EUCPN
EUROPEAN CRIME PREVENTION NETWORK

SFAXXATUR TAL-MITI:

IS-SENSIBILIZZAZZJONI QATT MA WEĠĠGĦET LIL ĦADD, HUX VERU?

L-inizjattivi tal-prevenzjoni tal-kriminalità spiss jieħdu l-għamla ta' kampanji ta' sensibilizzazzjoni. Madankollu, ftit hemm evidenza li turi li s-sensibilizzazzjoni fiha nfisha kapaċi tinkoraġixxi bidla fl-imġiba u, konsegwentement, li tista' tikkontribwixxi ħafna għall-prevenzjoni tal-kriminalità. Il-kampanji effettivi jaġixxu fuq l-aspetti emozzjonali tat-tibdil fl-imġiba u huma parti integrata mill-istrateġiji integrati tal-prevenzjoni tal-kriminalità.

IS-SENSIBILIZZAZZJONI:
PRINĊIPJU ELEGANTI.

Il-prattikanti tal-prevenzjoni tal-kriminalità spiss ikollhom jagħmlu li jistgħu minn riżorsi limitati. Ħafna huma suġġetti għal xi forma ta' pressjoni politika jew limitazzjonijiet. Dawn huma mistennija li jirrispondu malajr għall-problemi tal-kriminalità u jagħmlu xi ħaġa dwarhom, iżda fir-realtà spiss ma jistgħux jiżviluppaw interventi komprensivi u integrati. Ir-riżultat: il-prevenzjonisti jagħżlu kampanji ta' sensibilizzazzjoni biex jinfurmaw lin-nies dwar il-kriminalità.

L-idea sottostanti hija sempliċi: in-nies jaġixxu skont l-għarfien li jkollhom. Jekk ma jaġixxux bil-mod li nixtiequ, irridu nagħtuhom iktar informazzjoni.[1] Xi ħadd li *jaf* li l-kriminali ċibernetiċi japprofittaw minn passwords dgħajfa se jagħżel passwords iktar b'saħħithom. Meta n-nies *ikunu konxji* li l-ħallelin jidħlu fid-djar mit-twieqi miftuħin, huma se jagħlqu t-twieqi meta joħorġu. U xi ħadd li *jifhem* ir-riskji tas-saħħa fl-użu tad-drogi huwa inqas probabbli li attwalment juża d-drogi. Jagħmel sens dan?

Jidher li iva. Bħala tali, il-prattikanti tal-prevenzjoni tal-kriminalità jużaw kampanji ta' *informazzjoni*: fuljetti bieb bieb f'viċinat partikolari, xandiriet tas-servizz pubbliku fuq it-televiżjoni, u kull ħaġa oħra—powsters, vidjows, reklami fuq il-midja soċjali. Aħna nagħmlu interventi fil-kurrikuli tal-iskejjel sabiex *ngħallmu* lezzjoni lit-tfal, jew nieħduhom x'imkien sabiex ikunu jistgħu *jitgħallmu* xi ħaġa dwar il-kriminalità u s-sigurtà.

Taħseb li n-nies li jafu jużaw il-kompjuters għandhom imġieba iktar sigura online? darbtejn.

Riċerka Olandiża riċenti rigward is-sigurtà ċibernetika ma sabet ebda korrelazzjoni sinifikanti bejn l-għarfien dwar is-sigurtà fuq l-internet u l-aġir (iġjene ċibernetika). Agħar minn hekk, hija sabet effett negattiv sinifikanti tas-sensibilizzazzjoni tas-sigurtà ċibernetika dwar is-saħħa tal-password u t-tniżżil ta' software mhux sigur: dawk li jafu kellhom passwords inqas b'saħħithom u niżżlu software inqas sigur![2] Ir-riċerka internazzjonali sabet effetti dgħajfin simili tal-għarfien fl-aġir online. Cain, Edwards u Still sabu li dawk il-gruppi b'iktar għarfien dwar l-iġjene ċibernetika, bħaż-żgħażagħ (vs l-anzjani) u l-esperti (vs dawk li mhumiex esperti) applikawh inqas b'mod konsistenti.[3] B'mod simili, ir-riċerka bbażata fuq 1.6 miljun kompjuter sabet li dawk li jappartjenu lill-iżviluppaturi tas-software kienu infettati bl-ikbar numru ta' malware.[4] Reviżjoni sistematika tal-intervenzjonijiet tas-sigurtà tal-internet psikoedukazzjonali enfasizzaw ukoll id-distakk bejn l-għarfien u l-aġir, u kkummentaw li l-programmi edukazzjonali rnexxielhom iżidu l-għarfien, iżda ma kienux assoċjati ma' bidla fl-aġir online.[5]

IŻDA DAN JAĦDEM?

F'kelma waħda: rari! Kull darba, ir-riċerka uriet li l-għarfien dwar il-kriminalità ma jwassalx neċessarjament għal tnaqqis fil-kriminalità jew il-vittimizzazzjoni—l-idea sottostanti tal-"paradigma tas-sensibilizzazzjoni". Il-prinċipju jista' jkun eleganti, veru, iżda huwa żbaljat ukoll.

Biex nifhmu għaliex, hemm bżonn nidħlu ftit iktar fil-fond dwar x'inhu dak li jiddetermina l-imġiba tan-nies, inklużi l-prekawzjonijiet tas-sigurtà i l-kriminalità. Il-paradigma tas-sensibilizzazzjoni tassumi li n-nies jaġixxu skont l-għarfien oġġettiv (preżunt) li għandhom. Fir-realtà, l-imġiba tan-nies hija influwenzata minn serje ta' fatturi u proċessi psiko-soċjali, inkluż għarfien (suġġettiv), imġiba ppjanata, għażliet razzjonali, normi soċjali, xempji pożittivi, u psikoloġija individwali.[6]

Id-disinjaturi tal-kampanji għandhom jikkunsidraw kemm jista' jkun minn dawn il-fatturi. L-iffukar biss fuq it-trasferiment tal-għarfien spiss se jwassal għal kampanji ineffettivi jew saħansitra dannużi. Fil-prevenzjoni tal-kriminalità, effett negattiv wieħed huwa li l-kampanji orjentati lejn il-vittmi jistgħu jżidu l-biża mill-kriminalità pjuttost milli jnaqqsu effettivament (ir-riskju tal-) kriminalità jew ħsara.[7] Fil-fatt, kampanji ta' prevenzjoni tal-kriminalità ineffettivi u kampanji li kellhom l-effett oppost b'xi mod ġew koperti fil-letteratura sa mill-bidu tas-snin tmenin[8]—u dak li huwa sorprendenti huwa li nibqgħu nippruvaw nagħmlu dak li diġà nafu li ma jaħdimx.

Il-kampanji tal-midja kontra d-drogi rriżultat li hija ineffettiva.

Iċ-Ċentru Ewropew għall-Monitoraġġ tad-Droga u d-Dipendenza fuq id-Droga (EMCDDA) jwissi kontra kampanji tal-midja ineffettivi u saħansitra anke kontroproduttivi għall-prevenzjoni tal-użu tad-drogi.[9] Il-kampanji li għandhom l-għan tas-sensibilizzazzjoni dwar problemi relatati mad-drogi huma komuni fl-UE. Madankollu, sa mill-2013, terz tal-pajjiżi affiljati mal-EMCDDA kienu waqqfu jew naqqsu tali kampanji. Dawk li implimentawhom rari jwettqu evalwazzjonijiet tal-impatt. F'ħafna mill-każijiet, dawk li jagħmlu l-kampanji jivvalutaw biss jekk il-grupp fil-mira għoġobhomx jew fehmux il-messaġġ. L-evalwazzjonijiet tipikament ma jħarsux lejn it-tibdil attwali fl-imġieba. L-EMCDDA jindika li analiżi sistematika ta' kampanji kontra d-drogi turi l-ineffettività tagħhom: hemm biss effett dgħajjef fuq l-intenzjoni li jintużaw drogi fil-futur, u ebda effett assolut fuq l-użu attwali mis-sustanza.[10]

Il-kampanji wkoll għandhom tendenza li jkunu ħafna inqas effettivi meta jkunu awtonomi. L-effettività tal-kampanji tiddependi fuq l-estent sa fejn il-kampanja tkun parti minn sett iktar wiesa' ta' politiki u intervenzjonijiet. Għalhekk, fil-prevenzjoni tal-kriminalità, il-kampanji tal-informazzjoni ma għandhomx jitqiesu bħala alternattiva għal prevenzjoni sitwazzjonali, fl-iżvilupp jew fil-komunità iżda, minflok, suppliment jew appoġġ għaliha.

Finalment, evalwazzjoni tal-impatt ta' kampanja se tgħidlek xi ħaġa dwar l-effettività ta' kampanja. Naturalment, jekk il-kampanja tkun parti minn sforz koordinat, se jkun iktar diffiċli li jiġi ddeterminat x'ammont ta' effett imkejjel jista' jiġi attribwit għall-kampanja nfisha. Żball komuni ħafna huwa li jsiru stqarrijiet li s-suċċess ta' kampanji huwa bbażat esklussivament fuq evalwazzjoni tal-proċess. Evalwazzjoni tal-proċess tgħidlek jekk il-kampanja ġietx varata kif maħsub. Jekk l-udjenza fil-mira "għoġbithiex" il-kampanja jew ftakritx il-messaġġ, ma jgħid xejn dwar it-tnaqqis ta' (ir-riskju tal-) kriminalità jew tal-ħsara.[11] Agħar minn hekk: stqarrijiet foloz ta' suċċess jistgħu jwasslu għal ħela ta' riżorsi fl-aħjar każ u effetti dannużi, fl-agħar każ.[12]

Is-sensibilizzazzjoni bbażata fuq tattiċi ta' tbeżżiegħ ma taħdimx

Teknika speċifika ta' sensibilizzazzjoni hija li tikkonfronta liż-żgħażagħ, b'mod dirett u/jew grafiku, rigward x'se jiġrilhom jekk jużaw id-drogi jew iwettqu reati kriminali. Tali programmi ta' sensibilizzazzjoni għall-minorenni kollha jużaw il-biża' biex jinfluwenzaw l-imġiba adoloxxenti. Il-fatt li huma pjuttost popolari huwa eżempju tad-distakk bejn l-evidenza u l-osservazzjoni minn naħa waħda, u l-prevenzjoni tal-kriminalità min-naħa l-oħra. Sa mis-snin tmenin, evalwazzjoni permezz ta' grupp ta' kontroll uriet li l-intervent ikkawża żieda fil-kriminalità![13] Minn dak iż-żmien 'lil hawn, diversi studji urew li l-intervenzjonijiet li kienu jikkonsistu fit-tbeżżiegħ tat-tfal ma jaħdmux u "probabbli" jkollhom effetti dannużi. L-awturi ta' reviżjoni sistematika jħeġġu lill-awtoritajiet li jimplimentawhom biex jadottaw "evalwazzjoni rigoruża".[14]

Allura meta *jaħdmu* il-kampanji?

Naturalment, hemm ukoll eżempji ta' kampanji effettivi—f'termini tal-impatt—fil-prevenzjoni tal-kriminalità u postijiet oħra. L-evalwazzjonijiet tal-impatt ta' kampanji tal-passat jagħtuna informazzjoni, iżda mhux neċessarjament jgħidulna *għaliex* kampanja kienet effettiva jew le. Ir-reviżjonijiet sistematiċi jgħinuna nagħrfu xejriet; spjegazzjonijiet huma offruti mix-xjenzi fuq l-aġir bħall-kummerċjalizzazzjoni soċjali, l-istudju tal-influwenzar tal-aġir tal-bniedem għall-ġid soċjali.[15]

Biex naslu għall-punt: id-disinn u l-implimentazzjoni ta' kampanja tal-prevenzjoni tal-kriminalità li hija effettiva mhuwiex alternattiva iktar faċli għall-intervenzjonijiet soċjali jew sitwazzjonali. Il-pubbliċità jew kampanji ta' sensibilizzazzjoni jeħtieġu riċerka konsiderevoli. Hemm diversi parametri li għandhom jittieħdu in kunsiderazzjoni u, finalment, evalwazzjoni tar-riżultat biss se tgħidlek jekk kinux kollha tajbin. Hawn taħt se nagħtu ftit linji gwida ġenerali.[16]

Il-messaġġ

Il-messaġġ tal-kampanja għandu jkun rilevanti, fil-punt, u ta' sinifikant immedjati. Tgħidx lin-nies dak li diġà jafu, sakemm ma tkunx kapaċi tfakkarhom dwaru eżattament fil-mument it-tajjeb. Is-sejħiet għal azzjoni immedjata għandhom iktar potenzjal milli sempliċiment "tingħata informazzjoni". Bħala tali, reklam fuq il-gazzetta li jgħid lin-nies biex ma jħallux oġġetti li jiswew il-flus f'karozza pparkjata mhux se jaħdem, iżda hemm ċans li jkollok iktar suċċess jekk dak il-messaġġ tipprovdih fil-parkeġġ. L-istess huwa veru f'messaġġi orjentati lejn it-trasgressuri: li tfakkarhom dwar il-konsegwenzi potenzjali fit-tul (eż. punizzjoni) huwa inqas effettivi milli tgħidilhom x'inhu r-riskju immedjat (eż. li jinqabdu, jiġu arrestati). F'kampanji orjentati lejn il-vittmi, kemm jista' jkun evita li twaħħal fihom.

Fi kwalunkwe każ, il-messaġġ għandu jkun fil-punt, prattiku u speċifiku. Tgħidx "Tagħtix ċans lil ħallelin", imma għid lin-nies eżatt x'jistgħu jagħmlu biex jipprevjenu serq (pereżempju, li jkollok tip partikolari ta' serratura fil-bieb).

Il-kampanji ma għandhomx biss jaqsmu l-informazzjoni u jissuġġerixxu azzjoni, iżda għandhom ukoll jitkellmu dwar l-emozzjonijiet suġġettivi. Aħna nafu li l-kampanji huma iktar effettivi meta jkunu lokalizzati, għalhekk aħjar jekk jiġi indirizzat viċinat speċifiku milli belt sħiħa meta fenomenu ta' kriminalità partikolari jkun speċifiku għal dak il-viċinat. L-elementi viżivi, ukoll, għandhom ikunu jistgħu jiġu rikonoxxuti u jkunu familjari għall-grupp fil-mira f'termini ta' lingwa, età, sess, u referenzi (sub)kulturali. Sfortunatament, dan ifisser ukoll li l-mira lejn "il-pubbliku ġenerali" hija spiss ineffettiva.

Għandha tingħata attenzjoni wkoll lil mod kif is-sors tal-kampanja (il-messaġġier) jintwera fil-messaġġ u, fil-fatt, jekk huwiex identifikat jew le. L-organizzazzjonijiet għandhom jiżguraw li jidhru bħala msieħeb affidabbli, iżda jevitaw li jidhru bħala moralizzanti jew li joħolqu biża'.

Il-mezz

Huwa ovvju iżda spiss injorat. Kampanja għandha tuża l-kanali tal-midja li jippermettulha tilħaq l-udjenza fil-mira tagħha. Id-deċiżjonijiet li jsiru f'dan ir-rigward għandhom ikunu r-riżultat ta' riċerka u deliberazzjoni. Meta tintuża l-midja fiżika (eż. powsters u fuljetti), dawn għandhom jitqassmu fil-postijiet rilevanti iżda b'mod limitat għall-fokus ġeografiku tal-kampanja.

It-twettiq ta' kampanji fuq il-midja soċjali jinvolvi ammont kbir ta' sfidi. Liema midja soċjali? Vidjow jew stampi biss? Reklami mmirati jew post pubblika? Kif għandu jiġi kkonfigurat l-immirar? Din hija xjenza fiha nfisha, u l-iktar preżunzjoni sikura li tista' ssir hija li l-ħaddiema tal-prevenzjoni tal-kriminalità mhumiex speċjalisti tal-kummerċjalizzazzjoni diġitali. Jekk tqabbad professjonista, probabbilment ikun jaqbillek finalment.

Finalment, il-kampanji għandhom ikunu ppjanati bir-reqqa f'termini ta' żmien u tul ta' ħin. L-esponiment għandu jkun biżżejjed biex jasal għand l-udjenza, iżda mhux twil wisq li jxebbagħhom- problema ta' vera! Ripetizzjoni (b'waqfiet) hi preferibbli minn kampanji li jkunu twal.

Għaliex ħadmet il-kampanja "Mur id-Dar Sigur"? Għax ma kinitx biss kampanja

L-intervent Mur Sigur id-Dar biex jimpedixxi attakki (relatati mal-alkoħol) fuq dawk li jmorru f'bars ġewwa South Belfast kiseb riżultat pożittiv: ir-rati ta' attakki u attentat ta' attakki effettivament naqsu bil-kbir. Mur id-Dar Sigur inkluda kampanja li tħeġġeġ lin-nies jixorbu bil-galbu u jmorru d-dar siguri, permezz ta' slogan ("Aħsibha darbtejn—Mur id-dar sigur"), powsters, fuljetti, tappijiet għall-urinals, u reklami fuq it-trasport pubbliku, ir-radju, it-TV u fl-istampa lokali. Ir-riċerka uriet li n-nies innutaw, ftakkru u apprezzaw il-kampanja. Iżda s-suċċess ta' Mur id-Dar Sigur ma jistax jiġi attribwit għall-kampanja biss, peress li l-kampanja kienet biss aspett żgħir wieħed ta' approċċ integrat li inkludiet ukoll rekwiżit ta' reġistrazzjoni mal-bieb, żieda fl-infurzar tal-liġijiet sekondarji, CCTV, link tar-radju, skema ta' riferiment tal-alkoħol, u kollox bl-appoġġ tan-negozji lokali.[17]

Inkorporazzjoni, strateġija u approċċ integrat

Il-kummerċjalizzaturi tal-varjant soċjali u kummerċjali jafuh dan: reklam jew kampanja ta' sensibilizzazzjoni waħedhom mhuwiex disinn tajjeb. Il-kampanja hija l-ewwel pass, biċċa waħda mit-taħbila, u għandha dejjem tkun parti minn approċċ koordinat iktar wiesa' sabiex jintlaħaq l-oġġettiv.[18] Pjuttost milli sempliċiment tirriklama prodott speċifiku, toffri skont (inċentiv finanzjarju) u tpoġġih fil-livell tal-għajnejn fil-ħanut (inċentiv sitwazzjonali msejjaħ "nudging"[19]), biex verament iġġiegħel lin-nies jagħżlu dak il-prodott u mhux alternattivi oħra. Minflok milli sempliċiment tipprintja messaġġ tas-saħħa fuq pakkett sigaretti, din il-miżura hija parti minn strateġija ta' kontroll tat-tabakk integrata, li tinkludi wkoll żidiet fil-prezzijiet (miżura fiskali) u projbizzjoni tat-tipjip f'postijiet pubbliċi (miżura leġiżlattiva).

L-istess huwa veru fil-prevenzjoni tal-kriminalità. Il-kampanji għandhom post fil-prevenzjoni tal-kriminalità, iżda għandhom jissodisfaw mill-inqas iż-żewġ kundizzjonijiet li ġejjin. L-ewwel għandhom jikkonċentraw fuq l-aspetti emottivi u affettivi tal-bidla fl-imġiba barra minn trasferiment ta' għarfien u sensibilizzazzjoni. It-tieni, għandhom jakkumpanjaw u jappoġġjaw approċċi oħra ta' prevenzjoni ta' kriminalità (ġustizzja kriminali, prevenzjoni sitwazzjonali, ta' żvilupp u tal-komunità), b'mod li jtejbu u jinforzaw lil xulxin.[20]

Il-verità wara s-sensibilizzazzjoni

Aħna nwettqu sensibilizzazzjoni mhux biss għax nemmnu fil-mekkaniżmu sottostanti - l-għarfien dwar il-kriminalità jwassal għal inqas kriminalità. Fil-fatt, hemm fatturi oħra li jimbuttaw lill-prevenzjonisti lejn kampanji ta' informazzjoni. Hawn huma ftit minnhom:

- **Ma jiswewx ħafna flus** meta mqabbla ma' tipi oħra ta' interventi ta' prevenzjoni tal-kriminalità. Il-prevenzjoni soċjali, pereżempju, teħtieġ investiment sostanzjali u fit-tul tar-riżorsi umani u finanzjarji. Kampanja tal-mezzi tal-komunikazzjoni tal-massa, għall-kuntrarju, tista' tilħaq ħafna nies għal prezz baxx per capita.
- **Hija veloċi.** Il-kampanji ta' sensibilizzazzjoni sempliċiment ma jeħtiġux wisq ħin. Il-proċess kollu—mill-idea, għad-disinn u t-tixrid tal-materjali tal-kampanja sa evalwazzjoni u rapportar tal-proċess rudimentari—ma għandhomx idumu iktar minn ftit xhur. Għal li jmiss!
- **Din tirbaħ il-logħba tan-numri.** L-interventi tal-prevenzjoni tal-kriminalità huma suġġetti għal żewġ tipi ta' evalwazzjonijiet: l-evalwazzjoni tal-proċess u l-evalwazzjoni tal-impatt. L-ebda minnhom ma hija neċessarjament faċli, iżda l-iktar faċli hija evalwazzjoni tal-proċess tal-kampanji tas-sensibilizzazzjoni. Inti pprintjajt 10,000 powster u kemm il-miljuni ta' nies għedt li laħqet il-kampanja tiegħek?
- **Dawk li jfasslu l-politika jħobbu s-sensibilizzazzjoni.** Għaqqad it-tlieta li huma, ħawwadhom u… *voilà*: il-cocktail perfett għal dawk li jfasslu l-politika. Il-kampanji ta' sensibilizzazzjoni jippermettulhom *jagħmlu xi ħaġa* dwar il-problema, qabel l-elezzjoni li jmiss u mingħajr ma jkun hemm investiment kbir wisq fihom. In-numri se jkunu tajbin ukoll![21]

Dawn huma kunsiderazzjonijiet validi, iżda ma jgħidulna xejn dwar l-effettività ta' kampanji ta' sensibilizzazzjoni tal-prevenzjoni tal-kriminalità.

Noti

1 Fix-xjenzi soċjali, dan il-mudell jissejjaħ il-mudell tad-defiċit tal-informazzjoni, li sa issa ġie skreditat b'mod wiesa'. Ara, eż., M.J. Simis, H. Madden, M.A. Cacciatore, u S.K. Yeo, The Lure of Rationality: Why Does the Deficit Model Persist in Science Communication?, *Public Understanding of Science* 25:4 (2016), 400-14, https://dx.doi.org/10.1177/0963662516629749.

2 S. van 't Hoff-de Goede, R. van der Kleij, S. van de Weijer, and R. Leukfeldt, Hoe Veilig Gedragen Wij Ons Online? Een Studie Naar De Samenhang Tussen Kennis, Gelegenheid, Motivatie En Online Gedrag Van De Nederlanders (How Safely Do We Behave Online? A Study of the Correlation between Knowledge, Opportunity, Motivation and Online Behaviour of the Dutch), Den Haag: De Haagse Hogeschool, 2019.

3 A.A. Cain, M.E. Edwards, and J.D. Still, An Exploratory Study of Cyber Hygiene Behaviors and Knowledge, *Journal of Information Security and Applications* 42:2 (2018), 36-45, https://dx.doi.org/10.1016/j.jisa.2018.08.002.

4 M. Ovelgönne, T. Dumitraş, B.A. Prakash et al., Understanding the Relationship between Human Behavior and Susceptibility to Cyber Attacks: A Data-Driven Approach, *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology* 8:4 (2017), Art. 51, https://dx.doi.org/10.1145/2890509.

5 F. Mishna, C. Cook, M. Saini et al., Interventions for Children, Youth, and Parents to Prevent and Reduce Cyber Abuse, *Campbell Systematic Reviews* 5:1 (2009), https://dx.doi.org/10.4073/csr.2009.2.

6 A. Bandura, *Social Learning Theory*, New York: General Learning Press, 1977; H.W. Perkins and A.D. Berkowitz, Perceiving the Community Norms of Alcohol Use among Students: Some Research Implications for Campus Alcohol Education Programming, *The International journal of the addictions* 21:9-10 (1986), 961-76, https://dx.doi.org/10.3109/10826088609077249; D.B. Cornish and R.V. Clarke, Crime Specialisation, Crime Displacement and Rational Choice Theory, in: H. Wegener, F. Lösel, and J. Haisch (Eds.), *Criminal Behavior and the Justice System: Psychological Perspectives*, Berlin: Springer, 1989, 103-17; I. Ajzen, The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50:2 (1991), 179-211, https://dx.doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T.
Ara EMCDDA, Mass Media Campaigns for the Prevention of Drug Use in Young People, Lisbon, 2013, http://www.emcdda.europa.eu/publications/pods/mass-media-campaigns_en.

7 Ara d-definizzjoni tal-prevenzjoni tal-kriminalità tal-EUCPN, adottata mill-Bord tiegħu ġewwa Helsinki, 11 ta' Diċembru 2019: "Il-prevenzjoni tal-kriminalità hija attivtajiet aċċettabbli b'mod etiku u bbażati fuq l-evidenza mmirati sabiex inaqqsu r-riskju li sseħħ il-kriminalità u l-konsengwenzi dannużi tagħha bil-għan finali li ssir ħidma lejn it-titjib tal-kwalità tal-ħajja u s-sigurtà tal-individwi, il-gruppi u l-komunitajiet".

8 Għal serje ta' eżempji, ara E. Barthe, Crime Prevention Publicity Campaigns, Washington D.C.: Community Oriented Policing Services, 2006, 7; A. Christiano and A. Neimand, Stop Raising Awareness Already, *Stanford social innovation review* (2017), 34-41.

9 EMCDDA, Kampanji ta' Mezzi ta' Komunikazzjoni tal-Massa.

10 M. Ferri, E. Allara, A. Bo et al., Media Campaigns for the Prevention of Illicit Drug Use in Young People, *Cochrane Database of Systematic Reviews* 6 (2013), https://dx.doi.org/10.1002/14651858.CD009287.pub2.

11 S. Lab, *Crime Prevention: Approaches, Practices, and Evaluations*, 7th edition, London: Routledge, 2016, 34-7; T. Silva and M. Lind, Experiences of the Member States Performing Evaluations in Projects and Activities Aimed at Crime Prevention, Research report, Östersund: Mid Sweden University, 2020, 25.

12 N. Tilley, *Crime Prevention*, Cullompton, Devon: Willan Publishing, 2009, 181.

13 J.O. Finckenauer, "Scared Straight" and the Panacea Phenomenon: Discussion, *Annals of the New York Academy of Sciences* 347:1 (1980), 213-7, https://dx.doi.org/10.1111/j.1749-6632.1980.tb21271.x; J. Beck, 100 Years of "Just Say No" Versus "Just Say Know": Reevaluating Drug Education Goals for the Coming Century, *Evaluation Review* 22:1 (1998), 15-45.

14 A. Petrosino, C. Turpin-Petrosino, M.E. Hollis-Peel, and J.G. Lavenberg, Scared Straight and Other Juvenile Awareness Programs for Preventing Juvenile Delinquency: A Systematic Review, *Campbell Systematic Reviews* 9:1 (2013), https://dx.doi.org/10.4073/csr.2013.5; J. Esrick, R.G. Kagan, J.T. Carnevale et al., Can Scare Tactics and Fear-Based Messages Help Deter Substance Misuse: A Systematic Review of Recent (2005–2017) Research, *Drugs: Education, Prevention and Policy* 26:3 (2019), 209-18, https://dx.doi.org/10.1080/09687637.2018.1424115.

15 Il-kummerċjalizzazzjoni soċjali ġie pprattikat b'mod wiesa' fil-promozzjoni tas-saħħa u l-prevenzjoni tal-mard, fejn il-benefiċċji ta' tali approċċ huma stabbiliti sew. Fil-prevenzjoni tal-kriminalità, dan huwa ħafna inqas il-każ; ara P. Homel and T. Carroll, Moving Knowledge into Action: Applying Social Marketing Principles to Crime Prevention, *Trends & Issues in Crime and Criminal Justice* 381 (2009).
For an introduction to social marketing, see S. Michie, L. Atkins, and R. West, *The Behaviour Change Wheel: A Guide to Designing Interventions*, London: Silverback, 2014; J. French and R. Gordon, *Strategic Social Marketing*, London: SAGE, 2019.

16 B'mod sorprendenti, m'hemmx wisq litteratura dwar l-iżvilupp ta' kampanji ta' sensibilizzazzjoni tajbin fil-prevenzjoni tal-kriminalità b'mod speċifiku. Il-manwal (Amerikan) li ġej huwa punt tat-tluq tajjeb: Barthe, Crime Prevention Publicity Campaigns. Għal informazzjoni fil-qosor iżda interessanti, ara wkoll Christiano and Neimand, Stop Raising Awareness Already.

17 K. Bowers and S. Johnson, Using Publicity for Preventive Purposes, in: N. Tilley (Ed.), *Handbook of Crime Prevention and Community Safety*, Cullompton, Devon: Willan, 2005, 338-40.

18 Christiano and Neimand, Stop Raising Awareness Already.

19 Għall-iktar diskussjoni komprensiva dwar in-"nudging", ara R.H. Thaler and C.R. Sunstein, *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*, New Haven, CT: Yale University Press, 2008. Applications in crime prevention can be found here: D. Sharma and M. Kilgallon Scott, Nudge; Don't Judge: Using Nudge Theory to Deter Shoplifters, Paper presented at the 11th European Academy of Design Conference, Paris: Descartes University, 2015; J. Roach, K. Weir, P. Phillips et al., Nudging Down Theft from Insecure Vehicles. A Pilot Study, *International Journal of Police Science & Management* 19:1 (2017), 31-8, https://dx.doi.org/10.1177/1461355716677876.

20 M. Tonry and D.P. Farrington, Strategic Approaches to Crime Prevention, *Crime and Justice* 19 (1995), 1-20.

21 Ara l-iktar żbalji ("dnubiet mejta") komuni fil-prevenzjoni tal-kriminalità kif deskritti f'P.-O. Wikström, Doing without Knowing: Common Pitfalls in Crime Prevention, *Crime Prevention Studies* 21 (2007), 59-80.

Ċitazzjoni

EUCPN (2020). Sfaxxatur tal-Miti: Is-sensibilizzazzjoni qatt ma tweġġa', hux veru? Brussell: EUCPN.

Avviż legali

Il-kontenut ta' din il-pubblikazzjoni mhux bilfors jirrifletti l-opinjoni uffiċjali ta' xi Stat membru jew ta' xi aġenzija jew istituzzjoni tal-Unjoni Ewropea jew tal-Komunitajiet Ewropej.

Awturi/edituri

Stijn Aerts, Uffiċjal tar-riċerka, Segretarjat tal-EUCPN.

Parti mill-proġett "Segretarjat EUCPN", Novembru 2020, Brussell

Bl-appoġġ finanzjarju tal-Programm dwar il-Prevenzjoni ta' u l-Ġlieda kontra l-Kriminalità tal-Unjoni Ewropea.

Kummissjoni Ewropea - Direttorat Ġenerali għall-Affarijiet Interni

Għal iktar informazzjoni, iċċekkja t-Toolboxes tal-EUCPN li ġejjin:

Netwerk Ewropew għall-Prevenzjoni tal-Kriminalità.
Il-Prevenzjoni ta' Reati Kriminali Relatati mad-Drogi: il-Kisba ta' Bidla fl-Imġiba Effettiva.
Toolbox Serje Nru 16. Brussels: EUCPN, 2020. https://eucpn.org/toolbox16-drugrelatedcrimes.

Netwerk Ewropew għall-Prevenzjoni tal-Kriminalità.
Il-Prevenzjoni tal-Vittimizzazzjoni tal-Minuri fl-Età Diġitali: Sensibilizzazzjoni u Tibdil fl-Imġiba.
Toolbox Serje Nru 15. Brussels: EUCPN, 2019. https://eucpn.org/toolbox15-victimisation.