



## התמודדות קהילת המודיעין עם 'Fake News'

הקטור רנדון, אליסון ווילסון וג'ארד סנגאל<sup>1</sup>

המאמר "Is it 'Fake News'? Intelligence Community expertise and news dissemination as measurements for media reliability" פורסם באוגוסט 2018 בכתב העת Intelligence and National Security ונכתב על ידי Hector Rendon, Alyson Wilson & Jared Stegall. המאמר עוסק בחקר דפוסי הפצת מידע כאמצעי למדידת אמינות כלי התקשורת. כותבי המאמר עשו שימוש בכלים סטטיסטיים במטרה ליצור אלגוריתם המבוסס על מומחיותם של חוקרי קהילת המודיעין בזיהוי מידע אמין. המאמר יכול להוות הצצה לפוטנציאל של אנשי מודיעין בהתמודדות עם תופעת ה"חדשות הכוזבות".

כיום, ישנה מגמת אינפלציה של פלטפורמות תקשורתיות ובהן רשתות חברתיות, סוכנויות ידיעות, עיתונים ואתרי חדשות אינטרנטיים, בהן מתפרסמים דיווחים חדשותיים במהירות ובאופן שוטף. פלטפורמות אלה יצרו סביבה מורכבת בה כל אדם יכול להעביר דרכן את השקפת עולמו. בעזרת שימוש נכון בכלים וברשתות החברתיות ישויות עצמאיות יכולות להגיע לקהלים רחבים ולהשפיע באופן משמעותי על דעת הקהל, ומכאן שגם על המדיניות הציבורית. לכן, אחת ההשלכות של הפצת מידע לא אמין עלולה להיות השפעה שלילית ישירה על יציבות מדינות בתחומי חברה, פוליטיקה, תרבות וכלכלה. מגמה זו יצרה אתגר למהימנותם של כלי התקשורת, כיוון שנעשה מורכב יותר להבדיל בין מקורות אמינים לבין אלו בעלי מניעים נסתרים.

גם חוקרים בקהילת המודיעין אמורים להתמודד עם אתגר זיהוי אמינותם של כלי התקשורת. מטרת המחקר הייתה לייצר אלגוריתם שישקף את מידת האמינות של כלי התקשורת על ידי שימוש בכלים סטטיסטיים תוך התבססות על מומחיותם של חוקרי קהילת המודיעין.

לפי נוהל של קהילת המודיעין בארה"ב, ישנם מספר תנאים על מנת שכלי תקשורת ייחשב כ'אמין': מקורות אמינים יעבירו מידע שיכול להיות מאומת על ידי מקורות עצמאיים בעלי מוניטין; כאשר החוקר רואה לוגיקה בתוכן ובמבנה המידע שמועבר; ושהמידע עקבי ובעל אישורים מגופי תקשורת נוספים.<sup>2</sup>

במסגרת המחקר, נותחו באופן פרטני כל אחד מ-68 כלי התקשורת על ידי חוקרים בקהילת המודיעין. על החוקרים היה לקבוע את מידת אמינות כלי התקשורת בטווח שבין: אמין; בדרך כלל אמין; דיי אמין; בדרך כלל לא אמין; לא אמין; והמקור לא יכול להישפט. לאחר שהחוקרים סיימו לסווג את כלי התקשורת, נערכו ניתוחים סטטיסטיים על בסיס סיווג החוקרים בכדי ליצור אלגוריתם המשקף את חוות דעתם של החוקרים למקורות אמינים ולא אמינים.

<sup>1</sup> חוקרים ב-'Laboratory for Analytic Sciences' באוניברסיטת צפון קרוליינה.

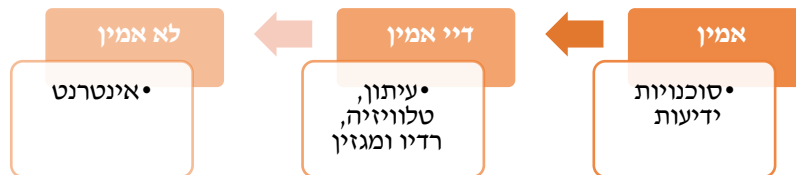
<sup>2</sup> Intelligence Community U.S. (2006), "Open Source Intelligence", Washington, DC. Retrieved from: <https://fas.org/irp/doddir/army/fmi2-22-9.pdf>

המאמר כולל בחינה של 68 כלי תקשורת הרלוונטיים בהקשר האמריקני. בהתבסס על מחקרים קודמים סווגו כלי התקשורת לפי אופיים כימיינסטרים ליברלים; 'מיינסטרים שמרניים'; 'פרטיזנים ליברלים'; 'פרטיזנים שמרניים'; ו'סוכנויות ידיעות'. סיווג נוסף שבוצע היה בפלטפורמה בה פועלים כלי תקשורת, כלומר בטלוויזיה או ברדיו, עיתונים, אתרי חדשות אינטרנטיים בלבד, מגזינים וסוכנויות ידיעות.

### מדדים לבחינת האמינות ותוצאות המחקר:

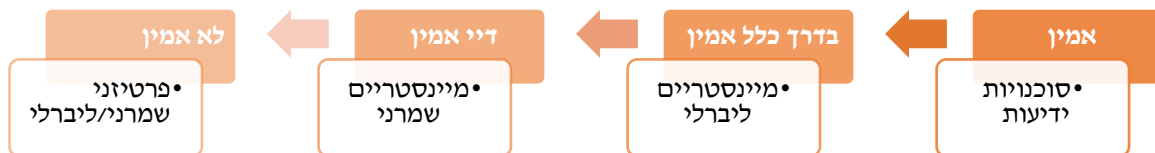
המאמר בחן את כלי התקשורת על פי מדדים שונים לאמינות. תוצאות המחקר הראו כי 25% מכלי התקשורת נחשבו כאמינים באופן מלא, 65% היו בדרך כלל אמינים או דיי אמין, ואילו 10% נחשבו כלא אמינים או בדרך כלל לא אמינים.

**פלטפורמות כלי התקשורת:** המחקר קבע באופן מובהק כי כלי התקשורת שמשמשים באינטרנט כפלטפורמה נחשבו הכי פחות אמינים. יתרה על כן, כלי התקשורת שהופצו רק דרך האינטרנט לא נחשבו לאמינים באופן מוחלט. בנוסף, סוכנויות ידיעות נחשבו לאמינים ביותר ואילו עיתונים, טלוויזיה, רדיו ומגזינים נחשבו אמינים פחות, אך עדיין אמינים יותר מהאינטרנט.



**שנת ההיווסדות:** המחקר קבע באופן מובהק כי כלי התקשורת שנוסדו לאחר שנת 2000 נחשבו באופן עקבי לפחות אמינים. יצוין, כי מגמת הירידה באמינות החלה מאמצע שנות ה-90, כאשר האינטרנט צבר תאוצה גם בקרב צרכנים פרטיים.

**אופי כלי התקשורת:** המחקר קבע באופן מובהק כי סוכנויות ידיעות נחשבות לאמינות יותר מאשר שאר הגישות. בנוסף, כלי התקשורת שסווגו כימיינסטריים נחשבו לאמינות יותר מאשר אלו שסווגו כיפרטיזניות.



**רשתות חברתיות:** הניתוח הסטטיסטי הראה כי קיים קשר בין אמינות לבין נתונים של רשתות חברתיות. המחקר הציע כי מספר גבוה של עוקבים ב-Twitter עשוי להצביע באופן מובהק על כלי תקשורת כאמין. יחד עם זאת, Facebook ו-YouTube לא הציגו תוצאות מובהקות. מכאן, שלכלי התקשורת, שהוגדרו כאמינים באופן מלא, היו בממוצע יותר עוקבים ב-Twitter בהשוואה לשאר כלי התקשורת.

**דפוסי תעבורת מידע באינטרנט:** מדד זה כולל חמישה אלמנטים לבחינת כלי התקשורת: דירוג עולמי; דירוג בארה"ב; מספר הדפים באתר החדשות בהם צפה מבקר במהלך יום אחד; זמן יומי עבור מבקר באתר החדשות; ומספר אתרים שביצעו קישור לאתר החדשות. תוצאות המחקר הצביעו כי לא כל המשתנים הציגו תוצאות מובהקות. כך, דירוג עולמי וזמן הביקור באתר לא היו מובהקים. לעומת זאת, דירוג בארה"ב, כמות הדפים שנצפו על ידי מבקר וקישוריות לאתרים נוספים היו מובהקים.

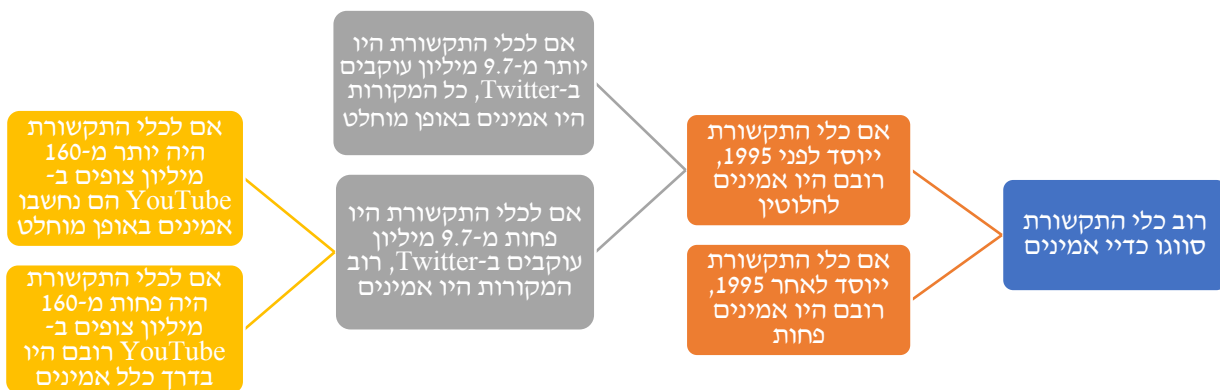
**ציטוטים:** מדד זה מנתח כמה פעמים כל מקור חדשותי צוטט על ידי ארגון חדשותי אחר, כאשר ההנחה לקוחה מהעולם האקדמי, ועל פיה ציטוטים קשורים קשר הדוק לאיכות ואמינות. הציטוטים נבחנו מנובמבר 2016 ועד מרץ 2017, תקופה של 4 חודשים לאחר הבחירות לנשיאות ארה"ב. הנושא ולוח הזמנים נבחרו בשל אופי הסוגיות שעלו לאחר הבחירות, הקשורות לאמינות נתונים שהופצו דרך כלי התקשורת. לפי מדד זה, כלי התקשורת שנחשב אמין ביותר הוא סוכנות הידיעות 'Associated Press'. בקרב כלי התקשורת הימניסטרס ליברלים' היה זה 'CNN' ואילו בכלי התקשורת הימניסטרס שמרנים' היה זה Fox News. בכלי התקשורת הימניסטרס ליברלים היה זה 'Buzzfeed', ו'בפרטיזנים השמרנים' היה זה 'Breitbart'. יצוין, כי נמצא שכלי תקשורת ליברליים נטו לצטט יותר כלי תקשורת ליברלים אחרים, ואילו כלי תקשורת שמרנים נטו לצטט יותר סוכנויות ידיעות ופחות כלי תקשורת שמרנים אחרים.

### **מסקנות המאמר ותובנות המכון:**

לאור תוצאות המחקר ניתן להשוות בין כלי תקשורת המוגדרים 'מיינסטרס' לבין אלו המוגדרים 'פרטיזנים'. כלי התקשורת הימניסטרס צוטטו פחות על ידי כלי תקשורת אחרים, דורגו במקומות נמוכים יותר בדירוג העולמי ובדירוג של ארה"ב, היו להם פחות קישורים על ידי אתרים אחרים והיו להם פחות פעילים ברשתות החברתיות. יחד עם זאת, משתמשים של כלי תקשורת 'פרטיזנים' קוראים בממוצע יותר כתבות ומשקיעים זמן רב יותר באתרי החדשות מאשר משתמשים של כלי תקשורת 'מיינסטרס'. ניתוח זה מציע שלמרות שאתרי החדשות של 'פרטיזנים' מדורגים נמוך ברוב המשתנים, במונחים של צריכת מדיה באינטרנט הם מצליחים לייצר תוכן שמתאים טוב יותר לקהל הקוראים שלהם.

ניתוח הנתונים מציע שמדדים מסוימים היו חד משמעיים בנוגע לשאלה האם כלי התקשורת אמין או לא. כך, כל סוכנויות הידיעות, ללא יוצא מן הכלל, סווגו כבעלות אמינות גבוהה על ידי חוקרי המודיעין. מצד שני, כלי תקשורת שפרסמו באינטרנט וכן כלי תקשורת שסווגו כ'פרטיזנים' לעולם לא נרשמו ברמת האמינות הגבוהה ביותר. בנוסף, אם לכלי תקשורת יש לפחות כ-80 אלף קישורים מאתרים אחרים יש סיכוי משמעותי כי הוא ייחשב לאמין באופן מלא. כמו כן, גם שנת היווסדות כלי התקשורת ודירוג כלי התקשורת בארה"ב הראו תוצאות מובהקות בנוגע לאמינות. יחד עם זאת, חשוב גם להתייחס להתאמה של המידע והקרבה של התוכן לקורא.

את המסקנות הללו ניתן היה להפיק בזכות האלגוריתם שפותח על בסיס מומחיותם של חוקרי קהילת המודיעין שלקחו חלק במחקר זה. שיעור הדיוק שבין האלגוריתם לבין חוקרי המודיעין עמד על 85%, כאשר ב-50% מהמקרים האלגוריתם דייק באופן מוחלט. שלושת המשתנים הרלוונטיים ביותר עבור האלגוריתם היו שנת היווסדות של כלי התקשורת, כמות עוקבים ב-Twitter ובאופן מפתיע דווקא כמות הצפיות ב-YouTube (ראו תרשים בעמוד הבא).



קהילות מודיעין בעולם בכלל, וישראל בפרט, משתמשות באופן שוטף במידע גלוי הנדלה מכלי התקשורת השונים. מכאן, שקהילות המודיעין יכולות להסתייע באלגוריתם, שפותח במחקר זה, על מנת לסנן באופן אפקטיבי את הדיווחים החדשותיים הנובעים מכלי תקשורת רבים בעולם.

המאמר משקף פוטנציאל של רתימת המודיעין לטובת ההתמודדות עם הסכנות בעידן של לוחמה תודעתית, היוצרת איומים על הדמוקרטיה במערב. הדבר יכול לבוא לידי ביטוי בלקיחת התפקיד של מיפוי וזיהוי תופעת ה"פייק ניוז" על ידי קהילת המודיעין. לקהילת המודיעין ישנם הידע והכלים הטכנולוגיים לפתח את האלגוריתם כמענה הן מול "פייק ניוז" בתקשורת הממסדית או בנוי מדיה, והן מול חתרנות חשאית שלא נותחה במאמר זה. ישנם מספר יתרונות ללקיחת תפקיד מיפוי וזיהוי התופעה על ידי קהילת המודיעין.

ראשית, התפקיד עשוי לייעל את עבודתם של חוקרי המודיעין ויחידות האיסוף במצב של ריבוי כלי תקשורת ומידע. כך, לאחר מיפוי השיח התקשורתי בזירות העיקריות, איתן מתמודדת ישראל, שטף המידע הבלתי נגמר יסונן ויתמקד רק בידעיות שסביר כי אמינותן גבוהה יותר.

שנית, בעידן ה'פייק ניוז' אזרחים רבים מודאגים ממידת אמינותם של כלי התקשורת. כך, לפי 'מדד הדמוקרטיה הישראלית' לשנת 2017 מידת האמון בתקשורת הייתה ועודנה נמוכה ורוב הציבור היהודי והערבי כאחד מסכימים עם ההיגד שהתקשורת מתארת את המצב במדינה גרוע בהרבה ממה שהוא באמת<sup>3</sup>. יצוין, כי לציבור האזרחים אין את הכלים והידע להתמודד ולסנן בעצמם באופן אפקטיבי את אמינות כלי התקשורת. לפיכך, בעידן זה של שקיפות יוכלו האזרחים ללמוד מפעולותיה של קהילת המודיעין בזיהוי ומיפוי כלי התקשורת.

לבסוף, תפקיד קהילת המודיעין בהתמודדות עם תופעת ה'פייק ניוז' עשוי לסייע גם לסקטור הפרטי. כך, תספק קהילת המודיעין את ההבנות והאלגוריתם, והחברה האזרחית תוכל לעשות בהם שימוש בכדי להתמודד עם אתגרי ה'פייק ניוז', רק מהפן העסקי.

<sup>3</sup> הרמן, ת. (2017). מדד הדמוקרטיה הישראלית. ירושלים: המכון הישראלי לדמוקרטיה. מתוך: <https://www.idi.org.il/media/9684/israeli-democracy-index-2017-he.pdf>