

מילון מושגים – השפעה פסולה

הבחירות לכנסת ה-26

נוסח מעודכן נכון ל-4 בספטמבר 2026

מושגי יסוד

- 1 השפעה פסולה** – פעילות מכוונת המבקשת לעצב, להטות או לשבש את השיח הציבורי באמצעות מניפולציה, הסוואה או הטעיה, באופן שעלול לפגוע ביכולת הציבור לגבש עמדה חופשית ומידועת.
- 2 השפעה זדונית זרה (בקיצור: השפעה זרה)** – מאמץ מכוון ומתואם של גורם זר – מדינתי או לא-מדינתי – במישרין או באמצעות שלוחים, לעצב את דעת הקהל, את השיח הציבורי או את הבחירות בישראל לשם קידום יעדיו, תוך הסתרת המקור, הזיקה או המימון הזר ושימוש באמצעים חשאיים, מניפולטיביים או מטעים. מטרותיו עשויות להיות, בין היתר, הטיית הבחירות או שיבושן, העמקת שסעים וקיטוב, ערעור האמון במוסדות המדינה או פגיעה ביכולת הציבור לקבל החלטה חופשית ומידועת.

סוגי מידע בעייתי

- 3 מידע כוזב או מטעה** – מונח כללי למידע שאינו נכון או למידע אמיתי המוצג באופן שעלול ליצור רושם שגוי – למשל באמצעות הוצאה מהקשר, עריכה או הצגה מטעה. השימוש במונח אינו מחייב לקבוע מה הייתה כוונת המפיץ. המושגים דיסאינפורמציה, מיסאינפורמציה ומאל-אינפורמציה משמשים להבחנות מקצועיות מפורטות יותר (ראו בהמשך).
- 4 דיסאינפורמציה** – מידע כוזב שמופץ ביוזעין ובכוונה להטעות, לפגוע או להשפיע – כשהמפיץ יודע שהמידע אינו נכון. בשיח היומיומי מכנים לעיתים מידע כזה גם „פייק ניוז” או „חדשות כזב”, אף שהמונחים אינם זהים לחלוטין.
- 5 מיסאינפורמציה** – מידע שגוי שמופץ בתום לב, בלי כוונה להטעות – למשל, אדם ששיתף מידע שהאמין שהוא נכון, אך הוא אינו נכון. ההבדל מדיסאינפורמציה הוא בכוונת המפיץ.
- 6 מאל-אינפורמציה** – מידע אמיתי שנעשה בו שימוש מטעה או מזיק – למשל באמצעות הוצאה מהקשר, הצגה סלקטיבית או שימוש באופן שמסלק את משמעותו. העובדות עצמן נכונות, אך אופן השימוש בהן עלול להטעות או לגרום נזק.

שחקנים וסוגי חשבונות

- 7 בוטים** – חשבונות ברשת שפעילותם מופעלת במלואה או בחלקה באופן אוטומטי באמצעות תוכנה. ברשתות השפעה ניתן להשתמש בהם כדי להפיץ מסרים, לשתף ולהגיב בהיקף גדול ובמהירות, ובכך לייצר אשליה או ניפוח של פעילות.
- 8 טרולים** – משתמשים אנושיים שמפרסמים בכוונה תוכן פרובוקטיבי או פוגעני כדי להצית מריבות, להתיש יריבים ולשבש את השיח.
- 9 חשבון בזהות בדויה (בובת גרב / Sockpuppet)** – חשבון המציג זהות בדויה ונועד להיראות כמשתמש עצמאי, בעוד שבפועל הוא מופעל בידי אדם או גוף המסתירים את הקשר אליו. חשבון כזה אינו בהכרח מתחזה לאדם מסוים.
- 10 התחזות** – הצגה כוזבת של אדם, חשבון או גורם כאילו הוא אדם, גוף או מקור אחר, כדי לגרום לציבור להאמין שמדובר במקור האמיתי.

שיטות מניפולציה

- 11 התנהגות לא-אותנטית מתואמת (CIB)** – פעילות מתואמת של כמה חשבונות הפועלים יחד באופן שמסתיר את הקשר או התיאום ביניהם, כדי לייצר מצג של תמיכה רחבה, ויכוח ספונטני או פעילות עצמאית. הפעילות יכולה לכלול סוגים שונים של חשבונות – בוטים, חשבונות בזהות בדויה וגם משתמשים אותנטיים. הבעיה אינה בהכרח במה שנאמר, אלא בהסתרת התיאום וביצירת מצג מטעה לגבי היקף הפעילות, מקורה או אופייה.
- 12 הלבנת מידע (Information Laundering)** – תהליך שבו מידע או נרטיב שמקורם בגורם לא-אמין, מוסווה או בעל אינטרס עוברים דרך שרשרת של אתרים, „מומחים”, משפיענים או גורמי תיווך אחרים, עד שמקורם הראשוני מיטשטש והם עלולים להיראות אמין או אותנטיים יותר.
- 13 פרסום מוסווה** – קידום בתשלום או בתמורה אחרת של מסר פוליטי או תעמולת בחירות, שמוצג כאילו הוא דעה אישית ואותנטית, בלי לגלות שמישהו שילם או נתן תמורה עבור פרסומו. כך הציבור עלול לחשוב שמדובר בהמלצה או עמדה כנה, כשבפועל מדובר בתוכן ממומן או מתוגמל.

סוגי תוכן

14 דיפ־פייק (Deepfake) – תוכן חזותי או קולי שנוצר או שונה באמצעות בינה מלאכותית ויוצר מצג משכנע אך כוזב, כאילו אדם אמר או עשה דבר שלא התרחש או כאילו אירוע תועד במציאות. הוא עלול להטעות כאשר הוא מוצג כתיעוד אמיתי ללא גילוי ברור.

הערה בחוק הבחירות (דרכי תעמולה) נקבע, ביחס לתעמולת בחירות, המונח „נחזות עמוקה”. המונח אינו זהה לדיפ־פייק והוא רחב ממנו בהיבטים מסוימים: הוא כולל תוכן חזותי או קולי העשוי להיחזות כתיעוד מקורי, אף שנוצר באמצעי דיגיטלי או נערך באמצעותו באופן ששינה אותו שינוי מהותי. ההגדרה המשפטית אינה תלויה בכוונה להטעות. כאשר תעמולת בחירות היא „נחזות עמוקה”, חובה לצרף לה גילוי ברור ובולט כי התוכן לא תועד במקור.

15 Cheap fake – תמונה, סרטון או קטע קול אמיתיים שנערכו, הוצאו מהקשרם או הוצגו באופן מטעה באמצעות כלים פשוטים – למשל האטה, חיתוך, עריכה בסיסית או תיוג מטעה – באופן שיוצר מצג שגוי או מטעה.

16 תוכן סינתטי – טקסט, תמונה, קטע קול או סרטון שנוצרו במלואם או בחלקם באמצעות בינה מלאכותית. תוכן כזה משמש למגוון מטרות, רובן לגיטימיות, ועצם השימוש בו אינו מעיד בהכרח על הטעיה.

השפעות מערכתיות והתמודדות

17 תיבת תהודה (Echo Chamber) – מצב שבו אדם נחשף שוב ושוב בעיקר לדעות ולמסרים הדומים לאלה שהוא כבר מחזיק בהם, וכך הם עשויים להיתפס כנפוצים או מוסכמים יותר מכפי שהם בפועל. מערכות המלצה ותוכן מותאם אישית עשויות לתרום לתופעה ולהפחית חשיפה לנקודות מבט אחרות.

18 אוריינות מדיה ומניעה מוקדמת (Prebunking) – היכולת לבחון באופן ביקורתי את סביבת המידע – מי עומד מאחורי התוכן, מה מקורו, מה ההקשר שלו ולמה הוא מגיע אלינו – לצד היכרות מראש עם שיטות נפוצות של הטעיה ומניפולציה. שילוב זה מחזק את היכולת לזהות ניסיונות השפעה ולצמצם את השפעתם כאשר נתקלים בהם.