**Конспект к презентации**

**Информационная памятка для несовершеннолетних по вопросам кибербезопасности в сети «Интернет»**

|  |  |
| --- | --- |
| **№ слайда** | **Описание слайда** |
| **Слайд**  **1-2** | ***Вступление.***  Здравствуйте уважаемые слушатели, меня зовут **(представляемся)** и тема нашего семинара называется **«Практика информационной защиты детей в сети интернет**».  Данная презентация разработана специалистами Министерства по делам молодежи Республики Дагестан совместно с активистами волонтерского движения «Волонтеры кибербезопасности» в целях профилактики правонарушений среди молодежи в Интернете, воспитания грамотного и ответственного пользователя сети Интернет, а также знакомства детей с основными правилами безопасного использования Интернета. |
| **Слайд 3** | ***Отвечаем на вопрос, что мы знаем об интернете?***  *(желательным элементом данного слайда презентации является обсуждение с участниками их видение о понятии интернета и для чего он нужен. Задать вопрос какая польза, по их мнению, есть и какой вред мы можем получить от интернета, по мнению участников).*  ***Далее разъяснение.***  Интернет - это объединенные между собой компьютерные сети, глобальная мировая система передачи информации с помощью информационно-вычислительных ресурсов  Сегодня Интернет является неотъемлемой частью нашей жизни. Для современного человека быть онлайн также естественно, как дышать или спать. С помощью Интернета мы общаемся, заказываем еду или товары, смотрим фильмы, слушаем музыку и совершаем множество других действий.  Статистика: объем информации, которую обычный человек в XVIII веке воспринимал за целую жизнь, сегодня соответствует информации в ленте крупного новостного портала всего за 2–3 дня. Для записи информации, которая появляется в Сети каждый час, потребуется около 7 млн. DVD-дисков. На популярном видеохостинге YouTube ежеминутно появляется более 100 часов видео — это как если бы Голливуд выпускал около 260 000 новых полнометражных фильмов каждую неделю. |
| **Слайд 4** | Когда мы говорим о цифровизации мы обычно говорим о цифровизации государственного управления или в образовании.  Но дело в деталях и мне бы хотелось поговорить о том, как изменилась человеческая психология и психика и как меняется мозг человека в период цифровизации.  Очевидно, что мы состоим из тех элементов, которые мы потребляем из окружающей среды с пищей. Поэтому мы можем сказать, что мы то, что мы едим.  Тоже самое мы можем сказать в информационной сфере «Мы то, какую информацию мы потребляем.  Например, «Для сравнения фото (с текстом и картинкой) приведено на слайде.  Обратите внимание на данный слайд и скажите, что вам легко воспринимается «Картинка или же текст». Очевидно, что в первую очередь мы обращаем внимание на картинку.  Это лёгкая информация и нам ее легко воспринимать, и мы ленимся читать текст потому что наше мышление сейчас из-за большого влияния виртуальной среды становится примитивным, и мы тяжело осваиваем тяжелую информацию. |
| **Слайд 5** | ***Почему так происходит?***  Это связанно **с экономикой нашего мозга**. Его основной принцип заставлять нас выбирать задачи по проще. Именно поэтому представители медиа индустрии, которые создают контент, соревнуются друг с другом на предмет того, как можно эффективно сделать контент проще, и мы сейчас наблюдаем популяризацию примитивного контента. И как ранее было сказано «Мы то какой контент мы употребляем».  Сейчас человечество переживает сильные изменения. Дело в том, что мы сегодня переезжаем из галактики книг, в галактику социальных сетей т.е. из системного мышления мы переходим в цивилизацию зрительного образа, где нет ни аналитического мышления, ни системного.  Раньше многие думали, что мозг человека организован локальным принципом т.е. есть отдельные участки, в голове которые отвечали за те или иные функции  (К примеру, кора головного мозга, отвечающая за зрительную, слуховую, двигательную).  Но сейчас мы понимаем, что все намного сложнее. В течении первых 25 лет жизни наши нейронные сети связываются друг с другом в удаленных участках мозга и образуют те нейронные сети, которые отвечают за 3 базовых режима работы. И как было сказано на это потребуется 25 лет. Потому что, когда мы рождаемся наши связи в мозге локальные и для того, чтобы мы научились сконцентрировать внимание, ориентироваться в ситуации, для того чтобы думать нам нужно 25 лет.  По сути дела, в эти 25 лет мы создаем свой собственный программный сервер, который будет отвечать за процессы мышления в нашей взрослой жизни и молодой человек не просто получает знания о мире пока он образовывается, молодой человек по сути программирует свой мозг.  ***В какой ситуации оказывается наша нынешняя молодежь, которая по сути должна занимать развитием своего мозга?***  Самое не приятное, это когда система работы мозга ответственная за работу мышления подавляется. Например, в ситуации когда мы потребляем контент постоянно у нас активна центральная исполнительная сеть и это значит, что энергия в нашу зону мозга отвечающая за мышление не поступает. т.е. по сути дела наш мозг впадает в спячку.  Поэтому не нужно удивляться, когда люди, которые большую часть жизни тратят в социальных сетях редко включает голову. Они мыслят стереотипно и не развиваются. ***Это я говорю о взрослых***  ***Давайте посмотрим на детей.***  40% детей в России до 10 лет практически постоянно находятся в режиме онлайн. Практически постоянно потребляют информацию. Уже 14 годам 60-70% времени подрастающее поколение сегодня живут в режиме ОНЛАЙН. т.е. они отправляют свой сервер мышления в спячку, и он у них не формируется.  Это не единственная проблема. |
| **Слайд 6** | Сегодня детям и подросткам важно не только успешно адаптироваться к реальной жизни, но и иметь знания о безопасном пребывании в Интернете. Необходимо понимать, что не обладая навыками позитивной киберсоциализации ребенок:  1. Легко становится жертвой кибермошенников.  2. Уязвим перед угрозами кибербуллинга.  3. Активно поддается влиянию со стороны информационных и психологический манипуляций: от распространения фейковых новостей до потенциального риска вовлечения в деструктивном Интерне сообщества.  ***Именно о манипуляциях мы сейчас будем говорить.***  ***Одним из распространенных видов психологических манипуляций является «Применение в создаваемой контенте технологии НЛП (Нейролингвистическое программирование).*** |
| **Слайд 7** | По заявлениям специалистов, в Интернете возможно применение НЛП технологий, и других технических средств для внушения, в том числе элементарный обман и даже отдельные формы гипноза. Например, даже через экран компьютера человека вполне можно ввести в состояние, которое подразумевает высокую чувствительность к внушению извне. К сожалению, все эти приемы реальны и действуют повсеместно, принося печальные результаты – подверженные внушению люди частично живут в иллюзорной реальности.  Поэтому любой человек в нашем мире может стать (или, что вероятнее, уже стал в какой-то степени) объектом информационно-психологического воздействия. И в большинстве случаев основной площадкой такого рода манипуляций, является коммуникационные сети интернет.  Например, когда молодой человек заходит на интернет-страничку и помимо основной информации по поисковому запросу сайт отображает всякий «информационный мусор»: рекламу, новости, и т.д., которой человек не интересуется. К сожалению, при этом он как-либо повлиять на каналы распространения информации не может, поэтому ему ничего не остается, как воспринимать эту информацию. Информационно-психологическое воздействие в этом случае подразумевает, что преподносимая информация может представлять собой «паутинку» из хитроумных психологических манипуляций на сознание или поведение человека. Как защититься от этого? Самый простой способ – оборвать связь с каналом (отключиться от Интернета), но в условиях прогрессирующего современного общества и высокой потребности в общении, информации человек обойтись попросту не может, а значит, и отказаться от Интернета, телевидения и др. ресурсов тоже невозможно.  К сожалению, именно дети сегодня легко вовлекаются в преступную деятельность, поддаются манипуляциям деструктивных движений, в том числе через романтизацию асоциальных и противоправных практик и обесценивание жизни, а также за счет переноса проблем из своей реальной жизни в виртуальное пространство.  И одна из наиболее опасных угроз – это использование выше упомянутых технологий в террористических целях. |
| **Слайд 8** | ***Следующим инструментом информационного воздействия (монипулирования) является Фейковые новости.***  **Fake news: что это?**  Фальши́вые (подде́льные, «фе́йковые», ло́жные) но́вости — это информационная мистификация или намеренное распространение дезинформации в социальных медиа и традиционных СМИ с целью введения в заблуждение, для того чтобы получить финансовую или политическую выгоду.  Главный принцип генерирования фальшивых новостей — максимально негативная или абсурдная информация, которая регулярно тиражируется в онлайн-пространстве.  И если одни фейки условно безвредны, то большая их часть представляет угрозу здоровью людей или является инструментом для манипулирования сознанием.  Фейк вызывает максимально сильные, негативные эмоции — гнев, беспокойство, страх, тревогу, ненависть, которые возникают у человека из-за попадания в его точку боли. Например, проблемы в бизнесе, низкие зарплаты, отсутствие социальных гарантий, рост цен на продукты.  Например, весной 2020 года в Британии пытались [поджечь](https://www.bbc.com/russian/news-52284859) 20 сотовых вышек из-за появления слуха о том, что 5G распространяет коронавирус. А ещё раньше поджог, который совершили поверившие в этот фейк, уничтожил оборудование для передачи связи, которой пользовались аварийно-спасательные службы и несколько мобильных операторов, лишив кого-то тем самым, возможно, надежды на спасение.  Также в СМИ активно гулял [фейк](https://aibolit66.ru/patient/articles/COVID-19/) на тему того, что домашние животные могут заразиться COVID-19, вакцинация населения опасна, а защититься от заразы можно с помощью обильного горячего питья, пребывания на солнце и даже водки.  Но дело тут не только в каронавирусе, главная цель - это введение в заблуждение, для того чтобы получить финансовую или политическую выгоду.  **Есть три составляющих фейковых новостей:** *соцсети, телекоммуникационные технологии и специфическая мотивация.*  Фейковые новости практически всегда либо про политику, либо про деньги. Политических манипуляторов привлекает в соцсетях их «народный» характер, а коммерческих злоумышленников — ещё и монетизация.  **Политика.** Чаще всего fake news генерируются для влияния на выборы или какую-либо политическую фигуру. Традиционные источники информации для этого не совсем подходят, ведь обычный человек всё более склонен верить «таким же простым людям, как и он» в соцсетях, а не «аффилированным с государством или корпорациями» СМИ. Именно поэтому фейковые новости создаются с прицелом на соцсети — здесь у каждого участника есть определённый «соседский» круг доверия.  **Деньги.** Создавая фейковые новости, можно усиливать активность определённых групп потенциальных клиентов. «Только три знака зодиака переживут 2020 год…» — кликбейт-заголовок, который в итоге может привести на посадочную страницу сервиса платной рассылки гороскопов. Соцсеть в этом случае играет роль хирургически точного инструмента вовлечения нужных групп потенциальных клиентов в орбиту влияния бренда. А пережив 2020 год, представители «неудачливых» знаков уже и не вспомнят о короткой новости, репост которой они увидели в тематической группе.  **В будущем появится ещё и третий мотив — конкуренция**, то есть фейковые новости всё чаще будут создавать для подрыва репутации бизнеса.  **Далее разберём, как, собственно, работает механизм создания и распространения фейковых новостей.**  Фейковые новостные кампании обычно проходят в несколько этапов, хотя это процесс творческий, и в зависимости от целей или особенностей аудитории некоторые стадии могут быть опущены.   1. **Разведка**  На первом этапе организатор кампании изучает целевую аудиторию. Он отвечает на три основных вопроса: «Кому врать?», «О чём врать?» и «Зачем врать?». Анализ проводится самый широкий — от образовательного уровня и информационной грамотности будущих читателей до их взглядов на жизнь. Собственно, на этом этапе и были пойманы специалисты Cambridge Analytica, которые собирали персональные данные пользователей Facebook для политических целей. 2. **Вооружение**  На втором этапе создаётся, собственно, фейковая новость. Её главная особенность в том, что почти всегда «декорации» фальсифицированной истории, то есть участники события, место и время действий, — реальные, а фейком является, собственно, само событие. В зависимости от масштабов компании, фейковых новостей может быть несколько. К примеру, первая история сообщает о событии, а последующие — развивают тему. Иногда к ним примешиваются даже настоящие новости, которые дополняют картину выдуманной истории. Они направлены на скептическую часть потенциальной аудитории.  *Помимо новостей, на втором этапе создаются агенты распространения:* фейковые пользователи соцсетей, фейковые новостные сайты, фейковые группы и сообщества. Для этого в ход идут чёрные и белые технологии SMM, позволяющие за деньги плодить и продвигать поддельных пользователей соцсетей. К примеру, в соцсети Weibo (китайский аналог Twitter) селебрити с 300 тыс. подписчиков можно создать примерно за 2,5 тыс. долларов всего за месяц. 3. **Распространение**  Обычно фейковая новость сперва появляется на таком же фейковом сайте новостей или на любой другой площадке, где публикации никак не контролируются. Далее в дело вступает «гуру» — прокачанный и авторитетный у целевой аудитории блогер, который публикует новость у себя. Сообщение подхватывают боты — реальные пользователи соцсетей или роботы, созданные/привлечённые специально для фейковой новостной кампании. Помимо распространения, они выполняют очень важную функцию — изолируют скептиков, которые остаются в меньшинстве и предпочитают сохранять молчание вместо противостояния фейкам. 4. **Эксплуатация**  На следующем этапе новость доходит до целевой аудитории и начинает жить своей жизнью. Наиболее вдохновлённые читатели лайкают и репостят фейковое сообщение, делятся им в мессенджерах. Возникает вирусный эффект, который привлекает внимание ещё более широкой аудитории — журналистов и других профессиональных участников медиаполя. Фейковая новость попадает в мейнстрим-медиа. 5. **Промывка**  Этот этап используется в долгосрочных кампаниях, призванных коренным образом изменить отношение целевой аудитории к каким-либо явлениям, причём иногда диаметрально противоположным образом. Для этого запускается не одна, а несколько последовательных фейковых новостных кампаний. Одна и та же история раскрывается через различные аспекты, появляются все новые герои событий, а вирусный эффект генерируется многократными волнами. 6. **«Домашняя работа»**   После достижении заданной цели могут потребоваться дополнительные, закрепляющие действия. К примеру, если речь идёт о кампании, подрывающей репутацию какого-либо политика, в информационное поле могут быть запущены позитивные новости о нём, которые не имеют прямого отношения к фейковой истории, но несколько корректируют образ жертвы в глазах общественности. Такие действия призваны устранить у общественности ощущение травли или спланированной акции в отношении политика.   1. **Заметание следов**   Последний этап — сокрытие следов активности. Наиболее распространённая технология, позволяющая это сделать, — отвлекающая новость. Используя уже созданную инфраструктуру из ботов можно вбросить новое «информационное» сообщение. По своей тематике оно должно совершенно отличаться от прежней фейковой истории, быть ещё более громким и резонансным. Такая фейковая новость переключает внимание общественности на новую проблему и «глушит» голоса тех, кто, возможно, к этому моменту сумел идентифицировать прежний фейк.  **Теперь, разобравшись в алгоритмах, давайте посмотрим на фейковую новость не глазами создателей, а со стороны аудитории. И выясним параллельно, как противостоять fake news?**  *Вырабатываем «иммунитет» к фейкам.*  Поскольку fake news бьют прямой наводкой по пользователям, первый рубеж обороны могут составить только сами читатели. Прежде всего, они должны определять фейковые новости по следующим признакам:   1. **Гиперболизированные и кликбейтные заголовки.** Заголовки новостей коротко описывают суть произошедшего. В противном случае лучше новость проигнорировать. 2. **Подозрительные домены или искажённые названия сайтов популярных медиа, похожие на настоящие**. Забейте в поисковик название интересующего вас СМИ — на первых позициях в выдаче будут оригиналы. Сравните их интернет-адресом подозрительного источника. 3. **Большое количество ошибок или опечаток в тексте новости**. Попробуйте найти на сайтах известных вам СМИ эту же историю, но в более развёрнутом виде. Если поиски не увенчаются успехом, то, скорее всего, перед вами автоматически сгенерированный контент. 4. **Поддельные фото или коллажи.** Попробуйте сохранить подозрительное фото и поискать его копии через фотопоисковики (Google, TinEyE и т.п.). Если копий нет в авторитетных источниках, то скорее всего перед вами фотошоп. 5. **Отсутствие отметок о времени публикации новости**. Даты публикации скрывается для того, чтобы максимально продлить «жизнь» фейковой новости. Такое сообщение будет казаться актуальным сколь угодно долго, пока не будет явно противоречить действительности. Забейте заголовок подозрительной новости и попробуйте поискать его, используя фильтры времени. Скажем, укажите прошлый год или прошлый месяц. Если вы найдёте аналогичную новость в архивах, то скорее всего это фейк. 6. **Отсутствие указания автора и источника**. Многие фейки генерируются автоматизировано, поэтому никаких упоминаний ни автора, ни источника не остаётся. Тем не менее в последнее время фейковые новости выходят за авторством никому не известных журналистов — скорее всего их имена также случайны, и за ними не стоят реальные люди.  Попытайтесь найти новость или её авторов в мейнстрим-media. Прежде всего — в информационных агентствах.   Если же источники указаны, то попробуйте изучить их. Зачастую под видом копий, действующих официальных информационных ресурсов, совершают попытки скрыть реальные источники информации или их отсутствие. |
| **Слайд 9** | Соцсети давно превратились из средства общения в универсальный способ найти информацию о человеке, узнать его интересы, слабости и предпочтения. И этими данными пользуются не только специалисты по продажам, но и работодатели — они просматривают странички потенциальных специалистов.  На сегодняшний день доступ к социальным сетям есть почти у 96% населения нашей планеты. По количеству пользователей на первом месте Facebook – около 1,5 миллиарда. Ученые подсчитали, что минимальное время пребывание пользователя в социальной сети равно 3 часам, при этом он посещает свой аккаунт минимум два раза в день.  ***Какие плюсы соц. Сетей мы знаем?***   * Социальные сети предоставляют возможность общаться коллегам по работе, родственникам и друзьям, живущим в разных городах и странах, а также заводить новые знакомства. * Социальные сети можно использовать как инструмент для саморазвития. Здесь можно смотреть познавательные фильмы, слушать хорошую музыку, читать интересные книги, изучать иностранные языки. В социальных сетях созданы группы по интересам, в которых можно найти интересующую вас информацию, например, видео с занятиями по фитнесу или же с уроками игры на гитаре. * Наряду с этим, социальные сети могут помочь во время учебного процесса. С их помощью можно обмениваться конспектами лекций, заданиями по лабораторным работам и другой полезной информацией. Также есть возможность вступить в сообщество определенной тематики и детально изучить вопросы по истории или же подтянуть знания по иностранному языку. Для этого в соцсетях есть ссылки на необходимую литературу, фото- и видеоматериалы, можно обсудить проблемные вопросы с другими членами группы. * Социальные сети – это площадка для развития бизнеса. Здесь можно прорекламировать свой интернет-магазин, студию веб-дизайна или рок-школу. Реклама может быть направлена на целевую аудиторию и о вашем бизнесе узнают люди, которых могли бы заинтересовать предоставляемые вами продукция или услуги. Можно отыскать здесь новых клиентов, приумножить лояльность постоянных покупателей. * Социальные сети предоставили возможность использовать большое количество информации, развиваться, самосовершенствоваться и зарабатывать. RetsCorp знает как сделать социальные сети прибыльными для любого бизнеса и предоставляет услугу социального маркетинга.   ***Какие есть минусы у социальных сетей?***   * Из-за обилия развлекательной, поверхностной и зачастую ненужной мусорной информации время пребывания в социальной сети значительно увеличивается. Такое времяпрепровождение может отрицательно сказываться на нашем здоровье, т.к. большой объем информации нередко утомляет и нагружает нервную систему. Также может меняться гормональный фон в результате зависимости от интернета. К примеру, в момент проверки социальных сетей сильнее выделяется гормон окситоцин, который ответственный за чувство сопереживания. * Минусом является и то, что человек теряет навык реального общения, т.к. привык к общению в режиме онлайн. Переписываясь в соцсетях, люди часто не соблюдают правила грамматики и пунктуации, используют скудный словарный запас, эмоции заменяются смайликами – все это отрицательно сказывается на общении в реальном мире. * Слив наших персональных данных. Зачастую большинство социальных сетей продают персональные данные пользователей различным коммерческим организация или еще хуже ваша персональная информация может оказаться у интернет-мошенников. * Еще один минус — это ЗАВИСИМОСТЬ от социальных сетей. В нашей стране пользователи социальных сетей преимущественно люди от 12 до 45 лет. Психологи обращают внимание больше на подростков, т.к психика в их возрасте не устойчива, и возникает психологическое заболевание, называемое интернет зависимостью. Это заболевание влияет на успеваемость подростков в школе, а также их мировоззрение. Согласно статистике каждую неделю дети в соцсетях проводят: от 7 до 14 часов – 23%, 14-21 час – 57% и больше 21 часа – 20%. Каждый пятый ребенок один из семи дней недели тратит на социальную сеть.   Интернет зависимость – психологическое расстройство, которое может стать причиной возникновения различных комплексов, например, комплекса неполноценности. Чтобы ребенок не приобрел такого рода отклонения, необходимо следить за тем, как часто он посещает свои страницы в соцсетях, а также за его реакцией на запрет пользоваться интернетом некоторое время. Если подросток отреагирует агрессивно, то необходимо предпринять меры.  Бесспорно, социальные сети влияют на человека. Главное, с умом подходить ко всему: не стоит тратить напрасно свое время, ведь время – это самое ценное, что мы имеем. Необходимо правильно использовать те возможности, которые предоставлены нам интернетом.  Вывод таков — интернет-общение должно дополнять жизнь, а не быть основой всей нашей деятельности! Социальные сети могут принести много пользы. Но злоупотребление общественными сетями может привести к зависимости, потери внимания, трате времени, отчуждению и отупению.  Социальные сети — это и хорошо и плохо. В наших силах брать от них только хорошее и отсеивать плохое. Для того, чтобы социальные сети не нанесли вред здоровью и психике, каждый человек должен регламентировать свое времяпрепровождение в виртуальном пространстве. |
| **Слайд 10** | Нужно помнить, что работая в интернете, мы сами рассказываем о себе. Принято говорить, что мы размещаем личные данные.  Личные данные есть у каждого, они защищаются законом о персональных данных. Однако нужно иметь в виду, что, когда вы публикуете свои данные, вы открываете их для всех и они становятся общедоступными. Тогда закон перестает их защищать.  Ежедневно в «Вконтакте» входит около 47 миллионов человек. Т.е. все 47 млн чел могут увидеть те данные, которые вы опубликовали.  Подумай о том, какие личные данные вы указываете в социальной сети. Рекомендуется использовать ник (псевдоним) или неполное имя. В конце концов, в социальной сети вы общаетесь, в первую очередь, с друзьями и приглашаете их примерно так: «Вась, посмотри, я есть в «Контакте» под именем таким-то». И таким образом, между вами устанавливаются совершенно нормальные связи. А злоумышленникам может быть интересно и то, как вас зовут, какой у вас номер телефона, ваш возраст, адрес, данные о покупках, электронная почта и другие данные.  Нужно помнить, что все, что мы размещаем в интернете – остается там навсегда. Как только вы размещаете фотографию, она сразу копируется для надежности, а вдруг сбой?  Наверное, вы сталкивались с тем, что страница недоступна и вам предлагают открыть ее сохраненную копию? Вот так же вашу фотографию, даже удаленную, можно найти в сохраненных копиях.  Существуют специальные сайты, которые хранят многие копии страниц. |
| **Слайд**  **11 -12** | Современные интернет-технологии позволяют умным роботам поисковых и социальных сетей собирать и обрабатывать огромное количество информации о пользователях со всего мира. Естественно, эта информация высоко ценится работодателями.  Они знают, что конверсия сообщения, содержание которого затрагивает интересы какой-либо достаточно узкой группы людей, может на 300% превышать тот же показатель для размытого «Зайди туда, не знаю куда, купи то, что тебе не нужно». Именно поэтому владельцы социальных сетей, зная это, косвенно продают такую информацию через рекламу.  Допустим, у Вас есть интернет-магазин лыж, и Вы очень хотите продать лыжи в зимний сезон по высокой цене. Социальные сети позволяют найти покупателей автоматически, используя данные о возрасте, роде занятий и увлечениях целевой аудитории. В результате Вы точно попадаете в цель, продажи растут, а клиенты остаются довольны предложением, которое пришлось к месту.  Это и есть принцип таргетированной рекламы в социальных сетях — выделить свою целевую аудиторию и построить рекламное объявление таким образом, чтобы ее заинтересовать.  Таргетированная реклама представляет собой один из эффективных методов продвижения в интернете. Он помогает показывать объявления целевой аудитории с определенными параметрами на сайтах, в соцсетях или приложениях. Предварительно нужно определить параметры, соответствующие характеристикам клиентов. К ним относят половую принадлежность, возраст, место жительства и другие особенности.  Таргетинговая реклама представляет собой разные виды объявлений, которые преимущественно размещают в социальных сетях. Она может выглядеть по-разному и быть представлена в виде текстовых сообщений, видео или фото.  Отличительная особенность таргетированной рекламы — это показ определенным пользователям, которые соответствуют заданным параметрам. К ним относят половую принадлежность, возрастную категорию, интересы.  ***Обратите внимание!*** С помощью этого вида воздействия удается побудить человека перейти по ссылке на сайте, оставить информацию о себе или совершить покупку. |
| **Слайд 13** | Попробуем разобраться, с кем мы общаемся в интернете. Обычно, когда задаешь такой вопрос, обычно отвечают: «одноклассники», «друзья по интернету», «родственники из других городов».  Многие общаются по интересам: познакомились в путешествии, в лагере летом, на отдыхе и т.д. Спортсмены общаются с теми, с кем встречаются на соревнованиях, музыканты – с кем пересекаются на концертах. Таким образом, формируется тот круг общения, который нам интересен.  Тем не менее, очень часто нам приходится сталкиваться в интернете с теми, кого мы не знаем. Они напрашиваются к нам в друзья по разным причинам. Возможно, это люди, которые просто хотят погрубить незнакомому человеку, скрываясь за мифической анонимностью. Таких людей принято называть интернет-хамами или троллями. Незнакомцы в Сети могут быть просто любопытными, а могут представлять какую-то опасность*.*  Отдельная категория – это попрошайки. Они могут попросить деньги, какую-либо помощь, попросить купить собачку или оказать приюту животных содействие. Как правило, к сожалению, за такими просьбами скрываются корыстные мотивы.  В отдельную категорию можно выделить «излишне любопытных». Это люди, которые задают вопросы, которые вроде бы напрямую не связаны с нашим общением. К примеру, зачем человеку, который представился твоим одноклассником, узнавать девичью фамилию матери, кличку домашнего животного, номер папиного автомобиля? Можно предположить, с большой вероятностью, что эти данные он будет использовать для взлома твоего пароля или пароля твоих родителей. Поэтому любые вопросы, которые становятся навязчивыми, излишне глубокими, с людьми, которые задают такие вопросы и проявляют излишний интерес к тебе и твоей семье, нужно обращаться очень осторожно.  Есть люди, которые просто плохо воспитаны, и есть люди, которые таким образом собирают данные и становятся настоящими преступниками.  Поэтому хотелось бы напомнить два простых правила.  Первое: **С незнакомцем в Сети нужно вести себя примерно так же, как с незнакомцем на улице**.  Если незнакомы человек на улице подойдет к тебе и спросит сколько тебе лет, где ты живешь, какой у тебя телефон, где работает твоя мама, то скорее всего, ты ничего ему не ответишь и убежишь. В интернете действует примерно то же самое правило.  Можно привести хороший пример из фильма «Один дома». Продавщица в магазине из лучших побуждений спрашивает мальчика: «А где ты живешь, а где твои родители?» На что главный герой отвечает: «Вы же понимаете, что я Вам этого не скажу, меня учили не разговаривать с незнакомыми тетями». Вот хороший, наглядный пример, показывающий, как нужно себя вести.  Многие незнакомцы в интернете рано или поздно предлагают встретиться. Тут следует быть очень осторожными. Как минимум, о таком предложении надо сообщить родителям. Ни в коем случае не ходить самостоятельно на такие встречи.  Поэтому второе правило: **Прежде чем встретиться с виртуальным другом - посоветуйся с родителями!** |
| **Слайды**  **14 - 17** | Каждый, кто заходит в интернет, оставляет там цифровой след или, как сейчас принято говорить, свой цифровой портрет. Прежде всего, туда относятся, комментарии, личные данные, фотографии, контакты и все, что вы рассказываете о самом себе: что вы купили, где вы были, где вы учитесь и т.д.  ***Обратите внимание:*** все, что выложили в интернет, могут увидеть все пользователи интернета. Хорошо, если это будут одноклассники, родители, учителя. Но в будущем ваш цифровой портрет, и не только в социальных сетях, будет интересовать, например, преподавателей ВУЗа - когда будете поступать, работодателя - когда будете устраиваться на работу. И, в конце концов, в будущем вы когда-нибудь станете родителями, у вас появятся собственные дети, и тогда они могут прийти к вам и сказать: «Папа, мама, я увидел фотографию, как вы учились, что в школе делали!». Перед тем, как выложить что-то в интернет, подумай, что вам скажут ваши дети, когда это увидят, и что вы будете при этом чувствовать.  ***Есть два простых правила, которых мы должны руководствоваться, когда пользуемся интернетом:***   1. «Все, что попадает в Сеть, остается там навсегда». 2. «Действуй сегодня так, чтобы завтра тебе не стало стыдно!»   ***Важно также знать!***  Все что, мы размещаем в интернете (фото, видео, личные данные, посты-публикации, дом, покупки, друзья, родители и много другое) – это наши свами слабости.  Сегодня вербовщики используют цифровой портрет для того, чтобы выявить наши слабые стороны.  (Смотрите далее видео на **слайде 12**)  ***Давайте поговорим об «Ответственности в Сети интернет».***  В интернете, как и в реальной жизни существуют законы Российской Федерации и за противоправные действия пользователем можно получить **реальный уголовный срок**.  (Смотрим анимационный видеоролик на **слайде 14)**  За совершение преступлений и административных правонарушений, в том числе в сети «Интернет», граждане подлежат привлечению к уголовной и административной ответственности.  В соответствии со статьей 14 УК РФ преступление – виновно совершенное общественно опасное деяние, запрещенное УК РФ под угрозой наказания.  **УК РФ предусматривает ответственность за преступления, совершаемые в том числе с использованием сети «Интернет»:**  *(Самые распространенные выделены жирным шрифтом)*  ***- доведение до самоубийства (статья 110);***  **-** склонение к совершению самоубийства или содействие совершению самоубийства (статья 110.1);  **-** организация деятельности, направленной на побуждение к совершению самоубийства (статья 110.2);  **-** вовлечение несовершеннолетнего в совершение действий, представляющих опасность для жизни несовершеннолетнего (статья 151.2);  **-** незаконные организация и проведение азартных игр (171.2);  **-** манипулирование рынком (статья 185.3);  ***- публичные призывы к осуществлению террористической деятельности, публичное оправдание терроризма или пропаганда терроризма (статья 205.2);***  ***- незаконные производство, сбыт или пересылка наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов, а также незаконные сбыт или пересылка растений, содержащих наркотические средства или психотропные вещества, либо их частей, содержащих наркотические средства или психотропные вещества (статья 228.1);***  **-** обращение фальсифицированных, недоброкачественных и незарегистрированных лекарственных средств, медицинских изделий и оборот фальсифицированных биологически активных добавок (статья 238.1);  **-** незаконные изготовление и оборот порнографических материалов или предметов (статья 242);  **-** изготовление и оборот материалов или предметов с порнографическими изображениями несовершеннолетних (статья 242.1);  **-** использование несовершеннолетнего в целях изготовления порнографических материалов или предметов (статья 242.2);  **-** жестокое обращение с животными (статья 245);  **-** незаконные добыча и оборот особо ценных диких животных и водных биологических ресурсов, принадлежащих к видам, занесенным в Красную книгу Российской Федерации и (или) охраняемым международными договорами Российской Федерации (статья 258.1);  ***- публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности (статья 280);***  **-** публичные призывы к осуществлению действий, направленных на нарушение территориальной целостности Российской Федерации (статья 280.1);  **-** возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства (статья 282).  ***Так, в соответствии с частью 2 статьи 205.2 УК РФ публичные призывы к осуществлению террористической деятельности, публичное оправдание терроризма или пропаганда терроризма, совершенные с использованием средств массовой информации либо электронных или информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», наказываются штрафом в размере от трехсот тысяч до одного миллиона рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от трех до пяти лет либо лишением свободы на срок от пяти до семи лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до пяти лет.***  ***Согласно пункту «б» части 2 статьи 228.1 УК РФ сбыт наркотических средств, психотропных веществ или их аналогов, совершенный с использованием средств массовой информации либо электронных или информационно-телекоммуникационных сетей (включая сеть «Интернет»), наказывается лишением свободы на срок от пяти до двенадцати лет со штрафом в размере до пятисот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до трех лет либо без такового и с ограничением свободы на срок до одного года либо без такового.***  В соответствии с пунктом «г» части 2 статьи 242.2 УК РФ фото-, кино- или видеосъемка несовершеннолетнего в целях изготовления и (или) распространения порнографических материалов или предметов либо привлечение несовершеннолетнего в качестве исполнителя для участия в зрелищном мероприятии порнографического характера, совершенные лицом, достигшим восемнадцатилетнего возраста, с использованием информационно-телекоммуникационных сетей (включая сеть «Интернет»), наказываются лишением свободы на срок от восьми до пятнадцати лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до двадцати лет либо без такового и с ограничением свободы на срок до двух лет либо без такового.  **Административная ответственность** за совершение правонарушений, в том числе с использованием сети «Интернет», предусмотрена Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).  В соответствии со статьей 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.  КоАП РФ предусмотрена ответственность за такие правонарушения, совершаемые в том числе с использованием сети «Интернет»:  **-** размещение в информационной продукции для детей, включая информационную продукцию, размещаемую в информационно-телекоммуникационных сетях (в том числе в сети «Интернет»), объявления о привлечении детей к участию в создании информационной продукции, причиняющей вред их здоровью и (или) развитию. Влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до полутора тысяч рублей; на должностных лиц - от двух тысяч до трех тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до тридцати тысяч рублей (часть 3 статьи 6.17);  **-** пропаганда нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних, выразившаяся в распространении информации, направленной на формирование у несовершеннолетних нетрадиционных сексуальных установок, привлекательности нетрадиционных сексуальных отношений, искаженного представления о социальной равноценности традиционных и нетрадиционных сексуальных отношений, либо навязывание информации о нетрадиционных сексуальных отношениях, вызывающей интерес к таким отношениям, совершенные с применением средств массовой информации и (или) информационно-телекоммуникационных сетей (в том числе сети «Интернет»), если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния. Влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от пятидесяти тысяч до ста тысяч рублей; на должностных лиц - от ста тысяч до двухсот тысяч рублей; на юридических лиц - одного миллиона рублей либо административное приостановление деятельности на срок до девяноста суток (часть 2 статьи 6.21);  **-** реализация фальсифицированных, контрафактных, недоброкачественных или незарегистрированных лекарственных средств или фальсифицированных биологически активных добавок либо реализация фальсифицированных, контрафактных или недоброкачественных медицинских изделий, совершенные с использованием средств массовой информации или информационно-телекоммуникационных сетей, в том числе сети «Интернет», если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния. Влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от семидесяти пяти тысяч до двухсот тысяч рублей; на должностных лиц - от ста пятидесяти тысяч до шестисот тысяч рублей; на индивидуальных предпринимателей - от ста пятидесяти тысяч до шестисот тысяч рублей или административное приостановление деятельности на срок до девяноста суток; на юридических лиц - от двух миллионов до шести миллионов рублей или административное приостановление деятельности на срок до девяноста суток (часть 3 статьи 6.33);  **-** включение недостоверных сведений о санитарном и лесопатологическом состоянии лесов в акт лесопатологического обследования либо размещение на официальном сайте органа государственной власти или органа местного самоуправления в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» утвержденного акта лесопатологического обследования, содержащего недостоверные сведения о санитарном и лесопатологическом состоянии лесов. Влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от пяти тысяч до двадцати тысяч рублей (часть 2 статьи 8.5.2);  **-** публичное распространение выражающих явное неуважение к обществу сведений о днях воинской славы и памятных датах России, связанных с защитой Отечества, либо публичное осквернение символов воинской славы России, в том числе совершенные с применением средств массовой информации и (или) информационно-телекоммуникационных сетей (в том числе сети «Интернет»). Влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от четырехсот тысяч до одного миллиона рублей (часть 4 статьи 13.15);  **-** неисполнение оператором связи, оказывающим услуги по предоставлению доступа к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», обязанности по ограничению или возобновлению доступа к информации, доступ к которой должен быть ограничен или возобновлен на основании сведений, полученных от федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, - от десяти тысяч до тридцати тысяч рублей; на юридических лиц - от пятидесяти тысяч до ста тысяч рублей (статья 13.34);  **-** организация и (или) проведение азартных игр с использованием игрового оборудования вне игорной зоны, либо без полученной в установленном порядке лицензии на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах вне игорной зоны, либо без полученного в установленном порядке разрешения на осуществление деятельности по организации и проведению азартных игр в игорной зоне, либо с использованием информационно-телекоммуникационных сетей (в том числе сети «Интернет») или средств связи (в том числе подвижной связи), за исключением случаев приема интерактивных ставок организаторами азартных игр в букмекерских конторах и (или) тотализаторах. Влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от восьмисот тысяч до одного миллиона пятисот тысяч рублей с конфискацией игрового оборудования (часть 1 статьи 14.1.1);  **-** распространение в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети «Интернет», информации, выражающей в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, Конституции Российской Федерации или органам, осуществляющим государственную власть в Российской Федерации, за исключением случаев, предусмотренных статьей 20.3.1 КоАП РФ, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния. Влечет наложение административного штрафа в размере от тридцати тысяч до ста тысяч рублей (часть 3 статьи 20.1);  **-** действия, направленные на возбуждение ненависти либо вражды, а также на унижение достоинства человека либо группы лиц по признакам пола, расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе, совершенные публично, в том числе с использованием средств массовой информации либо информационно-телекоммуникационных сетей, включая сеть «Интернет», если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния. Влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей, или обязательные работы на срок до ста часов, или административный арест на срок до пятнадцати суток; на юридических лиц - от двухсот пятидесяти тысяч до пятисот тысяч рублей (статья 20.3.1). |
| **Слайд 17** | ***Не нужно делать в интернете ничего, что бы вы не стали бы делать в физическом мире. Разница между виртуальной и реальной действительностью минимальна.***  Что касается родительского поведения, то в Сети оно тоже не должно отличаться от поведения «в офлайне». От ребенка нельзя добиться повиновения путем запретов и жесткого контроля. Однако и ощущения вседозволенности в интернете тоже быть не должно. Вместе учитесь вести безопасный образ жизни, как реальной, так и виртуальной.  Что касается рекомендации детям?  Не сидите долго за компьютером! Читайте книги, гуляйте с родителями и играйте с друзьями на улице, а не за компьютером.  **Спасибо за внимание!** |