

Gmina Janikowo

#ZnamTeNumery - kolejna odsłona akcji uświadamiania jak przestępcy wykorzystują sztuczną inteligencję!

Kategoria - Aktualności

Data publikacji -29 listopada 2024 godz. 07:30

W ramach ogólnopolskiej kampanii społecznej #ZnamTeNumery zainicjowanej przez Komendę Główną Policji, Telewizję Puls, ekipę serialu „Lombard. Życie pod zastaw” i Fundację Telewizji Puls „Pod Dębem”, rozpoczęto kolejną odsłonę kampanii skierowanej do seniorów i ich bliskich.

Opiera się ona na wykorzystaniu sztucznej inteligencji, gdzie inicjatorzy kampanii tym razem stawiają się w roli zarówno internetowego oszusta, jak i edukatora. W ten niestandardowy sposób uświadamiają, jak zaawansowane są możliwości sztucznej inteligencji i ostrzegają przed związanymi z nią potencjalnymi zagrożeniami.

Emerytura na maxa – element kampanii społecznej #ZnamTeNumery – została podzielona na dwa etapy. Pierwszy z nich polegał na emisji wideo ze scamem (tj. rodzaj oszustwa internetowego) i trwał od 14 do 20 listopada br. W praktyce po

wejściu na stronę www.emeryturanamaxa.pl użytkownicy byli automatycznie przekierowywani na stronę www.ZnamTeNumery.pl, gdzie zamiast kradzieży tożsamości czy pieniędzy, otrzymywali informację, która pomagała im uniknąć podobnych pułapek w przyszłości.

20 listopada br. rozpoczyna się drugi etap kampanii, który będzie polegał na emisji spotu i materiałów graficznych z wyjaśnieniem, jak działają oszuści wykorzystujący sztuczną inteligencję (AI). Jest to etap, w którym Policja będzie bezpośrednio zaangażowana poprzez swoje działania informacyjno-edukacyjne skierowane do seniorów.

Kampania społeczna #ZnamTeNumery została zainaugurowana w październiku 2023 roku i od początku skupiała się na kwestii bezpieczeństwa osób starszych, ze szczególnym uwzględnieniem oszustw na ich szkodę. Zagadnienia te poruszane są m.in. w popularnym serialu „Lombard. Życie pod zastaw”.

Nadmienić należy, że najnowsza odsłona kampanii #ZnamTeNumery – Emerytura na maxa zyskuje na popularności, o czym świadczyć może rozrastające się grono jej partnerów. Są to: magazyny „Przyjaciółka” i „100 rad” (wydawnictwo Bauer) oraz „Głos Seniora”, w których cyklicznie będą się ukazywać materiały redakcyjne dotyczące metodyki działania oszustów.

Wśród partnerów znalazło się także Poczta Polska, Radio Pogoda (Grupa Agora), które to organizuje cykliczne spotkania z ekspertami. Kampania jest emitowana na ekranach partnerów – w sieci kin Helios, nośnikach Digital OOH przy dworcach kolejowych i w głównych ciągach komunikacyjnych (wsparcie PKP S.A. i Jet line), oraz na antenach TV Puls i Puls 2.

Wspólne działania z partnerami potrwają do końca roku i będą wspierane także przez Polski Związek Kół Gospodyń Wiejskich, Związek Emerytów, Rencistów i Inwalidów oraz Federację Stowarzyszeń Uniwersytetów III Wieku. Kampania jest również emitowana w placówkach ZUS, sanatoriach i komunikacji miejskiej w wybranych miastach Polski.