



EUCPN priemonių rinkinio serija

Nr. 15

Nepilnamečių viktimizacijos skaitmeniniame amžiuje prevencija

Sąmoningumo didinimas ir elgesio pokyčiai

Projekto „Tolesnis EUCPN MAS ir neformaliojo administracinio požiūrio tinklo įgyvendinimas“ dalis – EUCPN sekretoriatas, 2019 m. rugsėjo mėn., Briuselis



Gavus finansinę Europos Sąjungos vidaus saugumo fondo-policijos paramą

Teisinis įspėjimas

Šio leidinio turinys nebūtinai atspindi oficialią bet kurios ES valstybės narės ar bet kurios ES ar Europos Bendrijų agentūros ar institucijos nuomonę.

Autoriai/redaktoriai

Stijn Aerts, tyrėjas, EUCPN sekretoriatas.

Santrauka

Šiame priemonių rinkinyje nagrinėjama internetinė nepilnamečių viktimizacijos prevencija. Tai neturi būti painiojama su internetinių nusikaltimų prieš vaikus prevencija. Internetas suprantamas kaip nusikaltimų prevencijos erdvė, o ne kaip erdvė nusikaltimams.

Atsiradus internetui, nepilnamečių žiniasklaidos ir IRT naudojimas, taip pat interneto infrastruktūra, smarkiai pasikeitė. „Web 2.0“ atsiradimas maždaug 2005 m. reiškė perėjimą prie į vartotoją orientuotos internetinės patirties, vartotojo sukurto turinio ir dalijimosi. Visa tai išsirutuliojo į socialinę žiniasklaidą ir socialinių tinklų svetaines. Be to, prieinamų nešiojamųjų įrenginių ir mobiliųjų ryšių atsiradimas sukėlė mobiliųjų telefonų revoliuciją.

Šiandien vaikai ir paaugliai yra prisijungę internete, daug laiko ir didžiuliais skaičiais. Daugelis Europos paauglių turi prieigą kasdien ir dažniausiai naudojami mobiliaisiais ryšiais. Populiariausia nepilnamečių veikla internete yra socialiniai tinklai, muzikos klausymasis ir vaizdo įrašų žiūrėjimas bei momentinių pranešimų siuntimas. Naujausi tyrimai rodo, kad prie interneto jungiasi vis jaunesnio amžiaus vaikai, net jaunesni nei trejų. Socialinės žiniasklaidos amžiaus reikalavimai neužkirto kelio faktui, kad nepilnamečių naudojimas socialine žiniasklaida yra plačiai paplitęs ir vis dar auga.

Viktimizacija yra tapimo auka, kuri suprantama kaip asmuo, kuris dėl savo veiksmų patyrė fizinę, psichinę ar emocinę žalą ar ekonominių nuostolių, procesas. Šie veiksmai gali būti nusikalstamos veikos arba žalingas elgesys be baudžiamosios atsakomybės.

Terminas „nepilnamečiai“ reiškia visus asmenis, jaunesnius nei 18 metų, reiškiančių pilnametystės amžių. Toliau galima atskirti vaikus (0–10 metų) ir paauglius (11–17 metų). Čia nekalbama apie vaikus, kuriems trūksta reikiamų motorinių įgūdžių ar pagrindinio raštingumo, kad jie galėtų prisijungti.

Nusikaltimai prieš nepilnamečius apima prekybą žmonėmis (PŽ), vaikų seksualinę išnaudojimą (VSI) ir elektroninius nusikaltimus. Merginos sudaro daugiau kaip pusę mažų prekybos žmonėmis aukų, o 16–17 metų amžiaus grupės yra didžiausios, o jaunesnio amžiaus asmenys yra vis mažiau pažeidžiami. VSI reiškia tiek seksualinę nepilnamečių prievartą, tiek tokios prievartos vaizdų kūrimą ir platinimą. Pastarasis atvejis vis dažniau pasitaiko internetu, dėl kurio atsirado tokie reiškiniai kaip seksualinė prievarta internete ir nepilnamečių turto prievartavimas.

Nepilnamečiai taip pat gali tapti nekriminalinio ir žalingo elgesio aukomis. Internete vaikai susiduria su ypač daug kontaktų ir jiems kyla su turiniu susijusių pavojų, kurie gali būti kenksmingi. Vyrauja internetinės patyčios, tačiau į sąrašą taip pat įtrauktas piktnaudžiavimas asmens duomenimis, nepageidaujamo (suaugusiesiems skirto) turinio gavimas ir kt. Tuo pat metu internetas suteikia daug galimybių nepilnamečiams, o tam tikras rizikos poveikis yra naudingas atsparumui. Todėl pirmenybė turėtų būti teikiama žalos prevencijai, o ne rizikos išvengimui.

Šiame priemonių rinkinyje pateikiama gerųjų praktikų, susijusių su nepilnamečių viktimizacijos skaitmeniniame pasaulyje prevencija, serija. Jis skolinasi iš socialinės rinkodaros – srities, turinčios įspūdingų laimėjimų, ypač ligų prevencijos atžvilgiu. Jame taip pat galima rasti geriausių socialinės žiniasklaidos kampanijų, įskaitant „influencerių“ kampanijas, ir rimtų žaidimų praktikų. Galiausiai aptariama, kaip IRT gali pagerinti vaikų pagalbos linijų veikimą ar policijos tarnybų prieinamumą vaikams.

Socialinė rinkodara yra rinkodaros koncepcijų ir metodų taikymas socialiniam gėriui. Pagrindinis jos tikslas yra elgesio pakeitimas, t. y. išmatuojamas poveikis. Be to, jis tvirtai grindžiamas žmogaus elgesio ir elgesio pokyčių teorijomis ir įrodymais. Abu šie aspektai taip pat yra ypač svarbūs nusikalstamumo prevencijai. Kiti pagrindiniai socialinės rinkodaros aspektai yra tikslinės grupės segmentacija, veiksmų pritaikymas skirtingiems segmentams ir elgesio pokyčių, kaip mainų, konceptualizavimas: idėja, kad kažkas turėtų būti siūloma mainais.

Socialinės žiniasklaidos kampanijos yra tik naujos. Jei norima pasiekti nepilnamečius, reikėtų eiti ten, kur jie yra: internete. Kyla klausimas, kaip tai padaryti efektyviai. Tam gali prireikti profesionalios

pagalbos, tačiau svarbiausia, kad tam reikia daug pasiruošimo. Pasirinkta socialinės žiniasklaidos platforma, vaizdų ar vaizdo medžiagos išvaizda ir pobūdis, naudojama kalba, kultūrinės nuorodos, tikslinės reklamos galimybių naudojimas (ar nebuvimas) ir pranešimo kompozicija lemia, ar socialinės žiniasklaidos kampanija duoda laukiamų rezultatų. Vėlgi, vertinimas yra svarbus, nes jis leidžia kampanijas koreguoti kelyje.

„Influencerių“ rinkodara sutelkia įtakingus žmones, o ne tikslinę rinką kaip visumą. Pagrindinė idėja yra ta, kad daugumai asmenų įtaką daro daug mažesnis asmenų pogrupis, kuriuo jie vadovaujasi ar iš kurio semiasi įkvėpimo. Tai galima perkelti į nusikalstamumo prevencijos kampanijas: leiskite „influenceriams“ skleisti žinią tikslinei grupei savo kanalais. Jei padaryta teisingai, sutaupoma išlaidų, o „influenceris“ daro žinią įtikinamesnę. Tačiau svarbu pasirinkti tinkamą (-us) „influencerį“ (-ius), jautriai reaguoti į populiariosios kultūros tendencijas, atsižvelgti į vietinius influencerius (priešingai nei garsūs žmonės) ir įtraukti asmenines istorijas.

Rimti žaidimai yra žaidimai, skirti pagrindiniam, „rimtam“ tikslui – perduoti mokomąją, informacinę ar įtikinamą žinią arba fizinį ar psichinį apmokymą. Jie neturi būti painiojami su žaidimu, t. y. žaidimo elementų pritaikymu ne žaidimo nustatymuose. Žaidimais paremtas mokymosi tyrimas parodė, kad rimti žaidimai yra veiksmingi, ypač tarp vaikų ir paauglių, jei jie atitinka daugybę kriterijų. Žaidimo dizainas ir pasakojimas turėtų būti tikslūs ir atitikti mokymosi tikslus; mokymosi turinys turėtų būti integruotas į žaidimą; žaidimai turėtų būti didesnių intervencijų dalis, pavyzdžiui, panaudojant juos mokyklos kontekste ir kaip pagrindą diskusijoms grupėse.

Galiausiai naujos IRT gali būti naudojamos ne tik norint pasiekti vaikus ir paauglius, bet ir suteikti jiems galimybių gauti informaciją ir pagalbą. Telefoninės pagalbos linijas dabar papildo programos, pokalbiai, internetiniai šaltiniai ir buvimas socialinėje žiniasklaidoje. Geriausia vis dėlto organiškai susieti skirtingas platformas, įsitikinti, kad jos papildo viena kitą, išlaikyti paslaugų kokybę ir daugiau dėmesio skirti teigiamam turiniui, o ne perspėjimams. Teisėsaugos pareigūnų buvimas internete sėkmė priklauso nuo pasitikėjimo policija. Be to, internetiniai pareigūnai turėtų žinoti apie savo dvigubą policijos pareigūnų ir internetinių pasitikėtojų vaidmenį, ypač bendraudami su nepilnamečiais.

Viena kritinė pastaba yra ta, kad internetinei ir skaitmeninei nepilnamečių viktimizacijos prevencijai taikoma tam tikrų apribojimų. Nepaisant naujų IRT veiksmingumo pasiekiant vaikus ir paauglius, gali būti situacijų, kai į nepilnamečius geriausia kreiptis kitomis priemonėmis. Pavyzdžiui, taip yra su vaikais, kurie yra per maži, kad galėtų prisijungti, arba per maži, kad suprastų sudėtingas žinutes. Be to, mokyklų sistema išlieka akivaizdus ir efektyvus būdas pasiekti nepilnamečius.

