

STRATEGIE VYUŽÍVANÉ PODVODNÍKY U PODVODNÝCH REKLAM (A PODVODNÝCH NÁKUPŮ)

Kamil KOPECKÝ

K nejčastějším a nejrozšířenějším druhům kyberkriminality patří zcela jistě podvody, ty ostatně tvoří více než polovinu případů, které česká policie v oblasti kriminality páchané s pomocí IT na internetu každoročně řeší. Zároveň je potřeba říci, že velké množství podvedených z různých důvodů incidenty nenahlašuje - v některých případech se obávají sekundární viktimizace ze strany policie, jindy odkazují na to, že přišli o příliš malou částku, než aby se jí zabývala policie, v některých situacích pak také neví, jak postupovat, koho a jak kontaktovat, jaké důkazy připravit apod. Podle seriózních odhadů policie podvody hlásí skutečně pouze zlomek poškozených a velká část poškozených se prostě smíří s tím, že byli v online prostředí okradeni. K velmi rozšířeným druhům podvodů patří podvody spojené s phishingem a scamem (romance scam, scam419, ceo scam, invoice scam apod.), významná část podvodů je také spojena s podvodnou reklamou a podvodným prodejem zboží či služeb. A právě na tuto oblast se zaměříme v dnešním textu.

Podvodná reklama využívá několika základních technik zaměřených na ovlivnění úsudku nakupujícího:

1. Obchod se strachem a instantní zázraky

K základním technikám využívaným v rámci podvodných reklam (ale také např. politického marketingu) patří tzv. **obchod se strachem**. Strach je velmi silná emoce, která dokáže potlačit lidskou racionalitu a donutit člověka k ukvapené reakci, zároveň je ale strach velmi důležitý pro lidské přežití (a je pro nás přirozený). Podvodná reklama velmi často u potenciálních zákazníků vyvolává iracionální strach spojený např. s lidským zdravím - to je pro nás všechny velmi důležité a jsme do jeho ochrany schopni investovat vysoké finanční prostředky.

Podvodná reklama v nás např. vyvolává fiktivní obavy, že máme tělo zaplaveno parazity, což se projevuje třeba zápachem z úst nebo bolestí zad, a samozřejmě nám nabízí zázračný prostředek, který nás parazitů zbaví. Veškerá tvrzení jsou samozřejmě podložena padělanou fotodokumentací nejrůznějších parazitů, kteří se nám "pohybují uvnitř těla" a postupně nás zabíjejí, vše je pak doplněno názorem "lékařské capacity", experta na parazitární onemocnění. Podvodná reklama pak velmi často upozorňuje na desítky nejrůznějších příznaků parazitárních onemocnění, které se u nás mohou objevit - ke kterým patří v podstatě vše, co si umíme představit (od bolesti hlavy po plynatost). Vše je však pouze dokonalá fikce, jejímž cílem je vystrašit nás a donutit problém řešit - především si koupit doporučený výrobek, který je náhodou ve slevě. Samozřejmě nejde o žádný lék, ale doplněk stravy (zpravidla uvedeno velmi malým písmem na spodní části webové stránky). Ukázkou aktivního obchodu se strachem naleznete [zde](#) (stránky Medicnatur obsahují velké množství nepravdivých a zkreslených informací nejenom z oblasti parazitologie, ale také z oblasti [vakcinace](#), [šíří např. dezinformace o autismu](#) apod.).

Další technikou, který je v rámci podvodných reklam velmi často využívána, jsou tzv. **instantní zázraky**. Jednoduše reklama nám slibuje zázrak - např. [zázračnou výuku cizího jazyka](#), po které budeme o 14 dnech plynule mluvit anglicky, zázračné omlazení, nejrůznější magické předměty zajišťující štěstí, super účinné způsoby hubnutí a apod. Bohužel zázraky se koupit nedají a výsledkem je nákup předraženého a nefunkčního výrobku.

2. Fiktivní autority

Podvodná reklama velmi často využívá neexistujících autorit -

fiktivních lékařů, expertů z různých oblastí apod. Jakmile si ale začnete ověřovat, zda daný expert skutečně existuje, zjistíte, že jde velmi často o podvod. Zde doporučujeme využít funkci reverzního vyhledávání např. v systému Google Obrázky, které odhalí, kde všude se fotografie “experta” na internetu nachází a zda odpovídá např. jeho jméno a příjmení. Internetový prohlížeč Chrome má ostatně funkci reverzního vyhledávání integrovanou přímo v sobě - na fotografii, kterou chceme ověřit, stačí kliknout pravým tlačítkem myši a zvolit Vyhledat obrázek pomocí vyhledávače Google.

3. Podvodné recenze

Podvodná reklama je také obvykle spojena s recenzemi “spokojených zákazníků”, kteří si daný výrobek zakoupili a svůj nákup všem doporučují. Při bližší analýze ale často zjistíme, že jde o podvrhy a recenze jsou zcela podvodné a fiktivní, využívající smyšlených jmen a fotografií převzatých z fotobank.

4. Generátory prodeje

Novinkou, která motivuje návštěvníky nejrůznějších e-shopů, jsou sdělení, že si právě před několika vteřinami či minutami zboží koupila konkrétní osoba z konkrétního města. Toto sdělení v nás vzbuzuje zájem, že o výrobek je skutečně zájem a že je tedy dobré si jej pořídit. Bohužel podvodná reklama obsahuje tzv. **generátory prodeje** = veškeré zprávy o prodeji jsou náhodně vygenerovány počítačem. Počítačový program uvnitř webových stránek z databáze zvolí náhodné jméno, náhodné město a náhodný časový interval, který nám zobrazí. A naservíruje nám zprávu, že si Marie z Prahy právě koupila zaručeně funkční výrobek, pomocí kterého zázračně omládneme.

5. Slevy vázané na velmi omezený časový interval

Mnoho podvodných reklamních stránek nabízí klientům slevy, které jsou spojené s velmi omezeným časovým intervalem - často kolem 5 minut, které se u ceny výrobku postupně v reálném čase

odpočítávají. Pod tlakem limitovaného času se pak musíme velmi rychle rozhodnout, abychom o “slevu” nepřišli, nemáme čas si nákup promyslet, detailně si výrobek prostudovat, zajistit externí recenze na výrobek apod.

6. Zneužívání celebrit

Trendem mnoha podvodných reklam je také zneužívání fotografií a jmen celebrit v rámci reklamy - a to bez jejich souhlasu a vědomí. V posledních letech se např. nedobrovolnými tvářemi reklam na přípravky na hubnutí staly např. Lucie Vondráčková, Lucie Bílá, Lucie Borhyová, zaručeně výnosné investice do bitcoinu nám slibovali z reklam Petr Kellner, Leoš Mareš či Jaromír Jágr a mnoho dalších osobností (včetně premiéra Andreje Babiše). Ve skutečnosti však šlo o podvodnou reklamu a celebrity se od ní veřejně distancovaly. Takže pozor na zaručeně výnosné online investice!



Premiér Babiš jako jedna z tváří zneužitých v podvodné reklamě

7. Využívání dezinformací pro prodej zboží

V posledních letech mohutně narůstá množství podvodné reklamy, která aktivně využívá dezinformace spojené s nejrůznějšími celospolečenskými problémy. Podvodná reklama např. využívá

pandemie **COVID-19** a např. nabízí/prodává lidem zaručeně funkční přípravky, pomocí kterých je např. velmi snadné a jednoduché vyléčit COVID-19, ale také např. potlačit účinky mRNA vakcín na lidské tělo. Ve skutečnosti však opět jde o předražené doplňky stravy, které si můžete za zlomek ceny koupit v kterékoli obyčejné lékárně. Samostatnou kapitolu pak tvoří podvodné certifikáty o provedeném očkování, které lze zakoupit např. na darknetu.

Online podvodníci také aktivně využívají dezinformací o **5G** sítích a jejich negativním a neprověřeným účinku na lidské zdraví a nabízejí prodej tzv. USB bioštítů (5G USB Bio Shield), které 5G záření zaručeně odstíní a vytvoří kolem nás ochranný štít. Stačí si jen zakoupit speciální USB flashku v ceně 350 \$ (asi 8000,- Kč) a zapojit ji do našeho počítače. Ve skutečnosti ale žádný bioštít flashka nevytvoří - jde totiž o naprosto obyčejnou flashku za 130,- Kč, kterou koupíte v každém obchodě.

Osvětová videa Prevíti na síti

Další informace o internetových podvodech všeho druhu s konkrétními ukázkami najdete v našem novém videoseriálu **Prevíti na síti**, který najdete na našem [kanálu na YouTube](#). Samostatný díl také věnujeme podvodné reklamě:

Závěr

Základem obrany před podvodnou reklamou je především kritický přístup k informacím, které nám reklamní sdělení prezentuje. Ten zahrnuje celou řadu znalostí a dovedností, ke kterým patří schopnost vyhledat si informace o daném výrobku na relevantních www stránkách, ověřit si faktickou správnost reklamy, umět si např. přeložit informace psané v cizím jazyce, ověřit si cenu výrobku, dovednosti spojené s reverzním vyhledáváním fotografií apod. Člověk, který je vybaven těmito dovednostmi, se efektivněji manipulativním technikám, které podvodná reklama využívá, ubrání.

Kamil Kopecký

Zdroje

Kuchta, R. Pravda o parazitech a jejich vymítačích. Vesmír.
<https://vesmir.cz/cz/on-line-clanky/2015/09/pravda-parazitech-jejich-vymitacich.html>

Všichni jsme napadeni parazity, kteří nás mohou zabít, lžou noví šmejdi. Nekupujte jejich výrobky. Rozhlas.cz
<https://budejovice.rozhlas.cz/vsichni-jsme-napadeni-parazity-kteri-nas-mohou-zabit-lzou-novi-smejdi-nekupujte-7043426>

Slibují, že vás zbaví parazitů. Sami parazitují na lidské důvěřivosti. iDNES.cz
https://www.idnes.cz/technet/veda/internetove-obchody-klamava-reklama-paraziti-proti-parazitum.A170222_131428_veda_pka

Šarlatáni diagnostikují parazity, těch je tu přitom málo, říká mikrobiolog. iDNES.cz
https://www.idnes.cz/plzen/zpravy/parazit-lecba-caj-fakultni-nemocnice-plzen-mikrobiologie-dokument-infiltrace.A180704_412930_plzen-zpravy_vb

Názvy se mění, šmejdi zůstávají. Vědci z Parazitologického ústavu vyvracejí nesmysly o parazitech a přípravcích proti nim. Vitalia.cz
<https://www.vitalia.cz/clanky/nazvy-se-meni-smejdi-zustavaji-vedci-z-parazitologickeho-ustavu-vyvraci-nesmysly-o-parazitech-a-pripravcich-proti-nim/>

\$350 '5G Bioshield' Radiation Protection Device Is A ... \$6 USB Stick. Forbes.com
<https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2020/05/28/350-5g-bioshield-radiation-protection-device-is-a--6-usb-stick/?sh=2f4345377298>

Podvodníci slibující pohádkové zisky jsou zpět. Po Kellnerovi či Čechovi vábí na Babiše, ten se chce bránit. iRozhlas.cz
<https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/podvod-700-tisic-podvodnici->

[internet-reklama-facebook-idnes-andrej-babis-kellner_2110200500_vis](#)

Podvodná reklama na bitcoiny se zaštiťuje Českou televizí i centrální bankou. Obě se od ní distancovaly. iRozhlas.cz

https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/bitcoin-podvodny-clanek-ceska-televize-cnb_1911081250_jak