

הרשתות החברתיות מנקודת מבט של הפרט

בן צור - משרת במערכת הביטחון

מבוא

עולם הרשתות החברתיות והיכולות הטכנולוגיות הרלוונטיות ועולם הביג דאטה יצרו פוטנציאל לתמורות בגיבוש תמונת המודיעין. אחד השינויים המרכזיים הוא המיקוד בעולם המידע הגלוי, האוסינט בעגה המודיעינית. רבות כבר נכתב ונאמר על הנטייה של עולם המודיעין להעדיף את העיסוק במידע המגיע ממקורות חשאים - יומינטיים, סיגינטיים (קלסיים או מבוססי סיבר), או מקורות ויזינטיים. אולם הרשתות החברתיות, והשימוש בכלים טכנולוגיים לניתוח ביג דאטה, צריכים לעורר מחדש את הדיון על המשקל הניתן לאוסינט. השינוי נובע לא רק מפיתוח כלים טכנולוגיים חדשים, מתקדמים ומשוכללים ככל שיהיו. אלא גם, ואולי בעיקר, מהשינויים התרבותיים שהכניסו הרשתות החברתיות (והכלים הטכנולוגיים הרלוונטיים) לעולמנו.

במאמר זה אני מבקש להתמקד דווקא בהשפעות הנוגעות למודיעין העוסק בפרט, באדם הבודד, בין אם מדובר במנהיג (לאומי, ארגוני, עסקי או אחר) ובין אם באדם מן השורה. יודגש כי אין בכך כדי להמעיט מחשיבותן של הרשתות החברתיות וטכנולוגיות הביג דאטה בכל הנוגע למודיעין הרלוונטי לציבור הרחב - 'הסנטימנט הציבורי', ויעיד על כך תפקידן המרכזי של הרשתות החברתיות באירועי כיכר תחריר ב־2011, ותפקידה של רשת האינסטגרם במחאה הציבורית באיראן בינואר 2018.

תחת הכותרת '**הפרט במרכז**', אסמן תחילה כמה תחומים שבהם חל שינוי חברתי תרבותי, בשל האופן שבו הרשתות משפיעות על הפרט. לאחר מכן, אעסוק באופן שבו עולם הרשתות משקף מתוכו את הפרט, באופן הרלוונטי לעולם התוכן והמשימה המודיעינית.

העצמת מקומו של הפרט

עולם הרשתות החברתיות שם את הפרט, חוויותיו ועמדותיו, במרכז. אין הכוונה רק לאוחזים במעמד הנהגתי - ציבורי או רשמי, אלא גם לאזרח הפשוט. הרשתות החברתיות נותנות לכל אדם את האפשרות להביע עמדה, ליצור קשרים חברתיים או מקצועיים בצורה פשוטה ומהירה, ומעבר לכך - גם להחצין את עצם קיומם.

קשר מנהיג-אזרח

הרשתות החברתיות משפיעות לא רק על האזרח אלא גם על דרג ההנהגה. ראשית, ההרגל המתפתח לקצב עדכון ותגובה מהירים, מחד גיסא, ופשטות השימוש מאידך גיסא, מביאים גם את המנהיגים להשתמש ברשתות החברתיות, ככלי לקשר ישיר ומהיר עם קהל היעד שלהם. יתרה מזו: דווקא עבור המנהיגים, הרשתות החברתיות מהוות כלי יעיל המאפשר להם "לדלג" מעל כלי

התקשורת המסורתיים, היישר אל קהל היעד שלהם, ולהעביר אליהם מסרים באופן ישיר, ללא תיווך כלל או עם תיווך מינימלי (ניתן לשער שתהליך הבקרה והבחיינה שעוברים נאום או הצהרה מתוכננת לתקשורת, קפדניים הרבה יותר מאלו שעובר ציוץ בטוויטר), וללא שאלות קשות מצד מראיינים נחושים.

זמינות הכלים הטכנולוגיים ונגישותם

הכלים הטכנולוגיים המשמשים אותנו לצורך תקשורת (שידור או קליטה) ברשתות החברתיות, פשוטים לשימוש, זולים יחסית, וזמינים לרשותנו 24 שעות ביממה. אדם המעוניין לפרסם מידע כלשהו על אודות עצמו או על אודות סביבתו, יכול לעשות זאת כמעט מכל מקום, בכל עת, בעלות אפסית, ובצורה פשוטה ונוחה. יתרה מזו, זמינות הכלים מעודדת את הפרט להגיב, לשתף ולהשתתף, ובאופן כללי – להיות פעיל ברשת. הכלי הטכנולוגי הבסיסי העומד לרשותנו – הטלפון החכם – מהווה למעשה סוכנות תקשורת בין-תחומית, הכוללת אפשרויות תיעוד ושידור איכותיות של אודיו, ויזו וטקסט.

יתור על הפרטיות

כמה פעמים לחצתם על הכפתור 'מאשר' כאשר במהלך התקנת יישומון כלשהו התבקשתם לאפשר לו נגישות למיקומכם ולקבצים שעל הטלפון החכם שלכם? כמה פעמים מילאתם שאלון פרטים אישיים כזה או אחר במהלך ההרשמה לקבלת שירות ממוכן (חינמי בדרך כלל) כזה או אחר? כמה פעמים חלקתם עם חברים הווירטואליים תמונות אישיות, חוויות שעברתם ואף תוכניות עתידיות? החוויה הדיגיטלית מרגילה אותנו לוותר על מרכיבים רבים של פרטיות, החל במידע אישי עלינו וכלה בהשפעה ושליטה על פעולותינו ורכושנו. דוגמה לכך ניתן למצוא בהודאה הרשמית של חברת "אפל", שלפיה היא מאטה בכוונה את פעולת מערכות ההפעלה במכשירי אייפון מדגמים ישנים. האם היינו מסכימים, לדוגמה, שיצרן הרכב שלנו יקטין, ביוזמתו, את המהירות של רכבנו בכל שנה שעוברת? או לחילופין, יהיה זה שישלוט באופן יזום על הגידול בצריכת הדלק של הרכב? החוויה הדיגיטלית 'מרגילה' ומעודדת אותנו לוותר על הפרטיות שלנו בשני מישורים - גם למסור מידע על עצמנו ועל הסובבים אותנו, וגם לתת לגורמים אחרים (חברות מסחריות, טכנולוגיה) לשלוט ולהשפיע על רכושנו והתנהגותנו.

העולם המסחרי כרוז ומעצים תהליכים

העולם המסחרי, בדגש על זה הפרסומי-שיווקי, הוא צרכן מרכזי של מידע על אודות אורחות חיינו ומאפייני התנהגותנו, כדי להטיב ולשווק לנו מוצרים ושירותים שונים ומגוונים. מגמה מרכזית בעולם תוכן זה, היא פרסום ושיווק ממוקדים לכל פרט או פלח אוכלוסייה ספציפי, באופן התואם בצורה מדויקת ככל האפשר את התנהגותו וצרכיו. בשל כך מושקעים כיום מאמצים רבים ומגוונים בשוק זה, בפיתוח כלים טכנולוגיים, בעיקר מעולם הביג דאטה וה-machine learning, שתפקידם, מחד גיסא, לייצר מידע רלוונטי, ומאידך גיסא לצלוח את ים המידע שאותו אנו מייצרים ולזקק מתוכו, באופן ממוכן, תובנות ואפיונים על אודות הפרט. בשל הפוטנציאל המסחרי הגדול הטמון בשימוש ברשתות חברתיות, כמקור מידע על אודותינו,

לחברות מסחריות יש עניין רב להעצים ולרז את השינויים התרבותיים שצוינו לעיל. כלומר, להעמיד את הפרט במרכז, 'למשוך' אותו לשימוש גובר ברשתות החברתיות, תוך שהוא חולק כמה שיותר מידע אישי על אודותיו. לשם כך הן נוקטות מגוון רחב של אמצעים שיווקיים, מוצלחים למדי יש להודות, כדי להעמיק ולהרחיב את השימוש של הפרט ברשתות, ולעודד אותו לחלוק כמה שיותר פרטי מידע. נוצר מצב שבו גם אנשים שאינם חפצים בחשיפה עצמית ברשתות מתקשים להימנע מכך, בין אם משום שזוהי זירת שיח מרכזית עבור הסובבים אותם ועל כן גם הם נאלצים להשתמש בה, ובין אם דרך מעגל שני – בני משפחה וחברים המעלים לרשת תמונות, חולקים חוויות משותפות וכדומה.

כדי להפיק את מרב הפוטנציאל מהרשתות החברתיות, חברות מסחריות מפעילות שרשרת ערך שלמה הכוללת ייצור מידע רב (חיוויים כאלו ואחרים, אגירתו ועיבודו, בין אם בעצמן ובין אם על ידי מכירתו לחברות אחרות). לא בכדי שרשרת זו מזכירה את תהליך ייצור המודיעין, כאשר בשני המקרים התוצר הסופי הוא ידע מעובד על אודות פרט או קבוצה ספציפית.

השלכות לעולם המודיעין

כעת, לאחר שסקרתי בקצרה כמה שינויים תרבותיים נגזרים מעולם הרשתות החברתיות על התנהלות הפרט, אראה כיצד הם משפיעים על עולם התוכן המודיעיני. כאמור, עבודה זו מתמקדת באיסוף המודיעין על הפרט או על קבוצה מצומצמת ולא על הציבור הרחב. אין הכוונה לפרט הפועל כל כולו בעולם החשאי, דוגמת פעיל טרור מובהק שכל מעגל חייו ועיסוקיו נעים סביב העולם החשאי, ועל כן פחות סביר שנמצא מופעים שלו ברשתות חברתיות. במאמר זה אתמקד בכמה טיפוסים:

- **דמות המנהיג** - מי שמייצר או מייצג מדיניות של ארגון, חברה או מדינה כלשהי.
- **"הפעיל הדואלי"** - מי שפועל במקביל הן בעולם החשאי והן בעולם הגלוי - דוגמת אנשי אקדמיה או אנשי עסקים העוסקים גם בפעילות אסורה.
- **"הפעיל הלגיטימי"** - מי שעובד במקום עבודה לגיטימי לכאורה, אך מהווה מוקד עניין מודיעיני.

הטענה המרכזית היא שעידן הרשתות החברתיות מאפשר לנו להתמקד בפרט, ולקבל על אודותיו מודיעין רב ורלוונטי במנעד שנע החל ממודיעין למבצע (מל"ם) וכלה במודיעין כוונות, עד כדי מודיעין אסטרטגי. מידע זה כולל מיפוי אפיון שגרת חייו (סדר יום, תנועות, מקומות שאליהם הוא מגיע), עיסוקו, מערך דעותיו ואמונותיו, מעגל הסובבים אותו (משפחה, חברים אישיים ומעגלים תעסוקתיים/מקצועיים) ופעילותו המקצועית (מסחרית/מחקרית/אחרת). כל זאת, מול שלל גורמים בעלי רלוונטיות גבוהה לצי"ח, וללא שימוש בפעילות מודיעינית חשאית.

**עידן הרשתות
החברתיות מאפשר
לנו להתמקד בפרט,
ולקבל על אודותיו
מודיעין רב ורלוונטי
במנעד שנע החל
במודיעין למבצע
(מל"ם) וכלה במודיעין
כוונות, עד כדי מודיעין
אסטרטגי**

הצפה ואפיון אישי (profiling) - מל"ם פרט

עבור משימות מודיעיניות הנוגעות באדם הבודד ישנה חשיבות רבה למידע אישי על אודותיו. משימות אלו רלוונטיות לא רק עבור פעילי טרור מובהקים, אלא גם ביחס לכל אחד מארבעת סוגי הטיפוסים לעיל (מנהיג, הפעיל הדואלי, פעיל לגיטימי ומזדמן). משימות מסוג זה דורשות, בראש ובראשונה, מל"ם פרטני על אודות האובייקט – תנועותיו, מקומות בהם שוהה או מבקר, סדר יומו, אמצעי התקשורת בשימוש, מעגל הסובבים אותו ועוד. כיוון שהרשתות החברתיות משמשות כיום גם כלי עבודה כמעט לכל מי שעיסוקו נוגע בקשר עם אנשים אחרים (גורמי מסחר, אקדמיה ומחקר, וגם ככלי חברתי), הן מקור ראשוני למידע בסיסי על אודות הפרט. דוגמה מעניינת לסוג הנתונים שניתן לחלץ מאופי השימוש ברשתות חברתיות, ניתן למצוא במחקר שפרסם לאחרונה ד"ר Till Roenneberg מאוניברסיטת מינכן. מחקרו עסק בפיתוח מתודה למחקר מחזורי שינה/ערות של אנשים, באמצעות ניתוח שעות הפעילות שלהם ברשת חברתית. הדוגמה אותה הוא בחר, היא ניתוח של כ-12,000 ציורי טוויטר בחשבוננו של נשיא ארצות הברית, דונלד טראמפ, מדצמבר 2014 ועד מרס 2017. הניתוח עסק בשעות שבהן בוצע הציוף, בהצלבה עם המכשיר ממנו בוצע הציוף, ואפשר לו לאפיין אילו ציורים בוצעו, כנראה על ידי טראמפ עצמו, ואילו על ידי אנשי הצוות שלו, איזה מכשיר משמש, כנראה, את טראמפ עצמו ומהן שעות השינה/ערות של טראמפ.¹ כך, למשל, המחקר גילה כי הנשיא ישן בלילה יותר מאשר הודה.

אפיון מקצועי - רשתות פעילות ונושאי עיסוק

הרשתות החברתיות משמשות ליצירת קשרים חברתיים ועסקיים בין גורמים שונים. גם כאן, מעקב אחרי הרשתות שבהן האדם פעיל או חבר מאפשר למפות את מעגלי הפעילות שלו ואת נושאי העיסוק שלו, לא רק לניתוח מאפיינים אישיים שלו, אלא גם לניתוח מתווי פעילות, רשתות עבודה מקצועיות, נושאי עיסוק (בחלוקה למעגלי פעילות) ועוד - מגוון מודיעין הרלוונטי לא רק לצורכי מל"ם, אלא גם לפתרון סוגיות ושאלות מודיעיניות מחקריות, דוגמת מעגלי פעילות מקצועיים, תחומי פעילות ועוד.

כוונות ומגמות

תפוצתן הרחבה של הרשתות החברתיות, זמינותן, ובעיקר היכולת להגיע דרכן ישירות לקהל היעד, ללא צורך במנגנוני סינון ותיווך, הפכו אותן לכלי משמעותי להפצת עמדות. בכך הן מאפשרות צוהר למנעד רחב של מודיעין הנוגע בכוונות, מגמות ועמדות. הרשתות החברתיות משמשות כלי משמעותי עבור מנהיגים ממגוון סוגים - ראשי מדינות (גם אם, בשלב זה, בעיקר בעולם המערבי), פוליטיקאים, פעילים חברתיים וגורמים עסקיים. רשתות אלו מאפשרות למנהיגים להתבטא באופן ישיר, וסמוך להתרחשויות. בכך, הרשתות מהוות צוהר חשוב לניתוח מדיניות ועמדות אסטרטגיות של אותם אנשים.

חשיבותו של צוהר זה בכך שהוא משמש כלי ישיר לתגובה מהירה ואינו מצריך את מי שבוחר

1 Roenneberg, T. Twitter as a means to study temporal behavior, Current Biology, Volume 27, Issue 17, September 17
<https://www.haaretz.co.il/news/world/america/1.4443106>

להתבטא באמצעותו לעבור מנגנוני סינון. כך, כדי ללמוד על מדיניותו של מנהיג מסוים, איננו צריכים להמתין רק להתבטאויות רשמיות וממוסדות (נאומים, הצהרות, ראיונות ומסיבות עיתונאים), אשר מטבע הדברים עוברות תהליכי סינון ובקרה שעשויים לעמעם את המסר המקורי. לפעמים, המנהיג מעוניין להגיב בסמיכות לזמן האירועים, וכך אנו מקבלים צוהר המאפשר ניטור וניתוח של מדיניותו.

מידע התרעתי

סוג נוסף של מידע על אודות כוונות יכול להתקבל גם במישור הטקטי-התרעתי. לא אחת בעידן טרור היחידים/השראה, ישנם מקרים שבהם המפגע המיועד מתבטא ברשת החברתית באופן אינדוקטיבי טרם מימוש הפיגוע. כך, לדוגמה, רוצחה של הילדה הלל אריאל, העלה ימים אחדים לפני הפיגוע פוסט לפייסבוק ובו כתב כי "המוות הוא זכות"². הרשת החברתית, שבמקרים רבים היוותה את הפלטפורמה שדרכה מתבצע תהליך ההסתה והדרדור לטרור, מהווה עבור פעילים אלו גם במה למנוף את הפיגוע, להצהיר על מעשיהם ועל נכונותם להקרבה.

סיכום

הרשתות החברתיות מגבירות את חשיבותו של המודיעין ממקורות גלויים, זה שהשגתו אינה כרוכה בפעילות מודיעינית חשאית. זאת, בעידן שבו הפרט מקבל משנה חשיבות (תהליך שגם הוא מתעצם בהקשר הרשתות החברתיות). המידע שמקורו ברשתות חברתיות רלוונטי למגוון טיפוסים המהווים מוקד עניין מודיעיני, ומאפשר איסוף במנעד רחב של מודיעין – החל במל"ם אישי וכלה במידע הרלוונטי לניתוח כוונות, מדיניות ואסטרטגיה.