die geen goede band met haar moeder had en vervolgens bij haar vader is gaan wonen. Ze doet in haar vrijetijd alsmaar gamen en brengt haar tijd liever online door. Deze jonge vrouw vindt het lastig om fysiek contact aan te gaan met leeftijdsgenoten in haar omgeving en houdt haar vriendkring daarom liever online, bang om gekwetst te worden.

### Meeting 12 december 2022

Jacky Dirksen heeft de presentatie die de andere groep studenten heeft gedaan bij de organisatie R75 bijgewoond. Dit met het idee om steun te kunnen bieden en eventuele vragen/opmerkingen en feedback van de luisteraars mee te nemen in ons onderzoek. Tijdens de presentatie is de video gepresenteerd met behulp van de glijbaan methode. Dit is een methode waar het publiek zonder enige voorkennis de video bekijkt en hen daarna vraagt naar hun waarnemingen. Nadat de groep de video voor de eerste keer had waargenomen, werd er naar hun waarnemingen gevraagd en vervolgens uitleg aan de hand van de gemaakte signalenkaart gegeven. Na deze uitleg, werd de video nogmaals getoond en werd het publiek nogmaals gevraagd naar hun waarnemingen. Aan de respons van de groep was te zien dat zij de signalen beter herkende in de video na de uitleg en de link naar seksuele uitbuiting sneller legde.

### Ontvangen feedback

De ontvangen feedback die is gekregen van de organisatie R75, was dat het idee om bewustwording te creëren met behulp van de nieuwe populaire app TikTok, een creatieve en innoverende manier is. Uit hun eigen ervaringen blijkt het dat korte video's pakkender zijn en meer oplettendheid bieden. Ze gaven aan dat ons doel op deze manier gerealiseerd kan worden. Kort samenvattend hebben de professionals van R75 laten weten dat ze veel potentie zien in ons TikTok account, dit lieten ze ook blijken door het account te volgen en het bekijken van de video's. De jongeren van hun organisatie maken ook veel gebruik van sociale media en komen helaas ook vaak de nadelige kanten tegen. Door ze aan te spreken op hun meest gebruikte dagelijkse bezigheid, denken deze professionals dat het uiteindelijk goed door kan dringen en daardoor ook een verschil kan maken. Een verschil in de onoplettendheid van de jongeren. Een verschil in het nog eens nadenken over een reactie die ze plaatsen, maar ook op de gesprekken die ze via sociale media met anderen aangaan.

In samenspraak met de organisatie R75 en het andere studiegroepje is het casusfilmpje op YouTube geplaatst. Op deze manier kan in het vervolg de video vaker worden gebruikt voor trainingsdoeleinden. Samen met onze samenwerkingspartners is een duurzaam product neergezet.

### **Anderen**

Tot slot komt het product op [www.stopmensenhandel.com](http://www.stopmensenhandel.com) te staan. Op deze manier kunnen andere studenten van de minor Mensenhandel en professionals in het werkveld het TikTok account terugvinden.

## 5. Resultaten

In dit hoofdstuk zijn de resultaten uit de enquête en is de analyse per geplaatste TikTok video weergegeven. Tot slot zijn er enkele opvallende kenmerken beschreven. Het account @stopmensenhandel heeft veel mensen weten te bereiken.

### Resultaten enquête

Om te toetsen waar de interesses van de toekomstige kijkers liggen en waar hun voorkeuren naar uit gaan, is er een enquête opgesteld om dit te meten. Deze is 72 keer beantwoord. Aan de hand van de resultaten van de enquête, namelijk gelijke score, is er gekozen om de *onderwerpen* gedwongen in de criminaliteit en loverboys/lovergirl allebei uit te werken. Daarnaast is er gekeken naar de *leeftijden* van de mensen die de enquête hebben ingevuld. Het zijn voornamelijk mensen tussen de 19 en 24 jaar. Dit betekent dat de beschreven onderwerpen populair zijn in deze leeftijdsgroep, maar het doel is ook andere leeftijden aanspreken. Tot slot is er uit de enquête naar voren gekomen dat men de *voorkeur* heeft voor een paar korte video's in plaats van één lange video. Dit betekent dat we zoveel mogelijk informatie verwerken in één of twee korte video's per onderwerp. In hoofdstuk Bijlagen 9, bijlage 2 zijn de resultaten van de enquête geplaatst.

### Resultaten TikTok account

Hieronder is een overzicht gegeven met daarin gegevens over het TikTok account @stopmensenhandel. Dit overzicht is voor het laatst geüpdatet op 18 januari 2023 om 16:15 uur.

|                 | Aantal volgers | Geslacht volgers     | Leeftijd volgers                                              | Toplanden                   | Topplaatsen                                                                    |
|-----------------|----------------|----------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 18 januari 2023 | 434            | 84% vrouw<br>16% man | 64%: 18-24<br>23%: 25-34<br>9%: 35-44<br>3%: 45-54<br>1%: 55+ | 88% Nederland<br>12% België | 34%: Amsterdam<br>34%: Rotterdam<br>14%: Utrecht<br>9%: Tilburg<br>9%: Helmond |

### Resultaten TikTok video's

Hieronder is een overzicht gegeven met daarin gegevens over de geplaatste TikTok video's. Dit overzicht is voor het laatst geüpdatet op 18 januari 2023 om 14:00 uur.

|                        | Onderwerp                          | Views  | Geslacht kijkers     | Leeftijd kijkers                                              | Aantal likes | Aantal keer opgeslagen | Aantal keer door-gestuurd |
|------------------------|------------------------------------|--------|----------------------|---------------------------------------------------------------|--------------|------------------------|---------------------------|
| Video 1<br>4 nov 2022  | Loverboy<br>(Seksuele uitbuiting)  | 65.900 | 89% vrouw<br>11% man | 74%:18-24<br>14%: 24-34<br>6%: 35-44<br>3%: 45-54<br>3%: 55+  | 4781         | 399                    | 38                        |
| Video 2<br>10 nov 2022 | Lovergirl<br>(Seksuele uitbuiting) | 24.900 | 91% vrouw<br>9% man  | 71%: 18-24<br>17%: 24-34<br>6%: 35-44<br>3%: 45-54<br>3%: 55+ | 1697         | 119                    | 2                         |

|                               |                                                              |         |                                                                                                     |                                                                 |      |      |    |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|------|------|----|
| <b>Video 3</b><br>11 nov 2022 | Geldezel<br>(Criminele uitbuiting)                           | 12.100  | 46% vrouw<br>54% man                                                                                | 69%: 18-24<br>20%: 24-34<br>6%: 35-44<br>3%: 45-54<br>2%: 55+   | 546  | 66   | 26 |
| <b>Video 4</b><br>5 jan 2023  | Drugs<br>(Deel 1)<br>(Criminele uitbuiting)                  | 1282    | 70% vrouw<br>30% man                                                                                | 61%: 18-24<br>20%: 24-34<br>12%: 35-44<br>5%: 45-54<br>2%: 55+  | 73   | 7    | 2  |
| <b>Video 5</b><br>10 jan 2023 | Drugs<br>(Deel 2)<br>(Criminele uitbuiting)                  | 659     | 73% vrouw<br>27% man                                                                                | 75%: 18-24<br>14%: 24-34<br>7%: 35-44<br>3%: 45-54<br>1%: 55+   | 90   | 9    | 0  |
| <b>Video 6</b><br>13 jan 2023 | Uithuwelijking<br>(Deel 1)<br>(Seksuele uitbuiting)          | 1212    | 88% vrouw<br>12% man                                                                                | 76%: 18-24<br>16%: 24-34<br>5%: 35-44<br>2%: 45-54<br>1%: 55+   | 82   | 6    | 0  |
| <b>Video 7</b><br>16 jan 2023 | Uithuwelijking<br>(Deel 2)<br>(Seksuele uitbuiting)          | 902     | 84% vrouw<br>16% man                                                                                | 36%: 18-24<br>26%: 24-34<br>18%: 35-44<br>14%: 45-54<br>6%: 55+ | 42   | 2    | 0  |
| <b>Video 8</b><br>17 jan 2023 | Jongens-<br>prostitutie<br>(Deel 1)<br>(Seksuele uitbuiting) | 472     | <i>Deze gegevens zijn na 24<br/>uur pas beschikbaar, dus<br/>kunnen niet meegenomen<br/>worden.</i> |                                                                 | 25   | 0    | 0  |
| <b>Video 9</b><br>17 jan 2023 | Jongens-<br>prostitutie<br>(Deel 2)<br>(Seksuele uitbuiting) | 464     | <i>Deze gegevens zijn na 24<br/>uur pas beschikbaar, dus<br/>kunnen niet meegenomen<br/>worden.</i> |                                                                 | 22   | 0    | 0  |
| <b>Totaal</b>                 |                                                              | 107.891 |                                                                                                     |                                                                 | 7361 | 1216 | 68 |

### Opmerkingen

Hieronder is een overzicht gegeven met daarin opvallende kenmerken per geplaatste TikTok video. Dit overzicht is voor het laatst geüpdatet op 18 januari 2023 om 16:15 uur.

|                               |                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Video 1</b><br>4 nov 2022  | Wordt door de kijkers als heftig beschreven. Ook worden er soortgelijke verhalen gedeeld met elkaar.                                                                                                         |
| <b>Video 2</b><br>10 nov 2022 | Wordt door enkele kijkers als "eigen fout" beschreven, echter ontstaan onder deze opmerkingen reacties waar ze door anderen worden gecorrigeerd.                                                             |
| <b>Video 3</b><br>11 nov 2022 | De straattaal term 'spitta' wordt meerdere malen gebruikt. De definitie hiervan is; "persoon die geld haalt uit gestolen pasjes, doet jobs voor iemand en krijgt niet veel procent." (Straatwoordenboek, zd) |

|                               |                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | Ook worden er lachende emoticons gebruikt door enkelen.                                                                                                                         |
| <b>Video 4</b><br>5 jan 2023  | Opmerkingen die het slachtoffer een hart onder de riem steken. <i>"Heel dapper dat hij dit durft te vertellen! Ik hoop dat het beter met hem gaat."</i> - gebruiker van TikTok. |
| <b>Video 5</b><br>10 jan 2023 | <i>Geen opmerkingen</i>                                                                                                                                                         |
| <b>Video 6</b><br>13 jan 2023 | <i>Geen opmerkingen</i>                                                                                                                                                         |
| <b>Video 7</b><br>16 jan 2023 | Wordt door enkele kijkers beschreven met lachende emoticons, echter ontstaan onder deze opmerkingen reacties waar ze door anderen worden gecorrigeerd.                          |
| <b>Video 8</b><br>17 jan 2023 | <i>Geen opmerkingen</i>                                                                                                                                                         |
| <b>Video 9</b><br>17 jan 2023 | Door de kijkers wordt het gewaardeerd dat er ook aandacht wordt besteed aan seksuele uitbuiting bij mannen, omdat het niet alleen bij vrouwen gebeurt.                          |

### Opvallende kenmerken

Aan de hand van de resultaten van de TikTok video's zijn er enkele opvallende punten naar voren gekomen, namelijk;

1. Video 1 - casus loverboy en video 3 - casus geldezel, zijn opmerkelijk vaker doorgestuurd naar anderen. Er wordt vernomen dat dit komt doordat de jeugd een gevoel naar vrienden heeft van 'kijk dit eens'. Dit is ook aan te merken bij de geplaatste opmerkingen onder de video's, personen taggen elkaar. Het zou mogelijk zo kunnen zijn dat het vaak wordt doorgestuurd onder de jongeren, voornamelijk onder jongens, omdat zij het onderwerp geldezel minder serieus lijken te nemen dan loverboys/lovers. Uit de opmerkingen blijkt dat zij het "dom" vinden dat het slachtoffer in de val is gelopen.
2. Video 1 - casus loverboy, video 2 - casus lovergirl en video 3 - casus geldezel, zijn opmerkelijk vaker bekeken dan de opvolgende video's. Er wordt vernomen dat dit komt omdat de termen wat meer bekend zijn onder de samenleving. Echter moet er wel benoemd worden dat deze uitspraak ook toegepast kan worden onder de drie best bekeken video's.
3. Elke video trekt ander publiek aan. Dit is te zien aan de verhouding man/vrouw.
4. Video 2 - casus lovergirl en video 7 - uithuwelijking, waren opmerkelijk te noemen aan hun reacties. In deze video's ontstond er een discussie onder kijkers in de reacties. Het begon bij lachende emoticons of een 'eigen schuld' opmerking, waarna er voor het slachtoffer op werd gekomen met positieve of snauwerige reacties naar de oorspronkelijke reactie plaatser.

## 6. Conclusie

### **In de conclusie leest u hoe de hoofd- en deelvragen zijn beantwoord.**

Aan het begin van het onderzoek is door middel van een enquête bepaald wat onze doelgroep is. De doelgroep bestaat voornamelijk uit jongeren tussen de 16 en 25 jaar oud. Om mee te gaan in de leefwereld van deze doelgroep is er weloverwogen keuze gemaakt om gebruik te maken van het sociale media platform TikTok. Door korte informele video's te maken over de onderwerpen criminele en seksuele uitbuiting, wordt er een overkoepelende introductie gemaakt naar het onderwerp mensenhandel onder de TikTok gebruikers.

Om terug te komen op wat criminele en seksuele uitbuiting inhoudt, dit is een vorm van mensenhandel waarbij de dader een kwetsbaar individu uitkiest om (criminele/seksuele) werkzaamheden uit te voeren onder dwang. Tegenwoordig zoekt men veel informatie op het internet op, maar ook TikTok kan gebruikt worden als een zoekmachine. Zodra iemand meer informatie wil weten over mensenhandel/loverboys/geldezels of één van de andere thema's die het account @stopmensenhandel heeft behandeld, komen zij de video's tegen. Door zoveel mogelijk informatie aan te bieden aan de doelgroep wordt er langzamerhand bewustwording gerealiseerd. In totaal, op 18 januari 2023 om 14:00 uur, zijn er 107.807 views, 7.352 likes, 608 keer opgeslagen video's, 95 comments en 68 keer doorgestuurd. Het account heeft op dit moment 433 volgers waarvan 64% uit onze doelgroep bestaat. Aan de resultaten is te zien dat het informele TikTok account aanslaat en het gesprek gevoerd wordt.

Dit is tevens het belangrijkste resultaat, dat men moeilijke onderwerpen als mensenhandel niet onder de tafel stopt maar de dialoog aangaat.

## 7. Persoonlijke conclusie

### **Jacky Dirksen**

Het Project TikTok heeft mij binnen de beroepsgroep ‘Sociaal Werker’ veel kennis gebracht. Social media is een ver van mijn bed show. Ik heb het de afgelopen jaren niet tot nauwelijks toegepast en dacht in eerste instantie ook niet dat het noodzakelijk was. Nu een paar maanden verder ben ik veranderd van mening en ben ik tot het besef gekomen dat social media een goede conversatiestarter is. Kijkende naar de reacties die onder elke video geplaatst worden en hoe het mensen raakt, maar tegelijkertijd ook kijkende naar de negatieve reacties. Besef ik mij dat het een laagdrempelige manier is om mensen over het onderwerp aan te spreken. In het dagelijkse leven is deze drempel hoger en zou ik met mijn cliënten minder snel het gesprek erover aangaan. Iets wat zonde is, want het kan veel bijbrengen. In het vervolg zal ik doormiddel met cliënten video’s te bekijken het gesprek aangaan, over seksualiteit, verslavingen, maar ook over uitbuiting en misbruik. Deze minor heeft mijn toekomstdoel nog duidelijker gemaakt. Dit doel is dat ik mij in de toekomst wil inzetten voor vrouwen/mannen/kinderen die slachtoffer zijn geworden van seksuele uitbuiting. Ik wil ervoor zorgen dat hen eindelijk de vrijheid en veiligheid terugkrijgen waar ze recht op hebben.

De afgelopen periode begon ik erg sterk met mijn bijdrage binnen de groep. Ik had veel ideeën en wou veel doen. In de maanden erop volgend werd mijn inzet lager. Dit kwam voornamelijk doordat ik tijd te kort kwam. Naast dit project hadden we binnen de minor meerdere projecten die ook mijn tijd vroegen. In tegenstelling tot mijn groepsgenoten had ik nog projecten uit mijn vorige leerjaren waar aan gewerkt moest worden en had ik het heel druk met mijn werk. Achteraf kijkende vind ik dit vervelend. Ik heb het gevoel dat ik mijn groepsgenoten opzadelde met mijn werk. Dit heb ik echter wel een aantal keer aangegeven. Onze groep bestond uit twee integrale veiligheidsstudenten en twee Social Work studenten. Voorafgaand wist ik niet wat integrale veiligheidskunde inhield en ging ik ervan uit dat hun een hele andere zicht op dingen hadden als een sociaal werker. In praktijk bleek dit dichter bij elkaar te liggen dan gedacht. Het grootste verschil naar mijn mening was, waar ik veel van heb opgestoken. Is hun serieusheid en netheid. Binnen hun studie word er veel meer van ze gevraagd en dit was ook terug te zien bij ons project. Hun benoemde noodzakelijke punten waar ik nooit eerder bij stil had gestaan. Het vorm geven van een verslag en het uiterste eruit halen zal ik dan ook meenemen bij de volgende projecten die ik nog moet maken.

### **Rachelle van Stiphout**

Als je mij op het begin van de minor Mensenhandel had gevraagd waar ik later mee aan de slag wilde gaan, zou ik waarschijnlijk iets in de trant van researchkunde zeggen. Echter het project en de minor hebben mij laten realiseren dat ik me verder wil verdiepen in de wereld van seksuele- en criminele uitbuiting. Deze kans heb ik aangeboden gekregen, ik ga namelijk vanaf 30 januari stage lopen bij de gemeente Oosterhout. Zij hebben een plan liggen om hun bewoners bewust te maken van mensenhandel en ze willen daar graag mijn hulp bij. Met de contacten die tijdens de minor zijn gelegd, de kennis die ik heb opgedaan en de groei in artistieke vaardigheden, zullen hier goed in bijdragen. Het zou leuk zijn als ik het TikTok account @stopmensenhandel en de flyer ‘Als wijkcoördinator tegen mensenhandel!’ erbij zou kunnen betrekken om het ook in te zetten in de praktijk.

### **Caitlin Valies**

Ik ben trots op het project dat mijn groep en ik hebben neergezet. Ik heb mijn creativiteit in kunnen zetten door verschillende trends van TikTok uit te proberen. Ik heb een twee “proefvideo’s” gemaakt, toen het duidelijk werd dat deze niet erg aansloegen hebben wij als groep een ander format bedacht. Ik denk dat niemand van ons had bedacht dat wij zoveel mensen zouden bereiken. Als social worker heb ik tijdens de minor geleerd hoe ik een verschil kan maken en een steentje kan bijdragen. Ik ben van plan om mijn nog verder te verdiepen in het onderwerp voor mijn afstudeeropdracht. Ik ga via het kenniscentrum afstuderen bij het project STAYONTRACK. Het project richt zich op jongeren die uit huis geplaatst zijn en de connectie met hun

vastgelopen schoolloopbaan. Op dit moment ben ik samen met mijn afstudeerstudenten aan het kijken of ik bij een organisatie als Timon of Fier terecht kan. Hier zitten vaak ook slachtoffers van mensenhandel.

Ik zou graag willen onderzoeken of er een link is tussen slachtoffers van mensenhandel en jongeren die uit een moeilijke thuissituatie komen en vastlopen op school of zijn uitgevallen. Dit is namelijk een kwetsbare doelgroep en daar kunnen daders op inspelen. Met mijn onderzoek hoop ik een verschil te kunnen maken.

### **Evi Welten**

Door deze minor/dit project heb ik een bevestiging gekregen van hoe graag ik later iets wil doen binnen de strijd tegen mensenhandel. Toen wij aan de slag gingen met dit project was er op het begin nog maar de vraag wat we uiteindelijk gingen opleveren, maar toen we aan de slag gingen met een TikTok account merkte ik mijn enthousiasme die naar bovenkwam. Ik heb met veel plezier een script bedacht, zelf een video ingesproken en een video gemaakt voor het TikTok account. Het was tof om te zien hoe enorm groot het bereik was van de eerste paar video's en hoe er discussies onder onze video's ontstonden. Ik ben over het algemeen trots op wat we hebben bereikt en ik ben blij dat we op deze manier een steentje bij konden dragen aan de strijd tegen mensenhandel. Ik hoop dat nog meer te kunnen doen in de toekomst.

## 8. Bibliografie

- Cassada, R. (2012, juli). *The Dangers of Teen Sexting*. Opgehaald van Psychology Today: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/teen-angst/201207/the-dangers-teen-sexting>
- CBS. (2015, november). *Jongeren over sociale media*. Opgehaald van CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2015/47/jongeren-over-sociale-media>
- Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid. (2012). *Aanpak loverboyproblematiek*. Utrecht: Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid. Opgehaald van <https://detweetfabriek.nl/wp-content/uploads/2013/11/handreiking-aanpak-loverboyproblematiek-11.pdf>
- CKM. (sd). *Criminele uitbuiting*. Opgeroepen op November 22, 2022, van hetckm: <https://www.hetckm.nl/criminele-uitbuiting>
- CoMensha. (sd). *Welkom op de website van CoMensha*. Opgeroepen op November 22, 2022, van comensha: <https://www.comensha.nl/>
- de Vries, S., & Vollenbroek, W. (sd). *De essentie van social media*. Opgehaald van sowijs: <https://ris.utwente.nl/ws/portalfiles/portal/5116097/ICASSP0300365.pdf>
- European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction. (2022). *European Drug Report 2022: Trends and Developments*. Lisbon, Portugal: European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction.
- Fraudehelpdesk. (2019, december). *Geldezel, hoe word je dat? En wat zijn de vervelende gevolgen?* Opgehaald van Fraudehelpdesk: <https://www.fraudehelpdesk.nl/thema/geldezel-hoe-word-je-dat-en-wat-zijn-de-vervelende-gevolgen/>
- Huang, K. (2022, september). *For Gen Z, TikTok is the new search engine*. Opgehaald van The Seattle Times: <https://www.seattletimes.com/business/for-gen-z-tiktok-is-the-new-search-engine/>
- Klievink, A. (2021). *Hollen én stilstaan: hoe data en digitalisering de overheid veranderen*. Universiteit Leiden.
- Ministerie van Algemene Zaken. (2021, Oktober 5). *Wat kan ik doen tegen grooming?* Opgeroepen op November 22, 2022, van rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/seksuele-misdrijven/vraag-en-antwoord/wat-kan-ik-doen-tegen-grooming>
- Naezer, M., & van Oosterhout, L. (2019, augustus). *Sexting is voor sletten – Seksuele normen en de ongeautoriseerde verspreiding van digitaal sexy beeldmateriaal*. Opgehaald van RAFFIA: <https://raffia-magazine.com/2019/08/12/sexting-is-voor-sletten-seksuele-normen-en-de-ongeautoriseerde-verspreiding-van-digitaal-sexy-beeldmateriaal/>
- Nationaal Rapporteur Mensenhandel en Seksueel Geweld tegen Kinderen-a. (2021). *Dadermonitor mensenhandel 2015-2019*. Den Haag: Nationaal Rapporteur.
- Nationaal Rapporteur Mensenhandel en Seksueel Geweld tegen Kinderen-b. (2021). *Slachtoffermonitor mensenhandel 2016-2020*. Den Haag: Nationaal Rapporteur.

- Nederlands Jeugdinstituut. (2022, Juli 1). *Meer aandacht nodig voor criminele uitbuiting*. Opgeroepen op November 22, 2022, van nji: <https://www.nji.nl/nieuws/meer-aandacht-nodig-voor-criminele-uitbuiting>
- NOS. (2014, december). *Sexting: jongeren verspreiden steeds vaker naaktfoto's*. Opgehaald van NOS: <https://nos.nl/nieuwsuur/artikel/2009957-sexting-jongeren-verspreiden-steeds-vaker-naaktfoto-s>
- Oosterveer, D. (2020, januari). *Social media in Nederland 2022: WhatsApp minder intensief gebruikt, opmars TikTok zet door*. Opgehaald van Marketingfacts: <https://www.marketingfacts.nl/berichten/social-media-in-nederland-2022/>
- Politie. (sd). *Wat is grooming?* Opgeroepen op November 22, 2022, van politie: <https://www.politie.nl/informatie/wat-is-grooming.html>
- prodos. (2022, januari). *Beste tijden om te posten op TikTok in 2022*. Opgehaald van prodos: <https://prodos.nl/beste-tijd-om-te-posten-op-tiktok-in-2022/#:~:text=Samenvattend%2C%20de%20beste%20tijd%20om%20te%20posten%20op,de%20absolute%20piekmomenten%20zijn%20voor%20wat%20betreft%20betrokkenheid>
- SlachtofferWijzer. (2020, Juni 11). *Grooming: hoe kun je hiervoor waken?* Opgeroepen op November 22, 2022, van slachtofferwijzer: <https://slachtofferwijzer.nl/nieuws/grooming-hoe-kun-je-hiervoor-waken/>
- Straatwoordenboek. (sd). *Spitta*. Opgehaald van Straatwoordenboek: <https://straatwoordenboek.nl/woord/spitta>
- TEAM LEWIS. (2022, januari). *Nederlander zit gemiddeld 5,5 uur per dag achter een scherm*. Opgehaald van TEAM LEWIS: <https://www.teamlewis.com/nl/magazine/multi-moment-audience/>
- TTM Communicatie. (2020, september). *Deze TikTok statistieken mag je niet missen!* Opgehaald van TTM Communicatie: <https://www.ttmcommunicatie.nl/nieuws/deze-tiktok-statistieken-mag-je-niet-missen/>
- wetten.nl. (2020). *Wetboek van Strafrecht, Artikel 139h*. Opgehaald van wetten.nl: [https://wetten.overheid.nl/BWBR0001854/2020-07-25/#BoekTweede\\_TiteldeelV\\_Artikel139h](https://wetten.overheid.nl/BWBR0001854/2020-07-25/#BoekTweede_TiteldeelV_Artikel139h)
- Wikipedia-bijdragers. (2023, januari). *TikTok*. Opgehaald van Wikipedia: <https://nl.wikipedia.org/wiki/TikTok>

## 9. Bijlagen

### 9.1 Theoretisch kader

#### 9.1.1 Seksueel misbruik

Seksueel misbruik en seksueel geweld kan iedereen overkomen, zowel volwassenen en jongeren. De vormen waar men mee te maken kan krijgen worden hieronder beschreven.

#### LOVERBOY EN LOVERBOY 2.0

##### Definitie

*Loverboys zijn mensenhandelaren die vrouwen en/of mannen doelbewust emotioneel afhankelijk maken door (de belofte van) het aangaan van een liefdesrelatie en hen vervolgens – via dwang, (dreiging met) geweld of andere feitelijke, afpersing, fraude, misleiding, misbruik vanuit feitelijke omstandigheden voortvloeiend overwicht, misbruik van een kwetsbare positie van deze vrouwen of mannen – uit te buiten, veelal in de prostitutie.* (Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid, 2012)

Er wordt ook wel gesproken in het kader van loverboyproblematiek over jeugdprostitutie. Dit refereert aan het verrichten van één of meerdere seksuele handeling(en), door jongens en meisjes onder de 18 jaar voor geld, goederen of een tegenprestatie. De loverboyproblematiek beperkt zich echter niet tot minderjarige, er zijn ook meerderjarige slachtoffers. Veel daders en slachtoffers zijn jonger dan de 23 jaar. Bovendien beperkt jeugdprostitutie zich tot seksuele uitbuiting, terwijl het ook andere uitbuitingsvormen kent.

De meeste slachtoffers en daders van loverboyproblematiek hebben de Nederlandse nationaliteit. De problematiek beperkt zich niet alleen tot de grote steden, maar kan zich in alle gemeenten afspelen.

##### Werkwijze van de loverboy

Een loverboy is een mensenhandelaar die slachtoffers uitbuit volgens de *loverboymethode*. Deze methode wordt in vier fasen opgedeeld. Echter moet daarbij worden vermeld dat de methode constant wordt aangepast op het slachtoffer. Over de werkwijze bij mannelijke slachtoffers is nog weinig bekend, daarom zijn deze fasen voornamelijk van toepassing op vrouwelijke slachtoffers.

De vier fasen van de ‘klassieke’ *loverboymethode*:

1. Ronselen
2. Inpalmen
3. Losweken van sociaal netwerk/isoleren
4. Uitbuiten

De vier fasen van de *loverboymethode 2.0*:

1. Grooming en hawking
2. Inpalmen
3. Inlijven
4. Uitbuiten

Het kan zo zijn dat beide methoden door elkaar heen worden gebruikt. Zo kan het zijn dat het zoeken van een slachtoffer volgens de *loverboymethode 2.0* gebeurt, terwijl voor de overige fasen de ‘klassieke’ methode wordt gebruikt.

### Klassieke loverboymethode

Hieronder worden de fasen van de klassieke loverboymethode toegelicht.

#### **1. Ronselen**

De eerste fase is het zoeken naar, en het benaderen van een potentieel slachtoffer. Dit wordt ook wel ronselen genoemd. Volgens de klassieke methode ronselen loverboys op verschillende locaties, denk aan; op scholen, op straat, in winkelcentra, opvangcentra en clubs. De loverboy legt hier contact met een potentieel slachtoffer en probeert indruk te maken. Dit kan de loverboy doen door het showen van dure kleding en een mooie auto, nafluiten/naroeppen, een praatje maken, geven van complimenten, etc. *Soms zetten loverboys meisjes in om andere meisjes te ronselen* (zie lovergrrl). Een loverboy heeft oog voor meisjes die hier gevoelig voor zijn. Wanneer een potentieel slachtoffer reageert op zijn gedrag, dan probeert hij een relatie met haar aan te gaan. Dit is de volgende fase.

#### **2. Inpalmen**

De loverboy gebruikt verleidingstechnieken om potentiële slachtoffers in te palmen. Hij doet alsof hij verliefd is, overdonderd haar met veel (en vaak dure) cadeaus en geeft haar veel aandacht. Dit allemaal met het doel om het potentiële slachtoffer verliefd te maken. Hij gaat een relatie met haar aan en schetst een mooie toekomst samen. Tijdens de momenten samen probeert hij haar af te lezen, zoekt haar zwakke plek en speelt daarop in. Een (kwetsbaar) meisje trapt daar dan in en gaat een relatie met hem aan. Dan volgt de volgende fase.

#### **3. Losweken van sociaal netwerk/isoleren**

Zodra het meisje verliefd is op de loverboy en ze een relatie hebben, isoleert hij haar van haar sociale netwerk. Hij probeert haar op te zetten tegen haar ouders/familie/vrienden. Hij zorgt ervoor dat geen sociaal netwerk meer heeft, zodat ze (emotioneel en financieel) afhankelijk van hem wordt. Soms maakt een loverboy ook gebruik van drugs om een meisje afhankelijk te maken.

Als het meisje is losgeweekt van haar sociale netwerk en afhankelijk is van de loverboy, gaat hij haar controleren. Hij wacht haar op, of laat anderen op de uitkijk staan. Vaak heeft het meisje een telefoon gekregen van de loverboy waarop ze dag en nacht bereikbaar moet zijn voor hem. Ook verandert het gedrag van de loverboy. Hij wordt onvoorspelbaar en de relatie wisselt zich af van haat en liefde. Daarnaast gebruikt de loverboy steeds vaker geweld en ook (groeps)verkrachtingen komen voor. Het meisje is vaak nog zo verliefd, dat ze de slechte kanten van hem goed gaat praten. Daarnaast is ze onbereikbaar voor haar oude sociale netwerk.

#### **4. Uitbuiting**

Tot slot volgt de fase waarin de loverboy het meisje voorbereidt op de uitbuiting. Dit gebeurt op verschillende manieren. Vaak vertelt de loverboy dat hij problemen heeft. Dit kan bijvoorbeeld een schuld zijn die moet worden afgelost, een vriend die in de put zit omdat het slecht gaat met zijn relatie. Of hij vertelt het slachtoffer dat ze nu de dure cadeaus moet terugbetalen.

In het geval van een schuld of het terugbetalen van de cadeaus, probeert de loverboy te sturen dat er geld moet worden verdiend. Hij weet een manier om 'snel' geld te verdienen. Dit kan gaan om prostitutie, het afsluiten van leningen en (telefoon)abonnementen op haar naam en het smokkelen van drugs.

In het geval van een vriend die in de put zit, vraagt de loverboy of het meisje zijn vriend kan proberen op te vrolijken en hem gezelschap te houden. Eenmaal daar moet ze met de vriend naar bed of wordt ze door hem verkracht. Daarna moet het meisje steeds vaker met anderen naar bed en wordt ze uiteindelijk in de prostitutie werken. (Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid, 2012)

### Loverboymethode 2.0 / Grooming

Tegenwoordig wordt er bijna alleen maar gebruik gemaakt van internet en sociale media. Ongeveer negen op de tien jongeren in Nederland is actief op sociale media. Dit biedt daders de kans op een potentieel slachtoffer te vinden. Op internet kun je anoniem aan de slag gaan, waardoor het grenzeloos lijkt te zijn. Je weet nooit met wie je echt contact hebt. Ook is het bereik op internet veel groter, loverboys/groomers kunnen op internet slachtoffers in heel Nederland zoeken.

Hieronder worden de fasen van de loverboymethode 2.0 toegelicht.

#### **1. Grooming en hawking**

Daders kunnen passief en actief opzoek gaan naar potentiële slachtoffers. (Volwassen) daders zoeken passief naar potentiële slachtoffers door middel van het aanmaken van een profiel op sociale mediasites. Dit kan anoniem of met foutieve (misleidende) informatie zijn. Met dit profiel probeert de loverboy potentiële slachtoffers naar hen toe te lokken. Vaak vindt het eerste contact op het internet echter plaats door actief op zoek te gaan naar potentiële slachtoffers. De loverboy zoekt dan op sociale mediasites, jongerensites en chatboxen.

Een loverboy benadert meerdere meisjes tegelijk en kijkt wie reageert. Het selecteren van slachtoffers via het internet wordt ook wel hawking genoemd. Dit stamt af van het gedrag van een havik, het blijven rondcirkelen boven zijn prooi. Loverboys selecteren potentiële slachtoffers vaak op geslacht, leeftijd, (laag) opleidingsniveau, hobby's en uitdagende profielfoto's.

#### **2. Inpalmen**

Als het slachtoffer ingaat op de benaderingspoging van de loverboy 2.0, begint de fase van inpalmen. Dit kan trouwens hetzelfde gaan als in de klassieke methode. De loverboy gebruikt dan internet voor het vinden van zijn slachtoffer. De volgende fasen kunnen ook hetzelfde verlopen als in de klassieke methode.

Het internet biedt echter ook andere mogelijkheden voor de loverboy 2.0. Zo investeert een loverboy 2.0 niet altijd in een liefdesrelatie, maar ook in het opbouwen van een vertrouwensband met het potentiële slachtoffer. Wanneer een vertrouwensband is opgebouwd, probeert de loverboy 2.0 persoonlijke of vertrouwelijke informatie los te wikkelen. De groomer maakt misbruik van de natuurlijke nieuwsgierigheid die een jongere heeft. Op het begin heeft de dader online contact met de jongere door middel van seksueel getinte chats, maar het kan ook zijn dat de volwassene de jongere seksueel getinte handelingen laat uitvoeren voor de camera. (Politie, zd)

#### **3. Inlijving**

In deze fase vindt vaak een ontmoeting plaats. Na een aantal onlinegesprekken, spreekt de loverboy 2.0 af met het slachtoffer. Bij die afspraak of na een aantal afspraken wordt ze gedwongen tot seksuele handelingen. Maar ook (groeps)verkrachtingen.

#### **4. Uitbuiting**

Deze verschilt niet van de klassieke methode.  
(Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid, 2012)

## LOVERGIRL

### Definitie

Loverboys gebruiken allerlei verleidingstechnieken. Een bekende manier is het aanzetten van zogenaamde 'lovergirls' tot het ronselen van andere meiden. Lovergirls zijn vaak slachtoffers die worden ingezet door een vriendschap te sluiten met andere meiden en hun vertrouwen te winnen. Met het oogmerk om ze uit te (laten) buiten, benaderen de lovergirls andere meisjes. Daarmee voeren zij zelf strafbare handelingen uit ten behoeve van de loverboy. Meestal zijn deze lovergirlactiviteiten het gevolg van manipulatie. Het slachtoffer heeft het gevoel een bijzondere positie te hebben verworven bij de loverboy. Ze wil de loverboy graag gunstig stemmen en voelt zich speciaal door haar extra taken. Bovendien geeft dit een gevoel van aanzien en bevestiging van haar relatie met de loverboy. Dit kan anderzijds ook voordelen voor haarzelf hebben, zoals het 'uitbesteden' van seksuele diensten aan andere slachtoffers, waardoor zij zichzelf kan ontzien in de uitbuitingssituatie. (Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid, 2012)

### Loverboy/Lovergirl | Slachtofferprofiel

'Iedereen die verliefd kan worden, kan slachtoffer worden van een loverboy.' zegt Spirit Amsterdam.

Meisjes, maar ook jongens, in elke gemeente, uit elke lagen van de bevolking, met verschillende opleidingsniveaus kunnen het slachtoffer worden. Echter is er sprake van een risicogroep.

- Leeftijd  
Een kwart van de slachtoffers van loverboys is minderjarig. Bijna één op de vijf minderjarige slachtoffers is zelfs jonger dan 14 jaar. De helft van de slachtoffers is tussen de 18 en 23 jaar. Vooral meisjes van 17 jaar zijn aantrekkelijk voor loverboys. Wanneer zij 18 worden kunnen ze in de (vergunde) prostitutie werken. (SlachtofferWijzer, 2020)
- Verstandelijke vermogens  
Meisjes met een laag IQ hebben een verhoogd risico om in de handen van een loverboy te vallen. Deze meisjes zijn gemakkelijk te beïnvloeden en te manipuleren.
- Achtergrond  
Het blijkt dat ongeveer 85% van de slachtoffers van loverboys de Nederlandse nationaliteit heeft. Vooral meisjes uit streng religieuze gezinnen hebben een vergroot risico op slachtofferschap. Deze meisjes krijgen veel beperkingen opgelegd en daardoor zijn zij in staat om minder goed hun eigen grenzen te bepalen. Ook meisjes uit een eercultuur zijn extra kwetsbaar. De eer van de familie staat op het spel als blijft dat het meisje zich niet zedelijk gedraagt of seks heeft gehad voor het huwelijk. Dit maakt de meisjes makkelijk te chanteren. Loverboys maken hier misbruik van door de meisjes te verkrachten of seksuele handelingen op beeld vast te leggen.
- Problematische gezinssituatie  
Bij veel slachtoffers is er sprake (geweest) van een instabiele thuissituatie, zoals een scheiding, verslavingsproblematiek van een ouder, huiselijk of (seksueel) misbruik. Maar ook jongeren die (emotioneel) verwaarloosd zijn of te maken hebben (gehad) met hechtingsproblematiek, hebben een verhoogd risico.
- Seksuele geaardheid
- Socio-economische status

(Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid, 2012)

### **Loverboy/Lovergirl | Daderprofiel**

Het is lastig om te spreken van een type dader omdat er veel varianten zijn. De weinige onderzoeken die er naar loverboys zijn gedaan, beschrijven wel een aantal overeenkomsten tussen daders. Dit wil overigens niet zeggen dat alle daders deze kenmerken hebben, je wilt tunnelvisie en stereotypering voorkomen.

- Leeftijd

Over het algemeen zijn de daders mannen tussen 20 en 30 jaar. De helft van de daders is jonger dan 24 jaar.

- Etniciteit

Het grootste deel van de daders heeft de Nederlandse nationaliteit en een allochtone achtergrond. Vaak is sprake van een Marokkaanse, Turkse, Surinaamse of Antilliaanse afkomst.

- Opleiding

Veel, zo niet alle daders hebben een laag opleidingsniveau. Ze hebben meestal geen middelbaar onderwijs gevolgd of zijn tussentijds gestopt met hun opleiding.

- Criminele activiteiten

Loverboys zijn vaak op jonge leeftijd al begonnen met criminaliteit en zijn eerder al in aanraking geweest met justitie voor andere delicten, zoals gewelds-, drugs- en vermogensdelicten. De gelegenheidsstructuur van (criminele) contacten en een crimineel netwerk wordt gevormd op straat, via hier regelen loverboys hun zaken met andere criminelen of wisselen onderling diensten uit.

(Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid, 2012)

### **Loverboy/Lovergirl | Organisaties die zich ermee bezighouden**

Het is belangrijk dat signalen van loverboyproblematiek op een plek terecht komen. Momenteel zijn er meldpunten bij organisaties, zoals: politie, gemeente, GGD, Veiligheidshuis, Centrum Jeugd en Gezin of het Advies- en Steunpunt Huiselijk geweld. Ook organisaties zoals CoMensha, FIER en Slachtofferhulp Nederland zetten zich in voor de loverboyproblematiek, maar op (anoniem) advies niveau.

(Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid, 2012) Helpwanted geeft advies aan kinderen over online seksueel misbruik. Daarnaast bestaat 'Meldpunt Kinderporno' om online kinderporno te melden (Ministerie van Algemene Zaken, 2021).

## SEXTING

### Definitie

Sexting is het algemene begrip voor het verspreiden van seksueel getinte berichten, foto's of video's. Individuen kunnen om verschillende redenen seksueel getint materiaal sturen naar anderen, waaronder plezier maken, flirten, sexy zijn, seksueel contact op gang brengen, aandacht trekken van een (potentiële) partner, seksuele opwinding creëren, een liefdesrelatie onderhouden, zelfexpressie, zelf-representatie en experimenteren met seksualiteit (Naezer & van Oosterhout, 2019). Uit een Nederlands onderzoek uit 2017 bleek dat één op de vijftien jongeren weleens een seksueel getinte foto van zichzelf heeft verstuurd (NOS, 2014). Sexting heeft anno 2011 een enorme piek bereikt. Dit door de ontwikkeling van de app Snapchat. Dit is een app waar foto's gestuurd kunnen worden die enkele seconden zichtbaar zijn en daarna niet meer te bekijken zijn. Momenteel zijn Snapchat en Whatsapp de meest voorkomende apps die worden gebruikt om seksueel getint materiaal door te sturen.

## SHAMESEXTING

### Definitie

In 2018 melden dagelijks minimaal drie mensen zich bij de politie voor het verspreiden van hun naaktfoto's of filmpjes. Dit seksueel getint materiaal doorsturen of publiceren is een vorm van cyberpesten. Er wordt van shamesexting gesproken als seksueel getint beeldmateriaal zonder toestemming verspreid wordt en als de slachtoffers geshamed en geblamed worden. Als dit in speciale groepen gebeurt, spreekt men van exposen. Als eenmaal een seksueel getinte foto op het internet is geplaatst, heeft de eigenaar er geen controle meer over. In sommige gevallen worden de filmpjes geplaatst op pornografische sites (Cassada, 2012).

## SEXTORTION

### Definitie

Ook heb je het begrip *sextortion*, dit staat voor het afpersen van degene die het seksueel getint materiaal heeft verstuurd. De afperser kan dreigen de naaktbeelden te verspreiden onder vrienden, familieleden of andere bekenden wanneer je niet doet wat de afperser van je vraagt. In veel gevallen van sextortion gaat het om geld en wordt ook wel gesproken van '*financial sextortion*'. Sextortion is strafbaar op twee verschillende punten; afpersing en oplichting (Ministerie van Algemene Zaken, 2020).

### Sexting/Shamesexting/Sextortion | Wetgeving

In Nederland is het (zelf) maken en verspreiden van seksueel getinte afbeeldingen en video's van minderjarigen strafbaar. Het verspreiden van dit materiaal valt onder de strafbaarstelling van kinderpornografie. Ook het verspreiden van seksueel getint materiaal van meerderjarigen is strafbaar, dan is het een zedendelict of smaad. Artikel 139h van het Nederlandse Wetboek van Strafrecht trad in werking op 1 januari 2020 en gaat over het expliciet strafbaar stellen van het wederrechtelijk vervaardigen en het openbaar maken van afbeeldingen van seksuele aard (wetten.nl, 2020).

### Sexting/Shamesexting/Sextortion | Slachtofferprofiel

De slachtoffers zijn in de veronderstelling dat ze via internet bevriend zijn geraakt met een leeftijdgenoot, maar feitelijk gaat het om criminele bendes. De tieners raken bijvoorbeeld via Facebook, Snapchat of Instagram bevriend met die zogezegde leeftijdgenoot en na verloop van tijd krijgen de gesprekken een seksuele wending en haalt de crimineel het slachtoffer over om intieme beelden van zichzelf door te sturen. Maar later komt dan de aap uit de mouw en krijgt de jongere het bericht dat de beelden openbaar zullen worden gemaakt als er niet snel geld wordt overgeschreven.

### **Sexting/Shamesexting/Sextortion | Daderprofiel**

Bij dit onderwerp is het lastig om een daderprofiel te schetsen. Dit omdat het voorkomt in verschillende klassen en verschillende leeftijdscategorieën. Het is vooral een veel voorkomend probleem onder middelbare scholieren.

### **Sexting/Shamesexting/Sextortion | Organisaties die zich ermee bezighouden**

Voor *praktische hulp* kunnen slachtoffers terecht bij Slachtofferhulp Nederland, Helpwanted.nl, Meld Misdaad Anoniem, Meldknop.nl, Qpido en Sterk Huis. Voor *emotionele hulp* maken de volgende organisaties zich hard: de Kindertelefoon, de Luisterlijn en Interapy. Als een gedupeerde *juridische hulp* nodig heeft kan hij/zij aankloppen bij het Juridisch Loket of het Slachtofferloket.

### 9.1.2 Criminele uitbuiting

Bij criminele uitbuiting moet er iemand onder dwang strafbare feiten plegen, bijvoorbeeld: diefstal, zakkenrollen, bedelen en drugs dealen (CKM, zd).

#### **Werkwijze van dader**

Slachtoffers worden benaderd via sociale media, scholen en zorginstellingen, maar worden ook geronseld op hangplekken en op straat (Nederlands Jeugdinstituut, 2022).

#### **Slachtofferprofiel**

- Leeftijd (vaak jongeren)
- Lichte verstandelijke beperking
- Schuldenproblematiek
- Instabiele thuissituatie

(Nederlands Jeugdinstituut, 2022)

#### **Daderprofiel**

Bij criminele uitbuiting is het lastig om onderscheid te maken tussen daders en slachtoffers. Slachtoffers worden vaak niet als zodanig herkend. Als gevolg hiervan worden (minderjarige) slachtoffers behandeld als daders en krijgen zij niet de hulp en ondersteuning die zij nodig hebben. Dit fenomeen heeft invloed op het uitblijven van een effectieve aanpak van deze vorm van criminaliteit; de echte daders blijven vaak buiten schot. Ook heeft het invloed op de zichtbaarheid van slachtoffers van criminele uitbuiting. Omdat de echte daders vaak buiten schot blijven, is het erg moeilijk om een daderprofiel te bepalen. Wat in ieder geval wel duidelijk is, is dat de dader voorbijgaat aan de belangen van het slachtoffer en misbruik maakt van de (afhankelijke) kwetsbare positie van het slachtoffer. (Nationaal Rapporteur Mensenhandel en Seksueel Geweld tegen Kinderen, 2021)

## DRUGSEZELS EN DRUGSKOERIERS

#### **Definitie en werkwijze daders**

Drugskoeriers zijn mensen die uit vrije wil (er komt geen dwang bij kijken) drugs vervoeren. Dit doen zij bijvoorbeeld voor financiële doeleinden. Er is veel geld te verdienen in deze wereld. Drugskoeriers hebben vaak een netwerk, namelijk mensen die het product aan hen leveren of voor hem maken en bijvoorbeeld andere drugskoeriers in die wereld. Meestal bepaald een drugskoerier zelfs, mits hij geen baas boven zich heeft, wanneer, hoeveel en voor welke prijs hij de drugs vervoert.

Bij een drugsezel gaat het er anders aan toe. In dit geval zijn het vaak jonge kwetsbare jongens (en meisjes) die onder dwang drugs vervoeren. Dit kan bijvoorbeeld zijn omdat zij deel uit willen maken van een 'gang' om een familiegevoel te krijgen. Of omdat zij noodgedwongen geen andere manier zien om snel geld te verdienen. Hier spelen de criminelen erg goed op in, zij signaleren dat er een kwetsbaar individu voor hen staat die ingezet kan worden voor hun doeleinden. Als drugsezels werk je dus voor iemand. Je hebt geen vrije wil. Een voorbeeld van een drugsezel zaak, is dat iemand gedwongen wordt om drugs bolletjes te slikken en hiermee naar het buitenland te reizen om geld te verdienen. Maar denk bijvoorbeeld ook eens aan jongens op de middelbare school die op het schoolplein wiet verkopen en hun opbrengsten moeten afstaan aan de uitbuiters. (European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, 2022)

## GELDEZEL

### Definitie en werkwijze daders

Een geldezel is iemand die zijn rekening (onbewust) laat gebruiken om geld van criminelen naar iemand anders over te maken of wit te laten wassen. Geldezels worden vaak geronseld via sociale media platformen. Maar er zijn ook andere situaties bekend waar de criminelen geen gebruik maken van sociale media om hun slachtoffers te vinden.

- Een 'vriend' uit de brand helpen

Bekend is dat criminelen graag hun geldezels werven onder mensen met een verstandelijke beperking. Ze leggen hun slachtoffers met cadeautjes en complimentjes in de watten en bewegen ze vervolgens hun pinpas uit te lenen, inclusief de bijbehorende pincode. Of ze vragen hun slachtoffer contant geld voor ze op te nemen bij de pinautomaat. Geld dat ze op dat moment door een slachtoffer of andere geldezel op de betreffende rekening laten storten.

- Een paar tientjes verdienen

Fraudeurs vinden hun geldezels ook vaak op schoolpleinen. Zwaaiend met papiergeld vragen ze scholieren hen even te hulp te schieten door geld voor ze op te nemen uit een pinautomaat. Vele jongeren zijn op deze manier voor een paar tientjes stevig in de problemen geraakt. (Fraudehelpdesk, 2019)

Zodra iemand slachtoffer is geworden, kan de politie naar hen kijken als verdachte. Er is immers een misdrijf gepleegd. Een aantal consequenties hiervan kunnen zijn dat:

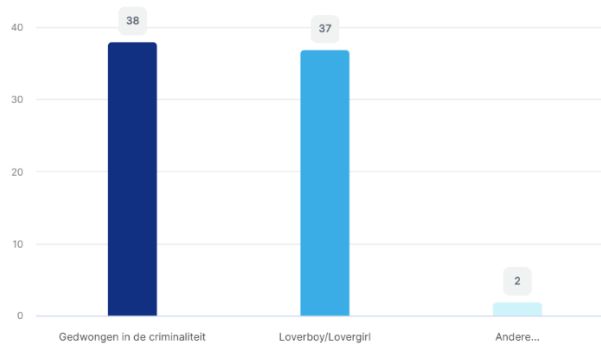
- De bankrekening wordt geblokkeerd door de bank. Hierdoor kan het slachtoffer een aantal jaar geen nieuwe rekening openen of een lening afsluiten.
- De bank schakelt de politie in voor een strafrechtelijk onderzoek.
- Het slachtoffer moet mee naar het politiebureau en wordt verhoord.
- Het slachtoffer krijgt een advocaat.
- De kans bestaat dat hij/zij een strafblad krijgt.
- Het kan zo zijn dat hij/zij de schade moet vergoeden.

### Criminele uitbuiting | Organisaties die zich ermee bezighouden

CoMensha zet zich in voor de rechten en belangen van (vermoedelijke) slachtoffers van o.a. criminele uitbuiting (CoMensha, zd). Daarnaast heb je ook andere organisaties, zoals Slachtofferhulp (zij kunnen helpen bij het strafproces), de politie en de Fraudehelpdesk.

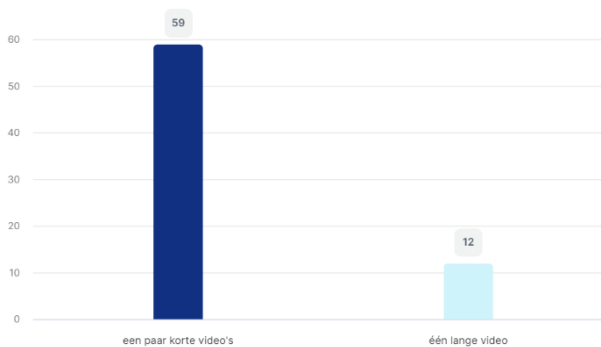
## 9.2 Resultaten enquête

### 1. Welk onderwerp spreekt je het meeste aan?

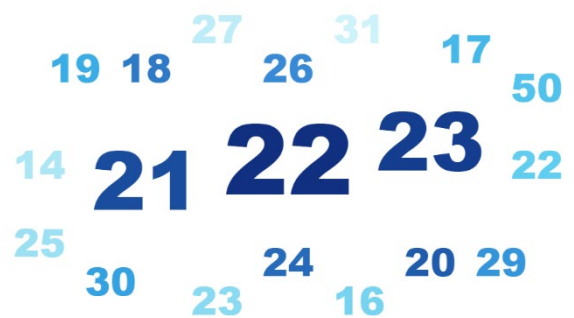


### 2. Wat weet je over mensenhandel?

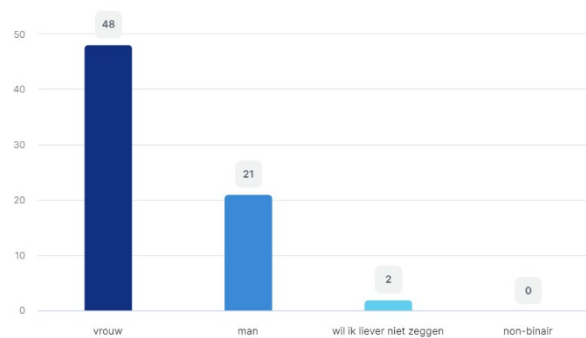
### 3. Kijk je liever op TikTok over een onderwerp...



### 4. Hoe oud ben je?



### 5. Wat is je geslacht?



## 9.3 Digitale poster

# UITBUITING EN SOCIALE MEDIA onder jongeren

## How to...



Blijf op de hoogte van de nieuwste TikTok trends . Maak deze je eigen.



Experimenteer, welke trend trekt te meeste views?



Gebruik hashtags, zij werken als een trechter om jouw doelgroep te bereiken.



Plaats de video's op de beste tijd, wanneer is jouw doelgroep online?



Blijf consistent met de content, hou de kijkers nieuwsgierig en betrokken.



## Product

Hoe kunnen jongeren bewustgemaakt worden over criminele en seksuele uitbuiting door middel van sociale media?

Korte video's van 2 minuten met de TikTok trend #confessions.

107K views

7500 likes

400 volgers

@stopmensenhandel



[HTTPS://WWW.TIKTOK.COM/@STOPMENSENHANDEL](https://www.tiktok.com/@stopmensenhandel)

## Samenwerking

CoMensha is hét landelijke, onafhankelijke expertise- en coördinatiecentrum dat zich inzet voor de belangen en rechten van slachtoffers van mensenhandel in Nederland. Casuïstieken en de disclaimer zijn medemogelijk gemaakt door CoMensha.

**comensha**  
mensenhandel in beeld

## 9.4 Beoordeling van het groepsproces door studenten

### 9.4.1 Jacky Dirksen

#### BIJLAGE 3 – BEOORDELING VAN HET GROEPSPROCES DOOR STUDENTEN

Naam van werkstuk van de groep: Uitbuiting en sociale media onder jongeren

Student: Jacky Dirksen

Studentnummer: 1054385

Werkwijze: Iedere student vult individueel een eigen formulier in, en beoordeelt de groepsleden en zichzelf. Deze beoordelingen worden meegenomen in de weging van het eindcijfer.

- 3 punten: beter dan gemiddeld de andere groepsleden
- 2 punten: gemiddeld
- 1 punt: niet zo goed als de anderen
- 0 punten: geen enkele nuttige bijdrage
- -1 punt: storend voor de groep en het proces

|                                                           | Jezelf | Rachelle van Stiphout | Evi Welten | Caitlin Valies |
|-----------------------------------------------------------|--------|-----------------------|------------|----------------|
| Enthousiasme en participatie                              | 3      | 3                     | 3          | 3              |
| Met ideeën komen                                          | 2      | 3                     | 3          | 2              |
| Ideeën uitwerken en taken uitvoeren                       | 1      | 3                     | 3          | 2              |
| Bijdrage aan het functioneren van de groep                | 2      | 2                     | 2          | 2              |
| Zoeken naar literatuur                                    | 2      | 3                     | 3          | 2              |
| Schrijven aan het stuk                                    | 2      | 3                     | 3          | 2              |
| Werken aan de lay-out van de digitale folder              | 2      | 3                     | 1          | 1              |
| Groepspresentatie                                         | 3      | 3                     | 3          | 3              |
| Extra punt voor... communicatie met samenwerkingspartners | 3      | 3                     | 3          | 3              |
| Extra punt voor...                                        |        |                       |            |                |
| Totaal                                                    | 20     | 26                    | 24         | 20             |

### 9.4.2 Rachelle van Stiphout

#### BIJLAGE 3 – BEOORDELING VAN HET GROEPSPROCES DOOR STUDENTEN

Naam van werkstuk van de groep: Uitbuiting en sociale media onder jongeren

Student: Rachelle van Stiphout

Studentnummer: 1065058

Werkwijze: Iedere student vult individueel een eigen formulier in, en beoordeelt de groepsleden en zichzelf.

Deze beoordelingen worden meegenomen in de weging van het eindcijfer.

- 3 punten: beter dan gemiddeld de andere groepsleden
- 2 punten: gemiddeld
- 1 punt: niet zo goed als de anderen
- 0 punten: geen enkele nuttige bijdrage
- -1 punt: storend voor de groep en het proces

|                                              | Jezelf | Evi Welten                             | Jacky Dirksen | Caitlin Valies |
|----------------------------------------------|--------|----------------------------------------|---------------|----------------|
| Enthousiasme en participatie                 | 2      | 2                                      | 2             | 2              |
| Met ideeën komen                             | 3      | 3                                      | 1             | 2              |
| Ideeën uitwerken en taken uitvoeren          | 3      | 3                                      | 1             | 2              |
| Bijdrage aan het functioneren van de groep   | 2      | 2                                      | 2             | 2              |
| Zoeken naar literatuur                       | 2      | 2                                      | 2             | 2              |
| Schrijven aan het stuk                       | 3      | 3                                      | 1             | 1              |
| Werken aan de lay-out van de digitale folder | 2      | n.v.t.                                 | 2             | n.v.t.         |
| Groepspresentatie                            | 2      | 2                                      | 2             | 2              |
| Extra punt voor...                           |        | Werk altijd netjes en op tijd af.<br>1 |               |                |
| Totaal                                       | 19     | 18                                     | 13            | 13             |

### 9.4.3 Caitlin Valies

#### BIJLAGE 3 – BEOORDELING VAN HET GROEPSPROCES DOOR STUDENTEN

Naam van werkstuk van de groep: Uitbuiting en sociale media onder jongeren

Student: Caitlin Valies

Studentnummer: 0963742

Werkwijze: Iedere student vult individueel een eigen formulier in, en beoordeelt de groepsleden en zichzelf.  
Deze beoordelingen worden meegenomen in de weging van het eindcijfer.

- 3 punten: beter dan gemiddeld de andere groepsleden
- 2 punten: gemiddeld
- 1 punt: niet zo goed als de anderen
- 0 punten: geen enkele nuttige bijdrage
- -1 punt: storend voor de groep en het proces

|                                                           | Jezelf | Rachelle van Stiphout | Evi Welten | Jacky Dirksen |
|-----------------------------------------------------------|--------|-----------------------|------------|---------------|
| Enthousiasme en participatie                              | 3      | 3                     | 3          | 3             |
| Met ideeën komen                                          | 3      | 3                     | 3          | 2             |
| Ideeën uitwerken en taken uitvoeren                       | 2      | 3                     | 3          | 1             |
| Bijdrage aan het functioneren van de groep                | 2      | 2                     | 2          | 2             |
| Zoeken naar literatuur                                    | 3      | 3                     | 3          | 2             |
| Schrijven aan het stuk                                    | 2      | 3                     | 3          | 2             |
| Werken aan de layout van de digitale folder               | 0      | 3                     | 0          | 3             |
| Groepspresentatie                                         | 3      | 3                     | 3          | 3             |
| Extra punt voor... communicatie met samenwerkingspartners | 3      | 1                     | 1          | 2             |
| Extra punt voor...                                        |        |                       |            |               |
| Totaal                                                    | 21     | 24                    | 21         | 20            |

#### 9.4.4 Evi Welten

##### BIJLAGE 3 – BEOORDELING VAN HET GROEPSPROCES DOOR STUDENTEN

Naam van werkstuk van de groep: Uitbuiting en sociale media onder jongeren

Student: Evi Welten

Studentnummer: 1056221

Werkwijze: Iedere student vult individueel een eigen formulier in, en beoordeelt de groepsleden en zichzelf.

Deze beoordelingen worden meegenomen in de weging van het eindcijfer.

- 3 punten: beter dan gemiddeld de andere groepsleden
- 2 punten: gemiddeld
- 1 punt: niet zo goed als de anderen
- 0 punten: geen enkele nuttige bijdrage
- -1 punt: storend voor de groep en het proces

|                                              | Jezelf | Rachelle van Stiphout                                                                                          | Jacky Dirksen | Caitlin Valies |
|----------------------------------------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|
| Enthousiasme en participatie                 | 2      | 2                                                                                                              | 2             | 2              |
| Met ideeën komen                             | 3      | 3                                                                                                              | 1             | 2              |
| Ideeën uitwerken en taken uitvoeren          | 3      | 3                                                                                                              | 1             | 2              |
| Bijdrage aan het functioneren van de groep   | 2      | 2                                                                                                              | 1             | 1              |
| Zoeken naar literatuur                       | 2      | 2                                                                                                              | 2             | 2              |
| Schrijven aan het stuk                       | 3      | 3                                                                                                              | 1             | 1              |
| Werken aan de lay-out van de digitale folder | N.v.t. | 2                                                                                                              | 2             | N.v.t.         |
| Groepspresentatie                            | 2      | 2                                                                                                              | 2             | 2              |
| Extra punt voor...                           |        | To do lijst op het einde overzichtelijk gehouden + werk goed en op tijd af + goed achter de taken aangegaan. 1 |               |                |
| Totaal                                       | 17     | 20                                                                                                             | 12            | 12             |