

57,6% россиян неоднократно сталкивались с дипфейками

Компания «М.Видео-Эльдорадо» вместе с «Лабораторией Касперского» и бренд-медиа «М.Клик» провела опрос, в котором приняли участие 12 485 человек. Результаты показали, что о дипфейках знают 51% россиян. Из них 57,6% признались, что неоднократно сталкивались с таким контентом, а еще 19% предполагают, что могли его видеть, но не уверены.

Среди тех, кто замечал дипфейки, большинство (68,8%) встречали развлекательные материалы — сгенерированные изображения и видео. Почти 66% указывали на ролики с участием политиков и знаменитостей. Примерно 31% видели поддельные фото или аудио в социальных сетях, мессенджерах и новостях. Около 15% столкнулись с фальшивыми голосовыми сообщениями в мошеннических схемах, а 11% — с видео, где подделывались знакомые люди. В категорию «другое» пользователи часто относили контент 18+.

Наиболее распространенные площадки для дипфейков — видеохостинги (53%), мессенджеры (45%) и социальные сети (42,4%). Реже их встречали в новостях и СМИ (20%), а в сервисах знакомств — всего 8% опрошенных.

Несмотря на рост числа подделок, большинство участников опроса (82,5%) смогли избежать обмана при столкновении с мошенниками, использующими дипфейки. Однако 6,7% признались, что поверили злоумышленникам, хотя не пострадали материально. У 3,2% участников мошенники смогли похитить деньги. Эти данные показывают, что даже информированные пользователи остаются уязвимыми перед новыми методами социальной инженерии.

Чтобы повысить осведомленность о киберугрозах, «М.Видео-Эльдорадо» совместно с «Лабораторией Касперского» и «М.Клик» запустила документальный сериал «Эволюция обмана». В нем рассматриваются современные схемы обмана, в том числе использование дипфейков, и даются советы по защите от мошенничества. Сериал состоит из шести эпизодов по 10 минут и доступен на VK Видео.