Cum identificăm o campanie de CIB?

testul celor 4 întrebări

Există un grup de utilizatori care acționează coordonat?

DA

Indicatori

- conturi care răspândesc aceeași narativă
- conturi care folosesc aceleași hashtaguri
- conturi care interacționează (aprecieri, comentarii, distribuiri) în masă cu același tip de conținut.
- meta-date legate de postări (de ex. timestamp-ul postărilor)

NU

NU e CIB

Rețeaua de conturi acționează coordonat, amplifică artificial vizibilitatea unei informații și manipulează percepția publică?

DA

Indicatori

- publicitate sau campanie politică mascată
- amplificarea unui conținut propagandistic cu scopul ca acesta să ajungă la mai mulți utilizatori reali
- supradimensionarea artificială a unui grup de persoane cu scopul de a crea aparența unui interes ridicat

NU

Nu e CIB

Explicație

Pot fi utilizatori care se coordonează organic în mediul online pentru a amplifica o mișcare existentă în societate, pentru a se afilia la un trend sau la o mișcare politică

Conturile care acționează coordonat au indicatori de automatizare/inautenticitate?

DA

Indicatori

- conturi care impersonează alte persoane
- tipar de postat nerealistic sau sincronizat cu o grupare (postat cu frecvență ridicată, fără pauze; conturi din Vietnam care interacționează cu conținut din România)
- conturi anonime, fără informații personale
- conturi ce folosesc fotografii generate cu AI

NU

Explicație

Rețelele de CIB se pot folosi și de persoane fizice care își folosesc conturile personale, respectiv de boți care reușesc să mimeze comportamentul uman. Inexistența unor indicatori de automatizare nu descalifică din start existența unei campanii CIB, dar prezența automatizării este un element relevant.

Care e impactul pe care îl are campania coordonată?

IMPACT NEGATIV

- Campanii de intereferență statală care reduc încrederea în instituțiile democratice
- Înșelăciuni și fraude financiare care se folosesc de CIB pentru a-și maximiza numărul de potențiale victime
- Campanii politice mascată care se folosesc de CIB pentru a amplifică sintetic popularitatea unui candidat sau a unui partid
- Campanii de marketing înșelătoare care se folosesc de CIB pentru a-i induce în eroare pe potențialii cumpărători (recenzii false, popularitate sintetică)

IMPACT NEUTRU

Cercetători care creează rețele de conturi inautentice care acționează coordonat pe rețelele sociale cu scopul de a analiza algoritmii / a colecta date necesare unor studii.

DETALII

Pentru detalii și definiții ale CIB, vezi documentul complet: „Propunere cadru de definire și clasificare a comportamentului inautentic coordonat (Coordinated Inauthentic Behaviour - CIB)”.

CC BY SA

ApTI