



Série souborů nástrojů EUCPN

č. 15

# Předcházení viktimizaci nezletilých v digitálním věku

## Zvyšování povědomí a změna chování

Součástí projektu „Další provádění MAS EUCPN a neformální sítě pro administrativní přístup“ – sekretariát EUCPN, září 2019,  
Brusel



S finanční podporou Fondu pro vnitřní bezpečnost Evropské unie – Policie

## Právní upozornění

Obsah této publikace nemusí nutně odrážet oficiální stanovisko kteréhokoli členského státu EU nebo jakéhokoli orgánu nebo instituce Evropské unie nebo Evropských společenství.

## Autor a redakce

Stijn Aerts, výzkumný referent, sekretariát EUCPN

## Shrnutí

Tento soubor nástrojů se zabývá internetovou prevencí viktimizace nezletilých osob. Toto nelze zaměňovat s předcházením trestným činům páchaných na dětech na internetu. V tomto případě je internet pokládán spíše za prostor pro předcházení trestné činnosti než prostor k jejímu páchání.

Od vzestupu internetu se dramaticky změnilo používání médií a informačních a komunikačních technologií nezletilými osobami, stejně jako infrastruktura internetu. Nástup platformy zvané Web 2.0 kolem roku 2005 znamenal posun směrem k internetovým zážitkům zaměřeným na uživatele, uživateli vytvářenému obsahu a sdílení. To vše vyvrcholilo sociálními médii a sociálními sítěmi. Navíc příchod cenově dostupných přenosných zařízení a mobilních připojení způsobil mobilní revoluci.

Dnešní děti a dospívající jsou on-line a ve velkém počtu, a tráví zde také hodně času. Většina evropských dospívajících má k internetu každodenní přístup a většina z nich má mobilní připojení. Nejpopulárnějšími internetovými aktivitami nezletilých jsou sociální sítě, poslech hudby, sledování videí a využívání tzv. instant messengerů. Nedávné studie ukazují, že děti přicházející na internet jsou stále mladší, a to i ve věku tří let. Podmínky minimálního věku pro používání sociálních médií nezabránilo tomu, že jejich využívání osobami mladšími je rozšířené a stále roste.

Viktimizace je proces, kdy se nějaká osoba stává obětí; ta je zde chápána jako osoba, která utrpí fyzickou, duševní nebo emocionální újmu nebo hospodářskou škodu v důsledku jednání jiného. Těmito činy mohou být trestné činy nebo škodlivé chování, které nemá charakter trestného činu.

Pojem „nezletilý“ se vztahuje na všechny osoby mladší 18 let, což je věk dospělosti. Dále zde lze rozlišovat kategorii dětí (ve věku 0–10 let) a dospívajících (11–17 let). Děti, kterým pro pobyt na internetu chybí nezbytné motorické dovednosti nebo základní gramotnost se zde neposuzují.

Mezi trestné činy páchané na nezletilých patří obchodování s lidmi (OL), pohlavní zneužívání dětí (PZN) a kyberkriminalita. Více než polovinu nezletilých obětí OL tvoří dívky a největší věkovou skupinou je věková kategorie 16–17 let, přičemž platí, že čím nižší věk, tím menší ohroženost. PZN se týká jak pohlavního zneužívání nezletilých, tak vytváření a šíření obrázků tohoto zneužívání. K těmto jevům dochází prostřednictvím internetu stále častěji, což vede k jevům, jako je sexuální nátlak a vydírání nezletilých přes internet.

Nezletilí se také mohou stát oběťmi chování škodlivého – jiného než zločinného. Zejména internet představuje řadu rizik z pohledu styku s dětmi a obsahu, která mohou být škodlivá. Rozšířená je kyberšikana, na seznam však patří i zneužívání osobních údajů, získávání nežádoucího (dospělého) obsahu atd. Internet nezletilým současně nabízí mnoho příležitostí a určité vystavení rizikům je pro jejich odolnost prospěšné. Před vyhýbáním se riziku by proto měla mít přednost prevence škod.

Tento soubor nástrojů nabízí řadu osvědčených postupů týkajících se prevence viktimizace nezletilých osob v digitálním světě. Čerpá z oblasti sociálního marketingu, což je oblast s působivým úspěchem, a to zejména v oblasti prevence onemocnění. Rovněž se v něm uplatňují osvědčené postupy z kampaní v sociálních médiích, včetně kampaní influencerů a tzv. seriózních her. A konečně se zabývá i tím, jak mohou informační a komunikační technologie zlepšit výkonnost služeb na pomoc dětem nebo dostupnost policejních služeb pro děti.

Sociální marketing je aplikace marketingových konceptů a technik pro sociální blaho. Jeho hlavním cílem je změna chování, tj. měřitelný dopad. Kromě toho je silně zakořeněn v teorii a důkazech o lidském chování a změně chování. Oba tyto aspekty jsou rovněž obzvláště důležité pro předcházení trestné činnosti. Mezi další klíčové aspekty sociálního marketingu patří segmentace cílové skupiny, přizpůsobení akcí jednotlivým segmentům a konceptualizace změny chování jako výměny: tedy to, že zde platí zásada „něco za něco“.

Kampaně v sociálních médiích není nic nového. Pokud chceme oslovit nezletilé, je potřeba jít tam, kde se nacházejí: na internet. Otázkou je, jak toho dosáhnout účinným způsobem. K tomu může být nutná odborná pomoc, co je ale nejdůležitější, vyžaduje to hodně příprav. Mezi faktory určující, zda kampaň v sociálních médiích přinese očekávané výsledky, patří výběr platformy sociálních médií,

vzhled obrázků nebo video materiálů a dojem z nich, použitý jazyk, srovnání z kultury, použití (nebo nedostatek) cílené reklamy a také skladba sdělení. A opět je důležité hodnocení, protože umožňuje průběžné přizpůsobování kampaně.

Marketing s využitím influencerů mobilizuje vlivné lidi, nikoli cílový trh jako celek. Základní myšlenkou je, že většinu jednotlivců ovlivňuje mnohem menší podskupina jednotlivců, od nichž se inspirují nebo jimiž se nechají vést. Toto lze přenést do oblasti kampaní na prevenci zločinu: necháme šíření sdělení cílové skupině na influencerovi prostřednictvím jeho kanálů. Pokud se to udělá správně, šetří se tím náklady a díky influencerovi je sdělení přesvědčivější. Je však důležité vybrat správné influencerky, vnímat trendy v populární kultuře, brát v úvahu místní influencerky (na rozdíl od celebrit) a zahrnout osobní příběhy.

Seriózními hrami jsou hry určené pro primární, „seriózní“ účel vyslání vzdělávacího, informativního nebo přesvědčujícího sdělení nebo tělesného či psychického výcviku. Nelze je zaměňovat s gamifikací, což je použití herních prvků v neherních prostředích. Výzkum výuky na základě her ukázal, že seriózní hry jsou účinné, zejména u dětí a dospívajících, pokud splňují celou řadu kritérií. Řešení hry a herní příběh by měly být přesné a úměrné cílům učení; vzdělávací obsah by měl být začleněn do hry a hry by měly být součástí rozsáhlejších intervencí, například využitím ve školním kontextu a jako základ pro skupinové diskuze.

Lze konečně využít i nové informační a komunikační technologie, a to nejen k oslovení dětí a dospívajících, ale také k tomu, aby jim poskytly možnosti přístupu k informacím a získání pomoci. Telefonní linky pomoci nyní doplnily aplikace, chaty, internetové zdroje informací a přítomnost sociálních médií. Je však nejlepší organicky propojit různé platformy dohromady a zajistit tak, aby se vzájemně doplňovaly, udržet kvalitu služeb a zaměřit se spíše na pozitivní obsah než na varování. Úspěch přítomnosti kriminalistů na internetu závisí na důvěře v policii. Pracovníci internetových služeb by si dále měli být vědomi své dvojí úlohy policistů a internetových důvěrníků, a to zejména při jednání s nezletilými.

Jednou kritickou poznámkou je, že internetová a digitální prevence viktimizace nezletilých má svá omezení. Navzdory efektivnosti nových informačních a komunikačních technologií při oslovování dětí a dospívajících mohou nastat situace, kdy se k nezletilým nejlépe přistupuje jinými prostředky. To je například případ dětí, které jsou příliš malé nato, aby mohly být na internetu nebo příliš malé na to, aby pochopily složitá sdělení. Kromě toho zůstává zřejmým a účinným způsobem přístupu k nezletilým školní systém.

