

4/01/2026

ט"ו טבת תשפ"ו

עבור : ועדת מדע וטכנולוגיה, הכנסת

חומרי רקע מטעם איגוד האינטרנט הישראלי לשיבות המעקב בנושא: התמודדות עם קמפיינים תודעתיים מבוססי AI, ובפרט בתקופת הבחירות

איגוד האינטרנט הישראלי (ע"ר),¹ מתכבד להגיש חומרי רקע ונתונים לשיבת הוועדה המיוחדת שתתקיים ביום 22.1.2026 בנושא שבכותרת. על בסיס הנסיון המחקרי והמעשי של איגוד האינטרנט וקו הסיוע לאינטרנט בטוח שהוא מפעיל כבר למעלה מעשור ובפרט מאז מתקפת ה-7 באוקטובר, אנו מבקשים להביא לידיעת משתתפי הדיון בוועדה תמונת מצב עדכנית והמלצות פעולה חיוניות להתמודדות עם איומי תודעה והשפעה ברשת בתקופת הבחירות.

1. מתקפות השפעה ותודעה באמצעות הרשתות החברתיות בישראל: תמונת מצב

התערבות זרה בתהליכים דמוקרטיים פנים-ישראליים באמצעות הרשתות החברתיות הגלובליות וטכנולוגיות תקשורת אחרות הוגדרה על ידי גורמי הביטחון של מדינת ישראל ויו"ר ועדת הבחירות המרכזית כאיום ייחוס משמעותי כבר בשנת 2019, וגם יושבי הראש של ועדת הבחירות בשנים האחרונות הגיבו על איומי ההשפעה הזרה על דעת הקהל הישראלית ותוצאותיהם של סקרי הבחירות. מבקר המדינה אמר בתחילת החודש בכנס באוניברסיטת תל אביב: "מצאנו ליקויים משמעותיים בהיערכות של ישראל להשפעות זרות על בחירות 2026. על הממשלה וועדת הבחירות להתעשת ולהיערך". החשש העמוק מההשפעות המזיקות של שימוש לרעה ברשתות חברתיות, במיוחד בכל הקשור למניפולציות על הציבור, התערבות בתהליכים דמוקרטיים והעמקת שסעים חברתיים ופוליטיים, נכון לישראל², ומשותף לדמוקרטיות מערביות רבות כיום והוגדר על ידי הפורום הכלכלי העולמי ובדו"ח הסיכונים של האו"ם כאחד האיומים המרכזיים על דמוקרטיות בעולם.

דפוס מרכזי שהמחקר הישראלי והגלובלי מזהה הוא מאמצי השפעה על התודעה הציבורית על ידי הפצת דיסאינפורמציה באמצעות פלטפורמות דיגיטליות, אשר מתגמלות תכנים המעוררים תגובות רגשיות עזות.

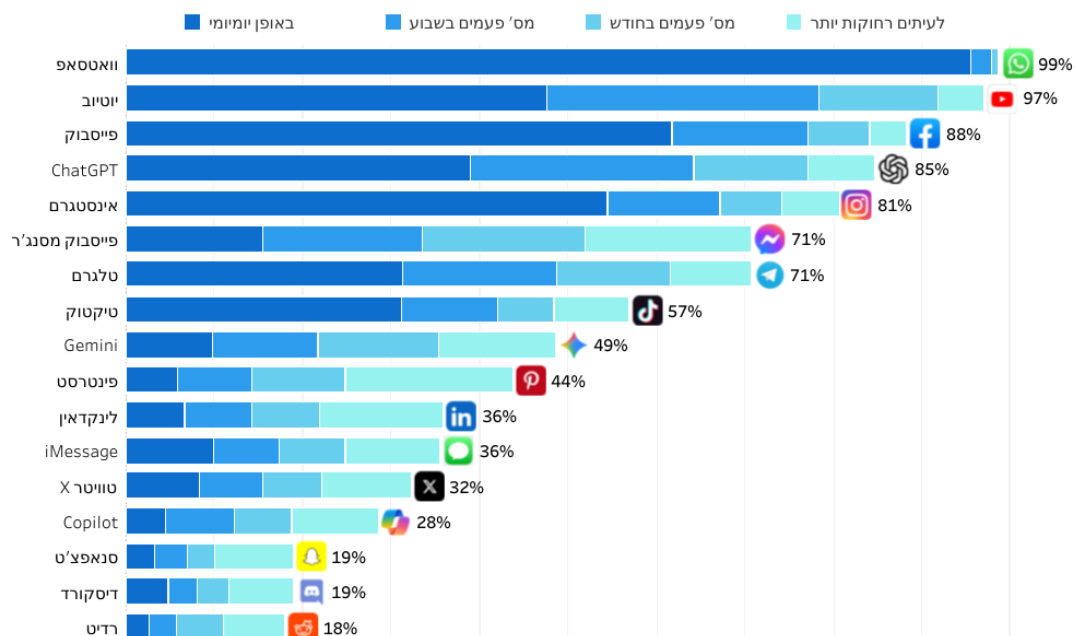
¹ איגוד האינטרנט הישראלי הוא עמותה בלתי תלויה וללא כוונת רווח, המנהלת שתי תשתיות אינטרנט חיוניות בישראל - מרשם שמות המתחם המדינתי (.il) והפצת המידע על אודותיו ל-DNS, ומחלף האינטרנט הפנים-מדינתי (IIIX). האיגוד הוכרז בשנת 2018 כמפעיל "מערכת ממוחשבת חיונית" על פי חוק הסדרת הבטחון בגופים ציבוריים, התשנ"ח-1998. במקביל לפעולתו התשתיתית, פועל האיגוד לקידום ושמירה על עקרונות דמוקרטיים בפעולתו של האינטרנט בישראל. בכלל זה, מפרסם איגוד האינטרנט מחקרי מדיניות המיועדים ליידע ולטייב את זירת האינטרנט הישראלית והגלובלית, על בסיס עבודת מחקר מקיפה ומומחיותו בצמתים מגוונות של משפט וטכנולוגיה. מחקרי מדיניות אלו כוללים ידע מקצועי והמלצות מעשיות עבור גורמי ממשל והקהל הרחב.

למידע נוסף, ראו <https://www.isoc.org.il>.

² אסף וינר, "היערכות לאומית מול השפעה והתערבות זרה באמצעות רשתות חברתיות: ממצאים גלובליים ותמונת מצב ישראלית", מודיעין הלכה למעשה המכון למחקרי ביטחון לאומי (2024). [קישור]

פלטפורמות התוכן הדיגיטליות ובראשן הרשתות החברתיות מהוות כיום את הזירה המרכזית לפעילות חברתית, פוליטית, תרבותית וכלכלית ברוב הדמוקרטיות המערביות, אך בישראל היקף החדירה של הפלטפורמות הגלובליות ואפליקציות להעברת מסרים מיידיים הוא עצום ובולט במיוחד בהשוואה למדינות העולם - והמשיך לטפס גם בשנת 2025. כמעט 100 אחוז מהאוכלוסייה בישראל משתמש בוואטסאפ ויוטיוב, כ-90% בפייסבוק ומעל 70% בטלגרם, זה נכון לכל קבוצות האוכלוסייה. אלה נתונים גבוהים שכמעט לא ניתן להשוות ברמה העולמית, לצד רמות נמוכות מאוד של אוריינות מדיה וחינוך לצריכה ביקורתית של מידע ואמון נמוך בעיתונות, הם הופכים את הציבור לחשוף ופגיע במיוחד לאיומי תודעה והשפעה זרה זדונית מבית ומחוץ.

פס 1: גרף - בדעם - קהילת פלטפורמות דיגיטליות - לוחם - גרף
עדכניות הנתונים: יולי 2025 מקור: סקרי איגוד האינטרנט הישראלי (data.isoc.org.il)



לקראת הבחירות לכנסת ה-26, היכולות והאיומים של הפצת דיסאינפורמציה ומניפולציות מידע ברשת עברו שכלול ושדרוג משמעותי. אם בעבר האיומים התבטאו בהפעלה פשוטה יחסית של בוטים ופרופילים מתחזים, כיום עם עליית הבינה המלאכותית אנו ניצבים בפני מערכות השפעה היברידיות מורכבות: **שילוב של תוכן סינתטי (AI) באיכות גבוהה, תשתיות ורשתות הפצה לא אותנטיות (CIB - Coordinated Inauthentic Behavior) וניצול של תוכן אותנטי המופץ מחוץ להקשרו או לאחר עריכה**. הבינה המלאכותית אינה רק כלי ליצירת תוכן, אלא רכיב קריטי בהנדוס סביבת המידע והונאת המשתמש והאלגוריתם.

איגוד האינטרנט הישראלי מפעיל כבר למעלה מעשור את קו הסיוע לאינטרנט בטוח שנותן מענה אישי לכ-4000 פניות ודיווחים בשנה של אזרחים ישראלים על פגיעות, הונאות ואיומים ברשתות החברתיות ומוכר על ידי כל הפלטפורמות הגלובליות כגורם דיווח רשמי ומוכר (Trusted Flagger).³ הנסיון המצטבר של קו הסיוע בטיפול בדיווחים ובקשר עם הפלטפורמות, לצד מחקרים שערכנו על מתקפות השפעה והונאה על אזרחים

³ למידע נוסף, ראו: <https://www.isoc.org.il/digital-literacy/report>

ברשת, מוכיחים כי האיומים על הבחירות אינם בגדר השערה או תיאוריה, הם כבר כאן, ונראה שהפלטפורמות ורשויות המדינה לא ערוכות לתת להן מענה וטיפול הולם כדי לשמור על האזרחים במרחב המקוון.

מחקרים ודיווחים שהעברנו לפלטפורמות איתן אנחנו עובדים כגורם מדווח רשמי ומהימן (טיקטוק, מטא, יוטיוב ועוד) והצגנו גם כאן בכנסת בשנתיים האחרונות מעלים מספר דפוסי פעולה קבועים שעשויים לחזור גם בבחירות הקרובות: ⁴

- **התחזות לאישי ציבור ופרסונליזציה של האיום לפי קהל יעד:** שימוש ב-AI ליצירת דמויות פיקטיביות ותשתיות הונאה בעלות "עומק" ומורכבות (תמונות פרופיל ריאליסטיות, היסטוריית פעילות, אתרי נחיתה) המקשים על זיהוי וחסמה.
- **מעבר מהונאה פיננסית לפוליטית:** טכניקות ששימשו ב"עוקץ האלגוריתמי" לזיוף דמויות ציבוריות (כמו פוליטיקאים, שרים, נבחרי ציבור, מנכ"לים או עיתונאים) לצורכי הונאה כספית, מיושמות כיום להטיית דעת קהל.
- **תפוצה מתואמת:** רשתות הבוטים משתמשות ב-AI כדי לייצר אלפי תגובות שונות במקצת זו מזו, כדי לעקוף את מנגנוני הזיהוי האוטומטיים של הפלטפורמות.

לאחרונה חשפנו רשת השפעה סינית מיסיונרית מתוככמת שחדרה לקבוצות פייסבוק ו-וואטסאפ בעלות גוון דתי ושמרני ללא זיהוי והפרעה מצד הפלטפורמות והשתמשה בתמונות וסרטוני AI כדי לייצר קשר אישי מתמשך עם אזרחים ולהניע אותם להשתתפות בשיעורים כדי להשפיע על ההתנהגות והעמדות שלהם. ⁵ באותה מידה אפשר להפעיל רשתות דומות כדי לקדם מסרים ותעמולה פוליטית או לנסות לדכא הצבעה.

2. אזהרה מהתמקדות יתר ב-AI ותוכן סינתטי: תובנות מהשטח

על רקע העיסוק הגובר וההתמקדות באיומי בינה מלאכותית, אחת התובנות החשובות ביותר ממחקרי האיגוד האחרונים היא שאסור למקד את כל המאמץ רק בהתמודדות עם AI ובפתרונות או סימונים טכנולוגיים של תוכן סינתטי בלבד.

- **נתון מפתח:** במחקר על הפצת דיסאינפורמציה ותוכן שקרי במהלך מלחמת ישראל איראן ביוני 2025, נמצא כי כ-80% מהתוכן המזויף והמטעה לא היה מבוסס AI אלא כי מדובר במחזור והפצה בהקשר כוזב של תוכן אמיתי. ⁶
- **מניפולציה של הקשר:** מרבית השקרים הופצו באמצעות סרטונים אותנטיים לחלוטין (משריפות ישנות, ממלחמות במדינות אחרות או מאירועי עבר) שהוצגו כאירועים המתרחשים "עכשיו".

⁴ להרחבה ודוגמאות לשימוש בטכניקות אלו נגד משתמשי הרשתות החברתיות בישראל, ראו: איגוד האינטרנט הישראלי, **העוקץ האלגוריתמי: רשתות חברתיות ובינה מלאכותית כאמצעי להונאות פיננסיות** (2025) [קישור]. ראו גם: איגוד האינטרנט הישראלי, **לא עומדות בפרץ: התמודדות הרשתות החברתיות עם תוכן פוגעני ותומך טרור במתקפת ה-7 באוקטובר ומלחמת חרבות ברזל** (2024) [קישור].

⁵ ראו למשל: עומר בן יעקב "אֵדְנִי AI: המקרה המוזר של כת אפוקליפטית שעשתה עלייה לישראל", הארץ (17.12.2025).

⁶ איגוד האינטרנט הישראלי, **מיירטים פייקים: מנחקר נתונים על דיסאינפורמציה ובדיקת עובדות מקוונת במהלך מלחמת ישראל-איראן** (2025) [קישור].

לכן אנו מדגישים וממליצים לוועדה: יש להגדיר "קמפיין תודעתי" לא רק על פי אמצעי הייצור (AI) אלא על פי הכוונה הזדונית ושיטת ההפצה המניפולטיבית.

3. כשלי אכיפה סיסטמטיים של הפלטפורמות הדומיננטיות בישראל בשגרה ובחירום: בבחירות זה חייב להיות אחרת

במוקד האיום של השפעה והתערבות זרה עבור מדינות דמוקרטיות ניצבות הקלות והזמינות של פתיחת חשבון, פרופיל או ערוץ בפלטפורמות המדיה החברתית, המאפשרות להפיץ מידע כוזב או תעמולה פוליטית בהיקף עצום ולא מספקות מענה הולם לשימוש זדוני בהן. שימוש בפלטפורמות מסיר חסמים כלכליים, לוגיסטיים וגיאוגרפיים עבור מבצעי השפעה ודיסאינפורמציה בהיקף גלובלי ולאומי והופך אותם נגישים ופשוטים לביצוע. אף שפלטפורמות המדיה החברתית הגלובליות משקיעות מאמצים לנקות את הרשתות מתכנים מסוג זה במדינות שונות ברחבי העולם, נראה שהמצב שונה בתכלית במדינות ושווקים קטנים ובעלי שפות פחות נפוצות כמו ישראל.

בשנים האחרונות הכללים ומאמצי האכיפה של הפלטפורמות נעשים בשני מישורים מקבילים: כללים ואכיפה מול תכנים בעיתיים - כמו אלימות, או דיסאינפורמציה בנושאי בריאות או בחירות; וכללים ואכיפה מול משתמשים וחשבונות, למשל, כללי הקהילה של YouTube נגד ארגונים קיצוניים או פילילים, כללי הקהילה של TikTok נגד ארגונים ואנשים אלימים או מונעי שנאה או הכללים ומנגנוני האכיפה של Meta נגד חשבונות לא אותנטיים ופעילות השפעה חשאית או מתואמת שלהם.

אל מול החדירה העצומה של הפלטפורמות הגלובליות בישראל ומתאר האיומים הגדל והמורכב לקראת הבחירות, תמונת המצב של הפיקוח והרגולציה על הסיכונים החברתיים של פלטפורמות תוכן ורשתות חברתיות גלובליות בישראל מטרידה ומדאיגה בלשון המעטה.

מחקרי עומק שונים שביצענו בשנתיים האחרונות והנסיון של קו הסיוע לאינטרנט בטוח כגורם דיווח מוכר, מראים, כי הפלטפורמות מגיבות באיחור ובאופן חלקי לתלונות ודיווחים על תוכן זדוני, דיסאינפורמציה והתחזות, במיוחד בזמן משבר או עימות - כך היה למשל מיד אחרי ה-7 באוקטובר. במערכות בחירות אחרות בעולם (למשל בגרמניה ורומניה בשנה שעברה או בהודו והאיחוד האירופי שנה לפני כן) ראינו שהפלטפורמות מפרסמות הערכות ומודיעות על הקצאת משאבים מיוחדת עבור הבחירות, מבטיחות זמן תגובה ראוי, ובמקרים מסוימים אף אוסרות על פרסום מודעות פוליטיות. ראוי לשאול האם הפלטפורמות נערכות באופן מיוחד לבחירות כאן ומקימות חמ"לים ייעודיים? האם הפעם יהיה גורם שאפשר לדווח לו על מניפולציה ברשת בזמן אמת? מוטיב הזמן והמיידיות הוא קריטי. כשביקשנו מהרשתות החברתיות תשובות לשאלות הללו בבחירות הקודמות לא קיבלנו אותן.⁷

⁷ פניית איגוד האינטרנט לפייסבוק ישראל ו-Meta: כשלי אכיפה של כללי הקהילה ביחס לתוכן ומשתמשים בעברית, (ספטמבר 2022) [קישור]

ניטור הפעילות בזמן אמת חושף פערים אדירים ביכולת של ענקיות הטכנולוגיה להגן על הציבור בישראל:

- **איחור בתגובה:** המחקר "לא עומדות בפרץ" (מאי 2024) הראה כי פלטפורמות מגיבות לדיווחים על תכנים בעייתיים באיחור ניכר. בתקופת בחירות, שבה "ספין" או פייק-ניוז יכולים להכריע הצבעה תוך שעות, זמני תגובה של ימים הם כניעה למפיצי השקרים.
- **היעדר הערכות ושקיפות ייעודית ומותאמת לישראל:** במערכות בחירות בארה"ב ובאירופה, הפלטפורמות מקימות חמ"לים ייעודיים ומפרסמות דו"חות שקיפות מפורטים. בישראל, למרות פניות חוזרות ונשנות של האיגוד, לא ניתן מענה מספק לגבי משאבי הניטור בשפה העברית ובערבית.

בבחירות הקודמות לא היתה שקיפות מצד הפלטפורמות בנוגע להערכות ולמענה שהם מספקים לבחירות בישראל בדומה לפרסומים שהיו להם בעולם בבחירות אחרות. גם כיום, יש כמה שאלות חשובות שדורשות תשובות של המדינה ושל הפלטפורמות: מה עושים בשביל לוודא שיש מענה לדיווח על תכנים זדוניים? כיצד מדווחים להן? ומה קבוע זמן מחייב ומספק להסרה או טיפול? איך מפקחים על הפלטפורמות שיעמדו בו ואיזה מידע הן מוסרות לציבור? איך מוודאים שמוקצים למשימה גם כוח אדם, משאבים ומומחים שיטפלו בהקשר ובדחיפות - ולא רק באמצעות אוטומציה ואלגוריתמים?

ברחבי העולם, אנו רואים דוגמאות להתמודדות הפלטפורמות עם איומי דיסאינפורמציה ומידע כוזב בבחירות לאורך השנה האחרונה.⁸ בחלק מהפלטפורמות אנו רואים דיווחים יזומים על הטמעת כלים בתוך האפליקציות להנגשת מידע רשמי. טיקטוק מצהירה על הקמת "מרכזי בחירות" פנימיים המרכזים מידע על נהלי הצבעה בגרמניה⁹, רומניה¹⁰ ומולדובה¹¹, ומציינת כי היא מפנה אליהם משתמשים באמצעות תגיות על תוכן רלוונטי במדינות אלו. גוגל מדווחת על שילוב חלונות מידע (Information Panels) בראש תוצאות החיפוש והסרטונים ביוטיוב בהודו¹² ובאוסטרליה¹³, המספקות נתונים על מועמדים ורישום. מטא מתארת פעילות ממוקדת בהודו¹⁴ הכוללת הפעלת "מרכז מבצעי בחירות" לניטור תוכן בזמן אמת, הרצת קמפיינים להעלאת מודעות, והגבלת תפוצת הודעות בוואטסאפ.

במדינות שונות בעולם (ולהבדיל מישראל עד כה), מדווחות הפלטפורמות על שיתופי פעולה עם ועדות הבחירות ורשויות מקומיות. חברות הטכנולוגיה מדגישות כי המידע המוצג מבוסס על עבודה מול הגופים המפקחים הרלוונטיים בכל מדינה. במולדובה, טיקטוק מפרטת שיתופי פעולה עם ועדת הבחירות המרכזית (CEC), וברומניה היא מדווחת על השתתפות ב"מבחן מאמץ" יזום של הרגולטור המקומי ועל שיתוף פעולה הדוק יותר עם רשויות רומניות והנציבות תחת חוק השירותים הדיגיטליים (DSA) בנוגע לסיכוני

⁸ להרחבה נוספת ראו: איגוד האינטרנט הישראלי: הערכות הרשתות החברתיות וענקיות הטכנולוגיה לקראת בחירות 2024 – סקירה מתעדכנת [\[קישור\]](#)

⁹ ראו כאן: Wie TikTok sich auf die Bundestagswahl 2025 vorbereitet (פברואר 2025) [\[קישור\]](#)

¹⁰ ראו כאן: Continuing to protect the integrity of TikTok during Romanian elections (מאי 2025) [\[קישור\]](#)

¹¹ ראו כאן: Protecting the integrity of TikTok during the parliamentary elections in Moldova (ספטמבר 2025) [\[קישור\]](#)

¹² ראו כאן: Supporting the 2024 Indian General Election (מרץ 2024) [\[קישור\]](#)

¹³ ראו כאן: How we're supporting the upcoming Australian federal election (מאי 2025) [\[קישור\]](#)

¹⁴ ראו כאן: How Meta Is Preparing For Indian General Elections (מרץ 2024) [\[קישור\]](#)

מניפולציה אלגוריתמית. בהודו, גוגל מציינת עבודה צמודה עם ועדת הבחירות (ECI). מטא פעילה מאוד בהודו ומצהירה כי היא פועלת תחת "קוד אתיקה וולונטרי", המעניק לוועדת הבחירות בהודו ערוץ דיווח ישיר ובעדיפות גבוהה. **בכלל זה, במאבק בדיסאינפורמציה, הפלטפורמות מצהירות על הסתמכות על או שיתוף פעולה עם ארגוני בדיקת עובדות מקומיים במקומות שונים בעולם.** בהודו, מטא מדווחת כי היא מפעילה את הרשת הגדולה ביותר שלה (מעל 10 שותפים) ומעניקה להם גישה ייחודית לספריית התוכן שלה. גוגל מציינת כי בהודו היא תומכת בקונסורציום של מוציאים לאור של חדשות ובדקי עובדות ("Shakti"¹⁵), ומספקת לעיתונאים כלים טכנולוגיים. בגרמניה, טיקטוק מפרטת שיתופי פעולה עם סוכנות הידיעות dpa וארגונים מאושרי IFCN לבדיקת טענות ולתיוג תוכן שגוי, ועם ארגון STOP FALS!¹⁶ במולדובה לצורך בדיקת טענות וסימון תוכן שגוי. ברומניה, היא מציינת כי מרכז המידע כולל קישורים לארגוני בדיקת עובדות.

גישת הפלטפורמות בכל הנוגע לסימון תוכן סינתטי (בינה מלאכותית), הנגשת מקורות מאומתים ומדיניות כלפי פרסום פוליטי ממומן נבדלת בעיקר בהתאם לתנאים רגולטורים החלים בכל מדינה. באיחוד האירופי, הודיעו גוגל¹⁷ ומטא¹⁸ כי הן יפסיקו לחלוטין את הפרסום הפוליטי הממומן לקראת כניסת רגולציית ה-TTPA. גוגל מצהירה על הטמעת סימני מים (SynthID) והגבלת תשובות מודל הבינה המלאכותית שלה Gemini בנושאי בחירות בהודו ובאוסטרליה, ודורשת מהמפרסמים להוסיף גילוי נאות במודעות פוליטיות. בהודו, השיקו קמפיין ייעודי שהתמקד בחינוך משתמשים לזיהוי והתמודדות עם מידע כוזב בוואטסאפ ובאינסטגרם על ידי קידום שיטות עבודה דיגיטליות מומלצות והדגשת כלי בטיחות זמינים, לצד עידוד אנשים לבדוק שוב מידע שנשמע חשוד או לא מדויק על ידי שליחתו לקו סיוע (tiplines) בוואטסאפ, אותו הקימו בשיתוף עם הברית למאבק במידע כוזב.¹⁹ טיקטוק מציינת כי היא מחייבת תיוג תוכן AI פוליטי בגרמניה ובמולדובה, ומעניקה תגי "מאומת" לחשבונות רשמיים במולדובה.

בדומה, נדרשת גם שקיפות של נתונים עדכניים על פעולות ניהול התוכן שמבצעות הפלטפורמות עבור משתמשים בישראל בתקופת הבחירות: מה הוסר, על בסיס איזה סעיף המדיניות ולמה (בקשות של גורמי ממשל, מפלגות, בטחון) וכמה ומי הגורמים המקצועיים שטיפלו בכך. כדי שאפשר יהיה לתחקר ולגבות מחיר משחקנים זדוניים ולהפריך או לבסס טענות על השפעה זרה או מעבר על חוקי בחירות. החידוש המרכזי לקראת הבחירות הקרובות, הוא שכיום צריך לדרוש הערכות, מענה ושקיפות כזאת גם מספקי שירות ואפליקציות של AI גנרטיבי. אנחנו צריכים לדרוש מהם שקיפות ומענה לגבי האפשרות להשתמש בכלים

¹⁵ <https://projectshakti.in>

¹⁶ <https://stopfals.md/ro/campania>

¹⁷ ראו כאן: Political advertising in the EU (נובמבר 2024) [קישור]

¹⁸ ראו כאן: Ending Political, Electoral and Social Issue Advertising in the EU in Response to Incoming European Regulation (יוני 2024) [קישור]

¹⁹ <https://www.dau.mcaindia.in>

שלחם בתכנים של בחירות - גם הם צריכים להערך לבחירות באופן ייעודי ולשקף לציבור ולרשויות מה הם עושים.

4. עם כל אלו, אין תחליף לחינוך לחשיבה ביקורתית ולהקניית אוריינות דיגיטלית לציבור ברמה הלאומית

המחקר והניסיון שלנו מהשטח מלמד שכלים רגולטוריים או טכנולוגיים אינם מהווים תחליף בלעדי לחינוך לחשיבה ביקורתית ולהקניית אוריינות דיגיטלית לציבור ברמה הלאומית דרך בעלי העניין השונים - המדינה, הפלטפורמות, החברה האזרחית, האקדמיה והתקשורת.

ההכרה בחשיבותה של הטכנולוגיה היא חשובה, והשקעה בכלים שיזוהו שקרים וזיופים היא ללא ספק צו השעה - אבל היא בוודאי לא תפתור את הבעיה באופן אבסולוטי ולכן אי אפשר להסתמך רק עליה. זה נכון במיוחד, כשמרבית הכלים שמדברים עליהם כרגע מתעסקים בטכנולוגיות לזיהוי דיסאינפורמציה שנוצרה באמצעות AI. זה רלוונטי לא רק להשפעה זרה או התערבות בבחירות, אלא גם להונאות למשל, שפוגעות בכל כך הרבה אנשים בצורה מוחשית. האמצעי המוכח האפקטיבי ביותר לבניית חוסן דיסאינפורמציה בעידן המידע הנוכחי הוא פיתוח מודעות ציבורית ויכולות אוריינות המידע והמדיה בקרב הציבור, על כל חלקיו במגוון אמצעים וערוצים:

קמפיין הסברה לאומי: המדינה חייבת להשקיע באוריינות מידע וצריכת מידע ביקורתית בזמן בחירות. אזרחים צריכים להכיר מניפולציות רגשיות (שימוש בפחד, דחיפות או כעס) כנורת אזהרה לדיסאינפורמציה; ואת דרכי הפעולה וערוצי הדיווח במקרים השונים של תוכן זדוני בהקשרי הבחירות.

חיזוק מקורות מהימנים: מתן כלים לציבור לאימות מידע והגברת שקיפות בפלטפורמות ועידוד צריכת תוכן מגופים המחויבים לכללי אתיקה עיתונאית.

הנחיות ברורות מצד הפלטפורמות ומצד ועדת הבחירות לציבור הישראלי - איך מדווחים, על מה ולמי? מי הכתובת בכל אחת מהרשתות החברתיות והפלטפורמות המקוונות? ואל מי אזרח מודאג אמור לדווח מבין ועדת הבחירות, המשטרה או מערך הסייבר? - לאיזה ערוץ דיווח ארגוני חברה אזרחית וחוקרים אמורים לדווח?

בצד אלו, כאמור, ראוי שהוועדה תוסיף לדרוש מכל הפלטפורמות המקוונות הדומיננטיות כיום שקיפות בנוגע למנגנוני האכיפה והבטיחות שהן מפעילות עבור משתמשים בישראל, ועל אודות ערוצי הקשר שלהן עם מוקדי ידע ומדווחים אמינים בזירה הישראלית, כדוגמת הפעילות המיוחדת שנקטו פלטפורמות אלו לאחרונה במדינות אחרות להבטחת טוהר הבחירות.



איגוד
האינטרנט
הישראלי
ISOC-IL



איגוד האינטרנט הישראלי (ע"ר)
רחוב ברקת 6, ת.ד. 7210
פתח תקווה 4951774
טלפון: 03-9700900 • פקס: 03-9700901
info@isoc.org.il • www.isoc.org.il

נשמח לעמוד לרשותכם בכל הבהרה או בקשה למידע נוסף. ניתן לפנות אלינו באמצעות הדוא"ל:
policy@isoc.org.il

בברכה ובכבוד רב,

עידן רינג
סמנכ"ל חברה וקהילה
איגוד האינטרנט הישראלי (ע"ר)

ד"ר אסף וינר
סמנכ"ל רגולציה ומדיניות
איגוד האינטרנט הישראלי (ע"ר)