



EUCPN rīkkopu sērija

Nr. 15

Nepilngadīgo viktimizācijas novēršana digitālajā ērā

Izpratnes veicināšana un uzvedības mainīšana

Daļa no projekta "EUCPN daudzgadu stratēģijas turpmākā īstenošana un administratīvās pieejas neformālais tīkls", EUCPN sekretariāts, 2019. gada septembris, Brisele.



Ar Eiropas Savienības "Iekšējā drošības fonda – policija" finansiālu atbalstu.

Juridisks paziņojums

Šis publikācijas saturs nav uzskatāms par kādas Eiropas Savienības vai Eiropas kopienas dalībvalsts, aģentūras vai iestādes oficiālo viedokli.

Autori/redaktori

Stijn Aerts, EUCPN sekretariāta pētnieks

Kopsavilkums

Šī rīkkopa attiecas uz nepilngadīgo viktimizācijas novēršanu digitālajā vidē. Šo jautājumu nedrīkst jaukt ar noziegumu pret bērniem internetā novēršanu. Šeit pamatuzstādījums ir internets kā telpa noziegumu novēršanai, nevis izdarīšanai.

Kopš interneta pirmsākumiem tas, kā nepilngadīgie izmanto medijus un IKT ir dramatiski mainījies, tāpat kā interneta infrastruktūra. Interneta vides Web 2.0 parādīšanās ap 2005. gadu iezīmēja pāreju uz lietotāorientētu tiešsaistes pieredzi, lietotāju veidotu saturu un tā koplietošanu. Kulminācija bija sociālo mediju un sociālo tīklu rašanās. Vienlaikus cenas ziņā pieejamu mobilo ierīču un mobilo savienojumu ienākšana tirgū radīja mobilo revolūciju.

Šodien milzīgs skaits bērnu un pusaudžu lielu daļu sava laika pavada tiešsaistē. Lielākajai daļai pusaudžu Eiropā ikdienā ir piekļuve internetam un vairākumam arī ir mobilais pieslēgums. Nepilngadīgie tiešsaistē visvairāk ir iecienījuši sociālo tīklošanu, mūzikas klausīšanos un video skatīšanos, kā arī tūlītējo ziņapmaiņu. Pēdējie pētījumi liecina, ka bērni internetam pieslēdzas aizvien jaunākā vecumā, reizēm pat jau trīs gadu vecumā. Vecuma ierobežojumi sociālo mediju lietotājiem nav spējuši novērst to, ka tos plaši un aizvien biežāk izmanto pārāk jauni lietotāji.

Viktimizācija ir process, kura laikā persona kļūst par cietušu; šajā kontekstā ar to saprotams fizisks, psiholoģisks vai emocionāls kaitējums vai materiāli zaudējumi, kas personai radušies citas personas darbības dēļ. Šīs darbības var būt gan noziedzīgi nodarījumi, gan cita veida kaitnieciska rīcība.

Termins "nepilngadīgie" attiecas uz visām pilngadību jeb 18 gadu vecumu nenasniegušām personām. Detalizētāk var izšķirt bērnus (0–10 gadu vecumā) un pusaudžus (11–17 gadu vecumā). Šajā apskatā nav iekļauti bērni, kam nav nepieciešamo motoro spēju vai pamatprasmju, lai darbotos tiešsaistē.

Noziegumi pret nepilngadīgajiem ietver cilvēku tirdzniecību, bērnu seksuālo izmantošanu un kibernoziegumus. Vairāk nekā puse cilvēku tirdzniecībā cietušo nepilngadīgo ir meitenes, dominējošā cietušo vecumgrupa ir 16–17 gadu vecas personas, jaunākās grupās šis risks pakāpeniski samazinās. Ar bērnu seksuālo izmantošanu ir saprotama gan seksuāla vardarbība pret nepilngadīgajiem, gan šādu vardarbību atainojošu attēlu radīšana un izplatīšana. Pēdējais aizvien biežāk notiek ar interneta starpniecību, kā rezultātā attīstās tādas parādības kā nepilngadīgo piespiešana iesaistīties seksuālās darbībās tiešsaistē un izspiešana.

Nepilngadīgie arī var ciest no cita veida kaitnieciskas darbības, kam nav noziedzīga rakstura. Tieši internetā pastāv dažādi kontaktu un satura riski, kas bērniem var būt kaitīgi. Plaši ir izplatīta iebiedēšana tiešsaistē, taču šajā sarakstā pieskaitāma arī personas datu ļaunprātīga izmantošana, nevēlama (pieaugušajiem paredzēta) satura saņemšana, utt. Vienlaikus internets nepilngadīgajiem arī piedāvā plašas iespējas un zināma saskarsme ar risku ir vajadzīga noturības veidošanai pret to. Līdz ar to prioritātei būtu jābūt kaitējuma, nevis risku novēršanai.

Šajā rīkkopā ir apkopoti dažādi labās prakses piemēri attiecībā uz nepilngadīgo viktimizācijas novēršanu digitālajā vidē. Rīkkopā tiek izmantotas metodes, kas aizgūtas no sociālā mārketinga — jomas ar ievērojamiem panākumiem, it sevišķi slimību profilaksē. Aptverti arī labās prakses piemēri no sociālo mediju kampaņām, tostarp ietekmētāju īstenotām kampaņām, un nopietnām spēlēm. Visbeidzot, rīkkopā ir aplūkots tas, kā IKT var uzlabot bērnu palīdzības tālruņu darbību un policijas dienestu pieejamību bērniem.

Sociālais mārketinga ir mārketinga koncepciju un metožu izmantošana sabiedriski nozīmīgiem nolūkiem. Primārais mērķis ir uzvedības mainīšana, kas ir izmērāms rezultāts. Tas arī ir stingri balstīts teorijā un datos attiecībā uz cilvēku uzvedību un uzvedības maiņu. Abi šie aspekti arī ir īpaši nozīmīgi noziedzības novēršanā. Citas būtiskas sociālā mārketinga iezīmes ir mērķa grupas segmentācija, aktivitāšu pielāgošana konkrētiem segmentiem un konceptuālā pieeja uzvedības maiņai kā apmaiņa — ideja, ka kaut kas ir jāpiedāvā pretī.

Sociālo mediju kampaņas vairs nav nekas jauns. Lai sasniegtu nepilngadīgos, pie viņiem ir jāvērsas viņu vidē — tiešsaistē. Atliek vienīgi izlemt, kā to darīt visefektīvāk. Šeit var būt nepieciešams profesionāls atbalsts, taču pats galvenais ir rūpīga sagatavošanās. Izvēlēta sociālo mediju platforma, attēlu un video materiālu izskats un noskaņa, izmantotā valoda, kultūras atsauces, mērķētas reklāmas iespēju izmantošana vai neizmantošana, pasniedzamās ziņas kompozīcija — no tā visa ir atkarīgs tas, vai sociālo mediju kampaņa nesīs cerēto rezultātu. Svarīgi ir vērtēt kampaņas norisi, lai to nepieciešamības gadījumā pielāgotu.

Ietekmētāju mārketinga mobilizē ietekmīgas personas, nevis visu mērķa auditoriju kopumā. Pamatideja ir tāda, ka indivīdu vairākumu ietekmē daudz mazāka indivīdu apakškopa, no kā vairākums smeļas pamācības un iedvesmu. To var pārnest uz noziedzības novēršanas kampaņām, ļaujot ietekmētājam kampaņas ziņu izplatīt mērķa grupai, izmantojot savus saziņas kanālus. Pareizi īstenojot šāda veida kampaņu, tiek ietaupītas izmaksas un ietekmētājs ziņu padara saistošāku. Tomēr ir svarīgi izvēlēties pareizo ietekmētāju(s), izprast popkultūras tendences, apsvērt vietēja mēroga ietekmētāju (nevis slavenību) iesaistīšanu un iekļaut personīgus stāstus.

Nopietnas spēles ir spēles, kas veidotas ar primāro "nopietno" mērķi izplatīt izglītojošu, informatīvu vai pamudinošu ziņu vai sniegt fizisku vai psiholoģisku apmācību. To nedrīkst jaukt ar spēliskošanu, kas ir spēles elementu izmantošana ārpus spēles vides. Pētījumos par spēlēs balstītu mācīšanos ir pierādīts, ka nopietnas spēles ir efektīva metode, it sevišķi darbā ar bērniem un pusaudžiem, ja vien tās atbilst noteiktiem kritērijiem. Spēles dizainam un stāstam ir jābūt precīzām un atbilstošām mācību mērķiem, mācību saturam ir jābūt integrētam izspēlē un spēlei ir jāiekļaujas plašākā pasākumu kopumā, piemēram, izmantojot to skolu programmu kontekstā un kā pamatu grupas diskusijas veidošanai.

Visbeidzot, jaunās IKT ir izmantojamas ne vien, lai sasniegtu bērnus un pusaudžus, bet arī lai dotu viņiem iespēju piekļūt informācijai un saņemt palīdzību. Palīdzības tālruņi mūsdienās ir papildināti ar lietotnēm, tērzēšanas iespējām, tiešsaistes resursiem un klātbūtni sociālajos medijos. Tomēr vislabākais risinājums ir dažādu platformu organiska sasaiste, lai tās savstarpēji viena otru papildinātu, uzturot pakalpojuma kvalitāti un koncentrējoties uz pozitīvu saturu, nevis brīdinājumiem. Tiesībaizsardzības iestāžu darbinieku tiešsaistes klātbūtnes panākumi ir atkarīgi no uzticības policijai. Tiešsaistē strādājošajiem tiesībaizsardzības iestāžu darbiniekiem ir jāapzinās sava divējādā loma kā policistiem un tiešsaistes uzticības personām, it sevišķi darbā ar nepilngadīgajiem.

Ir būtiski atzīmēt, ka nepilngadīgo viktimizācijas novēršanai internetā un digitālajā vidē ir zināmi ierobežojumi. Neraugoties uz jauno IKT efektivitāti bērnu un pusaudžu sasniegšanā, var būt gadījumi, kad ar nepilngadīgajiem labāk ir kontaktēties, izmantojot citas metodes. Tā tas ir, piemēram, gadījumos, ja bērni ir pārāk jauni, lai darbotos tiešsaistē, vai pārāk jauni, lai izprastu kompleksas ziņas. Vienlaikus arī izglītības sistēma aizvien ir acīmredzams un efektīvs ceļš nepilngadīgo sasniegšanai.

