



Σειρά θεματολογίας EUCPN

Αρ. 15

Πρόληψη της θυματοποίησης ανηλίκων στην ψηφιακή εποχή

Ευαισθητοποίηση και αλλαγή συμπεριφοράς

Μέρος του πρότζεκτ 'Η περαιτέρω εφαρμογή των MAS του EUCPN και του πληροφοριακού δικτύου στη διοικητική προσέγγιση' -
Γραμματεία EUCPN, Σεπτέμβριος 2019, Βρυξέλλες



Με την οικονομική υποστήριξη του Ταμείου Εσωτερικής Ασφάλειας της Ευρωπαϊκής Ένωσης - Αστυνομική διεύθυνση

Νομική σημείωση

Το περιεχόμενο αυτής της δημοσίευσης δεν αντανakλά απαραίτητα την επίσημη γνώμη οποιουδήποτε μέλους της ΕΕ, ή οποιασδήποτε αντιπροσωπείας, ή θεσμού της ΕΕ, ή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων.

Συγγραφείς

Stijn Aerts, υπεύθυνος έρευνας, γραμματεία EUCPN.

Συνοπτική παρουσίαση

Η παρούσα θεματολογία σχετίζεται με την online πρόληψη θυματοποίησης των ανηλίκων. Δε θα πρέπει να συγχέεται με την πρόληψη online εγκλημάτων απέναντι σε παιδιά. Διαμορφώνει το internet ως χώρο πρόληψης εγκλήματος περισσότερο παρά χώρο εγκλήματος.

Από την άνοδο του internet, η χρήση των μέσων εκ μέρους των παιδιών και των ΤΠΕ άλλαξε δραματικά, όπως και η υποδομή του internet. Η άφιξη του Web 2.0 γύρω στο 2005 κινήθηκε με προσανατολισμό στους χρήστες, τις online εμπειρίες τους, τα περιεχόμενα που δημιουργήθηκαν από τους χρήστες και το διαμοιρασμό. Όλα αυτά κορυφώθηκαν στα κοινωνικά μέσα και στις κοινωνικές σελίδες δικτύωσης. Στην κορυφή όλων αυτών, η άφιξη προσιτών φορητών συσκευών και κινητών συνδέσεων προκάλεσε κινητή επανάσταση.

Τα παιδιά και οι έφηβοι του σήμερα περνούν μαζικά και μεγάλο μέρος του χρόνου τους online. Η πλειονότητα των Ευρωπαίων έφηβων έχουν καθημερινή πρόσβαση και οι περισσότεροι διασκεδάζουν με τις κινητές συνδέσεις. Οι πιο δημοφιλείς online δραστηριότητες των παιδιών είναι η κοινωνική δικτύωση, η ακρόαση μουσικής και η παρακολούθηση βίντεο και η διαρκής αποστολή μηνυμάτων. Πρόσφατες μελέτες αποκαλύπτουν ότι τα παιδιά είναι online ακόμα και σε μικρότερες ηλικίες, ακόμα και στα τρία τους χρόνια. Οι απαιτήσεις της εποχής των κοινωνικών μέσων δεν έχουν εμποδίσει το γεγονός, ότι η χρήση των κοινωνικών μέσων των μικρότερων ηλικιών είναι διαδεδομένη και αναπτύσσεται ακόμα.

Η θυματοποίηση είναι η διαδικασία το να γίνεσαι θύμα, η οποία εδώ γίνεται αντιληπτή ως φυσική, πνευματική, ή συναισθηματική ζημιά, ή οικονομική απώλεια στην οποία υπόκειται κάποιος, λόγω των ενεργειών κάποιου άλλου. Αυτές οι ενέργειες μπορούν να είναι είτε αξιόποινες πράξεις, ή βλαπτικές συμπεριφορές χωρίς να βρίσκονται στο επίπεδο του εγκλήματος.

Ο όρος παιδιά αναφέρεται σε όλα τα πρόσωπα κάτω των 18, που θεωρείται ως ηλικία της ενηλικίωσης. Περαιτέρω διαφοροποίηση μπορεί να συμβεί μεταξύ των παιδιών (ηλικίας 0-10) και των εφήβων (11-17). Παιδιά τα οποία δεν έχουν τις απαραίτητες κινητικές δεξιότητες, ή βασική γνώση ότι είναι online δεν αναφέρονται εδώ.

Τα εγκλήματα κατά παιδιών περιλαμβάνουν ανθρώπινο δουλεμπόριο (THB), σεξουαλική εκμετάλλευση παιδιών (CSE) και κυβερνοεγκλήματα. Τα κορίτσια καλύπτουν άνω του μισού των παιδιών -θυμάτων THB ηλικιών από 16-17 αποτελούν τη μεγαλύτερη ομάδα, με τις νεώτερες ηλικίες να καθίστανται σταδιακά λιγότερο ευάλωτες. Το CSE αναφέρεται και στη σεξουαλική κακομεταχείριση των παιδιών και την παραγωγή και εξάπλωση εικόνων αυτής της κακομεταχείρισης. Το τελευταίο συμβαίνει ολοένα και περισσότερο μέσω internet, το οποίο έχει αυξήσει φαινόμενα όπως την online σεξουαλική καταπίεση και εκβιασμό των παιδιών.

Τα παιδιά μπορούν επίσης να πέσουν θύματα σε μη εγκληματικές, επιβλαβείς συμπεριφορές. Ειδικότερα, το internet παρουσιάζει μια σειρά κινδύνων περιεχομένου και επαφών για παιδιά, οι οποίοι ενδέχεται να είναι αυξημένοι. Ο εκφοβισμός στον κυβερνοχώρο είναι διαδεδομένος, αλλά η λίστα παρουσιάζει επίσης και κατάχρηση προσωπικών δεδομένων, λήψη ανεπιθύμητου περιεχομένου (για ενηλίκους) κλπ. Την ίδια στιγμή, το internet παρουσιάζει πολλές ευκαιρίες για παιδιά, όπου πολλές φορές η έκθεση σε κινδύνους είναι ευεργετική γιατί αυξάνει την αποτρεπτική δύναμη. Για το λόγο αυτό η πρόληψη των βλαβών πρέπει να έχει προτεραιότητα για την αποφυγή των κινδύνων.

Αυτή η θεματολογία προσφέρει μια σειρά καλών πρακτικών αναφορικά με την πρόληψη της θυματοποίησης των παιδιών στον ψηφιακό κόσμο. Μπαίνει στο πεδίο του κοινωνικού marketing, ενός πεδίου με εντυπωσιακό ρεκόρ επιτυχίας, ειδικά στην πρόληψη ασθενειών. Περιλαμβάνει επίσης τις καλύτερες πρακτικές στις εκστρατείες των κοινωνικών μέσων, συμπ/νων των εκστρατειών από άτομα επιρροής και σοβαρά παιχνίδια. Τέλος συζητάει πώς το ICTs μπορεί να αυξήσει τις επιδόσεις των τηλεφωνικών γραμμών βοήθειας για παιδιά ή την προσβασιμότητα αστυνομικών υπηρεσιών για παιδιά.

Το κοινωνικό marketing είναι η εφαρμογή των εμπορικών στρατηγικών και τεχνικών για κοινωνικά αγαθά. Το κύριο αντικείμενό του είναι η αλλαγή συμπεριφοράς, πχ του μετρήσιμου αντίκτυπου. Πέραν

αυτού είναι βαθιά ριζωμένο στη θεωρία και στα στοιχεία για την ανθρώπινη συμπεριφορά και την αλλαγή συμπεριφοράς. Και οι δύο αυτές παράμετροι είναι επίσης ιδιαίτερα σημαντικές για την πρόληψη του εγκλήματος. Άλλες βασικές πτυχές του κοινωνικού marketing περιλαμβάνουν τη διάσπαση της ομάδας στόχου, την προσαρμογή των δράσεων σε διαφορετικά τμήματα και τη διατύπωση της αλλαγής συμπεριφοράς ως ανταλλαγής: την ιδέα, ότι κάτι θα μπορούσε να προσφερθεί ως αντάλλαγμα.

Εκστρατείες κοινωνικών μέσων είναι όλες αλλά καινούργιες. Αν κανείς θελήσει να αποκτήσει πρόσβαση σε παιδιά, θα πρέπει να πάει εκεί που βρίσκονται: online. Το ερώτημα είναι πώς θα γίνει κάτι τέτοιο κατά τρόπο αποτελεσματικό. Αυτό ενδέχεται να απαιτήσει επαγγελματική υποστήριξη, αλλά το πιο σημαντικό είναι ότι χρειάζεται πολύ προετοιμασία. Όποια πλατφόρμα κοινωνικών μέσων κι αν χρησιμοποιηθεί, η εικόνα και η αίσθηση των εικόνων, ή των βίντεο, η γλώσσα που χρησιμοποιείται, οι πολιτιστικές αναφορές, η χρήση (ή η απουσία) στόχευσης διαφημιστικών επιλογών και η σύνθεση του μηνύματος καθορίζουν εάν μια εκστρατεία κοινωνικών μέσων αποδίδει τα αναμενόμενα αποτελέσματα. Για μια φορά ακόμα η αξιολόγηση είναι σημαντική, καθώς επιτρέπει τη ρύθμιση των εκστρατειών στην πορεία.

Το marketing των ατόμων επιρροής κινητοποιεί τους σημαντικούς ανθρώπους μάλλον παρά την αγορά -στόχο ως σύνολο. Η θεμελιώδης ιδέα είναι ότι οι περισσότεροι επηρεάζονται από πολύ μικρότερο υποσύνολο προσώπων από το οποίο καθοδηγούνται, ή εμπνέονται. Αυτό μπορεί να μεταφερθεί σε εκστρατείες πρόληψης του εγκλήματος: αφήστε ένα άτομο επιρροής να διαδώσει το μήνυμα στην ομάδα στόχο μέσω των καναλιών του/της. Αν γίνει σωστά, εξοικονομεί έξοδα και το άτομο επιρροής καθιστά το μήνυμα πιο επιτακτικό. Αν γίνει σωστά, εξοικονομεί έξοδα και το άτομο επιρροής καθιστά το μήνυμα πιο επιτακτικό. Ωστόσο είναι επιτακτικό να επιλεχθούν τα κατάλληλα άτομα, να είναι ευαίσθητα σε τάσεις στο λαϊκό πολιτισμό, να παρατηρούν τοπικά άτομα επιρροής (αντί για δύο διάσημους), και περιέχει προσωπικές ιστορίες.

Τα σοβαρά παιχνίδια είναι παιχνίδια σχεδιασμένα για τον πρωταρχικό, "σοβαρό" σκοπό της μετάδοσης εκπαιδευτικού, ενημερωτικού, ή πειστικού μηνύματος, ή φυσικής, ή πνευματικής εκγύμνασης. Δεν πρέπει να συγχέεται με την παιχνιδοποίηση, που είναι η εφαρμογή των στοιχείων του παιχνιδιού σε ρυθμίσεις εκτός παιχνιδιού. Η έρευνα εκμάθησης με βάση το παιχνίδι έχει δείξει ότι τα σοβαρά παιχνίδια είναι αποτελεσματικά, ειδικά μεταξύ παιδιών και εφήβων, εφόσον ανταποκρίνονται στα αντίστοιχα κριτήρια. Ο σχεδιασμός και η αφήγηση του παιχνιδιού θα πρέπει να είναι κομμένη και ραμμένη στα αντικείμενα της εκμάθησης. Το περιεχόμενο της εκμάθησης θα πρέπει να ενσωματώνεται στο παιχνίδι. Και τα παιχνίδια θα πρέπει να είναι μέρος μεγαλύτερων παρεμβάσεων, πχ με τη χρήση στο σχολικό πλαίσιο και ως βάση για ομαδικές συζητήσεις.

Τέλος, το νέο ICTs μπορεί να χρησιμοποιηθεί όχι μόνο για να φτάσει σε παιδιά και εφήβους, αλλά και για να τους δώσει επιλογές πρόσβασης στις πληροφορίες και λήψης βοήθειας. Οι γραμμές τηλεφωνικής βοήθειας είναι πλέον εφοδιασμένες με πηγές apps, chat, online και παρουσία κοινωνικών μέσων. Το καλύτερο είναι ωστόσο η οργανική σύνδεση διαφορετικών πλατφορμών μαζί, ώστε να διασφαλίζεται ότι είναι συμπληρωματικές, η ποιότητα του service παραμένει και γίνεται εστίαση περισσότερο στο θετικό περιεχόμενο παρά στις προειδοποιήσεις. Η επιτυχία της online παρουσίας των αξιωματικών επιβολής του νόμου εξαρτάται από την εμπιστοσύνη στην αστυνομία. Οι Online αξιωματικοί θα πρέπει στη συνέχεια να έχουν συνείδηση του διπλού τους ρόλου ως αστυνομικοί και ως online σύμβουλοι, ειδικά όταν πρόκειται για παιδιά.

Μια κρίσιμη σημείωση είναι ότι υπάρχουν όρια στην online και ψηφιακή πρόληψη της θυματοποίησης των παιδιών. Παρά την αποτελεσματικότητα του νέου ICTs στην πρόσβαση παιδιών και εφήβων, μπορούν να υπάρξουν περιπτώσεις όπου τα παιδιά προσεγγίζονται καλύτερα με άλλους τρόπους. Αυτό, πχ στην περίπτωση που τα παιδιά που είναι πολύ μικρά για να είναι online, ή πολύ νεαρά για να αντιληφθούν σύνθετα μηνύματα. Επίσης, το σχολικό σύστημα παραμένει ένας φανερός και αποτελεσματικός τρόπος προσέγγισης παιδιών.

