

רפאלה גויכמן

ב-20:00 אמסור הודעה מיוחדת לבלי התקשורת. מוזר מנים להצטרף בעמוד הפייסבוק שלי, הבריו בצהרי יום שני שעבר ראש הממשלה, בנימין נתניהו, בעמוד הטוויטר האישי שלו, ובכך יצר תקדים בקשר שלו עם הציבור: הוא הודיע ברשתות החברתיות שימסור הצהרה לתקשורת הטלוויזיונית בפריים טיים — שתשודר מפרופיל הפייסבוק שלו.

ניתן לטעון כי נתניהו, אשף ההשפעה על דעת הקהל, המציא את השיטה עוד בכהונתו הראשונה בשנות ה-90, כשהיה בין הפוליטיקאים הראשונים שהקימו אתר למשרד ממשלה, כאמצעי להפיץ מסרים תוך עקיפת התקשורת. "עכשו אתם לא תלויים בפרשנים ובתיווך של אמצעי התקשורת. אתם יכולים לשאול מה שאתם רוצים, להיות אלה שקובעים מה אתם רואים ושומעים ולהחליט בעצמכם", הבטיח אז נתניהו בסרטון הווידאו הראשון שעלה באתר.

מלבד גיחות נדירות לערוץ 20 וערוץ 9 ראש ממשלת ישראל הפסיק לפנות לציבור בתקשורת המסורתית. במקום זאת הוא מעלה מדי יום עשרות סרטונים, פוסטים וציוצים — והמעורבות הגבוהה של העוקבים משפיעה על האלגוריתמים של טוויטר, אינסטגרם ופייסבוק ומסייעת לו להדרה את מסריו — ולצבור קהלים חדשים. בשילוב ערוצי החדשות ופרסומיו בפייסבוק, מצליח נתניהו להגיע לקהל מגוון, ובפרט למבוגרים באמצעות הטלוויזיה ולצעירים ברשתות החברתיות. על פי נתונים רשמיים, הצהרת ראש הממשלה זכתה ל-45.5% רייטינג ברשת, קשת, ערוץ 10, כאן 11, ערוץ 9 וערוץ 20. במלים אחרות — כ-4.5 מיליון אנשים צפו בשידור החי של פייסבוק בטלוויזיה; ולפי המספרים בפייסבוק, צפו בשידור החי יותר מ-120 אלף גולשים. בהמשך גם עלו לעמוד קטעים ערוכים מהמסר שדר של ערוץ 20, שבהם צפו יותר מ-400 אלף גולשים.

מדובר באימפריית סושיאל. מדי יום מעביר נתניהו מסרים למיליוני עוקבים בפייסבוק, טוויטר, אינסטגרם, יוטיוב וטלגרם באמצעות עשרות חשבונות שונים, שחלקם מנהוּל במימון המדינה וחלקם נתמך במקורות שאינם שקופים. מסריו זוכים לאלפי שיתופים, עשרות אלפי לייקים ותגובות ושעור המעורבות בעמודים האישיים שלו גבוה משמעותית בהשוואה לכל פוליטיקאי אחר בישראל — ואף מנחה עם המובילים בעולם.

5 מיליון עוקבים בעמודים הפרטיים

שלוש זרועות עיקריות פועלות להפצת המסרים ברשתות החברתיות: עמודים של מפלגת הליכוד, במימון של מנהל הפלגה ותחת ניהולו של מנהל הפלגה מדיה, יונתן אורין; ועמודי ראש הממשלה, במימון משרד ראש

# אשף סושיאל בלי סמארטפון: אימפריית הניו מדריה של נתניהו נחשפת

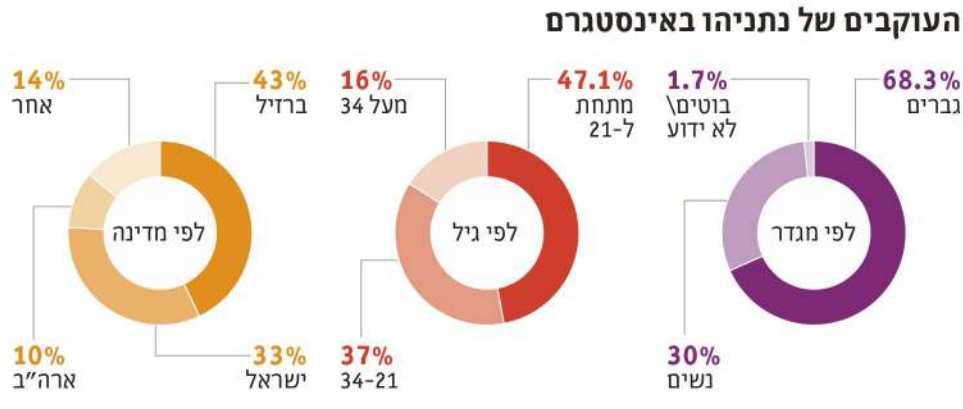
ראש הממשלה נטש את התקשורת המסורתית, אך מעלה מדי יום עשרות סרטונים, פוסטים וציוצים לחמישה מיליון עוקבים • הפעילות עולה למשרד ראש הממשלה מאות אלפי שקלים בשנה — ונראה שבעמודי הפרטיים מושקעים עוד מיליונים רבים, שמקורם לא שקוף



נתניהו בסיוור במשרדו בגוגל החדשים בתל אביב. מפגין נוכחות אינטרנטית ללא תחרות צילום: עופר וקנין

שמש יועץ ניו־מרדיה במשרד רה"מ, ואורין, בן 30. משרד ראש הממשלה מפעיל חמישה עמודי פייסבוק וטוויטר בעברית, אנגלית, ערבית, רוסית ופרסית, לצד ערוץ יוטיוב ואינסטגרם, והוא מממן קידום פוסטים באנגלית, ערבית ופרסית. ב-2017 היה תקציב הקידום 101 אלף שקל וב-2018 נחתך בכ-50% — ל-52 אלף שקל. בנוסף מעסיק המשרד שני מנהלי ניו־מרדיה, שאת עלות שכרם הוא מסרב לחשוף. הערך כה שמרנית לעלות שכר של 15 אלף בחודש בצירוף עלות הקידום מביאה אותנו לעלות של כ-244 אלף שקל בשנה לתפעול העמוד הרשמי של נתניהו.

במפלגת הליכוד סירבו להי עביר נתונים על מספר העובדים במדיה הדיגיטלית או על ההשקעה הכספית בפעילות. "בשביל ביבי, הפייסבוק זה כלי התקשורת העיקרי. הוא לא מתעסק בסטורי 'שר' קרי. ענת כהן-רודן, חוקרת ברשת — ועשויות לכלול גם רכישה של עוקבים, תגובות ולייקים. מחקר של ד"ר ענת כהן-רודן, חוקרת ברשת מהמחלקה לסוציולוגיה, למדע המדינה ולתקשורת באוניברסיטה הפתוחה, שבחן את כלל דפי הפייסבוק



מקור: אנליסט פרטי

מגיעה למיליוני שקלים". ואכן, אין ספק שהחשיפה של נתניהו בפייסבוק היא מהגבוהות בישראל, והשבונות האישיים בליכוד בכלל הרשתות החברתיות מצטרפים לכמישה מיליון עוקבים. למרות הדומיננטיות ברשת, ובניגוד לטראמפ, שמציין בעצמו את מסריו, נתניהו אין טלפון חכם מחשב להאזנות סתר. את הנוכחות הרחבה וההצלחה בפלטפורמות הדיגיטליות חייב נתניהו לשלוש יועציו הצעירים, יוצאי דובר צה"ל — שיר כהן, בת 27, שממשתת רובי רת ראש הממשלה, לוק, בן 26, שמי

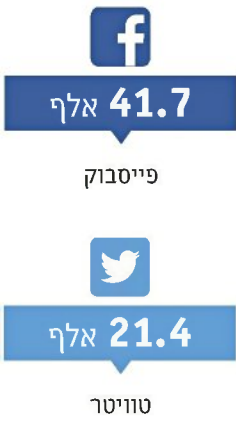
די אורין. "בניקוד לעמודי ראש הממשלה הרשמיים, לגבי העמודים הפרטיים אין שקיפות", מסביר רו קפלן, מר מחה ניו־מרדיה שניהל בעבר עמודים רשמיים של הרשות 2, הספרייה הלאומית, פרטנר ויס. "להערכתך, רק בשבוע שעבר העמוד האישי קורם על ידי מימון פוסטים בכ-10,000 שקל. ניתן להעריך שרק עלות קידום הפוסטים בפייסבוק של העמוד האישי יכולה להסתכם בכ-50 אלף שקל בחודש, שהם כחצי מיליון שקל בשנה. בחישוב מאז הקמה ב-2010 ההשקעה בקידום

הממשלה ועד לאחרונה בניהול טופו לוק — שכעת עבר לנהל את קמפיין הבחירות של נתניהו. אולם המספרים הגדולים מגיעים דווקא מהצלע השלישית — עמודי האישיים של נתניהו. בינואר 2010 הוקם עמוד הפייסבוק 'בנימין נתניהו - Benjamin Netanyahu' שכיום יש לו 2.3 מיליון עוקבים. כלשכת ראש הממשלה ובדוברות הליכוד מסרבים להבהיר מי אחראי לתפעול העמוד, כמה כסף מושקע בו והאם המימון מגיע מהתקצוב של עמודי ראש הממשלה והליכוד, אך ככל הידוע גם עמוד זה מנהל על

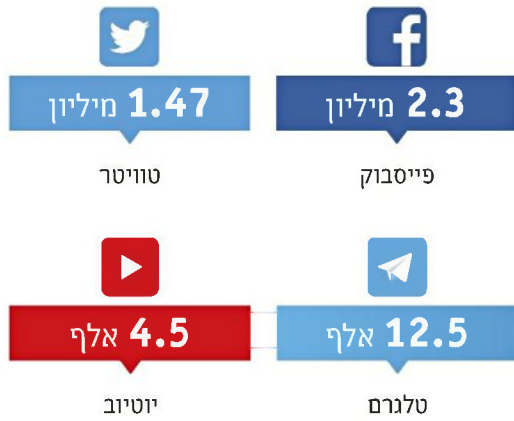


השתלט על הרשת מספר העוקבים בעמודים שמפעיל נתניהו ומנהלי הפעילות

עמודי הליכוד הרשמיים



העמודים האישיים של נתניהו

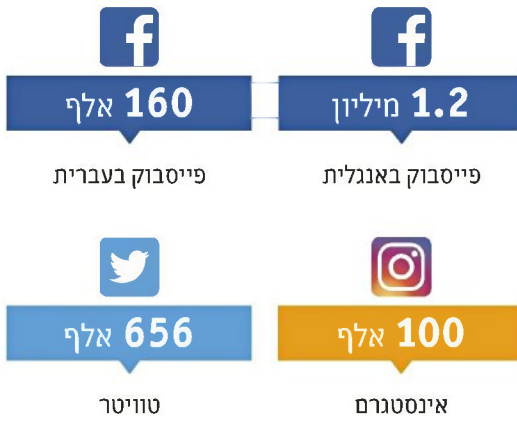


יונתן אוריך



טופז לוק \*

העמוד הרשמי של ראש הממשלה



צילומים: אוליבייה פיטוסי ופייסבוק

\*טופז עוב את המשרד לפני כשבוע

לדבריו, הפצת חרשות כזב היא אתגר של ממש במדינה קטנה, שבה על פי הנתונים האחרונים של בזק יש כ-6.6 מיליון גולשים בלבד. כל פירסום גורר בדיקת עובדות מידית, שתוצאותיה מתפרסמות תוך שעות בתקשורת המסורתית ואחריה ברשתות החברתיות. זאת בשונה מארה"ב, שיש בה יותר מ-300 מיליון גולשים שעשויים לקבל שלל מסרים מבלי לדעת את מקורם והאם הם נבדקו עובדתית. לכן הסכנה האמיתית בישראל אינה ידעיות כוזבת ממקור זר, אלא קויות המאפיינות את ההתבטאויות הפוליטיות ואת השיח הציבורי בתקופה הנוכחית. מהליכוד נמסר: "איננו מתייחסים לצוות הקמפיין. אף עור בד בקמפיין לא מנהל פעילות שקי שורה לגברת נתניהו. הליכוד לא הפעיל ולא מפעיל בוטים או יוורים אנונימיים".

דיים השונים של נתניהו, לא זכה אז הציבור בישראל לתשובה. "הצרה הגדולה ברשתות החברתיות היא המשתמשים הפיק"טיביים, שיוצרים אווירה אהרת למסרים מסויימים וכך משפיעים על דעת הקהל", אומר קפלן. לד"ר בריו מדינה זרה תתקשה להפיץ פייק ניוז בישראל, בין היתר בעקבות פרשת קיימברידג' אנלייטיקה, שטילטלה את פייסבוק והביאה לפיתוח כלים שמאפשרים למשתמשים לזהות טוב יותר את מקור המסרים שמופצים בה. אולם בחירות הקרובות בישראל יושפעו ממסרים ממקורות לגיטימיים בישראל. "העמוד האישי של יאיר לפיד מנוהל על ידי 15 מנהלים – כולם מישראל. העמוד 'ראש ממשלת ישראל' מנוהל על ידי 5 אנשים מישראל ועוד שני גורמים מחו"ל. את העמוד האישי של נתניהו, שיש לו מיליוני עוקבים, מנהלים 10 אנשים – כולם מישראל" מבהיר קפלן.

באינטרנט, ואת "חוק הפייסבוק", שמטרתו צנזור תוכן מסית ברשת. לצד הסביבה הרגולטורית הנרחבת, העוצמה שצבר נתניהו בעשור האחרון ברשתות החברתיות מאפי' שרת לו שליטה במסרים. את השייטה של חרשות כזב ניצל נתניהו כמלאו העוצמה בבחירות הקודמות, כשראה ששיעור ההצבעה בקרב תומכיו נמוך מהצפוי. האס ששלף אז כלל סרטון יוטיוב שהועלה לע"מורד הפייסבוק לצד מסרונים לאינשים שפרטיהם האישיים כבר היו בידי המפלגה, עם הטקסט הזכור: "שלטון הימין בסכנה. המצביעים הערביים נעים בכמויות אל הקל"פי. עמותות השמאל מביאות אותם באוטובוסים". את שילוב המסרונים האישיים והבליץ של קמפיין ההפחדה ברשתות החברתיות לא ניתן היה לעצור. על השאלה מדוע לא הוסר סרטון היוטיוב – שהוכח כפייק ניוז וכהפרה של כללי הפע"י לת פייסבוק וביוטיוב – מהעמוד

נתניהו סיכל השנה את תיקון חוק הבחירות, שהתמקד בשקיפות התעמולה באינטרנט, ואת חוק הפייסבוק, שנועד להגביל תוכן מסית ולא ראוי ברשת

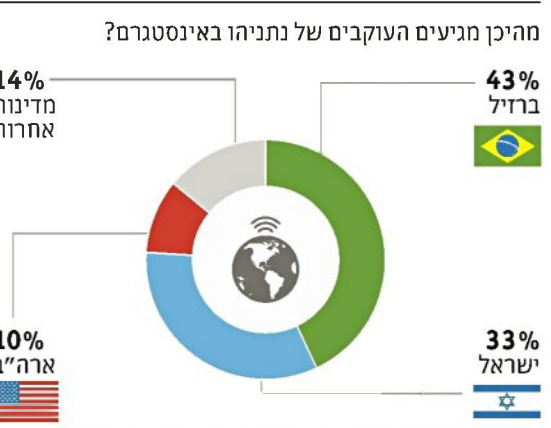
**עידן הפוסט פייק ניוז**  
הכישלון ברכישת חיבתה של התקשורת בקדנציה האחרונה, מפ"נה את נתניהו באופן טבעי למערב הפרוע האינטרנטי. נראה כי עיקר ההתערבות ברעת הקהל בבחירות 2019 דווקא לא צפוי להגיע בצורת חרשות כזב במימון ממשלות זרות, אלא יהיה תוצאה פועל של נתניהו בארבע השנים האחרונות: החלשת שומרי הסף – ובהם מבי"קרי בתקשורת המסורתית – לצד בלימת החקיקה בנושא הרשתות החברתיות. כך, ראש הממשלה סיכל השנה את הרפורמה בחוק הבחירות (דרכי תעמולה), שהתמקדה בהגדרת שקיפות תעמולת בחירות

להעיד על מניפולציה, אך מכיוון שמדובר במספרים מאד גדולים, קשה להתעלם מההשפעה הפוטנציאלית של תגובות אלה על דעת הקהל בישראל, מוסיפה בן-דוד. רכישת עוקבים ולייקים מיועדת ליצור מצג של עוצמה ופופולריות, ואין ספק שנתניהו מוביל בכך בפער עצום על מתחיריו. העמוד האישי של נתניהו זכה מאז הקמתו לביקורת לגבי מהימנות הנתונים – שהציגו אהרה גורפת בפייסבוק: בדיקה שנערכה ב-2012, כשהעמוד הפרטי החל לצבור תאוצה, הראתה כי רק 48% מעוקביו הם מישראל והיתר הם ממדינות כמו אינדונזיה, ארה"ב, מקסיקו, קולומביה ותוניס.

של חברי הכנסת ה-20 לאורך שני תיים, ברק כ-40 אלף פוסטים, 5.3 מיליון תגובות וכ-750 אלף מש"תמשים. התוצאות יכולות לשפוך אור על הדרך שעשה נתניהו כדי להגיע להיקפי הפעילות המרשימים שהוא מציג. "כ-60% מכלל המשתמשים המגיבים על פוסטים של חברי כנסת בפייסבוק מגיבים ברף של נתניהו", אומרת בן-דוד. לדבריה, בשונה מרפאים של פוליטיקאים אחרים, לעמוד של נתניהו יש את המספר הגבוה ביותר של משתמשים שמגיבים רק בעמוד שלו, ולא בעמודים אחרים, וכן של מגיבים חריפתיים. חלק משמעותי מהתגובות שמקבל נתניהו בטוויטר, פייסבוק ואינסטגרם מגיע מחו"ל. "מרבית המגיבים כותבים באנגלית, ומיביעים ברובם המוחץ אהדה בלתי מסויגת לנתניהו. זאת בניגוד לעמודים של שאר חברי הכנסת, עם 95% מגיבים בעברית. אין בכך

# לא בונה על הרוסים: כך עובדת מכונת הניו מדריה של נתניהו

מדי יום מעביר ראש הממשלה מסרים לכ-5 מיליון עוקביו ברשתות החברתיות באמצעות עשרות חשבונות שונים • הערכות: עוקבים רבים הם פיקטיביים, הפוסטים מקודמים בתשלום – והליכוד ומשרד ראש הממשלה מוציאים על המערך מיליוני שקלים בשנה • רפאלה גויכמן עמ' 2-3



ראש הממשלה בנימין נתניהו צילום: מארק ישראל סלם