

AUTEUR  
ROZETTA MEIJER

Kennisplatform  
Integratie &  
Samenleving



April, 2017

VIER VOORBEELDEN VAN AANPAKKEN UIT DE PRAKTIJK

# RADICALISERING VOORKOMEN EN TEGENGAAN



	Inleiding	3
1	Praktijkvoorbeeld Dare to be Grey	4
2	Praktijkvoorbeeld Training Omgaan met extreme idealen	6
3	Praktijkvoorbeeld Roadshow Persvrijheid	8
4	Praktijkvoorbeeld Versterken weerbaarheid Koerdisch-Nederlandse gemeenschap	10



Professionals werkzaam bij gemeenten, politie, welzijns-, onderwijs- en maatschappelijke organisaties krijgen te maken met radicalisering. Zij zoeken daarom informatie hoe radicalisering te voorkomen of tegen te gaan. Concrete praktijkvoorbeelden zijn echter vaak lastig vindbaar. Daarbij zijn de voorbeelden die er zijn, veelal lokaal en projectmatig van karakter.

Kennisplatform Integratie & Samenleving (KIS) beschreef begin 2016 [dertien praktijkvoorbeelden](#) die de afgelopen tien jaar in Nederland zijn ontwikkeld en toegepast om radicalisering van islamitische jongeren te voorkomen. Vijf van deze interventies ([DIAMANT](#), [Bondgenoten](#), [Vechten voor Vrede](#), [Hulplijn Radicalisering en Weerbaar Opvoeden](#)) zijn inmiddels versterkt en overdraagbaar gemaakt waardoor ook andere organisaties of gemeenten ermee aan de slag kunnen. In aanvulling hierop beschrijft KIS nu vier nieuwe praktijkvoorbeelden. Dit zijn: de campagne Dare to be Grey, de training Omgaan met extreme

idealen, de Roadshow Persvrijheid en een training voor sleutelfiguren binnen de Koerdisch-Nederlandse gemeenschap. Deze vier praktijkvoorbeelden richten zich op uiteenlopende doelgroepen, hebben diverse doelstellingen en maken gebruik van verschillende methodes.

De selectie van de praktijkvoorbeelden vond plaats op basis van inhoud en diversiteit, met als belangrijkste doelstelling te laten zien wat er zoal wordt gedaan als het om interventies tegen radicalisering gaat. De selectie heeft nadrukkelijk niet plaatsgevonden op basis van (bewezen) effectiviteit. Dit soort evaluatieonderzoek ontbreekt immers veelal voor interventies die zich richten op het voorkomen van radicalisering. De genoemde praktijkvoorbeelden vormen dan ook geen blauwdruk voor een effectieve aanpak, maar geven inzicht in geleerde lessen uit de praktijk. Ook kan contact worden gelegd met de ontwikkelaars van deze interventies om ervaringen uit te wisselen.



# 1

## Praktijkvoorbeeld Dare to be Grey

### SAMENVATTING

De campagne Dare to be Grey richt zich op het tegengaan van polarisatie door een stem te geven aan het grijze midden. De initiatiefnemers menen dat vooral de extreme geluiden in het maatschappelijke debat hoorbaar zijn, waardoor de diversiteit aan meningen, nuances en identiteiten in het nauw komt. De campagne stimuleert personen met een genuanceerde mening zich uit te spreken.

### ONTWIKKELAAR

De aanpak is ontwikkeld door een groep van 21 studenten van de Universiteit Utrecht, die daarmee in 2016 de internationale wedstrijd [Peer 2 Peer: Challenging Extremism](#) wonnen. Studententeams over de hele wereld kregen de opdracht een social mediacampagne op te zetten, gericht op het tegengaan van gewelddadig extremisme. De wedstrijd werd gesponsord door het Amerikaanse ministerie van Buitenlandse Zaken en Facebook.

### PROBLEEM

Volgens de studenten die de aanpak ontwikkelden, is het maatschappelijk debat in Nederland verhard en gepolariseerd. Veel aandacht gaat volgens hen uit naar extreme meningen, terwijl het meer genuanceerde geluid te weinig wordt gehoord. Voorbeelden zijn de felle discussies over de vluchtelingenstroom, de plaats van de islam in de Nederlandse samenleving en de Zwarte Piet-discussie. Volgens de studenten doet het huidige maatschappelijke debat geen recht aan de diversiteit van meningen in Nederland en leidt dit uiteindelijk tot meer polarisatie.

### DOELGROEP

De campagne heeft een brede doelgroep, maar is in eerste instantie gericht op jongeren tussen de 15 en 25 jaar, met een genuanceerde mening en die al in het maatschappelijk middenveld actief zijn. De campagne wil deze jongeren stimuleren zich meer uit te spreken. De indirecte doelgroep zijn jongeren met zowel genuanceerde, als meer extreme meningen die zich begeven in de directe omgeving van de primaire doelgroep.

### DOEL

De hoofddoelstelling van Dare to be Grey is het tegengaan van polarisatie, door het grijze midden van de samenleving zichtbaar te maken en te versterken. Het moet een beweging stimuleren die het grijs-denken aantrekkelijker maakt dan het zwart-wit denken en die ruimte creëert voor nuance in het debat. Het tegengaan van polarisatie kan indirect ook bijdragen aan het tegengaan van radicalisering, doordat een alternatief narratief wordt geboden en minder aandacht uitgaat naar de uitersten in het maatschappelijk debat. Een voorbeeld: Dare to be Grey heeft zich onder andere ingezet om nuance aan te brengen in het narratief dat autochtone Nederlanders tegen moslims zijn.

### AANPAK

De aanpak bestaat uit een online en offline component, waarbij de offline aanpak belangrijk is, omdat daarmee volgens de ontwikkelaars meer verschillende doelgroepen worden bereikt dan met een online campagne alleen. Hieronder een aantal voorbeelden van activiteiten en middelen die tot nu toe zijn ingezet:

#### Online:

- Een video- en fotoserie van personen die zich tegen polarisatie uitspreken op de website van Dare to be Grey, Facebook, Instagram en YouTube. Voorbeelden van sprekers zijn jongerenwerkers uit de Schilderswijk in Den Haag en een PVV-aanhanger die zich uitspreekt voor de opvang van vluchtelingen.
- Video over de betekenis van polarisatie.
- De mogelijkheid om een genuanceerd, persoonlijk verhaal of mening te delen op de Facebookpagina van Dare to be Grey.



### Offline:

- Flyers, posters en stickers van de campagne die op straat in verschillende steden en op de Universiteit Utrecht worden uitgedeeld en opgehangen.
- Een tour langs steden om op straat flyers uit te delen en in gesprek te gaan met mensen. Het doel hiervan is om in contact te treden met mensen die (nog) niet met de online campagne worden bereikt en om media-aandacht te genereren.
- Lezingen voor studenten over polarisatie.
- Het geven van lessen op middelbare scholen over polarisatie om ook de jongere doelgroep beter te bereiken.

### RANDVOORWAARDEN

- Een gemotiveerd team van studenten of vrijwilligers (8-15 personen) dat bereid is zich te committeren en tijd te investeren in het opzetten en uitvoeren van de campagne.
- (Beperkt) budget om activiteiten van te kunnen financieren.
- Ondersteuning vanuit een gevestigde organisatie, zoals een universiteit of een NGO om de duurzaamheid van de aanpak te waarborgen.

### WAAR WORDT DE AANPAK UITGEVOERD?

Dare to be Grey is een landelijke campagne.

### SAMENWERKINGSPARTNERS

Het campagneteam wordt ondersteund door de Universiteit Utrecht, de gemeente Utrecht, de Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV) en een aantal professionals uit het veld.

### PRAKTIJKERVARINGEN

De campagne Dare to be Grey werd in maart 2016 gelanceerd. In juni 2016 bereikte de campagne wat betreft media-aandacht en het aantal online bezoekers haar hoogtepunt. Na de zomer is een kleinere groep studenten betrokken gebleven bij de campagne en bezig met het opzetten van nieuwe activiteiten.

Volgens één van de ontwikkelaars kunnen de volgende elementen als werkzame elementen worden aangemerkt:

- De campagne is opgezet door en voor jongeren en daarmee minder betuttelend dan bijvoorbeeld een overheids campagne.
- De juiste branding van het merk is belangrijk, daar is Dare to be Grey goed in geslaagd.
- Aandacht voor de campagne via zoveel mogelijk verschillende kanalen (en ook offline) is belangrijk om zoveel mogelijk verschillende doelgroepen te bereiken en niet alleen gelijkgestemden.

### EVALUATIES

De ontwikkelaars van de aanpak hebben op verschillende momenten enquêtes gehouden onder studenten van de Universiteit Utrecht. In april 2016 was 42% van de ondervraagde studenten bekend met Dare to be Grey en identificeerde 66% van de respondenten zich met het grijze midden. Twee maanden later, in juni 2016, was 72% van de ondervraagde studenten bekend met Dare to be Grey en identificeerde 77% van de respondenten zich met het grijze midden.

### TOEPASBAARHEID

De aanpak is toepasbaar binnen verschillende contexten. Er is geen handboek beschikbaar, maar studenten betrokken bij de opzet van de campagne zijn bereid hun ervaringen te delen met anderen.

### CONTACTGEGEVENS

Jordy Nijenhuis

Medeoprichter Dare to be Grey.

E-mailadres: [jordy@dtbg.nl](mailto:jordy@dtbg.nl)

### BESCHIKBARE MATERIALEN

Meer informatie over de campagne is te vinden op:

- De website van Dare to be Grey: <http://www.dtbg.nl/>.
- De Facebookpagina van Dare to be Grey: <https://nl-nl.facebook.com/DaretobeGrey/>.



# 2

## Praktijkvoorbeeld Training Omgaan met extreme idealen

### SAMENVATTING

De training **Omgaan met extreme idealen** van de Expertise-unit Sociale Stabiliteit is gericht op het voorkomen van extremisme. De training is voor professionals die met jongeren werken. Zij leren het gesprek aan te gaan met jongeren met extreme idealen. De training geeft hun meer inzicht in radicaliseringsprocessen en biedt concrete handvatten om met deze jongeren om te gaan.

### ONTWIKKELAAR

Dr. Stijn Sieckelink en Jessa Wegman ontwikkelden in 2011 de basis voor de training. De Expertise-unit Sociale Stabiliteit (ESS) biedt de training sinds 2015 kosteloos aan.

### PROBLEEM

Jongeren die onvoldoende worden begrepen in het ontwikkelingsproces van idealen of die idealen enkel negatief duiden, lopen het risico extreme idealen te ontwikkelen. De idealen gaan er vanaf dat moment als het ware 'met de jongere vandoor'. Om te voorkomen dat jongeren extreme idealen ontwikkelen, zijn 'checks en balances' vanuit de omgeving van de jongere van belang. Deze training helpt professionals die met jongeren werken hierbij.

### DOELGROEP

De training is bedoeld voor eerstelijns werkers die veel met jongeren werken, zoals docenten, jongerenwerkers en wijkagenten.

### DOEL

De training helpt extremisme te voorkomen, omdat het professionals handvatten biedt voor de omgang met jongeren met extreme idealen. Professionals krijgen enerzijds meer inzicht in radicaliseringsprocessen en de ontwikkeling van idealen. Anderzijds biedt het handelingsperspectieven voor het aangaan van het gesprek met jongeren. Na de training kunnen professionals jongeren met extreme idealen meer tegenwicht bieden, weten zij signalen van radicalisering beter te duiden en weten zij waar zij terecht kunnen met deze signalen.

### AANPAK

De training beslaat een dagdeel. Centraal in de training staat in de eerste plaats het verkrijgen van inzicht in de eigen vooroordelen en idealen en de invloed daarvan op het verloop van het gesprek met een jongere. In de tweede plaats gaat het om het (beter) begrijpen van de belevingswereld van jongeren en het oefenen met het aangaan van het gesprek met een jongere met extreme idealen. Tot slot wordt aandacht besteed aan de sociale kaart binnen en buiten de eigen organisatie: waar kunnen signalen van radicalisering en/of extremisme gemeld worden. In de training wordt veel gewerkt met casussen en rollenspellen.

De training bestaat uit de volgende elementen:

- Introductie.
- Actualiteiten, uitleg van het Dreigingsbeeld Terrorisme Nederland (DTN) en ontwikkelingen binnen het jihadisme en extreemrechts.
- Onderzoek naar de eigen vooroordelen en idealen en de invloed daarvan op gespreksvoering.
- Het pedagogische perspectief op extreme idealen.
- Theorieën over radicalisering.
- Gespreksvoering gekoppeld aan de theorie, waarbij wordt ingegaan op de voedingsbodem van radicalisering en triggerfactoren. Centraal in het gesprek staan inlevingsvermogen, duiding en handelen.
- Sociale kaart binnen en buiten de eigen organisatie: waar, wanneer en bij wie kunnen professionals terecht met signalen van radicalisering?



## RANDVOORWAARDEN

De ESS biedt de training kosteloos aan, op jaarbasis maximaal honderd keer. Per training kunnen gemiddeld vijftien professionals deelnemen. Voor de uitvoering van de trainingen zijn trainers, trainingsacteurs en een locatie nodig. De partij die de training aanvraagt, dient een locatie beschikbaar te stellen.

## CONTEXT

De trainingen worden zowel aangeboden aan groepen professionals werkzaam bij dezelfde organisatie, als aan groepen professionals werkzaam bij verschillende organisaties.

## SAMENWERKINGSPARTNERS

De belangrijkste partner in de uitvoering van de trainingen is de organisatie die de training aanvraagt. Voordat de training plaatsvindt, wordt bepaald of de training voldoende aansluit bij de vraag van de organisatie. Soms sluit het aanbod van het Rijksopleidingsinstituut tegengaan Radicalisering (ROR) beter aan; dan wordt daarnaar verwezen. Naast de vragende partij zijn gemeenten (in sommige gevallen is dit tevens de vragende partij) en Stichting School en Veiligheid (SSV) belangrijke samenwerkingspartners. De training Omgaan met extreme idealen is ook ondergebracht bij SSV, in de module 'Gesprek met de Leerling'.

## PRAKTIJKERVARINGEN

Sinds 2015 volgden 1400 professionals (vooral docenten, jongerenwerkers en gemeenteambtenaren) verspreid over Nederland de training. Uit een afstudeeronderzoek, waarin de getrainde professionals zijn bevestigd, kwam het volgende naar voren:

- Deelnemers geven aan dat de training heeft bijgedragen aan hun bewustwording over het fenomeen radicalisering en extremisme.
- Deelnemers geven aan zich er bewuster van te zijn dat ze anderen nodig hebben in het bieden van 'checks en balances' aan jongeren (het vormen van een zogenaamde pedagogische coalitie).
- Deelnemers geven aan zich gesterkt te voelen in het aangaan van het gesprek met jongeren met extreme idealen.

De ontwikkelaars trokken de volgende lessen uit het geven van de trainingen:

- Naast de aandacht voor het jihadisme is het van belang in de trainingen ook meer aandacht te besteden aan andere vormen van extremisme, zoals rechtsextremisme.
- De werkvorm met trainingsacteurs waarbij casussen worden gesimuleerd, werkt voor de ene groep goed, terwijl voor een andere groep de carouselmethode beter werkt. Daardoor moet per training telkens opnieuw naar de best aansluitende werkvorm worden gezocht.

- De duur van de training is aan de korte kant. Er is daarom een vervolg op de training ontwikkeld. In dit dagdeel wordt langer stilgestaan bij en geoefend met dilemma's die naar voren komen in het aangaan van het gesprek met jongeren met extreme idealen.

## EVALUATIES

De training wordt na elke trainingsbijeenkomst door de deelnemers geëvalueerd. Verder is de training in 2016 geëvalueerd in het eerder vermelde afstudeeronderzoek.

## TOEPASBAARHEID

Het streven van de ESS is om de training in de toekomst overdraagbaar te maken, bijvoorbeeld door een train-de-trainer-component aan de training toe te voegen.

## CONTACTGEGEVENS

Jessa Wegman

Adviseur en trainer bij de Expertise-unit Sociale Stabiliteit.

E-mailadres: [ess@minszw.nl](mailto:ess@minszw.nl)

## BESCHIKBARE MATERIELEN

Meer informatie over de inhoud van de training is te vinden op:

- De pagina training Omgaan met extreme idealen op de website van de ESS: <https://www.socialestabiliteit.nl/omei>.
- Onderzoeksrapporten waarop de training is gebaseerd, zoals [Idealen op Drift](#).
- Ander onderzoek, zoals [Formers and Families](#).



# 3

## Praktijkvoorbeeld Roadshow Persvrijheid

### SAMENVATTING

De Roadshow Persvrijheid ontstond als reactie op de aanslagen op de redactie van Charlie Hebdo. Volgens de ontwikkelaars voelen vooral jongeren met een migratieachtergrond zich onvoldoende gehoord door de Nederlandse media. De roadshow bestaat uit een lespakket en debat over persvrijheid, bedoeld voor middelbare scholieren en leerlingen van ROC's. Het doel is om de afstand tussen jongeren en de media te verkleinen, jongeren meer inzicht te geven in hoe de media werken en hoe ze daar zelf actief in kunnen participeren.

### ONTWIKKELAAR

De Roadshow Persvrijheid werd in 2015 ontwikkeld door journalisten Senay Özdemir en Shirley Haasnoot in samenwerking met Stichting Nieuws in de klas. Dit deden zij in reactie op de aanslagen op de redactie van Charlie Hebdo. Het project is mede mogelijk gemaakt door de Nederlandse Vereniging van Journalisten, het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid en het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek.

### PROBLEEM

Volgens de ontwikkelaars van de Roadshow Persvrijheid wantrouwen jongeren, vooral jongeren met een migratieachtergrond, de media in zekere mate. Zij voelen zich onvoldoende serieus genomen en niet vertegenwoordigd. Volgens hen schetsen de westerse media een eenzijdig beeld en stigmatiseren ze moslims, vooral met betrekking tot gebeurtenissen in het Midden-Oosten en de islam. Op middelbare scholen bleek nog onvoldoende aandacht besteed te worden aan het onderwerp persvrijheid.

### DOELGROEP

De aanpak richt zich op middelbare scholieren in de bovenbouwklassen van het vmbo, havo en vwo en leerlingen op het mbo.

### DOELEN

De Roadshow Persvrijheid wil de afstand tussen jongeren en de media verkleinen. Door jongeren te onderwijzen over de betekenis van persvrijheid en een debat tussen hun en vertegenwoordigers van de media te organiseren, hopen de ontwikkelaars de jongeren bewust te maken dat ze zelf ook kunnen participeren

in de media. Meer kennis over het begrip persvrijheid maakt dat jongeren beter begrijpen hoe de media werken, hoe ze daar zelf actiever deel aan kunnen nemen en er gebruik van kunnen maken. Ze leren ook de betrouwbaarheid van nieuws beter te beoordelen. Dit draagt indirect bij aan het voorkomen van radicalisering, aangezien ervaren achterstelling en een gevoel van onrechtvaardige behandeling jongeren gevoelig kan maken voor extremistische boodschappen. Het is belangrijk jongeren bewust te maken van democratische manieren waarop zij zich daar tegen kunnen uitspreken en handvatten te bieden om nieuws beter in perspectief te plaatsen.

### AANPAK

De Roadshow Persvrijheid bestaat uit twee componenten:

1. Een lespakket over persvrijheid.  
Het lespakket bestaat uit drie lessen over persvrijheid die docenten maatschappijleer, geschiedenis en/of Nederlanders kunnen geven. Onderdeel van het lespakket is dat leerlingen twee weken lang een krant naar eigen keuze thuis krijgen bezorgd. Tijdens de lessen maken leerlingen opdrachten waarvoor ze de krant nodig hebben. Ze krijgen bijvoorbeeld de vraag welke artikelen uit de krant ze zouden doorstrepen als zij dictator van een land zouden zijn.
2. Een afsluitend debat tussen de jongeren en de media.  
Ter afsluiting van de drie lessen wordt een debat georganiseerd tussen de leerlingen en een bekende journalist, hoofdredacteur of uitgever. Leerlingen krijgen de kans kritische vragen te stellen en te debatteren over stellingen die betrek-





king hebben op de pers. Vragen die aan bod komen zijn bijvoorbeeld: u beledigt mijn geloof, waarom doet u dat? Het debat geeft leerlingen tevens de kans om gehoord te worden door de media.

### RANDVOORWAARDEN

Om de aanpak uit te kunnen voeren, is het volgende nodig:

- Een trekker die zich blijvend inzet voor het realiseren van de Roadshow Persvrijheid.
- Een goed netwerk binnen de Nederlandse pers.
- Bereidwilligheid van journalisten, hoofdredacteuren en uitgeverij om het debat met leerlingen aan te gaan.
- Bereidwilligheid van scholen en docenten om de lessen over persvrijheid te verzorgen en het debat te faciliteren.
- Financiering vanuit fondsen en/of de overheid.

### WAAR WORDT DE AANPAK UITGEVOERD?

De Roadshow Persvrijheid is op middelbare scholen en ROC's over het hele land uitgevoerd, bij voorkeur op scholen met een diverse leerlingpopulatie.

### SAMENWERKINGSPARTNERS

Voor een succesvolle aanpak is samenwerking met de volgende partijen van belang:

- Middelbare scholen en ROC's.
- Docenten maatschappijleer, geschiedenis en Nederlands. Bijvoorbeeld via de Nederlandse Vereniging van Leraren Maatschappijleer (NVLN).
- Medewerking van de Nederlandse pers.
- Nieuws in de Klas.

### PRAKTIJKERVARINGEN

De Roadshow Persvrijheid is in maart 2015 gelanceerd en heeft in de periode maart 2015 tot en met mei 2016 22 scholen en 2300 leerlingen bereikt. Voor de borging van de aanpak is gekozen om een digitaal lespakket over persvrijheid te ontwikkelen. Het lespakket blijft daarmee gratis beschikbaar voor docenten. Scholen kunnen kiezen of zij ter afsluiting van het lespakket een debat tussen leerlingen en een vertegenwoordiger van de Nederlandse media willen organiseren.

Tijdens de uitvoering van de Roadshows zijn de volgende lessen geleerd:

- Het onderwerp persvrijheid werd tot nu toe niet als apart onderwerp behandeld in het onderwijs. Tijdens de roadshows is gebleken dat hier behoefte aan is bij docenten. Volgens een van de ontwikkelaars strekt het daarom tot de aanbeveling om dit onderwerp standaard op te nemen in het curriculum.
- De journalistiek bleek grote bereidheid te hebben om met leerlingen het gesprek aan te gaan over persvrijheid en de rol

van de media in de samenleving. Hier kan in de toekomst op worden voortgebouwd.

- Leerlingen hebben een extra zetje nodig om actief te participeren in de media. Een uitkomst van de roadshows is onder andere de start van een masterclass 'Publiceren met impact', waarin 14 leerlingen uit het hele land drie workshops volgen over het schrijven met impact. De helft van de jongeren die aan deze masterclass deelnemen hebben een migratieachtergrond. De masterclass maakt onderdeel uit van een verdiepend vervolgtraject op de Roadshow Persvrijheid genaamd 'Newsroom'. Dit traject is in samenwerking met Diversion ontwikkeld.
- Tijdens de debatten stelden leerlingen vragen die raken aan de rechtstaat en politieke keuzes. Het strekt volgens een van de ontwikkelaars daarom tot de aanbeveling om ook politici uit te nodigen deel te nemen aan het debat.

### EVALUATIES

De aanpak is in 2016 door de initiatiefnemers geëvalueerd. De geleerde lessen staan hierboven beschreven.

### TOEPASBAARHEID

De aanpak is op elke middelbare school of ROC in te zetten.

Het lespakket persvrijheid is via Roadshow Persvrijheid vrij toegankelijk. Een debat met een vertegenwoordiger uit de media kan via de ontwikkelaars van de Roadshow Persvrijheid worden geboekt.

### CONTACTGEGEVENS

Senay Özdemir

Medeoprichtster Roadshow Persvrijheid.

E-mailadres: [senay@senmagazine.com](mailto:senay@senmagazine.com)

Telefoonnummer: +31 (0)6 489 591 44

### BESCHIKBARE MATERIELEN

Meer informatie over de aanpak is te vinden op:

- De website van de Roadshow Persvrijheid: <http://www.roadshowpersvrijheid.nl/>.
- De website waar het digitale lespakket kan worden gedownload: <https://www.nieuwsindeklas.nl/lesmateriaal/lespakket/roadshow-persvrijheid>.



# 4

## Praktijkvoorbeeld Versterken weerbaarheid Koerdisch- Nederlandse gemeenschap

### SAMENVATTING

**Met de training voor sleutelfiguren binnen de Koerdisch-Nederlandse gemeenschap kan de weerbaarheid van deze gemeenschap rond het onderwerp radicalisering worden vergroot. Het doel van de training is de gemeenschap in staat te stellen zelfstandig signalen van radicalisering te herkennen en preventief op te treden. Nadien verzorgen de sleutelfiguren op hun beurt weer trainingen voor het eigen netwerk binnen de gemeenschap.**

### ONTWIKKELAAR

Het organisatieadviesbureau Publinc. ontwikkelde in 2016 in opdracht van het ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid een 'train-de-trainer'-training voor sleutelfiguren binnen de Koerdisch-Nederlandse gemeenschap.

### PROBLEEM

Er is weinig zicht op de mate van radicaliseringsproblematiek onder de Koerdische vluchtelingen die zich recent en in het verleden in Nederland hebben gevestigd. De Nederlandse overheid investeert in relaties met de islamitische gemeenschap in Nederland, maar heeft nog geen structurele en intensieve samenwerking met de Koerdisch-Nederlandse gemeenschap. Bekend is dat het grootste deel van de Koerden in Nederland zich betrokken voelen bij de strijd tegen ISIS. Desondanks zijn er ook Koerden die sympathiseren met het jihadistisch gedachtegoed en zijn er voorbeelden van Koerdische Nederlanders die zich bij ISIS hebben aangesloten.

### DOELGROEP

De interventie richt zich op de Koerdisch-Nederlandse gemeenschap die zich recent en in het verleden in Nederland heeft gevestigd. De directe doelgroep van de interventie zijn sleutelfiguren, geselecteerd op basis van hun positie binnen de gemeenschap: personen met een zekere mate van aanzien en autoriteit.

### DOELEN

De interventie richt zich specifiek op het voorkomen en tegengaan van radicalisering in jihadistische hoek. Het doel van de training is om de weerbaarheid van de Koerdisch-Nederlandse gemeenschap te vergroten, zodat zij in staat is om zelfstandig signalen van radicalisering te herkennen en preventief op te

treden. De trainingen moeten de kennis over en bewustwording van radicalisering vergroten. Daarnaast hebben zij tot doel de deelnemers een handelingsperspectief te bieden om signalen van radicalisering beter te kunnen duiden, zonder daarbij individuen te stigmatiseren. Tot slot hebben de trainingen tot doel om bestaande en nieuw te creëren verbindingen tussen stakeholders te ondersteunen en te versterken.

### AANPAK

De aanpak bestaat uit twee componenten:

1. Een 'train-de-trainer'-training aan sleutelfiguren.  
Publinc. heeft tien sleutelfiguren binnen de Koerdisch-Nederlandse gemeenschap getraind. Deze sleutelfiguren zijn benaderd door de Vluchtelingenorganisatie Nederland (VON), die goede contacten heeft binnen de Koerdisch-Nederlandse gemeenschap. De train-de-trainer training bestaat uit een dagdeel waarin de sleutelfiguren naast een inhoudelijke gedeelte over radicalisering, worden getraind in het geven van trainingen.
2. Ondersteuning aan de trainingen die de sleutelfiguren geven aan hun netwerk.  
De getrainde sleutelfiguren geven op hun beurt op zijn minst twee trainingen van een dagdeel aan een groep van vijftien tot twintig personen uit hun netwerk binnen de gemeenschap. De trainers van Publinc. zijn aanwezig om ondersteuning te bieden indien nodig. Deze trainingen moeten een sneeuwbal-effect ontketen, waardoor de kennis en het verhoogde bewustzijn over de hele gemeenschap wordt verspreid.



## RANDVOORWAARDEN

Voor het succes van de aanpak is goed contact met de gemeenschap waar de interventie zich op richt van cruciaal belang. De sleutelfiguren nemen immers op vrijwillige basis deel aan de trainingen. Verder is een beperkt aantal trainers nodig om de trainingen aan de sleutelfiguren te kunnen verzorgen.

## CONTEXT

De trainingen zijn binnen verschillende gemeenten in Nederland gegeven. Daarbij is voornamelijk samengewerkt met zelforganisaties en jongerenverenigingen binnen de Koerdisch-Nederlandse gemeenschap. De meeste van deze organisaties zijn georganiseerd langs politieke lijnen.

## SAMENWERKINGSPARTNERS

De trainingen worden in nauwe samenwerking met de gemeenschap zelf vormgegeven en uitgevoerd. Daarnaast zijn ook gemeenten een belangrijke samenwerkingspartner. Contact tussen de gemeente en de lokale Koerdisch-Nederlandse gemeenschap is van belang voor het versterken van de onderlinge samenwerking. In een aantal gevallen hebben gemeentebtenaren zich daarom bij de trainingen aangesloten.

## PRAKTIJKERVARINGEN

De 'train-de-trainer'-trainingen zijn in 2016 gegeven aan tien sleutelfiguren binnen de Koerdisch-Nederlandse gemeenschap verspreid over Nederland. Het is de bedoeling dat deze sleutelfiguren in het eerste halfjaar van 2017 de trainingen binnen hun eigen netwerk gaan verzorgen.

Uit de praktijkervaringen kunnen tot nu toe de volgende lessen worden getrokken:

- Het opbouwen van een vertrouwensband met de gemeenschap is van groot belang voor het slagen van de aanpak.
- Een goed beeld van het krachtenveld binnen de gemeenschap is behulpzaam in het onderkennen van de verschillende belangen en noodzakelijk om daar op in te kunnen spelen.
- Het ontwikkelen van de training in samenspraak met de gemeenschap is van groot belang voor de effectiviteit. Daardoor sluit de training beter aan bij de behoeften van de gemeenschap.

## EVALUATIES

De aanpak wordt naar verwachting in juni 2017 geëvalueerd.

## TOEPASBAARHEID

De training is tevens geschikt voor andere gemeenschappen, mits de training wordt toegespitst op de specifieke behoeften van de betreffende gemeenschap.

## CONTACTGEGEVENS

Sharif Rabbae

Adviseur bij Publinc.

E-mailadres: [s.rabbae@publinc.nl](mailto:s.rabbae@publinc.nl)

## BESCHIKBARE MATERIALEN

Er zijn geen beschikbare materialen aanwezig.



## Colofon

Financier: Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid  
Auteur: R.T. Meijer, MSc.  
Ontwerp: Design Effects  
Uitgave: Kennisplatform Integratie & Samenleving  
P/a Kromme Nieuwegracht 6  
3512 HG Utrecht  
T (030) 230 3260

De publicatie kan gedownload worden via de website van het Kennisplatform Integratie & Samenleving: <http://www.kis.nl>.

ISBN 978-90-5830-812-2

© Verwey-Jonker Instituut, Utrecht 2017.  
Het auteursrecht van deze publicatie berust bij het Verwey-Jonker Instituut. Gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld.  
The copyright of this publication rests with the Verwey-Jonker Institute. Partial reproduction of the text is allowed, on condition that the source is mentioned.



kennis en aanpak van  
sociale vraagstukken

### KENNISPLATFORM INTEGRATIE & SAMENLEVING

Kennisplatform Integratie & Samenleving doet onderzoek, adviseert en biedt praktische tips en instrumenten over vraagstukken rond integratie, migratie en diversiteit. Daarnaast staat het platform open voor vragen, signalen en meningen en formuleert daar naar beste vermogen een antwoord op.

Deze kennisuitwisseling is bedoeld om een fundamentele bijdrage te leveren aan een pluriforme en stabiele samenleving. Blijf op de hoogte van alle projecten, vragen en antwoorden en andere kennisuitwisseling via [www.kis.nl](http://www.kis.nl), de [nieuwsbrief](#), [Twitter](#) en [LinkedIn](#).

