***Ризики, пов’язані з використанням підлітками соціальних ЗМІ***

Використання соціальних ЗМІ створює ризик для підлітків частіше, ніж це уявляють більшість дорослих. Основні ризики можна розділити на такі категорії: «від рівного рівному» (peer-to-peer); небажаний контент; відсутність розуміння онлайн-недоторканності приватного життя; зовнішній вплив сторонніх рекламних груп.

**«Кіберпереслідування» та «онлайн-домагання»**

Кіберпереслідування – зумисне використання цифрових ЗМІ для передачі хибної, непристойної чи несприятливої інформації про іншу людину. Це найбільш поширений онлайн-ризик типу «від рівного рівному» для всіх підлітків.

Хоча «онлайн-домагання» часто використовується нарівні з терміном «кіберпереслідування», це насправді різні речі. Є дані про те, що «онлайн-домагання» трапляється не так часто, як переслідування в реальності, й участь у соціальних мережах не пов’язана для більшості дітей із ризиком «онлайн-домагань». З іншого боку, кіберпереслідування трапляється досить часто, може загрожувати будь-якій молодій особі онлайн і призвести до глибоких психосоціальних наслідків – депресії, неспокою, тяжкої ізоляції і, на жаль, самогубства.

**Секстинг**

Секстинг можна визначити як «передачу, прийом та пересилання сексуальних повідомлень, фотографій або інших зображень за допомогою мобільного телефона, комп’ютера чи інших цифрових пристроїв». Безліч цих зображень швидко розповсюджуються через мобільні телефони або інтернет. Це явище поширене серед підлітків; нещодавнє опитування показало, що 20% підлітків відсилали або розміщували фото чи відео, на яких вони зображені оголеними чи напівоголеними. Декотрі з них опинилися під загрозою звинувачення або ж їх було звинувачено в кримінальному злочині (дитяча порнографія), хоча останнім часом за законодавством деяких штатів таку поведінку характеризують як правопорушення неповнолітніх. Додатковими наслідками є тимчасове припинення відвідування школи винуватцями та емоційні розлади з супутніми психічними захворюваннями у жертв. Але здебільшого секстинг-інцидент не поширюється за межі однієї-двох невеликих груп однолітків і не має серйозних наслідків.

**«Facebook-депресія»**

Дослідники запропонували новий феномен, названий «Facebook-депресія». Він визначається як депресія, що розвивається, коли діти й підлітки витрачають багато часу на відвідування сайтів соціальних ЗМІ, таких як Facebook, а потім починають проявляти класичні симптоми депресії. Можливість бути прийнятими такими ж підлітками, як вони самі, і контактувати з ними є важливим елементом підліткового життя. Надмірна активність в онлайновому світі вважається чинником, який може викликати депресію у деяких підлітків. Як і при депресії, викликаній умовами реального світу, діти й підлітки, що страждають від «Facebook-депресії», піддаються ризику соціальної ізоляції, а іноді звертаються до ризикованих інтернет-сайтів і блогів за «допомогою», що може призвести до зловживання психоактивними речовинами, небезпечного сексу, агресивної або саморуйнівної поведінки.

***Питання конфіденційності та «цифровий відбиток»***

Основними ризиками для дітей і підлітків у мережі сьогодні є: ризик «від кожного для кожного», неналежного використання технологій, недотримання конфіденційності, обмін занадто великою кількістю інформації або розміщення недостовірної інформації про себе або інших. Ці типи поведінки створюють небезпеку для їхнього приватного життя.

Коли інтернет-користувачі відвідують різні веб-сайти, вони можуть залишити певні докази того, які саме сайти вони відвідали. Цей поточний запис усієї веб-активності особи називається «цифровий відбиток». Однією з найсерйозніших загроз для майбутної репутації молодих людей на сайтах соціальних ЗМІ є їхній «цифровий відбиток». Діти й підлітки, яким не вистачає усвідомлення поняття приватного життя, часто надсилають недоречні повідомлення, фото й відео, не розуміючи, що «те, що потрапляє в інтернет, залишається в інтернеті». У результаті майбутній вступ до коледжу чи отримання робочого місця можуть опинитися під загрозою через необдумані й поспішні кліки мишкою. Безладна інтернет-активність також може зробити дітей і підлітків більш легкою мішенню для торговців і шахраїв.

***Вплив реклами на купівлю***

Багато сайтів соціальних ЗМІ перенасичені рекламними банерами, поведінковою рекламою (спрямованою на людей відповідно до їхньої «веб-браузингової поведінки»), рекламою на демографічній основі (спрямованою на людей відповідного віку, статі, освіти, сімейного стану тощо). Це впливає не лише на тенденції купівлі дітьми й підлітками, але й на їхні погляди щодо того, що саме слід вважати нормами. Для батьків особливо важливо бути обізнаними у поведінковій рекламі, тому що вона часто зустрічається на сайтах соціальних ЗМІ і використовується для збору інформації про користувачів сайту з метою впливу на рішення щодо купівлі. Цей потужний вплив розпочинається, щойно діти починають користуватися інтернетом і електронною поштою. На багатьох інтернет-ресурсах тепер забороняють розміщувати оголошення на сайтах, які відвідують діти й підлітки. Важливо інформувати батьків, дітей і підлітків щодо цієї практики, щоб діти ставали грамотними медіа-споживачами і розуміли, яким саме чином реклама може легко маніпулювати ними.

**Тому ,діти,витрачайте свій час на прогулянки на свіжому повітрі та на спілкування з однолітками без мережі інтернет!**