



Департамент социологических проектов
АНО «Центр общественного мониторинга
и проектов Челябинской области»

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ

по результатам количественного социологического
исследования методом уличного опроса:

**«Отношение жителей Челябинской области
к противодействию телефонному мошенничеству
(вторая волна наблюдения)»**

Даты проведения полевой части исследования:
28.09.2023 – 30.09.2023 гг.

Даты подготовки аналитического отчета:
04.10.2023 – 09.10.2023 гг.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|-----------|
| ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ..... | 3 |
| ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ..... | 5 |
| ГЛАВА 1. АУДИТОРИЯ И ПОСЛЕДСТВИЯ ТЕЛЕФОННОГО МОШЕННИЧЕСТВА В ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ..... | 8 |
| 1.1. Уровень распространения телефонного мошенничества..... | 8 |
| 1.2. Количество жертв и размер ущерба от телефонного мошенничества | 9 |
| ГЛАВА 2. ЗНАНИЕ О СПОСОБАХ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕЛЕФОННОМУ МОШЕННИЧЕСТВУ | 10 |
| 2.1. Восприятие защищенности от действий телефонных мошенников | 10 |
| 2.2. Востребованность основных способов противодействия телефонному мошенничеству | 11 |
| ГЛАВА 3. ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОФИЛАКТИКИ ТЕЛЕФОННОГО МОШЕННИЧЕСТВА | 14 |
| 3.1. Оценка количества информации о телефонном мошенничестве | 14 |
| 3.2. Каналы информирования о защите от телефонных мошенников | 15 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ 1. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОРТРЕТЫ..... | 19 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ТАБЛИЦЫ ОДНОМЕРНЫХ РАСПРЕДЕЛЕНИЙ | 20 |

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование общественного мнения на тему «Отношение жителей Челябинской области к противодействию телефонному мошенничеству (вторая волна)» проходило в период с 28.09.2023 по 30.09.2023 гг. Сроки подготовки аналитического отчета и презентации: 04.10.2023 – 09.10.2023 гг.

Всего было опрошено 1000 респондентов – граждан РФ в возрасте старше 18 лет, зарегистрированных и проживающих на территории Челябинской области в 15 населенных пунктах. Данный объем выборочной совокупности позволил получить данные с величиной статистической погрешности не более 3,1% (при доверительной вероятности 95%).

Выборочная совокупность была основана на системе квотного отбора респондентов по месту проживания, полу и возрасту. Квотное задание сформировано пропорционально численности населения городских округов и муниципальных районов и половозрастной структуре Челябинской области на основании данных официальной статистики.

При проведении исследования использовался метод уличного опроса с применением методики СAPI (исследование на планшетных компьютерах).

Таблица №1. Распределение респондентов по типу населенного пункта

| № | Тип населенного пункта | Частота | % от опрошенных | % от ответивших |
|---|---------------------------|---------|-----------------|-----------------|
| 1 | Областной центр | 350 | 35,0 | 35,0 |
| 2 | Города от 300 до 500 тыс. | 119 | 11,9 | 11,9 |
| 3 | Города от 100 до 300 тыс. | 138 | 13,8 | 13,8 |
| 4 | Города менее 100 тыс. | 201 | 20,1 | 20,1 |
| 5 | ЗАТО | 52 | 5,2 | 5,2 |
| 6 | Сельские поселения | 140 | 14,0 | 14,0 |
| | Итого ответивших: | 1000 | 100,0 | 100,0 |

Таблица №2. Распределение респондентов по полу

| № | Пол | Частота | % от опрошенных | % от ответивших |
|---|-------------------|---------|-----------------|-----------------|
| 1 | Мужской | 443 | 44,3 | 44,3 |
| 2 | Женский | 557 | 55,7 | 55,7 |
| | Итого ответивших: | 1000 | 100,0 | 100,0 |

Таблица №3. Распределение респондентов по возрасту

| № | Возраст | Частота | % от опрошенных | % от ответивших |
|---|-------------------|---------|-----------------|-----------------|
| 1 | 18 - 34 | 252 | 25,2 | 25,2 |
| 2 | 35 - 49 | 297 | 29,7 | 29,7 |
| 3 | 50 - 64 | 237 | 23,7 | 23,7 |
| 4 | Больше 65 | 214 | 21,4 | 21,4 |
| | Итого ответивших: | 1000 | 100,0 | 100,0 |

Таблица №5. Распределение респондентов по роду занятий

| № | Род занятий | Частота | % от опрошенных | % от ответивших |
|----|---|---------|-----------------|-----------------|
| 1 | Неработающий пенсионер | 278 | 27,8 | 27,8 |
| 2 | Наемный работник на частном предприятии | 223 | 22,3 | 22,3 |
| 3 | Работник на промышленном/ производственном предприятии | 111 | 11,1 | 11,1 |
| 4 | Работник бюджетной сферы | 94 | 9,4 | 9,4 |
| 5 | Учащийся (студент) | 63 | 6,3 | 6,3 |
| 6 | Безработный | 57 | 5,7 | 5,7 |
| 7 | Самозанятый | 55 | 5,5 | 5,5 |
| 8 | Индивидуальный предприниматель | 35 | 3,5 | 3,5 |
| 9 | Отпуск по уходу за ребенком | 35 | 3,5 | 3,5 |
| 10 | Государственный и муниципальный служащий | 22 | 2,2 | 2,2 |
| 11 | Сотрудник силовых органов | 16 | 1,6 | 1,6 |
| 12 | Другое | 9 | 0,9 | 0,9 |
| 13 | Отказ от ответа | 2 | 0,2 | 0,2 |
| | Итого ответивших: | 1000 | 100,0 | 100,0 |

Таблица №6. Распределение респондентов по уровню доходов

| № | Уровень доходов | Частота | % от опрошенных | % от ответивших |
|---|--|---------|-----------------|-----------------|
| 1 | Денег не хватает даже на продукты | 69 | 6,9 | 6,9 |
| 2 | На продукты хватает, но покупка одежды затруднительна | 186 | 18,6 | 18,6 |
| 3 | На продукты и одежду хватает, но бытовую технику купить затруднительно | 366 | 36,6 | 36,6 |
| 4 | Можем купить технику, но на большее денег нет | 270 | 27,0 | 27,0 |
| 5 | Можем позволить себе покупку машины, квартиры, дома | 92 | 9,2 | 9,2 |
| 6 | Отказ от ответа | 17 | 1,7 | 1,7 |
| | Итого ответивших: | 1000 | 100,0 | 100,0 |

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Ключевые выводы

1. **74,3%** жителей Челябинской области за последние полгода получали звонки и/или СМС-сообщения от телефонных мошенников. За прошедший год число сталкивавшихся с телефонным мошенничеством **выросло на 14,6%**.

2. 23,9% жителей лично пострадали от действий телефонных мошенников или близко знакомы с жертвами мошенничества. В этой группе существенно больше южноуральцев среднего возраста, самозанятых¹.

3. В **62,8%** случаев жертвы телефонных мошенников понесли значительный материальный ущерб, в 33,5% случаев – незначительный ущерб.

4. **57,5%** жителей региона считают, что они **не защищены** от телефонного мошенничества. Индекс защищенности от телефонного мошенничества составляет «-18,2 п.п.»².

5. Чаще других чувство незащищенности от телефонных мошенников испытывают женщины среднего, старшего и пожилого возраста, южноуральцы с очень низкими доходами. Реже других это чувство распространено среди мужчин и женщин молодого возраста, мужчин среднего возраста, южноуральцев с очень высокими доходами³.

6. Наиболее распространенные модели поведения при столкновении с телефонным мошенничеством – **отказ от ответа на звонки с незнакомых номеров (50,6%) и прерывание разговора с телефонными мошенниками (50,1%)**. Каждую из этих моделей поведения по отдельности называют 26,3% и 25,8% южноуральцев, обе модели – еще 24,3%.

7. Среднюю распространенность имеют такие способы противодействия телефонному мошенничеству, как обращение за помощью в полицию (31,9%) или в банк (28,6%). Самые непопулярные способы противодействия мошенникам – обращение за помощью к родственникам/друзьям/знакомым (17,1%), установка мобильного приложения для защиты от нежелательных звонков (17%), обращение на «Горячую линию» по противодействию мошенничеству (11,5%) и запрос к сотовому оператору (11%).

8. Обращение в полицию, в банк, к родственникам и друзьям, а также звонки на «Горячую линию» чаще предпочитают женщины среднего возраста, обращение в банк и установку приложения для защиты от нежелательных звонков – молодые женщины. Также женщины молодого и среднего возраста чаще одновременно называют два наиболее популярных способа противодействия мошенникам – не брать трубку с незнакомых номеров и положить трубку при подозрении на мошенничество. С другой стороны, мужчины старшего возраста чаще не называют ни одного из наиболее популярных способов противодействия мошенникам и предпочитают никуда не обращаться в случае столкновения с ними.

9. **71,8%** жителей Челябинской области получают достаточно информации о случаях телефонного мошенничества и мерах защиты от него. 24,8% не удовлетворены количеством такой информации. За прошедший год число удовлетворенных количеством информации о телефонном мошенничестве **выросло на 4,9%**.

1 Социологический портрет лично пострадавших и близко знакомых с пострадавшими от телефонного мошенничества представлен в Приложении II.

2 Индекс рассчитывался как разница процентных значений ответов по формуле: («полностью защищен», % + «скорее защищен», %) – («скорее не защищен», % + «совершенно защищен», %).

3 При этом южноуральцы, испытывающие чувство защищенности от мошенников, чаще не сталкивались со звонками и/или СМС от мошенников за последние полгода (см. Приложение II).

10. Меньше других количеством информации о телефонном мошенничестве довольны пожилые мужчины, южноуральцы с крайне низкими и низкими доходами. Больше других количеством такой информации удовлетворены жители ЗАТО, молодые женщины, южноуральцы с очень высокими доходами⁴.

11. Самые востребованные каналы информации о мерах защиты от телефонных мошенников – это **региональное и местное телевидение (48%)**, а также федеральное телевидение (43,8%). Средний уровень востребованности имеют новостные сайты (29,4%), мессенджеры (28%), официальные сайты правоохранительных ведомств (27,4%) и радио (19,9%)⁵.

12. За прошедший год число желающих получить информацию о защите от телефонных мошенников **из мессенджеров выросло на 7,6%**, из официальных сайтов правоохранительных ведомств – на 4,9%. С другой стороны, востребованность социальных сетей как канала информирования о защите от телефонного мошенничества снизилась на 14,4%.

13. Жители Челябинска чаще хотели бы получать информацию о защите от телефонных мошенников из мессенджеров, по радио и из социальной рекламы в общественном транспорте. В малых городах повышенной популярностью пользуются сообщества в социальных сетях, а в ЗАТО – региональные и местные газеты и их сайты.

14. Женщины среднего возраста чаще готовы к информированию о телефонном мошенничестве через новостные сайты, южноуральцы с высокими доходами – через мессенджеры, мужчины среднего возраста – по радио, а молодые женщины – через сообщества в социальных сетях⁶.

Выявленные проблемы

1. Три из четырех южноуральцев сталкивались с телефонным мошенничеством за последние полгода. По сравнению с прошлым годом **число случаев столкновения с телефонным мошенничеством существенно выросло**.

2. Каждый четвертый житель региона или лично пострадал от действий телефонных мошенников, или близко знаком с жертвами мошенничества. **По сравнению с прошлым годом количество жертв телефонных мошенников не уменьшилось**.

3. Более чем в половине случаев жертвы телефонного мошенничества понесли значительный материальный ущерб. Этот показатель также остался неизменным.

4. **Хотя за прошедший год выросла удовлетворенность жителей региона количеством информации о мерах защиты от телефонного мошенничества, большинство южноуральцев продолжают чувствовать себя незащищенными от действий мошенников**.

4 Выводы о специфике восприятия количества информации о телефонном мошенничестве основаны на анализе значений соответствующего индекса. Индекс рассчитывался по формуле: («[информации] однозначно достаточно» + «скорее достаточно») – («скорее недостаточно» + «определенно недостаточно»). При этом удовлетворенность количеством информации о защите от телефонного мошенничества связана с чувством защищенности от действий телефонных мошенников (см. Приложение II).

5 Наименее популярные каналы информирования о защите от телефонных мошенников – это уличная реклама (16,5%), информационные сайты общественных организаций и активистов (15,3%), социальная реклама в общественном транспорте (15%), сообщества в социальных сетях (14,5%), региональные и местные газеты и их сайты (12,2%), буклеты, листовки (10,8%), информационные стойки и доски объявлений (8,6%).

6 Кроме того, мужчины и женщины молодого и среднего возраста чаще называли такие предпочитаемые источники информирования о мошенничестве как мессенджеры, официальные сайты ведомств, информационные сайты общественных организаций и активистов, социальная реклама в общественном транспорте, буклеты и листовки, информационные стойки, доски объявлений. В свою очередь, жители региона, ставшие жертвами телефонных мошенников, чаще хотели бы получать соответствующую информацию в сообществах в социальных сетях, по радио, посредством уличной рекламы, из буклетов и листовок, из социальной рекламы в общественном транспорте, а также из информационных стоек и досок объявлений (см. Приложение II).

5. Женщины старше 35 лет, а также южноуральцы с крайне низкими и низкими доходами больше всего опасаются стать жертвами телефонных мошенников.

6. Наиболее популярные способы противодействия телефонному мошенничеству – отказ от ответа на звонки с незнакомых номеров и прерывание разговора с телефонными мошенниками – носят характер самозащиты. На необходимость обращения в правоохранительные органы и финансовые организации в связи с попытками мошенничества указывают лишь менее трети южноуральцев.

7. Популярность специальных мобильных приложений и «Горячей линии» по противодействию мошенничеству остается на низком уровне. Более того, за год востребованность услуг «Горячей линии» существенно снизилась.

8. Пожилые мужчины, а также южноуральцы с крайне низкими и низкими доходами чаще не удовлетворены количеством информации о телефонном мошенничестве, в то время как мужчины старшего возраста хуже всего информированы об основных способах противодействия этому явлению.

9. Специализированные источники информации о защите от телефонного мошенничества – уличная реклама, информационные сайты общественных организаций и активистов, социальная реклама в общественном транспорте, сообщества в социальных сетях, региональные и местные газеты и их сайты, буклеты и листовки, информационные стойки и доски объявлений – недостаточно востребованы южноуральцами.

Рекомендации

1. Продолжение активной информационной кампании по противодействию телефонному мошенничеству на территории всей Челябинской области. Усиление информационной работы с мужчинами старшего и пожилого возраста, южноуральцами с крайне низкими и низкими доходами.

2. Максимально широкое распространение информации о двух основных способах самозащиты от телефонных мошенников – отказе от ответа на звонки с незнакомых номеров и немедленном прерывании разговора при первых подозрениях в мошенничестве.

3. Анализ эффективности обращения в правоохранительные органы и финансовые организации в связи с попытками мошенничества. Привлечение внимания южноуральцев к этим способам защиты от мошенников.

4. Более детальная и понятная информация о возможностях специальных мобильных приложений для блокировки нежелательных звонков. Популяризация работы «Горячей линии» по противодействию мошенничеству.

5. Усиление «терапевтической составляющей» информационной работы с женщинами старше 35 лет. Доведение до них информации о том, что соблюдение главных правил защиты от телефонного мошенничества сводит шансы стать жертвой мошенников к минимуму.

6. Использование регионального и местного телеэфира в качестве основного канала информации о защите от телефонного мошенничества.

7. Более активное информирование о противодействии телефонному мошенничеству в мессенджерах и на официальных сайтах правоохранительных органов.

8. Целевое воздействие на пожилых женщин через телевизионные ролики и передачи, на молодых южноуральцев и южноуральцев среднего возраста – через сообщения в различных интернет-источниках, на мужчин среднего возраста – через эфир региональных и местных радиоканалов.

9. Учет территориальной специфики информационных предпочтений южноуральцев. Более активное использование мессенджеров, радио и рекламы на транспорте в Челябинске, социальных сетей – в малых городах региона, печатной прессы – в ЗАТО.

ГЛАВА 1. АУДИТОРИЯ И ПОСЛЕДСТВИЯ ТЕЛЕФОННОГО МОШЕННИЧЕСТВА В ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

1.1. Уровень распространения телефонного мошенничества

74,3% жителей Челябинской области за последние полгода получали звонки и/или СМС-сообщения от телефонных мошенников (46,8% – только звонки; 25% – звонки и СМС-сообщения, 2,5% – только СМС-сообщения). 24% не сталкивались со случаями телефонного мошенничества.

За прошедший год число сталкивавшихся с телефонным мошенничеством выросло на 14,6%.

Звонки и сообщения от мошенников чаще получали мужчины от 35 до 49 лет (34,5%), только звонки – женщины старше 65 лет (60,8%), только сообщения – жители малых городов (7,5%) и женщины от 35 до 49 лет (5,2%). С другой стороны, жители средних городов и мужчины от 18 до 34 лет чаще не сталкивались со случаями телефонного мошенничества (32,6% и 32,8%) (Таблицы 1-2).

Таблица 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «За последние полгода Вам или Вашим родственникам/друзьям/знакомым поступали звонки или СМС-сообщения от телефонных мошенников?» по типу населенного пункта, % от ответивших

| Виды телефонного мошенничества | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Тип населенного пункта | | | | | |
|--------------------------------|------------------|------------------|----------|------------------------|--------------|----------------|--------------|------|-----------------|
| | | | | Челябинск | Магнитогорск | Средние города | Малые города | ЗАТО | Сельские районы |
| Звонки и СМС-сообщения | 21,6 | 25 | +3,4 | 29,1 | 20,2 | 21 | 22,9 | 19,2 | 27,9 |
| Только звонки | 34,5 | 46,8 | +12,3 | 48 | 50,4 | 43,5 | 50,2 | 50 | 37,9 |
| Только СМС-сообщения | 3,6 | 2,5 | -1,1 | 0,3 | 4,2 | 0 | 7,5 | 0 | 2,9 |
| Ничего из перечисленного | 38,7 | 24 | -14,7 | 21,7 | 20,2 | 32,6 | 18,4 | 28,8 | 30,7 |
| Затрудняюсь ответить | 1,6 | 1,7 | +0,1 | 0,9 | 5 | 2,9 | 1 | 1,9 | 0,7 |
| Сталкивались | 59,7 | 74,3 | +14,6 | 77,4 | 74,8 | 64,5 | 80,6 | 69,2 | 68,7 |
| Не сталкивались | 38,7 | 24 | -14,7 | 21,7 | 20,2 | 32,6 | 18,4 | 28,8 | 30,7 |

Таблица 2. Распределение ответов респондентов на вопрос: «За последние полгода Вам или Вашим родственникам/друзьям/знакомым поступали звонки или СМС-сообщения от телефонных мошенников?» по полу и возрасту, % от ответивших

| Виды телефонного мошенничества | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Пол + возраст | | | | | | | |
|--------------------------------|------------------|------------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|
| | | | | Мужчины 18-34 | Женщины 18-34 | Мужчины 35-49 | Женщины 35-49 | Мужчины 50-64 | Женщины 50-64 | Мужчины 65+ | Женщины 65+ |
| Звонки и СМС-сообщения | 21,6 | 25 | +3,4 | 25,6 | 26,8 | 34,5 | 27,1 | 18,1 | 31,1 | 14,1 | 16,1 |
| Только звонки | 34,5 | 46,8 | +12,3 | 38,4 | 41,7 | 32,4 | 49 | 45,7 | 52,3 | 57,7 | 60,8 |
| Только СМС-сообщения | 3,6 | 2,5 | -1,1 | 2,4 | 0,8 | 2,8 | 5,2 | 1 | 3,8 | 2,8 | 0,7 |
| Ничего из перечисленного | 38,7 | 24 | -14,7 | 32,8 | 29,9 | 28,2 | 18,1 | 32,4 | 11,4 | 21,1 | 20,3 |
| Затрудняюсь ответить | 1,6 | 1,7 | +0,1 | 0,8 | 0,8 | 2,1 | 0,6 | 2,9 | 1,5 | 4,2 | 2,1 |
| Сталкивались | 59,7 | 74,3 | +14,6 | 66,4 | 69,3 | 69,7 | 81,3 | 64,8 | 87,2 | 74,6 | 77,6 |
| Не сталкивались | 38,7 | 24 | -14,7 | 32,8 | 29,9 | 28,2 | 18,1 | 32,4 | 11,4 | 21,1 | 20,3 |

1.2. Количество жертв и размер ущерба от телефонного мошенничества

74,9% опрошенных заявляют, что ни они, ни их родственники/друзья/знакомые ни разу не становились жертвами телефонных мошенников. 23,9% отмечают, что им или их окружению случалось становиться жертвой мошенников (17,3% – «да, один раз», 6,6% – «да, несколько раз»).

Значимых изменений в числе жертв телефонного мошенничества по сравнению с прошлым годом не выявлено (Таблица 3).

В группе лично пострадавших и близко знакомых с жертвами телефонного мошенничества существенно больше южноуральцев среднего возраста, самозанятых (Приложение II).

Таблица 3. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Приходилось ли Вам, Вашим родственникам/друзьям/знакомым, становиться жертвой телефонных мошенников, теряя при этом деньги и/или имущество?» по полу и возрасту, % от ответивших

| Случаи становления жертвой телефонных мошенников | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Пол + возраст | | | | | | | |
|--|------------------|------------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| | | | | Мужчины 18-34 | Женщины 18-34 | Мужчины 35-49 | Женщины 35-49 | Мужчины 50-64 | Женщины 50-64 | Мужчины 65 + | Женщины 65 + |
| Да, один раз | 17,3 | 17,3 | 0 | 13,6 | 18,1 | 19 | 20,6 | 13,3 | 22 | 14,1 | 14,7 |
| Да, несколько раз | 7,7 | 6,6 | -1,1 | 8 | 6,3 | 11,3 | 10,3 | 4,8 | 3,8 | 4,2 | 2,1 |
| Нет, не приходилось | 73,7 | 74,9 | +1,2 | 78,4 | 75,6 | 68,3 | 69 | 79 | 72,7 | 81,7 | 79,7 |
| Затрудняюсь ответить | 1,3 | 1,2 | -0,1 | 0 | 0 | 1,4 | 0 | 2,9 | 1,5 | 0 | 3,5 |
| Приходилось | 25 | 23,9 | -1,1 | 21,6 | 24,4 | 30,3 | 30,9 | 18,1 | 25,8 | 18,3 | 16,8 |
| Не приходилось | 73,7 | 74,9 | 1,2 | 78,4 | 75,6 | 68,3 | 69 | 79 | 72,7 | 81,7 | 79,7 |

62,8% из тех, кто становились жертвами телефонных мошенников, отметили, что им был нанесен значительный материальный ущерб. 33,5% заявили о незначительном материальном ущербе (Таблица 4).

Таблица 4. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Материальный ущерб от действий телефонных мошенников был значительный или незначительный?», % от ответивших

| Ущерб от действий мошенников | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика |
|------------------------------|------------------|------------------|---------------|
| Был значительный ущерб | 58,4 | 62,8 | +4,4 (+1,1)** |
| Был незначительный ущерб | 39,2 | 33,5 | -5,7 (-1,4)** |
| Затрудняюсь ответить | 2,4 | 3,8 | +1,4 (+0,3)** |

*Выборка: 239 человек – те, кто становились жертвами телефонных мошенников

** В скобках указана динамика в % от всех опрошенных жителей Челябинской области.

ГЛАВА 2. ЗНАНИЕ О СПОСОБАХ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕЛЕФОННОМУ МОШЕННИЧЕСТВУ

2.1. Восприятие защищенности от действий телефонных мошенников

57,5% жителей считают, что они не защищены от телефонного мошенничества (30,9% – «скорее не защищен», 26,6% – «совершенно не защищен»). 39,3% заявили об обратном (16,4% – «полностью защищен», 22,9% – «скорее защищен»).

За прошедший год восприятие защищенности от телефонного мошенничества существенно не изменилось.

Мужчины от 18 до 34 лет и респонденты с высокими доходами чаще считают, что они полностью защищены от телефонного мошенничества (38,4% и 21,9%), женщины от 18 до 34 лет и респонденты с очень высокими доходами – что они скорее защищены от мошенничества (35,4% и 34,8%). С другой стороны, женщины от 35 до 49 лет, от 50 до 64 лет и старше 65 лет, а также респонденты с крайне низкими и низкими доходами чаще заявляют, что они совершенно не защищены от телефонного мошенничества (38,7%, 37,1%, 36,4%, 39,1% и 36,6%).

Индекс восприятия защищенности от телефонного мошенничества составляет «-18,2 п.п.». За год этот индекс практически не изменился (+1,9 п.п.).

Высокие значения индекса зафиксированы среди мужчин и женщин от 18 до 34 лет («40 п.п.» и «0,8 п.п.»), респондентов с очень высокими доходами («15,2 п.п.»), повышенные значения – среди мужчин от 35 до 49 лет («-0,7 п.п.»). Низкие значения индекса отмечаются среди женщин от 35 до 49 лет, от 50 до 64 лет и старше 65 лет («-45,1 п.п.», «-53,7 п.п.» и «-42 п.п.»), а также среди респондентов с низкими доходами («-45,2 п.п.») (Таблицы 5-6).

Таблица 5. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Вы считаете, что достаточно защищены от телефонного мошенничества?» по полу и возрасту, % от ответивших

| Защищённость от телефонного мошенничества | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Пол + возраст | | | | | | | |
|---|------------------|------------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|
| | | | | Мужчины 18-34 | Женщины 18-34 | Мужчины 35-49 | Женщины 35-49 | Мужчины 50-64 | Женщины 50-64 | Мужчины 65+ | Женщины 65+ |
| Полностью защищен | 13,5 | 16,4 | +2,9 | 38,4 | 15 | 21,1 | 7,1 | 20 | 9,1 | 15,5 | 8,4 |
| Скорее защищен | 23 | 22,9 | -0,1 | 30,4 | 35,4 | 26,8 | 20 | 21,9 | 12,9 | 19,7 | 16,1 |
| Скорее не защищен | 30,2 | 30,9 | +0,7 | 19,2 | 31,5 | 33,1 | 33,5 | 28,6 | 38,6 | 31 | 30,1 |
| Совершенно не защищен | 26,4 | 26,6 | +0,2 | 9,6 | 18,1 | 15,5 | 38,7 | 26,7 | 37,1 | 28,2 | 36,4 |
| Затрудняюсь ответить | 6,9 | 3,2 | -3,7 | 2,4 | 0 | 3,5 | 0,6 | 2,9 | 2,3 | 5,6 | 9,1 |
| Защищен | 36,5 | 39,3 | +2,8 | 68,8 | 50,4 | 47,9 | 27,1 | 41,9 | 22 | 35,2 | 24,5 |
| Не защищен | 56,6 | 57,5 | +0,9 | 28,8 | 49,6 | 48,6 | 72,2 | 55,3 | 75,7 | 59,2 | 66,5 |
| Индекс | -20,1 | -18,2 | +1,9 | 40 | 0,8 | -0,7 | -45,1 | -13,4 | -53,7 | -24 | -42 |

Таблица 6. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Вы считаете, что достаточно защищены от телефонного мошенничества?» по уровню доходов, % от ответивших

| Защищённость от телефонного мошенничества | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Уровень доходов | | | | |
|---|------------------|------------------|----------|-----------------|--------------|---------|---------|---------------|
| | | | | Крайне низкие | Низкие | Средние | Высокие | Очень высокие |
| Полностью защищен | 13,5 | 16,4 | +2,9 | 18,8 | 9,7 | 13,9 | 21,9 | 21,7 |
| Скорее защищен | 23 | 22,9 | -0,1 | 17,4 | 15,6 | 23,8 | 24,4 | 34,8 |
| Скорее не защищен | 30,2 | 30,9 | +0,7 | 20,3 | 33,9 | 32,5 | 30,4 | 28,3 |
| Совершенно не защищен | 26,4 | 26,6 | +0,2 | 39,1 | 36,6 | 26,5 | 21,5 | 13 |
| Затрудняюсь ответить | 6,9 | 3,2 | -3,7 | 4,3 | 4,3 | 3,3 | 1,9 | 2,2 |
| Защищен | 36,5 | 39,3 | +2,8 | 36,2 | 25,3 | 37,7 | 46,3 | 56,5 |
| Не защищен | 56,6 | 57,5 | +0,9 | 59,4 | 70,5 | 59 | 51,9 | 41,3 |
| Индекс | -20,1 | -18,2 | +1,9 | -23,2 | -45,2 | -21,3 | -5,6 | 15,2 |

2.2. Востребованность основных способов противодействия телефонному мошенничеству

Наиболее распространенные модели поведения южноуральцев в случае столкновения с телефонными мошенниками – это отказ от ответа на звонки с незнакомых номеров (50,6%) и прерывание разговора при подозрении на мошенничество (50,1%). Среднюю популярность имеют обращение за помощью в полицию (31,9%) или в банк (28,6%). Самые непопулярные способы противодействия телефонному мошенничеству – связаться с родственниками/друзьями/знакомыми (17,1%), установить приложение для защиты от нежелательных звонков (17%), позвонить на Горячую линию по противодействию мошенничеству (11,5%) и обратиться к сотовому оператору (11%).

За прошедший год популярность ответа «Не брать трубку с незнакомых номеров» снизилась на 5,5%. Ответ «Связаться с родственниками/друзьями/ знакомыми» стали выбирать реже на 4,4%, а ответ «Позвонить на Горячую линию по противодействию мошенничеству» – на 4,2%.

Обращение в полицию, к родственникам и друзьям, а также звонки на Горячую линию чаще предпочитают женщины от 35 до 49 лет (41,9%, 40,6%, 27,1% и 18,7%), обращение в банк и установку приложения для защиты от нежелательных звонков – женщины от 18 до 34 лет (38,6% и 30,7%)⁷. С другой стороны, мужчины от 50 до 64 лет более склонны никуда не обращаться в случае столкновения с телефонными мошенниками (4,8%) (Таблица 7).

⁷ Обращение в банк также пользуется повышенной популярностью среди женщин от 35 до 49 лет (40,6%).

Таблица 7. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как, по Вашему мнению, необходимо вести себя в случае, если Вы столкнулись с телефонными мошенниками?» по полу и возрасту, % от ответивших

| № | Наиболее востребованные способы противодействия телефонному мошенничеству | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Пол + возраст | | | | | | | |
|----|---|------------------|------------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|
| | | | | | Мужчины 18-34 | Женщины 18-34 | Мужчины 35-49 | Женщины 35-49 | Мужчины 50-64 | Женщины 50-64 | Мужчины 65+ | Женщины 65+ |
| 1 | Не брать трубку с незнакомых номеров | 56,1 | 50,6 | -5,5 | 44 | 58,3 | 38 | 60 | 47,6 | 54,5 | 45,1 | 53,1 |
| 2 | Положить трубку при подозрении на мошенничество | - | 50,1 | - | 54,4 | 62,2 | 47,2 | 54,2 | 40 | 52,3 | 39,4 | 44,8 |
| 3 | Обратиться в полицию | 30,3 | 31,9 | +1,6 | 36 | 38,6 | 31 | 41,9 | 27,6 | 25,8 | 26,8 | 23,8 |
| 4 | Обратиться в банк | 29,2 | 28,6 | -0,6 | 34,4 | 38,6 | 28,2 | 40,6 | 22,9 | 25,8 | 16,9 | 14,7 |
| 5 | Связаться с родственниками/ друзьями/ знакомым | 21,5 | 17,1 | -4,4 | 18,4 | 20,5 | 15,5 | 27,1 | 10,5 | 18,9 | 4,2 | 13,3 |
| 6 | Установить приложение для защиты от нежелательных звонков | 16,2 | 17 | +0,8 | 20,8 | 30,7 | 14,8 | 20,6 | 12,4 | 18,9 | 5,6 | 7 |
| 7 | Позвонить на Горячую линию по противодействию мошенничеству | 15,7 | 11,5 | -4,2 | 15,2 | 14,2 | 12,7 | 18,7 | 7,6 | 11,4 | 5,6 | 2,8 |
| 8 | Обратиться к сотовому оператору | 11,4 | 11 | -0,4 | 16 | 10,2 | 16,2 | 13,5 | 10,5 | 9,1 | 5,6 | 4,2 |
| 9 | Другое | 6,4 | 2,6 | -3,8 | 1,6 | 3,1 | 4,2 | 0,6 | 5,7 | 1,5 | 1,4 | 2,8 |
| 10 | Никуда не обращаться | 3,2 | 2 | -1,2 | 1,6 | 0,8 | 1,4 | 1,9 | 4,8 | 2,3 | 1,4 | 2,1 |
| 11 | Затрудняюсь ответить | 1,4 | 0,9 | -0,5 | 0 | 0 | 0,7 | 0 | 2,9 | 0 | 1,4 | 2,8 |

Из двух основных способов противодействия телефонному мошенничеству – отказа от ответа на звонки с незнакомых номеров и прерывания разговора – только первый способ выбирают 26,3% южноуральцев, только второй способ – 25,8%. Оба этих способа востребованы у 25,8% жителей региона. С другой стороны, 23,6% жителей не считают эффективным ни один из них.

Только отказ от ответа на звонки с незнакомых номеров чаще выбирают жители сельских районов (36,7%). Женщины от 18 до 34 лет и от 35 до 49 лет, южноуральцы со средними доходами (29,5%) чаще одновременно называют сразу два наиболее популярных способа противодействия мошенникам. (36,2% и 32,3% и 29,5%). С другой стороны, мужчины от 50 до 64 лет и южноуральцы с крайне низкими доходами чаще не называют ни одного из наиболее популярных способов противодействия мошенникам (35,2% и 40,6%) (Таблицы 8-10).

Таблица 8. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как, по Вашему мнению, необходимо вести себя в случае, если Вы столкнулись с телефонными мошенниками?» по типу населенного пункта, наиболее распространенные модели поведения, % от ответивших

| Наиболее востребованные способы противодействия телефонному мошенничеству | Сентябрь 2023 г. | Тип населенного пункта | | | | | |
|---|------------------|------------------------|--------------|----------------|--------------|------|-----------------|
| | | Челябинск | Магнитогорск | Средние города | Малые города | ЗАТО | Сельские районы |
| Не брать трубку с незнакомых номеров | 26,3 | 24,9 | 27,7 | 25,4 | 18,9 | 38,5 | 35,7 |
| Положить трубку при подозрении на мошенничество | 25,8 | 28 | 29,4 | 30,4 | 25,4 | 15,4 | 17,1 |
| Названы оба варианта | 24,3 | 29,1 | 13,4 | 21,7 | 27,4 | 21,2 | 20,7 |
| Не назван ни один из вариантов | 23,6 | 18 | 29,4 | 22,5 | 28,4 | 25 | 26,4 |

Таблица 9. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как, по Вашему мнению, необходимо вести себя в случае, если Вы столкнулись с телефонными мошенниками?» по полу и возрасту, наиболее распространенные модели поведения, % от ответивших

| Наиболее востребованные способы противодействия телефонному мошенничеству | Сентябрь 2023 г. | Пол + возраст | | | | | | | |
|---|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|
| | | Мужчины 18-34 | Женщины 18-34 | Мужчины 35-49 | Женщины 35-49 | Мужчины 50-64 | Женщины 50-64 | Мужчины 65+ | Женщины 65+ |
| Не брать трубку с незнакомых номеров | 26,3 | 22,4 | 22 | 23,2 | 27,7 | 24,8 | 28 | 32,4 | 31,5 |
| Положить трубку при подозрении на мошенничество | 25,8 | 32,8 | 26 | 32,4 | 21,9 | 17,1 | 25,8 | 26,8 | 23,1 |
| Названы оба варианта | 24,3 | 21,6 | 36,2 | 14,8 | 32,3 | 22,9 | 26,5 | 12,7 | 21,7 |
| Не назван ни один из вариантов | 23,6 | 23,2 | 15,7 | 29,6 | 18,1 | 35,2 | 19,7 | 28,2 | 23,8 |

Таблица 10. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Как, по Вашему мнению, необходимо вести себя в случае, если Вы столкнулись с телефонными мошенниками?» по уровню доходов, наиболее распространенные модели поведения, % от ответивших

| Оценка количества информации о телефонном мошенничестве | Сентябрь 2023 г. | Уровень доходов | | | | |
|---|------------------|-----------------|--------|---------|---------|---------------|
| | | Крайне низкие | Низкие | Средние | Высокие | Очень высокие |
| Не брать трубку с незнакомых номеров | 26,3 | 21,7 | 32,8 | 24 | 23,7 | 32,6 |
| Положить трубку при подозрении на мошенничество | 25,8 | 20,3 | 20,4 | 25,4 | 31,9 | 25 |
| Названы оба варианта | 24,3 | 17,4 | 22,6 | 29,5 | 23,3 | 15,2 |
| Не назван ни один из вариантов | 23,6 | 40,6 | 24,2 | 21 | 21,1 | 27,2 |

ГЛАВА 3. ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОФИЛАКТИКИ ТЕЛЕФОННОГО МОШЕННИЧЕСТВА

3.1. Оценка количества информации о телефонном мошенничестве

71,8% жителей Челябинской области получают достаточно информации о случаях телефонного мошенничества и мерах защиты от него (38,5% – «однозначно достаточно», 33,3% – «скорее достаточно»). 24,8% не удовлетворены количеством такой информации (15,3% – «скорее недостаточно», 9,5% – «определенно недостаточно»).

За прошедший год число удовлетворенных количеством информации о телефонном мошенничестве выросло на 4,9%.

Жители ЗАТО чаще считают, что информации о телефонном мошенничестве скорее достаточно (50%). С другой стороны, жители Челябинска и южноуральцы с низкими доходами чаще отмечают, что информации о телефонном мошенничестве скорее недостаточно (20,3% и 22%), а южноуральцы с крайне низкими доходами – что такой информации определено недостаточно (20,3%).

Индекс удовлетворенности количеством информации о телефонном мошенничестве составляет «47 п.п.». За год этот индекс вырос на 8,8 п.п.

Высокие значения индекса зафиксированы в ЗАТО («90,4 п.п.»), среди женщин от 18 до 34 лет («59 п.п.»), респондентов с очень высокими доходами («64,1 п.п.»). Пониженные значения индекса зафиксированы среди мужчин старше 65 лет («31 п.п.»), респондентов с крайне низкими и низкими доходами («23,2 п.п.» и «32,4 п.п.») (Таблицы 11-13).

Таблица 11. Распределение ответов респондентов на вопрос: «На Ваш взгляд, Вы получаете достаточно информации о случаях телефонного мошенничества и мерах защиты от него?» по типу населенного пункта, % от ответивших

| Оценка количества информации о телефонном мошенничестве | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Тип населенного пункта | | | | | |
|---|------------------|------------------|----------|------------------------|--------------|----------------|--------------|-------------|-----------------|
| | | | | Челябинск | Магнитогорск | Средние города | Малые города | ЗАТО | Сельские районы |
| Однозначно достаточно | 33,9 | 38,5 | +4,6 | 37,1 | 32,8 | 39,9 | 41,3 | 44,2 | 39,3 |
| Скорее достаточно | 33 | 33,3 | +0,3 | 30,6 | 37 | 34,1 | 30,3 | 50 | 34,3 |
| Скорее недостаточно | 16,9 | 15,3 | -1,6 | 20,3 | 12,6 | 11,6 | 15,4 | 0 | 14,3 |
| Определенно недостаточно | 11,8 | 9,5 | -2,3 | 8,3 | 13,4 | 10,1 | 10 | 3,8 | 10 |
| Затрудняюсь ответить | 4,4 | 3,4 | -1 | 3,7 | 4,2 | 4,3 | 3 | 1,9 | 2,1 |
| Достаточно | 66,9 | 71,8 | +4,9 | 67,7 | 69,8 | 74 | 71,6 | 94,2 | 73,6 |
| Недостаточно | 28,7 | 24,8 | -3,9 | 28,6 | 26 | 21,7 | 25,4 | 3,8 | 24,3 |
| Индекс | 38,2 | 47 | +8,8 | 39,1 | 43,8 | 52,3 | 46,2 | 90,4 | 49,3 |

Таблица 12. Распределение ответов респондентов на вопрос: «На Ваш взгляд, Вы получаете достаточно информации о случаях телефонного мошенничества и мерах защиты от него?» по полу и возрасту, % от ответивших

| Оценка количества информации о телефонном мошенничестве | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Пол + возраст | | | | | | | |
|---|------------------|------------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| | | | | Мужчины 18-34 | Женщины 18-34 | Мужчины 35-49 | Женщины 35-49 | Мужчины 50-64 | Женщины 50-64 | Мужчины 65 + | Женщины 65 + |
| Однозначно достаточно | 33,9 | 38,5 | +4,6 | 43,2 | 42,5 | 41,5 | 29 | 45,7 | 34,8 | 31 | 39,9 |
| Скорее достаточно | 33 | 33,3 | +0,3 | 32,8 | 37 | 35,9 | 40 | 25,7 | 35,6 | 31 | 25,2 |
| Скорее недостаточно | 16,9 | 15,3 | -1,6 | 12,8 | 15 | 15,5 | 18,1 | 10,5 | 20,5 | 16,9 | 12,6 |
| Определенно недостаточно | 11,8 | 9,5 | -2,3 | 7,2 | 5,5 | 6,3 | 12,3 | 12,4 | 9,1 | 14,1 | 11,2 |
| Затрудняюсь ответить | 4,4 | 3,4 | -1 | 4 | 0 | 0,7 | 0,6 | 5,7 | 0 | 7 | 11,2 |
| Достаточно | 66,9 | 71,8 | +4,9 | 76 | 79,5 | 77,4 | 69 | 71,4 | 70,4 | 62 | 65,1 |
| Недостаточно | 28,7 | 24,8 | -3,9 | 20 | 20,5 | 21,8 | 30,4 | 22,9 | 29,6 | 31 | 23,8 |
| Индекс | 38,2 | 47 | +8,8 | 56 | 59 | 55,6 | 38,6 | 48,5 | 40,8 | 31 | 41,3 |

Таблица 13. Распределение ответов респондентов на вопрос: «На Ваш взгляд, Вы получаете достаточно информации о случаях телефонного мошенничества и мерах защиты от него?» по уровню доходов, % от ответивших

| Оценка количества информации о телефонном мошенничестве | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Уровень доходов | | | | |
|---|------------------|------------------|----------|-----------------|--------|---------|---------|---------------|
| | | | | Крайне низкие | Низкие | Средние | Высокие | Очень высокие |
| Однозначно достаточно | 33,9 | 38,5 | +4,6 | 36,2 | 31,2 | 40,4 | 41,9 | 38 |
| Скорее достаточно | 33 | 33,3 | +0,3 | 23,2 | 32,3 | 33,3 | 33,3 | 42,4 |
| Скорее недостаточно | 16,9 | 15,3 | -1,6 | 15,9 | 22 | 15,3 | 13,3 | 9,8 |
| Определенно недостаточно | 11,8 | 9,5 | -2,3 | 20,3 | 9,1 | 8,5 | 8,9 | 6,5 |
| Затрудняюсь ответить | 4,4 | 3,4 | -1 | 4,3 | 5,4 | 2,5 | 2,6 | 3,3 |
| Достаточно | 66,9 | 71,8 | +4,9 | 59,4 | 63,5 | 73,7 | 75,2 | 80,4 |
| Недостаточно | 28,7 | 24,8 | -3,9 | 36,2 | 31,1 | 23,8 | 22,2 | 16,3 |
| Индекс | 38,2 | 47 | +8,8 | 23,2 | 32,4 | 49,9 | 53 | 64,1 |

3.2. Каналы информирования о защите от телефонных мошенников

Наиболее востребованными каналами информирования о мерах защиты от телефонных мошенников являются региональное и местное телевидение (48%), а также федеральное телевидение (43,8%).

Средний уровень востребованности характерен для новостных сайтов (29,4%), а мессенджеров Telegram, WhatsApp, Viber (28%), официальных сайтов правоохранительных ведомств (27,4%) и радио (19,9%).

Наименее популярные каналы информирования о защите от телефонных мошенников – это уличная реклама (16,5%), информационные сайты общественных организаций и активистов (15,3%), социальная реклама в общественном транспорте (15%), сообщества в социальных сетях (14,5%), региональные и местные газеты и их сайты (12,2%), буклеты, листовки (10,8%), информационные стойки и доски объявлений (8,6%).

За прошедший год число желающих получить информацию о защите от телефонных мошенников из мессенджеров выросло на 7,6%, из официальных сайтов правоохранительных ведомств – на 4,9%. С другой стороны, востребованность социальных сетей как канала информирования о защите от телефонного мошенничества снизилась на 14,4%.

Жители Челябинска чаще хотели бы получать информацию о защите от телефонных мошенников из мессенджеров (34%), по радио (25,4%) и из социальной рекламы

в общественном транспорте (20,3%). В малых городах повышенной популярностью пользуются сообщества в социальных сетях (20,4%), а в ЗАТО – региональные и местные газеты и их сайты (23,1%).

Женщины от 35 до 49 лет чаще готовы к информированию о телефонном мошенничестве через новостные сайты (41,3%), южноуральцы с высокими доходами – через мессенджеры (34,8%), мужчины от 35 до 49 лет – по радио (33,8%), а женщины от 18 до 34 лет – через сообщества в социальных сетях (24,4%) (Таблицы 14-16)⁸.

Таблица 14. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Из каких источников Вы хотели бы получать информацию о мерах защиты от телефонных мошенников?» по типу населенного пункта, % от ответивших

| № | Предпочитаемые источники информации о мерах защиты от телефонных мошенников | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Тип населенного пункта | | | | | |
|----|---|------------------|------------------|----------|------------------------|--------------|----------------|--------------|------|-----------------|
| | | | | | Челябинск | Магнитогорск | Средние города | Малые города | ЗАТО | Сельские районы |
| 1 | Региональное и местное телевидение | 45,6 | 48 | +2,4 | 50,3 | 54,6 | 45,7 | 43,3 | 36,5 | 50 |
| 2 | Федеральное телевидение | 43,7 | 43,8 | +0,1 | 49,1 | 41,2 | 41,3 | 45,8 | 32,7 | 36,4 |
| 3 | Новостные сайты | 27,2 | 29,4 | +2,2 | 33,1 | 32,8 | 19,6 | 31,8 | 15,4 | 28,6 |
| 4 | Мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Viber и т.д.) | 20,4 | 28 | +7,6 | 34 | 30,3 | 19,6 | 26,9 | 26,9 | 21,4 |
| 5 | Официальные сайты ведомств (МВД, Следственный комитет, ФСБ и т.д.) | 22,5 | 27,4 | +4,9 | 32 | 29,4 | 21,7 | 26,4 | 21,2 | 23,6 |
| 6 | Радио | 17,9 | 19,9 | +2 | 25,4 | 16 | 16,7 | 15,4 | 19,2 | 19,3 |
| 7 | Уличная реклама | 13,9 | 16,5 | +2,6 | 19,7 | 14,3 | 13 | 13,9 | 21,2 | 15,7 |
| 8 | Информационные сайты общественных организаций и активистов | 12,8 | 15,3 | +2,5 | 18,9 | 21 | 10,1 | 14,4 | 5,8 | 11,4 |
| 9 | Социальная реклама в общественном транспорте | 14,6 | 15 | +0,4 | 20,3 | 19,3 | 10,9 | 8,5 | 19,2 | 10 |
| 10 | Сообщества в социальных сетях | 28,8 | 14,5 | -14,3 | 16,9 | 10,1 | 10,1 | 20,4 | 9,6 | 10 |
| 11 | Региональные и местные газеты и их сайты | 11,2 | 12,2 | +1 | 12 | 12,6 | 9,4 | 11,9 | 23,1 | 11,4 |
| 12 | Буклеты и листовки | 7,9 | 10,8 | +2,9 | 11,1 | 13,4 | 8,7 | 10,9 | 13,5 | 8,6 |
| 13 | Информационные стойки, доски объявлений | 7,7 | 8,6 | +0,9 | 9,4 | 10,9 | 7,2 | 7 | 11,5 | 7,1 |
| 14 | Другое | 2,1 | 2,5 | +0,4 | 1,7 | 4,2 | 1,4 | 4 | 3,8 | 1,4 |
| 15 | Затрудняюсь ответить | 4,7 | 6,2 | +1,5 | 5,7 | 7,6 | 7,2 | 7 | 1,9 | 5,7 |

⁸ Кроме того, мужчины и женщины от 18 до 34 лет и от 35 до 49 лет чаще называли такие предпочитаемые источники информирования о мошенничестве как мессенджеры, официальные сайты ведомств, информационные сайты общественных организаций и активистов, социальная реклама в общественном транспорте, буклеты и листовки, информационные стойки, доски объявлений (см. Таблицу 12).

Таблица 15. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Из каких источников Вы хотели бы получать информацию о мерах защиты от телефонных мошенников?» по полу и возрасту, % от ответивших

| № | Предпочитаемые источники информации о мерах защиты от телефонных мошенников | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Пол + возраст | | | | | | | |
|----|---|------------------|------------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|
| | | | | | Мужчины 18-34 | Женщины 18-34 | Мужчины 35-49 | Женщины 35-49 | Мужчины 50-64 | Женщины 50-64 | Мужчины 65+ | Женщины 65+ |
| 1 | Региональное и местное телевидение | 45,6 | 48 | +2,4 | 36 | 37 | 45,8 | 50,3 | 53,3 | 49,2 | 56,3 | 58,7 |
| 2 | Федеральное телевидение | 43,7 | 43,8 | +0,1 | 36 | 29,9 | 50 | 43,2 | 49,5 | 48,5 | 45,1 | 48,3 |
| 3 | Новостные сайты | 27,2 | 29,4 | +2,2 | 31,2 | 37 | 36,6 | 41,3 | 31,4 | 27,3 | 11,3 | 10,5 |
| 4 | Мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Viber и т.д.) | 20,4 | 28 | +7,6 | 38,4 | 44,9 | 34,5 | 41,9 | 15,2 | 25 | 11,3 | 2,8 |
| 5 | Официальные сайты ведомств (МВД, Следственный комитет, ФСБ и т.д.) | 22,5 | 27,4 | +4,9 | 40 | 30,7 | 35,2 | 41,3 | 22,9 | 20,5 | 12,7 | 7,7 |
| 6 | Радио | 17,9 | 19,9 | +2 | 17,6 | 17,3 | 33,8 | 24,5 | 21 | 18,9 | 8,5 | 11,2 |
| 7 | Уличная реклама | 13,9 | 16,5 | +2,6 | 23,2 | 19,7 | 21,8 | 18,7 | 15,2 | 15,2 | 5,6 | 7,7 |
| 8 | Информационные сайты общественных организаций и активистов | 12,8 | 15,3 | +2,5 | 14,4 | 22,8 | 24,6 | 19,4 | 11,4 | 11,4 | 11,3 | 4,2 |
| 9 | Социальная реклама в общественном транспорте | 14,6 | 15 | +0,4 | 15,2 | 19,7 | 23,2 | 22,6 | 9,5 | 13,6 | 1,4 | 6,3 |
| 10 | Сообщества в социальных сетях | 28,8 | 14,5 | -14,3 | 17,6 | 24,4 | 16,2 | 20,6 | 5,7 | 14,4 | 5,6 | 5,6 |
| 11 | Региональные и местные газеты и их сайты | 11,2 | 12,2 | +1 | 12,8 | 7,1 | 16,9 | 16,1 | 7,6 | 15,2 | 4,2 | 11,9 |
| 12 | Буклеты и листовки | 7,9 | 10,8 | +2,9 | 12,8 | 10,2 | 19 | 16,1 | 5,7 | 8,3 | 2,8 | 5,6 |
| 13 | Информационные стойки, доски объявлений | 7,7 | 8,6 | +0,9 | 7,2 | 6,3 | 15,5 | 16,1 | 4,8 | 6,8 | 0 | 5,6 |
| 14 | Другое | 2,1 | 2,5 | +0,4 | 0 | 0,8 | 3,5 | 2,6 | 1,9 | 3 | 5,6 | 3,5 |
| 15 | Затрудняюсь ответить | 4,7 | 6,2 | +1,5 | 1,6 | 4,7 | 5,6 | 1,9 | 12,4 | 6,8 | 5,6 | 11,9 |

Таблица 16. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Из каких источников Вы хотели бы получать информацию о мерах защиты от телефонных мошенников?» по уровню доходов, % от ответивших

| № | Предпочитаемые источники информации о мерах защиты от телефонных мошенников | Сентябрь 2022 г. | Сентябрь 2023 г. | Динамика | Уровень доходов | | | | |
|----|---|------------------|------------------|----------|-----------------|--------|---------|---------|---------------|
| | | | | | Крайне низкие | Низкие | Средние | Высокие | Очень высокие |
| 1 | Региональное и местное телевидение | 45,6 | 48 | +2,4 | 39,1 | 56,5 | 51,1 | 43,3 | 43,5 |
| 2 | Федеральное телевидение | 43,7 | 43,8 | +0,1 | 39,1 | 44,1 | 45,9 | 44,1 | 39,1 |
| 3 | Новостные сайты | 27,2 | 29,4 | +2,2 | 26,1 | 21,5 | 32 | 32,6 | 26,1 |
| 4 | Мессенджеры (Telegram, WhatsApp, Viber и т.д.) | 20,4 | 28 | +7,6 | 18,8 | 18,8 | 29,2 | 34,8 | 29,3 |
| 5 | Официальные сайты ведомств (МВД, Следственный комитет, ФСБ и т.д.) | 22,5 | 27,4 | +4,9 | 23,2 | 21 | 27,3 | 32,2 | 31,5 |
| 6 | Радио | 17,9 | 19,9 | +2 | 11,6 | 17,7 | 21,9 | 21,5 | 19,6 |
| 7 | Уличная реклама | 13,9 | 16,5 | +2,6 | 5,8 | 15,6 | 19,1 | 17,4 | 13 |
| 8 | Информационные сайты общественных организаций и активистов | 12,8 | 15,3 | +2,5 | 8,7 | 10,2 | 18,6 | 14,8 | 18,5 |
| 9 | Социальная реклама в общественном транспорте | 14,6 | 15 | +0,4 | 7,2 | 11,8 | 18,3 | 16,7 | 10,9 |
| 10 | Сообщества в социальных сетях | 28,8 | 14,5 | -14,3 | 11,6 | 11,3 | 15,8 | 16,7 | 12 |
| 11 | Региональные и местные газеты и их сайты | 11,2 | 12,2 | +1 | 1,4 | 11,3 | 14,8 | 11,9 | 13 |
| 12 | Буклеты и листовки | 7,9 | 10,8 | +2,9 | 2,9 | 7,5 | 13,1 | 11,5 | 10,9 |
| 13 | Информационные стойки, доски объявлений | 7,7 | 8,6 | +0,9 | 4,3 | 7 | 10,7 | 8,5 | 7,6 |
| 14 | Другое | 2,1 | 2,5 | +0,4 | 5,8 | 0,5 | 2,7 | 2,6 | 1,1 |
| 15 | Затрудняюсь ответить | 4,7 | 6,2 | +1,5 | 13 | 7 | 3,6 | 4,8 | 8,7 |

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОРТРЕТЫ

1. Контакты с телефонными мошенниками

Южноуральцы, которым поступали звонки и/или СМС-сообщения от телефонных мошенников (74,3% южноуральцев), по своим характеристикам не отличаются от всех жителей Челябинской области.

Среди тех, кому не поступали звонки и/или СМС-сообщения от телефонных мошенников (24% южноуральцев), значимо больше жителей средних городов, мужчин от 18 до 34 лет, считающих, что они полностью защищены от телефонного мошенничества.

2. Жертвы телефонных мошенников

В группе жителей региона, лично пострадавших от действий телефонных мошенников или близко знакомых с жертвами мошенничества (23,9% южноуральцев), чаще представлены южноуральцы от 35 до 49 лет, самозанятые, получавшие звонки и СМС-сообщения от телефонных мошенников, считающих, что они совершенно не защищены от телефонного мошенничества, получающих скорее недостаточно информации о случаях телефонного мошенничества и мерах защиты от него, готовые получать информацию о защите от телефонного мошенничества на официальных сайтах ведомств, по радио, посредством уличной рекламы, в сообществах в социальных сетях, а также из таких нишевых источников, как социальная реклама в общественном транспорте, буклеты и листовки, информационные стойки и доски объявлений.

Южноуральцы, которым не приходилось становиться жертвой телефонных мошенников (73,7% жителей), по своим характеристикам не отличаются от всех жителей Челябинской области.

3. Защищенность от телефонного мошенничества

В группе жителей региона, которые чувствуют себя защищенными от действий телефонных мошенников (39,3% южноуральцев), чаще представлены мужчины и женщины от 18 до 34 лет, студенты, южноуральцы с очень высокими доходами, не получавшие звонков и СМС-сообщений от телефонных мошенников, считающие необходимым обратиться в банк в случае столкновения с телефонными мошенниками, получающие однозначно достаточно информации о случаях телефонного мошенничества и мерах защиты от него.

Среди тех, кто чувствует себя не защищенными от действий телефонных мошенников (57,5% южноуральцев), значимо больше женщин от 35 до 49 лет и от 50 до 64 лет, южноуральцев с низкими доходами, получающих скорее и определенно недостаточно информации о случаях телефонного мошенничества и мерах защиты от него.

4. Количество информации о защите от телефонного мошенничества

В группе жителей региона, которые получают достаточно информации о защите от телефонного мошенничества (71,8% южноуральцев), чаще представлены жители региона, уверенные в том, что они скорее защищены от действий телефонных мошенников.

Среди тех, кто не получает достаточно информации о защите от телефонного мошенничества (24,8% южноуральцев), значимо больше несколько раз становившихся жертвами мошенников, заявивших о значительном ущербе от их действий, считающих, что они совершенно не защищены от действий телефонных мошенников.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. ТАБЛИЦЫ ОДНОМЕРНЫХ РАСПРЕДЕЛЕНИЙ

Метод: СAPI (уличный опрос на планшетных ПК)

Выборка: 1000 респондентов

Даты проведения полевой части исследования: 28.09.2023 – 30.09.2023 гг.

Исполнитель: Исследовательский центр «МарС» (ИП Полукаров И.В.)

Таблица №1

Поступали звонки или СМС-сообщения от телефонных мошенников?

| № | Значения | Сентябрь 2022 | Сентябрь 2023 | Динамика |
|---|---------------------------------|---------------|---------------|----------|
| 1 | Были и звонки, и Смс-сообщениям | 21,6 | 25 | 3,4 |
| 2 | Были только звонки | 34,5 | 46,8 | 12,3 |
| 3 | Были только СМС-сообщения | 3,6 | 2,5 | -1,1 |
| 4 | Ничего из вышеперечисленного | 38,7 | 24 | -14,7 |
| 5 | Затрудняюсь ответить | 1,6 | 1,7 | 0,1 |
| | Сталкивались | 59,7 | 74,3 | +14,6 |
| | Не сталкивались | 38,7 | 24 | -14,7 |
| | Итого ответивших: | 100,0 | 100,0 | |

* Пропуски: 0 из 1000 (0,0%)

Таблица №2

Приходилось ли Вам, Вашим родственникам/друзьям/знакомым, становиться жертвой телефонных мошенников, теряя при этом деньги и/или имущество?

| № | Значения | Сентябрь 2022 | Сентябрь 2023 | Динамика |
|---|----------------------|---------------|---------------|----------|
| 1 | Да, один раз | 17,3 | 17,3 | 0 |
| 2 | Да, несколько раз | 7,7 | 6,6 | -1,1 |
| 3 | Нет, не приходилось | 73,7 | 74,9 | 1,2 |
| 4 | Затрудняюсь ответить | 1,3 | 1,2 | -0,1 |
| | Приходилось | 25 | 23,9 | -1,1 |
| | Не приходилось | 73,7 | 74,9 | 1,2 |
| | Итого ответивших: | 100,0 | 100,0 | |

* Пропуски: 0 из 1000 (0,0%)

Таблица №3

Материальный ущерб от действий телефонных мошенников был значительный или незначительный?

| № | Значения | Сентябрь 2022 | Сентябрь 2023 | Динамика |
|---|--------------------------|---------------|---------------|----------|
| 1 | Был значительный ущерб | 14,6 | 15 | 0,4 |
| 2 | Был незначительный ущерб | 9,8 | 8 | -1,8 |
| 3 | Затрудняюсь ответить | 0,6 | 0,9 | 0,3 |
| | Итого ответивших: | 100,0 | 100,0 | |

* Пропуски: 761 из 1000 (76,1%)

Таблица №4

Вы считаете, что достаточно защищены от телефонного мошенничества?

| № | Значения | Сентябрь 2022 | Сентябрь 2023 | Динамика |
|---|-----------------------|---------------|---------------|----------|
| 1 | Полностью защищен | 13,5 | 16,4 | 2,9 |
| 2 | Скорее защищен | 23,0 | 22,9 | -0,1 |
| 3 | Скорее не защищен | 30,2 | 30,9 | 0,7 |
| 4 | Совершенно не защищен | 26,4 | 26,6 | 0,2 |
| 5 | Затрудняюсь ответить | 6,9 | 3,2 | -3,7 |
| | Защищен | 36,5 | 39,3 | 2,8 |
| | Не защищен | 56,6 | 57,5 | 0,9 |
| | Индекс | -20,1 | -18,2 | 1,9 |
| | Итого ответивших: | 100,0 | 100,0 | |

* Пропуски: 0 из 1000 (0,0%)

Таблица №5

Как, по Вашему мнению, необходимо вести себя в случае, если Вы столкнулись с телефонными мошенниками?

| № | Значения | Сентябрь 2022 | Сентябрь 2023 | Динамика |
|----|---|---------------|---------------|----------|
| 1 | Не брать трубку с незнакомых номеров | 56,1 | 50,6 | -5,5 |
| 2 | Положить трубку при подозрении на мошенничество | - | 50,1 | - |
| 3 | Обратиться в полицию | 30,3 | 31,9 | 1,6 |
| 4 | Обратиться в банк | 29,2 | 28,6 | -0,6 |
| 5 | Связаться с родственниками/друзьями/знакомыми | 21,5 | 17,1 | -4,4 |
| 6 | Установить приложение для защиты от нежелательных звонков | 16,2 | 17 | 0,8 |
| 7 | Позвонить на горячую линию по противодействию мошенничеству | 15,7 | 11,5 | -4,2 |
| 8 | Обратиться к сотовому оператору | 11,4 | 11 | -0,4 |
| 9 | Другое | 6,4 | 2,6 | -3,8 |
| 10 | Никуда не обращаться | 3,2 | 2 | -1,2 |
| 11 | Затрудняюсь ответить | 1,4 | 0,9 | -0,5 |
| | Сумма: | 191,4 | 223,3 | |
| | Итого ответивших: | 100,0 | 100,0 | |

* Пропуски: 0 из 1000 (0,0%)

Таблица №6

На Ваш взгляд, Вы получаете достаточно информации о случаях телефонного мошенничества и мерах защиты от него?

| № | Значения | Сентябрь 2022 | Сентябрь 2023 | Динамика |
|---|--------------------------|---------------|---------------|----------|
| 1 | Однозначно достаточно | 33,9 | 38,5 | 4,6 |
| 2 | Скорее достаточно | 33 | 33,3 | 0,3 |
| 3 | Скорее недостаточно | 16,9 | 15,3 | -1,6 |
| 4 | Определенно недостаточно | 11,8 | 9,5 | -2,3 |
| 5 | Затрудняюсь ответить | 4,4 | 3,4 | -1 |
| | Достаточно | 66,9 | 71,8 | 4,9 |
| | Недостаточно | 28,7 | 24,8 | -3,9 |
| | Индекс | 38,2 | 47 | 8,8 |
| | Итого ответивших: | 1000 | 100,0 | 100,0 |

* Пропуски: 0 из 1000 (0,0%)

Таблица №7

Из каких источников Вы хотели бы получать информацию о мерах защиты от телефонных мошенников?

| № | Значения | Сентябрь 2022 | Сентябрь 2023 | Динамика |
|----|--|---------------|---------------|----------|
| 1 | Региональное и местное телевидение | 45,6 | 48 | 2,4 |
| 2 | Федеральное телевидение | 43,7 | 43,8 | 0,1 |
| 3 | Новостные сайты | 27,2 | 29,4 | 2,2 |
| 4 | Мессенджеры (Telegram, Whats App, Viber и т.д.) | 20,4 | 28 | 7,6 |
| 5 | Официальные сайты ведомств (МВД, Следственный комитет, ФСБ и т.д.) | 22,5 | 27,4 | 4,9 |
| 6 | Радио | 17,9 | 19,9 | 2 |
| 7 | Уличная реклама | 13,9 | 16,5 | 2,6 |
| 8 | Информационные сайты общественных организаций и активистов | 12,8 | 15,3 | 2,5 |
| 9 | Социальная реклама в общественном транспорте | 14,6 | 15 | 0,4 |
| 10 | Сообщества в социальных сетях | 28,8 | 14,5 | -14,3 |
| 11 | Региональные и местные газеты и их сайты | 11,2 | 12,2 | 1 |
| 12 | Буклеты и листовки | 7,9 | 10,8 | 2,9 |
| 13 | Информационные стойки, доски объявлений | 7,7 | 8,6 | 0,9 |
| 14 | Другое | 2,1 | 2,5 | 0,4 |
| 15 | Затрудняюсь ответить | 4,7 | 6,2 | 1,5 |
| | Сумма: | 281,0 | 298,1 | |
| | Итого ответивших: | 100,0 | 100,0 | |

* Пропуски: 0 из 1000 (0,0%)

Таблица №8

Ваш основной вид занятости в настоящее время?

| № | Значения | Частота | % от опрошенных | % от ответивших |
|----|--|---------|-----------------|-----------------|
| 1 | Неработающий пенсионер | 278 | 27,8 | 27,8 |
| 2 | Наемный работник на частном предприятии | 223 | 22,3 | 22,3 |
| 3 | Работник на промышленном/ производственном предприятии | 111 | 11,1 | 11,1 |
| 4 | Работник бюджетной сферы | 94 | 9,4 | 9,4 |
| 5 | Учащийся (студент) | 63 | 6,3 | 6,3 |
| 6 | Безработный | 57 | 5,7 | 5,7 |
| 7 | Самозанятый | 55 | 5,5 | 5,5 |
| 8 | Индивидуальный предприниматель, руководитель организации | 35 | 3,5 | 3,5 |
| 9 | Отпуск по уходу за ребенком | 35 | 3,5 | 3,5 |
| 10 | Государственный и муниципальный служащий | 22 | 2,2 | 2,2 |
| 11 | Сотрудник силовых органов | 16 | 1,6 | 1,6 |
| 12 | Другое | 9 | 0,9 | 0,9 |
| 13 | Отказ от ответа | 2 | 0,2 | 0,2 |
| | Итого ответивших: | 1000 | 100,0 | 100,0 |

* Пропуски: 0 из 1000 (0,0%)

Таблица №9

Как Вы оцениваете свое материальной положение?

| № | Значения | Частота | % от опрошенных | % от ответивших |
|---|--|---------|-----------------|-----------------|
| 1 | Денег не хватает даже на продукты | 69 | 6,9 | 6,9 |
| 2 | На продукты хватает, но покупка одежды затруднительна | 186 | 18,6 | 18,6 |
| 3 | На продукты и одежду хватает, но бытовую технику купить затруднительно | 366 | 36,6 | 36,6 |
| 4 | Можем купить технику, но на большее денег нет | 270 | 27,0 | 27,0 |
| 5 | Можем позволить себе покупку машины, квартиры, дома | 92 | 9,2 | 9,2 |
| 6 | Отказ от ответа | 17 | 1,7 | 1,7 |
| | Итого ответивших: | 1000 | 100,0 | 100,0 |

* Пропуски: 0 из 1000 (0,0%)