



Поредица от инструменти на ЕМПП  
брой 15

# Предотвратяване на виктимизацията на непълнолетните в цифровата епоха

## Повишаване на осведомеността и промени в поведението

Част от проекта „По-нататъшно прилагане на многогодишната стратегия за ЕМПП и неформалната мрежа за административен подход“ – Секретариат на ЕМПП, ноември 2019 г., Брюксел



С финансовата подкрепа на Фонд „Вътрешна сигурност – полиция“ на Европейския съюз

## Правна информация

Съдържанието на настоящата публикация не отразява непременно официалното становище на която и да е държава членка на ЕС или на която и да е агенция или институция на Европейския съюз или на Европейските общности.

## Автори/редактори

Stijn Aerts, длъжностно лице по въпросите на изследванията, секретариат на ЕМПП.

## Резюме

Настоящата поредица от инструменти се занимава с онлайн предотвратяване на виктимизацията на непълнолетните. Това не трябва да се обърква с предотвратяването на онлайн престъпления срещу деца. То разглежда Интернет като пространство за предотвратяване на престъпността, а не като пространство за извършване на престъпления.

След възхода на Интернет, използването на медии и ИКТ от непълнолетните, както и инфраструктурата на Интернет, се промениха драстично. Появата на Web 2.0 около 2005 г. беляза промяна към ориентирани към потребителите онлайн преживявания, създадено от потребители съдържание и споделяне. Всичко това достигна най-високата си точка в социалните медии и сайтовете на социалните мрежи. На всичкото отгоре, появата на достъпни преносими устройства и мобилни връзки предизвика мобилна революция.

Огромен брой от днешните деца и юноши прекарват онлайн много време. По-голямата част от европейските юноши имат достъп ежедневно, а повечето разполагат с мобилни връзки. Най-популярните онлайн дейности на непълнолетните са социалните мрежи, слушането на музика, гледането на видеоклипове и чатовете. Последните проучвания разкриват, че децата влизат онлайн във все по-ниска възраст, дори и на три години. Ерата на социалните медии не предотврати широкото разпространение на използването на социалните медии от непълнолетни, което не спира да нараства.

Виктимизацията е процесът на превръщането в жертва, разбиран тук като понасяне на физическа, психическа или емоционална вреда или икономическа загуба от даден човек вследствие на действията на други. Тези действия могат да бъдат криминални престъпления или некриминализирани вредни постъпки.

Терминът непълнолетни се отнася за всички лица до 18 години, възрастта на навършване на пълнолетие. Допълнително може да се направи разграничаване между деца (на възраст 0 – 10 години) и юноши (11 – 17 г.). Децата, които нямат необходимите двигателни умения или основна грамотност, за да присъстват онлайн, не се разглеждат тук.

Престъпленията срещу непълнолетните включват трафик на хора (ТХ), сексуална експлоатация на деца (СЕД) и киберпрестъпност. Момичетата съставляват над половината от непълнолетните жертви на ТХ, а тези на възраст 16-17 години формират най-голямата група, докато уязвимостта при по-младите възрастови групи постепенно намалява. СЕД се отнася както за сексуалното насилие над непълнолетни, така и за производството и разпространението на изображения на такова насилие. Последното се случва все по-често чрез Интернет, което породило явления като онлайн сексуална принуда и изнудване на непълнолетни.

Непълнолетните могат също да станат жертва на непрестъпно вредно поведение. По-специално в Интернет съществуват редица рискове за контакт и съдържание за деца, които могат да бъдат вредни. Кибертормозът е най-широко разпространен, но списъкът включва също злоупотреба с лични данни, получаване на нежелано съдържание (за възрастни) и т.н. В същото време Интернет предоставя много възможности на непълнолетните и излагането на някои рискове е полезно за устойчивостта. Ето защо предотвратяването на вредите трябва да има предимство пред избягването на рисковете.

Настоящата поредица от инструменти предоставя серия добри практики, свързани с предотвратяване на виктимизацията на непълнолетните в цифровия свят. Тя взема от областта на социалния маркетинг – област с впечатляващи постижения, особено в предотвратяването на заболявания. Освен това тя обхваща най-добрите практики от кампаниите в социалните медии, включително кампании от страна на влиятелни лица, както и сериозни игри. И накрая, тя разглежда как ИКТ могат да подобрят работата на линиите за помощ на деца или достъпа на деца до полицейските служби.

Социалният маркетинг е прилагане на маркетингови концепции и техники за благо на обществото. Основната му цел е промяна на поведението, т.е. измеримо въздействие. Освен това той е силно вкоренен в теорията и доказателствата за човешкото поведение и промяната в поведението. Тези два аспекта също са особено важни за предотвратяването на престъпления. Други особено важни аспекти на социалния маркетинг включват сегментирането на целевата група, приспособяването на действията към различни сегменти и концептуализацията на промяната в поведението като обмен: идеята, че нещо трябва да се предложи в замяна.

Кампаниите в социалните медии съвсем не са новост. Ако някой иска да стигне до непълнолетните, трябва да отиде там, където са те - онлайн. Въпросът е как това да бъде направено ефективно. Може да е необходима професионална помощ, но преди всичко е нужна много подготовка. Коя платформа за социални медии да се избере, начинът, по който изглеждат или се усещат изображения или видео материали, използваният език, културните препратки, използването (или липсата) на насочени рекламни опции, както и съдържанието на посланието, определят дали кампанията в социалните медии ще даде очакваните резултати. Освен веднъж, оценяването е важно, защото дава възможност за приспособяване на кампаниите в движение.

Маркетингът чрез влиятелни личности мобилизира влиятелните хора, а не целевия пазар като цяло. Основната идея е, че повечето хора са повлияни от много по-малък брой лица, от които черпят напътствия или вдъхновение. Това може да бъде пренесено в кампаниите за предотвратяване на престъпността: да се накара лидер на мнение да разпространи посланието до целевата група чрез своите канали. Ако се направи както трябва, това спестява разходи, а влиятелната личност прави посланието по-завладяващо. Важно е обаче да се изберат подходящите влиятелни личности, да бъдете чувствителни към тенденциите в популярната култура, да имате предвид местните влиятелни личности (а не известните хора) и да включите лични истории.

Сериозните игри са игри, предназначени за основната „сериозна“ цел да излъчват образователно, информативно или убеждаващо послание или физическо или умствено обучение. Те не трябва да се бъркат с игровизацията, което е прилагане на игрови елементи в неигрови ситуации. Изследването на обучението, основано на игрите, показва, че сериозните игри са ефективни, особено сред деца и юноши, ако отговаря на определени критерии. Дизайнът и разказът на играта трябва да бъдат точни и съизмерими с целите на обучението; учебното съдържание трябва да бъде интегрирано в играта; а игрите трябва да бъдат част от по-мощни действия, например чрез използване в училищна среда и като основа за групови дискусии.

И накрая, новите ИКТ могат да се използват не само за достигане до деца и юноши, но и за предоставяне на възможности за достъп до информация и получаване на помощ. Телефонните линии за помощ вече се допълват от приложения, чат, онлайн ресурси и присъствие в социалните медии. Най-добре е обаче различните платформи да бъдат свързани органично, за да сте сигурни, че се допълват, поддържат качеството на обслужване и са съсредоточени върху положителното съдържание, а не върху предупрежденията. Успехът на онлайн присъствието на служителите на реда зависи от доверието в полицията. Освен това онлайн служителите трябва да са наясно с двойната си роля на полицейски служители и онлайн довереници, особено когато се занимават с непълнолетни лица.

Една критична забележка е, че има ограничения за онлайн и дигиталното предотвратяване на виктимизацията на непълнолетните. Въпреки ефективността на новите ИКТ при достигането до деца и юноши, може да има ситуации, при които към непълнолетните е най-добре да се подходи по друг начин. Такъв е случаят например с деца, които са твърде малки, за да бъдат онлайн или твърде малки, за да разбират сложни послания. Освен това училищната система си остава явен и ефективен начин за достигане до непълнолетните.

