



הצעה למתודולוגיה של האוסינט - ביצוע מחקר מתקדם של כלל מתודולוגיות המידע הגלוי

רס"ן (מיל") ש"כ - משרת באמ"ן

תיאור הבעיה: מאז מהפכת המידע שהנגישה אותנו להמונים עומד חוקר המודיעין בפני שפע של בעיות וקשיים הקשורים למתודולוגיה של מחקר המודיעין:

השכלה רלוונטית: חוקרי המודיעין באים לרוב מעולמות התוכן של נושאי המחקר שלהם (לימודי המזרח התיכון, מדעי המדינה, הנדסה ואולי עוד כמה תארים ממדעי הרוח, למשל שפה וספרות ערבית). ברם, מחקר של רשתות חברתיות הוא בראש ובראשונה מחקר של חברות והדיסציפלינה הנדרשת היא תואר רלוונטי במדעי הסוציולוגיה או האנתרופולוגיה. יתרה מזאת: עד לאחרונה לא הייתה לחוקרי המודיעין השכלה פורמלית רלוונטית (אפילו ברמת קורסים) של רשתות חברתיות, כיצד אלו מתנהגות, אילו מאפיינים יש לכל רשת וכולי, וגם כיום עדין לרובם חסר ידע בתחום זה.

שיטה לאיסוף מידע: זו בעיה עוד יותר גדולה. בעבר, הגדרת מושאי האיסוף הייתה פשוטה יחסית והתבססה על קביעת מדרגי האיום בתוך יעד האיסוף, למשל, בתוך סוריה היינו מעוניינים לאסוף מידע על בשאר אסד, על סביבתו, צבאו ועוד. במחקר חברתי, ניתן להגדיר מיהו יעד האיסוף, למשל העם באיראן, אולם עוד יותר קשה להגדיר מהי שיטת האיסוף: מי קובע מהם הכלים לאיסוף, כיצד מפעילים אותם, מהי התדירות ומי קובע כמה מפעילים אותם.

עיבוד המידע: בהנחה שאיסוף המידע בוצע כמו שצריך, מהי המתודה שבה נכון להשתמש למח-קר? האם יש צורך לפתח ולאמץ כלים נוספים מעבר לקיימים? למשל, דדוקציה הפוכה וכולי.

הסקת מסקנות: כיצד יש להניח יסודות להפיכת המידע לידע? כיצד נקבע מהן המסקנות הרל-וונטיות? הרי רשתות חברתיות נזילות במהותן. כיצד ניתן משקל לידע שצברנו? האם המשקל הזה עקבי או משתנה?

בשורה התחתונה: ביצוע מחקר מודיעיני בכל הקשור למידע גלוי הוא קשה ומאתגר את כלל הכי-שורים והידע הנדרשים לבצע מחקר זה, החל בהשכלתו של החוקר ועד יכולתו להסיק מידע רלוונ-טי ממידע רב שנאסף.

להלן הצעתי:

הנחות יסוד: לכל מידע גלוי צריך להיות משקל כמו למידע אחר. נניח שהתקבל מידע מרשת חברתית שמצביע על שביעות רצון ממדיניות הממשלה, ובמקביל, מכמה רשתות חברתיות אחרות מתקבלות ידיעות על חוסר שביעות רצון. כיצד נשווה מידע זה לאחר וכיצד ניתן לו משקל בביצוע הערכתנו? בשלב הראשון ראוי לתת לכל מידע אותו משקל. בעבר, כל מידע נשקל לאור מידת

רגישותו, אמינותו וכולי, אבל קשה לבחון באמות מידה אלה מידע המתקבל מרשתות חברתיות.

- **חשיבות הנרטיב:** כדי להבין את המידע ברשתות החברתיות חשוב להבין את הנרטיב, קרי את הסיפור המשותף של חברי הקהילה. ככל שגוברת שכיחות המידע הנגזר מנרטיב מסוים, כך מתחזק הצורך לייחס לו חשיבות בהבנת המציאות. המדיה החברתית היא בעלת ערך רב בזיהוי הנרטיב וכלי לעקוב אחר התפתחותו ואחר מידת הדבקות של הציבור בו. אין "מידע מנצח" - בניגוד לעבר שבו הסתמכנו על מקורות רגישים ונתנו להם גם משקל בהתאם (או התעלמנו...) קשה יותר למצוא במידע הגלוי ידיעה מנצחת. אין מידע רגיש וסודי שעצם ידיעתו הופכת את הערכת המודיעין ("ידיעת זהב").

- **השכלה:** מן הראוי שאמ"ן יקלוט לתוכו, בצורה מוכוונת, גם בוגרי אנתרופולוגיה וסוציולוגיה שזה עיסוקם והשכלתם. מומלץ ליצור מסלול משולב של מזרח תיכון ואנתרופולוגיה. במקביל, יש להעמיק את לימוד הרשתות החברתיות: הן כחלק מקורסים כלליים והן בקורסים ייעודיים.

- **המשגת המערכה המודיעינית כבסיס לתעודון איסוף המידע:** יש להגדיר מהו היעד האיסופי ומה מטרתו. כך, למשל, ניתן להגדיר, כי העם באיראן הוא יעד למחקר ושאלות המחקר המרכזיות הן: מהם הלכי הרוח המרכזיים בעם האירני, האם ניתן להצביע על מגמות ושינויים וכן, האם ניתן לומר מהי מידת אמונתו של העם האירני במנהיג העליון. לאחר שקבענו את יעדי האיסוף (לפחות באופן חלקי כדי שנוכל לספק צי"ח ליחידות האיסוף), נגיש לברר כיצד נאסוף את המידע.

- **ראשית נתחיל בבירור כמותי:** מהי הנגישות לאינטרנט באיראן? כמה אנשים מחזיקים בטל-פון סלולרי? מהי מידת הכיסוי (בעיקר של רשתות מתקדמות)? האם אנשים מחזיקים יותר מטלפון אחד? מהי הנגישות למחשבים נייחים? כמה עיתונים יש באיראן? כמה מהם נמכרים באופן קשיח ובאילו כמויות? כמה מהם נקראים און ליין ועל ידי איזו אוכלוסייה? מהן הרשתות החברתיות המרכזיות באיראן? כמה אנשים משתמשים בהן? המטרה של שאלות אלו ליצור מסד נתונים רלוונטי ככל האפשר על קהל היעד שעליו אנחנו אוספים מידע, לאיזה מידע הוא נחשף, באילו מקומות ועוד.

- לאחר מכן, ניתן לבחור בשיטות האיסוף ממקורות גלויים:

- מעקב תמידי אחר המתפרסם ברשתות החברתיות שקבענו כי הן במוקד האיסוף שלנו.

- מעקב אחר עיתונים וטלוויזיה – ימשיך כסדרו.

- שימוש במחקרי און ליין – למשל, שיטת מיקור ההמונים או המודיעין הנחילי, אבל אפשר גם ליישם שיטות פשוטות יותר כמו מעקב אחרי אינסטנט סקרים.

- ביצוע מחקרי רשת באמצעות איסוף כמותי של נתונים: כמה גולשים ציינו בנושא מסוים, עשו "לייק" בפייסבוק, פתיחת חשבון או סגירת חשבון, שעות פעילות, מציאת מעצבי דעת קהל וכן, לנסות ולמצוא חריגות ברשת או במילים אחרות, מי מפעיל רובטים להשפעה על דעת קהל.

- ניתוח מילולי: כמה אנשים השתמשו באותם ביטויים, מהם הביטויים הרווחים בשיח וכולי.
- **עיבוד המידע:** זהו, כאמור, החלק הבעייתי ביותר. כיצד ניתן לעבד כל כך הרבה מידע, להחליט מה רלוונטי ומה לא, למה יש יותר משקל ולמה פחות. להלן העקרונות לביצוע העיבוד:
 - הכרת הרשתות החברתיות שבהן אני עוסק כחוקר: כמה זמן משאירים ציוץ בטוויטר? איזה מידע טוויטר אוסף על מי שנרשם אליו? האם ניתן להגיע לעוד מידע? וכולי. מטרת המחקר תהיה להציג את התוצאות הבאות (הצעה אפשרית):
 - מהו הנרטיב הקיים במדינת היעד?
 - הצבעה על מגמות והלכי רוח.
 - האם קיימים מעצבי דעת קהל ומיהם?
 - מהם הנושאים המרכזיים שבהם דנים האנשים?
 - האם יש קריאות לפעולה בקשר לנושאים הנחקרים? למשל, האם קיימות קריאות להפגנות?
 - האם קיימות קריאה למחות נגד גוף ממשלתי בצורה כזאת או אחרת?
 - הכרת המידע הגלוי האחר: מיהם העיתונאים, ערוצי הטלוויזיה, איפה מפרסמים, מי הבעלים וכולי. חשוב מכך, ניתוח כמותי של מילים במאמרי המערכת ועוד. אומנם מדובר במידע גלוי כמיטב המסורת שאנו מכירים, אבל צריך לזכור כי מרבית המנהיגים בעולם הערבי והמוסלמי מדברים בגלוי לרוב ולא לתוך מפלגתם או לאנשי ציבור ספציפיים.
 - יצירת ידע ממידע על ידי שימוש בניתוח כמותי ואיכותני: קיימות היום בשוק מספיק מערכות שנותנות מידע כמותי כמו, למשל, כמות פרסומים, מיקום של אנשים, שעות עבודה, מתי נעשה לייק ועל ידי מי, מערכות קשרים בין אנשים ועוד. מידע זה הוא מידע כמותי שניתן להופכו לידע. כך, למשל, בניתוח פעילויות של קבוצות, ארגונים ואף יחידים, ניתן לומר הרבה על סדר היום שלהם, מתי מפרסמים, מי עושה לייק, כמות תמיכה, מילים חיוביות, מילים שליליות על הפרסום ועוד. מכאן, שניתן לגזור על אודות מידת פופולריות של קבוצות ואנשים, על אודות מידת אפקטיביות של פרסומים ברשתות החברתיות וכולי. כיצד נכניס מידע איכותני? מידע זה יתבסס על הערכה כפי שלמדנו לעבד, אולם גם כאן מן הראוי לחשוב על מדדים נוספים כמו קבוצות מיקוד, סקרים יזומים ועוד.
- לסיכום, נושא המידע הגלוי תפס בעשור האחרון תאוצה רבה ומייצר לחוקר המודיעין כמויות מידע אדירות שמוסיפות כבר על המידע הקיים. בשעה שפלטפורמות האיסוף השתפרו לאין ערוך, יכר לות המחקר והעיבוד נשארו מאחור ובהן עלינו להתרכז. ההצעה לעיל מתבססת על ניסיוני במחקר אך גם על ניסיוני בשוק האזרחי בהפעלתו וטיובו של מידע ממערכות טכנולוגיות שאוספות מידע גלוי בצורה ממוחשבת.