

הבחירות בישראל והפצת חדשות כזב

אופיר בראל

מבוא

הבחירות לנשיאות ארצות הברית שהתקיימו בנובמבר 2016 מתחו קו פרשת מים בעולם המערבי, משתי סיבות. הסיבה הראשונה היא התוצאה שהושגה בהן: רוב הסקרים והפרשנים הפוליטיים לא חזו את בחירתו של המועמד הרפובליקני, דונלד טראמפ, לתפקיד בעל החשיבות הפוליטית והמדינית הגדולה ביותר בעולם. הסיבה השנייה היא מאפיין בולט של מערכת הבחירות: במערכת הבחירות ובשנים שחלפו מאז התרבו הפרסומים בתקשורת על מעורבותם של גורמים רוסיים שפעלו כביכול בשם הממשל הרוסי ושהפיצו ברשתות החברתיות פרסומים כוזבים רבים כדי להשפיע על השיח הפוליטי ולהביא להיבחרו של טראמפ. הבחירות הללו בארצות הברית הניבו מושג חדש שהיה לנחלת הכלל: "פייק ניוז" (Fake News), ובעברית: חדשות כזב. זהו מידע המכוון להטעות את הציבור. המטרה בדרך כלל היא להשפיע על דעות פוליטיות של אזרחים, לקדם מסרים תעמולתיים או להפיק רווח כלכלי (Webwise, [n.d]) עבור המפיצים אותן. השימוש של גורמים זרים בהפצתן של חדשות כזב ברשתות החברתיות כאמצעי השפעה במערכות בחירות, היה לתופעה כלל עולמית. בשנה האחרונה התפרסמו שני מחקרים שממצאיהם ממחישים זאת.

במאי 2019 פרסם המרכז למדיניות אסטרטגית באוסטרליה (Australian Strategic Policy Institute) מחקר שעסק באיומי סייבר (בעברית: סב"ר, סביבת רשת) על מערכות בחירות שנערכו ברחבי העולם בין נובמבר 2016 לאפריל 2019. באותה תקופה נערכו 97 מערכות בחירות ו-31 משאלי עם במדינות המוגדרות כחופשיות לחלוטין או במידה חלקית. מתוך מספר זה הייתה התערבות זרה במרחב המקוון בעשרים מדינות, ובהן ישראל. פעולות אלה כוללות פגיעה באתרי רישום מצביעים לקראת הבחירות, הפצת חדשות כזב, שנועדה להשפיע על דפוסי ההצבעה, ומתקפות על ועדות בחירות לאומיות מסוג DDoS¹. המתקפות הללו הוצאו לפועל בידי מספר מצומצם של מדינות: רוסיה, סין, ונצואלה ואיראן (Hanson et al., 2019).

המחקר השני פורסם בספטמבר 2019 בידי מכון האינטרנט באוניברסיטת אוקספורד (Oxford Internet Institute). על פי המחקר עולה בהתמדה מספר המדינות שעשו שימוש במניפולציות תקשורתיות ברשתות החברתיות לצרכים פוליטיים בשנים האחרונות: 28 מדינות בשנת 2017, 48 מדינות בשנת 2018 ו-70 מדינות בשנת 2019. במדינות אלה פעלו כך גורמים המזוהים עם הממשל (או שעבדו עימו) כדי להשיג מטרות מגוונות:

הפצת תעמולה בעד הממשלה או בעד מפלגה מסוימת, תקיפת גורמי אופוזיציה והכפשת יריבים פוליטיים, הסטת ביקורת ציבורית בסוגיות שונות, ליבוי סכסוכים בחברה ודיכוי השתתפות פוליטית באמצעות הטרדה (Bradshaw & Howard, 2019).

בישראל, כמו בדמוקרטיה רבות אחרות, עסקו התקשורת ומוסדות השלטון בסוגיה זו בשתי מערכות הבחירות שנערכו במהלך שנת 2019. אולם גורמים ישראליים המבקשים למצוא מענה הולם לה, ניצבים לפני אתגר ייחודי: במדינת ישראל יכולות להשפיע חדשות כוזב על תהליכים פוליטיים וחברתיים בה, יותר מאשר במדינות אחרות בעולם, במיוחד בזמני בחירות. עניין זה נובע מצירוף של נסיבות פוליטיות וחברתיות שיוצרות סביבה ייחודית המאפשרת את אותה השפעה מוגברת.

המאמר מכיל כמה חלקים. בחלק הראשון אציג את שלושת המאפיינים המגבירים את השפעתן הפוטנציאלית של חדשות כוזב: היעדרה של מדיניות תגובה להפצת מידע כוזב, יכולתם של קולות מעטים להשיג הכרעה פוליטית וקיומם של סכסוכים רבים בחברה הישראלית, חלקם ייחודיים לישראל. בחלק השני אציג את ממצאיו של מחקר שערכה חברת ניטור המדיה ווקטיב על ניסיונותיהם של גורמים איראניים להשפיע על דעת הקהל בישראל באמצעות הרשתות החברתיות, לקראת הבחירות לכנסת ה-21. עוד אסביר כיצד הגורמים האיראניים עשו שימוש בחלק מהמאפיינים המתוארים בחלק הראשון. בחלק השלישי אציג התפתחויות שעלולות להפוך את המאבק בהפצת חדשות כוזב בישראל למורכב יותר. בחלק הרביעי ארחיב על הפתרונות השונים שאפשר ליישם כדי להפחית את תפוצתן והשפעתן של חדשות כוזב. אפשר לחלק את הפתרונות הללו לכאלה של הממשל ("פתרונות מלמעלה") ולכאלה הממוקדים ברמת הקהילות המקומיות ("פתרונות מלמטה"). אציג את הניסיון העולמי שקיים בכל פתרון ואתאר פתרונות דומים בישראל (אם יש כאלה) ואת רמת יעילותם הצפויה. אחתום את המאמר במסקנות הצופות פני עתיד.

מאפיינים פוליטיים וחברתיים בישראל הרלוונטיים להפצת חדשות כוזב היעדר מדיניות

המאפיין הראשון והבסיסי ביותר, התורם להשפעה פוטנציאלית מוגברת של חדשות כוזב בישראל, הוא היעדרה של מדיניות קבועה וארוכת טווח נגד הפצתן. מאז הבחירות בארצות הברית בשנת 2016, מדינות רבות ברחבי העולם נקטו שורה של צעדים להתמודד עם התופעה.²

במהלך מערכות הבחירות שהתרחשו בשנת 2019 בישראל, ננקטו צעדים שנועדו להגביר את השקיפות של פרסומים פוליטיים באמצעי התקשורת השונים. בפברואר 2019 פרסם יושב ראש ועדת הבחירות המרכזית, השופט חנן מלצר, צו שחייב מפלגות להודות בכל סוג של תעמולה שלהן באינטרנט וברשתות החברתיות. מלצר הסביר את החלטתו בשני נימוקים. הנימוק הראשון הוא משפטי כללי: הוא סבר שיש להחיל את כלל

הדינים הנוגעים לתעמולת הבחירות גם על רשת האינטרנט (מצב זה לא קיים בחוק, אף שבעבר נעשה ניסיון לתקן מצב זה). הנימוק השני הוא נימוק פרטני: מלצר טען, שעל סמך לקחים שהופקו מניסיונות התערבות במערכות בחירות ברחבי העולם, אופיים האנונימי של פרסומים פוליטיים שנויים במחלוקת מקשה על גורמי הביטחון ואכיפת החוק לאתר את האחראים לפרסומים ולמצות עימם את הדין (דולב, 2019).

באפריל 2019 הוא הטיל קנס בגובה 7,500 ש"ח על איחוד מפלגות הימין, מפני שהמפלגה שלחה הודעות טקסט רבות שהכפישו את איילת שקד. ההודעות הטעו שכן נכתב בהן שהן נשלחות מטעם הבלוג "פוליטיקלי קוראת". בכך הפרה המפלגה את הצו האוסר על שליחת מסרונים בזהות בדויה או אנונימית (בנדל, 2019).

צו זה חשוב וישנם מומחים הסבורים שצווים מעין זה תרמו לירידה במידע הכוזב בבחירות לכנסת ה-22 (ברקוביץ', 2019) אולם הפצת מידע כוזב איננה תופעה השמורה רק למערכות בחירות ארציות, והיעדרה של מדיניות ארוכת שנים (שנקבעה בחוק או בנקיטת אמצעים אחרים) יוצרת מצב שבו קשה ואולי אף אי-אפשר לטפל בהפצת מידע כוזב שלא במסגרת מערכות בחירות ארציות.

התלות במספר מצביעים קטן להשגת הכרעה פוליטית

המאפיין השני בעל השפעה פוטנציאלית של מידע כוזב על הבחירות בישראל, הוא היכולת של מעט קולות יחסית לעצב את פני המערכת הפוליטית כולה. פוטנציאל זה נגזר הן משיטת הבחירות היחסית הטהורה (שלא קיימת כמעט במדינות אחרות בעולם) הן מכמות המצביעים הקטנה במדינת ישראל באופן יחסי לדמוקרטיה אחרות.

שיטת הבחירות היחסית בישראל כוללת שני מרכיבים חשובים הקובעים את חלוקת המושבים בכנסת: אחוז החסימה (הדורש קבלה של לפחות 3.25 אחוזים מכלל הקולות הכשרים) ושיטת באדר-עופר לחלוקת המנדטים (הכוללת את "המודד", מספר הקולות הדרוש לכל מושב). בבחירות לכנסת ה-21, לדוגמה, נמנו כ-4.3 מיליון קולות כשרים ומפלגה נדרשה לקבל לפחות 140,052 קולות כדי להיכנס לכנסת. מתוך כלל הקולות, כ-3.9 מיליון קולות השתייכו לרשימות שעברו את אחוז החסימה, ובהתאם לכך עמד ה"מודד" למנדט על 32,860 קולות (ועדת הבחירות המרכזית לכנסת ה-21, 2019).

שיטת הבחירות היחסית יוצרת בישראל ריבוי של מפלגות, ואף מפלגה לא קיבלה מעולם רוב מוחלט במושבים ולכן מפלגות גדולות תמיד ביססו את שלטונן באמצעות קואליציות. לפיכך תנודה של כמה עשרות אלפי קולות לכאן או לכאן, גם במפלגות קטנות (כולל כאלה שנמצאות סביב אחוז החסימה), יכולה להשפיע על יכולתה של מפלגת שלטון לכוון קואליציה וכך על המפה הפוליטית כולה. דוגמה טובה לכך היא גורלה של מפלגת "הימין החדש", שהתמודדה בבחירות לכנסת ה-21: הרשימה קיבלה 138,598 קולות והייתה רחוקה 1,454 קולות בלבד מכניסה לכנסת (ועדת הבחירות המרכזית לכנסת ה-21, 2019). תיאורטית כניסתה הייתה מעניקה לגוש הימין, בראשות

בנימין נתניהו, רוב במושבי הכנסת והייתה ככל הנראה מאפשרת לו לכונן קואליציה, מה שהיה מבטל את הבחירות בספטמבר 2019.

משמעות העובדות הללו היא שגורם אשר ירצה להשפיע על פניה של מערכת הבחירות בישראל באמצעות מידע כוזב לא יצטרך לקיים קמפיין השפעה שיפנה למיליוני מצביעים. במקום זאת, הוא יוכל להשפיע באמצעות פנייה לקבוצת מצביעים קטנה ביותר, המונה אפילו כמה אלפים מעטים. בשל ההכרח לכונן קואליציה של מפלגות, אותו גורם יוכל לפנות לקהילה קטנה, לאו דווקא המזוהה עם מפלגת השלטון, ובכך להשפיע על סיכוייה של מפלגת שלטון לנצח בבחירות. ריבוי המפלגות בישראל מספק לתוקף הפוטנציאלי מגוון מטרות.

בעולם, במסעי בחירות מסוג זה נעשה שימוש בדמויות וכגופים ציבוריים בעלי השפעה על קהל מצומצם (מה שמכונה micro-influencers ולעיתים אף nano-influencer).³ כמה גורמים מזוהים ככאלה: חשבונות ברשתות שעוסקים בסאטירה פוליטית, חשבונות ששייכים לכוכבי פופ, לידוענים מתחומי הכושר, הבידור והפנאי, לגופי חדשות מפלגתיים ולגופי חדשות מקומיים. לכל אלה יש אומנם קהל עוקבים מצומצם, במיוחד כאשר מדובר על מדינות גדולות באוכלוסייתן כגון ארצות הברית; עם זאת, לשימוש בהן ישנו יתרון חשוב, שלא קיים בהפצה ארצית של חדשות כזב. בניגוד לפוליטיקאים וידוענים אחרים ברמה הארצית, ידוענים מקומיים מצליחים לקיים קשרים אותנטיים וקרובים יותר עם העוקבים אחריהן. הודות לאותנטיות שבקשר המסרים שהם מפיצים מתקבלים כאמינים יותר, גם אם הם אינם בהכרח כאלה (Corpus Ong, Tapsell & Curato, 2019, p. 5). ההיכרות עם המושגים micro/nano influencers והשפעתם חשובה בהקשר הישראלי, כי גורמים זרים עשו שימוש בדמויות רשת בעלות אלפי ועשרות אלפי עוקבים בישראל כדי להפיץ חדשות כזב.

פילוגים רבים

המאפיין השלישי שעלול לתרום להשפעה מוגברת של חדשות כזב בישראל הוא קיומן של מחלוקות רבות בחברה בנושאים רבים, חלקם ייחודיים לישראל. קיומן של מחלוקות בחברה הדמוקרטית אינו, לכשעצמו, מאפיין הקשור להשפעתן של חדשות כזב. למעשה, המדינות הדמוקרטיות תופסות מחלוקות אלה כביטוי לעקרונות יסוד חשובים להן, ובהם חופש הביטוי, אינדיווידואליזם ופלורליזם. אולם גורמים המפיצים חדשות כזב עלולים להשתמש בהן לקדם שיח פוליטי המבוסס על פסילות על רקע אישי (שיח המכונה Exclusionary Communications). מטרתה של תקשורת מהסוג הזה היא לגרום לאנשים להתבצר בעמדותיהם, כך שלא יהיו מוכנים לשקול עובדות או דעות אחרות שסותרות את תפיסת עולמם. הדבר יכול להיעשות על ידי חיזוק תפיסות שונות, למשל דעות קדומות נגד קבוצות שונות בחברה (Haiden, 2018, pp. 9-10). הפצת חדשות כזב לשם ליבוי סכסוכים עשויה להתחזק בזמני משבר במדינה (משברים

פוליטיים, הפגנות או מלחמות אזרחים), כדי להחליש עוד את החברה המצויה גם כך בתקופה רגישה. כך נעשה למשל בצרפת, בהפגנות "האפורים הזוהרים": כלי תקשורת וחשבונות ברשתות החברתיות, שזוהו עם רוסיה, הפיצו מידע שניסה ליצור מצג שווא של אנרכיה במדינה (Matlack & Williams, 2018).

חברה הישראלית, ככלל חברה אנושית, אפשר למצוא חילוקי דעות בין מרכיביה. חלקם הם סכסוכים שאפשר למצוא כמעט בכל חברה ברחבי העולם (כגון חילוקי דעות על רקע כלכלי) וחלקם כאלה המיוחדים למציאות הישראלית (דוגמה לכך היא המחלוקת על עצם קיום המדינה בין קבוצות חרדיות אנטי-ציוניות, כגון נטורי קרתא, ובין קבוצות חרדיות אחרות, המאמצות גישה פרגמטית יותר כלפי הציונות). ככל שחברה מצויה במשברים רבים יותר וככל שהם חריפים יותר, כך ניתנים אמצעים רבים יותר לגורמים חיצוניים לסכסך בין מרכיביה ולהקשות על איחוי עתידי של השברים. נתוני יסוד פוליטיים וחברתיים בעייתיים, והיעדרה של מדיניות מקיפה וקבועה לאורך זמן, עלולים לאפשר לגורמים בעלי עניין להשפיע על תהליך הבחירות בישראל בקלות יחסית, על ידי הפצת חדשות כזב המערערות את תפקוד החברה.

פעילות של רשת איראנית לקראת הבחירות לכנסת ה-21

הממצאים בחלק זה מבוססים על דו"ח שפרסמה בסוף ינואר 2019 חברת ווקטיב, העוסקת בניטור מידע ברשתות החברתיות. על פי הדו"ח, במשך כמה שבועות לקראת הבחירות לכנסת ה-21, פעלה רשת של כ-350 חשבונות פיקטיביים שהפעילו גורמים איראניים לייצר שיח ברשתות החברתיות השונות בנושאים שונים שבמחלוקת (כחמישים חשבונות מהרשת היו קיימים עוד לפני ההכרזה על הבחירות, בסוף שנת 2018, ועסקו בסכסוך הישראלי-פלסטיני; שאר החשבונות הוקמו והחלו לפועל בימים שלאחר ההכרזה). פעילותם של החשבונות כללה כמה שלבים.

בשלב הראשון האיראנים פתחו חשבונות מזויפים שהתחזו לאתרי חדשות לגיטימיים, כגון "החדשות החמות" ו"חדשות ללא צנזורה".

בד בבד הוקמה בשלב השני גם רשת של עשרות חשבונות אוטומטיים ("בוטים"), שהתחזו לאנשים מן השורה במטרה להעצים את השיח בנושאים מסוימים שנבחרו בקפידה (רובינשטיין, 2019). השימוש ברשתות בוטים כחלק ממערך ההפצה הוא אמצעי נפוץ ביותר, מאחר שחשבונות אוטומטיים מסוג זה מסוגלים להפיץ מסרים רבים בפרקי זמן קצרים, בהשוואה לחשבונות המופעלים באופן אנושי. מחקר שנערך בשנת 2017 השווה את פעילותם של חשבונות אנושיים לעומת חשבונות אוטומטיים ברשת טוויטר במזרח אירופה. הממצאים מהמחקר ממחישים את הפער. באסטוניה, לדוגמה, החשבונות האנושיים פרסמו בזמן המחקר כ-500 מסרים, לעומת למעלה מ-4,000 מסרים שפורסמו בחשבונות האוטומטיים. פערים גדולים לטובת החשבונות האוטומטיים נמצאו גם בשאר המדינות שנבחנו במחקר (לטביה, ליטא ופולין) (NATO Strategic Communications).

3, p. 2017). שימוש נוסף בוטים הוא הקמה של רשתות בוטים שמסוגלים לתקשר ביניהם. בוטים יכולים להגיב זה על זה באופן מתואם לתכנים שהם מפרסמים, כשם שגולשים בשר ודם מגיבים לתכנים שאליהם הם נחשפים (באמצעות שיתוף, "לייק" או תגובה). זו דרך נוספת להגדיל את התפוצה של תכנים שמפעילי הבוטים מעוניינים לחשוף לגולשים רבים ככל האפשר (אילנאי, 2019).

בשלב השלישי בפעילות הרשת התמקדו הבוטים במעקב אחר מובילי דעה ברשתות, בעיקר כאלה המזוהים עם הימין ופרסמו ציוצים שמטרתם למשוך הן את הדמויות הן את עוקביהן. הנחת המוצא הייתה, שגולשים הנחשפים לציוצים אלה סבורים שמדובר בידיעות חדשותיות המשקפות דעות דומות לשלהם וכך יגדל הסיכוי שהגולשים ישתפו את התוכן ויעקבו אחר החשבונות המזויפים. כתוצאה מכך שיתפו אותם מובילי דעה והגולשים העוקבים אחריהם לעיתים חדשות כזב ממקור איראני ללא ידיעתם. הנושאים הבולטים שבהם עסקה הרשת היו מוקדי סכסוך או השמצה של מדינת ישראל: הטרדות מיניות בישראל, כתבות נגד ראש הממשלה נתניהו (בייחוד על רקע מצבו המשפטי), פערים כלכליים במדינה, חקיקה אנטי-דמוקרטית מפלה, עוני בישראל, משברי גירושין, רצח נשים, היחלשות בג"ץ ועוד. לדברי מייסד חברת ווקטיב, מתי כוכבי, השימוש בנושאים אלה נועד לפלג את החברה הישראלית, כפי שנעשה במקומות אחרים בעולם (רובינשטיין, 2019).

בפעילות הרשת הזאת שני סממנים תורמים להגברת ההשפעה של חדשות כזב. ראשית, החשבונות המזויפים בחרו לפנות לקהל היעד שלהם באמצעות דמויות מסוג micro-influencers. הדבר בא לידי ביטוי בהתחזות לאתרי חדשות לא מוכרים ולא לגופי החדשות הידועים (בעלי תפוצה רחבה יותר), ובשימוש במובילי דעת קהל ברשתות בעלי היקף קהל קטן יחסית ולא בהתחזות לפוליטיקאים או למפלגות המוכרים ברמה הארצית כדי להגיע לקהל היעד. המאפיין השני הוא שימוש במנעד רחב של נושאים שנויים במחלוקת כדי ליצור פילוגים בחברה. חלק מן המחלוקות אפשר למצוא גם במדינות אחרות (כגון פערים כלכליים) וחלקן מיוחדות לישראל (העיסוק בכג"ץ ובנתניהו).

אתגרים עתידיים בהתמודדות של ישראל עם הפצת חדשות כזב

שתי התפתחויות עתידיות עשויות להקל על ההפצה של חדשות כזב ולהגביר את השפעתן.

שימוש בתכנים מסוג deepfake

בשנה האחרונה הופנתה תשומת הלב הציבורית ברחבי העולם לתכנים כוזבים מסוג חדש, כאלה המוגדרים deepfake. מדובר בתכנים דיגיטליים (על פי רוב סרטוני וידאו) שנוצרו בעזרת טכנולוגיות בינה מלאכותית ומציגות מצבים שנראים אמיתיים (Shao, 2019). המושג הוא שילוב בין המילים deep (קיצור למונח deep learning, המתאר את הטכנולוגיה המשמשת לייצורם) ל-fake (גן-אל, 2018). השימוש בסרטונים מסוג זה

עלול להזיק במיוחד במישור הפוליטי, במערכות בחירות. אפשר להציג מועמד מסוים שכאילו התבטא באופן שמזיק לו, אף שלא עשה כן (Villasenor, 2019). בעולם כבר נרשמו מקרים של שימוש בסרטוני וידאו כאלה נגד פוליטיקאים. במאי 2019 פורסם סרטון מסוג זה נגד יושבת ראש בית הנבחרים בארצות הברית, ננסי פלוסי, שמציג אותה כביכול שלא בקו הבריאות (לייבזון, 2019). בישראל נוצרו כמה סרטונים שאף אחד מהם לא נועד לפגוע פוליטית, בנובמבר 2019, לדוגמה, שודר בתוכנית הבידור "מועדון לילה" ריאיון שנערך כביכול עם חבר הכנסת אביגדור ליברמן (מן, 2019). למעשה באמצעות בינה מלאכותית אפשר ליצור לא רק תכני מדיה מזויפים, אלא אף פרופילים מזויפים. בדצמבר 2019 השביתו פייסבוק וטוויטר חשבונות מזויפים שנוצרו בעזרת בינה מלאכותית. רשת שקידמה מסרים בעד הנשיא טראמפ, קשורה לחברה אמריקנית בשם The Beauty of Life, חברת חדשות שמרנית בשוליים הימניים של המפה הפוליטית, שמוכרת בזכות הפצת תיאוריות קונספירציה ותכנים פרובוקטיביים. החברה הזאת קשורה לאנשי פאלון גונג, שמתנגדים למשטר הסיני. הרשת שהוסרה מהרשת בידי פייסבוק בדצמבר 2019 כללה 610 חשבונות פייסבוק, 89 דפים, 156 קבוצות ו-72 חשבונות אינסטגרם. אחד מדפי הרשת זכה למעקב של כ-55 מיליון גולשים (פיאלקוב, 2019).

היקפי הרשת (שימוש בכ-700 ערוצי פרסום בפייסבוק ומספר האנשים המשוער שנחשפו לה), הגורם הסיני המעורב בה ורמת התחכום מציינים איום חדש במעורבות זרה על תהליכים דמוקרטיים. איום זה עלול להיות בעל השפעה רבה במדינת ישראל, שבה יש להגיע למספר מצביעים קטן יותר כדי להשיג הכרעה בתהליך הבחירות. שלושה סוגי פתרונות התגבשו מתוך מודעות לסכנה הגלומה בתוצרים מסוג deepfake. (א) שימוש בטכנולוגיית בינה מלאכותית כדי לאתר תכני deepfake; (ב) חקיקה האוסרת על הפצתם (כמו בקליפורניה, שם אושר חוק באוקטובר 2019, שאוסר על הפצת תכנים בעלי אופי פוליטי שעברו מניפולציה, ב-60 הימים שלפני יום הבחירות); (ג) העלאת מודעות הציבור לתופעה כדי שידע להיזהר מפניה (Ronayne, 2019; Villasenor, 2019). ביישום הצעדים הללו בישראל קיים רק הפתרון הטכנולוגי. מרכז הסייבר באוניברסיטת בן-גוריון, למשל, מפתח אמצעים טכנולוגיים שנועדו לקדם יכולות התגוננות מפני שימוש ב-deepfakes. לדברי מנהל המחקר והפיתוח של המרכז, אולג ברודט, המרכז מנהל מחקר בתחום תכני הווידאו, שאמור להיות מוצג במועד לא ידוע בעתיד (שחף, 2019א), היעדרם של שני האמצעים האחרים במדיניות הישראלית עלול להגביר את ההשפעה של תכנים מסוג deepfake על הציבור. בניגוד למונח "פייק ניוז", שכבר שגור בפי כול, המונח deepfake והסכנות הטמונות בו אינם מוכרים עדיין לחלקים נרחבים מהציבור. נדרשת פעילות מהירה בנושא זה לאור העובדה שההתפתחויות הטכנולוגיות המהירות הופכות את ייצור התכנים הללו והפצתם לנגישים ומתוחכמים יותר.

שכלול אפשרי של הפעילות האיראנית

מגמה אפשרית נוספת היא שכלול אפשרי של אופני הפעולה של גורמים איראניים שירצו להפיץ חדשות כזב בישראל. אפשרות זו מבוססת על התפתחויות בלוחמת המידע האיראנית בשנת 2019. בסוף אוקטובר פורסם שאותרו חשבונות אינסטגרם מרוסיה שנועדו להפיץ תוכן מפלג בארצות הברית, לקראת הבחירות לנשיאות בשנה הבאה. ניסיונות מעורבות אלה היו ידועים גם בעבר. החידוש לעומת שנים קודמות הוא שהחשבונות אומנם זוהו עם רוסיה, אך למעשה השתייכו לשלוש רשתות שהופעלו מאיראן (שירות כלכליסט, 2019). פעילות איראנית קודמת מסוג זה נערכה לקראת בחירות האמצע בארצות הברית בנפרד מזו הרוסית (נמר, 2018).

שתי המדינות תופסות את תפקידי לוחמת המידע באופן זהה. שתיהן משתמשות בלוחמה היברידית, הכוללת לוחמת מידע ברשת, כדי לקדם מטרות אסטרטגיות רחבות. שתיהן גם מעוניינות להשתמש בה כדי לבלבל את הבנת המציאות של יריבותיהן ובכך למנוע מהן לנקוט צעדים נגדן (Peterson, 2019). למרות התפיסה הזוהא אפשר למצוא הבדלים ניכרים באופן שהן משתמשות ברשתות החברתיות ליישומה. החשבונות הרוסיים נתפסו כאותנטיים יותר מן האיראניים, מפני שהם לא רק שימשו אמצעי להעברת מסרים, אלא גם ביטאו רגשות מגוונים במטרה ליצור קשר עם הגולשים (Vaas, 2018).

אפשר לראות בחשבונות האינסטגרם שנחשפו סממן לתהליך נרחב יותר. בין רוסיה לאיראן קיים שיתוף פעולה צבאי נרחב, ומומחים סבורים שרוסיה סייעה לאיראן גם בלוחמת מידע. איראן מיישמת לקחים שהיא למדה מניהול הלוחמה ההיברידית של רוסיה (Peterson, 2019). אם שיתוף פעולה זה יעמיק ומה שנצפה באינסטגרם בחודש אוקטובר יהיה למגמה קבועה, יש אפשרות שגורמים איראניים ינסו להשפיע שנית על דעת הקהל בישראל, הפעם באמצעות קמפיינים שיפנו לקהלים רחבים יותר ויהיו בעלי רמת תחכום גבוהה יותר.

פתרונות אפשריים

יש פתרונות שונים להתמודד עם הפצתן של חדשות כזב. אפשר לחלקם לשתי קבוצות: פתרונות המגיעים מ"למעלה", כלומר מהממשל המרכזי (ובהם אפשר למנות את החקיקה, את שיתוף הפעולה עם המגזר העסקי ויישום תוכניות חינוך) ופתרונות המגיעים מ"למטה", כלומר מגופים ברמה המקומית או האזורית, או פתרונות ממשלתיים המתמקדים במגזר מסוים במדינה (הפתרונות השייכים לכאן הם התמקדות בקבוצות אוכלוסייה מובחנות, שימוש בארגוני החברה האזרחית ורתימת אמצעי תקשורת מקומיים).

חלק מן הפתרונות המוצעים כאן הוכחו כמוצלחים בהתמודדות עם הפצת חדשות כזב. אומנם אותם פתרונות מוצלחים גובשו ויושמו באקלים חברתי ופוליטי שונה מזה של ישראל, אך מרכיביהם עונים על מאפיינים מסוימים בחברה ובפוליטיקה בישראל (כגון ריבוי קבוצות חברתיות), כך שהם עשויים להשיג הצלחה גם בישראל.

חקיקה

אחת הדרכים הנפוצות ביותר, אם לא הנפוצה ביותר, שממשלות נוקטות בהתמודדות עם הפצת חדשות כזב, היא חקיקה שנועדה לשבש את הפצת החדשות הכוזבות. אפשר לזהות שני סוגי חקיקה: חקיקה המטילה אחריות פלילית על גורמים המעורבים בהפצת דיסאינפורמציה, וחקיקה המרחיבה את הגדרת המושג "תוכן לא חוקי". במדינות המאמצות חקיקה מהסוג הראשון האחריות הפלילית הקשורה להפצת חדשות כזב יכולה להיות מוטלת על גורמים שונים: בחלקן האחריות מוטלת על הגורם המזוהה כמקור חדשות הכוזב המתפרסמות ברשת. באחרות, אירלנד למשל, החוק איננו מעניש רק את המקור לחדשות הכוזב, אלא גם את הגורמים המפיצים אותן ברחבי הרשת (Bradshaw, Neudert & Howard, 2018).

גם באוסטרליה החוק מעניש גורם שנמצא אשם בהפצת מידע נגד "האינטרסים הלאומיים", במיוחד אם הוא מעוות או מסולף (שם). שלושה סוגי עונשים מופעלים מתוקף חוקים אלה: הטלת קנס כספי (בגרמניה למשל חברות תקשורת עלולות להיקנס בגובה של עד חמישים מיליון אירו אם לא יסירו תכנים כוזבים בתוך 24 שעות), עונש מאסר (בבלארוס נשפטו בלוגאים לעונשי מאסר על הפצת תכנים פרו־רוסיים ואנטי־בלארוסיים) וחסימת תכנים בעייתיים (באוקראינה הוחלט בשנת 2017 לחסום אמצעי שידור פרו־רוסיים) (Dettmer, 2017; Smok, 2018; Toor, 2017).

השימוש בחקיקה כאמצעי תגובה מעורר יחס אמביוולנטי ברחבי העולם. החקיקה יכולה להיות אמצעי יעיל בהסרה של תכנים כוזבים. לדוגמה, בנובמבר 2019 נדרש איש אופוזיציה לשעבר בסינגפור, בראד בויר (Brad Bowyer), לתקן רשומה שכתב, שכלל מידע שגוי על קרן ההשקעות של המדינה. הטלת חובת התיקון על בויר הייתה הפעולה החוקית הראשונה במסגרת החוק להגנה מפני רמאות ומניפולציה במרשתת (Protection from Online Falsehoods and Manipulation Act-POFMA), שנכנס לתוקפו חודש לפני כן (Ungku & Geddie, 2019).

עם זאת בחלקים רבים ברחבי העולם רואים גורמים שונים (כגון עיתונאים וגופי זכויות אדם) בחוקים הללו אמצעי של הממשל להשתיק ביקורת עליו. למשל, לדברי פיל רוברטסון (Phil Robertson), סגן מנהל אזור אסיה בארגון זכויות האדם (Human Rights Watch), החוקים שנחקקו בדרום־מזרח אסיה היו לאמצעי של הממשלות למנוע ביטוי של דעות שאינן מוצאות חן בעיניהן (Sasipornkarn, 2019). מה שתורם לחשש זה הוא הנתונים על הכנסתם לכלא של עיתונאים באשמה שעברו על החוקים הנוגעים לחדשות כוזבות. בדו"ח מדצמבר 2019 שפרסמה הוועדה להגנה על העיתונאים (The Committee to Protect Journalists - CPJ), מצוין כי שלושים מתוך 250 עיתונאים נשלחו לכלא בשנת 2019, בשל עבירה על חוקים אלה. המדינות המובילות בענישה זו הן מדינות שאינן מזוהות כדמוקרטיות ליברליות: מצרים (21 עיתונאים), קמרון (4 ורואנדה (3) (Philp, 2019).

המסקנה היא שחקיקה היא אומנם אמצעי נפוץ, אך מדינות שמעוניינות לעשות בה שימוש ייאלצו להלך על חבל דק בין הצורך להגן על תפקודה של הדמוקרטיה (ויכולתה לעשות כן, כפי שממחיש המקרה מסינגפור) ובין החשש לשימוש מניפולטיבי בכלי זה כאמצעי לשליטה בשיח, במקום להגנה עליו.

אם ישראל תהיה מעוניינת לעגן בחקיקה פעילות נגד הפצת חדשות כוזב, היא לא תצטרך ליצור אותה יש מאין. מלבד האפשרות להתבסס על האמצעים שננקטו במערכות הבחירות, תוכל הכנסת להישען גם על שתי יוזמות חקיקה מהשנים האחרונות הנוגעות לפרסום מידע ברשתות החברתיות. אומנם שתיהן אינן כוללות טיפול בהפצת מידע כוזב, אך מרכיבים מהן עשויים לתת מענה לתופעה.

תיקון חוק דרכי התעמולה

ביולי 2015 מינו נשיא המדינה, רובי ריבלין, ויושב ראש ועדת הבחירות המרכזית לכנסת ה-20, סלים ג'ובראן, ועדה לבחינת חוק דרכי התעמולה, החוק שמסדיר את דרכי פרסום תעמולת הבחירות. בכתב המינוי של הוועדה נכללו בחינת הכללים החלים על הפצת תעמולה שנקבעו בשנת 1959 והתאמתם למציאות התקשורתית שהשתנתה מאז. בראש הוועדה עמדה נשיאת בית המשפט העליון לשעבר, דורית ביניש. בשנת 2017 פורסמו המלצות הוועדה לשינויים בחוק. כתב המינוי אומנם לא כלל אזכור של התמודדות עם הפצת חדשות כוזב, אך יש כמה המלצות שיישומן עשוי לתת מענה משמעותי להפצתן. ההמלצה הראשונה נוגעת לשקיפות וכוללת את הרחבת חובת הגילוי הנאות על גם פרסומים פוליטיים באינטרנט:

תעמולת בחירות תישא את שמו של האדם שאחראי על פרסומה, ואם פעל מטעם מתמודד בבחירות או מטעם גוף אחר – את פרטיהם [...] על כל מודעת בחירות לשאת את שמו ומענו של האדם האחראי להזמנתה, ואם פעל אותו אדם מטעם מתמודד בבחירות או גוף אחר, תישא המודעה את שם המתמודד בבחירות או הגוף האחר [...] חובת השקיפות תחול הן על פרסומים ישירים מטעם רשימות המועמדים או המתמודדים ללא תשלום, כגון מודעות בעיתון או פוסטים במרחב האינטרנט והרשתות החברתיות והן על תוכן בתשלום (ועדת הבחירות המרכזית, 2017, עמ' 25-26).

חשיבותה של ההמלצה מתבהרת לאור מסקנתם של גורמי אכיפת חוק שמעטה האנונימיות של החשבונות שפועלים בזדון מקשה עליהם לאתר אותם ולפעול נגדם. ההמלצה השנייה מציעה להחיל את האיסור הקיים כיום, פרסום ביום הבחירות, גם על פרסומים פוליטיים ברשת האינטרנט:

הוועדה החליטה כי תעמולה באינטרנט מטעם רשימות המועמדים או המועמדים עצמם תהא אסורה, אך אין בכך לאסור על דיון חופשי באינטרנט בין הבוחרים עצמם. הוועדה ממליצה לקבוע כי משעה 7 בערב ביום שלפני יום הבחירות, וככל יום הבחירות, לא תהא תעמולה בחירות על ידי שידורים ברדיו, בטלוויזיה או

במודעות בעיתונות או באינטרנט, לא יוגבר קולו של דובר לצורכי תעמולה ולא תפורסם תעמולת בחירות באינטרנט מטעם מתמודד בבחירות, למעט קריאה ישירה לבוחרים להצביע (שם, עמ' 40-41).

ההמלצה הזאת היא בעלת חשיבות במאבק בחדשות כזב, מאחר שיום הבחירות הוא מועד רגיש בקרב המפלגות והמועמדים. ההבנה ששיעורי ההצבעה בקרב תומכיהם עשויים להשפיע לניצחון או להפסד, נעשה לעיתים קרובות שימוש במסרים המעודדים הצבעה, גם אם הם אינם מדויקים.

ההמלצה השלישית אוסרת על שימוש במסרים גזעניים כחלק ממסע הבחירות. "הוועדה ממליצה להגביל את תוכנה של תעמולת הבחירות באמצעות סעיף שיקבע כי: 'תעמולת בחירות לא תכלול תוכן גזעני או מסית לאלימות'. הוראה זו תחול בכל מועד וכן גם על בחירות מקדימות במפלגות" (שם, עמ' 25).

הכללת איסור מפורש זה היא חיונית, מאחר ששימוש במסרים בעלי אופי גזעני או כאלה העוסקים במחלוקות בין-גזעיות היא אלמנט נפוץ בקרב מפיצי חדשות כוזבות בעולם. זאת כאמצעי ליישום תקשורת שמפלגת בין בני אדם. דוגמאות לכך בישראל ומחוץ לה: במאי 2018 דן בית הנבחרים האמריקני בכ-3,500 מודעות שפורסמו בפייסבוק בידי גורמים רוסיים במערכת הבחירות משנת 2016. ניתוח תוכן המודעות, ששימש חלק ממאמצי ההתערבות הרוסית במדינה, מעלה שהנושא שקיבל את הביטוי הרב ביותר הוא המתח הבין-גזעי בין אזרחים לבנים לשחורים: מתוך אותן 3,500 מודעות, 1,950 מהן (למעלה ממחצית) ביטאו סוגיות הקשורות לנושא זה באופן מעורר מחלוקת (למשל, התייחסות לרפואי שיטור יתר ופשיעה בקרב האזרחים השחורים). על פי ההערכה הגיעו מודעות אלה לתפוצה משוערת של כ-25 מיליון איש ברשת החברתית (Stewart, 2018). גם בישראל שהיא בעלת מגוון תרבותי ואתני עשיר של אזרחים אפשר למצוא שימוש בגזענות כוזב להפצת חדשות כזב. לאחר הבחירות לכנסת ה-21 פרסמה חברת ווקטיב, שניטרה את פעילות הרשת האיראנית שהוזכרה לעיל, דו"ח שסיכם את התפשטותן של חדשות כזב באותה מערכת בחירות. על פי הנתונים הידיעה השקירת שחזרה על עצמה מספר הפעמים הרב ביותר היא שבני גנץ, מועמד מפלגת כחול לבן לראשות הממשלה, שוקל להכניס את המפלגות הערביות לקואליציה אם יזכה בבחירות וכן שהוא נתמך על ידי הרשות הפלשתינית. ידיעה זו חזרה על עצמה, בניסוחים שונים, 5,559 פעמים ברחבי הרשת וככל הנראה נחשפו אליה בין מיליון וחצי לשני מיליון איש (ווקטיב, 2019, עמ' 11).

ההמלצה הרביעית מתייחסת לפרסום סקרי בחירות: "סקר בחירות שמיועד לפרסום לציבור, יועבר, ביחד עם כל הפרטים המנויים בחוק, לידי יושב ראש ועדת הבחירות המרכזית לכנסת בהקדם האפשרי ולא יאוחר מ-24 שעות מהמועד בו פורסם לציבור. ועדת הבחירות המרכזית תעמיד את הסקר ונתוניו לעיון כל דורש באתר האינטרנט שלה" (ועדת הבחירות המרכזית, 2017, עמ' 39-40).

ייתכן שהסיבה להמלצה זו היא שפרסום סקרים עשוי לשמש גם אמצעי להשפעה על דעת הקהל בדרך כוזבת. גורמים שפועלים בשיטה הזאת משתמשים בסקרים שנערכו באופן מעוות או מציגים את ממצאיהם באופן מגמתי, בהנחה שתמונת המצב המשתקפת מהם עשויה להשפיע על דפוסי הצבעתם של חלקים מן הבוחרים. דוגמה לכך היא מערכת הבחירות לנשיאות צרפת שהתקיימה בשנת 2017. שלושה שבועות לפני סיבוב הבחירות הראשון, הזהירה ועדת הסקרים בצרפת את הציבור מפני סקר שהתפרסם באמצעי התקשורת הרוסי Sputnik, שחזה את ניצחונו של פרנסואה פיין, מועמד המפלגה הרפובליקנית. ממצא זה סתר את ממצאי הסקרים האחרים שפורסמו בצרפת, מהם עלה שמקרון צפוי לזכות בבחירות (כפי שאכן קרה). בדברי האזהרה ציינה הוועדה שהפרסום שבו נכלל הממצא אינו יכול להיחשב כמייצג את דעת הציבור ולמעשה הוא איננו עומד בהגדרות הקבועות בחוק לסקר. מכיוון שכך היא המליצה להתייחס לממצא זה בחשדנות (Reuters, 2017). ייתכן שהפרסום הכוזב ייצג רצון רוסי שפיון ייבחר לנשיאות. רצון זה התבסס על הקשרים הקרובים בין פיין לפוטין, שנמשכו גם לאחר שפיון סיים את תפקידו כראש הממשלה, ועל עמדותיו המרוככות יחסית בשאלת היחסים עם רוסיה (למשל, הוא ביטא את עמדתו בעבר שרוסיה איננה מהווה איום בזירה הבין-לאומית) (Goncharenko, 2016).

בחודש יולי 2018 הביאה ועדת החוקה לאישור הכנסת הצעת חוק שהייתה אמורה להחיל את חובת השקיפות בתעמולה, אולם נתניהו הורה לשרת המשפטים איילת שקד וליושב ראש ועדת החוקה, ניסן סלומינסקי, לעצור את קידום הצעת החוק (יבלונקו ושחף, 2019).

בדצמבר 2018 הגישו שלושה חברי כנסת הצעה נוספת לתיקון חוק דרכי התעמולה, שנועדה למנוע מגורמים זרים לפרסם פרסומים פוליטיים בישראל. ההצעה מבוססת על סעיף 8(א) לחוק מימון מפלגות משנת 1973, שאוסר על סיעה, מפלגה או רשימת מועמדים, לקבל תרומות מגופים זרים. על פי ההצעה יש להסמיך את יושב ראש ועדת הבחירות המרכזית לאכוף את האיסור הזה, כפי שהוא מוסמך לאכוף עבירות על חוק דרכי התעמולה. על פי המציעים, "אם יימצא שגורם זר מנסה להתערב בבחירות לכנסת, על ידי רכישת מודעות תעמולה באינטרנט לטובת מתמודד זה או אחר, יהיה רשאי יושב ראש ועדת הבחירות לאסור על ביצוע הפעולה ולהורות לאתרי האינטרנט בהן נקנו המודעות, או לחברה שמפעילה את שירותי הפרסום (למשל, גוגל או פייסבוק) להפסיק את ההתקשרות האסורה ולהסיר את המודעות האסורות" (הצעת חוק למניעת ביצוע עבירות באמצעות פרסום באינטרנט (הסרת תוכן), התשע"ח-2018, עמ' 2).

הצעת חוק למניעת ביצוע עבירות באמצעות פרסום באינטרנט (הסרת תוכן)
 יוזמת החקיקה הזאת היא למעשה מיזוג של שתי הצעות חוק: הצעת החוק הממשלתית להסרת תוכן שפרסומו נחשב עבירה מרשת האינטרנט התשע"ז-2016 והצעת החוק

הפרטית להסרת פרסום הסתה שהתפרסם ברשת החברתית המקוונת, התשע"ו-2016. על פי הצעת חוק זו, הממתינה להצבעה בקריאה שנייה ושלישית,

שופט בית המשפט המחוזי שנשיא בית המשפט המחוזי הסמיכו לכך רשאי, על פי בקשה של תובע, לתת צו המחייב מפרסם תוכן, או בעלים, מנהל או מפעיל של אתר אינטרנט שבו פורסם תוכן, להסיר את התוכן מאתר האינטרנט, אם שוכנע כי נעברה עבירה פלילית באמצעות פרסום התוכן באתר האינטרנט, וכי בנסיבות העניין יש אפשרות ממשית שהמשך הפרסום כאמור יפגע בביטחוננו של אדם מסוים או בלתי מסוים או בביטחון המדינה, או יביא לפגיעה חמורה בכלכלת המדינה או בתשתיות חיוניות (הצעת חוק למניעת ביצוע עבירות באמצעות פרסום באינטרנט [הסרת תוכן], התשע"ח-2018, עמ' 2).

שתי הצעות החוק נחקקו מתוך הכרה בסכנות של פרסומים כוזבים או מסיתים המתפרסמים ברשתות החברתיות. אולם התבססות על שתי הצעות חוק אלה לא תוכל לספק מענה הולם להפצת חדשות כזב. ההצעה של ועדת בייניש תוכל אולי לחסום סוגים מסוימים של מידע כוזב שמטרתו להשפיע על מערכות בחירות, אך היא איננה אוסרת באופן גורף הפצת מידע מטעה. מכיוון שכך עלול להיווצר מצב שבו תוכן מסוג זה, שלכאורה עומד בדרישות ההמלצות החדשות, לא יטופל בהתאם, כלומר הוא לא יוסר ומפיציו לא ישאו באחריות כלשהי. המשמעות היא שבעתיד, עם ההתפתחויות הטכנולוגיות (כגון מסוג deepfake שתוארה קודם לכן), יוכלו רמות ההתחזות והזיוף להיות גבוהות יותר. ההצעה מדצמבר 2018 בעייתית מפני שהיא מתייחסת רק למעורבות זרה בתשלום. מתן תשלום לפרסומים פוליטיים הוא אכן מרכיב חשוב בהפצת מידע, אך איננו הגורם הבלעדי. כפי שתואר קודם לכן, שימוש בחשבונות אוטומטיים מאפשר להפיץ מידע רב בפרקי זמן קצרים, ללא צורך בתשלום. כך עלול להיווצר, באופן תיאורטי, מצב שבו מעורבות זרה שמבוצעת לא בתשלום לא תטופל בידי רשויות החוק.

הצעת החוק להסרת תוכן אמורה לכאורה להשלים את הצעת החוק של ועדת בייניש ולאסור על הפצת מידע כוזב גם מחוץ למערכות בחירות. עם זאת, גם הצעת החוק הזאת בעייתית מכמה בחינות. ראשית, ההצעה אינה כוללת איסור מפורש על הפצת מידע כוזב (אף שהוא עלול להוביל לפגיעה משמעותית במדינה). שנית, העובדה שהסרת התוכן כפופה לביצוע עבירה פלילית היא בעייתית כל עוד לא נקבע באופן מפורש בחקיקה, שהפצת תוכן כוזב היא עבירה, יהיה קשה יותר להסירו.

לפיכך יש לקבוע בתוספת להצעות החוק או בחוק נפרד איסור מפורש על הפצת תכנים מזויפים מכל סוג שהוא. כמובן, חקיקה כזאת תצטרך לכבד את חופש הביטוי וייתכן שהיא תתקל בביקורת מצד גורמים שונים בישראל, אך לאור רגישותה של ישראל, לחדשות כוזב כמו מדינות דמוקרטיות רבות בעולם ובייחוד בשל מאפייניה הייחודיים, חקיקה כזאת נדרשת.

שיתוף פעולה עם המגזר העסקי

אמצעי נוסף לבליימת חדשות כוזב כולל פעילות משולבת בין חברות טכנולוגיה (בעיקר הרשתות החברתיות) ובין ממשלות ברחבי העולם בזמנים של מערכות בחירות. הנחת המוצא לפעילות מסוג זה היא שהיא משלבת את היתרונות בכל מגזר. המגזר העסקי מביא עימו פתרונות טכנולוגיים המסוגלים לאתר ולחסום תכנים מזיקים, והמגזר הממשלתי הוא בעל הסמכות החוקית להחיל אותם במדינה באמצעים משפטיים המותאמים לתקופת הבחירות.

שיתוף פעולה מסוג זה כבר נעשה בעבר בישראל. בפברואר 2019 פורסם שמשרד החוץ וחברת טוויטר הסירו למעלה מ-400 חשבונות שהשתייכו לשש רשתות וניסו להטות את דעת הקהל בישראל. הפעילות עצמה נעשתה באמצעות מטה מיוחד שהוקם במשרדי החברה בסן פרנסיסקו, שמעניק לרשויות אכיפת החוק הישראליים עדיפות בטיפול בתלונות על חשבונות החשודים בזיוף (Katz & Keinon, 2019).

על בסיס פעילות מוצלחת זו ראוי לשפר את שיתוף הפעולה מהסוג הזה בשני אופנים. ראשית, אין להגבילו רק לזמנים של מערכות בחירות, אלא להופכו לקבוע: חדשות כוזב אינן מופצות רק בזמני מערכות בחירות ויכולתן לבצע מניפולציות על רגשות ודעות הציבור מסכנת את שלום החברה ושלמותה. שנית, שיתוף פעולה זה איננו חייב בהכרח להתבסס רק על הרשתות החברתיות, שמדיניותן הגלובלית לעיתים עלולה לא להתאים למאפייני החוק והחברה בישראל. לצד, או במקום שיתוף פעולה עם חברות אלה ראוי שהממשלה תיזום פעילות משותפת עם חברות הזנק מקומיות רבות שעוסקות בפיתוח פתרונות לבעיה זו. נכון לאוגוסט 2019 יש בישראל לא פחות מעשרים חברות הזנק הנבדלות ביניהן בדרכי ההתמודדות עם התופעה: חלקן מתמחות בזיהוי רשתות בוטים, חלקן מיועדות לזהות מידע שקרי המפורסם ברשת וחלקן עוסק בבדיקת עובדות של סיפורים שמהימנותם שנויה במחלוקת (אורפז, 2019).

יישום תוכניות חינוך

דרך פעולה נוספת היא יצירת תוכניות חינוך שמטרתן לשפר את כישורי האוריינות הדיגיטלית של תלמידים, על מנת שיידעו להבחין בין מידע כוזב למידע אמיתי. תוכניות אלה, המיועדות לבני נוער, עשויות לשפר את האקלים הפוליטי במדינה משתי בחינות: מחד גיסא הן עשויות להרגיל את התלמידים לגבש את דעותיהם הפוליטיות באופן מאוזן וביקורתי, מאחר שהן מלמדות אותם כיצד להפריד אמת ממידע כוזב. כתוצאה מכך הסיכוי שחדשות כוזב ישפיעו על בחירותיהם הפוליטיות קטן יותר. מאידך גיסא באותם צעירים טמונה עתודת המנהיגות הפוליטית ברמה הארצית וייתכן שאף ברמה הבינלאומית. כאשר אותם תלמידים נחשפים במסגרת התוכניות לפוטנציאל הנזק הגדול של חדשות כוזב לסדר החברתי והפוליטי, יגדל הסיכוי שהם, כמנהיגים, יימנעו משימוש בהן להשגת מטרת פוליטיות.

חלקן הגדול של תוכניות אלה מגיע כיוזמות מצד הממשלות. בלוקסמבורג, לדוגמה, יזם משרד החינוך אסטרטגיה לאומית לחינוך דיגיטלי לתלמידים, שנועדה להקנות להם כלים לצורך תקשורת באופן מושכל ולעודד יוזמות בבתי הספר שתומכות בקו הזה (European Values, 2018, p. 67). לעיתים היוזמות מגיעות גם מצד ארגונים בין-לאומיים. ארגון אונסק"ו, לדוגמה, פרסם בשנת 2018 תוכנית חינוך לתלמידים בתחום העיתונות, שמתמקדת במאבק בדיסאינפורמציה (UNESCO, 2018). לעיתים המאמץ החינוכי נעשה בשילוב ארגון בין-לאומי שעוסק בחינוך וגורמים מדינתיים. בשנת 2016 השיקה הסוכנות למדיה אלקטרונית בקרואטיה אתר (בשיתוף ארגונים בין-לאומיים כיוניצ"ף) שנועד לעזור למורים ולהורים לחנך את ילדיהם לצורך תקשורת בצורה נכונה (European Values, 2018, p. 27).

תוכניות מסוג זה עשויות להיות מוצלחות בהנחלת כישורי אוריינות נאותים לתלמידים. משנת 2014 מפעילה ממשלת פינלנד שורה של יוזמות שנועדו לחנך קבוצות אוכלוסייה שונות במדינה להתמודד באופן יעיל עם הפצת חדשות כזב, בעיקר על ידי זיהוי נכון שלהן. בתוכנית חינוך לתלמידי כיתות י' בנושא זה מראות התוצאות שתי אינדיקציות לכך שהמאמץ החינוכי הלאומי של פינלנד נשא פרי: בשנת 2018 נערך מחקר שבחן את כישורי האוריינות הדיגיטלית ברוב מדינות אירופה ואזרחי פינלנד היו במקום הראשון עם ציון 76 (Mackintosh, 2019). בקרב תלמידי המדינה נרשמה הצלחה בזיהוי נכון של חדשות כזב. הם הצליחו במשימה זו בפער של חמישים אחוז יותר מתלמידים בארצות הברית שלא למדו את הנושא (שחף, 2019 ב).

למרות הצלחות מרשימות אלה יש לדעת שלא בכל מדינה שבה הפעילו תוכנית חינוך הושגה הצלחה כזאת. למעשה, על פי מחקר שפרסמה בנובמבר 2019 קבוצת המחקר The Stanford History Education Group, תלמידים רבים בארצות הברית שנחשפו לתוכניות אלה לא הפגינו כישורי אוריינות ראויים. במחקר שבחן את כישוריהם של כ־3,400 תלמידים מ־16 בתי ספר תיכוניים ברחבי המדינה עלו, בין היתר, הממצאים הבאים: 52 אחוז מהתלמידים סברו שסרטון שמציג שיבושים בתהליכי ההצבעה בארצות הברית הוא אמיתי (בעוד למעשה מדובר בסרטון שצולם ברוסיה). כמו כן, שני שלישים מהתלמידים לא ידעו למנות את ההבדלים בין ידיעה חדשותית למודעה. החוקרים הסיקו שתוכניות החינוך הקיימות, בעיקר אלה שמחנכות את התלמידים לאתר מידע כוזב על סמך רשימה של סממנים טכניים מחדשים (כגון לוגו של גוף חדשות מוכר שעבר מניפולציה), אינן מספקות לתלמידים כלים ראויים להתמודד עם חדשות כזב (Breakstone et al., 2019, pp. 3, 16).

מן המסקנה הזאת של החוקרים אפשר להבין שיש צורך בתוכניות מתקדמות ומעמיקות יותר להשגת התוצאה הראויה. ראוי לציין שתי יוזמות חינוכיות שהצליחו בהקניית הכישורים הרלוונטיים. המשותף להן הוא ששתיהן אינן מסתפקות בהצגת הסימנים הטכניים המאפיינים ידיעות כוזבות כאמצעי זיהוי, אלא מקנות למשתתפים בהן היכרות

מעמיקה עם המניעים והכוונות של מפיצי חדשות הכוזב בדרכים המפעילות אצלם כישורים קוגניטיביים מגוונים.

באוקראינה מפעיל ארגון החינוך הבינ-לאומי (IREX The International Research and Exchange Board) תוכנית חינוך בנושא זה בקרב תלמידי כיתות ח' וט' (Learn to Discern) משנת 2015. הנחת המוצא של התוכנית היא שבמסגרת הפצת חדשות כוזב אפשר לבצע מניפולציה בשלושה מישורים: עיוות עובדות היסטוריות, שימוש בניסוחים מעוותים כדי להעביר מסרים בעייתיים ושימוש בעזרים ויזואליים תומכים. בהתאם לכך התוכנית מלמדת את התלמידים למצוא מענה בשלושת המישורים: במישור הידע התוכנית מלמדת את התלמידים כיצד לעבוד עם מקורות מידע היסטוריים כדי לאתר עובדות. במישור ניסוח המסרים התלמידים לומדים להבחין בין עובדות לדעות ולנתח נרטיבים. במישור הוויזואלי התלמידים מתוודעים לדרכים שבהן תוצרים אלה יכולים לשמש אמצעי הטיה. במאס 2019 פרסם הארגון מחקר שחשף את תוצאות התוכנית. התלמידים הפגינו שיפור בארבעה היבטים של אוריינות תקשורתית: זיהוי מידע כוזב, הבחנה בין דעות לעובדות, היכרות עם שוק התקשורת והפגנת כישורי ניתוח (IREX, 2019, pp. 3, 11).

היזומה השנייה היא המשחק BAD NEWS, שפיתח DROG, צוות מחקר רב תחומי הכולל אנשי אקדמיה, עיתונאים ומומחי מדיה באירופה. במסגרת המשחק המשתתפים נדרשים להפיץ ידיעות כוזב באתר של המשחק. ביצועיהם נמדדים בשני מישורים: מספר העוקבים ורמת האמינות המיוחסת לידיעות. ביוני 2019 התפרסם מחקר שנערך בקרב המשתתפים, שעשה שימוש משולב במאגר מידע על כ־15,000 משתתפים ובשאלונים שחולקו להם. בשאלונים התבקשו המשתתפים לדרג את מידת האמינות של כותרות חדשותיות (אמיתיות ומומצאות) שהוצגו להם. החוקרים מצאו שמי ששיחק במשחק, שיפרו את סיכוייהם לזהות חדשות כוזב ב־21 אחוז, מה שאפשר להם להימנע מלשתף אותן עם חבריהם ברשתות ובכך, לאורך זמן, לצמצם את הוויראליות של חדשות מזויפות. תיאוריות קונספירציה על קבוצות חשאיות שמנהלות את העולם, לדוגמה, זכו לעשרים אחוז פחות אמינות בקרב הגולשים לאחר ששיחקו במשחק. ההשפעות הללו הושגו ללא תלות במגדר או בהשכלה (Taylor, 2019).

לדברי אחד מהחוקרים שהשתתפו במחקר, מטרת המשחק היא לחשוף את השחקנים לפחות מידע כוזב כדי להכין אותם כראוי לידיעות הכוזבות המתפרסמות בעולם האמיתי (שעשויות להיות בוטות יותר מאלה שהוצגו במשחק). לדבריו כוונה זו מבוססת על תיאוריה המכונה "חיסון עמדות", הטוענת שאפשר לפתח באדם התנגדות ללחצים חיצוניים המופעלים עליו באמצעות חשיפה לכמות קטנה של מידע המנוגד לתפיסותיו. באמצעות חשיפה זו מפתח היחיד מערכת הגנה שמגינה על אמונותיו ומקטינה את כוחם של לחצים חיצוניים להשפיע על דעותיו. יוצרי המשחק פיתחו גרסאות בשפות נוספות

וכן יצרו גרסה המתאימה לילדים בגילאי שמונה עד עשר (Communication Theory, n.d; Taylor, 2019).

כמילים אחרות, סוד הצלחתן של היוזמות הוא שהן מצליחות לעורר במשתתפים את היכולת לשאול שאלות, המזוהה כתכונה חשובה בפיתוח עמידות לחדשות כזב (Fottrel, 2019).

בישראל פועל ארגון "המשרוקית" במסגרת העיתון גלובס, העוסק בבדיקת נכונותן של התבטאויות שונות של אישי ציבור בישראל. הארגון שיתף פעולה עם משרד החינוך בשנת הלימודים התשע"ט בהקניית כישורי אוריינות תקשורתית לתלמידי תיכון במגמות תקשורת ברחבי הארץ. בבחינת הבגרות שאליה ניגשו כ-1,500 תלמידים, הוצגו לתלמידים שלוש דוגמאות לטענות שבדק הארגון, של רון חולדאי, מירי רגב ותמר זנדברג. התלמידים התבקשו להראות כיצד הבדיקות מדגימות ערכים עיתונאיים כמו התמקדות בעובדות, דיוק והסתמכות על מקורות אמינים. לאחר מכן הם נדרשו להסביר מהי הסכנה בחדשות כזב ומהי חשיבות "המשרוקית" בהתמודדות איתה. מלבד יוזמה זו הפעיל הארגון "פיילוט" (מחקר חלוצי) להכשרת תלמידים בבדיקת עובדות במסגרת לימודי האזרחות בתיכון רוטברג ברמת השרון ובתיכון היוכל בהרצליה (בריל, 2019).

תוכניות חינוך אלה, יעילות ככל שיהיו, לוקות בחיסרון מובנה אחד: הן מיועדות רק לתלמידים במערכת החינוך ואינן מקנות כלים חשובים לאוכלוסייה שזקוקה להם במיוחד: אוכלוסיית המבוגרים (בני 65 ומעלה), שעל פי מחקרי עבר נוטה להפיץ חדשות כזב בשיעורים גבוהים במידה ניכרת בהשוואה לקבוצות אוכלוסייה צעירות יותר (Fottrel, 2019).

הניסיון הקיים מאפשר יוזמות חינוך לחלקים נוספים במערכת החינוך ולאוכלוסייה הכללית. בפעילות מסוג זה יש להביא בחשבון את הגיוון בזרמי החינוך בישראל (חינוך ממלכתי, ממלכתי-דתי, ערבי, חרדי וכן זרמים משניים כגון חינוך דמוקרטי וחינוך אנתרופוסופי), שהוא תוצר לוואי של הגיוון החברתי והדתי בישראל.

פנייה לקהילות מובחנות

בינואר 2019 הכריזה ממשלת סינגפור על יוזמה חדשה להתמודדות עם חדשות כזב: הקמת סמינרים שיסייעו לקהילות דתיות להתמודד עם ידיעות כוזבות. לדברי שרת התרבות, הקהילה והצעירים של סינגפור, גרייס פו (Grace Fu), הסמינרים יעניקו למנהיגי הקהילות שיטות לזהות מידע כוזב ועקרונות מנחים לתגובות יעילות נגדו. עוד היא ציינה שהפנייה לקהילות אלה דווקא נובעת מההבנה שנושאי דת וגזע הם כר פורה ליצירת ידיעות כוזבות ושארחי סינגפור עלולים להיות מושפעים מאירועים שונים המתרחשים מחוץ לגבולותיה (Lee, 2019). להבחנתה של השרה פו יש ביסוס

בשדה המחקרי: אנשים בעלי השקפות דתיות אדוקות נוטים יותר להאמין למסרים כוזבים, מאחר שהם מתקשים לקבל רעיונות חדשים (Bronstein et al., 2019, p. 110). פעילות זו עשויה לתרום למאבק בהפצת חדשות כוזב ללא קשר לאוכלוסייה שאליה הן מופנות. הפנייה לפלח אוכלוסייה ממוקד במקום לכל האוכלוסייה מאפשרת לשגר מסרים בעלי אופי אישי יותר שיקבלו תשומת לב רבה יותר בקהילה. אפשר לעשות זאת בעזרת סמינר או מסע הסברה שיכלול את מאפייניה הייחודיים של הקהילה שאליה פונים. הפנייה תיעשה באמצעי התקשורת שמשמשים אותה, בשפה או בכיטויים המזוהים עימה והיא תענה על המצוקות הרגשיות הרווחות בה. פעילות מסוג זה חשובה במיוחד בקרב אוכלוסיות מהגרים. במדינות רבות הם מתקשים להשתלב בחברה הכללית ואף סובלים מאפליה במוסדות השלטון. קיימת סכנה שגורמים חיצוניים, אך לא רק הם, ינצלו את רגשות הניכור, הזעם והתסכול כדי להפיץ בקרבם דעות חתרניות נגד השלטון. הניסיון המחקרי בתחום דעת הקהל מלמד שקשה מאוד לשנות תפיסות שגויות בבני אדם, מאחר שלבני אדם יש נטייה לצרוך מידע המאשש את תפיסת עולמם גם אם הוא שגוי. נטייה זו מוכרת בספרות המחקרית בשם "הטיית אישור" (confirmation bias) (Sandoiu, 2018). אולם אפשר לעקוף נטייה זו ולגרום לבני אדם לשקול מידע שסותר את אמונותיהם אם המקור לו הוא מי שהם מזהים כאוהד וסימפתי (Flynn, Nyhan & Reifler, 2017). באשר ליוזמה מסינגפור, אפשר להעריך שמנהיגי קהילות דתיות עשויים להועיל בהחלשת כוחן של ידיעות כוזבות, בייחוד כאלה שעושות שימוש במסרים של שנאה דתית וגזענית.

במדינת ישראל אפשר להעריך שפעילות מסוג זה עשויה להיות נדבך מרכזי בהתמודדות עם חדשות כוזב, הן הודות לגיוון התרבותי והן הודות למקום המרכזי שנושאי הדת תופסים במחלוקות הקיימים בה (בסכסוך היהודי-ערבי ובמחלוקות שבין הציבור החילוני לציבור הדתי בענייני דת ומדינה).

שימוש בארגוני החברה האזרחית

פרט למוסדות ממשל וחברות עסקיות, גם גורמים בחברה האזרחית – עיתונאים, חוקרים, מומחי טכנולוגיה ואזרחים פרטיים – יכולים למלא תפקיד חשוב בהתמודדות עם הפצת חדשות כוזב. מאחר שמידע כוזב שמיועד להשפיע על מערכות בחירות יכול להגיע מתוך המדינה או מחוץ לה, פעילותם של הגורמים המעורבים יכולה להתבצע כלפי חוץ (נגד הגורמים המפיצים את המידע) או כלפי פנים (ללמד את הציבור לא להאמין להן).

פעילות זו יכולה להתבצע בשילוב גורמי ממשל (או ביוזמתם) או באופן עצמאי. כאשר פעילות מהסוג הזה מסתייעת בממשל סביר להניח שהיא תשמש לקידום מדיניותה או חזונה של הממשלה. למרות זאת, חשוב שהממשל ימלא תפקיד משני לארגוני החברה האזרחית בהפצת המסרים. הניסיון האמריקני בעניין זה יוכל להמחיש זאת: בשירות מחלקת המדינה של ארצות הברית פעל המרכז (Centre of Strategic) CSCC

Counterterrorism Communications) בין השנים 2011–2016, והחל מ-2016 פועל המרכז GEC (Global Engagement Center). פעילותם של שני הגופים הללו ברשת מאופיינת בהפצת מסרים (לתושבי ארצות הברית ומדינות זרות) שמנסה למנוע מראש את הצטרפותם של אזרחים אל ארגון המדינה האסלאמית.

במרצת השנים החליטה מחלקת המדינה לשנות את המקור שממנו מגיעים המסרים לקהלי היעד. רוב תקופת פעילותו של ה-CSCC הופצו המסרים בטוויטר, בפייסבוק וביוטיוב בשם ממשלת ארצות הברית (Suebsaeye, 2014). בשנת 2015 החליטה מחלקת המדינה לא להפיץ את המסרים בשמה אלא להעביר אותם באמצעות רשת של ארגונים ויחידים שונים שאינם מזוהים עם הממשל האמריקני (כולל ממשלות זרות ומוסלמים מתונים), שממתחו ביקורת על המדינה האסלאמית (Cary, 2015, p. 9). הסברה הייתה שארגונים ויחידים אלה יכולים להגיע אל קהלי היעד שעליהם מעוניינת ממשלת ארצות הברית להשפיע. ה-GEC, בשונה מה-CSCC, משמש לפיכך כמוקד רשת בין-לאומית שמתאמת את הפצת המסרים מבחינה רעיונית וטכנית (Tucker, 2016). שינוי זה תואם את הממצא המחקרי שבני אדם נוטים להזדהות יותר עם מסרים המגיעים מגורמים דומים להם (Flynn, Nyhan & Reifler, 2017).

ליטא מציעה דוגמה לפעילות אזרחית שצמחה "מלמטה". בשנת 2014 קם ארגון "השדונים" (Elves), רשת מתנדבים בליטא ומחוץ לה, שפועלת נגד מידע כוזב המתפרסם ברשתות מגורמים רוסיים (Sengupta, 2019). הרשת כוללת מתנדבים מומחים בתחומים שונים, בהם כלכלה, מדיניות חוץ ואבטחת סייבר, והם עשויים לפעול הן באופן יזום הן בתגובה לפרסומים כוזבים (Debunk.eu, n.d.). אחד ממקימי הרשת סיפר שהיוזמה להקמתה הגיעה בעקבות הפלישה הרוסית לאוקראינה, שלדבריו ממחישה את השפעתה הגדולה של התעמולה, התופסת מקום מרכזי במדיניות החוץ הרוסית. הרשת היא חלק מארגון גג בשם Debunk.eu, שכולל ארגונים נוספים שעוסקים בלוחמת סייבר. הארגון נתמך ביוזמת החדשות הדיגיטליות של גוגל (Digital News Initiative) ומשתף פעולה עם משרדי חוץ במדינות המערב, ובהן בריטניה (Digital News Innovation, 2018; Sengupta, 2019).

יוזמות המיועדות כלפי פנים יש בכמה מדינות. יש מדינות, שבהן קיימים אתרים לכדיקת עובדות (Fact-Checking) הנוגעים לסיפורים שמתפרסמים בתקשורת ושרמת אמינותם מוטלת בספק (Althuis & Strand, 2018, p. 74). העובדות שמתפרסמות משמשות אמצעי להפרכת סיפורים כוזבים ולפגיעה בהשפעתם.

סוג יוזמות נפוץ נוסף הוא שיתוף פעולה בין גופי תקשורת. בשוודיה שיתפו פעולה ארבעה ארגוני תקשורת מובילים במדינה בשנת 2018, לקראת הבחירות שהתקיימו שם, בהסרת חדשות כזב מהסיקור התקשורתי (European Values, 2018, p. 92). בארצות הברית, הוול סטריט ג'ורנל והוושגינגטון פוסט מספקים לפייסבוק תכנים חדשים שמטרתם לקדם תכני חדשות מהימנים (Vengattil, 2019). בבריטניה צפוי ה-BBC לשתף פעולה

עם חברות הטכנולוגיה והרשתות החברתיות בהתמודדות עם תכנים כוזבים ברשת בדרכים שלא פורטו (Stanley, 2019).

בישראל עוסקים ארגוני הסברה רבים בהתמודדות עם מסרים שקריים ממקורות חיצוניים. למעשה, המשרד לנושאים אסטרטגיים תומך באותם ארגונים (קליין, 2019). הפעילות נגד חדשות כוזב בישראל, בהשוואה לפעילות ברחבי העולם ולפעילות ההסברה הישראלית בחו"ל, היא מצומצמת יותר: מלבד יוזמת "המשרוקית" של גלובס, קיים גם האתר "לא רלוונטי" שעוסק בבדיקת שמועות של מכתבי שרשרת. בעבר פעל גם אתר ששמו "פייק ניוז ישראל", שהפסיק לפעול באמצע 2019. יש להרחיב את פעילותה של החברה האזרחית בישראל נגד הפצת חדשות כוזב בדרכים חדשות, למשל באמצעות שיתוף פעולה בין גופי תקשורת שונים.

רתימת אמצעי תקשורת מקומיים

עד כה נדונו דרכים להתמודד עם הפצת חדשות כוזב ברשתות החברתיות. כעת ייבחן פלח מוגדר ברשתות החברתיות, שראוי לתת עליו את הדעת: אמצעי התקשורת המקומיים (שהם micro-influencer).

רתימת גופי תקשורת מקומיים למאבק בהפצת חדשות כוזב היא צעד חשוב, לאור המקום ההולך וגדל שהם תופסים. בבחירות 2016 בארצות הברית, לדוגמה, נמצאו כחמישים חשבונות טוויטר שהתחזו לגופי תקשורת מקומיים ושלמעשה היו חשבונות מזויפים שהשתייכו לגורמים רוסיים (Mak, 2018). מדובר לא באפיזודה חולפת אלא בדרך פעולה שתופסת מקום מרכזי יותר בעולם. דו"ח של הנציבות של האיחוד האירופי מיוני 2019, על יישום תוכנית הפעולה היבשתית נגד מידע כוזב, זיהה מעבר מניהול מבצעי השפעה רחבי היקף ברשתות החברתיות לפעולות הפצה ממוקדות ומוגבלות בהיקפם, שקשה יותר לאתר (European Commission, High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy, 2019, p. 3).

קמפיינים מסוג זה מנצלים את האמון הרב של האזרחים באמצעי תקשורת מקומיים, גם בהשוואה לאלה הארציים. במחקר שהתפרסם בארצות הברית בשנת 2018, נמצא ש-76 אחוז מהנשאלים הביעו רמת אמון גבוהה בערוצי טלוויזיה מקומיים ו-73 אחוז בעיתונות מקומית. הטלוויזיה הארצית זכתה לאמון רב בקרב 55 אחוז מהנשאלים, העיתונות הארצית בקרב 59 אחוז ומקורות חדשות מקומיים בקרב 47 אחוז בלבד (Guess, Nyhan & Reifler, 2018, pp. 5-6). הערכה זו מיתרגמת להעדפות צריכת תקשורת: הנטייה לצרוך חדשות ממקורות מקומיים גבוהה ב-11 אחוז מהנטייה לצרוך אותם ממקורות ארציים (Nyhan, 2019).

האמון הרב של האמריקנים באמצעי תקשורת מקומיים מתבסס על הערכה גבוהה לעיתונאים. 71 אחוז מהאמריקנים סבורים שאמצעי התקשורת המקומיים שלהם מרווחים על חדשות באופן מדויק, 65 אחוז מהם סבורים שהם מסקרים ביסודיות נושאים חדשניים,

62 אחוז מהם סבורים שהם מסקרים באופן הוגן ו־58 אחוז מהם מאמינים שהדיווחים מתארים אנשים דומים להם (Pew Research Center, 2019).

לאור נתונים אלה ברורה העדפתם של מפיצי חדשות כזב להתחזות למקורות חדשות מקומיים. אולם גם גורמים שנאבקים בהפצה עשויים להפיק תועלת מהיתרונות היחסיים של אמצעי התקשורת המקומיים. במחקר שהתפרסם באוניברסיטת שפילד שבבריטניה בשנת 2018, היה לפוליטיקאים ולעיתונאים מקומיים תפקיד חשוב בהזמת שמועות על אירועים פוליטיים בצפון אירלנד בשנים 2013–2015 (University of Sheffield, 2018).

למרות נתונים אלה נראה שהגורמים האמונים על המאבק בהפצת חדשות כזב אינם מעריכים דיים את תפקידם של אמצעי התקשורת המקומיים במאבק זה. החוקרת האמריקנית ויטני פיליפס (Whitney Phillips), המתמקדת גם בחקר מידע כוזב, סבורה שאפשר לדמות את הגישה הקיימת לארגון סביבתי שמתמקד בניקוי כמה מטרים של חוף מלוכלך, בזמן שצינור נפט שבור מזהם את הים (Bell, 2019). מטרתי במאמר זה היא, בין היתר, להעלות את המודעות ליכולתם של אמצעי תקשורת מקומיים לשמש זרוע יעילה במאבק בהפצת חדשות כזב. ראוי שמדינת ישראל, שמורכבת מקהילות רבות ומגוונות, תהיה מהחלוצות העולמיות ברתמת אמצעי תקשורת מקומיים למאבק בחדשות כוזבות.

סיכום ומסקנות

שלושה מאפיינים ייחודיים הופכים את המערכת הפוליטית בישראל לפגיעה במיוחד להשפעת מידע כוזב, בעיקר בזמני בחירות. היעדרה של מדיניות קבועה להתמודדות עם התופעה, יכולת להשפיע על מספר קטן של מצביעים לשם השגת הכרעה בתהליך הבחירות וקיומם של סכסוכים רבים, חלקם ייחודיים לישראל. בד בבד צפוי אתגר ההתמודדות להיות מורכב יותר בעתיד בשל התפתחויות שונות.

אופייה הגלובלי של התופעה הניב פתרונות מגוונים, המערבים שורה ארוכה של גורמים בעלי עניין: הממשלה, חברות הטכנולוגיה, ארגוני חברה אזרחית ואזרחים אכפתיים מן השורה. גורמים בישראל שיהיו מעוניינים ליישם אמצעי מאבק חדשים, ייהנו אומנם מניסיון כלל-עולמי רחב, הכולל בתוכו גם עדויות להצלחות, אך בה בעת יצטרכו גם לתת מענה לדילמות מוסריות, משפטיות וטכנולוגיות, שאין בהן תשובה ברורה ונכונה אחת.

קיומן של שלוש מערכות בחירות רצופות בתוך שנה אחת הציב את תפקוד המערכת הפוליטית ואת אופן הציבור בה בנקודות שפל חדשות שלא נחזו מאז ימי הקמת המדינה. עם זאת, חזון חדשני ושימוש באמצעים מוכחים עשויים לשמש שעת כושר לכל מי שהמערכת הפוליטית חשובה לו לגבש מדיניות ארוכת טווח לתופעה פוליטית, חברתית ותקשורתית שלא תיעלם בזמן הקרוב. מדיניות זו לא רק תגן על המערכת הפוליטית

מפני השפעות לא רצויות, אלא אף תשפר את תפקודה ותתרום לקירוב פוליטי וחברתי בין המגזרים השונים והרכים בישראל.

הערות

- 1 ראשי תיבות של distributed denial-of-service attack, ובעברית: מתקפת מניעת שירות. מדובר באמצעי שנועד להפוך שירות מקוון ללא-זמין על ידי יצירת עומס חריג על משאבי המחשב. כלומר, יצירת תעבורה לגיטימית ברוחב פס ותדירות גבוהה כדי להשבית את המחשב המותקף (בזק, ללא תאריך).
- 2 סקירה משווה בין פעולות מדינות העולם אפשר למצוא במקור זה, שנתוניו נכונים לאוגוסט 2019 (Funke & Flamini, 2019).
- 3 אין הגדרה אחידה להיקף קהל היעד המצוי בהשפעתם של אותם גורמים: ברו"ח שחובר על הבחירות לפיליפינים, לדוגמה, היקף הקהל של דמויות מסוג micro-influencers עומד בין 10,000 ל-100,000 עוקבים ברשתות החברתיות (Corpus Ong, Tapsell & Curato, 2019, p. 21). לעומת זאת, חברת הפרסום SCRUNCH קבעה שהיקף ההשפעה שלו עומד על בין 2,000 ל-50,000 איש (Kelly, n.d).

מקורות

- אורפז, ע' (2019). "טכנולוגיות נגד פייק ניוז: כשל שוק או הזדמנות מפוספסת?", המכון למחקרי בטחון לאומי 22.8.2019 (INSS). נדלה ב-26.12.2019 מן האתר <https://www.inss.org.il/he/publ-ication/%D7%98%D7%9B%D7%A0%D7%95%D7%9C%D7%95%D7%92%D7%99%D7%95%D7%AA-%D7%A0%D7%92%D7%93-%D7%A4%D7%99%D7%99%D7%A7-%D7%A0%D7%99%D7%95%D7%96-%D7%9B%D7%A9%D7%9C-%D7%A9%D7%95%D7%A7-%D7%90%D7%95-%D7%94%D7%96%D7%93/>
- אילנאי, א' (2019). "פלישת הבוטנים הפוליטיים", שבעה ימים, ידיעות אחרונות, 17.1.2019. נדלה ב-25.12.2019 מן האתר <https://www.yediot.co.il/articles/0,7340,L-5448272,00.html>
- בזק (ללא תאריך). "מה זה התקפת DDOS?", אוהזר בתאריך 23.1.2020 מן האתר <https://www.bezeq.co.il/blog/DDOS>
- בנדל, י' (2019). "איחוד מפלגות הימין הפיצה מסרון בזהות שקרית נגד שקד – ותשלם", מקור ראשון, 8.4.2019. נדלה ב-25.12.2019 מן האתר <https://www.makorishon.co.il/%d7%91%d7%97-d7%99%d7%a8%d7%95%d7%aa-%d7%aa%d7%a9%d7%a2%d7%98/129719/>
- בריל, י' (2019). "המלחמה בפייק ניוז מגיעה לבחינות הבגרות ואיתה גם 'המשרוקית' של 'גלובס'", גלובס, 27.8.2019. נדלה ב-25.12.2019 מן האתר <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=100129862>
- ברקוביץ, א' (2019). "בחירות 2019, מועד ב': לאן נעלמו הפעם הבוטנים והפייק ניוז, ומה בא במקומם?", גלובס, 17.9.2019. נדלה ב-25.12.2019 מן האתר <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001300954>
- גן-אל, א' (2018). "Deepfake: מי יעצור את הדור הבא של הסרטונים המזויפים", גלובס, 9.10.2018. נדלה ב-25.12.2019 מן האתר <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001255733>
- דולב, ד' (2019). "הסוף לתעמולה אנונימית: מפלגות יחויבו להזדהות בפרסומות ברשת", WALLA, 27.2.2019. נדלה ב-25.12.2019 מן האתר <https://elections.walla.co.il/item/3221550>
- הצעת חוק למניעת ביצוע עבירות באמצעות פרסום באינטרנט (הסרת תוכן), התשע"ח-2018. https://fs.knesset.gov.il/20/law/20_ls2_503728.pdf
- ווקטיב (2019). "פייק ניוז בחירות 2019: סיכום ניתוח מגמות", נדלה ב-26.12.2019 מן האתר <https://picupload.ynet.co.il/news/fakenews.pdf>

ועדת הבחירות המרכזית לכנסת (2017). *דין וחשבון הוועדה הציבורית לבחינת חוק הבחירות (דרכי תעמולה), התשי"ט, 1959*, ירושלים: הכנסת.

ועדת הבחירות המרכזית לכנסת ה'21 (2019). נספח לזכרון דברים על תוצאות הבחירות לכנסת ה'21 (פרטי חישוב של חלוקת המנדטים), ירושלים ישראל. נדלה ב־26.12.2019 מן האתר: https://bechiro21.bechiro21.bechiro21.gov.il/election/Documents/%D7%A0%D7%A1%D7%A4%D7%97_%D7%9C%D7%96%D7%9B%D7%A8%D7%95%D7%9F_%D7%93%D7%91%D7%A8%D7%99%D7%9D.pdf

יבלונקו, י' וט' שחף (2019). "חוק עתיק והתנגדות נתניהו: האם ניתן לפקח על תעמולה באינטרנט?", *גלובס*, 8.1.2019. נדלה ב־25.12.2019 מן האתר <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001268055>

לייבוזון, י' (2019). "לקראת 2020: ה'דיפ פייק' עולה שלב", *MAKO*, 26.5.2019. נדלה ב־25.12.2019 מן האתר https://www.mako.co.il/news-world/international-q2_2019/Article-38963ef25a5fa61027.htm

מן, יובל (2019). "ג'ונסון השתגע? דיפ פייק ישראלי בבריטניה", *Ynet*, 13.11.2019. נדלה ב־27.12.2019 מן האתר <https://www.ynet.co.il/digital/article/SyEdOSTjr>

נמר, ס' (2018). "פייסבוק: איתרנו נסיון משולב של איראן ורוסיה להתערב בבחירות האמצע", *מעריב*, 22.8.2018. נדלה ב־25.12.2019 מן האתר <https://www.maariv.co.il/business/tech/Article-657708>

פיאלקוב, ג' (2019). "טוויטר ופייסבוק הסירו רשת פרטראמפ שכללה פורפילים מזויפים שנוצרו ב־AI", *אנשים ומחשבים*, 22.12.2019. נדלה ב־25.12.2019 מן האתר <https://www.pc.co.il/featured/306281/>

קליין, י' (2019). "מיליוני שקלים לארגוני הסברה פרו־ישראליים", *כיפה*, 6.11.2019. נדלה ב־25.12.2019 מן האתר <https://www.kipa.co.il/%D7%97%D7%93%D7%A9%D7%95%D7%AA/%D7%9E%D7%93%D7%99%D7%A0%D7%99/949158-%D7%9E%D7%99%D7%9C%D7%99%D7%95%D7%A0%D7%99-%D7%A9%D7%A7%D7%9C%D7%99%D7%9D-%D7%9C%D7%90%D7%A8%D7%92%D7%95%D7%A0%D7%99-%D7%94%D7%A1%D7%91%D7%A8%D7%94-%D7%A4%D7%A8%D7%95-%D7%99%D7%A9%D7%A8%D7%90%D7%9C%D7%99%D7%99%D7%9D-%/>

רובינשטיין, ר' (2019). "דו"ח: צבא 'הבוטים' האיראני שמנסה להשפיע על הבחירות בישראל", *Ynet*, 31.1.2019. נדלה ב־25.12.2019 מן האתר <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-5455832,00>

שחף, ט' (2019 א). "מזויפים: הישראלים שעושים דיפ פייק", *שם*, 6.8.2019. נדלה ב־25.12.2019 מן האתר <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-5564516,00.html>

שחף, ט' (2019 ב). "כשצה"ל יגיב בטעות לדיפ פייק של החמאס", *שם*, 13.8.2019. נדלה ב־25.12.2019 מן האתר <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-5568381,00.html>

שירות כלכליסט (2019). "לקראת הבחירות: אינסטגרם יירטה רשתות פייק ניו־רוסיות". *כלכליסט*, 22.1.2019. נדלה ב־27.12.2019 מן האתר <https://www.calcalist.co.il/internet/articles/0,7340,L-3772160,00>

Althuis, J. & S. Strand (2018). "Countering Fake News", in: J. Althuis & L. Haiden (eds.), *Fake News: A Road Map* (pp.68-77). Riga, Latvia: NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Retrieved from <https://www.stratcomcoe.org/fake-news-roadmap>

Bell, E. (2019). "We Can't Fight Fake News without Saving Local Journalism", *The Guardian*, 15.12.2019. Retrieved from <https://www.theguardian.com/media/2019/dec/15/we-cant-fight-fake-news-without-saving-local-journalism>

Bradshaw, S. & P. Howard (2019). *The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory*

- of Organized Social Media Manipulation*. Oxford: Oxford Internet Institute. Retrieved on 23.1.2020 from <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>
- Bradshaw, S., L. Neudert & P. Howard (2018). *Government Responses to Malicious Use of Social Media*. Riga, Latvia: NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.stratcomcoe.org/government-responses-malicious-use-social-media>
- Breakstone, J., M. Smite, S. Wineburg, A. Raparport, J. Carle, M. Garland & A. Saavedra (2019). "Students' Civic Online Reasoning: A National Portrait", Stanford, CA: The Stanford History Education Group. Retrieved on 23.1.2020 from <https://stacks.stanford.edu/file/gf151tb4868/Civic%20Online%20Reasoning%20National%20Portrait.pdf>
- Bronstein, M.V., G. Pennycook, A. Bear, D.G. Rand & T.D. Cannon (2019). "Belief in Fake News is Associated with Delusionality, Dogmatism, Religious Fundamentalism, and Reduced Analytic Thinking", *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8, 1, pp. 108-117.
- Cary, P. (2015). *The Pentagon and Independent Media: An Update*, Washington: Center for International Media Assistance & National Endowment for Democracy. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.cima.ned.org/wp-content/uploads/2015/11/CIMA-The-Pentagon-and-Independent-Media-Update.pdf>
- Communication Theory, (n.d.). "Inoculation Theory". Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.communicationtheory.org/inoculation-theory/>
- Corpus Ong, J., R. Tapsell & N. Curato (2019). "Tracking Digital Disinformation in the 2019 Philippine Midterm Election". New Mandala [academic blog]. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.newmandala.org/wp-content/uploads/2019/08/Digital-Disinformation-2019-Midterms.pdf>
- Debunk.eu, (n.d.). "About Elves". Retrieved on 23.1.2020 from <https://debunk.eu/about-elves/>
- Dettmer, J. (2017, September 19). "How to Wage an Information Warfare", *Voice of America*. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.voanews.com/europe/how-wage-information-war>
- Digital News Innovation (2018). "Elevating Quality Journalism", *Digital News Innovation Fund Report 2018*. Retrieved on 23.1.2020 from https://alt-dot-gweb-dni-v2.appspot.com/dnifund/documents/15/DNIFund_Report_2018.pdf
- European Commission, High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy (2019). Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, *Report on the Implementation of the Action Plan against Disinformation*. Retrieved on 23.1.2020 from https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/joint_report_on_disinformation.pdf
- European Values (2018). "2018 Ranking of Countermeasures by the EU28 to the Kremlin's Subversion Operations", Retrieved from <https://www.kremlinwatch.eu/userfiles/2018-ranking-of-countermeasures-by-the-eu28-to-the-kremlin-s-subversion-operations.pdf>
- Flynn, D.J., B. Nyhan, & J. Reifler (2017). "The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs about Politics", *Political Psychology*, 38, S1, pp. 127-150.
- Fottrel, Q. (2019, July 31). "Why Republican Baby Boomers are more Likely to Share #fakenews on Facebook?" *Market Watch*. Retrieved on 23.1.2020 from https://www.marketwatch.com/story/why-are-republican-baby-boomers-more-likely-to-share-fakenews-on-facebook-2019-01-10?mod=sm_fb_post&fbclid=IwAR09j5oppzuIvNSqRE7Ed9AbOf4NzmgZ6_25Ff2RurwezZqj7waHh16Koaq

- Funke, D. & D. Flamini (2019). "A Guide to Anti-misinformation Actions around the World", St. Petersburg, FL: Poynter Institute for Media Studies. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>
- Goncharenko R. (2016). "Is Francois Fillon of France Putin's Preferred Presidential Candidate?", *Deutsche Welle*, 29.11.2016. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.dw.com/en/is-francois-fillon-of-france-putins-preferred-presidential-candidate/a-36579170>
- Guess, A., B. Nyhan & J. Reifler (2018). *All Media Trust is Local? Findings from the 2018 Poynter Media Trust Survey*. St. Petersburg, FL: Poynter Institute for Media Studies. Retrieved from <http://www.dartmouth.edu/~nyhan/media-trust-report-2018.pdf>
- Haiden, L. (2018). "Tell me Lies, Tell me Sweet Little Lies", in: J. Althuis & L. Haiden (eds.), *Fake News: A Road Map* (pp. 7-13). Riga, Latvia: NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.stratcomcoe.org/fake-news-roadmap>
- Hanson, F., S. O'Connor, M. Walker & L. Courtios (2019). *Hacking Democracies: Cataloguing Cyber-Enabled Attacks on Elections (Policy Brief Report, no. 16)*. Barton, Australia: Australian Strategic Policy Institute. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.aspi.org.au/report/hacking-democracies>
- IREX, (2019). "Boosting Immunity to Disinformation: Ukrainian Students Better Detect False Information after Teachers Integrate Media Literacy into Standard Subjects". Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.irex.org/sites/default/files/node/resource/evaluation-learn-to-discern-in-schools-ukraine.pdf>
- Katz Y. & H. Keinon (2019). "400 Twitter Accounts from 'Foreign Networks' Closed since Elections Called", *The Jerusalem Post*, 26.2.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.jpost.com/Israel-News/400-Twitter-accounts-from-foreign-networks-closed-since-elections-called-581739>
- Kelly, S. (n.d.). "What Is a Micro Influencer?", *Scrunch*. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.scrunch.com/blog/what-is-a-micro-influencer>
- Lee, V. (2019). "2 Initiatives Launched to Help Fight Fake News, Terrorism", *The Straits Times*, 13.1.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.straitstimes.com/singapore/2-initiatives-launched-to-help-fight-fake-news-terrorism>
- Mackintosh, E. (2019). "Finland is Winning the War on Fake News. What it's Learned May be Crucial to Western Democracy", *CNN*, May 2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://edition.cnn.com/interactive/2019/05/europe/finland-fake-news-intl/>
- Mak, T. (2018). "Russian Influence Campaign Sought to Exploit Americans' Trust in Local News", *NPR - National Public Radio*, 12.7.2018. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.npr.org/2018/07/12/628085238/russian-influence-campaign-sought-to-exploit-americans-trust-in-local-news?t=1531410310230>
- Matlack, C. & R. Williams (2018). "France to Probe Possible Russian Influence on Yellow Vets Riots", *Bloomberg*, 6.12.2018. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-12-08/pro-russia-social-media-takes-aim-at-macron-as-yellow-vests-rage>
- NATO Strategic Communications Centre of Excellence (2017). *Robotrolling*. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.stratcomcoe.org/robotrolling-20171>
- Nyhan, B. (2019). "Americans Trust Local News: That Belief is being Exploited", *The New York Times* (Online). 31.10.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://search.proquest.com/docview/2310584570>

- Peterson, N. (2019). "How Iran might Fight a War Against America (Thanks to Russia)", *The National Interest*, 14.7.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://nationalinterest.org/blog/buzz/how-iran-might-fight-war-against-america-thanks-russia-67002>
- Pew Research Center (2019). "For Local News, Americans Embrace Digital but Still Want Strong Community Connection". Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.journalism.org/2019/03/26/americans-give-fairly-high-marks-to-their-local-news-media-especially-when-journalists-are-seen-as-connected-to-the-community/>
- Philp, C. (2019). "'Fake News' Charges Put 30 Journalists in Prison", *The Times*, 12.12.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.thetimes.co.uk/article/fake-news-charges-put-30-journalists-in-prison-gr2p3mqrb>
- Reuters, (2017). "French Polling Watchdog Warns over Russian News Agency's Election Report", *The Guardian*, 2.4.2017. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.theguardian.com/world/2017/apr/02/french-polling-watchdog-warns-over-russian-news-agency-election-report>
- Ronayne, K. (2019). "California Bans 'Deep Fakes' Video, Audio Close to Elections", *The Columbian*, 6.10.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.columbian.com/news/2019/oct/06/california-bans-deep-fakes-video-audio-close-to-elections/>
- Sandoiu, A. (2018). "How to Protect your Brain from 'Fake News'", *Medical News Today*, 13.8.2018. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.medicalnewstoday.com/articles/322747.php#1>
- Sasipornkarn, E. (2019). "Southeast Asia 'Fake News' Laws Open the Door to Digital Authoritarianism", *Deutsche Welle*, 16.10.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.dw.com/en/southeast-asia-fake-news-laws-open-the-door-to-digital-authoritarianism/a-50852994>
- Sengupta, K. (2019). "Meet the Elves, Lithuania's Digital Citizen Army Confronting Russian Trolls", *The Independent*, 17.7.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.independent.co.uk/news/world/europe/lithuania-elves-russia-election-tampering-online-cyber-crime-hackers-kremlin-a9008931.html>
- Shao, G. (2019). "What 'Deepfakes' are and How they May be Dangerous", *CNBC*, 13.10.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.cNBC.com/2019/10/14/what-is-deepfake-and-how-it-might-be-dangerous.html>
- Smok, V. (2018). "Pro-Russian Bloggers Sentenced: Belarus Draws Red Lines in Propaganda War", *Belarus Digest*, 9.2.2018. Retrieved on 23.1.2020 from <https://belarusdigest.com/story/pro-russian-bloggers-sentenced-belarus-draws-red-lines-in-propaganda-war/>
- Stanley, A. (2019). "The BBC Joins Up with Google, Facebook, and Twitter to Try to Tackle Misinformation Online", *Gizmodo*, 9.7.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://gizmodo.com/the-bbc-joins-up-with-google-facebook-and-twitter-to-1837958625>
- Stewart, E. (2018). "Most Russian Facebook Ads Sought to Divide Americans on Race", *Vox*, 13.5.2018. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/5/13/17349670/facebook-russia-ads-race-house-democrats>
- Suebsaeg, A. (2014). "The State Department is Actively Trolling Terrorists on Twitter", *Mother Jones*, 5.3.2014. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.motherjones.com/politics/2014/03/state-department-csc-troll-terrorists-twitter-think-again-turn-away/>
- Taylor, C. (2019). "Scientists Claim Online Game 'Vaccinates' Players against Fake News", *CNBC*, 25.6.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.cNBC.com/2019/06/25/scientists-claim-online-game-vaccinates-players-against-fake-news.html>
- Toor, A. (2017). "Germany Considers 50 Million Euro Fines for Social Media Companies that

- Fail to Remove Hate Speech”, *The Verge*, 14.3.2017. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.theverge.com/2017/3/14/14920812/germany-facebook-twitter-hate-speech-fine-law>
- Tucker, P. (2016). “Meet the Navy SEAL Leading the Fight against ISIS Messaging”, *Defense One*, 9.6.2016. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.defenseone.com/technology/2016/06/navy-seal-isis-messaging/128938/>
- UNESCO, (2018). “Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation”, *Handbook for Journalism Education and Training*. Retrieved on 23.1.2020 from https://en.unesco.org/sites/default/files/journalism_fake_news_disinformation_print_friendly_0.pdf
- Ungku, F. & J. Geddie. (2019). “Singapore Invokes ‘Fake News’ Law for First Time over Facebook Post”, *Reuters*, 25.11.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.reuters.com/article/us-singapore-fake/singapore-invokes-fake-news-law-for-first-time-over-facebook-post-idUSKBN1XZ0AB>
- University of Sheffield (2018). “Politicians and Local Journalism Key to Combating ‘fake news’”, *Study Shows*, 3.9.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.sheffield.ac.uk/news/nr/fake-news-study-social-media-journalism-impact-northern-ireland-uk-1.801617>
- Vaas, L. (2018). “Twitter Publishes Data on Iranian and Russian Troll Farms”, *Naked Security*, 18.10.2018. Retrieved on 23.1.2020 from <https://nakedsecurity.sophos.com/2018/10/18/twitter-publishes-data-on-iranian-and-russian-troll-farms/>
- Vengattil, M. (2019). “News Corp to Supply Headlines for Facebook’s Upcoming News Tab”, *Reuters*, 18.10.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.reuters.com/article/us-facebook-news-corp-content/news-corp-to-supply-headlines-for-facebooks-upcoming-news-tab-idUSKBN1WX2P0>
- Villasenor, J. (2019). “Artificial Intelligence, Deepfakes, and the Uncertain Future of Truth”, Brookings Institution, 14.2.2019. Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.brookings.edu/blog/techtank/2019/02/14/artificial-intelligence-deepfakes-and-the-uncertain-future-of-truth/>
- Webwise (n.d). “Explained: What is fake news?” Retrieved on 23.1.2020 from <https://www.webwise.ie/teachers/what-is-fake-news/>