

AKTOR HENRYK GOŁĘBIEWSKI KOLEJNĄ OFIARĄ SCAMU!

PROWOKACYJNA KAMPANIA TELEWIZJI PULS I KOMENDY GŁÓWNEJ POLICJI UŚWIADAMIA, JAK PRZESTĘPCY WYKORZYSTUJĄ SZTUCZNĄ INTELIGENCJĘ

Telewizja Puls wraz z Komendą Główną Policji i Fundacją Telewizji Puls „Pod Dębem” wystartowała 14 listopada z kolejną odsłoną kampanii społecznej #ZnamTeNumery skierowanej do seniorów i ich bliskich. Wykorzystując sztuczną inteligencję, inicjatorzy kampanii tym razem stawiają się w roli zarówno internetowego oszusta, jak i edukatora. W ten niestandardowy sposób uświadamiają, jak zaawansowane są możliwości sztucznej inteligencji i ostrzegają przed potencjalnymi zagrożeniami.

14 listopada w Światowy Dzień Seniora na anteny TV Puls, Puls 2, do Internetu i na nośniki Digital OOH w całej Polsce trafił kontrolowany scam z reklamą „Emerytury na maxa” – produktu, który w rzeczywistości nie istnieje. Promował go ambasador kampanii społecznej #ZnamTeNumery, aktor znany z serialu Telewizji Puls „Lombard. Życie pod zastaw” – Henryk Gołębiewski.

W pierwszym tygodniu stronę internetową Emeryturanamaxa.pl odwiedziło około 15 tysięcy osób, dając się nabrać na scam. To pokazuje, jak realne jest zagrożenie ze strony internetowych oszustów i jak ważne są tego typu kampanie społeczne.

Wykorzystując sztuczną inteligencję oszuści są w stanie „zatrudnić” dowolną gwiazdę do swoich nagrań, pobierając kilka zdjęć i próbek video z Internetu. Widzieliśmy już między innymi Igę Świątek¹ czy Roberta Lewandowskiego², których wizerunek bezprawnie wykorzystano do reklamy nieistniejących produktów czy usług. Podobny mechanizm wykorzystano w kolejnej odsłonie kampanii społecznej #ZnamTeNumery, tworząc wideo-scama z Henrykiem Gołębiewskim. Jak potwierdzają badania³, na tego typu manipulacje szczególnie narażeni są seniorzy, choć ofiarą scamu może paść każdy, bez względu na wiek, płeć czy wykształcenie.

Jak to zrobiono, czyli jak powstaje kontrolowany scam?

Ponad 60% Polaków używa AI do codziennej pracy⁴. Daje ona ogromne możliwości, choć intencje towarzyszące jej wykorzystaniu mogą być różne. Aby ukazać możliwości sztucznej inteligencji, Telewizja Puls wraz z Komendą Główną Policji umieściła ją w centrum kolejnej odsłony kampanii

¹ <https://cyberdefence24.pl/cyberbezpieczenstwo/deepfake-z-iga-swiatek-jak-go-rozpoznać>

² https://demagog.org.pl/fake_news/lewandowski-zacheca-do-inwestowania-kolejny-scama-z-uzyciem-ai/

³ <https://cyberdefence24.pl/cyberbezpieczenstwo/cyberprzestepcy-nie-proznuja-seniorzy-traca-coraz-wiecej>

⁴ <https://ccnews.pl/2024/05/08/juz-61-proc-pracownikow-w-polsce-uzywa-generatywnej-ai-na-co-dzien/>

społecznej #ZnamTeNumery. Został stworzony fikcyjny produkt inwestycyjny „Emerytura na maxa”, który miał zachęcić seniorów do szybkiego i łatwego zysku (hasła: „Prosta kasa na złote lata. Zwiększ emeryturę nawet 2-krotnie!”). Powstało wideo-scam, którego głównym bohaterem został Henryk Gołębiowski. **Aktor na planie zdjęciowym spędził... 0 minut!**

- *Propozycja Telewizji Puls bardzo mnie zaskoczyła. Nie do końca byłem pewien, jaki będzie efekt video, które powstało przecież bez mojego udziału! Kiedy je zobaczyłem, przeraziłem się – oszuści, dzięki zaawansowanym technologiom, są w stanie spreparować dowolny materiał, wykorzystując bezprawnie wizerunek wybranej osoby, a następnie wyłudzać w ten sposób dane czy oszczędności seniorów. Już wielokrotnie to podkreślałem w wywiadach – nie wierzymy we wszystko, co zobaczymy w Internecie” – powiedział Henryk Gołębiowski, ambasador kampanii społecznej #ZnamTeNumery.*

- *Wystarczyło znaleźć w Internecie jedno zdjęcie i próbkę głosu. Po tym nastąpiła seria testowania różnorodnych narzędzi, prób, błędów i poszukiwań kolejnych nowych oprogramowań, wyspecjalizowanych w unikalnym elemencie generatywnej AI. Te narzędzia umożliwiły nam stworzenie materiału wideo, a w nim wypowiedzi, która nigdy nie padła z ust pana Henryka Gołębiowskiego. Jego mimikę odtworzyliśmy, nagrywając koleżankę z pracy. Na obecnym etapie zaawansowania tej technologii, dla profesjonalisty stworzenie takiego materiału to kwestia kilku dni. Obserwując tempo rozwoju sztucznej inteligencji, za chwilę wystarczy nie dni, a godziny, co nie umknie uwadze oszustów i scammerów – dodali Artur Cetnarowski i Mateusz Sobkowiak z Działu Autopromocji Telewizji Puls, którzy stworzyli wideo-scam.*

„Emerytura na maxa” to kontrolowany, wygenerowany prawie w pełni przez AI scam. Został on stworzony w celu edukacji seniorów i ich bliskich na temat zagrożeń, które niesie ze sobą sztuczna inteligencja, stając się kolejnym narzędziem w rękach oszustów. Wideo miało na celu promowanie fałszywej oferty, podobnej do tych, na które często można złapać się w Internecie. W tym przypadku wabikiem był wizerunek znanego aktora oraz wizja łatwego i szybkiego zysku.

Emerytura na maxa – element kampanii społecznej #ZnamTeNumery – została podzielona na dwa etapy. Pierwszy z nich polegał na emisji wideo ze scamem i trwał **od 14 do 20 listopada**. Pojawiło się ono na antenach TV Puls i Puls 2, w Internecie, a dzięki wsparciu partnerów – także na grupach na Facebooku Polskiego Związku Kół Gospodyń Wiejskich i Radia Pogoda oraz na nośnikach Digital OOH przy dworcach kolejowych i w głównych ciągach komunikacyjnych w całej w Polsce (wsparcie PKP S.A. i Jet Line). Jednocześnie, od 14 listopada po wejściu na stronę **www.emeryturanamaxa.pl** użytkownicy byli automatycznie przekierowywani na stronę **www.ZnamTeNumery.pl**, gdzie oczywiście zamiast stracić dane czy pieniądze, otrzymali cenną lekcję, która pomoże im uniknąć podobnych pułapek w przyszłości.

20 listopada rozpoczął się drugi etap kampanii. W tych samych kanałach i na tych samych nośnikach do końca 2024 r. będzie wyświetlane wideo i kreacje z wyjaśnieniem jej założeń. Do grona partnerów na tym etapie dołączyła także Poczta Polska, sieć kin Helios, Radio Pogoda (Grupa Agora), magazyny „Przyjaciółka”, „100 rad” (Wydawnictwo Bauer), „Głos Seniora”, a także organizacje takie jak Polski Związek Kół Gospodyń Wiejskich, Ogólnopolska Federacja Stowarzyszeń Uniwersytetów III Wieku oraz Polski Związek Emerytów, Rencistów i Inwalidów. Kampania jest również wyświetlana w placówkach ZUS, sanatoriach i komunikacji miejskiej w wybranych miastach w Polsce.

- Seniorzy to dla nas bardzo ważna grupa społeczna. Dlatego we współpracy z Komendą Główną Policji, Fundacją Telewizji Puls „Pod Dębem”, ekipą „Lombardu” oraz licznymi partnerami staramy się nie tylko dostarczać im rozrywkę, lecz także niezbędną wiedzę. Wierzymy, że w ten sposób komercyjny nadawca może realizować ważną społecznie misję. Żyjemy w czasach, w których to, co widzimy w Internecie, może być dalekie od rzeczywistości, nawet jeśli wygląda przekonująco – **powiedział Dariusz Dąbski, Prezes Telewizji Puls.** - Jednym z celów działalności naszej Fundacji jest m.in. dbałość o bezpieczeństwo seniorów i ich ciągła edukacja technologiczna. Ważne jest, by zachowywali szczególną ostrożność i dokładnie sprawdzali wszystkie oferty, reklamy i wiadomości, które do nich trafiają, nawet jeśli pochodzą od rzekomych bliskich – **dodaje Erin Dąbska, Prezes Fundacji Telewizji Puls „Pod Dębem”.**

Cel kampanii oraz zatrważające statystyki

Statystyki dotyczące cyberbezpieczeństwa w Polsce i przestępstw przeprowadzanych za pomocą Internetu są zatrważające. W ciągu ostatnich 4 lat liczba incydentów naruszenia bezpieczeństwa w sieci **wzrosła o prawie 800%**, a w stosunku do ubiegłego roku – to **wzrost o ponad 40 000 zarejestrowanych incydentów.**

Historyczne porównanie liczby incydentów	Liczba incydentów ⁵
2023	80 267
2022	39 683
2021	29 483
2020	10 420
2019	6 484
2018	3 739
2017	3 182
2016	1 926

- Niestety dzisiejsze czasy to w wielu przypadkach czasy spreparowanych wiadomości. Coraz bardziej zaczyna zacierać się granica między tym, co jest prawdziwe a tym, co tylko udaje prawdziwe. Każdy z nas spotkał się na pewno z takimi przykładami. Wystarczy film z wakacji, czy kilka zdjęć, którymi tak chętnie dzielimy się w social mediach, aby móc stworzyć coś naprawdę przekonującego. Pamiętajmy, że cyberprzestępcy mogą podszywać się także pod naszych najbliższych, czy wykorzystywać wizerunki osób znanych i lubianych, żeby nas oszukać. Dlatego tak ważna jest edukacja. Poprzez naszą AI-ową odstonę akcji #ZnamTeNumery chcemy, żeby seniorzy i ich bliscy mieli świadomość, że metody

⁵ Raport roczny z działalności CERT Polska 2023, s. 105

oszustów zmieniają się wraz z rozwojem różnych narzędzi, w tym sztucznej inteligencji. Nie oznacza to, że powinniśmy się jej bać i unikać. Musimy być jednak ostrożni i wyczuleni na nowe sposoby działania oszustów, znać słabość tych narzędzi. Dodatkowo istotna pozostaje też obietnica łatwego i szybkiego zarobku, wielkiej wygranej, okazynego zakupu – to są kluczowe treści kampanii scammerskich. Wszelkie nierealne, zbyt pięknie brzmiące obietnice od razu powinny wzbudzać naszą czujność. Aktualne pozostaje hasło naszej kampanii: *Poznaj numery oszustów i nie daj się nabrać*. Dodałibyśmy tylko: *Poznał (kolejne) numery oszustów i nie daj się nabrać*” – **powiedziała Justyna Ganczarek, Dyrektor Marketingu i Sprzedaży Telewizji Puls.**

- Świat dynamicznie zmienia się, powszechnie korzystamy z dobrodziejstwa nowoczesnych technologii, które w znacznym stopniu ułatwiają nam codzienne życie. Zmiany te są szczególnie widoczne w zakresie komunikacji interpersonalnej, ale również tej urzędowej. Powszechnie korzystamy z różnego rodzaju social mediów czy też komunikatorów elektronicznych, o usługach bankowych nie wspominając. Świat nie jest jednak czarno-biały i co nie wszyscy niestety dostrzegają, niewłaściwie wykorzystanie nowych technologii może nieść wiele realnych zagrożeń. O ile profesjonalne podmioty dostrzegają tę prawidłowość stosując coraz nowsze środki bezpieczeństwa, o tyle najstarszym ogniwem są ich użytkownicy, którzy często z różnych przyczyn, wykazują się wielką niefrasobliwością. Polska Policja dostrzegła zagrożenia płynące ze świata cyfrowego powołując do życia w 2022 roku wyspecjalizowaną, wyodrębnianą jednostkę organizacyjną w postaci Centralnego Biura Zwalczania Cyberprzestępczości, której zadaniem jest zapewnienie bezpiecznej cyberprzestrzeni. Po wprowadzeniu do powszechnego użytku sztucznej inteligencji, granice między rzeczywistością, a światem cyfrowym coraz bardziej zacierają się. Zauważyć należy, że tak naprawdę ofiarami scamu są również osoby publiczne jak politycy, sportowcy, czy aktorzy, których wizerunki budzące zaufanie czy sympatię generowane są i wykorzystywane bez ich wiedzy i zgody. Oprócz technologii, którą dysponuje Policja, elementem równie, a w określonych sytuacjach nawet istotniejszym, jest podnoszenie świadomości społecznej w zakresie bezpiecznego korzystania z sieci. Jest to ogromne pole do działania dla całej Policji, ale i dla podmiotów, które aktywnie chcą i potrafią włączyć się w działania na rzecz bezpieczeństwa, wykorzystując przy tym, co warto podkreślić, nowoczesne kanały komunikacji, ale i formy, w celu dotarcia do możliwie największych grup społecznych, czego przykładem jest współpraca z Telewizją Puls. Co prawda kampania dedykowana jest seniorom, a okazją do jej nowej odsłony jest Światowy Dzień Seniora, to należy zauważyć jednak, że tak naprawdę skutki cyberzagrożeń odczuwane są przez całe otoczenie seniorów, a więc nas wszystkich. Okazuje się, że powszechna edukacja w zakresie cyberbezpieczeństwa oraz przestrzeganie podstawowych, prostych zasad może skutecznie nas ochronić przed zakusami cyberprzestępców, w myśl jakże trafnego hasła kampanii #ZnamTeNumery – **powiedział nadinspektor Roman Kuster, I Zastępca Komendanta Głównego Policji.**

Kampania społeczna #ZnamTeNumery – dotychczasowe działania i najbliższe plany

Kampania społeczna #ZnamTeNumery została zainaugurowana w październiku 2023 roku i od początku była zorientowana na kwestię bezpieczeństwa osób starszych. Szerokie działania prowadzone przez Telewizję Puls we współpracy z Komendą Główną Policji, Fundacją Telewizji Puls

„Pod Dębem”, aktorami z hitowego serialu „Lombard. Życie pod zastaw” i szeregiem organizacji wspierających docierają do tysięcy seniorów. Jednocześnie, liczba zgłoszeń incydentów naruszających cyberbezpieczeństwo w Polsce drastycznie wzrasta.

Najnowsza odsłona kampanii **#ZnamTeNumery – Emerytura na maxa** – powstała przy wsparciu wielu partnerów. Są to: magazyny „Przyjaciółka” i „100 rad” (wydawnictwo Bauer) oraz „Głos Seniora”, w których cyklicznie będą się ukazywać materiały redakcyjne dotyczące metodyki działania oszustów. Wśród partnerów znalazły się także Radio Pogoda, w którym pojawiają się rozmowy z ekspertami. Kampania jest emitowana na ekranach partnerów – w sieci kin Helios, nośnikach Digital OOH Jetline, Poczty Polskiej i PKP S.A. oraz na antenach TV Puls i Puls 2. Wspólne działania z partnerami potrwać do końca 2024 r. i będą wspierane także przez Polski Związek Kół Gospodyń Wiejskich, Polski Związek Emerytów, Rencistów i Inwalidów oraz Ogólnopolską Federację Stowarzyszeń Uniwersytetów III Wieku. Kampania jest również wyświetlana w placówkach ZUS, sanatoriach i komunikacji miejskiej w wybranych miastach w Polsce.

Za koncepcję kreatywną odpowiada Dział Marketingu, Dział Autopromocji Telewizji Puls oraz agencja Jump, a za działania mediowe – Dział Marketingu Telewizji Puls i dom mediowy Mediacore.

Informacje dodatkowe:

Telewizja Puls to trzecia największa telewizja komercyjna w Polsce – nadawca dwóch ogólnopolskich kanałów telewizyjnych TV Puls i PULS 2 z wielogodzinnym pasmem Puls Kids dla dzieci i ich rodziców. W zasięgu TV Puls znajduje się 34,1 mln widzów, a PULS 2 – 33,5 mln widzów (wrzesień 2024; All 4+).

Telewizja Puls gwarantuje znakomitą rozrywkę dla każdego – w zróżnicowanej ofercie programowej obu kanałów znajdują się m.in.: premierowe hity filmowe, zagraniczne i polskie seriale, najlepsze światowe animacje, produkcje własne (m.in. seriale: „Lombard. Życie pod zastaw”, „Dzielnica strachu”) oraz transmisje z największych rozrywkowych wydarzeń na skalę ogólnopolską jak np. od 2017 roku Mazurska Noc Kabaretowa. Nadawane w ramach PULS 2 pasmo Puls Kids prezentuje najpopularniejsze seriale animowane od wiodących producentów i dystrybutorów. Od początku nadawania Puls Kids, kanał PULS 2 jest absolutnym liderem wśród dzieci 4-12 w naziemnej telewizji cyfrowej.

Telewizja Puls jest laureatem Telekamery 2013, 2014 i 2015 oraz prestiżowej Złotej Telekamery 2016 za „wybitne osiągnięcia telewizyjne”. Telekamerę 2018, 2019 i 2020, Złotą Telekamerę 2021 oraz Telekamerę 25-lecia zdobył w swojej kategorii również serial TV Puls „Lombard. Życie pod zastaw”. Telekamery za role w „Dzielnicy strachu” zdobyli: w 2024 Filip Gurlacz dla Najlepszego Aktora, a w 2023 Agata Załęcka i Andrzej Młynarczyk dla Najlepszej Aktorki i Najlepszego Aktora.

Telewizja Puls współpracuje z największymi międzynarodowymi wytwórniami i krajowymi dystrybutorami kontentu jak m.in.: The Walt Disney Company, Warner Bros, NBC Universal, Paramount Global, Sony Pictures Entertainment, Monolith Films, SPI Intl. czy Kino Świat.

O serialu „Lombard. Życie pod zastaw”

Hitowy serial Telewizji Puls i Studia A., którego akcja rozgrywa się w środowisku pracowników lombardu i jego klientów. Każdy odcinek to inna historia przedmiotu pod zastaw oraz związanych z nim perypetii. Produkcja cieszy się ogromną popularnością – otrzymała **pięć Telekamer „Tele Tygodnia”**, w tym Złotą oraz jako Serial 25-lecia w swojej kategorii. W październiku 2024 Telewizja Puls wyemitowała 800. odcinek.

W „Lombardzie” regularnie pojawiają się znani goście – do tej pory w serialu wystąpili m.in.: Jan Tomaszewski, DJ Wika, Krzysztof Rutkowski, Kinga Zawodnik, Akop i Sylwia Szostakowie, Zespół Pectus, Ewa Brodnicka, Mariusz Żąbkowski znany jako Drag Queen „Dzaga”, Robert Sowa, Wanda Kwietniewska, Zenek Martyniuk, Katarzyna Pakosińska, Paweł Nastula, Radek Liszewski, Aleksander Doba (1946-2021), Bartek Marszałek czy Michał Wiśniewski.