



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 CAPI (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 куда-то 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 сообщения 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 случилось 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

Защищенность 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

Защищенность от телефонного мошенничества	Сентябрь 2022 г.	Сентябрь 2023 г.	Динамика	Уровень доходов				
				Крайне низкие	Низкие	Средние	Высокие	Очень высокие
Полностью защищены	13,5	16,4	+2,9	18,8	9,7	13,9	21,9	21,7
Скорее защищены	23	22,9	-0,1	17,4	15,6	23,8	24,4	34,8
Скорее не защищены	30,2	30,9	+0,7	20,3	33,9	32,5	30,4	28,3
Совершенно не защищены	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 защищены	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 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 материальное 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

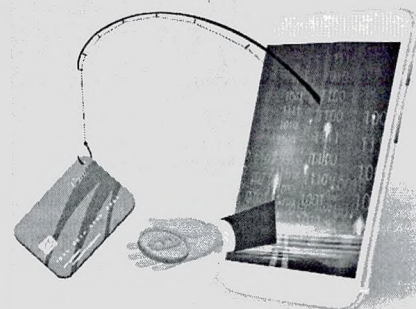
* Пропуски: 0 из 1000 (0,0%)

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ТЕЛЕФОННОМУ МОШЕННИЧЕСТВУ

РЕЗУЛЬТАТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ
МЕТОДОМ УЛИЧНОГО ОПРОСА (CAPI)

28.09.2022 – 30.09.2023 гг.

общая выборка: 1000 респондентов



УРОВЕНЬ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕЛЕФОННОГО МОШЕННИЧЕСТВА

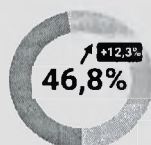
2

Поступали ли Вам звонки или СМС-сообщения от телефонных мошенников?
(один вариант ответа, в %)

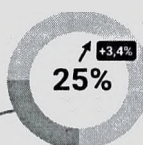
Ничего
из вышеперечисленного

24%
↓ -14,7%

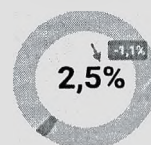
Были только звонки



Были и звонки, и СМС-сообщения

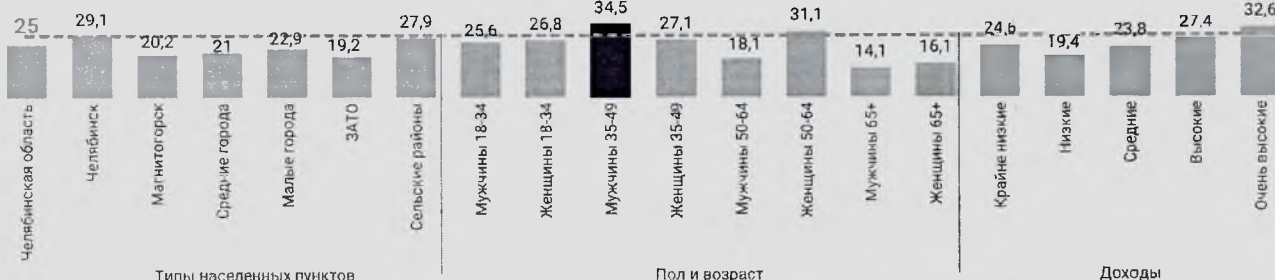


Были только СМС-сообщения



74,3%
↑ +14,6% сталкивались с телефонным мошенничеством

ПОСТУПАЛИ ЗВОНКИ И СМС-СООБЩЕНИЯ в разрезе социальных групп, в %

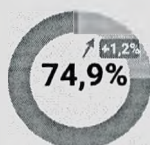


КОЛИЧЕСТВО ЖЕРТВ И РАЗМЕР УЩЕРБА ОТ ТЕЛЕФОННОГО МОШЕННИЧЕСТВА

Приходилось ли Вам, Вашим родственникам/друзьям/знакомым, становиться жертвой телефонных мошенников, теряя при этом деньги и/или имущество? (один вариант ответа, в %)

23,9% становились жертвами телефонного мошенничества, из них:

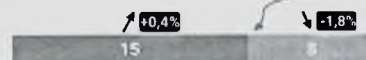
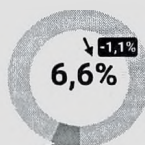
Не приходилось



Да, один раз

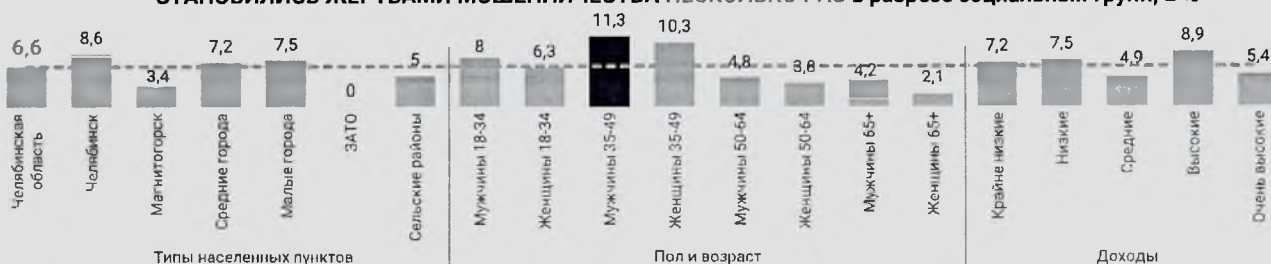


Да, несколько раз



- Был значительный ущерб
- Был незначительный ущерб

СТАНОВИЛИСЬ ЖЕРТВАМИ МОШЕННИЧЕСТВА НЕСКОЛЬКО РАЗ в разрезе социальных групп, в %



ЗАЩИЩЕННОСТЬ ОТ ДЕЙСТВИЙ ТЕЛЕФОННЫХ МОШЕННИКОВ

Вы считаете, что достаточно защищены от телефонного мошенничества? (один вариант ответа, в %)

57,5%

жителей считают, что они не защищены от телефонного мошенничества



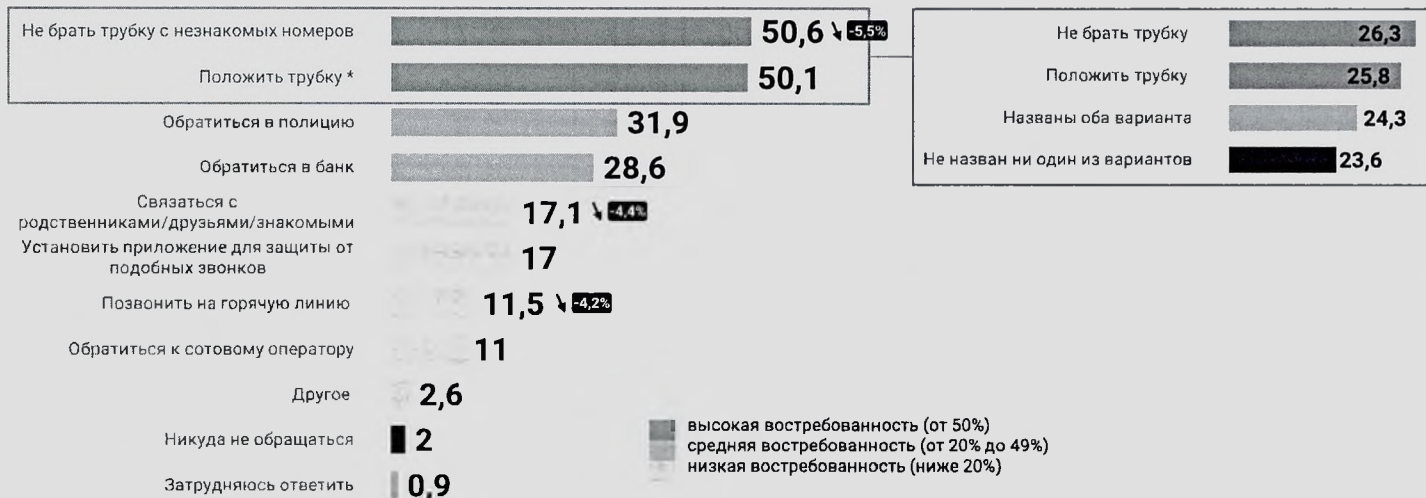
ИНДЕКС ВОСПРИЯТИЯ ЗАЩИЩЕННОСТИ ОТ ТЕЛЕФОННОГО МОШЕННИЧЕСТВА, в разрезе социальных групп, в п.п.



ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕЛЕФОННОМУ МОШЕННИЧЕСТВУ

5

Как, по Вашему мнению, необходимо вести себя в случае, если Вы столкнулись с телефонными мошенниками? (несколько вариантов ответа, в %)



* В сентябре 2022 года вариант ответа «Положить трубку при подозрении на мошенничество» не был включен в инструментарий

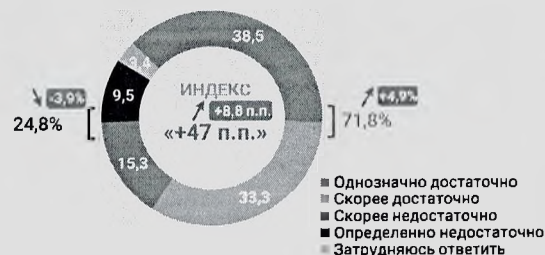
ОЦЕНКА КОЛИЧЕСТВА ИНФОРМАЦИИ О ТЕЛЕФОННОМ МОШЕННИЧЕСТВЕ

6

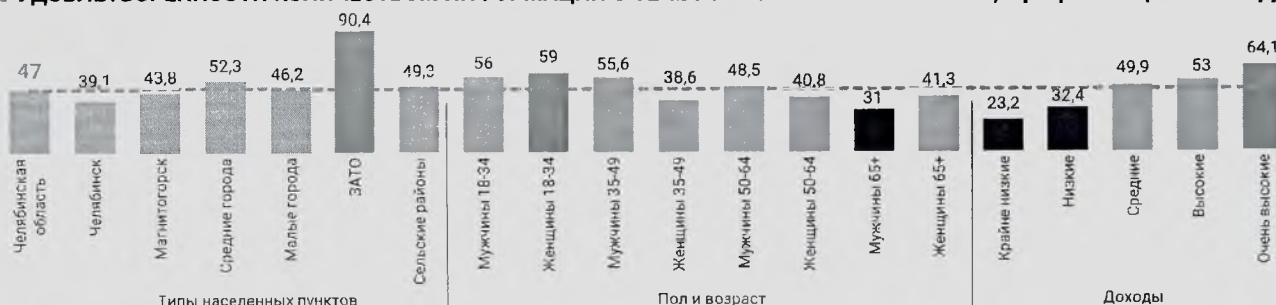
На Ваш взгляд, Вы получаете достаточно информации о случаях телефонного мошенничества и мерах защиты от него? (один вариант ответа, в %)

71,8%

жителей получают достаточно информации



ИНДЕКС УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КОЛИЧЕСТВОМ ИНФОРМАЦИИ О ТЕЛЕФОННОМ МОШЕННИЧЕСТВЕ, в разрезе социальных групп, в п.п.



КАНАЛЫ ИНФОРМИРОВАНИЯ О ЗАЩИТЕ ОТ ТЕЛЕФОННЫХ МОШЕННИКОВ

Из каких источников Вы хотели бы получать информацию о мерах защиты от телефонных мошенников? (несколько вариантов ответа, в %)



РЕКОМЕНДАЦИИ

1 ПРОДОЛЖЕНИЕ АКТИВНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

Усиление информационной работы с группами, испытывающими недостаток сведений о борьбе с телефонным мошенничеством – **мужчинами старшего и пожилого возраста, южноуральцами** с крайне низкими и низкими доходами.



2 ИНФОРМИРОВАНИЕ О СПОСОБАХ САМОЗАЩИТЫ

Максимальное 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

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ЗАЩИТЫ

Анализ эффективности **обращения в правоохранительные органы** и финансовые организации в связи с попытками мошенничества. Более детальная информация о возможностях специальных **мобильных приложений** для блокировки нежелательных звонков. Популяризация работы **Горячей линии** по противодействию мошенничеству.

РЕКОМЕНДАЦИИ

9

4

РАБОТА СО СТРАХАМИ

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**.



5

ОСНОВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Использование **регионального и местного телеэфира** в качестве основного канала информирования о защите от телефонного мошенничества.

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

6

РАЗНЫЕ КАНАЛЫ ИНФОРМИРОВАНИЯ

Целевое воздействие на пожилых женщин через телевизионные ролики, на южноуральцев молодого и среднего возраста – через сообщения в различных интернет-источниках, на мужчин среднего возраста – через радио эфир. **Учет территориальной специфики** инфо-предпочтений.

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ СРЕЗ

10

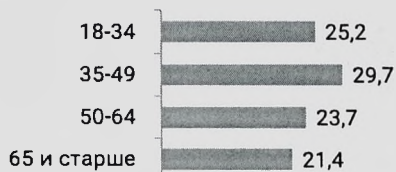
Квотное задание сформировано пропорционально численности населения городских округов и муниципальных районов и половозрастной структуре Челябинской области на основании данных официальной статистики

Пол

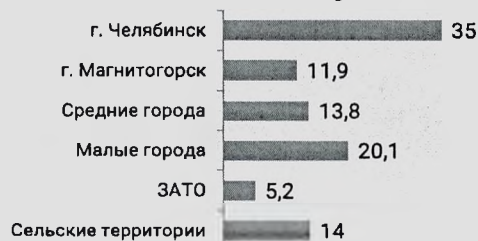


■ Мужчины
■ Женщины

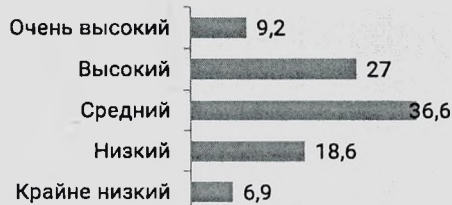
Возраст



Типы населенных пунктов



Доход



ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проведено с 28 по 30 сентября 2023 года

ЦЕЛЕВАЯ ГРУППА



Доля отказов: 15,4%

УЛИЧНЫЙ ОПРОС (CAPI)

ВЫБОРКА: 1000 человек
в возрасте старше 18 лет.

КВОТА: половозрастная.

Статистическая погрешность
не превышает 3,1%.

ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Челябинск



Магнитогорск



Средние
города



г. Златоуст
г. Миасс

Малые города



г. Верхнеуральск
г. Еманжелинск
г. Кыштым
г. Троицк
г. Южноуральск

ЗАТО



г. Трехгорный

Муниципальные
районы



Аргаяшский МР
Еткульский МР
Красноармейский МР
Сосновский МР
Уйский МР