

קמפיין השפעה רוסי ברחבי העולם – משמעויות לישראל

דוד סימן טוב, ורה מיכלין שפיר | 13 באוקטובר, 2024 | גיליון 1901

דו"ח של ה-FBI חושף קמפיין השפעה רוסי, שכלל התערבות במדינות ובכללן ארצות הברית וישראל. הדו"ח מפנה זרקור לניסיונות רוסיה להשפיע על דעת הקהל הישראלית, במיוחד בתקופת ההפיכה המשטרית, בין היתר כדי לעודד תמיכה ברוסיה במלחמה עם אוקראינה. לראשונה נודע כי אף האוכלוסיה הערבית בישראל מהווה יעד להשפעה רוסית. הקמפיין כלל שימוש במדיה דיגיטלית ויצירת תכנים מזויפים, שהופצו דרך רשתות חברתיות. על מנת להתמודד עם התופעה, מומלץ לישראל לשדרג את מערכי ההגנה על המרחב הדיגיטלי, לאפשר שיתופי פעולה בינלאומיים וכן חקיקה ורגולציה בהקשר זה, ולהגביר מודעות ציבורית לאיום.

החל מראשית ספטמבר השנה ביצעו גורמים אמריקאים רשמיים, בהם ה-FBI, משרד האוצר ומחלקת המדינה, פעולות חדשות ונוספות שנועדו להצר את צעדיהם של גורמי השפעה רוסיים על דעת הקהל האמריקאית ולהגן על מרחב המידע מפעילות השפעה מאורגנת על ידי רוסיה. בין היתר, בתחילת החודש [הגיש](#) ה-FBI כתב אישום נגד סוכני השפעה רוסיים אשר עבדו עבור רשת החדשות של הקרמלין RT, וחתרו להשפיע על דעת הקהל האמריקאית דרך קבלן-משנה אמריקאי.

דו"ח ה-FBI כולל תצהיר, שכלל מסמכים שהגיעו לידי הביון האמריקאי וביניהם עדות לקשירת קשר להשפעה רוסית על דעת הקהל הישראלית ואף על קהילות יהודיות בעולם, זאת כחלק מקמפיין "דופלנגר" שעלה לכותרות בחודשים האחרונים בעולם ובישראל. זאת, לצד ניסיונות השפעה במדינות נוספות באירופה (אוקראינה, גרמניה) ובמרכז אמריקה (מקסיקו). לאחר מכן, מחלקת המדינה ומשרד האוצר האמריקאי [השיתו](#) סנקציות חדשות נגד ערוץ התקשורת הרוסי RT, והאשימו אותו בכך שהוא מהווה זרוע דה פקטו של מנגנון הביון הרוסי ("de facto" *"arm of Russia's intelligence apparatus"*) פעולות אלה ממחישות עליית מדרגה מצד הממסד האמריקאי בשר לפעולות שננקטות נגד פעילי השפעה, ובראשם רוסיה, והן מבטאות נחישות לגבי הצורך בשמירה על כללי משחק והגנה על ערכים ליברליים במרחב הדיגיטלי. הדו"ח מאיר פרטים אופרטיביים של קמפיין "דופלנגר" ומאשש חששות שהועלו בעבר לגבי [כוונות גורמים הקשורים לממשל הרוסי](#) להגביר את מאמצי ההשפעה הרוסיים בישראל. המסמכים על אודות מאמצי רוסיה מול דעת הקהל בישראל הינם חלק ממבצע ממומן ומתוזמן שנוטלים בו חלק שחקנים שיש להם קשר ישיר לקרמלין. לפי ה-FBI, הצוות שניהל את הפרויקט היה תחת פיקוחו הישיר של סגן ראש המטה של הקרמלין, סרגיי קיריינקו.

החלק שעוסק בישראל דן בתקופה שקדמה למלחמה ברצועת עזה, כאשר עיקר הפעילות הרוסית היה ניסיון לשנות את עמדת הציבור בישראל, ויתכן שדרכה את עמדת הממשלה, ביחס למלחמה באוקראינה. בנוסף ניסה הקמפיין להחליש את ישראל על רקע המתח הפנימי בה סביב ההפיכה המשפטית ולחזק את מעמדו של ראש הממשלה, בנימין נתניהו, שנחשב

בעיני הקרמלין לשותף פוטנציאלי למדיניות פרו-רוסית. בדו"ח נטען כי המצב במדינת ישראל מתאים לביצוע קמפיין השפעה משמעותי וכי הקרע בחברה הישראלית יכול לשרת את מטרותיה של רוסיה תוך השפעה על דעת הקהל בטווח זמן קצר ביותר. בנוסף מפורטים שמות של פעילים רוסים בולטים בשדה הפוליטי, אשר נדרש לעקוב אחר פעילותם ברשת.

העיתונאים אורי בלאו ומילאן צ'רני חשפו [ב"השומרים"](#) מסמכים שלא נכללו בכתב התביעה האמריקאי וביססו חשש שגוף מדינתי רוסי פעל על-מנת להשפיע על דעת הקהל הישראלית ברשתות המדיה החברתית, ואף תכנן מעורבות החיים הפוליטיים בישראל. אחד החידושים בכתבתם הוא הצבעה על החברה הערבית בישראל כחוליה חלשה העשויה להיות יעד להשפעה רוסית. כך למשל, אותר מסמך שהציע לפגוע בלכידות הפנימית בישראל באמצעות ריסוס כתובות גרפיטי פרובוקטיביות בשכונות ערביות כדרך להעלות את המתח החברתי. בנוסף, בפרסום "השומרים" נטען כי במסגרת הקמפיין הרוסי תוכנן להקים מפלגה שתפנה לקהל ישראליים דוברי רוסית. קיימת אפשרות שהמסמכים עליהם התבססה כתבת "השומרים", הודלפו על ידי הרוסים עצמם, שייתכן שמבקשים להאדיר את מאמציהם ולייצר הרתעה מפני פגיעה באינטרסים שלהם וביכולותיהם במרחב המידע.

הקמפיין כלל שימוש נרחב במדיה דיגיטלית, למשל, באמצעות מודעות ממומנות ועיצוב קריקטורות, "שיתופי פעולה" עם משפיענים ישראלים, מתחזים או אמיתיים, יצירת פורומים ברשתות חברתיות וטלגרם והקמת אתרים מזויפים שהתחזו לאתרי חדשות דוגמת ה-Washington Post, בהם פורסמו כתבות ותכנים שנועדו להיראות אמיתיים. צוות הקמפיין כלל מומחי מדיה, מודיעין וטכנולוגיה שהגיעו מחברות שהופעלו על-ידי רוסיה, ביניהן Social Design Agency (SDA). חברות אלו היו אמונות על יצירת התכנים המזויפים, הפצתם ברשתות החברתיות וניהול "דשבורדים", שעקבו אחרי תגובות הציבור. בנוסף, הצוותים כללו מומחים בפיתוח בוטים ואלגוריתמים, שנועדו להגביר את התפוצה של התכנים המזויפים ולמקד אותם בקהלי יעד ספציפיים.

מנסחי הדו"ח האמריקאי ותחקיר "השומרים" מציינים שהשפעתם של קמפיינים אלו על דעת הקהל קשה למדידה ושיתכן שבחלקם לא השפיעו באופן עמוק על דעות וגישות בקרב הבוחרים האמריקאים. ובכל זאת, משרד המשפטים האמריקאי מבקש להעניש את הגורמים המובילים את מאמצי ההשפעה הרוסיים בגין כוונתם להונות את הציבור האמריקאי על ידי הפצת מידע מטעה וכוזב, וזאת בלי קשר ישיר למידת הצלחת הקמפיין. בבסיס גישה זו, נמצאת הזכות הבסיסית שיש לאזרחים במדינה דמוקרטית למידע אמין ומלא, כאשר אלו החותרים תחת זכות זו צריכים להיענש, וזאת בלי קשר למידת ההשפעה של הקמפיין, שלא תמיד ניתנת להערכה מדויקת.

משמעויות והמלצות לישראל

חוקר מבצעי ההשפעה סובייטים ורוסיים תומאס ריד מדגיש הבדל משמעותי בין שקרים יומיומיים, שאנשים מספרים אחד לשני, לבין דיסאינפורמציה ומידע שמופץ במהלך מבצעי השפעה. בזמן ששקרים רגילים מופצים באופן אקראי, מבצעי השפעה ודיסאינפורמציה הם חלק ממאמץ מאורגן ומאחוריהם עומדים מערכים ביורוקרטיים וממסדים מודיעיניים. כדי להתמודד עם אתגרים שמציבים מבצעי השפעה, על מדינות, וישראל בכללן, להקים מערכים מקצועיים שיסייעו להגן על המרחב הדיגיטלי שלהן ויאפשרו לאזרחים לקבל מידע אמין וזמין, שעל בסיסו יתקבלו החלטות לגבי החיים הפוליטיים והציבוריים.

המידע הרב שנכלל בכתב האישום האמריקאי ומתבסס על מחקר מקיף של ה-FBI מלמד על התארגנות מדינתית מערכתית בארצות הברית אשר כמו מדינות מערביות אחרות עשויה להוות מודל עבור ישראל להתמודדות עם ניסיונות השפעה - למרות היבטי השוני המהותיים בין המדינות, הן בחומרת האיום והן בתרבות הפוליטית והאסטרטגית.

בעשור האחרון נצברו ניסיון וידע חשובים שמסייעים למדינות דמוקרטיות ליברליות להתמודד עם ניסיונות השפעה של יריבים ואויבים. נוכח מבצעי ההשפעה שאותרו בשנים האחרונות, החלה בישראל היערכות ראשונית של מענה, אולם זו מתנהלת בקצב מדוד ואיטי. כך למשל בהקשר לרוסיה, שנחשבת לאחת מהשחקניות הרציניות יותר בשדה ההשפעה, ישראל לא עשתה אף צעדים בסיסיים דוגמת עצירת פעילות רשת RT, הממשיכה לעבוד בישראל באין מפריע.

בין המאמצים המרכזיים שנדרש לקדם בישראל, וחלקם כבר נמצא בשלבים ראשוניים:

1. הכרה בהתערבות הזרה בממד הדיגיטלי, ובפרט בפעילות הרוסית, כחלק מאיום היחוס האסטרטגי על ישראל.
2. התארגנות של משרדי ממשלה, קהילת המודיעין והסייבר ומתן מענה רציף לאתגר תוך שילוב אמצעים טכנולוגיים מתקדמים לניטור מאמצי דיסאינפורמציה זרים וחיזוק שיתופי הפעולה הבינלאומיים עם מדינות המערב. התארגנות זו – בשיתוף החברה האזרחית – תסייע ביצירת תמונת מצב של קמפיינים זדוניים זרים, שמופנים נגד ישראל בשגרה ובמלחמה.
3. חקיקה ורגולציה – יישור קו עם אירופה, ארצות הברית ומדינות נוספות במערב או במזרח (אוסטרליה וטאיוואן, למשל), לאיתור מאמצי השפעה זדוניים לא-אותנטיים בפלטפורמות הדיגיטליות. הסדרת הרגולציה מול חברות אלו חיונית להתמודדות עם האתגר.
4. חברה אזרחית – חלק מרכזי במענה למבצעי השפעה זרים עוינים מתבסס על ארגוני חברה אזרחית, הן בתחום המחקר והן בתחום הפעילות שנועדה להסיר רשתות זרות מהרשת. נדרש לעודד ולחזק מענה זה, שהחסמים הטבעיים הקיימים בהתמודדות קהילת המודיעין – בעיקר בשל חשש מעיסוק בניטור השיח הציבורי הפנימי - חלים עליו פחות.
5. יידוע הציבור - מומלץ לשפר את השקיפות והמודעות הציבורית לקמפיינים זרים מסוכנים באמצעות פרסום נרחב בכלי התקשורת וברתימת משפיענים למאמץ. יש יתרון לפרסום במועד קרוב ביותר לאיתור מבצעי ההשפעה וזאת בשונה מהדו"ח האמריקאי, שפורסם יותר משנה לאחר האירועים.
6. חינוך – יש לקדם מאמצי חינוך בגילאים השונים, למודעות למאמצי השפעה זרים ועוינים ולסכנה הגלומה בהם. בחינוך טמון החיסון לחברה בישראל, ודומה שאנו נמצאים בשלבים ראשונים של התהליך זה - בניגוד למודעות הגבוהה לאיומי הסייבר, למשל.

ד"ר ורה מיכלין-שפיר היא המנהלת האקדמית במכון Sympodium לתקשורת אסטרטגית, לפני כן הייתה חוקרת ומרצה בקינגס קולג' לונדון וחוקרת במכון למחקרי ביטחון לאומי.