



Eurooppalaisen rikksentorjuntaverkoston (EUCPN)
välineistö

No. 15

Alaikäisten uhriutumisen estäminen digitaaliaikakaudella

Tietoisuuden lisääminen ja käyttäytymisen muutos

Osa projektia The further implementation of the MAS of the EUCPN and the Informal Network on the Administrative Approach -
EUCPN:n sihteeristö, syyskuu 2019, Bryssel



Euroopan unionin sisäisen turvallisuuden rahaston tuella - poliisi

Oikeudellinen huomautus

Tämän julkaisun sisältö ei välttämättä heijasta minkään EU:n jäsenvaltion tai minkään Euroopan unionin tai Euroopan yhteisöjen viraston tai laitoksen virallista lausuntoa.

Tekijät/toimittajat

Stijn Aerts, tutkija, EUCPN:n sihteeristö.

Tiivistelmä

Tämä välineistö käsittelee alaikäisten uhriutumisen estämistä verkossa. Tätä ei pidä sekoittaa lapsiin kohdistuvien rikosten ehkäisemiseen. Se käsittää internetin tilaksi ehkäistä rikoksia pikemminkin kuin rikosten tekemiseksi.

Internetin nousun jälkeen alaikäisten median ja tieto- ja viestintätekniiikan käyttö on muuttunut dramaattisesti, samoin kuin internetin infrastruktuuri. Web 2.0:n tulo vuoden 2005 paikkeilla merkitsi siirtymistä käyttäjäkeskeisiin verkkokokemuksiin, käyttäjän luomaan sisältöön ja jakamiseen. Kaikki tämä huipentui sosiaaliseen mediaan ja sosiaalisiin verkostoihin. Lisäksi kohtuuhintaisten kannettavien laitteiden ja mobiiliyhteyksien saapuminen aiheutti mobiilivallankumouksen.

Nykypäivän lapset ja nuoret käyttävät verkossa paljon aikaa ja sankoin joukoin. Suurin osa eurooppalaisista teini-ikäisistä käyttää internetiä päivittäin ja suurimmalla osalla heistä on mobiiliyhteys. Alaikäisten suosituimpia online-aktiviteetteja ovat sosiaalinen verkostoituminen, musiikin kuuntelu ja videoiden katselu sekä pikaviestit. Viimeaikaiset tutkimukset osoittavat, että lapset ovat verkossa entistä nuorempina, jopa 3-vuotiaina. Sosiaalisen median ikävaatimukset eivät ole estäneet sitä tosiasiaa, että alaikäisten sosiaalisen median käyttö on yleistä ja kasvaa edelleen.

Uhriutuminen on uhriksi joutumisen prosessi. Uhri ymmärretään tässä henkilöksi, joka kärsii fyysisistä, henkisistä tai tunneperäisistä vahingoista tai taloudellisista menetyksistä toisen toiminnan takia. Nämä toimet voivat olla joko rikoksia tai kriminalisoimattomia haitallisia käyttäytymismalleja.

Termi alaikäiset tarkoittaa kaikkia alle 18-vuotiaita, täysi-ikäisiä. Lisäerottelu voidaan tehdä lasten (ikä 0–10) ja nuorten (11–17) välillä. Lapsia, joilla ei ole tarvittavia motorisia taitoja tai perustaitoja olla verkossa, ei huomioida tässä.

Alaikäisiin kohdistuviin rikoksiin kuuluvat ihmiskauppa, lasten seksuaalinen hyväksikäyttö ja tietoverkkorikollisuus. Tytöt muodostavat yli puolet alaikäisistä ihmiskaupan uhreista, ja 16–17-vuotiaat muodostavat suurimman ryhmän, ja nuoremmat ikäryhmät ovat vähitellen vähemmän haavoittuvia. CSE viittaa sekä alaikäisten seksuaaliseen hyväksikäyttöön että tällaisen väärinkäytön kuvien tuottamiseen ja levittämiseen. Jälkimmäistä tapahtuu yhä enemmän internetin välityksellä, mikä on aiheuttanut sellaisia ilmiöitä, kuten seksuaalinen pakottaminen verkossa ja alaikäisten kiristys.

Alaikäiset voivat myös joutua muun ei-rikollisen, haitallisen käyttäytymisen uhreiksi. Erityisesti internet aiheuttaa lapsille joukon kontakti- ja sisältöriskejä, jotka voivat olla haitallisia. Verkkokiusaaminen on yleistä, mutta sisältää myös henkilötietojen väärinkäyttöä, ei-toivotun (aikuisille tarkoitetun) sisällön vastaanottamista jne. Samanaikaisesti internet tarjoaa alaikäisille monia mahdollisuuksia, ja osittaisesta altistumisesta riskeille on hyötyä joustavuudelle. Vahinkojen estämisen tulisi siksi olla etusijalla riskien välttämiseen nähden.

Tämä työkalupakki tarjoaa sarjan hyviä käytäntöjä alaikäisten uhriutumisen estämiseksi digitaalisessa ympäristössä. Se hyödyntää sosiaalista markkinointia, jolla on saavutettu vaikuttavia asioita, etenkin sairauksien ehkäisyssä. Se myös hyödyntää sosiaalisen median kampanjoinnin parhaita käytäntöjä, mukaan lukien vaikuttajien kampanjoita ja vakavia pelejä. Lopuksi keskustellaan siitä, kuinka tieto- ja viestintätekniiikat voivat parantaa lasten avustuslinjojen suorituskykyä tai poliisipalvelujen saatavuutta lapsille.

Sosiaalinen markkinointi on markkinointikonseptien ja tekniikoiden soveltamista sosiaalista hyötyä varten. Sen päätavoite on käyttäytymisen muutos, ts. mitattavissa oleva vaikutus. Lisäksi se juurtuu vahvasti teoriaan ja todisteisiin ihmisen käyttäytymisestä ja käyttäytymisen muutoksista. Nämä molemmat näkökohdat ovat erityisen merkityksellisiä myös rikosentorjunnassa. Muita sosiaalisen markkinoinnin avainkysymyksiä ovat kohderyhmän segmentointi, toiminnan räätälöinti eri segmentteihin ja käyttäytymisen muutoksen käsitteellistäminen vaihtona: ajatus siitä, että jotain olisi tarjottava vastineeksi.

Sosiaalisen median kampanjat eivät ole uusi asia. Alaikäiset tavoittaa sieltä, missä he ovat: verkosta. Kysymys on, miten se tehdään tehokkaasti. Tämä voi vaatia ammattimaista tukea, mutta mikä tärkeintä, se vaatii paljon valmistelua. Valittava sosiaalisen median alusta, kuvien tai videomateriaalien ulkonäkö ja tunnelma, käytetty kieli, kulttuuriviittaukset, mainosvaihtoehtojen kohdistaminen (tai sen puuttuminen) ja viestin kokoonpano määrittelevät, tuottaako sosiaalisen median kampanja odotetut tulokset. Arviointi on jälleen kerran tärkeää, koska se mahdollistaa kampanjoiden mukauttamisen liikkeellä ollessa.

Vaikuttajien markkinointi saa liikkeelle vaikutusvaltaisia ihmisiä eikä kokonaismarkkinoita. Perusajatuksena on, että useimpiin yksilöihin vaikuttaa paljon pienempi joukko yksilöitä, jotka opastavat tai inspiroivat heitä. Tämä voidaan siirtää rikosentorjuntakampanjoihin: anna vaikuttajan levittää viesti kohderyhmälle kanaviensa kautta. Jos se tehdään oikein, se säästää kustannuksia ja vaikuttaja tekee viestistä houkuttelevamman. On kuitenkin tärkeää valita oikeat vaikuttajat, vastata populaarikulttuurin suuntauksiin, ottaa huomioon paikalliset vaikuttajat (toisin kuin kuuluisat ihmiset) ja sisällyttää henkilökohtaisia tarinoita.

Vakavat pelit ovat pelejä, jotka on suunniteltu ensisijaiseen, ”vakavaan” opettavan, informatiivisen tai vakuuttavan viestin tai fyysisen tai henkisen harjoituksen lähettämiseksi. Niitä ei pidä sekoittaa pelillistämiseen, joka on pelielementtien soveltamista muihin kuin peliasetuksiin. Peliperusteinen oppiminen on osoittanut, että vakavat pelit ovat tehokkaita etenkin lasten ja nuorten keskuudessa, jos ne täyttävät useita kriteerejä. Pelin suunnittelun ja pelin kertomuksen tulee olla tarkkoja ja oikeasuhteisia oppimistavoitteisiin; oppimissisältö pitää integroida peliin; ja pelien tulisi olla osa laajempia interventioita, esimerkiksi käytön kautta kouluympäristössä ja perustana ryhmäkeskusteluille.

Lopuksi, uusia tieto- ja viestintäteknikoita voidaan käyttää paitsi tavoittamaan lapsia ja nuoria, myös tarjoamaan heille mahdollisuuksia saada tietoa ja apua. Puhelinpalvelua täydennetään nyt sovelluksilla, chatilla, verkkoresursseilla ja sosiaalisen median läsnäololla. On parasta kuitenkin linkittää orgaanisesti eri alustat toisiinsa, varmistaa, että ne täydentävät toisiaan, ylläpitää palvelun laatua ja keskittyä varoitusten sijasta positiiviseen sisältöön. Lainvalvontaviranomaisten verkkoläsnäolon menestys riippuu luottamuksesta poliisiin. Verkkopoliisien olisi lisäksi oltava tietoisia kaksoisroolistaan poliisina ja verkossa olevana luottamushenkilönä etenkin alaikäisten suhteen.

Yksi kriittinen huomautus on, että alaikäisten verkossa tapahtuvan ja digitaalisen uhriutumisen estämisellä on rajoja. Huolimatta uusien tieto- ja viestintäteknikoiden tehokkuudesta lasten ja nuorten tavoittamisessa, voi olla tilanteita, joissa alaikäisiä lähestytään parhaiten muilla keinoilla. Tämä koskee esimerkiksi lapsia, jotka ovat liian nuoria verkossa toimimiseen tai liian nuoria ymmärtämään monimutkaisia viestejä. Lisäksi koulujärjestelmä on edelleen itsestään selvä ja tehokas tapa tavoittaa alaikäisiä.

