

עו"ד אבי הלוי
יועמ"ש מפלגת הליכוד

חה"כ בנימין נתניהו
יו"ר מפלגת הליכוד

הנדון: חשש לשימוש אסור בבוטים ככלי תעמולה

שלום רב,

בשם התנועה לחופש המידע (להלן: "התנועה"), הרינו לפנות אליכם בדרישה להפסקת השימוש בבוטים לקידום פרסומים ברשתות החברתיות בעמודיו של יו"ר הליכוד, רה"מ בנימין נתניהו ובדפים המזוהים עם מפלגת הליכוד. לחילופין, יש לפעול להחלת שקיפות על כל פרסום הנעשה על ידי בוטים, שכן השימוש מייצר מצג שווא של תמיכה ציבורית רחבה ומטעה את ציבור הבוחרים באשר להלך הרוח האמיתי. הדהוד מסרים באופן פיקטיבי מייצר תעמולה פיקטיבית, אשר חותרת תחת עקרונות השקיפות וטוהר הבחירות, ומהווה פגיעה ממשית בערכי היסוד הדמוקרטיים, והכול כמפורט להלן:

1. הרשתות החברתיות, ובראשן X (לשעבר "טוויטר") ורשת הפייסבוק, הפכו ל"כיכר העיר" המודרנית ולזירה המרכזית לעיצוב דעת קהל. נוכח כך, לאורך השנים זירה זו הפכה למוקד המרכזי שבו נבחרו ציבור מהדהדים מסרים פוליטיים, ולדרך התקשורת המרכזית של נבחרו הציבור. לצד היתרונות שבדרך תקשורת זו, הרי שהשימוש הגובר בבוטים, לבטח תוך השקעת סכומי כסף גדולים, מייצר קושי רב ומשפיע על סדר היום הפוליטי באמצעים פיקטיביים.
2. בשנים האחרונות הולכות וגוברות הידיעות הנוגעות לשימוש בבוטים על ידי יו"ר הליכוד וראש הממשלה, חה"כ בנימין נתניהו. עוד בשנת 2019 פורסמה כתבה מקיפה על אודות השימוש של מפלגת הליכוד בחשבונות פיקטיביים באתר Ynet, ובה נכתב בין היתר כי רשת בוטים הפיצה 130,000 מסרים.¹ כך, במסגרת כתבה שפורסמה ב-N12 בתחילת השנה עלה כי הליכוד משתמש ברשת בוטים מבוססת AI כדי לייצר "תמיכה מלאכותית" ומהונדסת במסריו.² פרסום אחר העלה כי ציוצים של ראש הממשלה מהודגים ב"ציוצים מחדש" על ידי חשבונות רבים שמקורם אינו בישראל, ובכך, הדהוד פיקטיבי יוצר מצג שווא של אהדה.³
3. בכתבה שפורסמה במעריב עולה ניתוח שנערך למאות עוקבים חדשים אחר רה"מ, אשר ניתן לזהות כבוטים: "ניתוח עומק של החשבונות החדשים מעלה כי מאות מהם נפתחו בימים האחרונים ונושאים מאפיינים של בוטים: ללא תמונת פרופיל או רקע, שמות משתמש המורכבים מאותיות ומספרים אקראיים, וללא פעילות".⁴
4. השימוש בבוטים אינו מייצר רק מצג שווא, אלא שהוא מייצר תמיכה ציבורית רחבה בעמדות מסוימות. מדובר בהטעה המעוותת את השיח הציבורי באופן מלאכותי. למעלה מכך, הרי שלעיתים הדהוד המסרים מקדם שיח מפלג, שמגביר את הקיטוב במדינה.

¹ רונן ברגמן וענבר טויזר "כך פועל מערך עצום של חשבונות מזויפים למען קמפיין הליכוד" Ynet (1.4.2019). <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-5487465,00.html>

² אילן לוקאץ' "הברגים של מכונית הרעל והאחווה המבודדת של מלך הבוטים" N12 (2.1.2026). https://www.mako.co.il/news-n12_magazine/2026_q1/Article-4a6956452437b91027.htm
מעריב <https://www.maariv.co.il/economy/tech/article-1287471>

³ גיל פלדמן "נתניהו מנהל חוות בוטים במקום את המדינה" זה באוויר (10.12.2024). <https://www.facebook.com/watch/?v=3955379051396729>

⁴ "מי מחבק את נתניהו? צבא הצללים" שהסתער על חשבון רה"מ | ניתוח מיוחד" מעריב (22.2.2026).



5. כך, במסגרת מחקר שפורסם לאחרונה בכתב העת Science נמצא שבמקרים רבים, המסרים שזוכים לחיזוקים מבוטים הם דווקא פרסומים שיש בהם כדי לפגוע בגורמים שונים, באופן המייצר אנטגוניזם משמעותי למושאי הפרסום. כל זאת, באופן-בלתי שקוף תוך חתירה תחת עקרונות יסוד דמוקרטיים.⁵
6. תופעה זו לא נעלמה מעיניו של המחוקק, ובמסגרת תיקון 40 לחוק הבחירות (דרכי תעמולה), התשי"ט-1959 נקבע ממילא כי על כל פרסום תעמולה, בתקופת בחירות, יש לפרסם את שם המפרסם. כך שבתקופת בחירות, כהגדרתה בחוק, ממילא מוטלת חובה לפרסם מידע מעין זה.
7. חובת השקיפות הקבועה בסעיף 1א2 לחוק הבחירות (דרכי תעמולה) אינה עניין טכני בלבד, אלא תנאי הכרחי למימוש זכותו החוקתית של הבוחר לגבש את עמדתו באופן חופשי ומושכל, ולא נוכח הטיה שקרית. כך נקבע גם בפסיקה כי השקיפות נועדה להבטיח שהבוחר יוכל לזהות את האינטרסים העומדים בבסיס הפרסום ולא לקבלו "כפשוטו" (ת"ס 20/20 דויד נ' בוסקילה (נבו 1.9.2013)).
8. נוכח כך, יש לראות בכל פרסום הנקשר למפלגה, כמה שעולה לכדי מודעת בחירות שראוי שיצוין בה שהיא מפורסמת בשמה של מפלגה זו או אחרת. כל ניסיון אחר מהווה עקיפה של הוראות המחוקק וניסיון "לגנוב" את דעת הבוחר בדרכי עורמה.
9. יו"ר ועדת הבחירות, המשנה לנשיא נעם סולברג, דן באחרונה במורכבות השימוש באינטרנט להדהוד מסרים, כשהדגיש את הסכנות אשר מצויות ליד היתרונות הברורים:
"מועמד, רשימה, תומך, מתנגד, אדם רגיל, אולי גם גורמים זרים או ממוחשבים – כולם יכולים לפנות לציבור הרחב, ולהפיץ את מסריהם בקלות יתרה. יתרונות רבים נודעים לכך: ביטוי בזול של כל אדם לכל אדם, בלי תלות במשאבים כספיים רבים, בניגוד למצבי 'הַקֶּסֶף יַעֲנֶה אֶת הַלֵּל' (קהלת י 19); העברת מסרים בזמן אמת; ועוד. יתרונות אלו – יפים לתעמולת בחירות כדין. אם תעמולת בחירות מנוגדת להוראותיו, אותם יתרונות הופכים לקושי".
תב"כ 17/26 בן מאיר נ' בן גביר (אר"ש 31.3.2026).
10. אשר על כן, אנו פונים אליכם על מנת שיופסק השימוש בבוטים ובאמצעים פיקטיביים לשיתוף ותגובה לאלתר, במיוחד כשפעילות זו נעשית באופן בלתי-שקוף.
11. נבקש את תגובתכם עד ליום 27.5.2026 בטרם נשקול נקיטת צעדים משפטיים, לרבות פניה לערכאות.

בברכה,

הידי נגב, עו"ד

אור סדן, עו"ד

Tiziano Piccardi et al., *Reranking Partisan Animosity in Algorithmic Social Media Feeds Alters Affective Polarization*, 390 SCIENCE (2025)