

רשתות חברתיות ופעילות לבניית שלום: האם אפשר לשנות דפוסי חשיבה באמצעות עשייה חיובית?

גלעד שר ואליאס שטורם

בשני העשורים האחרונים חלה התפתחות מהירה של הרשתות החברתיות, הנוכחות בזמנית בכל רובדי החברה. עקב ההתפתחות המהירה, חסרים כללי שימוש יעילים ורגולציה להסדרת הפלטפורמות החברתיות, ושימושים פוגעניים מאתגרים את רעיון הרשתות החברתיות כגורם מאחד רחב וככוח חיובי. מאמר זה מבקש לבחון את התפקיד שהרשתות החברתיות יכולות למלא בתהליך השלום במזרח התיכון, באמצעות הערכה של קמפיינים ברשתות החברתיות לקידום השלום בישראל ובשטחים הפלסטיניים, ובעזרת ניתוח המבנה של קמפיינים כאלה. הבדיקה העלתה כי ניהול פרויקטיבי, יעיל, אסטרטגי ואתי של הרשתות החברתיות חיוני להצלחתו של כל קמפיין לבניית שלום. השינוי יכול להתחיל ביוזמות קהילתיות באינטרנט, אך בסופו של דבר עליו לעבור לפעילות בעולם המוחשי.

מילות מפתח: רשתות חברתיות, תהליך השלום הישראלי-פלסטיני, תכנון קמפיין רשמי, בניית שלום

גלעד שר הוא חוקר בכיר וראש המרכז למשא ומתן יישומי במכון למחקרי ביטחון לאומי. אליאס שטורם הוא מתמחה במרכז למשא ומתן יישומי במכון למחקרי ביטחון לאומי, במסגרת תואר שני ביחסים בינלאומיים כחלק מתוכנית משותפת של אוניברסיטת חיפה ואוניברסיטת ורשה. המחברים מודים לגב' מור בן-כליפא, עוזרת מחקר במרכז למשא ומתן יישומי על תרומתה הרבה למאמר זה.

מבוא

התפתחות הרשתות החברתיות שינתה באופן קיצוני את נוף התקשורת המסורתית, ויותר מ־2.6 מיליארד משתמשים ברחבי העולם הם עדות לכך. הרשתות החברתיות הכניסו לחיינו רכיב חדש של השתתפות, ויכולת חסרת תקדים להפיץ מידע ולתקשר עם קהל משתמשים עצום. עם זאת, התכונות של הרשתות, אלה שמעניקות להן יכולת כה יוצאת דופן להגיע לקהלים חדשים, כרוכות גם בתופעות לוואי מזיקות.¹ ההתפתחות המטאורית של הרשתות החברתיות מהירה יותר מהיכולת החברתית להבין את מלוא המשמעות שלהן, ולנהל בצורה הולמת את דרכי השפעתן של הרשתות החברתיות על קהילות.

השימוש ברשתות החברתיות בישראל ובשטחים הפלסטיניים בקרב יחידים, ארגונים וממשלות הוא רב וחוצה מגזרים. המחברים בחנו את תפקיד הרשתות החברתיות בסכסוך הישראלי-פלסטיני, ובמיוחד את שיטות השימוש בהן מצד ארגונים המעוניינים בקידום השלום.

רקע

הישראלים מתמצאים היטב ברשתות החברתיות, ובמרבית הדירוגים של מדינות לפי מידת השימוש ברשתות חברתיות מדורגת ישראל בצמרת. סקר שנערך באחרונה מצא כי 38 אחוזים מהישראלים צורכים את החדשות היומיות שלהם דרך הרשתות החברתיות, ו־67 אחוזים צורכים חדשות יומיות דרך האינטרנט באופן כללי.² סקר אחר מצא כי 65 אחוזים מהפלסטינים הם משתמשי אינטרנט רשומים,³ וכי רשתות כמו פייסבוק וטוויטר הן מקור החדשות העיקרי עבור צעירים פלסטינים.⁴ נתונים אלה ממחישים את שיעור החדירה של הרשתות החברתיות באזור.

השימוש ברשתות חברתיות בישראל ובשטחים הפלסטיניים אינו חופשי ממחלוקות. פלטפורמות של רשתות חברתיות שונות שימשו להפצת דברי שטנה ולהסתה לאלימות. במתקפות הטרור שאירעו באוקטובר 2015, השימוש בהשטאג דוגמת 'אינתיפאדת הסכינים' נחשב מעודד אלימות.⁵ בתגובה לפרצי האלימות שיוחסו לרשתות החברתיות חוקקה הכנסת ב־2017 חוק המגביל את הגישה לאתרים מסוימים, והציגה הצעת חוק שתאפשר לבתי המשפט להורות על הסרה של תוכן המהווה סכנה ממשית ליחידים או למדינה. חקיקה זו זכתה לגינוי מצד המתנגדים, שראו בה מתקפה על חופש הביטוי.⁶ הגבלות על משתמשי רשתות חברתיות הוטלו גם בגדה המערבית וברצועת עזה, על ידי ישראל, פתח וחמאס.⁷

'המכון לכלכלה ושלום' מציין שזרימה חופשית של מידע היא אחת מאבני היסוד של חברה שוחרת שלום, וקובע כי תקשורת חופשית חיונית לאזרחים על

מנת לרכוש ידע ולמלא תפקיד בתהליך המדיני.⁸ לגישה למידע יש חלק מכריע בגיבוש עמדה מושכלת בנושא מסוים ובהסברה לחברה על המתרחש בעולם. האנטיתזה לכך היא אולי העובדה שהתקשורת מטפחת גם רטוריקה מעוררת מחלוקת. אם התקשורת עוסקת בעיקר בחיזוק זהויות נפרדות, מבלי לספק גם את היכולת או האמצעים ליצירת זהות משותפת, אזי היא הופכת לגורם מפלג.⁹ כאן נכנס לתמונה אופיין הפרדוקסלי של הרשתות החברתיות, שבהן יצירת זהות משותפת היא אכן אפשרית, אך לעיתים מאפילים עליה נטיות אישיות או גורמים חיצוניים כמו עיצוב הפלטפורמה עצמה. חסמים לשימוש בריא ברשתות חברתיות יכולים לבוא לידי ביטוי בצורה של צנזורת יתר, הומופיליה, הטיית אישור, בועות פילטר ודיאלוג פלגני.¹⁰

ההקשר הישראלי-פלסטיני

תחום בולט לשימוש ברשתות החברתיות בישראל ובשטחים הפלסטיניים בהקשר של בניית שלום ומאמצים למאבק באלמנות הוא קמפיינים של דיפלומטיה ציבורית, המתנהלים מלמעלה למטה. דוגמה לכך היא השימוש שעושה דובר צה"ל בערבית אביחי אדרעי בטוויטר ובפייסבוק, ובמידה פחותה יותר גם דף הפייסבוק 'פלסטין בעברית'. עם 1.2 מיליון עוקבים בדף הפייסבוק שלו ו-191 אלף עוקבים בטוויטר, לאדרעי יש יכולת לתקשר עם מספר עצום של אנשים.

כאן עולה השאלה של מדידת יעילות הקמפיינים ברשתות החברתיות, שאינה ניתנת למדידה רק על ידי מספר העוקבים, משום שלא ניתן להתייחס למספרים אלה כפשוטם.¹¹ סימוני 'לייק', עוקבים ותגובות זמינים כולם לרכישה באופן מקוון, ולכן קשה להעריך את הטווח האמיתי של קמפיין. למעשה, ממדי הפצת ספאם בדרך זו הם כה גדולים, עד כי רק ברבעון הראשון של 2018 השביתה פייסבוק כ-500 מיליון חשבונות מזויפים.¹² מדד ההצלחה השני הקשה עוד יותר למדידה, הוא רמת ההשפעה של קמפיינים כאלה על אנשים. בקמפיינים של דיפלומטיה ציבורית, המטרה העיקרית היא להפנות את תשומת הלב של קהל זר או עוין לנושאים מסוימים תוך זלזול או המעטה בערכם של אחרים, באמצעות בחירה ממוקדת של חדשות. בדרך זו משמשת הדיפלומטיה הציבורית הדיגיטלית בעיקר אמצעי להפצת מידע.¹³ תמצית הניתוח של ההודעות האחרונות שאדרעי העלה בפייסבוק מראה שיש אינטראקציה רבה המתבטאת בסימוני 'לייק' ותגובות, אך מרבית התגובות הן בעלות אופי לעומתי. כך גם בדף הפייסבוק 'פלסטין בעברית', שבו התגובות כוללות בעיקר הפרכת טענות או גינוי פעולות. לנוכח זאת, השאלה המתבקשת היא מה ההשפעה של קמפיינים כאלה. אדרעי אולי מפיץ מידע לקהל רחב, אבל ברובד העמוק יותר – האם די בחשיפה לנרטיבים חלופיים כדי להביא להתמתנות של בעלי דעות קיצוניות?

בתחום שימוש אחר קיימת נוכחות נרחבת של הרשתות החברתיות במגוון קמפיינים לבניית שלום בישראל. במבט ראשון נראה כי למאמצים כאלה פוטנציאל רב יותר לקידום השינוי, שכן מלבד הפצת מידע הם מציעים הכללה ושיתוף. אחת הדוגמאות הבולטות היא דף הפייסבוק Israel-Loves-Iran, שצבר 118 אלף סימוני 'לייק' והוליד קמפיינים נוספים על פי אותו מודל. אחד מאותם קמפיינים נגזרים הוא דף הפייסבוק Palestine Loves Israel, שמציג 32 אלף סימוני 'לייק'. דוגמאות נוספות ניתן לראות בדפים של ארגונים לא־ממשלתיים כגון 'שלום עכשיו', 'יש דין' ו'בצלם'. כמו בקמפיינים של הדיפלומטיה הציבורית, גם כאן הסתמכות על מספר העוקבים או מספר הלייקים כמדד להצלחה אינה מראה את התמונה המלאה. כשמדובר בתנועות חברתיות ובמאמצים לבניית שלום, חשוב עוד יותר לחבר בין המשתמשים ברמה שהיא מעבר להפצת מידע בלבד.¹⁴ בדיקת התגובות האחרונות בדפים האמורים חושפת התפלגות צפויה. רוב המגיבים תומכים ואחוז נמוך יותר הם מגיבים מתפרצים ובוטים, בדרך כלל עם דעות קיצוניות לכאן או לכאן. בהקשר זה נראה כי הרשתות החברתיות מעודדות התפתחות של קהילות בעלות דפוסי חשיבה דומים, שמתאפיינות בחשיפה מינימלית ולא פרודוקטיבית לאידיאולוגיות מגוונות. הטענה היא כי קיום דיונים פוליטיים ברשתות הומוגניות רק מחזק את העמדה הקיימת של הפרט.¹⁵ תופעות אלה מציירות תמונה קודרת בדבר יכולתן של הרשתות החברתיות לשנות תפיסות פוליטיות קיימות.

הערכת השימוש ברשתות החברתיות בישראל על בסיס הדוגמאות הללו נתמכת בניחות כמותני שנערך לדף הפייסבוק 'ערבים מצייצים'. דף זה נוהל בידי פלסטינים במטרה מוצהרת לאפשר לקול המתון להישמע ולעודד דיאלוג בין ישראלים יהודים לפלסטינים. החוקרים גילו כי "החשיפה לקריאה לשלום מצד פלסטינים הביאה בעיקר תגובות חיוביות מצד המגיבים הישראלים היהודים, ואפשרה דיאלוג המאופיין בשותפות ובתקווה". דיאלוג ביקורתי יותר הוביל בדרך כלל ל"תגובות מתגוננות ושליליות יותר מצד ישראלים יהודים, ולדיונים שבהם שתי הקבוצות האשימו זו את זו במצב".¹⁶ ממצאים אלה מדגישים את הצורך להתמקד בתוכן הדיון ולא רק ביצירת המרחב לקיומו. המחקר הכמותני והמחקר האנקדוטלי מאירים שני חסמים מרכזיים בעולם הרשתות החברתיות: חשיפה בלתי מספקת לדעות אחרות, והנטייה לגלוש לאינטראקציות פוגעניות כאשר בכל זאת נתקלים בדעות אחרות.

תיאוריה פסיכולוגית חשובה 'השערת המגע' (contact hypothesis) קובעת כי הסיבה לדעות קדומות נעוצה בהפרדה בין קבוצות, וכי מגע בין־אישי הוא אחת הדרכים היעילות ביותר להפחתת דעות קדומות בין אנשים מקבוצות שונות. במחקר מקיף על קבוצות פייסבוק ישראליות ופלסטיניות שהתבסס

על גרסה מסוימת של השערת המגע, התוצאות המצטברות היו מעורבות אך חיוביות. ממצאי מחקר זה עומדים בניגוד מוחלט לניתוח תוכן שבוצע בכל קבוצות הפייסבוק הישראליות והפלסטיניות (בסך הכול), ואשר מצא "...מרחב מפוצל ומקוטב שבו מספר מועט בלבד של מקומות הוקדשו לתקשורת בין-קבוצתית...". ממצאים אלה ממחישים את הצורך במרחבים נוספים שיוקדשו לקידום דיאלוג בריא. המחקר על השערת המגע מצביע גם על הפוטנציאל של המאמצים הנלווים המושקעים בבניית קהילה לתמוך בתהליך שלום רחב יותר. מתברר שחלק מהקמפיינים היעילים ביותר ברשתות החברתיות הם כנראה אלה שמתוכננים כפרויקטים קהילתיים, ולכן יכולים ביתר בקלות לשלב בתוכם את הקריטריונים המוצעים לאינטראקציות בין-קבוצתיות בריאות. קריטריונים אלה הם מעמד שווה של הקבוצות, מטרות משותפות, שיתוף פעולה בין הקבוצות ותמיכה ממסדית.¹⁷

מהמחקרים שהובאו עולה כי ניהול נכון של אינטראקציות מקוונות חיוני ליצירת מרחבים המעודדים דינמיקה קבוצתית בריאה. מכאן עולה שאלה בדבר צורת הניהול הראויה של פורומים מקוונים – נושא שהפך לבעיה בולטת בחדשות ברחבי העולם. תפקידה של הרגולציה ברשתות החברתיות עדיין לא הוכרע, ובהיעדר פיקוח ממשלתי מחמיר או מיעוט בקורות התורמות לדיאלוגים רגועים, על ארגוני החברה האזרחית לקבוע בעצמם את המידה וההיקף ההולמים של פיקוח וסניון תוכן (moderation) בקמפיינים ובדפים שלהם. ברשתות החברתיות יכולים הפיקוח והסניון ללבוש צורות רבות, החל בצנזורה ממוחשבת שמסירה מילות מפתח וכלה במעורבות אנושית של יועצים ומנחים העובדים יחד עם הציבור לפתרון דילמות. כדי למנוע מצב שבו פיקוח וסניון תוכן ייראו שרירותיים או מוטים, חיוני לגבש אמנה ברורה המפרטת נהלים מקובלים ומדיניות צנזורה. ארגונים המעוניינים להשתמש בשיטות אלה יצטרכו להביא בחשבון את המטרות, העלות וההקשר בעת בחירת המודל לשימוש.¹⁸

מכשול מרכזי נוסף לשימוש מועיל ברשתות החברתיות הוא חשיפה בלתי מספקת לדעות אחרות. בין השאר, מצב זה הוא חלק בלתי נפרד מעצם המבנה של הרשתות החברתיות. כחלק מהאסטרטגיה השיווקית של חברות הטכנולוגיה, הן מפעילות אלגוריתמים שנועדו להבטיח שאנשים יצפו במה שהם מעוניינים לצפות.¹⁹ תכונות מבניות אחרות כמו שימוש בהאשטג או איתור מיקום גיאוגרפי מתפקדות כמנגנון מיון עבור תמונות ופוסטים. מכיוון שתכונות אלה מובנות בתוך הפלטפורמה, קבוצות וארגונים חייבים לפעול נגד תופעה זו באופן יזום. ברמת המאקרו, הדבר נעשה באמצעות הפעלת לחץ מוגבר על הפלטפורמות של הרשתות החברתיות להטמיע שינויים מבניים בכללי המדיניות שלהן. פעילות כזו כבר החלה, ובתגובה לביקורת הגוברת, מטמיעות פייסבוק וטוויטר

שינויים במדיניות התוכן שלהן.²⁰ טוויטר חברה לאחרונה לעמותה ללא כוונת רווח שפועלת עם מעבדות התקשורת של MIT, במטרה לפתח מדדים להערכת "בריאות השיחות" של אינטראקציות מקוונות. מדדים אלה מוגדרים כקשב משותף, מציאות משותפת, מגוון דעות ופתיחות לדעות ולרעיונות. פייסבוק אף משנה את האלגוריתם המשמש אותה לשליטה בהצגת העדכונים בפיד של המשתמשים ולסימון תוכן כמזויף.²¹ מעבר לפלטפורמות אלה מתחילה להסתמן נטייה חזקה יותר לכיוון של רגולציה מקיפה על כל הפלטפורמות של הרשתות החברתיות. כדי שמאמצים אלה ישאו פרי, אינטראקציה מקוונת בריאה חייבת להישאר בעדיפות עליונה, ופיתוח הכללים צריך להתבסס על ידע בנושא אינטראקציות בריאות.

גם מפתחים עצמאים עובדים על יישומים שיילחמו בבועות פילטר ובהטיות אישור. דוגמה לכך היא האפליקציה Burst לאתר Reddit, אשר מאלצת משתמשים להיחשף למגוון דפים שונים בעת חיפוש או גלישה.²² אפליקציות דומות יכולות לשמש ארגונים כדי לחשוף בהדרגה את המשתמשים לדעות שונות. דרך נוספת להילחם בבועות פילטר ובהטיות אישור היא באמצעות שיפור כושר השימוש של הפרט ברשתות. רוב האנשים לא למדו טכניקות לחיפוש מקוון או מיומנויות בסיסיות של חשיבה ביקורתיות ודרכים לזהות הטיות בוויכוח. מיומנויות כאלה אפשר ללמד באמצעות קמפיינים של הסברה ברשתות החברתיות, על מנת שיתרמו לאינטראקציות חיוביות יותר.

לבסוף, למרות הפוטנציאל הרב של רשתות חברתיות להעמיק את התקשורת, כדי להשיג שינוי חברתי רחב יותר נדרשת פעולה נוספת. מלכודת האקטיביזם שמציעות הרשתות החברתיות נקראת 'סלקטיביזם' (slacktivism = slacker+Activism) – הרעיון שאפשר להיות מעורב במאבק תוך השקעת מאמצים מינימליים בלבד, וכך יורד ערכם של קמפיינים חברתיים. במענה לכך מציעים חוקרים "סולם מעורבות", אשר ממקם את המעורבות והמטרה על רצף של אינטנסיביות. המעורבות מתחילה בגיוס חברים חדשים, ולאחר מכן ביכולת לבנות מערכות יחסים ולעסוק בהתנהגויות ברמה נמוכה, כמו למשל באמצעות סימוני 'לייק' ושיתופים. מעורבות ברמה נמוכה משתנה למעורבות ברמה בינונית, כמו השתתפות בחתימה על עצומות או שליחת דוא"ל לנציגים. לבסוף, מעורבות ברמה גבוהה פורצת מעבר לפלטפורמה האלקטרונית וכוללת התנדבות ותרומות. בתנועות חברתיות, היכולת להעביר תומכים בהדרגה ממודעות לפעולה היא חיונית לקידום המטרה.²³

המקרה של קניה

למרות כל ההסתייגויות וההבדלים בזמן, בהקשר ובנסיבות, אפשר להפיק לקחים מהניסיון של קניה לשלב רשתות חברתיות במאמצים לבניית השלום במדינה, בעקבות פרץ האלימות שהתרחש לאחר הבחירות במדינה בשנים 2007–2008. האלימות התלקחה בקניה בסוף 2007 בתגובה לשנים ארוכות של דיכוי ושוונות אתנית, ויותר מכך, כתגובה ישירה למחלוקת סביב תוצאות הבחירות לנשיאות. המחאות ההמוניות והאלימות הביאו ליותר מאלף הרוגים ולכ־600 אלף עקורים במדינה.²⁴

הפתרון הפוליטי שהוצע בתיווכו של מזכ"ל האו"ם לשעבר קופי אנאן היה הסכם לשלטון משותף, אך הוא לא הצליח לאחות את השסע בחברה הקנייתית. בתגובה הקימה הממשלה גופים שונים וביניהם 'ועדת האמת והפיוס'. החברה האזרחית בקניה מילאה גם היא תפקיד מכריע בתהליך. במהלך המשבר צוינו הרשתות החברתיות בדרך כלל הן כזרז לאלימות והן ככלי לבניית שלום. אנשי 'עיתונאים ללא גבולות' שחקרו את הנושא הגיעו למסקנה שהתקשורת המסורתית הכשילה את העם הקנייתי, משום שדיווחיה היו מוגבלים מדי.²⁵ האינטרנטקסטואליות החזקה שהתקיימה בין הרשתות החברתיות לתקשורת המסורתית באה לידי ביטוי בשימוש בטוויטר, שבו המשתמשים הרבו לציין מחדש ידיעות חדשותיות שעודדו וקידמו שלום. בהקשר זה מילאו הרשתות החברתיות תפקיד בולט בקידום השלום ובהגנה מפני הפצת ביטויי שנאה.

בעת המהומות אחרי בחירות 2007 הוקם אתר בשם Ushahidi (עדות), שנועד לאפשר לאנשים לדווח על מקרים של אלימות באמצעות דוא"ל, מסרונים או ישירות לאתר. הנתונים עובדו ונוצרה מפה שסיפקה לציבור ולעובדי הסיוע מידע על האזורים שנפגעו מאלימות ונהרסו. האתר נועד גם לשמש כלי לתיעוד

האירועים כדי לסייע בתהליך הפיוס. באחת העדויות באתר נכתב: "כאשר המשבר הזה יגיע לקיצו, אנחנו לא רוצים שמה שאירע יטואטא אל מתחת לשטיח בשם הקריאה "להמשיך הלאה". כדי שנוכל באמת להתקדם, האמת על מה שקרה חייבת להיאמר".²⁶

האתר Ushahidi זכה לפיתוח נוסף לקראת הבחירות ב־2013, במטרה לאסוף נתונים בהיקף המוני, שיוכלו לשמש למניעת אלימות. האתר עיבד פוסטים מפייסבוק, מטוויטר וממסרונים. מסרים שוחרי שלום זכו גם להפצה

ולקידום מצד מספר ארגונים נוספים. חברה בשם Crown Paint יצרה קמפיין בשם 'הצבעים המאוחדים של קניה' (Uniting Colors of Kenya), אשר הציע פרסים לאנשים שישלחו מסרים שוחרי שלום. דוגמה נוספת היא הרשת הסלולרית

הרשתות החברתיות
ככלי לאקטיביזם
ולשינוי חברתי פועלות
בצורה הטובה ביותר
אם הן מרחיבות
קמפיינים קיימים.

Safaricom, שתרמה 50 מיליון הודעות טקסט חינם כדי להיאבק בהפצת ביטויי שנאה מעודדי אלימות.²⁷

לקראת הבחירות ב־2017 הקימו iHub Research ו־Sentinel Project את Una Hakika, שפירושו "האם אתם בטוחים?". זהו שירות מידע המנטר שמועות ובודק את התפשטותן.²⁸ גוגל חברה גם היא לכמה מהגופים הממשלתיים בקניה בניסיון לספק תוכן שיקדם אמת והבנה, וימחק תוכן שלילי המעודד אלימות, שנאה או פחד. התוכנית של גוגל נעזרה בבני נוער מתוכנית בשם Webrangers Kenya, שפעלו כמקדמי הרעיון ברשת.²⁹

קשה לבדוד את השפעות הקמפיינים ברשתות החברתיות בקניה, ורק אותן, על מהלך הבחירות, אבל בסיכומי של דבר לזו בחירות 2017 באלימות מועטה בלבד, ביחס לאלימות בבחירות 2007. אין לדעת באיזו מידה מיתנו הקמפיינים ברשתות החברתיות את האלימות, אך אין ספק שהייתה להם השפעה חיובית ניכרת. הקמפיינים בקניה ממחישים את ההשפעה שארגונים יכולים להשיג באמצעות קמפיינים דומים. הם גם מוכיחים כמה מהרעיונות המופיעים בהנחות תוכנית הפיתוח של האו"ם בנוגע ליכולת הארגונית של הרשתות החברתיות, ליכולתן לקדם דיאלוג משתתף ולאופן שבו הן עשויות להמריץ אנשים לשתף פעולה במאמץ להשיג שינוי ולסייע בהקמת קהילות.³⁰

סיכום

על פי הדף 'שלום בפייסבוק', 195,435 חברויות חדשות נוצרו בין אנשים החיים בישראל לבין אנשים בשטחים הפלסטיניים ביום אחד, בתחילת חודש מאי 2018.³¹ הנתון הזה ממחיש את הפוטנציאל הרב של מאמצי בניית השלום. עם זאת, התפתחות בריאה לא תתרחש בכוחות עצמה. ניהול פעיל, יעיל ואתי של פלטפורמות הרשתות החברתיות חיוני להצלחתו של כל קמפיין, במיוחד כשמדובר בנושאים עתירי קיטוב כמו יוזמות שלום ישראליות־פלסטיניות.

הרשתות החברתיות ככלי לאקטיביזם ולשינוי חברתי

פועלות בצורה הטובה ביותר אם הן מרחיבות קמפיינים קיימים.³² קבוצות וארגונים ייטיבו לנצל את הרשתות החברתיות אם יפתחו תוכנית מקיפה שתמשוך ציבור מגוון, תערב משתמשים ותעודד את התפתחותם.³³ ראשית, יש לפתח אסטרטגיה שחוצה קווים פוליטיים כדי לפנות למגוון רחב של אנשים. ניתן לעשות זאת

רשתות חברתיות רחוקות מלהיות תרופת פלא לפתרון סכסוכים או לבניית שלום.

באמצעות פרויקטים קבוצתיים הכוללים מטרות נוספות לטובת הקהילה כולה. שנית, הארגונים צריכים לנהל ביעילות תוכן מקוון ומרחבים מקוונים, תוך שימוש בהנחיות ברורות ובבקורות מתאימות. בקרה כזו יכולה לנוע מסימון

ומחיקה של פוסטים משמיצים לתיווך בדיונים ולגישור על פני חילוקי דעות בין המשתמשים. שלישית, קמפיינים ספציפיים צריכים להכין תוכנית לעלייה הדרגתית במעורבות. כדי להצליח באמת לחולל שינוי, המשתמשים יצטרכו לצאת ממלכודת ה'סלקטיביזם' ולעבור לפעולה אמיתית, מוחשית ומחויבת. גם כאן אפשר להשיג זאת באמצעות יוזמות קהילתיות שמתחילות באינטרנט, אבל בסופו של דבר עוברות לפעילות בעולם האמיתי.

בעזרת האסטרטגיות שהוצגו במאמר זה יוכלו ארגונים בישראל ובשטחים הפלסטיניים לשפר את האיכות ולהגביר את היעילות של האינטראקציות המתרחשות בתוך ובין עמודי הרשתות החברתיות שלהם. אף כי רשתות חברתיות רחוקות מלהיות תרופת פלא לפתרון סכסוכים או לבניית שלום, שימוש יעיל בהן יכול להוביל להעצמת הלכידות ולצמיחה בקרב שתי החברות המצויות בסכסוך.

הערות

- 1 Ido Aharoni, "Abundant Online Political Discourse Lessens Media's Influence", Newsmax, November 3, 2017, <https://www.newsmax.com/IdoAharoni/homepage-internet-likes-newsfeed/2017/11/03/id/824026/>
- 2 Jacob Poushter, Bishop Caldwell, and Chwe Hanyu, "Social Media Use Continues to Rise in Developing Countries but Plateaus Across Developed Ones", Pew Research Center's Global Attitudes Project (blog), June 19, 2018, <http://www.pewglobal.org/2018/06/19/social-media-use-continues-to-rise-in-developing-countries-but-plateaus-across-developed-ones/>; Freedom on the Net 2016: Silencing the messenger, Freedom House, 2016, Communication apps under pressure, <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2016>
- 3 "#Palestine 2017 Report: Palestinian Online Content Targeted through Mass Surveillance, Digital Occupation and Biased Content Moderation", 7amleh (blog), April 3, 2018, <http://7amleh.org/2018/04/03/press-release-palestine-2017-report-palestinian-online-content-targeted-through-mass-surveillance-digital-occupation-and-biased-content-moderation/>
- 4 "Youth Poll – April 2016 – Politics, Social Media and Conservatism", JMCC, April 24, 2016, <http://www.jmcc.org/documentsandmaps.aspx?id=871>
- 5 Ruth Levush, "Israel: Law Authorizes Court to Restrict Access to Internet Sites in Order to Prevent Criminal Activity | Global Legal Monitor", Web page, October 10, 2017, www.loc.gov/law/foreign-news/article/israel-law-authorizes-court-to-restrict-access-to-internet-sites-in-order-to-prevent-criminal-activity/; "Is Palestinian-Israeli Violence Being Driven by Social Media?" BBC News, October 22, 2015, sec. Middle East, <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-34513693>
- 6 Noa Landau and Oded Yaron, "Justice Minister: Terror Groups Have Switched to Twitter Because Facebook Cooperates With Israel", Haaretz, March 20, 2018, <https://www.haaretz.com/israel-news/.premium-shaked-terror-groups-use-twitter-because-facebook-works-with-israel-1.5918301>

- שם, "Is Palestinian-Israeli Violence Being Driven by Social Media?"
- 7 "#Palestine 2017 Report: Palestinian Online Content Targeted through Mass Surveillance, Digital Occupation and Biased Content Moderation" שם.
- 8 "Structures of Peace: Identifying what leads to peaceful societies", Institute for Economics and Peace, 2011.
- 9 James Deane, *Fragile States: the role of media and communication*, London: BBC Media Action, October 2013, p.4.
- 10 C.R. Sunstein, *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton University Press, 2017, <https://books.google.com/books?id=gAZpDQAAQBAJ>
- 11 "Most Popular Facebook Pages in Israel", Socialbakers.com, <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/israel/>;
- Rachel Sciaba, "How To Measure The Effectiveness Of Your Social Media Campaign", Startup Institute,
- 12 Alex Hern and Olivia Solon, "Facebook Closed 583m Fake Accounts in First Three Months of 2018", *The Guardian*, May 15, 2018, sec. Technology, <http://www.theguardian.com/technology/2018/may/15/facebook-closed-583m-fake-accounts-in-first-three-months-of-2018>
- 13 Corneliu Bjola and Lu Jiang, "Social Media and Public Diplomacy: A Comparative Analysis of the Digital Diplomatic Strategies of the EU, U.S. and Japan in China", ResearchGate, January 2015, p. 32.
- 14 UNDP_OGC_Media_conflict Roundtable Background Paper.Pdf", https://www.undp.org/content/dam/norway/undp-ogc/documents/UNDP_OGC_Media_conflict%20roundtable%20background%20paper.pdf
- 15 Pablo Barberá, "How Social Media Reduces Mass Political Polarization: Evidence from Germany, Spain, and the U.S.", October 2014, p. 2, <https://bit.ly/2A2irgV.2>
- 16 Yifat Mor, Yiftach Ron and Ifat Maoz, "'Likes' for Peace: Can Facebook Promote Dialogue in the Israeli-Palestinian Conflict?" *Media and Communication* 4, no. 1, February 18, 2016, p. 15, <https://doi.org/10.17645/mac.v4i1.298>
- 17 Yair Amichai-Hamburger and Katelyn Y. A. McKenna, "The Contact Hypothesis Reconsidered: Interacting via the Internet", *Journal of Computer-Mediated Communication* 11, no. 3, April 2006, p. 825-43, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00037.x>
- 18 Scott Wright, "The Role of the Moderator: Problems and Possibilities for Government-Run Online Discussion Forums", ResearchGate, January 2009, p. 10.
- 19 Ido Aharoni, "Abundant Online Political Discourse Lessens Media's Influence", שם.
- 20 "What Would a 'Healthy' Twitter Even Look Like?" WIRED, <https://www.wired.com/story/what-would-healthy-twitter-look-like/>
- 21 Elizabeth Dubois and Grant Blank, "The Myth of the Echo Chamber", The Conversation, <http://theconversation.com/the-myth-of-the-echo-chamber-92544>

- “Burst Breaks You out of Your Filter Bubble on Reddit”, TechCrunch (blog), 22
 April 4, 2018, [http://social.techcrunch.com/2018/04/04/burst-breaks-you-out-of-](http://social.techcrunch.com/2018/04/04/burst-breaks-you-out-of-your-filter-bubble-on-reddit/)
[your-filter-bubble-on-reddit/](http://social.techcrunch.com/2018/04/04/burst-breaks-you-out-of-your-filter-bubble-on-reddit/)
- B. Kanter and K.D. Paine, *Measuring the Networked Nonprofit: Using Data to* 23
Change the World, Wiley, 2012,
- “2007–08 Kenyan Crisis”, Wikipedia, [https://en.wikipedia.org/w/index.](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2007%E2%80%9308_Kenyan_crisis&oldid=848597361) 24
[php?title=2007%E2%80%9308_Kenyan_crisis&oldid=848597361](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2007%E2%80%9308_Kenyan_crisis&oldid=848597361)
- Maarit Mäkinen and Mary Wangu Kuira, “Social Media and Postelection Crisis 25
 in Kenya”, *The International Journal of Press/Politics* 13, no. 3, July 2008, p.
 328–35, <https://doi.org/10.1177/1940161208319409>
- Simon Jeffery, “Ushahidi: Crowdmapping Collective That Exposed Kenyan 26
 Election Killings”, *The Guardian*, April 7, 2011, sec. World news, [http://www.](http://www.theguardian.com/news/blog/2011/apr/07/ushahidi-crowdmap-kenya-violence-hague)
[theguardian.com/news/blog/2011/apr/07/ushahidi-crowdmap-kenya-violence-](http://www.theguardian.com/news/blog/2011/apr/07/ushahidi-crowdmap-kenya-violence-hague)
[hague](http://www.theguardian.com/news/blog/2011/apr/07/ushahidi-crowdmap-kenya-violence-hague)
- “The Impact of Social Media and Digital Technology on Electoral Violence in 27
 Kenya – CHRIPS”, [http://www.chrips.or.ke/publications/research-reports/the-](http://www.chrips.or.ke/publications/research-reports/the-impact-of-social-media-and-digital-technology-on-electoral-violence-in-kenya/)
[impact-of-social-media-and-digital-technology-on-electoral-violence-in-kenya/](http://www.chrips.or.ke/publications/research-reports/the-impact-of-social-media-and-digital-technology-on-electoral-violence-in-kenya/)
- “Una Hakika: Preventing Rumors and Violence in Kenya’s Tana Delta”, Building 28
 Peace (blog), [http://buildingpeaceforum.com/2015/02/una-hakika-preventing-](http://buildingpeaceforum.com/2015/02/una-hakika-preventing-rumors-and-violence-in-kenyas-tana-delta/)
[rumors-and-violence-in-kenyas-tana-delta/](http://buildingpeaceforum.com/2015/02/una-hakika-preventing-rumors-and-violence-in-kenyas-tana-delta/)
- Mumbi Kinyua, “Google Launches Campaign to Promote Peace Ahead of the 29
 Election”, *The Standard*, [https://www.standardmedia.co.ke/article/2001228607/](https://www.standardmedia.co.ke/article/2001228607/google-launches-campaign-to-promote-peace-ahead-of-the-election)
[google-launches-campaign-to-promote-peace-ahead-of-the-election](https://www.standardmedia.co.ke/article/2001228607/google-launches-campaign-to-promote-peace-ahead-of-the-election)
- שם, UNDP OGC_Media_conflict Roundtable Background Paper.Pdf 30
 “A World of Friends,” <https://www.facebook.com/peace> 31
- J.T. Scott, J. Maryman, *Using Social Media as a Tool to Complement Advocacy* 32
Efforts. Global Journal of Community Psychology Practice, 2016.
- Boaz Hameiri, Roni Porat, Daniel Bar-Tal, Atatra Bieler and Eran Halperin, 33
 “Paradoxical thinking as a new avenue of intervention to promote peace”,
 CrossMark, 2014, <http://www.pnas.org/content/pnas/111/30/10996.full.pdf>
- במהלך שישה שבועות בסתיו 2015 נרשמו בגבעת שמואל מעל 4.4 מיליון חשיפות
 לבאגרים מקוונים, 95 אחוזים מתוכם בעיר ובסביבותיה. סרטונים מקוונים נצפו כמעט
 מיליון פעם, כאשר 80 אחוזים מהצופים היו מהאזור:
[http://www.latimes.com/science/sciencenow/la-sci-sn-extremist-views-moderate-](http://www.latimes.com/science/sciencenow/la-sci-sn-extremist-views-moderate-20161010-snap-story.html)
[20161010-snap-story.html](http://www.latimes.com/science/sciencenow/la-sci-sn-extremist-views-moderate-20161010-snap-story.html)