

АНАЛИЗ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ О ПРОБЛЕМЕ ФИШИНГА В СОЦИАЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЕ «TELEGRAM» СРЕДИ СТУДЕНТОВ Г. КРАСНОДАРА

В.А. Калинина, В.Е. Солдатенко

e-mail: vkalinina396@gmail.com, vvalerij927@gmail.com

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, Краснодар, Россия

Научный руководитель: Бондина В.М., доцент кафедры профилактики заболеваний, здорового образа жизни и эпидемиологии, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, к.м.н.

Аннотация

В данной статье рассматривается осведомленность студентов высших учебных заведений города Краснодар о понятие «фишинг» в «Telegram». Обосновывается мысль об актуальности данной темы и необходимости разработки программ, тренингов, вебинаров по психологической профилактике и защиты для предотвращения фишинга в мессенджере «Telegram».

Ключевые слова: фишинг, интернет-мошенничество, «Telegram», мессенджер

ВВЕДЕНИЕ. В настоящее время социальная платформа «Telegram» стала одной из самых больших по численности активных русскоязычных авторов, ставшей ключевым источником новостной информации и распространению контента тематических блогеров. В связи с чем прослеживается тенденция к увеличению количества фишинга в «Telegram» и к появлению новых видов мошенничества таких как использование ботов, похожих на официальные, угроза слива контента, фейковые профили успешных блогеров, продающих свой курс и другие способы для похищения аккаунта пользователя. Понятие «фишинг» означает вид интернет-мошенничества, целью которого является получение доступа к конфиденциальным данным пользователя - логинам и паролям. Фишинг в «Telegram» стал достаточно актуальной проблемой в современном обществе.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ. Изучить информированность студентов ВУЗов города Краснодар о знании понятия «фишинг» в мессенджере «Telegram» и методах его профилактики.

МЕТОДЫ. Для изучения данной цели было проведено анонимное анкетирование с использованием электронных форм среди студентов высших

учебных заведений в количестве 583 респондента, обучающихся в КубГМУ (256), КубГУ (189) и КубГАУ (138). При проведении исследования были применены статистические и аналитические методы.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ. В анкетировании приняли участие 583 респондента, из которых 67,3% (394 человека) – женский пол, 32,4% (189 человек) – мужской пол. Процентное соотношение опрошенных по возрасту составило: до 18 лет – 8,6% (50 человек), от 19 до 25 лет – 87,8% (512 человек), старше 25 лет – 3,6% (21 человек).

В ходе проведения исследования был проведен отбор анкет студентов, пользующихся социальной платформой «Telegram» по данным анкетирования, которые составили 74,9% (437 человек) от общего числа, из них: 65% (284 человека) составил женский пол и 35% (153 человека) – мужской пол, по возрасту: до 18 лет – 6,2% (27 человек), от 19 до 25 лет – 89,4% (391 человек), старше 25 лет – 4,3% (19 человек).

На вопрос о значении понятия «фишинг» правильное определение дали только 51,3% (224 человека) респондентов, 22% (96 человек) дали неправильное определение и 26,7% (117 человек) затруднились с ответом. По данным прошедших тестирование «Становились ли Вы жертвой фишинга»: «стал жертвой» - 9,4% (44 человека), «бывало, но провести меня им не удавалось ни разу» - 45% (198 человек), «лично нет, но близкие/знакомые стали жертвой» - 25,6% (112 человек), «нет» - 19,7% (86 человек). Рассказывали об этой проблеме окружающим лишь 42,6% (186 человек), решили не делиться этим с окружающими, к сожалению, 57,4% (251 человек).

Установлено, что 90,4% (395 человек) респондентов считают необходимым информировать население об опасности фишинга в «Telegram», а 9,6% (42 человека) - не видят в этом необходимости.

ВЫВОДЫ. На основании данных, полученных в ходе исследования, можно сделать вывод о том, что осведомлены лишь 51,4% опрошенных студентов высших учебных заведений города Краснодар. Кроме того, 80,3% лично или косвенно сталкивались с фишингом в «Telegram» и 57,4% респондентов не рассказали об этом окружающим. Соответственно необходима разработка и проведение программ, тренингов, вебинаров по психологической профилактике и защите от фишинга в набирающей популярность среди авторов, а также мошенников социальной платформе «Telegram».

Список литературы

1. Акулич, М. Фишинг и маркетинг / М. Акулич. – Москва, 2020. – 110 с.
2. Хачатурова, С. С. Осторожно, фишинг! / С. С. Хачатурова, Ю. П. Жихарева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – №4. – С. 793-795.

3. Черный, В. После блокировок зарубежных соцсетей Telegram вырос более, чем в полтора раза / В. Черный. – Текст: электронный // brand analytics. 07.10.22. – URL: <https://brand-analytics.ru/blog/rus-social-media-sept-2022/> (дата обращения: 29.11.2022).