



EUCPN Eszköztár Sorozat

15. szám

A kiskorúak áldozattá válásának megelőzése a digitális korban

Figyelemfelkeltés és viselkedésbeli változás

„Az EUCPN és az Adminisztratív Megközelítés Informális Hálózata többéves stratégiájának további végrehajtása" elnevezésű projekt része – EUCPN Titkárság, 2019. szeptember, Brüsszel



AZ Európai Unió Belső Biztonsági Alap – Rendőrség anyagi támogatásával

Jogi nyilatkozat

Jelen kiadvány tartalma nem feltétlenül tükrözi bármely EU-tagállam, az EU vagy az Európai Közösségek bármely ügynökségének vagy intézményének hivatalos véleményét.

Írta/szerkesztette

Stijn Aerts, tudományos munkatárs, EUCPN Titkárság.

Összefoglaló

Jelen kiadvány a kiskorúak áldozattá válásának online megelőzésével foglalkozik, ami nem keverendő össze a gyermekek ellen online elkövetett bűncselekmények megelőzésével. Az internetre úgy tekint mint a bűnmegelőzés eszközére, és nem mint a bűnelkövetés eszközére.

Az internet elterjedésével drasztikusan megváltozott a kiskorúak médiához és IKT-eszközökhöz való viszonya, és ez a változás igaz az internet infrastruktúrájára is. A Web 2.0 2005 körüli megjelenése eltolódást jelentett a felhasználó-központú online élmények, a felhasználók által létrehozott tartalmak és ezek megosztása irányába. Ez az irány a közösségi médiával és a közösségi oldalakkal ért fel a csúcsra. Mindezekon felül a megfizethető árú hordozható eszközök és a mobil internetkapcsolat a mobil eszközök területén eredményeztek forradalmat.

A mai gyerekek és serdülőkorúak az idejük nagy részét töltik online, és teszik ezt nagyon nagy számban. Az európai tinédzserek nagy része naponta hozzáfér az internethez, és a legtöbben mobil internetkapcsolattal rendelkeznek. A kiskorúak legnépszerűbb online időtöltései közé tartozik a közösségi hálózatépítés, a zenehallgatás és videónézés, valamint az azonnali üzenetküldés. Friss tanulmányok szerint a gyermekek egyre korábban ismerkednek meg az internettel, sokan akár már háromévesen. A közösségi média életkorra vonatkozó követelményei sem akadályozhatják meg a kiskorúak széles körű közösségimédia-használatát, ami egyre csak növekszik.

A viktimizáció az áldozattá válás folyamata, amelyben az „áldozat” olyan embert jelent, aki fizikai, mentális vagy érzelmi sérülést, illetve anyagi kárt szenved el egy másik ember tevékenységének hatására. Ezek a tevékenységek lehetnek bűncselekmények vagy nem kriminalizált káros viselkedésformák.

„Kiskorú ” alatt a 18 év – vagyis a nagykorúság korhatára – alatti személyeket értjük. További megkülönböztetés tehető még a gyermekek (0-10 év) és serdülőkorúak (11-17 év) között. Azokat a gyermekeket, akiknek hiányoznak a szükséges motoros képességei vagy az internet használatához szükséges alapfokú olvasási készségei, nem vesszük figyelembe.

A kiskorúak ellen elkövetett bűncselekmények közé tartozik az embercsempészet, a gyermekek szexuális kizsákmányolása és a kiberbűnözés. Az embercsempészet kiskorú áldozatainak több mint a fele lány, illetve a 16-17 éves korosztály teszi ki a legnagyobb csoportot, és a fiatalabb korcsoportok érintettsége fokozatosan csökken. A gyermekek szexuális kizsákmányolása jelentheti a kiskorúakkal szembeni szexuális visszaéléseket, valamint az ilyen jellegű visszaélésekkel kapcsolatos képek készítését és megosztását. Az utóbbi egyre nagyobb számban az interneten keresztül fordul elő, ami teret ad az olyan jelenségeknek is, mint az online szexuális erőszak és a kiskorúak zsarolása.

A kiskorúak azonban nem kriminalizált káros viselkedésformák áldozataivá is válhatnak. Az internet különösen sok olyan kapcsolati és tartalmi kockázatot rejt a gyermekek számára, ami káros lehet. Az online zaklatás a leggyakoribb forma, de a listán a személyes adatokkal való visszaélés, az akaratlan (felnőtt) tartalmak fogadása stb. is szerepel. Ugyanakkor az internet számos lehetőséget is kínál a kiskorúak számára, és a kockázatoknak való bizonyos mértékű kitettség pozitívan hat az ellenálló képességre. A károk megelőzésének éppen ezért fontosabbnak kell lennie a kockázatok elkerülésénél.

Ez a kiadvány bemutat egy sor bevált gyakorlatot a kiskorúak áldozattá válásának megelőzésére a digitális világban. Ehhez a példákat a társadalmi marketingtől veszi át, egy olyan területtől, ami jelentős eredményeket tud felmutatni, különösen a betegségmegelőzés terén. De bemutat bevált gyakorlatokat a közösségi média kampányaiból is, ideértve az influenzaszerek és komoly játékok kampányait is. Végül kitér arra is, hogy az IKT-eszközök fokozhatják a gyermekeknek szóló segélyvonalak teljesítményét vagy könnyebbé tehetik a rendőrség szolgáltatásainak gyermekek általi elérhetőségét.

A társadalmi marketing a marketingkonceptiók és technikák a társadalmi közjó érdekében történő alkalmazása. Elsődleges célja a viselkedésbeli változások elérése, vagyis a mérhető hatás, és erősen

kötődik az emberi viselkedés és a viselkedésbeli változások elméletéhez, valamint bizonyítékaihoz. Ezek a szempontok mindegyike különösen releváns a bűnmegelőzés tekintetében. A társadalmi marketing további fontos szempontjai közé tartozik a célcsoport szegmentálása, az intézkedések hozzáillesztése az egyes szegmensekhez, valamint a viselkedésbeli változás csereügyletként való felfogása, vagyis hogy cserébe ajánlani kell valamit.

A közösségi média kampányai új jelenségek. Ha valaki a kiskorúakat szeretné elérni, oda kell mennie, ahol őket megtalálja: az internetre. A kérdés már csak az, hogy ezt miként lehet hatékonyan megtenni. Előfordulhat, hogy ehhez szakértői támogatást is igénybe kell venni, de az biztos, hogy rengeteg felkészülést igényel. Az, hogy egy közösségi médiában indított kampány meghozza-e a remélt sikereket, múlik a kiválasztott közösségi média felületen, a képek és videóanyagok minőségén, a nyelvhasználaton, a kulturális utalásokon, a célközönséghez szóló reklámok lehetőségein (vagy azok hiányán), valamint az üzenet megfogalmazásán. És az értékelések is fontosak, mivel ezek mentén van lehetőség a kampányok menet közbeni módosítására.

Az influenszer marketing a befolyásos embereket mozgósítja, és nem a célpiac egészét. Az e mögött rejlő gondolat az, hogy a legtöbb embert más emberek egy kisebb részhalmaza befolyásolja, akiktől iránymutatást vagy inspirációkat várnak. Ez átvihető a bűnmegelőzési kampányokra is: az üzenetet rá kell bízni egy influenszerre, aki a saját csatornáján keresztül eléri a célcsoportot. Ha ezt megfelelő módon sikerül végrehajtani, az influenszer által közvetített üzenet készítően hat a célcsoportra. Ilyen esetben fontos azonban a megfelelő influenszer(ek) kiválasztása, a tömegkultúra irányzatai iránti fogékonyság; érdemes inkább helyi influenszereket kiválasztani (világ sztárok helyett), és személyes történeteket is be kell vonni.

A „komoly játékok” olyan játékok, amelyeket az elsődleges „komoly” cél elérése érdekében terveztek, vagyis hogy egy oktatási, informatív, meggyőző üzenetet közvetítsenek, illetve fizikai vagy mentális képzést nyújtsanak. Ezek nem keverendők össze a „játékosítással” (gamification), ami játékos elemek nem játékos környezetben való alkalmazását jelenti. A játékalapú tanulással kapcsolatos kutatások azt mutatják, hogy a komoly játékok akkor hatékonyak, különösen a gyermekek és serdülőkorúak körében, ha megfelelnek néhány feltételnek. A játék kialakítása és narratívája legyen pontos és feleljen meg a tanulási célok szintjének; az oktatási tartalom legyen a játékmenetbe integrálva; és a játékok legyenek nagyobb mérvű beavatkozások részei, például iskolai környezetben használják őket, és képezzék csoportos megbeszélések alapját.

Végül, az IKT-eszközöket nemcsak a gyermekek és serdülőkorúak elérésére lehet használni, hanem arra is, hogy lehetőséget kapjanak az információszerezésre és a segítségkérésre. A telefonos segélyvonalakat ma már alkalmazások, chatelési lehetőségek, online erőforrások és a közösségi médiában való jelenlét is kiegészítik. A legjobb azonban a különböző platformok egységes összekapcsolása, amivel biztosítható az egymást kiegészítő jellegük, a minőségi szolgáltatás fenntartása, valamint a pozitív tartalmak előnyben részesítése a figyelmeztetésekkel szemben. A bűnüldöző tisztviselők online jelenlétének sikere a rendőrségben való bizalomtól is függ. Az online tisztviselőknek tudatosítaniuk kell magukban a kettős szerepüket – egyrészt rendőrként, másrészt online bizalmas barátként –, különösen, amikor kiskorúakkal van dolguk.

Kritikus pont az a tény, hogy a kiskorúak áldozattá válására vonatkozó online és digitális megelőzésnek megvannak a maga korlátai. Habár az új IKT-eszközök hatékonyak a gyermekek és serdülőkorúak elérésében, lehetnek olyan helyzetek, amikor a kiskorúakat más eszközökkel lehet a leginkább elérni. Ez a helyzet például azon gyermekek esetében, akik túl fiatalok az online jelenléthez vagy a bonyolult üzenetek megértéséhez. Fentiekén túl az iskolarendszer marad a kiskorúak elérésének nyilvánvaló és hatékony eszköze.

