



מאמר דעה

מה אפשר ללמוד מהצרפתים על פייק ניוז?

07 בנובמבר 2018 | מאת: ד"ר תהילה שוורץ אלטשולר

אם צריך לסכם את הר התובנות וההמלצות בדו"ח המנסה להסביר את ההצלחה הצרפתית בהתמודדות עם הפצה המונית של מניפולציית מידע מוכוונת פוליטית, אלה יהיו ארבעה דברים – מודעות, שיתוף פעולה, שקיפות ואומץ כלכלי-פוליטי.



ביום שישי, החמישה במאי 2017, יומיים לפני הסיבוב השני בבחירות בצרפת, נפרצו מחשבי קמפיין הבחירות של עמנואל מקרון. בנוסף לזה, שעתיים לפני העימות הטלוויזיוני החשוב בין מקרון לבין המתמודדת מן הימין – מארין לה פן, פרסם משתמש מכתובת IP בלטיה מסמכים באתר ערוץ 4 הצרפתי, שלפיהם מקרון מחזיק בחשבונות בנק מחוץ לצרפת. הפרסום הזה זכה לתהודה מיידית ומתוזמנת על ידי חשבונות טוויטר תחת ההאשטאג #MacronGate.

לכאורה, כל המרכיבים הנכונים כדי ליצור פיגוע הסברתי ושינוי במאזן הבחירות. ראינו זאת קורה בארצות הברית. ובכל זאת, ההדלפה לא השפיעה באופן משמעותי על הבוחרים הצרפתים. דו"ח מעמיק ומקיף מנסה להסביר את ההצלחה הצרפתית בהתמודדות עם הפצה המונית של מניפולציית מידע מוכוונת פוליטית (אני לא משתמשת ב F word...).

יתכן, כמובן, שאי ההשפעה על תוצאות הבחירות קשורה בכלל לעובדה שהבחירות בצרפת הן ישירות ונעשות בשני סבבים, מה שמקשה יותר על השפעה נקודתית על דעת הקהל והופך ניסיונות התערבות למורכבים. אבל אם צריך לסכם את הר התובנות וההמלצות שבדו"ח, ולשאול את עצמנו מה עשוי להיות רלבנטי לתנאי הארץ שלנו, יהיו אלה – מודעות, שיתוף פעולה, שקיפות ואומץ כלכלי-פוליטי.

ראשית, מודעות. הצרפתים הסתכלו החוצה בזמן אל השכנה הגדולה מעבר לאוקיינוס, ופעלו כדי לא לשעתק את המפולת של הדמוקרטים בארצות הברית. שירותי המודיעין האמריקנים הזהירו את הצרפתים מפני ניסיונות השפעה רוסיים. אבל, מודעות אינה מספקת, כי היא כשלעצמה יכולה להוביל להיסטריה ולא למעשים.

שנית, שיתוף פעולה. דיסאינפורמציה היא עניין מורכב ולכן אין שחקן יחיד שיטפל בה. בצרפת, פעלו ועדת הפיקוח על קמפיין הבחירות, גוף מיוחד המוקם כמה חודשים לפני כל בחירות לנשיאות, ורשות אבטחת הסייבר הלאומית שתפקידה היה לוודא את מהימנות תוצאות הבחירות. שני הגופים האלה פעלו זה מול זה ומול המפלגות. רשות הסייבר הציעה סדנת אבטחת מידע לקמפיינים, מה שלימד את מטה מקרון להיערך לפריצה. הוועדה לפיקוח על הקמפיינים פעלה מול התקשורת והציבור והזהירה מפני דיסאינפורמציה. החטיבה המשטרתית לחקירת פשעי טכנולוגיות מידע התחילה לטפל בעניין גניבת המידע באותו לילה שבו התרחשה.

אין שיתוף פעולה רגולטורי מספיק בתחומים האלה אצלנו. בוועדת הבחירות המרכזית אין עדיין מחלקה שעוסקת בתעמולה ודיגיטל, ולא ברור אם יש לה קשר אל גופים אחרים שעוסקים בפיקוח על תוכן או באבטחת מידע. בדיון שנערך לאחרונה בוועדת המדע של הכנסת, נאמר שמערך הסייבר פונה על דעת עצמו לפייסבוק לצורך הסרת חשבונות פיקטיביים בלי ליידע את מחלקת הסייבר בפרקליטות. הבנתם את הרעיון.

במסגרת שיתופי הפעולה חייבים להזכיר את התקשורת. רשות התקשורת הצרפתית נכנסה לפעולה כאשר הסתבר שמדובר בהדלפה, והוציאה הודעה לתקשורת לא לתת למידע הלא נכון במה, והזכירה שזאת עבירה פלילית. אכן, מרבית כלי התקשורת הממוסדת בצרפת בחרו לא לדווח על תוכן ההדלפות, וחלק מכלי התקשורת אפילו הוציאו "אזהרה" מפניהן. האם במלחמת הטרופיק וההישרדות בשוק התקשורת שלנו היה קורה דבר כזה? ומה לגבי רשויות רגולציה התקשורת?

שלישית – שקיפות. עצם הפריצה למחשבי קמפיין מקרון, דווח באופן כמעט מיידי בהודעה לעיתונות. אבל כשמדובר בדיסאינפורמציה, ההיבט החשוב של שקיפות הוא זיהוי מקור המידע ודרכי הפצתו ופיזורו. כשחושבים על הצעת חוק הסייבר אצלנו, שכוללת סמכות דרקונית למערך הסייבר למנוע פרסום לגבי אירועי סייבר, קשה שלא לחשוש ממצב שדווקא רשויות המדינה יהיו אלה שמסיבות כאלה ואחרות ימנעו מידע ציבורי בנוגע לדיסאינפורמציה. אפשר גם לתהות האם עיתונאים הם בעלי אוריינות מספקת לחשוף זאת בעצמם.

רביעי, ואחרון, כדי להתמודד עם דיסאינפורמציה יידרש אומץ כלכלי ופוליטי בפעולה מול הרשתות החברתיות. ברמה הקלה, לתבוע מהרשתות להסיר בוטים וחשבונות חשודים בהפצת דיסאינפורמציה. בצרפת הסירה פייסבוק 70 אלף חשבונות חשודים כתוצאה מלחץ של הממשלה הצרפתית במהלך הבחירות. דברים כאלה נעשים גם אצלנו, וכאן מערכות למידה עמוקה מסייעות מאד.

אכן, איש אינו רוצה שהפלטפורמות יהפכו להיות מרכזי צנזורה וישכרו סדנאות יזע של בודקי תוכן אנושיים. טכנולוגית, גם מערכות בינה מלאכותית אינן נמצאות בשלב התפתחותי מספק כדי לסייע להן בכך. אבל, אפשר לחשוב על תביעה לשינוי דרכי הפצת מידע והנחת הרגל על הפדל של תפוצה וויראלית, גם כשהדבר מנוגד לאינטרסים העסקיים שלהן, ומתוך תפיסה שלהן כסוג של גוף היברידי (זוכרים את מודל הטלוויזיה המסחרית-ציבורית אצלנו? לתקופה מסוימת זה אפילו עבד).

אפשר לחשוב גם על יצירת תווי תקן לתכנים שיוכלו להוות מצע לדרישה לשלב אותם בשיקולול החשיפה של פוסטים, או לחשוף משתמשים לתכנים באופן יזום דוגמת Google Redirect. צריך גם להסתכל למציאות בעיניים ולהודות שהעיתונות הממוסדת קורסת בהיעדר מודל עסקי, וצריך לחשוב על מנגנון שיפוי מצד

הרשתות שיציל אותה, דוגמת מה שזכור מימי הקולנוע והטלוויזיה העליזים. לשם כך יידרש, כאמור, אומץ לב פוליטי. תידרש גם אחריות מצד העיתונות להוכיח שהיא מסוגלת להיות חזית מרכזית בלחימה בדיסאינפורמציה.

ואפשר לומר פשוט שלצרפתים היה מזל.

פורסם לראשונה בדה מרקר.

תגיות:

רפורמות במדיה, זכויות, טכנולוגיה, תקשורת, התוכנית לדמוקרטיה בעידן המידע, המרכז לערכים ולמוסדות דמוקרטיים

לכל הנושאים