

3 TROLLE W CENIE 1, CZYLI DEZINFORMACJA JAKO USŁUGA

Dezinformacja zazwyczaj kojarzy się z działaniami prowadzonymi przez rządy państw. Wygląda na to, że rynek do zakupu własnej broni propagandowej jest ogólnodostępny. Dezinformacja na sprzedaż? Pytają retorycznie analitycy zagrożeń z Recorded Future. Wygląda na to, że profesjonalna propaganda wchodzi bardzo mocno na rynek biznesowy i co więcej jest ogólnodostępna i ...tania.

Zakup trolla jako usługa biznesowa? Badacze z Recorded Future sprawdzili, jak dezinformacja ma się w biznesie. Aby przeprowadzić badanie analitycy stworzyli fałszywą firmę a następnie pozwolili jednej rosyjskojęzycznej grupie osób na stworzenie reputacji fikcyjnej spółki a następnie zapłacili drugiej za jej zburzenie. Koszt budowy pozytywnej reputacji wyniósł badaczy niespełna 2 tys. dolarów, natomiast za jej zniszczenie grupa wyceniła swoje działania na ponad 4 tys. dolarów.

Grupy dysponowały całym wachlarzem możliwych działań. W opinii autorów testu rozpoczęcie kampanii dezinformacyjnej jest proste i co więcej niedrogi, ponadto oferowane „usługi” są wysoko konfigurowalne i niemal „szyte na miarę” pod potrzeby klienta. Jak zauważyli jedna z tych grup posiadała nawet profesjonalną stronę internetową, gdzie oferowali swoje działania.

Działania które zlecieli analitycy prowadzone były w mediach społecznościowych i stanowiły mieszankę działań prawdziwych użytkowników wciągniętych do interakcji, ale również botów i trolli. W ramach działań wykorzystywano specjalnie przygotowane konta na Facebooku i LinkedIn. Jak wynika z badania, niezbędne było stworzenie nawet tysięcy kont z uwagi, że zaledwie niewielka część z nich ostatecznie nie zostanie zbanowana. Zdaniem badaczy firmy te korzystają z sieci redaktorów, tłumaczy, specjalistów od optymalizacji, ale również hakerów i dziennikarzy.

Niepokojące jest, jak wskazali eksperci, że możliwości prowadzenia kampanii dezinformacyjnych na profesjonalnym i powszechnym poziomie jest już teraz dostępne niemal dla każdego prywatnego użytkownika sieci. Niczym odkrywczym jest, że biznesowi zdarza się stosować nieuczciwe zagrywki względem swoich konkurentów do osiągnięcia przewagi biznesowej. Nie mniej jednak niepokojąca jest łatwość, z jaką dostępne stały się profesjonalne narzędzia i „fachowcy” do wynajęcia skłonni za niezbyt duże pieniądze zniszczyć często budowany latami wizerunek firmy.