АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ АЛГОРИТМИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ И СПОСОБЫ ЕЕ БЛОКИРОВКИ

TI-201M

STUDENT: VADIM MOKAN

COORDONATOR: ANDREI CORLAT

РЕКЛАМА

- Современные информационные технологии и цифровые устройства
- Демонстрация «полезности» определённых товаров или услуг
- Удобство интернет-услуг
- Цифровая трансформация общества
- Упрощение бытовых процессов

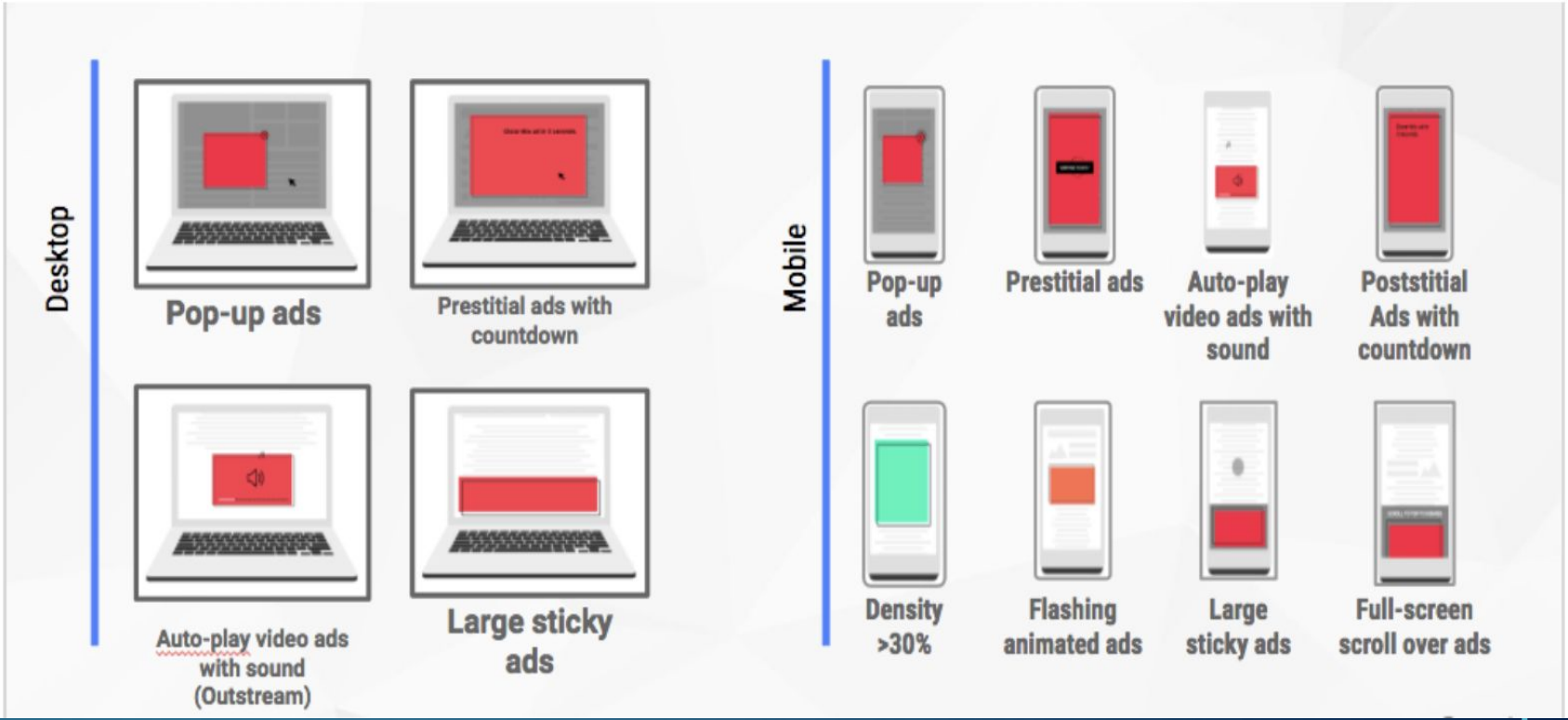
- Сбор данных о пользователе в сети
- Навязывание «полезности» товаров или услуг
- Негативное влияние социальных сетей
- Информационная перегрузка, ограничение мышления
- Поток ненужной, ложной информации
- Виртуальный мир заменяет

ОСНОВНЫЕ ФОРМАТЫ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ

- Медийная реклама
- Текстовая реклама
- Контекстная реклама
- Тизерная реклама
- Промо-сайт
- Спам

РЕКЛАМНЫЕ СТАНДАРТЫ И СОГЛАШЕНИЯ
3 ФАКТОРА ПРИЕМЛЕМОЙ РЕКЛАМЫ

- Размещение
- Различие
- Размер



12 видов рекламы, которые считаются пользователями наименее приемлемыми и с наибольшей вероятностью заставят их использовать блокировщики.

ПРИНЦИП РАБОТЫ «АЛГОРИТМОВ» ПОПУЛЯРНЫХ МЕДИА ИСТОЧНИКОВ

- **Информация о публикации**
- **Информация о человеке, разместившем публикацию**
- **Активность пользователя**
- **История общения пользователя с кем-либо**
- **Интересы, указанные при регистрации**
- **Контакты в телефоне, геолокация для локализации**

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ

+

- Полезна, если качественна
- Рентабельность
- Актуальность предлагаемой услуги/товара
- Наличие обратной связи
- Доступность
- Привлекательность

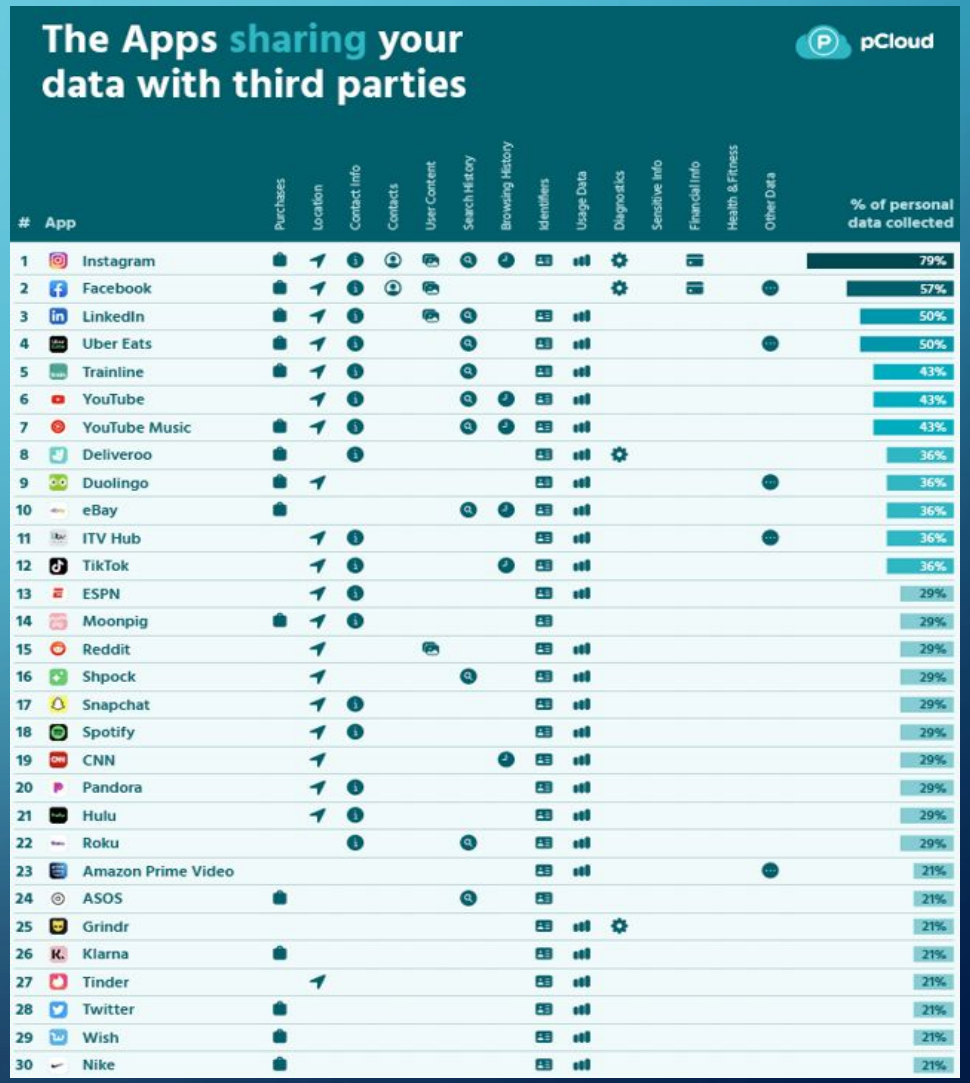
- Не соответствует действительности
- Интуитивно не понятная
- Присутствие технологии контроля активности и отслеживания

СКРЫТЫЙ СБОР ЛИЧНЫХ ДАННЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Люди устанавливают на телефоны множество приложений и дают им разрешение собирать информацию о них самих и их устройствах.

Современные технологии сбора данных:

- **Cookies**
- **Технология fingerprinting**
- **Однопиксельные прозрачные изображения (tracking pixels)**
- **«Биконы» (beacons)**
- **Технология clickstream**
- **Технология распознавания лиц**



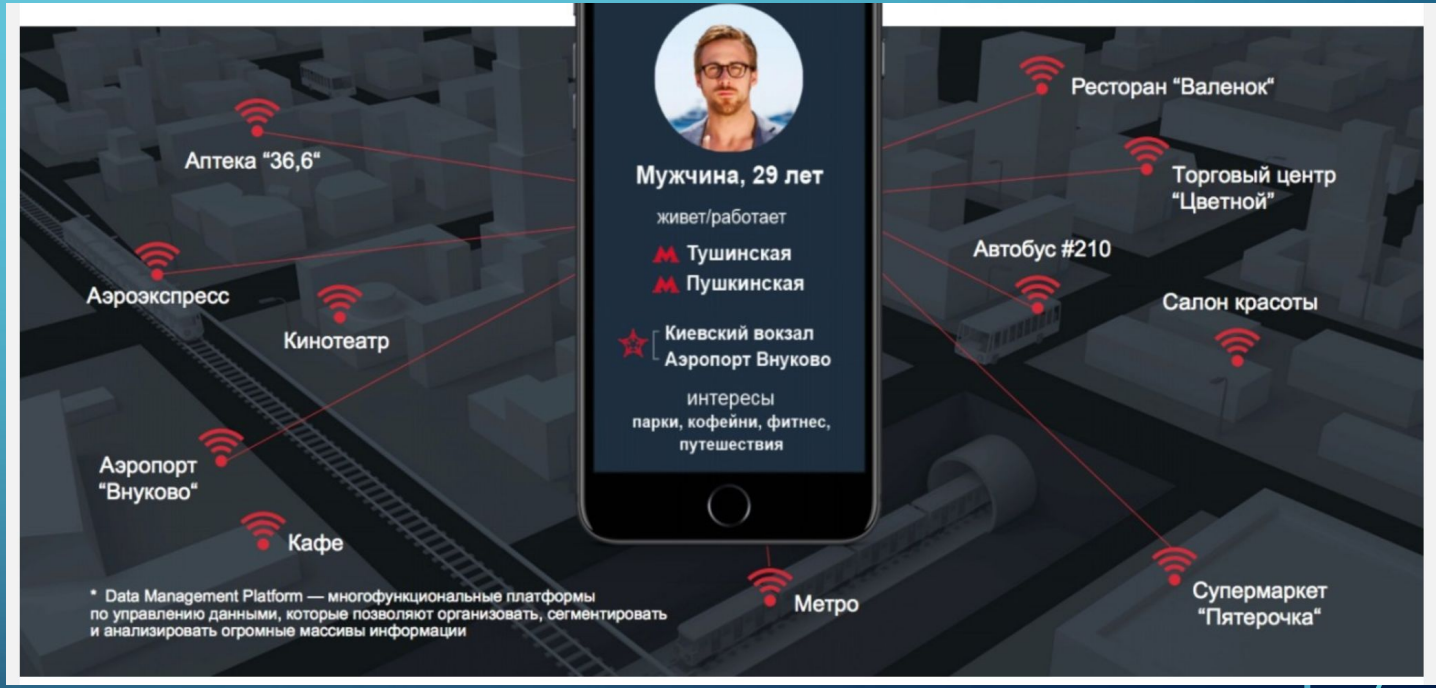
#	App	Purchases	Location	Contact Info	Contacts	User Content	Search History	Browsing History	Identifiers	Usage Data	Diagnostics	Sensitive Info	Financial Info	Health & Fitness	Other Data	% of personal data collected
1	Instagram	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●			79%
2	Facebook	●	●	●	●	●					●		●		●	57%
3	LinkedIn	●	●	●		●	●		●	●						50%
4	Uber Eats	●	●	●			●		●	●					●	50%
5	Trainline	●	●	●			●		●	●						43%
6	YouTube		●	●			●	●	●	●						43%
7	YouTube Music	●	●	●			●	●	●	●						43%
8	Deliveroo	●		●					●	●	●					36%
9	Duolingo	●	●						●	●					●	36%
10	eBay	●					●	●	●	●						36%
11	ITV Hub		●	●					●	●					●	36%
12	TikTok		●	●				●	●	●						36%
13	ESPN		●	●					●	●						29%
14	Moonpig	●	●	●					●							29%
15	Reddit		●			●			●	●						29%
16	Shpock		●				●		●	●						29%
17	Snapchat		●	●					●	●						29%
18	Spotify		●	●					●	●						29%
19	CNN		●					●	●	●						29%
20	Pandora		●	●					●	●						29%
21	Hulu		●	●					●	●						29%
22	Roku			●			●		●	●						29%
23	Amazon Prime Video								●	●					●	21%
24	ASOS	●					●		●							21%
25	Grindr								●	●	●					21%
26	Klarna	●							●	●						21%
27	Tinder		●						●	●						21%
28	Twitter	●							●	●						21%
29	Wish	●							●	●						21%
30	Nike	●							●	●						21%

ЗАБЛУЖДЕНИЯ О ТОМ, ЧТО СЛЕЖКА ЗА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ НЕВОЗМОЖНА

- Бытует мнение о том, что не зря во всех цифровых устройствах тем или иным образом запрашивается доступ на использование личных данных пользователя или доступ на использование вспомогательных средств, которые могут помочь достать данные пользователя, ведь по мнению многих людей можно просто запретить доступ к ним, но это далеко не так;

ЗАБЛУЖДЕНИЯ О ТОМ, ЧТО СЛЕЖКА ЗА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ НЕВОЗМОЖНА

- Даже если пользователь отключил геолокацию на смартфоне, о его перемещениях можно судить по поисковым запросам или благодаря подключению к Wi-Fi-сетям различных заведений, вокзалов, транспортных сетей.
- Например, бесплатный Wi-Fi в московском метро, автобусах и электричках сейчас обеспечивает компания «МаксимаТелеком», которая не ограничивается транспортом, а подключает и другие общественные заведения. У нее стоят «маячки», которые помечают пользователей — beacons — в торговых центрах, магазинах и других местах массового пользования.
- В результате «МаксимаТелеком» предлагает рекламодателям для таргетинга профили москвичей, пример которого показан на рисунке, о которых известно, где они живут и работают, по какому расписанию ходят в офис, как часто закупаются в аптеках и посещают рестораны.

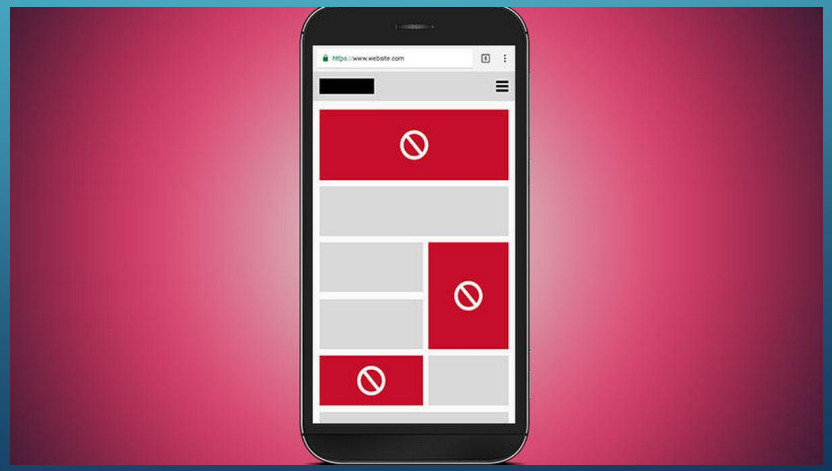


ВЛИЯНИЕ КОНТЕНТА В СЕТИ НА ЖИЗНЬ ЧЕЛОВЕКА: УДОБСТВО ИЛИ ОПАСНОСТЬ ?

- Так как люди проводят больше времени, смотря в экран и погружаясь в информационное пространство, встает вопрос, что происходит с мозгом, когда человек печатает и прокручивает страницы на смартфоне? Как устроены приложения, игры и социальные сети, чем они цепляют внимание пользователей? Как технологии влияют на внимание, сон и привычки? Что отличает здоровое использование технологий от зависимости?

ТЕХНИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ БЛОКИРОВКИ РЕКЛАМЫ

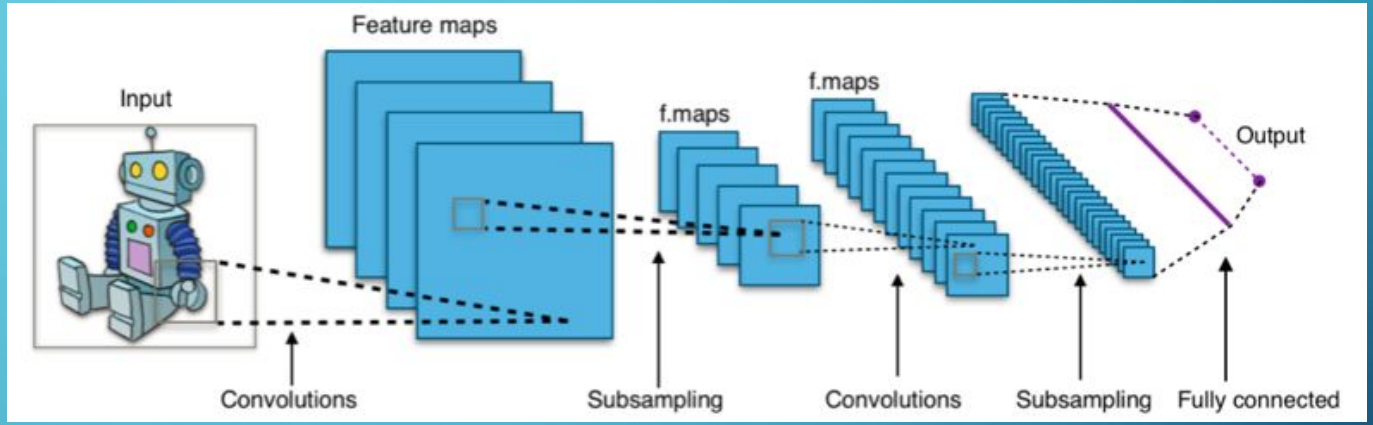
Технология Adblock (блокировка рекламы) работает на основе обычных списков, называемых списками фильтров, которые определяют, какое содержимое блокировать или скрывать, а какое разрешить к показу на посещаемых страницах. Эти списки представляют собой простой перечень URL-адресов, которые относятся либо к списку разрешенных для загрузки, либо к списку заблокированных.

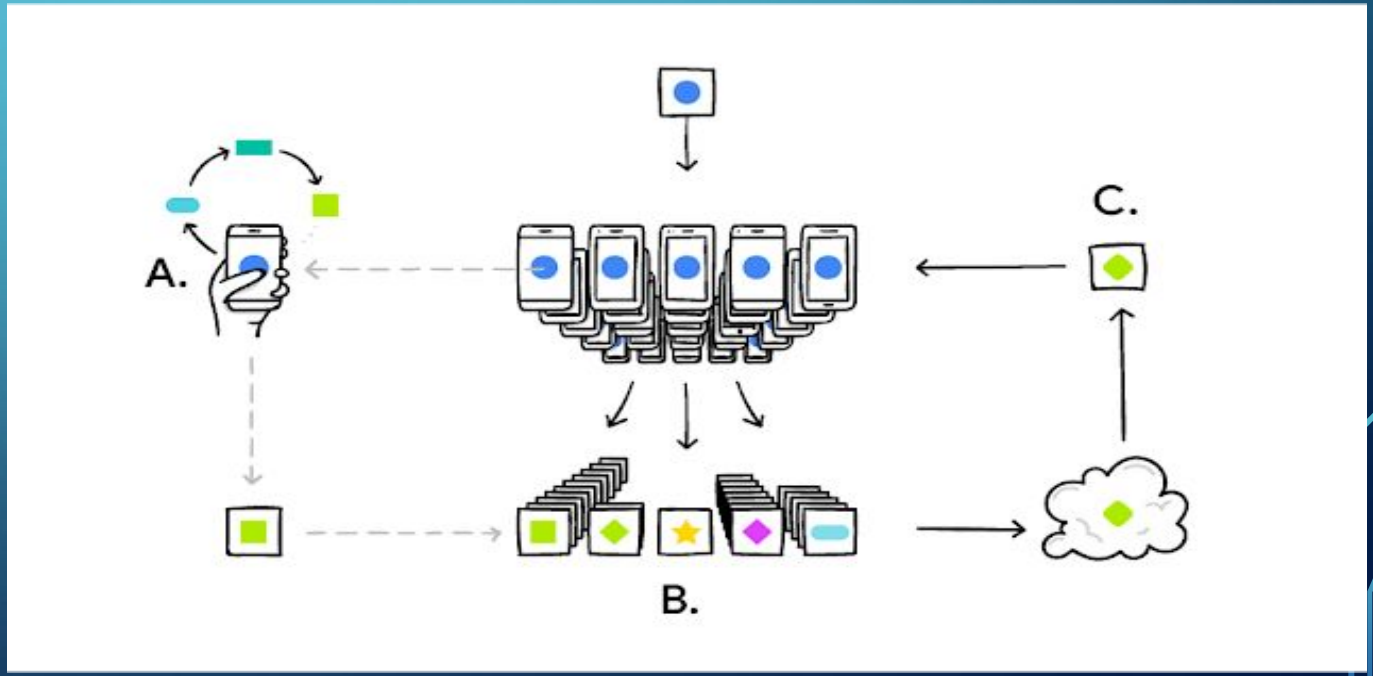


ТЕХНИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ БЛОКИРОВКИ РЕКЛАМЫ

Блокировка рекламы с помощью нейросетей:

- Технология «компьютерное зрение»
- Свёрточные нейросети
- Федеративное машинное обучение





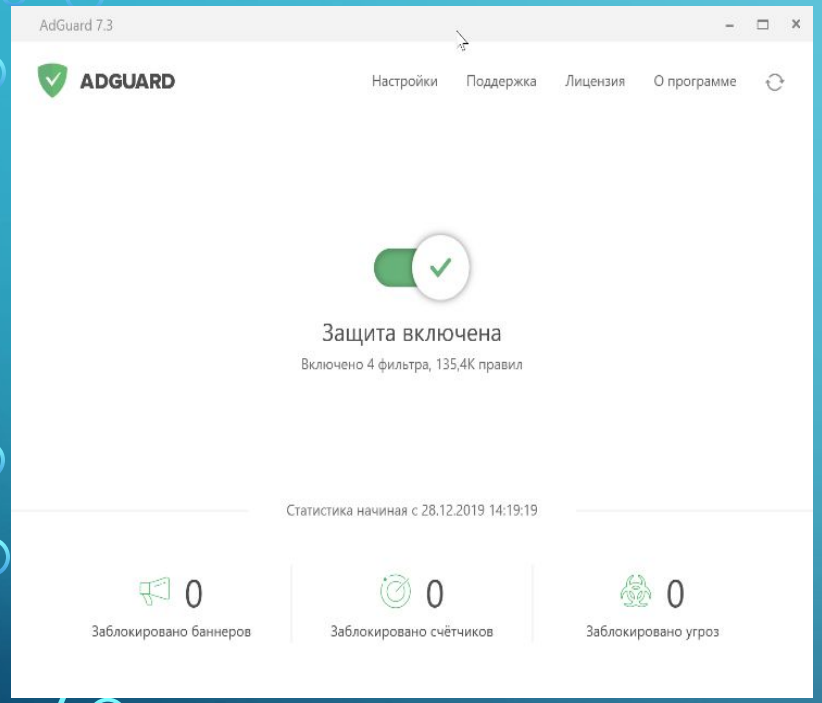
РЕШЕНИЕ НА РЫНКЕ ПРИЛОЖЕНИЙ: ADGUARD

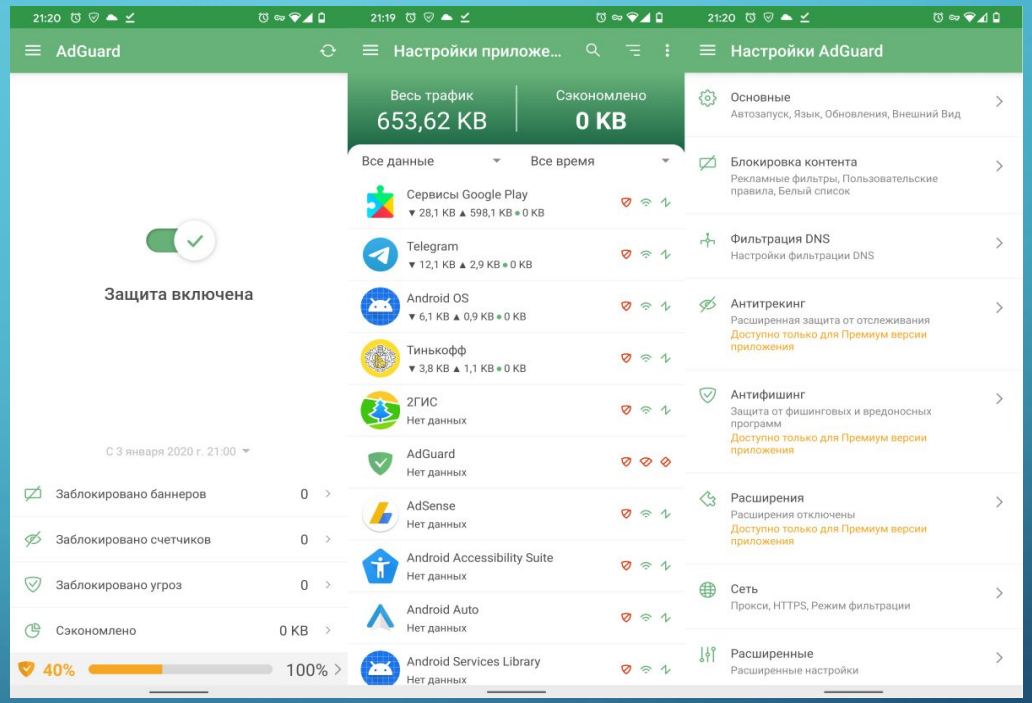
AdGuard — блокировщик рекламы со встроенной защитой личных данных и родительским контролем.

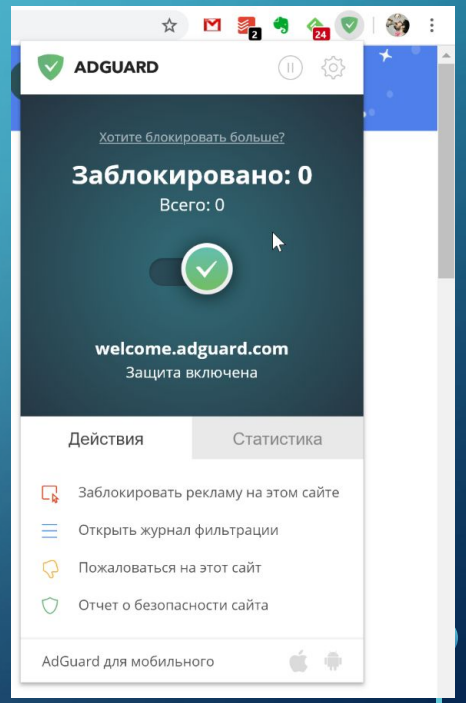
Преимущества:

- Блокировка рекламы
- Безопасный веб-сёрфинг
- Безопасность личных данных
- Родительский контроль
- Защита от трекинга
- Анонимность
- Блокировка API
- Экономия времени
- Передовые технологии

РЕШЕНИЕ НА РЫНКЕ ПРИЛОЖЕНИЙ: ADGUARD







СРАВНЕНИЕ АНАЛОГОВ ТЕХНИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА РЫНКЕ

	AdGuard	Adblock Fast	AdBlock Plus	AdFender	Maxthon
Бесплатный тариф	-	+	+	-	+
Бесплатный пробный период	+	-	+	+	-
Оплата	По подписке	Нет оплаты	Нет оплаты	По подписке	Нет оплаты
Веб-приложение	+	+	+	-	-
Оплата по подписке	+	-	-	+	-
Приложение Android	+	+	+	-	+
Приложение iOS	+	+	+	-	+
Приложение Mac	+	+	+	-	+
Приложение Windows	+	-	+	+	+
Пробный период	+	-	+	+	-

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЛИЧНЫХ ДАННЫХ В СЕТИ

Чтобы стать невидимкой для тех, кто следит за нами в Сети, нужно отказаться от использования смартфонов, компьютеров и, главное, интернета. Однако возвращаться в Средние века современный человек вряд ли захочет, а значит, полностью устранить уязвимость не получится. Но можно попробовать ее минимизировать.

Советы, как снизить риск попадания личных данных в руки злоумышленников:

- Только нужные приложения и медиа источники
- Регулярное создание резервных копий данных
- Двухфакторная аутентификация
- Использование блокировщиков рекламы