

"משחקים לנו בראש בלי שנדע בכלל"

תעמולת הבחירות נעשית יותר ויותר מניפולטיבית ומתוחכמת, והרשויות חסרות אונים • ד"ר שרון חלבה-עמיר, שחוקרת פוליטיקה מקוונת, סבורה שהפתרון נמצא בידי הציבור הרחב – והעיתונות

רפאל אפריאט | 03.07.2019 | 0

המדיה החברתית איפשרה לפוליטיקאים לעקוף את התקשורת המסורתית וסדקה את ההגמוניה של העיתונאים – אך המדיה החברתית יכולה גם להחזיר את העיתונות לגדולתה, ולהפוך אותה לחזקה מאי פעם. זאת המסקנה שאליה הגיעה ד"ר שרון חלבה-עמיר מביית-הספר לתקשורת באוניברסיטת בר-אילן, שבחנה את מסעות התעמולה של המפלגות השונות במהלך בחירות 2019.

ד"ר חלבה-עמיר, שחוקרת פוליטיקה מקוונת, אמרה את הדברים בכנס שהתקיים בשבוע שעבר במכון הישראלי לדמוקרטיה. לדבריה, רשויות המדינה אינן מצליחות להתמודד עם דיסאינפורמציה ותעמולה מניפולטיבית, וייתכן שמדובר במשימה בלתי אפשרית. "אנחנו נמצאים בשלב שבו עוברים מתעמולת המונים לתעמולה מותאמת אישית", הסבירה. "משחקים לנו בראש בלי שנדע בכלל".

בעבר,
תעמולה
היתה
חד-כיוונית:
המפרסם
ייצר מסר,
והשקיע
מאמצים
בהפצתו.
התעמולה



בזכות קוראים כמוך נבטיח את עתיד "העין השביעית"

תרמו לעין השביעית

תרמו לנו עכשיו כדי שנוכל להמשיך לפקוח עין ביקורתית, עצמאית ובלתי תלויה

שהביא עמו

העידן המקוון יותר מתוחכמת. גם כיום מפרסמים מעוניינים להפיץ מסרים שישכנעו את הציבור וישפיעו על ההתנהגות. ואולם, הכלים הטכנולוגיים שזמינים להם מאפשרים להם לעורר תגובה אצל יחידים, לתעד אותה, ולקטלג אותם באמצעות המידע שהם מוסרים על עצמם. בהמשך משמש המידע הזה כדי לתפור תעמולה שעוברת התאמה מיוחדת למאפיינים של כל אדם או קבוצת אנשים, ובעגה המקצועית – מטרטת אותם.

"הניסיון להסתיר שהיו רשתות השפעה הוא ניסיון נואל, יש רשתות השפעה", אמרה ד"ר חלבה-עמיר. "הבעיה היא שאנחנו נמצאים כיום בעידן שבו עדיין קשה לחקור את זה"

"כשאנחנו מדברים על בוטים פוליטיים אנחנו מדברים בעצם על 2016. אנחנו כבר לא נמצאים שם. היום אנחנו נמצאים בעידן של רשתות השפעה", הסבירה ד"ר חלבה-עמיר. "רשתות השפעה הן רשתות של אדם אחד או קבוצת אנשים, שמפעילים ידנית הרבה פרופילים פיקטיביים שכל אחד מהם מתחזה להיות אדם אמיתי בפני עצמו. הרשתות האלה משמשות להפצה של אג'נדה פוליטית, השתקת ביקורת נגדית, הרתעת משתתפים בשיח, השתקה מלאכותית של שיח, ערעור המשטר הדמוקרטי ואובדן אמון במוסדות וברעיון האמת".

בבחירות הקודמות התפרסמו דיווחים וניתוחים שהעידו על קיומן של רשתות פוליטיות מסוג זה – אם כי חלק מהמידע לא היה חד-משמעי או הוכחש בידי החשודים המיידים. ואולם, אמרה ד"ר חלבה-עמיר, אין מחלוקת על עצם השימוש ברשתות השפעה מסוג זה בבחירות 2019. "הניסיון להסתיר שהיו רשתות השפעה הוא ניסיון נואל, יש רשתות השפעה", קבעה. "הבעיה היא שאנחנו נמצאים כיום בעידן שבו עדיין קשה לחקור את זה. קשה לייחס רשתות השפעה לארגונים, ליוזרים או למפעילים מסוימים".

הביבי-בוט הביס את הבנט-בוט

הפעלת רשתות שמורכבות מפרופילים פיקטיביים היא רק מכשיר אחד בארגז הכלים של התועמלן המודרני. מכשיר תעמולה שנעשה נפוץ בישראל בבחירות האחרונות הוא הצ'אט-בוט – תוכנה ש"משוחחת" עם משתמשים כחלק מקפיין פוליטי, בניסיון לגייס אותם. הדוגמה המפורסמת ביותר היא זו שהופעלה דרך עמוד הפייסבוק של ראש הממשלה, בנימין נתניהו.



ד"ר שרון חלבה-עמיר (צילום: מנחם עמיר)

"הביבי-בוט", אמרה ד"ר חלבה-עמיר, התבסס על "טרגוט מאוד-מאוד חזק של בני נוער וחיילים צעירים. מדובר בפנייה אישית באמצעות הפייסבוק מסג'ר לאנשים, שמובנית בצורה של עץ החלטות: ברגע שאתה עונה בצורה מסוימת, אתה מקבל המשך מסוים של שיח, וככה אתה בעצם מקוטלג לאחת הקטגוריות. גם אם אתה אומר לו 'אני לא סובל אותך', אתה מקוטלג לקטגוריה מסוימת". לדבריה, גם פוליטיקאים דוגמת איילת שקד ונפתלי בנט הפעילו צ'אט-בוט במהלך מערכת הבחירות – אבל הוא היה הרבה פחות מתוחכם, וסבל מתקלות.

לדברי חוקרת התקשורת, רשויות המדינה שאמורות לפקח על טוהר הבחירות – ועדת הבחירות המרכזית, למשל – אינן מצליחות להתמודד עם קצב החידושים הטכנולוגיים. "צריך לדבר על הגבלת פרקטיקות מסוימות על-ידי כל השחקנים הקיימים", טענה, אך העירה: "אני לא בטוחה עד כמה חקיקה תצליח להתמודד עם העידן החדש הזה, במיוחד בגלל שהתחכום במניפולציות הולך וגדל בצורה שלא מאפשרת להכפיף שחקנים ספציפיים לרגולציה". לדבריה, אחת הסיבות לכך היא שהפלטפורמות שבהן נעשה שימוש שייכות לחברות רב-לאומיות – הבולטת שבהן היא פייסבוק.

עם זאת, אמרה ד"ר חלבה-עמיר, הפתרון עשוי להגיע מזירות אחרות. "מניטור שאני עושה של פעולות אזרחיות במהלך קמפיינים של בחירות אני רואה שלאנשים כבר נמאס, הם יודעים שלא נותנים להם מספיק מידע, והם לוקחים את הדברים האלה בידיים וממציאים כל מיני יוזמות", ציינה. "כשהתופעות האלה יעלו למודעות ציבורית חזקה ויהיו להן השלכות ציבוריות כלפי פוליטיקאים – אז כבר נדבר אחרת".

העיתונות, שאיבדה תקציבים ותשומת לב לטובת המדיה החברתית, יכולה לסייע להאצת התהליך הזה. "דווקא באמצעות הרשתות החברתיות, העיתונות יכולה לחזור ולהיות הרבה יותר חזקה מאי פעם", אמרה חוקרת התקשורת. "הרשתות החברתיות הן ארכיון ציבורי. הכל נמצא שם, והיום אפשר לקחת את כל הדאטה הזה, לעשות דאטה ג'ורנליזם – ולהביא את הכל לאנשים".

רפאל אפריאט הוא סטודנט לתואר ראשון במדעי המדינה ותקשורת באוניברסיטה הפתוחה. הידיעה מתפרסמת במסגרת תוכנית התמחות משותפת של האוניברסיטה ואתר "העין השביעית"

* * *

את הכנס שבמסגרתו התקיים הפאנל אירגן המרכז לערכים ולמוסדות דמוקרטיים במכון הישראלי לדמוקרטיה, בראשות עו"ד אלונה וינוגרד, ובשיתוף קרן קונרד אדנאואר. לצד ד"ר חלבה-עמיר ועו"ד וינוגרד השתתפו בפאנל פרופ' יובל שני, סגן נשיא המכון לדמוקרטיה; פרופ' מוטי נייגר מבית-הספר לתקשורת באוניברסיטת בר-אילן; ד"ר גיא לוריא מהמכון הישראלי לדמוקרטיה; דייוויד הורוויץ, העורך המייסד של אתר The Times of Israel; ושוקי טאוסג, עורך "העין השביעית". ניתן לצפות במושב המלא בסרטון שעלה לערוץ היוטיוב של המכון.

מדינה בקמפיין - פופוליזם ובחירות



עוד על פייסבוק ובחירות 2019

דף המסרים, אצלך בכיס

ד"ר ענת בן-דוד, החוקרת את התנהלות פייסבוק בבחירות, מזהירה: הסכנה הגדולה טמונה בשימוש בתוכנות מסרים מיידיות • כך מניחה הרשת החברתית לבוט נתניהו לפעול במסג'ר באין מפריע

אורן פרסיקו | 09.04.2019

מסע הבחירות של פייסבוק

מקטינים ראש, מקרטעים טכנולוגית, רחוקים מלהיות שקופים ולא מונעים הפצת חדשות כזב • מומחים קובעים: בפייסבוק רחוקים מלפרוע את הבטחת הבחירות שלהם למערכה "שקופה ובטוחה" • פייסבוק: עשינו מאמץ, נמשיך להשתפר

אורן פרסיקו | 09.04.2019

קורא "הארץ"? הליכוד מחפש אותך

מיזם אקדמי מספק הצצה לאופן הפעולה של תועמלני המפלגות: הניסיון להשפיע על מצביעים באמצעות פילוחם לפי העיתונים שהם קוראים • בזמן שאיחוד מפלגות הימין ומפלגת העבודה הוציאו כסף כדי להגיע לקהל המידי שלהן – שזוהה כצרכנים של עיתונות הימין או השמאל – בנימין נתניהו והליכוד כיוונו את מאמצי התעמולה שלהם אל מעגלים רחבים יותר • פייסבוק ממשיכה להסתיר את המידע המלא על האופן שבו היא מוכרת את המידע הפרטי למפרסמים

איתמר ב"ז | 22.04.2019