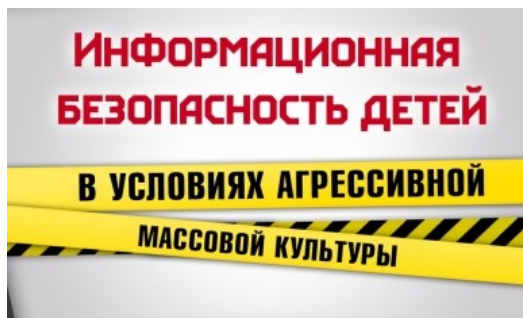


Мультимедиа

Прежде всего, следует сказать, что тема информационной безопасности детей в современном мире неразрывно связана с темой воспитания и формирования мировоззрения человека. Воспитание – это комплексный процесс и на него влияет множество факторов, основные из которых отражены на слайде: семья, школа, круг общения и так далее. В данной лекции мы сосредоточим своё внимание на той сфере, которая получила своё активное развитие в конце 20-го, начале 21-го века, особенно с появлением интернета, её влияние постепенно выходит на первый план, так как дети и взрослые всё больше времени проводят перед включёнными экранами телевизоров, мониторов и телефонов. Речь идет о современном медиaproстранстве.



О технологии популяризации подобного аморального контента в рамках проекта «Научи хорошему» был создан отдельный видеоролик – «Шоу Вечерний Ургант: Технология рекламы грязи». Ролик находится в свободном доступе на официальном сайте проекта «Научи хорошему» и на канале YouTube. Добавим, что легализация таких рэперов на главном телеканале страны – это финальная стадия их раскрутки. Перед этим их активно продвигают через соцсети и блогосферу, поэтому к моменту их попадания на ТВ, большинство подростков этих исполнителей уже хорошо знает.

Теперь вернёмся снова к общей картине, к тому – какие информационные потоки влияют на детей. На слайде показаны основные составляющие современного медиaproстранства: телевидение, кинематограф, музыкальная индустрия, компьютерные игры и Интернет. Именно через эти потоки сегодня реализуется большинство информационных угроз. И самое опасное заключается в том, что общество по большей части не осознаёт деструктивного влияния массовой культуры на подрастающее поколение и потому не может ему противодействовать. Мы коротко затронули тему музыки, теперь давайте обратим внимание на телевидение.

Деятельность проекта «Научи хорошему» началась с оценки именно телевизионного контента. Во многом стимулом послужили события на Украине и в Крыму. Все, наверное, помнят, как в период 2013-2014 годов обострилась сфера информационного противоборства и всевозможной пропаганды, особенно в этом

усердствовало российское и украинское телевидение. При этом те граждане, которым были доступны оба информационных потока, могли сравнить и почувствовать, насколько разную картину происходящих событий показывали журналисты украинских и российских СМИ, и как по-разному начинали вести себя люди, подверженные этому влиянию. Это стало наглядным примером силы информационной войны.

Во всём этом процессе был один очень любопытный момент. Если в сфере политики и истории российские и украинские каналы транслировали и продолжают транслировать практически противоположные взгляды на происходящие события, как на Украине, так и в целом в мире, то в аспекте всего, что называется «развлекательный контент», их сетка вещания, по сути, идентичная. Одни и те же ток-шоу такие, как «Пусть говорят», «Давай поженимся», «Камеди Клуб» и другие. Одни и те же сериалы про Физрука, Букиных или Ворониных. Одни и те же фильмы в кинотеатрах. Это касается не только Украины и России, но и всего западного мира, частью которого сейчас вольно или невольно являются наши страны. Какие бы ни были политические и идеологические разногласия между странами, доминирующие телевизионные, музыкальные и кино-форматы везде практически одинаковы.

Напрашивается вопрос: неужели влияние на аудиторию оказывается только через политические ток-шоу и новостные выпуски? Оказывают ли влияние на общество развлекательные программы? И если влияние через развлекательный контент всё же оказывается, каким образом получается, что противостоящие друг другу верхушки украинских и российских телеканалов абсолютно едины в сфере развлечения зрителей? И что на самом деле скрывается за всем этим «развлечением»?

В поисках ответов на эти вопросы, участники проекта «Научи хорошему» стали системно анализировать весь спектр популярных медиапродуктов. Начали с самого простого – юмористических сериалов и передач телеканала ТНТ, который на сегодняшний день является самым популярным среди молодёжной аудитории. Довольно скоро стало понятно, что вне зависимости от смены сюжетов, актёров и декораций, абсолютно все материалы этого главного молодёжного рупора содержат в себе 3 обязательных составляющих: пошлость, алкоголь и глупость. Вы можете взять любую из сотен серий «Универа», «Физрука» или «Реальных пацанов», и в каждой из них обязательно будет несколько эпизодов с алкоголем, герои обязательно будут обсуждать, кто с кем переспал, при этом скромность и целомудрие будут высмеиваться, а, например, проституция или тематика извращений выставляться в положительном или юмористическом контексте. Если кто-то искренне полагает, что подобная системность подачи информации может быть случайной, то задумайтесь над тем, каким образом

можно было бы организовать пропаганду всех этих низких вещей на телевидении. Поверьте, сделать это эффективнее, чем делает ТНТ, было бы сложно. Поэтому стоит отдать им должное, они действительно настоящие профессионалы своего дела.

Но и у них бывают проколы. Например, один из популярных актёров сериала «СашаТаня» со скандалом покинул проект, отказавшись пропагандировать алкоголизм и лень.

Помимо материалов ТНТ мы параллельно разбирали так называемый «развлекательный контент» других телеканалов, например Первого. И системный анализ показал, что разница с тем же ТНТ есть лишь в форме подачи, но в смысловом ряде идейных разногласий нет.

Довольно любопытно, как технологически всё это сделано. В частности, практически все российские телешоу построены по принципу «Троянского коня». Это значит, что у них есть созидательные оглашаемые цели и деструктивные неоглашаемые. При этом на практике достигаются последние, о чем свидетельствует проведённый анализ.

Для наглядности оценим несколько популярных телешоу. Начнём с передачи «Давай поженимся», которая уже больше 10 лет идёт на Первом канале. Официально это шоу нацелено на улучшение демографической обстановки, повышение количества счастливых семей и снижение разводов. Оно ведь так и называется «Давай поженимся», и люди на него приходят, чтобы создать семью. Но когда мы начинаем оценивать внутренний алгоритм передачи, то видим несколько иную картину. В качестве ведущих поставлены женщины с неустроенной личной жизнью, у которых было несколько мужей, при этом мужья их избивали, спивались, заканчивали суицидом. То есть роль свах и учителей жизни вручена женщинам, которые на собственном примере продемонстрировали свою полную недееспособность в сфере личных взаимоотношений с противоположным полом. Это значит, что всё, что они будут искренне озвучивать на передаче, будет способствовать тому, что в жизни поверивших им телезрителей будут происходить аналогичные несчастья. А говорят они на этих передачах очень много.

Есть и второй аспект. Прийти на центральное телевидение искать себе жену или мужа и раскрывать на всю страну какие-то особенности личной жизни могут либо люди, не совсем адекватные или, как минимум, не чувствующие ненормальности этого действия, либо те, кто просто хочет попиариться любой ценой. В результате и поведение участников телепередачи способствует достижению этих самых неоглашаемых деструктивных целей, а именно:

- **Сокращение количества счастливых семей;**

- **Увеличение количества разводов;**
- **Сокращение населения.**

Заметьте, что абсолютно такие же телепередачи идут и в других странах.

В качестве другого примера рассмотрим телешоу «Пусть говорят» – ещё один долгожитель Первого канала. Передача посвящена разным тематикам, но классическая технология манипуляции следующая. К примеру, обсуждается проблематика ЛГБТ. Понятно, что 99 процентов нашего общества крайне негативно относится к этому явлению, осознавая его опасность и вредоносность. В то же время на передачу «Пусть говорят» для обсуждения данной темы гостей в студии и экспертов пригласят в следующем соотношении: треть участников будут высказываться резко негативно по отношению к представителям ЛГБТ, треть участников будут яро защищать всех извращенцев, призывая к толерантности, уважению прав, гей-парадам и прочим «демократическим шаблонам», и ещё треть будет занимать нейтральную позицию в стиле «надо жить со всеми мирно, они тоже люди». И даже если наш телезритель до недавнего времени обладал стойким негативным восприятием данного явления, то с помощью подобного информационного воздействия он с высокой вероятностью может изменить своё отношение к проблеме.

Есть множество и других методов воздействия. Например, когда в рамках проекта Научи хорошему проанализировали все выпуски за месяц аналогичных телешоу «Мужское/Женское» и «Прямой эфир», то оказалось, что из 20 выпусков 18 были посвящены всевозможному негативу в семейных отношениях: кто-то из родственников кого-то убил, съел, изнасиловал, изменил и так далее. В течение всего времени проведения эфира на экране регулярно всплывает объявление: «Если у вас случилось что-то страшное и шокирующее – звоните нам».

Чтобы понимать, зачем это делается, следует знать о следующем инциденте. В 1972 году в Литовской ССР произошел уникальный случай – молодой парень из националистических убеждений совершил акт самосожжения. Раньше таких инцидентов никогда не происходило, и поэтому случай вызвал закономерный интерес и получил широкую огласку и освещение в местных СМИ. Спустя некоторое время нехарактерные для Литвы случаи самосожжения уже без каких-либо националистических мотивов начали происходить постоянно, один за другим и прекратились, только тогда, когда их перестали освещать в средствах массовой информации. Поэтому, когда в следующий раз увидите, как в студию Первого канала приволокли очередного маньяка или в деталях обсуждают, как кто-то кого-то съел или изнасиловал, то знайте, что благодаря этому выпуску по стране произойдёт ещё десяток подобных случаев.

При этом сами телеведущие в большинстве случаев прекрасно понимают, что они транслируют в общество. Например, ведущий шоу «Мужское/Женское» Александр Гордон в одном из интервью прямо заявляет, что к нему на передачу будут приходить различные «дуры и подлецы», и они с экспертами будут изображать, что решают какие-то проблемы.

На практике обычно можно выделить три уровня того, кто и как видит деятельность ТВ-шоу:

1. Для массовки и толпы зрителей предназначены глянцевики в стиле «мы просто развлекаем» или «мы помогаем людям решать их проблемы», как в случае с такими передачами, как «Пусть говорят». **ОГЛАШАЕМЫЕ ЦЕЛИ**

2. Среднее звено исполнителей, непосредственно создающие телепередачу: сценаристы, редакторы, костюмеры, операторы. Они ориентированы на погоню за рейтингами, показатели которых напрямую отражаются на их зарплате. О влиянии их труда на общество они либо не задумываются, либо глушат свою совесть оправданиями в стиле «людям нравится смотреть эту грязь». О том, как выстроен механизм рейтингов, они, естественно, не знают, или знают на уровне толпы, верящей в объективность так называемых «пиппметров». **ОГЛАШАЕМЫЕ ЦЕЛИ + РЕЙТИНГИ + ДЕНЬГИ**

3. А вот верхнее звено исполнителей – ведущие ток-шоу, продюсеры, главные редакторы, владельцы киностудий, телеканалов и так далее, – эти ребята прекрасно осознают все цели, на достижение которых работает создаваемый ими контент: и оглашаемые, и неоглашаемые. Они действуют вполне осознанно, нанося вред обществу и получая за это очень большие зарплаты. **ОГЛАШАЕМЫЕ ЦЕЛИ + НЕОГЛАШАЕМЫЕ ЦЕЛИ + БОЛЬШИЕ ДЕНЬГИ**

Здесь показательно, что погоня за так называемыми рейтингами – это по большей части иллюзия. До 2016 года рейтинги всем российским телеканалам и передачам определяло одно иностранное рейтинговое агентство TNS. Кстати и 90 процентов рекламного бюджета нашего телевидения также обеспечивают иностранные корпорации. Таким образом, основные финансовые рычаги влияния на контент телевидения совершенно открыто до 2016 года находились за границей. Хотя такие гиганты, как Первый канал, дополнительно спонсируются из госбюджета. Достаточно забавно читать новости, когда в одной публикации фрик Алексей Панин рассказывает о том, что за один его визит в шоу «Пусть говорят», ему платят по 400 тысяч рублей, а на следующий день в РБК сообщают, что правительство выделило Первому каналу дополнительных 3 млрд на производство видеопроизводства.

Собственно, усреднённый посыл российского телевидения массовой аудитории, транслируемый через «развлекательный» контент, выглядит следующим образом:

- **Быть вульгарным, развязным, готовым к жизни напоказ – норма.**
- **Эгоистический, «мажорный» образ жизни – норма.**
- **Меркантильность и заикленность на деньгах – норма.**
- **Образ глупой/«роковой», доступной женщины – норма.**
- **Образ гуляки, стремящегося к непостоянным отношениям, – норма.**
- **Пропаганда пошлости, бесстыдства, извращений – норма.**
- **Пропаганда алкоголя и табака – норма.**

Теперь давайте вернёмся к нашему слайду с информационными потоками. Многие дети сегодня не смотрят телевизор и даже отзываются о нём достаточно уничижительно, что весьма обоснованно. Однако причин для радости немного, потому что Интернет, как источник информации, может стать созидательной альтернативой для ребёнка только в том случае, если он обладает развитой волей, сильным характером, хорошими навыками различения и критическим мышлением. Если всего этого нет, неопытного пользователя достаточно легко завести в замкнутый круг, где вращается информация ещё более деструктивного и аморального содержания, чем на телевидении. Именно поэтому основной навык, необходимый для обеспечения информационной безопасности личности в современных условиях, – это умение выявлять деструктивную и созидательную информацию, умение управлять своими информационными потоками. Детей этому, к сожалению, нигде не учат. А без этих знаний и навыков в подавляющем большинстве случаев, ситуация протекает по следующему сценарию.

Ребёнок регистрируется в социальной сети и начинает самостоятельно обучаться использованию этого ресурса. Естественно, его внимание привлекает в первую очередь то, что уже популярно, активно обсуждается и рекламируется. Что же это за сообщества и страницы, которые занимают верхние позиции в соцсетях?

Питерское информационное агентство РИА «Катюша» в 2017 году провело контент-анализ самых крупных пабликов социальной сети ВКонтакте. Было проанализировано 93 группы, у каждой из которых на тот момент было более 3 миллионов подписчиков, регулярно получающих информацию, которая публикуется на этих площадках.

Результаты проведённого исследования представлены на слайде. Сначала я их озвучу, а потом разъясню смысл этих цифр:

Результаты исследования:

- **36% – низкопробный юмор;**
- **19% – познавательная, лёгкая информация обо всём;**
- **14% – лёгкий юмор без пошлости, но тоже недалёкий;**
- **13% – фильмы;**
- **9% – мода, красота, тело;**
- **5% – еда, кулинария;**
- **3% – музыка;**
- **1% – компьютерные игры.**

Самый большой блок звучит не очень страшно, но на самом деле он самый страшный. За формулировкой «низкопробный юмор» под маской юмора скрывается системная пропаганда алкоголя, пошлости, цинизма, свободных отношений. Это самая опасная пропаганда, так как она даже взрослыми обычно не воспринимается критично, а детьми тем более. Далее по списку с заметным отрывом идёт нейтральная информация, после чего на третьем месте снова юмор. Глупый, но уже не такой откровенно деградационный. На четвёртом месте – фильмы. С информацией о влиянии современного кинематографа на общество можно подробно ознакомиться в брошюрах проекта Научи хорошему «По ту сторону экрана» и «Современные телесериалы – промывка мозгов». Брошюры можно свободно скачать в электронном видео на сайте в разделе «Наши книги» или заказать в печатном виде.

На пятом месте – музыка. Преимущественно это композиции в стиле творчества вышеупомянутых исполнителей (Оксиморон, Элджей, Хлеб и т.д.) На шестом месте – мода и красота. Посыл этой тематики обычно тот же, что и у телевизионных передач по типу «На 10 лет моложе» или «Модный приговор». Если коротко, то они продвигают культ внешности, культ тела, доминирование внешней оболочки над содержанием. И замыкает список – сегмент компьютерных игр. К сожалению, большая часть современных игр построена по принципу «убивай-убегай». Игровые корпорации пытаются всячески доказывать, что стрелялки и файтинги якобы полезны, в действительности каждый понимает, что вреда от них гораздо больше. Хотя созидательный потенциал у этой индустрии, безусловно, есть, но сегодня он практически не реализован.

В рамках проекта «Научи хорошему» был выпущен видеобзор «Чему учит сообщество МДК», посвященный анализу содержания одной из известных групп в социальной сети Вконтакте, которая насчитывает более 10 000 000 подписчиков. В нём представлены все публикации этого популярного сообщества за несколько дней – порядка 100 штук. Анализ содержания постов данной страницы показал, какие смыслы под маской юмора они доносят до читателя. Этот ролик также можно найти в Интернете.

Но самое главное на представленном слайде с контент-анализом первой сотни популярных сообществ ВК – не то, что в них есть, а то, чего в этом списке нет. Тематика воспитания, нравственности, порядочности, чести, профессиональной ориентации, реального, а не фантастического героизма, в этом списке просто отсутствует.

В других соцсетях, и в частности на Ютубе, ситуация аналогичная. Это подробно показано в видеоролике «Разрушение сознания на примере популярных блогеров YouTube», в котором проанализировано творчество Ивангая, Саши Спилберг, Марьяны Ро и других популярных блогеров. При этом на многих ресурсах есть такой хитрый механизм, как раздел «Рекомендованное» или «Популярное». Естественно, большинство детей, начинающих использовать эти сервисы, обязательно зайдут именно в этот раздел, просто потому что кнопка постоянно маячит перед глазами, и подпишутся на те каналы, которые уже в тренде.

Всё это, к сожалению, означает то, что если ваш ребёнок в самостоятельном режиме учится пользоваться интернетом, то с вероятностью 95% из Интернета он подчерпнет все самые деструктивные и потребительские модели поведения. А дальше будет следующее.



На представленном вам слайде показана яма, в которой статистически вероятно оказывается большинство подростков. Не потому что они какие-то плохие или слабые, а потому что ребёнок растёт и развивается в обществе, чьи нормы и мораль сформированы под воздействием современной массовой культуры. Под влиянием этой информации очень большая часть современных детей по мере взросления столкнётся и с наркотиками, и с абортами, и с проблемами в личной жизни и ещё много с чем, и они даже не будут знать, кто и как их к этому подвёл. Выбраться из этой «ямы» и вернуться к нормальной жизни получается далеко не у всех.

В целом, современному среднестатистическому подростку сегодня не позавидуешь, потому что в его голове протекают противоположные процессы, которые можно охарактеризовать как двоемыслие или двойные нравственные стандарты, возникающие в ходе взросления. Пока ребёнок маленький, у него в семье формируется созидательная система ценностей, так как подавляющее большинство родителей заботятся о будущем и стараются научить своих детей самому хорошему: прививают им порядочность, честность, трудолюбие, уважение к старшим, любовь к Родине, совесть. И за первые 5-7 лет жизни ребёнок всё это достаточно хорошо усваивает.

Но затем он постепенно начинает выходить в самостоятельную жизнь и всё больше подвергается воздействию массовой культуры (музыки, фильмов, сериалов, шоу, социальных сетей) и ею навязанных стереотипов поведения, которые в совокупности несут абсолютно противоположную систему ценностей. То есть с экранов телевизоров, кинотеатров и мониторов ему начинают объяснять, что главное в жизни – это «успех» и «деньги», и к ним гораздо быстрее можно прийти, если использовать все доступные средства. Можно идти по головам, можно обманывать и хитрить, главное самому не быть «лохом». Ребёнку или уже подростку объясняют, что целомудрие и верность – это уже устаревшие понятия, что надо жить в своё удовольствие, получить богатый сексуальный опыт, нагуляться, попробовать «свободные отношения». «Лайф в кайф!», «Бери от жизни всё!» – вот девизы современной массовой культуры. При этом, алкоголь, табак и другие наркотики изображаются как неперенные атрибуты взрослости и крутости, а на смену любви к Родине и верности Отечеству приходят космополитические взгляды, согласно которым жить надо там, где сытно и тепло.

И эта новая система ценностей подаётся не в виде нотаций или нравоучений, а в фоновом режиме, как нечто само собой разумеющееся и свойственное всему обществу, которое, вроде как, именно так и живёт. К примеру, смотрит подросток на YouTube ролики Ивангая, в которых тот только и делает, что кривляется, совершает глупости, дурачится, ведёт себя неадекватно. И вместе с глупым юмором получает послыл: «чтобы быть успешным, богатым и популярным не нужно работать над собой и трудиться – нужно просто изображать из себя идиота».

В результате такой подросток, у которого на уровне подсознания и мировоззрения сформированы две противоположные системы ценностей, начинает вести себя в стиле «семь пятниц на неделе», совершая противоречивые действия. При этом он сам не осознаёт причин своего поведения и не понимает, почему ему в понедельник хочется одно, во вторник – второе, а в среду – у него наступает депрессия, и он вообще не знает, чего хочет.

Несмотря на всё вышеизложенное, это не повод падать духом или опускать руки. Наоборот, предупреждён – значит, вооружён! Видя достаточно целостную картину того, в какой ситуации находится общество, осознав, в какой ловушке находятся дети, можно гораздо эффективнее действовать. Потому что в информационных войнах побеждает не тот, у кого больше орудий (а на этом фронте созидательные, патриотические, семейно ориентированные силы сегодня явно проигрывают), а тот, кто лучше интеллектуально и нравственно вооружён, кто больше всего знает и, в конце концов, тот, на чьей стороне правда. Поэтому давайте теперь постараемся ответить на вопрос «что делать?» всем вместе и каждому по отдельности.

И здесь необходимо выделить 3 главных момента:

- **Самообразование**
- **Системность**
- **Деятельность**

Раскроем эти понятия:

На первом месте по значимости стоит самообразование. Хотите вы того или нет, но от подавляющего большинства угроз защитить вас и ваших детей могут только знания. В сфере информационного противоборства и деструктивной пропаганды есть одно важное правило: любая манипуляция эффективна только до тех пор, пока объект воздействия не осознаёт влияния, которое на него оказывается. Грубо говоря, как только вы начинаете видеть обман, понимать его внутренний механизм, он перестаёт на вас действовать. И поэтому необходимо научиться выявлять основные информационные угрозы, а затем научить этому своих детей.

На сегодняшний день наработана большая информационная база и даже только материалов проекта «Научи хорошему» на первом этапе будет достаточно, чтобы получить достаточно целостные знания. К тому же все статьи, видеоролики и книги проекта построены на базе единой методологии, поэтому, разбирая конкретные примеры, вы постепенно освоите и методологию, чтобы уметь самостоятельно выявлять любые новые информационные угрозы. Стоит отметить, что изучать все эти вопросы очень интересно, потому что они затрагивают непосредственно каждого, и поэтому процесс не будет скучным и нудным занятием.

Второй момент – системность. Мы все сегодня очень заняты. У каждого много дел и на работе, и по дому, и отдохнуть иногда хочется. Но если вы считаете данную тему важной, надо заставить себя посвятить ей хотя бы час в неделю. Даже если это будет такой небольшой отрезок вашего времени, то за пару месяцев вы сможете сформировать

себе хорошее понимание всех затронутых в данной лекции аспектов. И поверьте, этот час в неделю, в конце концов, сэкономит вам гораздо больше времени, потому что, разобравшись в поднятых вопросах, вы сможете избежать очень много ловушек и ошибок, и в целом более конструктивно выстраивать свою линию поведения.

И третий момент – деятельность. Это самый важный пункт, но возможен только при реализации первых двух. Деятельность может носить разноплановый характер, но суть сводится к тому, что по мере постепенного накопления знаний, вы начнёте видеть и понимать больше чем окружающие, и возникнет естественная потребность поделиться информацией. Форматов этого процесса может быть много, но мы подробно раскроем некоторые коллективные варианты, потому что эффективность от них будет гораздо выше.

Прежде всего, раз в вашем учебном заведении уже есть сформированный родительский комитет, есть внимание к этой проблематике со стороны руководства школы, то лучше всего будет начать организовывать свою деятельность именно здесь.

Направления деятельности в формате родительского комитета:

Надо проводить занятия с детьми, в которых разъяснять в удобной для них форме все те вопросы, которые мы начали обсуждать в данной лекции. И для этого лучше всего использовать материалы следующих проектов:

НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В формате родительского комитета:

1. Уроки трезвости и уроки нравственности на базе материалов проекта **«Общее дело»**: мультфильмы (7+), фильмы (12+)
2. Уроки по кибербезопасности на базе материалов проекта **«Киберстандарт.рф»** (14+)
3. Цикл лекций проекта **«Научи хорошему»** по теме: **«Информационная безопасность личности»** (14+)
4. Уроки нравственности и патриотического воспитания на основе фильмов проекта **«Киноуроки в школах России»**
5. Расширение общественной и образовательной деятельности за пределы своей школы. Участие в родительском движении Севастополя, Крыма, России.

ПРОЕКТ «НАУЧИ ХОРОШЕМУ»

1. Проект «Общее дело». В рамках проекта созданы короткие фильмы и мультфильмы по теме трезвости. К ним выпущены небольшие методички, в которых дана подробная инструкция о том, как провести с детьми уроки трезвости. Обычно такой урок проходит в формате совместного просмотра небольшого фильма или мультфильма (в зависимости от возраста аудитории), и последующего обсуждения вопросов, связанных с просмотренным роликом. Все материалы проекта «Общее дело» одобрены Министерством образования.

Почему мы рекомендуем начать именно с этой темы. Если вы вспомните график, который был показан на слайде с заголовком «Кривая нравственности современной молодёжи», то триггером, дающим старт движению вниз, в своеобразную «яму», для подавляющего большинства детей служит алкоголь, табак и другие наркотики. Поэтому, если вы сумеете донести до своих детей понимание того, что нормой жизни является сознательная трезвость, а это действительно так, то тем самым создадите у детей очень сильный рубеж защиты от всего негативного, с чем они могут столкнуться.

Единственное важное условие – помогать в подготовке к таким занятиям могут, конечно, все, но проводить их должны обязательно люди, которые ведут трезвый образ жизни. Потому что призывать можно только к тому, что ты сам соблюдаешь. Думаю, в вашем коллективе уже сейчас найдутся такие люди, либо со временем появятся, так как тема алкогольного и в целом наркотического программирования – одна из базовых в современной массовой культуре, и, если в ней глубоко разобраться, то всякое желание травить свой организм со временем само исчезает.

2. Социальный проект «Киберстандарт.РФ» и два выпущенных в рамках него фильма из цикла «Территория БезОпасности». Эти фильмы обучают основным навыкам безопасного использования Интернета и взаимодействия с киберсредой. Они предназначены подростковой аудитории, и к ним также есть методические пособия по проведению уроков со школьниками. Фильмы поднимают вопросы формирования ценностей и эталонов поведения молодёжи в условиях информационного общества. Раскрывают понятия киберсреды и принципы воздействия на человека виртуального пространства и информационных технологий, входящих в категорию кибероружие. На базе этих двух фильмов можно также провести по 1-2 занятия со старшеклассниками.