

האם ברחוב מסתובבים קבצנים הנגועים בשפעת העופות?

רנן נצר, מגזין G

29/05/14



חנן כהן / צילום: איל יצהר

שבועיים לפני הסערה הציבורית העזה שפרצה בעקבות מכירתה של תנובה לברייטפוד הסינית, נאלצה חברת המזון הגדולה בישראל להתמודד עם סערה זוטא: "כל קרטוני החלב שתאריך תפוגתם הוא מה-20 במאי וקודם לכן, נמצאו כנגועים בנגיף ה-RNA המסוכן", אמרה הודעה שהופצה בקבוצות WhatsApp שונות. "בדקו בביתכם אם ישנם קרטוני חלב הנגועים בנגיף, ואם כן, חל איסור של ממש להשתמש במוצר זה!! אנא הפיצו לכל מי שבאפשרותכם!!". ההודעה, שעליה חתומים "משרד הבריאות ומנכ"ל תנובה", התגלגלה גם לפייסבוק ולערוצים דיגיטליים נוספים ועוררה בהלה גדולה.

בתוך כמה שעות פרסמה תנובה הבהרה שלפיה מדובר בהודעה שקרית, ואף הגישה תלונה במשטרה.

אזהרה חמורה שימו לב - בשבוע האחרון חלה תקלה חמורה במפעלי "תנובה" ברחבי הארץ אשר גרמה להכנסת הנגיף RNA הקטלני למיכלי פיסטור החלב. כל קרטוני החלב שתאריך תפוגתם הוא מה־20.5 וקודם לכן נמצאו כנגועים בנגיף ה־RNA המסוכן. אנא ממכם, בדקו בביתכם אם ישנם קרטוני חלב הנגועים בנגיף ואם כן חל איסור של ממש להשתמש במוצר זה!! אנא הפיצו לכל מי שבאפשרותכם!! אנו מצטערים על חוסר הנעימות אנא הפיצו לקרוביכם בהקדם האפשרי משרד הבריאות ומנכ"ל תנובה.

מתוך הודעת ווטסאפ שהועברה. השגיאות במקור

"בהתחלה לא ידענו מה התפוצה של ההודעה", מספרת ענת גרוס שון, מנהלת חטיבת שיווק ועסקים בתנובה. "היא הגיעה אלינו מכמה מעגלים: לקוחות, חברים, משרדי פרסום ודרך העובדים. זה התחיל לזלוג לתקשורת ותוך שעותיים הבנו שזו תופעה רחבת ממדים".

- מה עשיתם בתגובה?

"קודם כול, הוצאנו הודעה רשמית בגיבוי משרד הבריאות. בשלב השני תדרכנו את שירות הלקוחות, פרסמנו הודעה בפייסבוק ובאתר החברה והתערבנו בפורומים בריאותיים וברשתות חברתיות".

- זה עזר?

"תראי, כשהודענו שזה לא נכון, האמהות הבינו ומיד נרגעו. סגרנו את האירוע בתוך שעות ספורות".

- אתם יודעים מי עומד מאחורי זה?

"לא, והמשטרה עדיין בודקת את הנושא. אבל ברור שהאינטרס הוא לייצר נזק לתנובה".

- ובאמת נגרם נזק?

"הנזק הגדול הוא הפאניקה והבהלה שההודעה יצרה בציבור. הרי מדובר פה בחלב, זה לא מוצר אזוטרי. ובכלל, מוצרי ילדים מאוד מעוררים בהלה. מה שכן, הנזק היה תחום בזמן קצר".

על השאלה למי יש אינטרס לגרום נזק שכזה, מנסה לענות פרופ' יאיר עמיחי-המבורגר, ראש המרכז לחקר הפסיכולוגיה של האינטרנט במרכז הבינתחומי הרצליה: "במרחב האינטרנטי יש הרבה אנשים שיש להם מגוון רחב של אינטרסים מאחורי הפצת שמועות, בין אם מדובר באנשים שרוצים להזיק בשביל הכיף וזה סוג של משחק בעבורם - להפיץ שמועה ולראות כמה רחוק היא יכולה להגיע; ועד אנשים שמונעים משיקולים עסקיים. ככל שהאינטרנט מתקדם יותר, כך יש יותר גורמים עסקיים

אפלים שעומדים מאחורי הודעות כאלה והם משתמשים באינטרנט בצורה מתוככמת כדי לקדם מוצר או אג'נדה עסקית מסוימת".

- ואיך מגיב לכך הציבור הרחב?

"מבחינתנו, ככל שההודעה מפחידה יותר - כך הוא ינהג לחומרה. מוצר כמו חלב נוגע במרכז העצבים הכי בסיסי שלנו והתגובה היא מיידית וטבעית, במונחים קלאסיים של להילחם או לברוח".

- עד כמה הודעה כזאת, גם אם היא מסוכלת בתוך יום אחד, מזיקה לחברה מסחרית?

"בואי נגיד ככה: לחברות לא כדאי לזלזל בכוחן של השמועות. אסון רמדיה יצר בישראל חיזוק חלקי לתפיסה שלא כדאי לי לקחת סיכון, והצרכנים הרבה יותר מהירים בתגובותיהם".

קבוצות הווטסאפ המרובות, שהפכו לדיירי קבע דומיננטיים בסמארטפונים שלנו, הביאו לעליית מדרגה בתפוצתן ובהשפעתן של ההודעות המפוברקות. גם בתנובה, אגב, מציינים כי זו הפעם הראשונה שבה החברה נתקלת בשמועה שעשתה לה כנפיים בעיקר דרך אפליקציית המסרים הפופולרית. אבל הודעות השרשרת הללו מוכרות לא מעט שנים; תחילה הן התגלגלו באימיילים ובפורומים, ובהמשך כבשו מקום של כבוד על קירות הפייסבוק.

"התופעה התרחבה מאוד עם השינוי בטכנולוגיות הדיגיטליות", מסביר עו"ד ד"ר נמרוד קוזלובסקי, מומחה במשפט וטכנולוגיה מאוניברסיטת תל אביב וממשרד עורכי הדין הרצוג פוקס נאמן. "כיום מתבצעת ההפצה בעיקר בפייסבוק ובווטסאפ, ואלה מקומות מאוד טבעיים לכך, בעיקר כשמדובר בידעיות הפחדה".

נשענים על פחדים קמאיים

ההודעות השקריות עוסקות בתחומים מסוימים. בעבר, למשל, הופצו הודעות שרשרת רבות, שאיימו שמי שלא יעביר אותן הלאה יחווה טרגדיה או קארמה רעה וכן הלאה. אחרות הבטיחו הגרלות ופרסים יקרי ערך, ז'אנר שאגב לא פס מן העולם: בקיץ האחרון התמודדה ארקיע עם הודעה פיקטיבית שהופצה בווטסאפ, אודות מבצע שעורכת החברה ובמסגרתו יקבלו הזוכים חופשה בבית מלון באילת בעונת השיא. התוצאה הייתה עומס פניות למשרדי החברה, שהודיעה כי מדובר בהונאה.

אחת ההודעות החמורות שהופצו בארץ בתחום, ושממאנת להישכח למרות השנים שחלפו, היא זו שקשרה בין אכילת במבה לבין תמותת תינוקות. בדצמבר 2008 הופץ מייל שבו נטען כי יש קשר בין אכילת החטיף לבין מוות של כמה פעוטות, והביא לסחרור של מדינה שלמה. בזמן שהיצרנית אסם הכחישה את השמועה מעל כל במה אפשרית והגישה תלונה במשטרה - הפצת המסר המשיכה לזרוע בהלה ואף הביאה לצניחתה של מניית החברה באותו יום בכ-6%.

פרשת הבמבה היא גם אחת הדוגמאות הבודדות בישראל שבה התגלה מי עומד מאחורי ההודעה המפוברקת: מהנדסת ב-HP, שהפיצה את המייל למאות עובדי החברה. היא טענה לקשר בין הדברים ואף הוסיפה כי ברשת סופר-פארם כבר הסירו את המוצר מהמדפים. בהמשך, אגב, פרסמה המהנדסת התנצלות.

בכל הנוגע לענייני גוף ותחלואה, יש אינסוף דוגמאות להודעות שקריות שמופצות באופן תדיר. החל מבקשות לתרומות דם בהולות (שחלקן, צריך לומר, אקטואליות ודחופות, אך חלקן כבר לא רלוונטיות); דרך נשים שמצאו את מותן בעקבות שאיפת דוגמית של בושם - הודעה שחוזרת בכל כמה שנים וחתום עליה כביכול בית החולים שניידר; וכלה בסיפורים על קבצנים שמסתובבים בצמתים ומושיטים ידיים נגועות בשפעת העופות - הודעה שגם היא מרימה ראש מעת לעת, ותמיד מצליחה לצבור תאוצה ברשת.

בושם? רעל!!!!(כנסו דחוף!!!!)
חשוב!!! התקבל מביה"ח שניידר
לתשומת לבכם-נ בבקשה
נא להעביר את המסר הבא לכל מי שאתם מכירים!!
שבע נשים מתו לאחר ששאפו דוגמית חינם של
בושם שנשלח אליהם בדואר. המוצר היה רעיל
אם אתם מקבלים דוגמיות חינם בדואר של קרם
לחות, בושם וכו' יש לזרוק את זה מיד!!!!
הממשלה חוששת כי זה מעשה טרוריסטי...הם
לא רוצים להודיע על כך בחדשות מפני שהם
לא רוצים לגרום לבהלה, או לתת לטרוריסטים
רעיונות חדשים..
תשלחו את זה לכל החברים והמשפחה שלכם.
מתוך מייל שהועבר, השגיאות במקור

זה נשמע ממש הזוי...
בימים אלו מסתובבים קבצנים ברחובות ובצמתים.
קבצנים אלו יושיטו אליכם יד בבקשה לקבל כסף קטן.
בשום אופן אין לגשת אליהם/ לתת להם כסף או אפילו לדבר איתם.
מדובר במחבלים מתאבדים אשר חולים בשפעת עופות פרוסתית.
כל מגע עם האנשים האלה מדבק מאד.
נא להפיץ הודעה זו לכל מי שאתם מכירים..
בברכה
משטרת ישראל מרחב מרכז
מחלקת מחלות מדבקות, בי"ח איכילוב
מתוך מייל שהועבר עם לוגו של משטרת ישראל בראש העמוד. השניאות במקור

שמועה כוזבת נוספת, שגם עמה תנובה נאלצה להתמודד, עסקה במספרים הטבעיים בתחתית קרטון החלב, וגרסה כי מדובר במספר הפעמים שבהן החלב עבר פסטור. הודעות שכיחות אחרות מזהירות מפני חומרים רעילים שנמצאים כביכול בנייר אלומיניום או מפני גמיעת מים קרים אחרי ארוחה, בטענה שהדבר גורם, לא עלינו, לסרטן.

"נושא הבריאות תופס נפח גדול בהודעות הכוזבות האלה, ובצדק", אומרת עינב שימרון-גרינבוים, דוברת משרד הבריאות. "זה הגוף שלנו, של הילדים ושל ההורים שלנו. אם יש חשד שהמזון מזוהם, זאת נקודת תורפה והרגישות היא גבוהה".

- אז מה צריך לעשות כשמקבלים הודעות כאלה?

"משרד הבריאות הוא המקור המהימן למידע על בריאות הציבור, וכולם מוזמנים לבדוק את ההודעות דרכנו. בכל מקרה שבו מגיעה אלינו הודעה על הורדת מוצר מהמדפים (recall) אנחנו מפרסמים הודעה לתקשורת ובאתר משרד הבריאות, שם הקדשנו קטגוריה שלמה לאזהרות לגבי מזון, תרופות וציוד רפואי. הפרסום המשמעותי ביותר מתבצע בפייסבוק שלנו, שם יש הרבה מאוד שיתופים להודעות מהסוג הזה".

נושאים נוספים שעומדים במוקד ההודעות כיום הם הביטחון האישי, כמו גם אבטחת הטלפונים הסלולריים והמחשבים האישיים שלנו - טכנולוגיה שהפכנו תלויים בה לחלוטין. הודעות כאלה, לדוגמה, מזהירות מפני וירוס מסוכן שמסתובב ברשת או ממכשיר סלולרי שעלול להתפוצץ בנסיבות כאלה ואחרות (לצד הודעות אמיתיות בתחום, כמובן).

הודעות עיקשות אחרות, שמופצות בחודשים האחרונים, מתרעות על כך ששירות הווטסאפ יפסיק להיות בחינם, אלא אם נשלח את ההודעה באופן מיידי לעשרה אנשים. במקרה אחר מתקבלת הודעה "בהולה" מפייפאל, המאפשרת לבצע תשלומים ברשת, ולפיה יש לעדכן מיד מספר פרטים אישיים, אחרת חשבון המשתמש יוגבל - ככל הנראה הונאת עוקץ שמטרתה לדוג פרטים של כרטיסי אשראי.

וואצפ הולך להיות בתשלום בקרוב. הדרך היחידה שזה יישאר בחינם היא אם את/ה "משתמש קבוע" ובשביל להיות כזה עליך לצ'וטט עם 10 אנשים לפחות. כדי להיות "משתמש קבוע" שלח/י הודעה זו ל-10 אנשים שיקבלו את ההודעה (2v) ואז אפליקציית הוואצפ שלך תהפוך לאדום שמסמן אותך כמשתמש קבוע.

מתוך הודעת ווטסאפ שהועברה. השגיאות במקור

"רוב ההודעות כיום פועלות על פחדים קמאיים", מציין קוזלובסקי. "בין אם מדובר בפדופיל שמסתובב בקניון ובין אם בתקלה ברכיבי האוכל של הילדים - אלה חששות שקל ליצור והן הרבה פעמים הופכות את הסיפור לויראלי באופיו".

להגביר את המודעות

"מעט מאוד הודעות מהסוג הזה הן נכונות או אקטואליות, ויש מעט מאוד מידע שראוי להעביר אותו", אומר חנן כהן, בעל האתר "לא רלוונטי", שבו הוא "מגיב על מכתבי שרשרת ושמועות דואר אלקטרוני". כהן, המנהל את אתר האינטרנט של מוזיאון המדע בירושלים ושמגדיר את עצמו כ"אקטיביסט באינטרנט הישראלי", ייסד את "לא רלוונטי" לפני 12 שנה ובמסגרתו סקר כבר למעלה מ-500 הודעות. "אני לא כותב אם ההודעה נכונה או לא אלא נותן המלצה: להעביר או לא להעביר, אחרי בדיקה עם החברות והגופים הרלוונטיים, הפעלת שיקול דעת ערכי ומחשבה אם זה מביא תועלת".

- מה גרם לך להקים את האתר?

"יום אחד קיבלתי אימייל על כך שמחפשים נער שהלך לאיבוד במסגרת טיול. חיפשתי באינטרנט כדי לדעת אם להעביר הלאה. היה מספר טלפון, התקשרתי והאבא סיפר שהנער טבע בכינרת. זאת הייתה חוויה לא נעימה; ההודעה קראה לחפש אותו בזמן שהוא כנראה כבר היה מת. זה ישב לי בראש וזה היה התמריץ להקים את האתר. אחר כך הגיע מייל שמבקש תרומות דם לילדה קטנה. ניסיתי ליצור קשר דרך הטלפונים שבהודעה, ובאף אחד מהם לא היה מענה.

אנא עזרו אני מתחננת!!!!!!
 נושא: סטודנטית לרפואה
 לא מבקשים כסף.... רק לשלוח, בבקשה לא למחוק את הדוא"ל
 רק לקרוא ולהעביר הלאה
 שמי ***** בת 21 וסובלת מזן נדיר של לאוקמיה (סרטן הדם)
 הסיכוי היחיד שלי הוא השתלת מח עצם,
 אין לי סיכוי לשרוד בלי השתלה
 עלות הניתוח הוא \$ 55,000
 משפחתי גייסה \$ 32,000
 הארגון שעוזר לי לגייס כספים סגרה עסקה עם YAHOO and AOL
 והם יקבלו עבורי 0.1 סנט עבור כל הודעה מועברת
 אני מתחננת לתת לי גם הזדמנות לחיות כמוך
 להעביר דוא"ל לוקח רק כמה שניות
 "אצלי זה עניין של חיים !!!! או מוות?
 בבקשה תעבירו את הדוא"ל הזה הלאה...
 שה" יעזור לכם, כמו שאתם עוזרים לי
 מתוך מייל שהועבר. השגיאות במקור

"המטרה שלי היא לתת כלי בידי אנשים שאכפת להם ורוצים לבדוק ולא סתם להעביר הלאה, כמו שלי אכפת מתיבת האינבוקס שלי - זה המקום שבו אני נמצא, ואני רוצה שהוא יועיל לי ולא יבזבז את זמני."

חלק ניכר מהציבור, לעומת זאת, מעביר את ההודעות בלי לחשוב פעמיים. "אנשים מעבירים הלאה קודם כול כי הם רוצים לעשות טוב", גורס כהן. "הם רוצים להביא תועלת לעצמם ולאחרים, להזהיר מפני דברים לא טובים ובכך גם לצבור נקודות זכות חברתיות. המוטיבציה היא חיובית: 'אני לוקח על עצמי תפקיד להגן עליכם; תדעו שזה קיים, תיבהלו, תתכננו'."

"במה שקשור לחברות מסחריות, יש עניין של קונספירציה: אם אני מספר לך משהו שלא התפרסם בתקשורת, אני רוצה שתתפסי אותי כמי שידע משהו שאחרים לא יודעים. במקביל, זה כמו מצגות יפות שאנשים מעבירים הלאה - הם רוצים להזכיר לאחרים את קיומם."

"אנחנו בעצם שותפים פסיביים להודעות האלה", מבהיר עמיחי-המבורגר. "מעט מאוד אומרים: איזה שטויות! או: 'מי אמר לך'. רובנו מעדיפים לשבת על הגדר. אנחנו חיים בעולם ויראלי והמהירות שבה המידע מתגלגל ברשת היא מפחידה. אנחנו אחוזי תזזית, פועלים באופן אימפולסיבי. הייתי מצפה מאנשים לשאול מה מקור המידע, זו השאלה הכי בסיסית."

מה קורה כשמתברר שההודעה מופרכת?

"אם אנשים עשו טעות, לא תשמעי את זה מהם, כך שהם כאילו אומרים: 'הייתי חלק משרשרת, לא הייתי משמעותי'. אבל אם זה מידע מנצח והם גלגלו אותו, הם ייחסו לעצמם את החשיבות של הנושא ויצברו מניות חברתיות. הם לא יקבלו אחריות כשזה לא נכון וייקחו אחריות כשיתברר שהשמועה נכונה."

"כולנו צריכים להיות אורייני מידע יותר טובים ומבוקרים", מוסיפה ד"ר דפנה רבן, ראש החוג לניהול מידע וידע באוניברסיטת חיפה. "מדובר בהפצת מידע שעובר בלי בקרה, אבל צריך לראות עד כמה הוא עומד במבחן הסבירות. אם מדובר בנושא שנוגע בנו ברגש - כמו ילדים קטנים ומחלות - זה מעורר סוג של אינסטינקט שמאפיל על הצורך לעשות ביקורת. זהו למעשה 'מפל של מידע' - מידע שעובר בצורה של הדבקה מאחד לשני, כי הוא פועל על מקום אמוציונלי."

-אז של מי האחריות על כך, בעצם?

"בעידן שבו כל אחד הוא בעל נגישות ל"מגאפון" של מידע, ואין בדרך מתווכים כגון עורכים או מו"לים - בדומה לפינת הייד-פארק, אבל בסביבה מרושתת - האחריות על צרכנות נבונה של מידע עוברת לצרכן. הצרכן צריך להגביר את המודעות שלו לכתיבה אינטרסנטית ומוטה ולאיכויות משתנות של מקורות המידע שלרשותו."

מאה צעדים לפני המחוקק

אז איך נראה הסיפור מהצד של מחברי ההודעות הפיקטיביות? ראשית, במקרים רבים קשה מאוד עד בלתי אפשרי עבור הרשויות, דוגמת המשטרה (שסירבה להתייחס, אגב) לגלות את זהותם.

"הכוח הדיגיטלי נמצא בצד של ממציאי ההודעות, ואילו המחוקק נמצא מאה צעדים אחורנית", מכריז עמיחי-המבורגר. "לאנשים האלה יש רמת תחכום גבוהה והם פועלים בצורה שקשה לתפוס אותם. יש כלים 'לעלות עליהם', אבל אני לא מאמין שתהיה ירידה לרזולוציה כזאת וזה דורש מערכות מאוד מתוחכמות. עם זאת, אם המשטרה תשקיע בטכנולוגיה, היא יכולה להגיע לאנשים. אין ספק שזו מלחמת חתול ועכבר, אבל אם היא תצליח לתפוס אדם אחד או משרד שעשו את זה והוא יקבל ענישה מחמירה, זה ירתיע הרבה אנשים. הכוחות החיוביים צריכים הרבה יותר נוכחות במגרש האינטרנטי."

כהן מזכיר שהמניע אינו תמיד זדוני: "לעתים קרובות זה קורה כמו שנוצרת שמועה: אנחנו לא יודעים משהו, אז אנחנו יוצרים סיפור. פרשת הבמבה היא דוגמה קלאסית לכך. באותה תקופה מתו כמה תינוקות מוות בעריסה; במקביל ובלי קשר, שמענו שמישהו שעובד בסופר-פארם קיבל הוראה להוריד במבה מהמדפים. מישהו שמע על זה, עשה אחד ועוד אחד ואולי עוד מישהו הוסיף חלק לסיפור. ככה המציאו סיפור שבמבה גורמת למוות, למרות שאף אחד לדעתי לא החליט מראש לפגוע באסם. כלומר דברים נוצרים מחיבורים בין פרטי מידע שנוגעים בעצב חשוף."

למי שלא ראה היום בבוקר בתוכנית של גיא ואורלי התארח פרופסור רפי קרסו וממש יצא באזהרה לאוכלים במסעדות שמעסיקות סודנים/אריתראים!!!

רפי הוא רופא מתנדב במרפאת הזרים וטוען שמרביתם חולים ואו נשאים של שחפת וחצבת ומהווים איום ממשי על בריאות הסועדים. הם מכינים לנו את הסלטים, ושוטפים כלים. חלק מהמעסיקים שולחים אותם מהמטבח לנקות שרותים וא"כ הם חוזרים למטבח. אין פיקוח ואין בקרה.

פרופסור קרסו טען שגם אם העובד הוא רק עובד נקיון הסכנה בהדבקות עקב מגע בברזים, ידיות וכד גדולה. לא ניתן לטעון שפר קרסו נוהג בגזענות כי הוא בין הרופאים שמתנדבים לטפל בהם - הוא פשוט מגלה אחריות ציבורית. נתון נוסף שמסר: 50% מבדיקות האיידס החיוביות הם מקרב הסודנים ולא ניתן לאתרם לאחר הבדיקות.

מתוך מייל שהופץ בעקבות ראיון שנתן פרופ' קרסו בתוכנית בוקר (השגיאות במקור). המייל מזויף, כמובן, ואינו משקף בשום צורה דברים שאמר פרופ' קרסו. מאוחר יותר, קרסו עצמו פרסם מכתב באתר "לא רלוונטי", המבקש להבהיר כי המכתב שהופץ במייל מופרך מיסודו

קוזלובסקי מתאר את מהלכי הפעולה של מפברקי ההודעות: "החוכמה שלהם היא לזרוע זרעים בכמה מקומות שלא ניתן לחזור אליהם, ואז קל מאוד להיעלם. מחבר ההודעה לא יעשה זאת בפייסבוק וגם בדרך כלל לא בווטסאפ, כי אז אפשר לפנות לספקית התקשורת ולגלות מיהו."

-מהן הדרכים לשמור על אנונימיות בהודעות כאלו?

"דרך אחת היא לכתוב הודעות לא מזוהות בפורומים או בטוקבקים. דרך אחרת היא לשלוח מייל ממקור לא מזוהה, לדוגמה כתובת מייל שפותחים לצורך מטרה זו וסוגרים מיד. במקרים מתוחכמים מדובר במייל שנחזה להיות ממישהו שאתה סומך עליו; רואים את זה בתחום של עוולות מסחריות עסקיות ובריגול מודיעיני, כשפורצים לחשבונות של מישהו אחר. עד שאותו אדם מבין שחשבונו נפרץ, לידיעה כבר יש חיים משלה.

"האינטרנט נבנה כך שאין בו באמת אימות לזהותו ולכתובתו של השולח", ממשיך קוזלובסקי. "הפרוטוקול אדיש להטעה, וגם עם כתובת IP אפשר להטעות. ברשת יש גם שירותים שכל תכליתם - וחלקם למטרות טובות - היא לאפשר אנונימיות ברשת, כמו גלישה תחת 'מתווך' וכתובת ה-IP- שלו. זה הופך את החקירה לבלתי אפשרית. לכן, כשמנסים להתחקות אחר מקור ההודעה, פעמים רבות חוזרים לשיטות חקירה מסורתיות כמו לבדוק למי יש אינטרס להפיץ מידע שלילי על חברה, כיוון שלחקור ברשת זה כמעט בלתי אפשרי."

-יש דרכים ליצור אמינות גבוהה להודעה?

"יש טריקים שמייצרים אמון כמו הוספת תמונה, כי אנשים נוטים להאמין לתמונות, או פרטים טכניים דוגמת תאריך תפוגה של מוצר. כשהידיעה מועברת היא מקבלת אמון מעצם העובדה שאת מקבלת אותה מכמה מקורות, וגם מגורמים שאת מחשיבה לאמינים כמו חברים, הורים של ילדים מהגן או בני משפחה."

-מה קורה הלאה?

"מספיק ששתלו את הידיעה. מי שמפיץ אותה הלאה הוא נטול כוונות זדון. מחבר ההודעה מצפה שה'פיק-אפ' יתבצע על-ידי אנשים - הם אלה שמעבירים לפייסבוק, לווטסאפ וכולי ולא הוא. זה מגיע למצבים שבהם הידיעה מאבדת רלוונטיות למקור שלה, ומקבלת חיים משל עצמה. מה יהיה בעתיד? נמשיך לראות גידול במעגלי ההפצה, כי אנחנו מנהלים את חיינו דרך רשתות חברתיות."