



**COT** | Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement  
*an Aon company*



UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM



# Copycat

**Een fenomeenonderzoek**

**COT Instituut voor  
Veiligheids- en Crisismanagement**  
J.G.H. Bos  
Drs. A.M.D. van Es

**Universiteit van Amsterdam**  
Dr. P. Vasterman

Met medewerking van M. Neyzen

*Een uitgave van het COT Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement en de Universiteit van Amsterdam  
in opdracht van Nationaal Crisiscentrum van het ministerie van Veiligheid en Justitie*

Den Haag, augustus 2011

Voor vragen of opmerkingen naar aanleiding van deze evaluatie kunt u schriftelijk, telefonisch of per e-mail contact opnemen met de auteurs via:

COT Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement  
Koninginnegracht 26  
2514 AB Den Haag  
Telefoon: 070-3122020

E-mail: [cot@cot.nl](mailto:cot@cot.nl)

Internet: [www.cot.nl](http://www.cot.nl)



## Samenvatting

Het Copycat-effect is het effect dat plaatsheeft als er sprake is van een handeling die is uitgevoerd naar aanleiding van berichtgeving in de media over een eerdere soortgelijke handeling. Sommige mensen laten zich ernstig beïnvloeden/inspireren door de informatie die hen via verschillende media bereikt en vertonen naar aanleiding hiervan imitatiegedrag.

In opdracht van het Nationaal Crisiscentrum van het ministerie van Veiligheid en Justitie hebben het COT Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement en de Universiteit van Amsterdam een onderzoek uitgevoerd naar het fenomeen Copycat. Dit rapport is geschreven voor experts crisiscommunicatie bij overheden en specialistische bureaus om ze meer inzicht geven in het Copycat effect en voor woordvoerders en bestuurders bij overheden in een crisissituatie met een Copycat risico, zoals woordvoerders van politie, Openbaar Ministerie, hulpdiensten, enz.

Het Copycat effect is zeer regelmatig onderwerp van discussie. Daders van misdrijven zouden zich laten beïnvloeden of inspireren door incidenten die daarvoor uitgebreid in het nieuws geweest zijn. Aanleiding voor ophef is doorgaans dat er een cluster lijkt op te treden van een bepaald type incidenten in een korte tijd. Er vinden bijvoorbeeld enkele gezinsdrama's ('murder suicide') kort na elkaar plaats of een reeks brandstichtingen in een korte tijd. Het veronderstelde cluster leidt tot verontrusting en tot discussie over de rol van de media, doorgaans uitmondend in een oproep van bijvoorbeeld het bevoegd gezag, experts of het publiek tot mediastilte om de serie Copycats te doorbreken.

Om te bezien wat de 'kans' is op herhaling van een incident is het van belang om onderscheid te maken tussen lichte, middelzware en ernstige incidenten: variërend van vandalisme, bedreiging, mishandeling, zelfdoding tot en met moord/zelfdoding. Bij de lichte tot middelzware categorie is de kans op Copycat groter omdat het om acties gaat die snel en spontaan uit te voeren zijn zonder al te grote risico's. Bij de minder vaak voorkomende, ernstige incidenten is de kans op Copycat klein omdat de uitvoering meer voorbereiding en planning vereist en omdat de gevolgen en de risico's voor de dader groot zijn. Schematisch ziet dat er als volgt uit:

zwaarte daad →	---	-	+/-	+	++	+++	Voorbeeld	Pagina
CopyCat risico ↓								
++	Bedreiging						Dreigtelefoontjes Poederbrieven Bommelingen	13
+	Vandalisme						Vernieling Stenengooien	16
+	Brandstichting						Autobranden	17
+/-	Mishandeling						Happy slapping	17
-				Zelfdoding			Cybersuicide pacts	18
---				Moord en zelfdoding			Gezinsdoding Amok (school shootings)	18

Uit het onderzoek blijkt dat het niet mogelijk is een 'overall' Copycat communicatiestrategie te ontwikkelen. Daarvoor lopen de situaties waarin het Copycat fenomeen kan optreden teveel uiteen. Wel valt op dat het Copycat effect vooral plaats vindt bij relatief makkelijk te kopiëren, impulsieve daden en dat het bij ernstige daden meer om herhaling van de dreiging gaat. Een belangrijk aspect daarbij is 'tijd'. De imitator kopieert meestal binnen tien dagen de oorspronkelijke daad of de dreiging.

Over het algemeen zijn de basisprincipes van crisiscommunicatie van toepassing bij Copycat communicatie. Echter, er zijn enkele specifieke aandachtspunten zoals het enorm versterkende effect van media aandacht, het belang van 'duiding' en het alert zijn op (onterechte) clustering van incidenten. Het principe van openheid kan op gespannen voet staan met het geven van informatie die identificatie met de dader kan vergroten, wat weer imitatiegedrag stimuleert. Het advies is altijd eerst te analyseren wat voor Copycat effect is te verwachten. Daarbij spelen de motieven van de dader en de zwaarte van de oorspronkelijke daad een rol (zie de tabel bij 5.3). Daders hebben communicatieve, expressieve of instrumentele motieven.

- *Communicatief*: de dader heeft een 'boodschap' en wil een signaal afgeven in het publieke domein, dit kan een uiting zijn van verveling tot 'stoer doen'.
- *Expressief*: de dader geeft uitdrukking aan de eigen, diep liggende gemoedstoestand, de daad is vaak gericht op effectbejag.
- *Instrumenteel*: de dader wil gericht, weloverwogen een doel bereiken.

Wanneer we vervolgens kijken naar de communicatieve implicaties van Copycat, dan signaleren we de volgende aandachtspunten:

- Media-aandacht (hype) versterkt het Copycat-effect bij relatief minder zware daden. Soms is het mogelijk en nuttig om afspraken te maken met de media;
- Vermijd – vooral als het een expressieve of communicatieve daad betreft – details over de dader en zijn motivatie die begrip kweken voor de daad (daderidentificatie);
- Geef wel informatie die onrust weg kan nemen: kies hierbij voor een combinatie van medeleven met slachtoffers en feiten;
- Geef waar mogelijk een negatieve kwalificatie van de daad in media (op zijn minst afkeurende verslaggeving, zo min mogelijk begrip voor de daad);
- Duiding plaatst de daad in een context. Wanneer sprake is van een instrumentele daad, kan dit verstandig zijn; bij een expressieve of communicatieve daad niet;
- Clustering van daden versterkt media-aandacht. Analyseer of er echt sprake is van een cluster. Frame de daad zo mogelijk als uitzonderlijk, geïsoleerd incident.

## INHOUDSOPGAVE

<b>Samenvatting</b> .....	<b>2</b>
<b>1 Inleiding</b> .....	<b>5</b>
1.1 Aanleiding .....	5
1.2 Opdracht .....	5
1.3 Context: maatschappelijke onrust .....	6
1.4 Leeswijzer .....	7
<b>2 Het fenomeen Copycat</b> .....	<b>8</b>
2.1 Inleiding.....	8
2.2 Definitie .....	8
2.3 Kenmerken en achtergronden.....	8
<b>3 Casuïstiek</b> .....	<b>13</b>
3.1 Inleiding.....	13
3.2 Bedreiging .....	13
3.3 Vandalisme .....	16
3.4 Brandstichting .....	17
3.5 Mishandeling .....	17
3.6 Zelfdoding .....	18
3.7 Moord, al dan niet in combinatie met zelfdoding.....	18
<b>4 Analyse kader: besmettingsgevaar</b> .....	<b>20</b>
<b>5 Communicatieve implicaties van het Copycat-effect</b> .....	<b>22</b>
5.1 Inleiding.....	22
5.2 Crisiscommunicatie-ontwikkelingen .....	22
5.3 Diagnose Copycat-effect.....	23
5.4 Aandachtspunten communicatie .....	24
<b>Bijlage A Literatuuroverzicht Copycat</b> .....	<b>26</b>

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding

In opdracht van het Nationaal Crisiscentrum van het ministerie van Veiligheid en Justitie hebben het COT Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement en de Universiteit van Amsterdam een onderzoek uitgevoerd naar het fenomeen Copycat. Doelstelling van het onderzoek is het inzichtelijk maken of het fenomeen Copycat bestaat en inzicht verkrijgen in de communicatieve consequenties van het fenomeen Copycat. Het onderzoek heeft geresulteerd in een beschrijving en definitie van het fenomeen Copycat, een uitwerking van verschillende casus en een analysekader voor het inschatten van besmettingsgevaar van incidenten en concrete handvatten voor communicatie.

Het Copycat-effect wordt in de media vaak genoemd. Het navolgend voorbeeld geeft enig inzicht in hoe er in de media gecommuniceerd wordt over (vermeend) Copycat.

Copycat van pyromaan aan het werk in Wevelgem  
WEVELGEM - In Wevelgem is in de loop van het weekend gepoogd een brand te stichten aan de ingang van een warehouse. Dat meldt het parket van Kortrijk. Toch zou het dit keer niet het werk zijn van de gevreesde pyromaan. Die sloeg ondertussen al twaalf keer toe.  
*Nieuwsblad.be, 29 mei 2007*

Het voorbeeld maakt duidelijk dat het niet eenvoudig is om met zekerheid vast te stellen dat er van een Copycat effect sprake is. In het geval van de pyromaan in Wevelgem, lijkt er afgaande op de kop van het bericht sprake van Copycat. Uit het artikel blijkt echter niet dat er daadwerkelijk en met zekerheid sprake is van een geval van Copycat. De beschreven brandstichting kan evengoed een geïsoleerd geval zijn. Dit type berichtgeving is aanleiding voor het Nationaal Crisiscentrum om een onderzoek uit te laten voeren naar het fenomeen Copycat.

### **Doelgroep rapport**

Dit rapport is geschreven voor experts crisiscommunicatie bij overheden en specialistische bureaus om ze meer inzicht te geven in het Copycat effect en voor woordvoerders en bestuurders bij overheden in een crisissituatie met een Copycat risico, zoals woordvoerders van politie, Openbaar Ministerie, hulpdiensten, enz.

## 1.2 Opdracht

Het Nationaal Crisiscentrum wil door middel van een onderzoek antwoord krijgen op de vraag: "hoe kunnen we zo effectief mogelijk communiceren, als Copycat daadwerkelijk bestaat (c.q. theoretisch onderbouwd kan worden)?"

Het COT Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement en de Universiteit van Amsterdam hebben dit onderzoek opgesplitst in twee fasen.

Allereerst is een wetenschappelijke verkenning uitgevoerd naar het fenomeen Copycat. Wij hebben een inventarisatie gemaakt van de bestaande wetenschappelijke studies en literatuur. Vervolgens hebben wij op basis van deze literatuur een rapportage opgesteld waarin wordt uitgewerkt of Copycat daadwerkelijk bestaat, wat kenmerken en achtergronden zijn van Copycat en hoe deze kenmerken zich manifesteren. De onderzoeksopbrengsten hebben wij vervolgens benut om te komen tot een definitie van Copycat. Vervolgens is casuïstiek geanalyseerd. In een expertmeeting is met verschillende deskundigen gesproken over het fenomeen Copycat. De opbrengsten van deze expertmeeting zijn verwerkt in het analysekader.

## Onderzoeksopbrengst

Opbrengst van de wetenschappelijke verkenning en de analyse van de casuïstiek is een analysekader en een overzicht van communicatieve implicaties. Het analysekader voor het fenomeen Copycat is gericht op het identificeren van het besmettingsgevaar van incidenten. Het analysekader en het overzicht van communicatieve implicaties moeten overheden in staat stellen om te anticiperen op de negatieve effecten van (ogenschijnlijke) Copycat gebeurtenissen. Deze negatieve effecten kunnen in het uiterste geval leiden tot maatschappelijke onrust. Het anticiperen op negatieve effecten is daarmee feitelijk het voorkomen of beheersen van maatschappelijke onrust. In de navolgende alinea's definiëren we het begrip maatschappelijke onrust. Deze definitie is eerder gebruikt in het onderzoek 'Als maatschappelijke onrust dreigt'<sup>1</sup>.

### 1.3 Context: maatschappelijke onrust

Schokkende gebeurtenissen, zoals natuurrampen, branden, maar ook grote strafzaken, mishandeling en moorden leiden tot hevige reacties binnen het publieke domein. Het kan hier bijvoorbeeld gaan om heftige en emotionele reacties, toenemende gevoelens van onveiligheid, ongerustheid over de eigen situatie of een afname van vertrouwen in overheden. Dit geldt voor 'klassieke' rampen, maar zeker ook voor crises als de moord op Theo van Gogh of de arrestatie van een pedofiele zwemleraar in 's-Hertogenbosch. Niet iedereen reageert op dezelfde wijze en in dezelfde mate op een gebeurtenis, maar iedereen reageert op zijn minst op een gebeurtenis. Kenmerkend voor deze reacties is dat deze bij groepen mensen optreden. Dit hangt samen met het feit dat incidenten plaatsvinden binnen een sociaal systeem (bijvoorbeeld nationale samenlevingen, buurten, maar ook organisaties). De reactie vindt dan ook bijna per definitie plaats binnen dat sociaal systeem. Het samenstel aan hevige reacties binnen een sociaal systeem is wat we 'maatschappelijke onrust' noemen. Maatschappelijke onrust vormt daarmee een (tijdelijke) bedreiging voor het functioneren van een sociaal systeem. Deze bedreiging wordt veroorzaakt doordat maatschappelijke onrust uiteindelijk kan uitmonden in een verstoring van de openbare orde en/of verstorende effecten op het gemeenschapsleven. Kenmerkend voor maatschappelijke onrust is dat er een risico bestaat dat de maatschappelijke onrust verstorend werkt op de openbare orde. Maatschappelijke onrust wordt gekenmerkt door een grillig verlopende escalatie van een incident in de samenleving en/of media.

Maatschappelijke onrust is het ontstaan van hevige reacties bij groepen mensen binnen een sociaal systeem als gevolg van een schokkende gebeurtenis, waardoor het functioneren van het sociaal systeem (tijdelijk) wordt bedreigd en waarbij het risico bestaat op verstoring van de openbare orde en/of verstorende effecten op het gemeenschapsleven.

Bij maatschappelijke onrust is het risico aanwezig dat de situatie escaleert tot een groot maatschappelijk probleem of conflict, er openbare orde problematiek ontstaat en de problematiek verder intensiveert.<sup>2</sup> Onder openbare orde verstaan we de – naar tijd en plaats bepaalde – normale van gang zaken op voor het publiek toegankelijke plaatsen. De normale gang van zaken wordt gekenmerkt door de vrijheid deze plaatsen veilig te gebruiken in overeenkomst met hun bestemming. Wanneer deze veiligheid wordt bedreigd, doordat de bewegingsvrijheid wordt aangetast of personen en goederen in gevaar zijn, wordt de openbare orde verstoord.<sup>3</sup> Bepalend zijn de effecten voor het gemeenschapsleven in de publieke ruimte.<sup>4</sup> Deze effecten houden in dat gedrag van mensen jegens anderen als overlast wordt ervaren.

<sup>1</sup> J.G.H. Bos, A.M.D. van Es & E.R. Muller, *Als maatschappelijke onrust dreigt*. Evaluatie van het optreden van de autoriteiten naar aanleiding van de arrestatie van Benno L., Den Haag: COT 2010

<sup>2</sup> Intensivering van de problematiek houdt in deze casus mogelijk in dat door beeldvorming en emotionele reacties in de samenleving de activiteiten in het kader van bijvoorbeeld "opsporing en vervolging", psychosociale hulpverlening en het informeren van mensen hiervan nadelige gevolgen ondervinden.

<sup>3</sup> B.M.J. van der Meulen, *Ordehandhaving*, diss. VU, Deventer, 1993, p.21, Adang, *Openbareordehandhaving*, in: *Crisis* (2009, p. 803)

<sup>4</sup> *ibidem*, p.36; H.Ph.J.A.M. Hennekens, *Handhaving van de openbare orde*, *Taken en bevoegdheden van de burgemeester*, Den Haag, 1990, p.23-28; A.H.M. Dölle en D.J. Elzinga, a.w., p. 389-390

## 1.4 Leeswijzer

Dit rapport bestaat uit twee delen. In deel 1, dat de hoofdstukken 2 tot en met 4 beslaat, werken we het fenomeen Copycat uit. Hoofdstuk 2 bevat de opbrengsten van de wetenschappelijke verkenning naar het fenomeen Copycat. In hoofdstuk 3 behandelen we de casuïstiek. In hoofdstuk 4 presenteren we het analysekader.



## 2 Het fenomeen Copycat

### 2.1 Inleiding

Het Copycat effect is zeer regelmatig onderwerp van discussie. Daders van misdrijven zouden zich laten beïnvloeden of inspireren door incidenten die daarvoor uitgebreid in het nieuws geweest zijn. Aanleiding voor ophef is doorgaans dat er een cluster lijkt op te treden van een bepaald type incidenten in een korte tijd. Er vinden bijvoorbeeld enkele gezinsdrama's ('murder suicide') kort na elkaar plaats of een reeks brandstichtingen in een korte tijd. Het veronderstelde cluster leidt tot verontrusting en tot discussie over de rol van de media, doorgaans uitmondend in een oproep van bijvoorbeeld het bevoegd gezag, experts of het publiek tot mediastilte om de serie Copycats te doorbreken.

Niet zelden blijkt dat deze clusters veel minder samenhang vertonen dan gedacht of dat het om geïsoleerde incidenten gaat. In de perceptie worden ze daarentegen makkelijk tot een samenhangend cluster geconstrueerd. Ook de media doen daar aan mee. Na een schokkend incident gaan ze op zoek naar vergelijkbare gevallen uit het heden en het verleden, die dan vervolgens de voorpagina's bereiken (Vasterman, 2004). Zo ontstaat de indruk dat er sprake is van een plotselinge en verontrustende toename van het verschijnsel (Kepplinger & Habermeier, 1995). Ook kan uitvoerige publiciteit leiden tot een grotere gevoeligheid bij het publiek, dat vergelijkbare incidenten gaat waarnemen en melden (bijvoorbeeld aangifte doen van bedreiging). Er zit dus vaak veel ruis in de waargenomen clusters van incidenten. Maar dat neemt niet weg dat er in sommige gevallen wel degelijk sprake kan zijn van imitatiegedrag, ook wel Copycat genoemd of 'media contagion'.

Voorop het gebied van suïcide is veel onderzoek gedaan naar besmettingseffecten waardoor suïcide clusters ontstaan. Op andere terreinen zoals brandstichting of gezinsdrama's is veel minder onderzoek beschikbaar. Er zijn tal van voorbeelden die tot de verbeelding spreken (zie voor een overzicht het boek van Coleman (Coleman, 2004), maar wetenschappelijke bewijzen voor Copycat zijn veel minder eenduidig.

### 2.2 Definitie

Het Copycat-effect is het effect dat plaatsheeft als er sprake is van een handeling die is uitgevoerd naar aanleiding van berichtgeving in de media over een eerdere soortgelijke handeling. Sommige mensen laten zich ernstig beïnvloeden/inspireren door de informatie die hen via verschillende media bereikt en vertonen naar aanleiding hiervan imitatiegedrag.

### 2.3 Kenmerken en achtergronden

Volgens Surette (Surette R., 1998) dienen bij Copycat relevante kenmerken zoals de keuze van het slachtoffer, de motivatie of de gebruikte middelen ontleend te zijn aan een eerder door de media verslagen misdrijf.

Het is evident dat het bij onderzoek naar Copycat effecten buitengewoon complex is om vast te stellen of er daadwerkelijk sprake is van *een kopie die het gevolg is van imitatiegedrag*. Van belang hierbij is vast te stellen dat het bij het Copycat- of besmettingseffect niet noodzakelijkerwijs gaat om de precieze herhaling van een daad.

Bovendien is het methodologisch ingewikkeld om alle relevante factoren te isoleren. In het onderzoeken van Copycat- of besmettingseffecten spelen bijvoorbeeld de volgende factoren een rol:

- De mate waarin mensen toch al van plan waren hun daad uit te voeren versus de mate waarin mensen door berichtgeving over een eerder incident op het idee zijn gebracht door het voorafgaande incident;
- De mate waarin de media vooral de timing of de manier waarop het plan ten uitvoer wordt gebracht beïnvloeden;
- De mate waarin de manier waarop de media verslag doen van bepaalde incidenten van invloed is op imitatiegedrag;
- De vraag of de media cruciaal zijn of dat besmettingseffecten ook op kunnen treden door persoonlijke communicatie in een sociale groep of een virtuele gemeenschap op internet.

Er is veel anekdotisch bewijs voor Copycat effecten (Coleman, 2004). Er zijn tal van voorbeelden, maar empirisch onderzoek is schaars. Onderzoekers zijn afhankelijk van daders die niet alleen moeten bekennen maar ook moeten aangeven dat zij geïnspireerd werden door de media. Zelfrapportage is, zeker als het gaat om misdrijven, buitengewoon onbetrouwbaar.

## Soorten onderzoek inzake Copycat

1. Er is veel statistisch (epidemiologisch) onderzoek gedaan naar de samenhang tussen mediaberichtgeving en zelfdodingen, waaruit bleek dat na de zelfdoding van een celebrity (Marilyn Monroe) het aantal zelfdodingen, met name onder jongeren, tijdelijk toenam (Philips, 1974). Dit wordt het Werther effect genoemd, naar het boek uit 1774 van Goethe (Die Leiden des jungen Werthers), dat werd verondersteld een golf van zelfdodingen te hebben uitgelokt. Er is later veel kritiek op deze studies gekomen, omdat er vaak schijnverbanden werden ontdekt of omdat er statistische fouten werden gemaakt. De suïcide onderzoeken stellen dat mensen die toch al bezig zijn met zelfdoding wellicht door de media worden getriggerd om hun ideeën uit te voeren. Bij mensen die niet 'pre-disposed' zijn, treden geen effecten op. Dit soort studies stelt alleen een verband vast tussen twee variabelen, maar levert geen bewijs voor een oorzakelijk verband.
2. Zelfrapportage onderzoek richt zich op de verklaringen van criminelen die vertellen in welke mate ze zich laten beïnvloeden door de media. Verschillende onderzoeken laten zien dat criminelen films en televisie-uitzendingen als leerzaam beschouwen en dat ze soms bepaalde technieken overnemen. Volgens Surette (Surette R., 2002) zijn criminelen het meest vatbaar voor Copycat crimes. Als bron van informatie komen de media op de vierde plaats, na persoonlijke ervaringen, vrienden, medegevangenen. De media vormen niet de aanleiding voor hun daden, maar leveren soms wel de ideeën voor de uitvoering.
3. Sociale leertheorie. Dit onderzoek probeert een verklaring te leveren voor imitatiegedrag. Een belangrijk begrip is priming (Jo & Berkowitz, 1994). Daar wordt onder verstaan dat mediaberichtgeving soms een bepaald frame van ideeën en opvattingen kan activeren bij de ontvanger, waardoor de kans toeneemt dat hij iets vergelijkbaars gaat ondernemen. De manier waarop de media omgaan met geweld kan in het denken van iemand het schema activeren dat geweld gerechtvaardigd is in een vijandelijke omgeving. Vervolgens heeft dat effect op het gedrag van die persoon in bijvoorbeeld vijandelijke situaties. Priming activeert het gedachtegoed waarin een bepaald misdrijf als acceptabel en nuttig wordt gezien. In deze theorie is Copycat het resultaat van een interactie tussen de oorspronkelijke misdaad, de misdadiger, de media, de sociale context en de kenmerken van de Copycat misdadiger. Daarvoor is nodig dat de imitator zich identificeert met het voorbeeld (Bandura, 1986) (Blood & Pirkis, 2001). De theorie van de gedifferentieerde identificatie stelt dat het soms gaat om identificatie met rolmodellen met een hoge status (celebrities) en in andere gevallen juist identificatie met lotgenoten (qua leeftijd, sociale groep). Het onderzoek van Philips laat zien dat er een toename is van suïcides na een celebrity suicide (Marylin Monroe). Als het voorbeeld een crimineel imago heeft zijn er geen Copycateffecten.

## Sociaal psychologische factoren

Uit de hier besproken onderzoeken komt geen eenduidig beeld naar voren van Copycat effecten onder invloed van de media. Soms zijn er aanwijzingen voor besmettingseffecten (suïcide; poederbrieven; bedreigingen), maar in andere gevallen kan geen verband worden aangetoond. En als er statistisch relevante verbanden zichtbaar zijn in de data, blijft onduidelijk hoe de beïnvloeding dan precies plaatsvindt.

Omdat het om uiteenlopende incidenten gaat, is het van belang onderscheid te maken tussen handelingen die snel en spontaan uit te voeren zijn zonder al te veel reflectie (zoals een bedreiging van een school via internet) en acties die planning en voorbereidingshandelingen vereisen (moord op ex-vrouw, gevolgd door zelfdoding). De eerste categorie (bedreiging) komt heel vaak voor, de tweede is een stuk zeldzamer ('familiedrama').

Bij de impulsieve acties liggen de drempels laag, er is vaak sprake van groepsdruk, grenzen opzoeken, bravoure gedrag, alcoholgebruik en een algemene onvrede door een gevoel van machteloosheid. Situaties die makkelijk gelegenheid bieden voor dit soort gedrag zijn overal aanwezig. Als er rond het spoor allerlei bouwmaterialen rondslingeren, ontstaat al snel een risico op vandalisme. Bovendien is de pakkans gering. In de literatuur wordt vaak onderscheid gemaakt naar instrumenteel en expressief geweld (Hoogerwerf 1996). In het eerste geval is het geweld een middel om een doel te bereiken (beroving), in het tweede geval is het een uitdrukking van een persoonlijk motief of gemoedstoestand van de dader. Veel impulsief gedrag zoals vandalisme is expressief gedrag, bedoeld om frustraties te uiten of erkenning in de groep te krijgen. Het gedrag is makkelijk en eenvoudig te kopiëren, maar het is de vraag of de daders zich door de media laten beïnvloeden of door anderen in de groep die als eerste vernielingen aanrichten. Zoals verschillende onderzoeken aangeven, is veel van dit soort gedrag tamelijk structureel (base rate) en zouden de media soms voor uitschieters kunnen zorgen door er veel aandacht aan te besteden.

Dat geldt vermoedelijk minder voor de categorie van de dreigtelefoontjes, bommeldingen en de poederbrieven die veel meer in golven plaatsvinden. Het belangrijkste verschil met spoorvandalisme, stoeptegelingincidenten en brandstichtingen is dat het hier vooral gaat om een 'communicatieve' in plaats van een puur expressieve daad. Het gaat om acties die gericht zijn op een bepaald maatschappelijk effect (ontruiming van een school), waarvan de dader weet dat dit veel ophef en media-aandacht zal losmaken. Als dit soort effectbejag centraal staat, lijkt de kans groter dat de berichtgeving in de media een factor van betekenis is. De dader is zich bewust van de mogelijke effecten op de buitenwereld en kan, juist omdat hij bezig is met de publiciteit, geïnspireerd worden door eerdere incidenten die veel ophef hebben opgeleverd. Het beste voorbeeld is de rage om *happy slapping* filmpjes met mishandeling van klasgenoten op internet te zetten. Dit type incidenten leent zich dan ook bij uitstek voor imitatie-effecten, waarbij media en internet een belangrijke rol spelen.

Bij de 'geplande' incidenten is een vergelijkbaar onderscheid mogelijk tussen instrumenteel, expressief en communicatief. Bij moord en zelfdoding hebben verschillende onderzoekers gewezen op het communicatieve karakter van de amok incidenten. Verschillende daders van *school shootings* hebben bijvoorbeeld van tevoren zelfgemaakte video's met statements op YouTube geplaatst. Zo stuurde de 23-jarige student Cho die op zijn universiteit Virginia Tech op 16 april 2007 33 mensen doodschoot op de dag zelf een foto naar een tv-station, waarop hij te zien was in camouflagekleding en twee pistolen. Het communicatieve karakter van dit soort daden verklaart wellicht waarom zich hier wel besmettingseffecten voordoen, waardoor er clusters ontstaan (zoals blijkt uit het onderzoek van Schmidtke). Ook bij terrorisme is het communicatieve aspect zeer belangrijk (zie Violence as Communication, in: (Hoffman, 2006) en komen veel Copycat incidenten voor (Surette R. , 1998). Dit sluit aan bij de indeling naar daderprofielen bij Copycat (Pease & Love, 1984), waarbij onderscheid wordt gemaakt naar:

- *mode copiers* (criminelen die technieken imiteren);
- *group copiers* (imitatie vanuit groepsgedrag),
- *mentally ill or deficient copiers* (gedragsgestoorde daders) en
- *terrorists and threateners*, die vooral angst en verontrusting willen veroorzaken.

De gezinsdodingen hebben daarentegen nauwelijks of geen communicatief karakter en hier liggen Copycat effecten dan ook minder voor de hand. Bij individuele zelfdodingen is het communicatieve aspect ook veel minder evident, uitgezonderd vermoedelijk de suïcides die geïnspireerd werden door een *celebrity* die zich van het leven beroofde.

Tot slot is van belang om te wijzen op een samenhang tussen geplande en impulsieve acties in relatie tot Copycat. Gewelddadige *murder/suicide* incidenten die veel media-aandacht en verontrusting in de samenleving losmaken, leiden doorgaans niet tot imitatie, maar tot een golf van meldingen waarin gedreigd wordt met een vergelijkbaar gewelddadig incident. Als een dreigement direct volgt op een dergelijk incident is de kans zeer groot dat het een loze dreiging is (zie de effecten van Dendermonde en Weesp). Is dat niet het geval, dan bestaat er een kans dat de dreiging serieus is, zeker als er wordt verwezen naar eerdere schietpartijen op scholen.

Samenvattend: de kans op Copycat is groter naarmate de acties impulsief en communicatief zijn.

## De rol van de media: mediahypes

Bij de vraag welke rol de media spelen bij Copycat, moeten we er rekening mee houden dat het om verschillende incidenten gaat. De reactie van de media is ook verschillend. Soms blijft de berichtgeving beperkt tot een nieuwsbericht, soms vormt een schokkend incident de opmaat voor een mediahype.

Mediahypes zijn korte, hevige nieuwsescalaties, die het gevolg zijn van zelfversterkende processen in de nieuwsproductie (Vasterman, 2004). Een voorwaarde voor het ontstaan van een mediahype is de creatie van een nieuwsthema, waardoor het incident in een bredere context kan worden geplaatst. Het incident moet gezien kunnen worden als onderdeel van een nieuwe trend of een controversieel issue. Vervolgens heeft alles wat op de een of andere manier te maken heeft met het nieuwsthema een grote kans om het nieuws te halen. De media zullen vooral gefocust zijn op vergelijkbare incidenten, waarmee bevestigd kan worden dat het gaat om een toename van het verschijnsel. Dat kunnen actuele incidenten zijn, maar al snel zullen ook gebeurtenissen uit het verleden onder de nieuwe noemer opnieuw aandacht krijgen; met als consequentie een golf van incidenten in het nieuws.

Media beïnvloeden elkaar. Als het ene medium groot uitpakt, kunnen andere niet achterblijven en dat creëert druk op redacties om rond het onderwerp nieuws te gaan maken. De nieuwsproductie is sterk zelf-referentieel: media oriënteren zich bij hun nieuwskeuze en labeling sterk op elkaar, waardoor het onderwerp zich over alle redacties verspreidt. Naarmate meer media het onderwerp oppakken, des te belangrijker nieuws wordt het weer voor andere media. De golf van berichtgeving lokt allerlei reacties uit: belangengroepen en politici zullen de mogelijkheid aangrijpen om hun standpunten voor het voetlicht te krijgen.

Daarnaast kan de media-aandacht zorgen voor een toename van het aantal meldingen van incidenten: mensen zijn gevoeliger voor het onderwerp, gaan eerder melden, aangifte doen, terwijl bijvoorbeeld opsporingsinstanties meer werk gaan maken van een bepaald soort criminaliteit. De golf van incidenten is dus deels het resultaat van de overbelichting door de media (meer incidenten halen het nieuws), deels het gevolg van reacties in de samenleving. Het Copycat effect maakt daar deel van uit: een veelbesproken poederbrief incident lokt een golf van nieuwe incidenten uit, die voor een deel zullen bestaan uit imitaties. Zodra er een vermoeden is van een Copycat-effect, krijgen de incidenten voor de media extra nieuwswaarde en zullen ze ieder nieuw incident nog veel meer aandacht geven. Bovendien zal het Copycat topic zelf ook uitvoerig belicht worden, evenals oproepen van deskundigen om een mediastilte in acht te nemen.

Het communicatieve aspect van de imitaties zal een grote aantrekkingskracht op de media uitoefenen en een reden zijn om de details rond de motieven, de gebruikte methode en de persoonlijkheid van de dader nader in te kleuren. Wat wilde de dader de samenleving duidelijk maken? Volgens sommige suïcide onderzoekers versterken de media zo de besmettingseffecten. De details verschaffen de imitators niet alleen inzicht in de gebruikte technieken, maar bieden ook de mogelijkheid tot identificatie met het rolmodel. Daarnaast is van belang of in de berichtgeving begrip wordt getoond voor de dader. Zowel uit het onderzoek naar suïcide als dat naar geweld tegen allochtonen blijkt dat er imitatie-effecten kunnen optreden als mediaboodschappen de actie als sociaal acceptabele oplossing voor een probleem voorstellen. Het kan gaan om informatie over het motief ('de enige uitweg') of de bredere maatschappelijke context ('problemen met buitenlanders worden niet opgelost'). Een dergelijke berichtgeving normaliseert als het ware 'abnormaal' gedrag en zou daders met een zekere aanleg of 'vatbaarheid' (xenofobisch of depressief) kunnen aanzetten tot imitatie.

## Wisselwerking media, politiek en publiek

Tijdens een mediahype ontstaat er in korte tijd een crisisachtige situatie, want iedere dag zijn er weer nieuwe incidenten en ontwikkelingen die het beeld bevestigen dat het probleem uit de hand loopt. Door de wisselwerking tussen media, overheid en maatschappelijke actoren kan een proces optreden dat te boek staat als de amplificatiespiraal (Brants & Brants, 1991) en dat zich over een langere periode uitstrekt dan de kortstondige mediahype. Als er in reactie op de golf van incidenten en de uitgebreide media-aandacht meer werk zal worden gemaakt van de aanpak van het probleem, bijvoorbeeld door middel van intensivering van de opsporing en vervolging, dan neemt het probleem paradoxaal genoeg niet af maar juist toe in ernst en omvang. Er komen steeds meer incidenten aan het licht, met als gevolg weer een nieuwe ronde van verontrusting, roep om maatregelen, hardere aanpak, enzovoorts. Kenmerkend voor dit proces is begripsinflatie en domeinexpansie: de instanties die zich met het probleem bezig gaan houden, zullen hun werkterrein steeds verder verbreden en meer probleemgebieden onder één noemer brengen. Of dit amplificatieproces daadwerkelijk optreedt, hangt in sterke mate af van de opstelling van de overheid. Meteen reageren en mee gaan in de verontwaardiging, zal het proces versterken; afstand nemen, de mediadruk weerstaan en de lange termijn in de gaten houden, zorgt voor demping van het proces.

Een algemeen gevoel van verontrusting in de samenleving kan een voedingsbodem vormen voor Copycat incidenten, die getriggerd worden door een schokkend incident dat kan uitgroeien tot symbool van het onderliggend maatschappelijk probleem. In de weken na de moord op filmmaker Theo van Gogh op 2 november 2004 deden zich ruim 800 incidenten voor, waarbij een op de zes incidenten gericht was tegen een islamitische instelling. In totaal 104 keer waren moskeeën doelwit van brandstichting, vernieling, bekladding en bedreiging. Veel media-aandacht kreeg de Udense islamitische basisschool Bedir die op 9 november 2004 in de as werd gelegd na brandstichting, vooral toen Balkenende besloot een bezoek te brengen aan Uden. Volgens de AIVD was er geen sprake van een georganiseerd verband, geen vorm van coördinatie en geen weloverwogen politieke motivatie. Dat doet vermoeden dat veel van de incidenten expressief en communicatief waren en mogelijk geïnspireerd door de publiciteit over eerdere brandstichtingen en bedreigingen.

## 3 Casuïstiek

### 3.1 Inleiding

In de discussie over Copycat gaat het om een uiteenlopend scala aan incidenten, variërend van anonieme bedreiging op internet tot en met amok (moorden en zelfdoding). In dit hoofdstuk gaan we in op specifieke casus, waarvoor we hebben onderzocht of en in welke mate er sprake is van Copycat-effecten. We behandelen hier die gevallen die van belang kunnen zijn voor het crisismanagement door de overheid vanwege de maatschappelijke onrust die deze kunnen oproepen. Het betreft achtereenvolgens:

- Bedreiging
- Vandalisme
- Brandstichting
- Mishandeling
- Zelfdoding
- Moord en zelfdoding.

Als we de analyse van de casuïstiek schematisch weergeven zien we dat er een relatie is tussen de 'zwaarte' (ernst/impact) van de daad en het risico op Copycat. Het risico op Copycat neemt af, naarmate de daad ernstiger is. In de navolgende paragrafen worden de verschillende casus uitgewerkt.

zwaarte daad ↗	→	-	+/-	+	++	+++	Voorbeeld	Pagina
CopyCat risico ↓								
++	Bedreiging						Dreigtelefoontjes Poederbrieven Bommeldingen	13
+	Vandalisme						Vernieling Stenengooien	16
+			Brandstichting				Autobranden	17
+/-				Mishandeling			Happy slapping	17
-					Zelfdoding		Cybersuicide pacts	18
→						Moord en zelfdoding	Gezinsdoding Amok (school shootings)	18

### 3.2 Bedreiging

Moest de dreigbriefschrijver vroeger nog letters uit de krant knippen, tegenwoordig biedt internet de mogelijkheid om snel en vooral anoniem iemand te bedreigen op een webforum of via een e-mail. Criminoloog Bovenkerk (Bovenkerk, 2005), die onderzoek heeft gedaan naar bedreigingen, constateert een hausse aan bedreigingen in Nederland in de jaren na de moord op Fortuyn (in omliggende landen is daarvan geen sprake).

Onder bedreiging verstaat men dat met fysiek of economisch geweld wordt bedreigd tegen personen. Hier vallen strafrechtelijk gezien ook onder: afpersing, intimidatie en afdreiging. Doodsbedreiging komt veel voor. Bovenkerk maakt onderscheid tussen instrumentele en expressieve bedreiging. In het eerste geval wil de dreiger een concreet resultaat bereiken (de

afpersers), in het tweede geval wil de dader zich vooral demonstratief uiten, uit frustratie of ideologische bevoegenheid. Er is verschil tussen de objectieve bedreigingsgraad en het subjectief ervaren bedreigingsniveau. Bedreigingen komen veel voor: 3 tot 4 procent van de Nederlandse bevolking zegt in het afgelopen jaar bedreigd te zijn, maar dat zijn voor een groot deel bedreigingen die plaatsvinden in de context van een private twist tussen bekenden. Dan zijn er de bedreigingen die een publiek karakter hebben, zoals het bedreigen van gezagsdragers of mensen met een symboolfunctie. Daarbinnen zijn te onderscheiden bedreigingen door individuele daders (politieke stalking, geen daden), dreiging vanuit ideologisch extreme milieus en dreiging vanuit de georganiseerde misdaad. Vooral bij de eerste categorie zou sprake zijn van Copycat gedrag. Volgens Bovenkerk kan dat effect bij bedreigingen van prominente Nederlanders mogelijk optreden: "De coördinator van de eenheid Bewaking en Beveiliging die sedert 2003 hooggeplaatste personen (Koninklijk huis, alle bewindslieden, ambassades en dergelijke) beveiligd, heeft sterk de indruk dat de bedreigingen vaak volgen op spectaculaire gebeurtenissen, zoals de moord op Theo van Gogh op 2 november 2004. En ook 'bij bommeldingen in de krant, verwachten wij steeds dat er een serie andere meldingen achteraan komt.'" (Bovenkerk, 2005). Dit soort bedreigingen gebeurt meestal anoniem via e-mail. Het is duidelijk dat zo'n golf van nabootsing een eigen dynamiek kent, waarbij het ene geval het andere uitlokt. Dat levert plotselinge pieken in bedreigingen op. Reden voor slachtoffers van bedreiging om er geen ruchtbaarheid aan te geven en zo een nabootsingeffect te voorkomen.

Andere publicaties leveren daarentegen geen bevestiging voor kopieergedrag. In het boek *Tussen Woord en Daad. Gedragkundige inschatting van bedreigingen* van de KLPD (Voerman, 2008) wordt een systematiek ontwikkeld om te kunnen voorspellen onder welke omstandigheden bedreigingen ook daadwerkelijk gevaar kunnen opleveren. Bij alle risicofactoren die een rol kunnen spelen, ontbreken opvallend genoeg de media. Wel speelt de omgeving van de dreiger een belangrijke rol: als die omgeving het gebruik van geweld toestaat, vergoelijkt of stimuleert, heeft dit een risicoverhogend effect.

### **Dreigtelefoontjes**

Een andere vorm van bedreiging is het plegen van dreigtelefoontjes of e-mails aan het adres van scholen of instellingen. Op 23 januari doodde de twintigjarige Kim De Gelder in kinderdagverblijf Fabeltjesland in het Belgische Dendermonde een kleuterleidster en twee baby's, en verwondde dertien baby's en een kleuterleidster. In de daarop volgende weken werden zowel in België als in Nederland scholen bedreigd; telefonisch, per brief en via een webforum.<sup>5</sup> In Nederland gebeurde dat in Weesp, waarbij twee tieners de basisschool belden vanuit een telefoonsel, en in Breda, waarbij een jongen een *school shooting* aankondigde via een webforum. In Weesp circuleerden geruchten dat een man rond de school zou zijn gesignaleerd, die zich op dezelfde manier als clown had geschminkt als de dader in Dendermonde.

Een schokkend geweldsincident dat op dramatische manier in het nieuws komt, lokt dus vaak valse meldingen uit die ook weer groot in het nieuws komen. Na Weesp volgde Breda en later een bedreiging van een school in Rotterdam. Deze dader verwees in zijn dreigement op een Amerikaanse website naar eerdere schietincidenten op scholen, waaronder die in het Duitse Winnenden een week eerder (waarbij een 17-jarige jongen in en om een school 15 mensen doodschoot). De jongen uit Breda verwees in zijn bericht op internet naar de schietpartij op Virginia Tech waarbij 32 mensen werden doodgeschoten. In september 2009 werd het Lyceum in Mechelen genoemd in een bericht op een Amerikaans forum waarin bedreigd werd met een bloedbad op 09-09-09.

Typend voor dit type bedreigingen is dat het doorgaans loos alarm is en dat daders vermoedelijke geïnspireerd worden door uitvoerige publiciteit over ernstige incidenten. Dit soort bedreigingen zijn makkelijk, snel en impulsief uit te voeren met een geringe pakkans (hoewel de politie ieder dreigement serieus neemt en alle moeite zal doen om de anonieme internetter op te sporen via zijn of haar ip-nummers).

---

<sup>5</sup> Overigens kwam na Dendermonde in het nieuws dat in Dordrecht een peuterleidster werd bedreigd begin januari en vervolgens een dag voor Dendermonde nog een keer. Dit is een voorbeeld van alsnog openbaar maken na een schokkend incident.

Dreigen kan in de vorm van teksten of internetfora, e-mails of telefoontjes, maar ook in de vorm van kogelbrieven, bommeldingen of poederbrieven. De laatste twee kunnen natuurlijk ook als een vorm van vandalisme of wraak gezien worden. Uit rancune worden evenementen in de war gestuurd of wordt iemand schrik aangejaagd met een poederbrief. Omdat vooral bij bommeldingen en poederbrieven vaak clusters opduiken, is het van belang om hier dieper op in te gaan.

### **Poederbrieven**

In september 2001, werden in de weken na de aanslagen in New York en Washington 7 brieven verstuurd naar verschillende media en enkele senatoren met daarin poeder dat miltvuur bacteriën bevatte (anthrax). Het gevolg was dat 22 mensen besmet raakten, van wie er vijf overleden. Later kwam vast te staan dat de gebruikte bacterie afkomstig was uit een Amerikaans militair laboratorium en dat er geen aanwijzingen waren voor betrokkenheid van Al-Qaida. Vervolgens doken over de hele wereld poederbrieven en pakketten op, zonder dat er ooit sprake was van miltvuurbacteriën. In Nederland ging het in het najaar van 2001 om 858 verdachte brieven en pakketjes die onderzocht werden op sporen van miltvuur (Jacobi, 2004). Ook in de jaren daarna bleven jaarlijks honderden poederbrieven opduiken, die volgens een bepaald protocol moesten worden onderzocht en dus hebben geleid tot forse inspanningen van brandweer en politie.

Opvallend is dat de meldingen zich vaak in clusters voordoen na een poederincident dat uitvoerig in de publiciteit is gekomen. In Gorinchem rukte de brandweer na een melding van een poederbrief uit Irak met groot materieel uit om eventuele secundaire besmettingen te voorkomen. De actie trok veel bekijks en haalde zelfs het journaal. Dat leidde tot een serie neppoederbrieven. Daarbij speelt overgevoeligheid bij het publiek een rol dat ieder verdacht pakketje onmiddellijk zal melden, maar is er vermoedelijk ook sprake van Copycat gedrag, waarbij verschillende motieven spelen (bedreiging, wraak, vandalisme, pesterij of kantoorhumor). Poederbrieven lenen zich uitstekend voor Copycat gedrag. Het maken en verzenden van zo'n brief kan snel, makkelijk en zonder al te veel voorbereiding gebeuren. Veel burgemeesters hebben in de loop der jaren een poederbrief ontvangen. Er is in Nederland nooit een echte brief met miltvuurbacteriën aangetroffen. Jacobi constateert in zijn artikel dat de huidige benadering door hulpverleningsdiensten, media en bestuurders niet leidt tot het wegnemen van de verontrusting, integendeel. "Er zijn dus voortdurend incidenten met brieven en pakketjes, maar tot op de dag van vandaag is er geen enkele aanwijzing dat deze vorm van terrorisme een regulier middel is geworden om een (bioterroristische) aanslag te plegen."

### **Bommeldingen**

In Nederland zijn in 2008 minstens 250 valse bommeldingen geweest, waarbij hulpdiensten vergeefs uitrukten. Daders worden zelden opgespoord. "In werkelijkheid zijn er nog meer dan 250 bommeldingen, maar de politiekorpsen van onder andere Utrecht, Den Haag en Rotterdam weigeren mededelingen te doen, volgens eigen zeggen om te voorkomen 'dat publiciteit mensen op ideeën brengt'." (*Nederlands Dagblad*, 7 mei 2009).

Het aantal valse bommeldingen op Schiphol is in de eerste helft van 2009 toegenomen tot 62, ongeveer even veel als het aantal valse meldingen dat in 2007 in een heel jaar werd gedaan. In 2007 waren er 65 valse bommeldingen, en in 2008 94. In 2009 komt het aantal tweemaal zo hoog uit als voorgaande jaren, is de verwachting (*Het Parool*, 29 juli 2009). De ervaring leert dat deze publiciteit elke keer weer tot een nieuwe golf valse meldingen leidt. Reden voor instanties om niet al te veel ruchtbaarheid te geven aan een melding. De politie beschikt sinds 1978 over een regeling 'optreden bij bommeldingen' waarin wordt aangegeven hoe de politie moet reageren.

Het fenomeen van de valse bommeldingen leent zich uitstekend voor Copycat gedrag. In de weken na de geruchtmakende school shooting in Columbine (Littleton, Colorado) in 1999 waarbij 15 doden vielen, volgden er overal in de VS series van bommeldingen en bedreigingen tegen scholen. Uit een onderzoek naar dit verschijnsel in Pennsylvania bleek dat de meeste incidenten plaatsvonden binnen 10 dagen na Columbine (Kostinsky, Bixler, & Kettl, 2001). Dat is in overeenstemming met suïcide onderzoek waarbij Copycat ook binnen tien dagen plaatsvindt. In Pennsylvania ging het in totaal om 354 bedreigingen in 50 dagen op ongeveer 500 scholen. In de VS zijn veel handleidingen verschenen voor het omgaan met bommeldingen op scholen (zie bijvoorbeeld: Newman, 2005 en Casil, 2009) en dreigementen en afpersingszaken (Ikea 2002).



Bedreigingen kenmerken zich door de laagdrempeligheid om een actie uit te voeren. Het versturen van een poederbrief of het plegen van een dreigetelefoontje is een relatief eenvoudige handeling. De actie is een middel voor de dreiger om zich te uiten. Het gaat bijvoorbeeld om een gerichte pesterij, maar ook op het ontregelen van een sociaal systeem. Het uitvoeren van een bedreiging is in veel gevallen impliciet (maar vaak ook expliciet) een methode voor de dreiger om zich te uiten. Het communicatieve aspect van een dreiging is groot. Dreigingen lenen zich voor besmettingsgevaar in de media. Niet zelden is er veel aandacht voor een incident of bedreiging in de media, wat mogelijk nieuwe bedreigingen uitlokt. Dat zorgt er voor dat het onderwerp vaak langer, prominent in het nieuws is (enige dagen).

### 3.3 Vandalisme

In januari 2005 ontstond discussie over Copycat gedrag toen er een reeks van 'stoeptegelincenten' leek op te treden, waarbij vandalen vanaf viaducten stoeptegels omlaag gooiden op voorbijrijdende auto's. Het eerste incident op 10 januari kreeg veel media-aandacht omdat de getroffen bestuurder om het leven kwam. In de weken daarna volgden nog een aantal vergelijkbare incidenten waarbij overigens geen slachtoffers vielen. Onderzoek naar dit soort vandalisme in opdracht van Rijkswaterstaat (Uljee, 2005) leverde geen bewijzen voor kopieergedrag onder invloed van de berichtgeving. De aandacht van de media neemt na een paar weken weer af, terwijl het aantal incidenten op peil blijft. Stenengooien naar auto's zou (net als bij inbraken en vernielingen het geval is) meer structureel van aard zijn, volgens dit onderzoek. Daarbij aansluitend is door de Inspectie Verkeer en Waterstaat onderzoek gedaan naar media, kopieergedrag en spoorwegvandalisme waarbij objecten naar een rijdende trein werden gegooid. In de periode 2004-2006 werd het aantal incidentmeldingen vergeleken met de (frequentie van de) berichtgeving in enkele landelijke dagbladen (*De Telegraaf*, *AD* en *de Volkskrant*). De resultaten laten zien dat er soms meer incidentmeldingen zijn nadat eerdere incidenten het nieuws hebben gehaald, maar op andere momenten vallen pieken in de meldingen niet samen met de berichtgeving. "Kopieergedrag veronderstelt dat het aantal incidenten sterk afneemt wanneer de aandacht in de media verdwijnt maar hiervan lijkt dus geen sprake. Ondanks weinig media-aandacht steekt het probleem rond stenengooiende jeugd toch de kop op. (...) Het gooien van stenen en andere objecten naar treinen lijkt dus meer een structureel probleem te zijn." (Waterstaat, 2008) De toename van het aantal incidentmeldingen kan overigens ook een gevolg zijn van kopieergedrag bij de melders die na een veelbesproken incident alerter zijn op vergelijkbare gebeurtenissen en deze eerder te melden.

Vandalisme kenmerkt zich door een relatieve laagdrempeligheid om een actie uit te voeren. Toch is een vandalistische activiteit minder eenvoudig uit te voeren dan een bedreiging. Het is – meer dan bij bedreigingen – goed mogelijk dat de vandaal in de voorbereiding of tijdens de uitvoering van een actie gehinderd of betrappt wordt. Daarnaast moet zich een gelegenheid voordoen om vandalistische handelingen uit te voeren (de trein moet voorbij komen) en moet materiaal aanwezig zijn om de handelingen uit te voeren (menskracht, stenen, etc.). De actie is een middel voor de actor om zich te uiten, maar niet per se vanuit een dieperliggende onvrede. In verklaringen van vandalisten over de achtergronden voor hun handelingen speelt verveling of het zoeken naar avontuur vaak een dominante rol. Vandalistische acties hebben een sterk communicatief karakter. Vandalistische acties vinden plaats in het publieke domein, waaruit automatisch het communicatieve karakter van de acties spreekt.

Het besmettingsgevaar in de media ten aanzien van vandalistische acties is niet bewezen. Soms is er veel aandacht voor een onderwerp, maar op andere momenten haalt een zelfde type actie het nieuws niet of nauwelijks. Hetzelfde geldt voor de duur van de berichtgeving en de mate waarin de berichtgeving prominent is. Belangrijker nog is dat uit onderzoek is gebleken dat er eerder sprake is van meer incidentmeldingen na een vandalistische activiteit dan van een daadwerkelijke toename van incidenten.

### 3.4 Brandstichting

In 2007 werden in Nederland 47.000 branden gemeld. In 66 procent ging het om buitenbranden en bij bijna de helft daarvan was sprake van brandstichting of vandalisme als oorzaak. De typische brandstichter is doorgaans een man met een problematische achtergrond, vaak is er al een criminele carrière, soms is sprake van psychische stoornissen. Leeftijd speelt geen rol, wel zijn het vaak zware mediagebruikers, hetgeen kan duiden op een besmettingseffect. De motieven voor brandstichting lopen uiteen, variërend van verzekeringsfraude, uitwissen van sporen tot en met wraak. Soms is het een vorm van willekeurig vandalisme, soms gaat het om politiek geïnspireerde acties (rellen). Een aparte categorie vormt de *serial arsonist*, de pyromaan (Doley R., 2003), die met series brandstichtingen grote verontrusting kan oproepen in de stad of buurt. De dader begint er jong mee, heeft allerlei problemen met zijn omgeving en wordt vaak gemotiveerd door wraak. Soms gaat het vooral om de *thrills*, soms is sprake van zoeken naar erkenning of heldendom (Geller, 2008) Hoewel er bij brandstichting vaak het vermoeden bestaat van imitatiegedrag, is er in vergelijking met bijvoorbeeld zelfdoding weinig onderzoek naar gedaan. Een serie brandstichtingen suggereert al snel een besmettingseffect, maar zeker is dat niet (Doley R., 2002).

### 3.5 Mishandeling

Op basis van onderzoek naar geweld tegen allochtonen en ervaringen op het gebied van het zogenoemde 'happy slapping' blijkt het risico aanzienlijk dat een Copycatedeffect optreedt bij berichtgeving over mishandeling. Een Duits onderzoek (Brosius & Esser, 1995) uit de jaren negentig heeft aangetoond dat uitgebreide media-aandacht voor een geweldsincident tegen allochtonen of asielzoekers (mishandeling) vaak wordt gevolgd door een golf van vergelijkbare xenofobe incidenten. Nieuwshypes over aanslagen op asielzoekerscentra en brandstichtingen bij Turkse gezinnen lokken blijkbaar een golf van Copycat gedrag uit. Volgens de onderzoekers is er geen sprake van een directe beïnvloeding, maar draagt de berichtgeving met name op televisie bij aan de escalatie van het maatschappelijk proces waarin vreemdelingenhaat kan gedijen. Door de uitgebreide media-aandacht krijgen mensen die er xenofobe denkbeelden op na houden het idee dat geweld een effectief middel is om het probleem van de buitenlanders aan de kaak te stellen. Waarneming en imitatie volgen elkaar snel op en de daders kiezen voor geweld dat makkelijk en snel, zonder al te veel planning of middelen uit te voeren is. Dit geldt bijvoorbeeld voor het mishandelen van willekeurige (allochtone) voorbijgangers. Tegenover de geringe pakkans staat als beloning uitgebreide media-aandacht. Daarnaast spelen groepsgegedrag en alcoholmisbruik een rol: de daders juttten elkaar op om ook eens iets te doen tegen buitenlanders.

Een ander voorbeeld van mishandeling waarbij Copycat een rol speelt is het fenomeen *happy slapping*. In 2005 startte de rage in Engeland als een geintje van jongeren, maar de mishandelingen werden steeds erger. Bovendien verspreidde *happy slapping* zich als fenomeen vrij snel in de wereld. Met de mobiele telefoon leggen mededaders of omstanders vast hoe een argeloze voorbijganger of medeleerling wordt geslagen. Een vechtpartij met drie meiden op een school in Maarssen eind 2006 werd landelijk nieuws toen een medeleerling het filmpje op *Geenstijl.nl* plaatste. In januari 2008 besteedde *Netwerk* aandacht aan de mishandeling van een autistische jongen uit Arnhem die langdurig werd getreiterd door buurtgenoten die daarvan filmpjes op Youtube plaatsten.<sup>6</sup> Het bewijs van de vernedering wordt op internet gezet en voegt als het ware een extra publieke vernedering toe. Daders demonstreren hun stoutmoedigheid om zo hun status in de groep te verhogen (Saunders, 2005).

<sup>6</sup> <http://www.netwerk.tv/uitzending/2008-01-25>

## 3.6 Zelfdoding

Volgens gegevens van het CBS lag het aantal zelfdodingen in 2007 ruim 11 procent lager dan in 2006, toen 1524 zelfdodingen plaatsvonden. De afname is opvallend omdat het aantal zelfdodingen al lange tijd rond de 1500 gevallen per jaar schommelt. In de meeste gevallen is het een man (zeven op de tien gevallen) die zich van het leven heeft beroofd. Ieder jaar doen ongeveer 10.000 mensen een poging tot zelfdoding.

De impact van media op suïcide is in de afgelopen decennia uitvoerig onderzocht. De meeste studies bevestigen dat er een soort besmettingseffect optreedt, maar er zijn ook onderzoeken die geen effect kunnen vaststellen. De bewijsvoering is meestal indirect, gebaseerd op een samenhang tussen frequentie van suïcide en berichtgeving. Uit een meta-analyse van Stack (Stack, 2003), gebaseerd op 293 resultaten uit 42 onderzoeken naar media en suïcide, blijkt dat een aantal variabelen hoog scoren als onafhankelijke variabelen voor Copycat: namelijk *celebrity* (politiek of entertainment), nonfictie (fictie – film, literatuur – scoort lager), hoeveelheid media-aandacht en de inhoud van die informatie (negatieve definitieve scores lager). Media zijn dan van invloed op de toegepaste methode en de locatie van de zelfdoding. Niettemin blijkt dat slechts 35,8 procent van de onderzoeken bewijzen opleverde voor imitatie-effecten bij non-fictie media-aandacht voor suïcide.

Nederlands onderzoek (Köpping, Ganzenboom, & Swanborn, 1989) naar krantenberichten over suïcide (merendeel anonieme gevallen, inclusief overlijdensadvertenties) leverde geen bevestiging voor het imitatie-effect (ook niet bij bekende Nederlanders). Over het algemeen wordt er in Nederland in vergelijking met andere landen weinig bericht over individuele gevallen van zelfdoding, tenzij er een speciale nieuwsaanleiding is. Als de indruk ontstaat dat er sprake is van een suïcide golf in een bepaalde streek, dan wordt daar wel aandacht aan besteed. De berichtgeving over een aantal zelfdodingen onder jongeren in West-Friesland in de zomer van 2009 was aanleiding voor de gemeente Hoorn samen met hulpverleningsorganisaties een oproep tot 'medialuwte' te doen uit bezorgdheid over een mogelijk imitatie-effect.

Een aparte vermelding verdienen de zogeheten *cybersuicide pacts* waarbij mensen die elkaar alleen via internet kennen elkaar aanzetten tot zelfdoding. Uitvoerige publiciteit over een dergelijk geval in Japan leidde tot een serie van vergelijkbare zelfdodingen met dezelfde methode, namelijk koolmonoxidevergiftiging met behulp van barbecuekooltjes. Ook in Hongkong en Engeland deden zich vergelijkbare gevallen voor met dezelfde methode.

## 3.7 Moord, al dan niet in combinatie met zelfdoding

Om welke categorieën gaat het bij moord in combinatie met zelfdoding? Het gaat om partnerdoding gevolgd door zelfdoding; kinderdoding gevolgd door zelfdoding; gezinsdoding gevolgd door zelfdoding en tot slot doding van niet-familieleden gevolgd door zelfdoding. "In dit verband kan worden opgemerkt, dat de term familiedrama of gezinsdrama, een homogeniteit in zaken van moord-zelfdoding suggereert, die er bij nadere bestudering niet lijkt te zijn." (Liem, Doding gevolgd door zelfdoding, 2008)

Bij murder/suicide gaat het dus om verschillende categorieën:

- Partnerdoding gevolgd door zelfdoding (grootste categorie, dader is man, soms is het een vorm van suïcide pact).
- Neonaticide (moord op pasgeborenen, vrijwel nooit gevolgd door zelfdoding)
- Kinderdoding (infanticide, gevolgd door zelfdoding, al dan niet door beide ouders, tweede in rangorde). Extended suicide, pseudoaltruïstisch. Medea complex: wraak op de partner.
- Gezinsdoding – zelfdoding. Doden van zowel de partner als de kinderen, gevolgd door zelfdoding. Daders zijn mannen.
- Doding van overige familieleden en zelfdoding (hoewel vaak geen zelfdoding volgt op doding van overige familieleden). Het is een keuze tussen moord of zelfmoord.
- Doding van niet familieleden: collega's, klasgenoten, medestudenten, willekeurige slachtoffers. Wrok en wraak. Payback time moorden. Ook Amok/mass murder genoemd.

Een overzicht van moord/zelfdoding in de periode 1992-2006 in Nederland (Liem & Koenraadt, 2007) laat zien dat er 106 gevallen zijn geweest met in totaal 140 slachtoffers (4 procent van het totaal aantal moorden). De frequentie varieert van 3 tot 12 per jaar, gemiddeld 7 gevallen. De

moord/zelfmoord ratio is tamelijk constant, tussen 0,02 en 0,07 per 100.000 inwoners per jaar. Slechts in 10 van de 106 gevallen is de dader vrouw.

#### **Kenmerken van de moord-zelfdodingszaken, 1992-2006**

(Ex)Partnerdoding	54	51%
Kinderdoding	20	19%
Gezinsdoding	9	8%
Doding overige familieleden	3	3%
Doding niet familie	14	13%
Onbekend Totaal	6	6%
totaal	106	100%

Uit het overzicht blijkt dat partnerdoding de helft van de gevallen oplevert, gevolgd door kinderdoding (19%) en doding niet familie. Het aantal gezinsdodingen is 8 procent, dat zijn 9 gevallen in 15 jaar. Er zijn opvallende jaren, namelijk 1998 en 2005 waarin telkens drie gevallen voorkwamen. Dat zou kunnen duiden op een cluster, maar het betekent ook dat er in de onderzochte periode tien jaren zijn zonder gezinsdodingen. Van 1999 tot en met 2004 zijn er geen gevallen. Als we kinderdoding en gezinsdoding bij elkaar nemen zijn er gemiddeld 2 gevallen per jaar (29 in totaal), met als maximum 5 gevallen in 2005. Hoewel er telkens wel discussies opduiken over besmettingseffecten als zich enkele gezinsdodingen voordoen is er in Nederland nooit specifiek onderzoek naar gedaan.

Een aparte categorie vormen de zogenaamde 'amok'<sup>7</sup> incidenten waarbij de dader in een keer heel veel slachtoffers probeert te maken door bijvoorbeeld op het werk in wilde weg om zich heen te schieten (Byard, 2004). Het motief is doorgaans wraak of woede (rage) en vaak worden de daders door de politie doodgeschoten (*suicide by cops*) of slaan ze de hand aan zichzelf. De vaak geconstateerde overeenkomsten tussen verschillende incidenten doen vermoeden dat er sprake kan zijn van besmettingseffecten. Bij een Duitse onderzoek (Schmidtke, Schaller, & Müller, 2002) zijn 132 amok incidenten onderzocht die tussen 1993 en 2000 het nieuws hebben gehaald. De frequentie van de incidenten is duidelijk niet willekeurig. Het merendeel van de incidenten vindt plaats binnen een tiental dagen na een eerder incident, bovendien zijn er vaak overeenkomsten met de *trigger* (dragen van camouflagekleding bijvoorbeeld). Het is wel opvallend dat het aantal amokincidenten volgens het Duitse onderzoek is afgenomen, ondanks de (telkens) zeer uitgebreide media-aandacht. Onderzoek laat zien dat er drie clusters van factoren van belang zijn: *predisposers* (lange termijn, persoonlijkheid dader); *preconditions* (korte termijn triggers) en *facilitors* (omstandigheden) (Fox & Levin, 2003). Mediaberichtgeving over incidenten kan een van die *triggers* zijn (Cantor, Sheenan, Alpers, & Mullen, 1999).

Een belangrijk verschil met de gezinsdodingen is dat de dader er bij amok een expressieve daad van wil maken die veel aandacht zal trekken. De dader wil groots ten onder gaan; hier ligt een link met terroristen die zelfmoordaanslagen plegen (Marsden & Attia, 2005). De uitvoering van de moordpartij staat volledig in het teken van het effectbejag en de media-aandacht. Amok incidenten in Nederland komen zelden voor, maar in 2011 vermoordde Tristan van der V. zeven mensen en verwondde er zeventien bij een schietpartij in een winkelcentrum in Alphen aan den Rijn. Vervolgens pleegde hij zelfmoord. Een duidelijk motief voor deze daad is niet bekend.

<sup>7</sup> Het woord Amok (Indonesisch/Maleisisch: *Amuk*) is de Maleise naam van de moorddadige aanvallen waar Maleisiërs soms onder lijden. Het maleise *mengamuk* betekent amok maken. De term amok wordt in het algemeen ook gebruikt voor anderen die zonder provocatie een groep mensen aanvallen met het doel dezen te doden. Wikipedia.

## 4 Analysekader: besmettingsgevaar

Op basis van de literatuur en bestudeerde casuïstiek is een analysekader ontworpen. Het analysekader richt zich niet op het in kaart brengen van de mate waarin er sprake is van (exacte) Copycat. Het analysekader richt zich op het analyseren van het potentiële besmettingsgevaar van een incident. Het is voor de overheid van belang om de kans op mogelijke besmettingseffecten na een veelbesproken incident in kaart te brengen, zodat adequaat gereageerd kan worden op de maatschappelijke onrust en op mogelijke imitatiegevallen. Het gaat er in het analysekader niet om of een incident plaatsvindt als een 'exacte' imitatie van een eerder incident. Het is meer van belang om te weten of incidenten besmettingsgevaar opleveren en daarmee kans op 'navolging'. Zo kan geïdentificeerd worden of (een reeks van) Copycat incidenten kan ontstaan.

1. Is het een licht, middelzwaar of ernstig incident?  
Het is van belang om onderscheid te maken tussen lichte, middelzware en ernstige incidenten: variërend van vandalisme, bedreiging, mishandeling, zelfdoding, moord/zelfdoding tot en met moorden/zelfdoding/amok.
  - a. De categorie lichte tot middelzware incidenten heeft een hoge frequentie en komt vaak voor. De ernstige incidenten komen minder vaak tot zelden voor (amok). Bij de lichte tot middelzware categorie is de kans op Copycat groter omdat het om acties gaat die snel en spontaan uit te voeren zijn zonder al te grote risico's. Maar omdat deze incidenten vaak voorkomen (structureel hoge base rate) is het moeilijker om clusters te herkennen die daadwerkelijk op Copycat gebaseerd zijn.
  - b. Bij de minder vaak voorkomende, ernstige incidenten is de kans op Copycat klein omdat de uitvoering meer voorbereiding en planning vereist en omdat de gevolgen en de risico's voor de dader groot zijn. De drempels liggen hier dus veel hoger, maar desalniettemin kan er soms besmetting optreden, afhankelijk van de kenmerken van het incident.
2. Er is een ernstig geweldsincident dat veel aandacht in de media heeft gekregen, waarvan men verwacht dat er mogelijk Copycat acties zullen volgen (gezinsdrama, aanslag). De kans op Copycat is mede afhankelijk van de kenmerken van het incident:
  - a. Gaat het om een expressieve of instrumentele daad?
  - b. Is er sprake van een communicatief aspect in de actie?

Als er sprake is van een expressieve spontane daad dan geeft de actie uitdrukking aan de gemoedstoestand van de dader. Bij een instrumentele daad wil hij een specifiek doel bereiken. Het uitmoorden van het gezin kan een wanhoopsdaad (expressief) zijn, maar het kan ook een weloverwogen criminele daad zijn om een ander doel te realiseren (een nieuwe relatie). De kans op Copycat is in het tweede geval klein. Bij de expressieve daad neemt de kans op Copycat toe als er sprake is van een communicatief aspect: de dader heeft op de een of andere manier de samenleving iets duidelijk willen maken over zijn motieven. Bijvoorbeeld door emails of berichten op websites (foto's, video's op youtube zoals bij de daders van school shootings). Die berichten zullen veel media-aandacht trekken en een basis vormen voor identificatie van daarvoor gevoelige mensen met de dader. De 'imitatoren' die zich geïnspireerd weten, kunnen de oorspronkelijke actie herhalen, maar ze kunnen ook daarmee gaan dreigen. De drempels voor dat laatste liggen veel lager dan voor een herhaling: dreigementen kunnen snel en spontaan uitgevoerd worden en maken het maatschappelijk effect los waar het deze daders om te doen is. De kans op herhaling van het oorspronkelijke incident is aanwezig, maar klein, omdat er veel meer voor nodig is dan identificatie. De kans op bedreigingen is groot, omdat deze makkelijk en snel uit te voeren zijn. De vraag is dan hoe serieus de dreigementen genomen moeten worden. Als ze deel uit maken van een serie bedreigingen dan daalt die kans, want dan vallen ze onder de spontane imitaties. Als het gaat om op zichzelf staande bedreigingen dan is de kans groter dat ze worden uitgevoerd.

3. Er zijn al verschillende (lichte, middelzware) incidenten in de media gemeld die met elkaar in verband worden gebracht. Is er wel sprake van een cluster als verschillende (lichte en middelzware) incidenten met elkaar in verband worden gebracht? En als dat zo is, hoe groot is dan de kans op imitatie? Van belang is hier om:
  - a. de constructie van het cluster kritisch te onderzoeken en interveniërende variabelen te identificeren.
  - b. de kenmerken van de acties te onderzoeken en de kans op imitatie in te schatten.

Ad a. Bij het identificeren van interveniërende variabelen gaat het om het herkennen van die factoren die de perceptie sturen in de richting van een samenhangend cluster van incidenten, waarbij sprake is van een plotselinge toename. Die factoren zijn: de golf van incidenten in de media (óverrapporteren door de werking van het nieuwsthema na een opvallend incident), verbreding van het thema, inpassen van incidenten in het thema, meer melden van incidenten door publiek en instanties, etc. Belangrijk is om de base rate van dit soort incidenten vast te stellen zodat nagegaan kan worden of er wel sprake is van toename. Op die manier is het mogelijk om echte clusters te onderscheiden van vermeende clusters die het gevolg zijn van de toegenomen aandacht voor het onderwerp na een opvallend incident dat veel media aandacht heeft opgeleverd. Belangrijk is dus de vraag of er een opvallend incident is geweest dat de media heeft getriggered?

Ad b. Als er inderdaad sprake is van een nieuw cluster is het de vraag of er sprake is van imitatie-effecten als gevolg van de media-aandacht. Zoals gezegd is de kans daarop groter als de imitatie makkelijk en impulsief uit te voeren is en in het oorspronkelijke incident een communicatief element aanwezig is waar de Copycat-dader bij kan aansluiten.

4. Clusters van ernstige incidenten. De frequentie van de incidenten is zo laag, dat vergelijkingen met de base rate weinig zinvol zijn. Als zich een cluster van moord/zelfdoding binnen enkele weken lijkt voor te doen is het van belang om vast te stellen of het om vergelijkbare incidenten gaat. Partnerdoding, gevolgd door zelfdoding (gemiddeld 3 tot 4 per jaar) behoort tot een andere categorie dan kinderdoding/zelfdoding (gemiddeld 1 tot 2 per jaar) of gezinsdoding (gemiddeld een keer in de twee jaar) (Liem M., 2008). In de berichtgeving krijgen deze incidenten allemaal de term gezinsdrama of familiedrama mee, maar dat versluiert de grote verschillen in motieven en omstandigheden. En voor het inschatten van besmettingseffecten is het identificeren van die motieven en omstandigheden van groot belang. Als deze sterk uiteenlopen is de kans op besmetting klein. Bovendien gaat het om incidenten die een lange voorgeschiedenis kennen van uiteenlopende problemen (psychische problemen, rouwverwerking, schulden, wraak, etc.). Het veronderstelde cluster in januari en februari 1997, waarover grote maatschappelijke verontrusting ontstond en die leidde tot de oproep van traumatoloog Wolters tot een mediastilte, bestond in feite uit één geval van gezinsdoding met suicidepoging door de ouders (Hoofddorp), twee (dubbele) kindermoorden door de ex-man, de een met (Ulvenhout) en de ander zonder suicide (Montfort), en een geval partner en kinderdoding zonder zelfdoding (Hoofddorp). In dit geval kwam vast te staan dat het kind bij toeval werd vermoord omdat de dader werd gestoord. Tot slot is het van belang om te kijken naar het aantal dagen tussen twee incidenten. Uit suicide onderzoek blijkt dat het imitatiegedrag het meest voorkomt op de derde dag na publicatie, gemiddeld tien dagen aanhoudt en daarna vrijwel direct verdwijnt (Ganzeboom & De Haan, 1982) (Bollen & Phillips, 1982). Bij onderzoek naar amok incidenten bleek dat bijna de helft van alle incidenten plaatsvond binnen tien dagen na een amokgeval (Schmidtke, Schaller, & Müller, 2002). Dat betekent dat om te kunnen spreken van een *contagious cluster* de incidenten binnen twee weken dienen plaats te vinden.

## 5 Communicatieve implicaties van het Copycat-effect

### 5.1 Inleiding

Er is geen 'overall' Copycat communicatiestrategie mogelijk. Daarvoor lopen de situaties waarin het Copycat fenomeen kan optreden teveel uiteen. Wel valt op dat het Copycat effect vooral plaats vindt bij relatief makkelijk te kopiëren, impulsieve daden en dat het bij ernstige daden meer om herhaling van de dreiging gaat. Een belangrijk aspect daarbij is 'tijd'. De imitator kopieert meestal binnen tien dagen de oorspronkelijke daad of de dreiging.

Over het algemeen zijn de basisprincipes van crisiscommunicatie van toepassing bij Copycat communicatie. Echter, er zijn enkele specifieke aandachtspunten zoals het enorm versterkende effect van media aandacht, het belang van 'duiding' en het alert zijn op (onterechte) clustering van incidenten. Het principe van openheid kan op gespannen voet staan met het geven van informatie die identificatie met de dader kan vergroten, wat weer imitatiegedrag stimuleert. Het advies is altijd eerst te analyseren wat voor Copycat effect is te verwachten. Daarbij spelen de motieven van de dader en de zwaarte van de oorspronkelijke daad een rol (zie de tabel bij 5.3).

### 5.2 Crisiscommunicatie-ontwikkelingen

De algemene basis principes van crisiscommunicatie zijn: *openheid, transparantie en proactief* communiceren. Overheidscommunicatie rond een crisis moeten vooral bijdragen aan het welzijn en/of het vertrouwen van het publiek in het overheidsoptreden door *juiste, consistente, tijdige* en *begrijpelijke* informatie te verspreiden. De informatie moet betrouwbaar zijn en zo nodig een handelingsperspectief bieden. Vertrekpunt voor de communicatie is steeds de belevings- en ervaringswereld van de ontvanger en hun risicoperceptie. Effectieve communicatie verbindt de publieke beleving met de boodschap die de overheid wil uitdragen.

De samenleving is veranderd, door de afnemende legitimiteit van de overheid vertrouwt men niet meer vanzelfsprekend informatie van de overheid. Echter, in crisissituaties is de overheid nog een logische zender. Dan verwacht men dat de overheid ook verantwoordelijkheid neemt. Welke overheid hangt ervan af wie verantwoordelijk is die specifieke situatie. Soms, bijvoorbeeld bij medische aspecten, kan een arts of viroloog geloofwaardiger zijn als 'deskundige' dan de overheid.

Er is steeds meer informatie van allerlei bronnen en zenders beschikbaar. Met de opkomst van de social media zijn de mogelijkheden om doelgroepen op maat te bereiken toegenomen, en is de snelheid van de berichtgeving enorm vergroot. Zeker bij opvallende daden kan een incident in korte tijd uitgroeien tot een ware media hype met een eigen, moeilijk te beïnvloeden dynamiek. Een andere ontwikkeling is de toegenomen emotionaliteit in de maatschappij. Bij ernstige incidenten is er behoefte aan empathisch leiderschap. Als er (dodelijke) slachtoffers zijn, spreek dan altijd eerst medeleven uit. Het gaat om een goede balans tussen zakelijkheid en emotionaliteit. De informatie over het incident is zowel gericht op het 'hoe' (feiten, technisch, logistiek) als op het 'waarom' ('duiden', reden, nut).

### 5.3 Diagnose Copycat-effect

Uitgangspunt voor het Copycat-effect is de 'zwaarte' (ernst/impact) van de oorspronkelijke daad. In hoofdstuk 3 is hiervoor een categorisering ontwikkeld. Op basis van de oorspronkelijke daad is het mogelijk een inschatting te maken van het Copycat-effect: of het gaat om herhaling van de eerdere daad of om het uiten van een bedreiging. Het Copycat effect komt het meeste voor bij 'lichtere' daden, dit wordt versterkt door veel media aandacht. In de onderstaande tabel is weergegeven welk Copycat-effect kan optreden afgezet tegen de zwaarte van de oorspronkelijke daad. In de tabel staat verder het 'type motief' bij de eerdere daad, omdat ook dat invloed heeft op het Copycat effect.

Daders hebben communicatieve, expressieve en/of instrumentele motieven.

- *Communicatief*: de dader heeft een 'boodschap' en wil een signaal afgeven in het publieke domein, dit kan een uiting zijn van verveling tot 'stoer doen'.
- *Expressief*: de dader geeft uitdrukking aan de eigen, diep liggende gemoedstoestand, de daad is vaak gericht op effectbejag.
- *Instrumenteel*: de dader wil gericht, weloverwogen een doel bereiken.

In de rechterkolom staan algemene communicatie aanbevelingen.

- 'Lichtere' daden komen het meeste voor en zijn veelal 'communicatief'. Als Copycat effect zien we het uiten van dezelfde bedreiging of daad. Het gaat veelal om laagdrempelige, impulsieve acties die relatief makkelijk te kopiëren zijn. Zoals dreigtelefoontjes of een steen van een autoviaduct gooien.
- Bij 'middelzware' daden die 'zowel communicatief als expressief' zijn, ontstaat veel media aandacht. Omdat het een opvallende daad met een verhaal is en een dader met een boodschap. Dit versterkt het Copycat effect. Meestal gaat het om herhaling van de dreiging.
- Bij 'middelzware' daden die alleen 'expressief' zijn, zien we als Copycat effect juist vooral herhaling van de daad. Bijvoorbeeld bij geweldsincidenten tegen allochtonen of asielzoekers.
- De meeste 'ernstige' daden zijn heel doelgericht: instrumenteel. Als Copycat effect zien we vrijwel alleen herhaling van de dreiging, niet van de feitelijke daad. De barrière voor de daad is hoog (moord) en het vraagt de nodige voorbereiding. Zoals bij het winkelcentrum in Alphen aan de Rijn in 2011.

zwaarte eerdere daad	-lichter -	+/- middelzwaar +	++ ernstig +++	<b>Communicatie aandachtspunten</b> * Media-aandacht / hype versterkt Copycat, soms is het mogelijk afspraken te maken met media * Pas algemene principes crisiscommunicatie toe, maar wees selectiever t.a.v. openheid * Vermijd details over de dader en motivatie die begrip kweken i.v.m. daderidentificatie * Geef wel informatie die onrust weg kan nemen: combinatie medeleven met slachtoffers en feiten * Let op negatieve kwalificatie daad in media * Duiding plaatst de daad in een context * Clustering daden versterkt media-aandacht. Analyseer of het echt een cluster is, frame het zo mogelijk als uitzonderlijk, geïsoleerd incident * Copycat treedt meestal binnen 10 dagen op
CC effect	Type motieven			
Herhaling dreiging	communicatief → herhaling uiten bedreiging	expressief èn communicatief → herhaling dreiging (brandstichting / mishandeling)	instrumenteel → herhaling dreiging (moord / zelfdoding)	
Herhaling daad	communicatief → herhaling van vandalisme	expressief → herhaling daad (brandstichting / mishandeling)	uitzonderlijk	



## 5.4 Aandachtspunten communicatie

Hieronder worden de aandachtspunten uit het schema op het gebied van communicatie toegelicht. Het is een combinatie van uitleg en praktische aanbevelingen. Ingegaan wordt op de rol van de media ten aanzien van Copycat, welke informatie identificatie met de dader versterkt, wat het risico is van verkeerde clustering van incidenten en wat het belang is van duiding.

### 1. Identificatie met de dader

Identificatie met de dader is een voorwaarde voor Copycat. Hoe meer achtergrondkenmerken van de dader bekend zijn en details over de daad, hoe groter de kans dat imitatoren zich ermee kunnen identificeren.

Geef daarom zo *min mogelijk details* over:

- sociale omstandigheden van de dader
- motieven voor de daad
- gebruikte technieken.

Nu zijn dat juist de vragen die de media zal stellen. Algemene informatie zoals over geslacht en afkomst is geen probleem. Maar geef geen specifieke details over de motivatie van de daad of over iemands achtergrond, behalve in situaties waarbij de daad een instrumenteel karakter heeft. Geef wel informatie die maatschappelijke onrust kan wegnemen. Na de aanslag op Koninginnedag is bijvoorbeeld snel gecommuniceerd dat de dader een Nederlandse man van 38 jaar was (vanwege de vrees dat het een allochtoon zou zijn). Vermijd details die meer begrip kunnen geven dat iemand tot zijn daad is gekomen, zoals: de dader is net werkeloos, failliet verklaard, recent verlaten door zijn partner, ziet zijn zoon niet meer, heeft zijn moeder net begraven, enz.

Drie zaken zijn belangrijk om daderidentificatie te voorkomen:

- vermijd details die begrip voor de dader geven
- vermijd details die de daad interessant maken
- zorg voor neutrale of negatieve kwalificatie van de daad.

Hoe meer begrip er in de berichtgeving voor de dader is, hoe groter de kans op identificatie met de dader en het Copycat effect.

### 2. Rol van de media

De media-aandacht zal per incident wisselen. Media selecteren wat in het nieuws komt en geven duiding, 'framen' de informatie. Hiermee geven ze betekenis aan gebeurtenissen en maatregelen. Soms is een opvallend incident aanleiding voor een *mediahype*, een korte hevige escalatie van het nieuws. Dat is een zelfversterkend proces waarin de media het incident in een bredere context van een nieuw of controversieel thema plaatsen. Media focussen dan op vergelijkbare incidenten, zowel nieuwe incidenten als vergelijkbare gebeurtenissen uit het verleden zijn dan nieuws. Omdat media elkaar weer beïnvloeden komt een golf van incidenten in het nieuws. Dat bevestigt het beeld dat het probleem uit de hand loopt, wat de media aandacht verder vergroot. Dit voert de politieke druk op, versterkt het publieke bewustzijn waardoor meer meldingen binnen komen en opsporingsinstanties actiever worden op dit vlak. De schijnbare golf van incidenten ontstaat dan dus door de combinatie van overbelichting in de media en reacties in de samenleving (zie ook de toelichting bij 2.3 rol media.).

Door de wisselwerking tussen media, politiek en publiek kan een '*amplificatiespiraal*' ontstaan, dit proces duurt langer dan een korte mediahype. Namelijk door intensivering van de opsporing en vervolging neemt het probleem in ernst en omvang toe omdat meer zaken aan het licht komen, wat de onrust en de roep om maatregelen verder vergroot. Opvallend is dat in die fase vaak aanverwante probleemgebieden onder dezelfde noemer worden gebracht, wat het werkterrein en daarmee (de beleving van) het probleem nog verder vergroot. De reactie van de overheid kan als katalysator werken (meteen reageren en meegaan in de verontwaardiging) of juist het proces dempen door afstand te nemen en soms bewust af te zien van commentaar, maar ook attent te zijn op begripsinflatie en verkeerde clustering van problemen (zie 2.2 onder wisselwerking en hieronder 'Clustering' en 'Duiding').

Een vermoeden van een Copycat effect geeft extra nieuwswaarde aan een incident, zeker bij een mediahype. Dan willen de media de daad en dader nader inkleuren. 'Wat is dit voor iemand, wat dreef hem, waarom gebruikte hij deze methode?' enz. En daarmee versterken de media het kopieergedrag, vooral als de daad wordt neergezet als een acceptabele oplossing voor een probleem. Bijvoorbeeld bij

suïcide van beroemdheden en geweld tegen allochtonen is het Copycat effect aangetoond. Vervolgens zullen deskundigen om een media stilte vragen. Soms lukt dit, maar soms is die oproep juist weer nieuws. Het media landschap in Nederland is veranderd, er zijn media bijgekomen die sterk op sensatie en conflict gericht zijn. Dat maakt de oproep voor een *media stilte* moeilijker dan vroeger. De kans dat alle media hieraan willen meedoen, is heel klein.

Desondanks kan het zin hebben een beroep te doen op de 'code van de media' en een media stilte te vragen om verdere escalatie te voorkomen. Bij sommige onderwerpen zullen journalisten er gevoeliger voor zijn, bijvoorbeeld als het om kinderen gaat, zal men zich eerder terughoudend opstellen. En ook kan een nieuw issue ontstaan over het optreden van de media en journalistieke opvattingen, wat de druk van het incident wat kan wegnemen. *Afspraken met de media* zijn niet onmogelijk maar wel veel moeilijker geworden. Als iets nog niet geëscaleerd is, helpt een goede relatie met de betrokken journalist om toe te lichten welke informatie in de media het Copycat effect stimuleert en beter niet kan worden gepubliceerd. Overigens halen veel bedreigingen de media niet, omdat de politie niet alles naar buiten brengt. Die keuze maken ze op basis van hun eigen professionele afwegingskader en rekening houdende met het Copycat effect.

### 3. Clustering incidenten

De media zijn geneigd vergelijkbare incidenten te clusteren. Dit vergroot zowel het risico op een mediahype als het risico op het Copycat effect. Wees daar dus attent op en analyseer goed of de clustering terecht is. Zo leidt bijvoorbeeld een reeks van los van elkaar staande incidenten van moord in combinatie met zelfdoding snel tot allerlei speculaties en geruchten. Als daar een breed label als 'familiedrama' op wordt geplakt, ontstaat clustering ook al gaat het in feite om verschillende zaken. In paragraaf 3.7 worden zes verschillende moord/zelfdodings categorieën onderscheiden, in de praktijk worden vijf daarvan vaak geclusterd tot 'familiedrama'. Dus, ga altijd na of er vergelijkbare incidenten zijn, of clustering aan de orde is, of dat het een geïsoleerd incident betreft. En kijk welke labels zijn gebruikt bij eerdere, vergelijkbare incidenten, en hoe iets wordt genoemd in de beleving van het publiek (zie ook 'Duiding' hieronder).

- Als het een *geïsoleerd incident* betreft zet het dan ook zo neer, frame het als iets uitzonderlijks, wat niet eerder is voorgekomen (zie ook de alinea over 'Framing'). Kies een label wat voldoende afgebakend is. En corrigeer onterechte clustering in de media.
- Als het om een *cluster van incidenten* gaat, bepaal dan zorgvuldig het label. Stem af met de voorlichters van andere incidenten, en maak afspraken over het label wat iedereen gebruikt
- Als het incident geen deel uitmaakt van een cluster, maar er wel *vergelijkbare incidenten* zijn, anticipeer dan op te verwachten verkeerde clustering in de communicatie. Zoek afstemming met de andere voorlichters om te bespreken hoe een en ander het beste is af te bakenen en wie welk onderscheidend label gebruikt.

### 4. Belang van duiding en framen

Vroeger was veel overheidsvoorlichting gericht op informatie openbaar maken, zo neutraal mogelijk. Inmiddels is men zich bewust dat neutrale informatie eigenlijk een illusie is, omdat alle informatie in een context staat. Daarom is er nu meer aandacht voor 'duiding' van informatie. Duiding wil zeggen *betekenis geven* in tekst, beeld en non-verbaal, dit plaatst het incident in een context en geeft een 'frame' aan de daad. Zeker bij crisiscommunicatie is dit belangrijk. Een frame werkt als een kader, en beïnvloedt de discussie. Het maakt uit of een daad wordt neerzet als iets uitzonderlijks, niet passend bij Holland of als onderdeel van een serie van incidenten (zie ook de alinea over clustering). Duiding kan overigens ook met beeld. De overheid is erg tekstueel gericht, maar een beeld kan meer zeggen dan heel veel woorden en beelden blijven vaak beter hangen.

In de beginfase is vaak nog veel onduidelijk bij crisiscommunicatie, omdat van alles moet worden uitgezocht. 'Geen commentaar' is geen optie bij opvallende incidenten. Media gaan toch op zoek naar andere formele en informele bronnen. In social media circuleren dan geheel al allerlei verhalen. Die vormen een bron voor geruchten en zonder tegengeluid raak je dan al meteen alle regie kwijt en mogelijk ook je positie als belangrijke zender. Bij social media is niet de positie en de expertise van de zender invloedrijk, maar de kracht van het netwerk (aantal volgers). Dan blijft dus een kans liggen de framing van de daad te beïnvloeden en eigen duiding en betekenis te geven. Als nog niet veel feiten bekend zijn, laat dan bijvoorbeeld weten hoe het nieuws je heeft geraakt (neutrale tot negatieve kwalificatie van de daad), erken emoties, toon medeleven met de slachtoffers, vertel wat er gebeurt om het probleem aan te pakken (procesinformatie) en vraag begrip voor het feit dat nog niet alles bekend is. En geef natuurlijk duidelijke informatie zodra die er is voor de balans tussen zakelijkheid en emotionaliteit.

## Bijlage A Literatuuroverzicht Copycat

- Bandura, A. (1986). *Social Foundation of Thought and Action. A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall.
- Barnes, J. (2000). Murder followed by suicide in Australia, 1973-1992: a research note. *Journal of Sociology* , 36 (1), 1-11.
- Blood, R., & Pirkis, J. (2001). Suicide and the media. Part III: theoretical issues. *Crisis* (22), 163-169.
- Bollen, K. E., & Phillips, D. (1982). Imitative Suicides: A National Study of the Effects of Television News Stories. *American Sociological Review* , 6, 802-809.
- Bovenkerk, F. (2005). *Bedreigingen in Nederland. Verkenning in opdracht van Politie en Wetenschap*. Utrecht: Willem Pompe Instituut.
- Brants, C., & Brants, K. (1991). *De sociale constructie van fraude*. Arnhem: Quint.
- Brosius, H., & Esser, F. (1995). *Eskalation durch Berichterstattung*. Opladen: West-deutscher Verlag.
- Byard, R. (2004). Murder suicide, an overview. In N. (. Tsokos, *Forensic Pathology Reviews* (Vol. 3, pp. 337-347). New Jersey: Humana Press.
- Cantor, C., Sheenan, P., Alpers, P., & Mullen, P. (1999). Media and mass homicides. *Archives of Suicide Research* , 5 (4), 283-290.
- Carcach, C., & Grabosky, P. (1998). *Murder-Suicide in Australia*. Australian Institute of Criminology . Canberra: Australian Institute of Criminology.
- Casil, A. S. (2009). *Bomb Scares*. New York: Rosen Pub.
- Coleman, L. (2004). ) *The Copycat Effect. How the media and popular culture trigger the mayhem of tomorrow's headlines*. New York.
- Doley, R. (2002). *Copycat Arson*. From Risico's, schandalen en publiciteit
- Doley, R. (2003). Pyromania. Fact or Fiction? *British Journal of Criminology* , 43 (4), 797-807.
- Fox, J., & Levin, J. (2003). Mass Murder: An Analysis of Extreme Violence. *Journal of Applied Psychoanalytic Studies* , 5 (1), 47-64.
- Ganzeboom, H., & De Haan, D. (1982). Gepubliceerde zelfmoorden en verhoging van sterfte door zelfmoord en ongelukken in Nederland 1972-1980. *Mens en Maatschappij* , 57 (1), 55-69.
- Geller, J. L. (2008). Firesetting. A Burning Issue. In R. N. Kocsis, *Serial Murder and the Psychology of Violent Crimes*. Totowa , NJ: Humana Press.
- Gould, M., Jamieson, P., & Romer, D. (2003). Media Contagion and Suicide Among the Young. *American Behavioral Scientist* , 46 (9), 1269-1284.
- Hoffman, B. (2006). *Inside terrorism*. New York: Columbia University Press.
- Jacobi, A. e. (2004). Poederbrieven in 2003: stand van zaken. *Infectieziekten bulletin* , 15 (4).
- Jo, E., & Berkowitz. (1994). A priming effect analysis of media influence: An update. In B. J., Z. D. (Eds.), & L. E. Associates (Ed.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 43-60). Hillsdale NJ.
- Johansson, L., & Lindqvist, P. E. (2006). Teenage suicide cluster formation and contagion: implications for primary care. *BMC Family Practice* , 7.

- Köpping, A., Ganzenboom, B., & Swanborn, P. (1989). Verhoging van suicide door navolging van kranteberichten. *Nederlands Tijdschrift voor de Psychologie* , 44, 62-72.
- Kepplinger, H. M., & Habermeier, J. (1995). The Impact of Key Events on the Representation of Reality. *European Journal of Communication* , 10 (3), 271-390.
- Kostinsky, S., Bixler, E., & Kettl, P. (2001). Threats of School Violence in Pennsylvania After Media Coverage of the Columbine High School Massacre . *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 155 (9), 994-1001.
- Liem, M. (2008). Doding gevolgd door zelfdoding. *Blind. Interdisciplinair tijdschrift* .
- Liem, M., & Koenraadt, F. (2007). Homicide-Suicide in the Netherlands. A Study of Newspaper Reports, 1992-2005 , 18. *Journal of Forensic Psychiatry and Psychology* , 18, 482-494.
- Marsden, P., & Attia, S. (2005). A deadly contagion? On the psychology of suicide bombing and the role of the media. *The Psychologist* , 18 (3), 152-155.
- Morewitz, S. J. (2008). *Death threats and violence: new research and clinical perspectives*. San Francisco: Springer.
- Newman, G. (2005). *Bomb threats in schools*. . ProblemSpecific Guide Series 32, US Department of Justice , Office of Community Oriented Policing Services.
- Pease, S., & Love, C. (1984). The Copycat crime phenomenon. In R. S. (Ed.), *Justice and the media. Issues and research* (pp. 199- 211). Springfield, Illinois: Charles C. Thomas.
- Philips, D. (1974). The Influence of suggestion on Suicide: Substantive and Theoretical Implications of the Werther Effekt. *American Sociological Review* (39), 340-354.
- Regiopolitie, G. (2007). *Polarisatie onder jongeren in Groningen*. Groningen.
- Robertz, F. W. (2007). *Der Riss in der Tafel: Amoklauf und schwere Gewalt in der Schule*. Heidelberg: Springer.
- Sacco, V. (2005). *When Crimes Waves*. Lodond: Sage.
- Saunders, R. (2005). Happy slapping: transatlantic contagion or home-grown, mass-mediated nihilism? . *Static* , 1 (1).
- Schmidke, A., Schaller, S., & Müller, I. (2002). Imitation of Amok and Amok-Suicide. *Kriz Dergisi* , 10 (2), 49-60.
- Spencer Kostinsky, M., Edward O. Bixler, P., & Paul A. Kettl, M. (2001). Threats of School Violence in Pennsylvania After Media Coverage of the Columbine High School Massacre. Examining the Role of Imitation. *ARCH PEDIATR ADOLESC MED* , 155.
- Stack, S. (2003). Media coverage as a risk factor in suicide. *J. Epidemiol. Community Health* , 57, 238-240.
- Surette, R. (1998). *Media, Crime and Criminal Justice*. London: Wadsworth.
- Surette, R. (2002). Self-Reported Copycat Crime Among a Population of Serious and Violent Juvenile Offenders. *Crime Delinquency* , 48 (1), 46-69.
- Uljee. (2005). *Psychologische quick scan naar aanleiding van vandalisme rond viaducten over rijkswegen*. Ministerie van Verkeer en Waterstaat, Delft.
- Vasterman, P. (2004). *Mediahype*. Amsterdam: Aksant.

Voerman, B. (2008). *Tussen Woord en Daad. Gedragkundige inschatting van bedreigingen van de KLPD*. Zoetermeer: Korps Landelijke Politiediensten.

Waterstaat, I. V. (2008). *Spoorwegvandalisme*. Ministerie van Verkeer en Waterstaat, Den Haag.

Ziegler, W., & Hegerl, U. (2002). Der Werther-Effekt. Bedeutung, Mechanismen, Konsequenzen. *Der Nervenarzt*, 1, 41-49.

Dit rapport is uitsluitend bestemd voor de opdrachtgever. De inhoud van dit rapport is gebaseerd op omstandigheden bij en informatie ter beschikking gesteld door de opdrachtgever. Op geen enkele wijze kan worden gegarandeerd dat beschreven omstandigheden volledig in overeenstemming zijn met van toepassing zijnde wet- en regelgeving. Derden die van dit rapport kennisnemen kunnen aan dit rapport geen rechten ontleen.

© 2011 COT Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement B.V.

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze rapportage mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van COT Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement B.V.



**COT** | Instituut voor Veiligheids- en Crisismanagement  
*an Aon company*

Koninginnegracht 26  
2514 AB Den Haag  
Telefoon : 070 312 20 20  
E-mail : [cot@cot.nl](mailto:cot@cot.nl)  
Internet : [www.cot.nl](http://www.cot.nl)