Современные формы проведения профилактики киберпреступности среди подрастающего поколения

Кетрова Алла Александровна
преподаватель КГБПОУ «ККРИТ»,
Россия, г. Красноярск
E-mail: alla-ketrova@yandex.ru

Стефановская Елена Олеговна
преподаватель КГБПОУ «ККРИТ»,
Россия, г. Красноярск
E-mail: sh-alla@rambler.ru

Вряд ли кто-то возьмется оспаривать утверждение, что влияние Интернета на нашу жизнь практически не ограничено. К положительным сторонам Интернета можно отнести его безграничные возможности и высокую скорость получения информации по запросу пользователя.

Интернет дает возможности для роста, развития и получения знаний, но, к сожалению, наряду с этим он становится площадкой для обмана, опасности и возникновения психологических проблем.

В Интернете в свободном доступе функционируют онлайн-сообщества, не соответствующие общепринятым морально-этическим нормам и представляющие угрозу для психологического здоровья пользователей сети и становления и развития подрастающего поколения.

В Сети можно абсолютно безнаказанно организовать психологическую травлю любого пользователя посредством написания негативных комментариев, несанкционированного распространения персональных данных и личной информации и т.п.

Из всего вышесказанного становится очевидным, что определяющими понятиями негативного влияния Интернета являются безнаказанность и вседозволенность. Таким образом, для развития здорового цифрового общества необходимо максимально использовать безграничные возможности Сети, но при этом ограничить ее деструктивное воздействие.

Первостепенно необходимо проводить обучение пользователей, и в первую очередь детей и подростков, основам безопасной работы в Сети. В дальнейшем следует на государственном уровне разработать и начать претворять в жизнь систему защиты пользователей Интернета от информации, причиняющей вред их здоровью, развитию и благосостоянию.

Для обучения правилам безопасного поведения в Интернете был выбран формат кейс-игры, где были поставлены следующие задачи:

— привлечение внимания обучающихся к проблеме безопасности в сети Интернет;

— обсуждение с обучающимися правил безопасной работы в Сети;

— формирование у обучающихся навыков этичного и ответственного поведения в Сети;

— разработка рекомендаций по созданию системы защиты пользователей Интернета от информации, причиняющей вред их здоровью, развитию и благосостоянию.

Под кейс-игрой понимают интерактивную технологию обучения, где в качестве кейсов выступают задачи, представляющие проблемные ситуации из реальной жизни. Данный формат нацелен, в первую очередь, на активное взаимодействие всех участников команды, что повышает уровень вовлеченности обучающихся в процесс поиска путей решения задачи.

Постепенное нарастание сложности выполнения заданий по ходу кейс-игры позволяет командам работать наиболее эффективно:

— первый этап позволяет консолидировать участников команды для достижения общей цели;

— второй этап побуждает участников команды к обмену эмпирическими знаниями и разработке общей стратегии решения поставленной задачи;

— третий этап стимулирует команды сгенерировать новые идеи, подходы к решению кейса и предложить механизмы их реализации.

Для проведения кейс-игры были выбраны студенты второго курса специальности 09.02.07 Информационные системы и программирование квалификации «программист».

Количество команд для участия — четыре. Каждая команда представлена пятью студентами из одной группы. Список участников формируется самими же студентами.

Как уже было сказано выше, процесс проведения кейс-игры разделен на три этапа.

В первом задании необходимо пройти онлайн-тестирование, состоящее из 10 закрытых тестовых заданий. Задания составлены как на знание основополагающих понятий информационной безопасности, так и общих правил и рекомендаций безопасного поведения каждого пользователя в сети Интернет.

Второе задание предполагает решение кейс-задач. Ситуации, описанные в кейсе, предложены на основе реальных задач, с решением которых сталкивается каждый пользователь Сети:

— совершение покупки в Интернет-магазине;

— онлайн-бронирование билетов, гостиниц и т.д.;

— покупка товаров в социальных сетях.

За отведенное время студенты должны предложить решение одной из задач: сформулировать этапы проверки безопасности совершения того или иного действия в Сети, подкрепляя свои варианты демонстрацией на ПК. Результаты оказались весьма впечатляющими — студенты предложили структурированную и достаточно полную последовательность действий, которые должен предпринять пользователь Сети в предполагаемой ситуации.

Осведомленность в данной аспекте именно этой категории населения РФ подтверждают и данные статистики [1]. По данным ВЦИОМ опыт совершения онлайн-покупок есть у 62% россиян, среди которых наибольший процент составляют молодые люди 18-24 лет (87%). ВЦИОМ утверждает, что за последние один-два года на 74% вырос спрос на совершение онлайн-покупок у населения в возрасте от 18 до 24 лет. Все эти статические данные говорят о том, что наиболее активный сегмент населения, которому хорошо знакома процедура онлайн-покупки в Сети, это и есть та самая возрастная аудитория, которая и принимала участие в кейс-игре по безопасности в Сети.

Однако, согласно исследованиям компании RTM Group [2] в 2023 году зарегистрировано

517722 преступлений, связанных с хищениями с использованием информационных технологий, в том числе и в Сети.

Эти данные заставляют задуматься: если в большинстве своем Интернет-аудитория владеет в достаточной мере информацией о поведении в Сети, почему же так высок процент обманутых мошенниками? Конечно, участники игры не являются репрезентативной выборкой для проведения социологического исследования, и кейс-задачи не предполагают их реального выполнения (предложенные варианты решения кейсов носят исключительно теоретический характер). Возможно, эти результаты получены по причине того, что каждая пятая онлайн-покупка в РФ является незапланированной и сделана спонтанно [3], и в этот момент пользователь Сети пренебрегает правилами безопасности. Также результаты аналитической платформы GfK говорят о том, что для многих пользователей Сети онлайн-покупка — это хороший вариант времяпровождения. А в такие моменты, как известно, любой человек настроен только на позитивные мысли, не задумываясь о возможных последствиях предоставления своих персональных данных мошенникам. Стоит ли говорить, что данный этап игры вызвал наибольший интерес у студенческой аудитории и породил длительную дискуссию по каждому кейсу.

Задача третьего этапа игры заключается в том, чтобы студенты предложили свои дополнения к существующим законам РФ, регламентирующим права пользователей Сети. Среди большого количества предложений хотелось бы выделить следующие:

— разделение информационных ресурсов Сети согласно возрастному критерию пользователя с обязательным введением цензуры для несовершеннолетнего населения;

— введение единого реестра всех Интернет-ресурсов, предполагающих сбор и использование персональных данных пользователя;

— внедрение программы обучения нейросетей для распознавания в Сети контента, связанного с жестокостью и насилием, для дальнейшей блокировки;

— защита персональных данных пользователя социальных сетей от разглашения без его согласия (репост, сохранение фото, ссылка на аккаунт и тд);

— введение системы идентификации каждого пользователя Сети с последующим отслеживанием его действий.

Подводя итоги кейс-игры, можно констатировать, что поставленная в самом начале цель — акцентировать внимание студенческой аудитории на проблеме безопасности в Сети — была достигнута. Задачи реализованы. Результаты игры подтверждают тот факт, что сегодня неконтролируемая глобальная сеть представляет из себя опасную среду для всех возрастных категорий пользователей. И становится очевидным, что остро необходимы изменения в вопросах использования Сети на законодательном уровне.

Электронные ресурсы:

1. Сетевое издание WCIOM [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://wciom.ru/ (дата обращения: 10.12.24).

2. Консалтинговая компания в области информационной безопасности, судебной экспертизы и ИТ-права RTM Group [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://rtmtech.ru/ (дата обращения: 05.12.24).

3. Компания по исследованию рынка и опросов общественного мнения GfK [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.gfk.com/ (дата обращения: 17.12.24).