

Achter de schermen bij de klikfraudeurs

Wil je rap rap een massa volgers of likes op sociale media, dan kun je aankloppen bij een klikfraudeur. Jack Latham zocht uit wie ze zijn en hoe ze werken.

Jan Desloover

Zaterdag 9 december 2023 om 03:00

Stel: je bent een nobele onbekende met een goeie stem, een kook-, komisch of tekentalent en wilt op Youtube, Instagram of eender welk sociaal medium wat deining genereren met je nieuwe song, recept, sketch of schets. Je kunt je creatie online zetten en hopen dat kwaliteit ook in de peilloze digitale oceaan wel spontaan bovendrijft. Je kunt ook een beroep doen op een clickfarm. Clickfarms zijn schimmige ondernemingen waar je de populariteit van je product kunstmatig kunt laten opkrikken. De meeste zijn gevestigd in China, India en Zuidoost-Azië, waar elektriciteit weinig kost, lonen laag en goedkope tweedehandse smartphones overvloedig aanwezig zijn.

De Britse zender Channel 4 bezocht er in 2013 eentje in de Bengaalse hoofdstad Dhaka. Je betaalde er 15 dollar voor duizend likes. Voor die likes, of sterretjes, of volgers, zorgden arbeidskrachten die elk tientallen met computers verbonden telefoons bedienden. Elke telefoon stond voor een individuele surfer. Hun werkdagen bestonden uit klikken op datgene wat hun baas hen opdroeg, met als doel de ‘echte’ onlinegemeenschap aan te moedigen dat

ook te doen. Het was een 24/7-bezigheid, er werd in drie shifts gewerkt. De klikkers verdienden 1 euro per duizend likes. Alleen de baas van de clickfarm werd er dus echt rijker van.

Intussen wordt steeds meer ingezet op bots – softwarerobots – om content artificieel populairder te maken, maar die zijn soms makkelijker traceerbaar voor de geautomatiseerde controlefilters die Facebook en consorten gebruiken. Clickfarmers van vlees en bloed gedragen zich niet wezenlijk anders dan welmenende surfers, en zijn dus effectiever.

Jack Latham onderzocht hoe de clickfarmsector er nu bij ligt. Het was de pitazaak bij hem om de hoek in Londen die zijn nieuwsgierigheid wekte. Een onhygiënische keet, ‘maar wel 1.500 reviews, allemaal vijf sterren’. ‘Je weet dat het niet klopt,’ zei hij onlangs aan The Telegraph, ‘en toch baseren we ons bewust of onbewust op zulke data om zagezegd weloverwogen beslissingen te nemen. In een wereld waar er elke seconde nieuwe inhoud op je afkomt, is het ook nagenoeg onmogelijk aan due diligence – gedegen onderzoek – te doen.’

Na een intensieve speurtocht via allerlei Facebookgroepen lukte het Latham contact te leggen met clickfarmers in China en Zuidoost-Azië. Hij bracht er twee maanden door om hen te observeren en fotograferen. Vergeleken met tien jaar geleden is er alleszins sprake van schaalvergroting. Een clickfarm past nog altijd in een ferme slaapkamer of een klein kantoor, maar nu spreken we al snel over vele honderden telefoons die in rekken worden geplaatst en op één computer aangesloten. Eén commando kan een massa likes, volgers, beoordelingen of identieke commentaren activeren. De lonen zijn aan die efficiëntiewinst aangepast. Volgens Latham krijgen clickfarmers gemiddeld 2 dollarcent voor duizend Tiktokviews, en 11 cent voor duizend Instagramlikes.

In *Beggar's honey*, Latham's pas verschenen boek over de materie, worden foto's van de clickfarminfrastructuur gecombineerd met typische afbeeldingen waar de fraudeurs voor betaald krijgen als ze ze liken of becommentariëren, van selfies over foto's van chique auto's tot pauwen, altijd populair in narcistische tijden. Latham verzamelde ze door in Vietnam zijn eigen miniclickfarm te kopen – een doos met twintig telefoons.

De cijfers variëren van studie tot studie, maar uit elk onderzoek blijkt dat een meerderheid van de moderne consumenten recensies, likes of aantallen volgers checkt alvorens ze een dienst of product aanschaffen. Bedenk daarbij dat naar schatting zeker de helft van alle internetverkeer aangedreven wordt door nepklikes, en dat AI dat aandeel alleen maar verder kan doen toenemen, en je wordt er stil van.

Dat een en ander ook zware politieke en breder maatschappelijke consequenties kan hebben, voel je aan je theewater. Verkiezingsbeïnvloeding via fakenieuws hadden we al, onder meer in de VS in 2020. Latham heeft geen weet van politici die zelf clickfarms of bots inschakelen, 'maar groepen mensen die in bepaalde ideeën geloven, doen het ongetwijfeld wel al'. 'En als je begrip van de wereld gebaseerd is op wat je online leest, kan het natuurlijk gevaarlijk zijn als iemand dat systeem kan manipuleren.'

Beggar's honey is uit bij Setanta Books.

Bron artikel: *De Standaard*, 9 december 2023, https://www.standaard.be/cnt/dmf20231206_94582188.

Dit artikel werd gereproduceerd met toestemming van de uitgever, alle rechten voorbehouden. Elk hergebruik dient het voorwerp uit te maken van een specifieke toestemming van de beheersvennootschap License2Publish: info@license2publish.be.