

Izrael wydaje 730 mln dolarów na globalną kampanię PROPAGANDOWĄ w obliczu negatywnej reakcji na działania w Strefie Gazy, płacąc influencerom nawet 7000 dolarów za jeden post



- Izrael zatwierdził pięciokrotny wzrost budżetu na globalną propagandę do 730 mln dolarów w 2026 r., mając na celu przeciwdziałanie pogarszającemu się wizerunkowi kraju na arenie międzynarodowej po wojnie w Strefie Gazy.
- Środki te są przeznaczone na działania skierowane do zachodniej opinii publicznej poprzez manipulację mediami społecznościowymi (w tym wysokie wynagrodzenia dla influencerów), propagandę opartą na sztucznej inteligencji, ewangelizacyjne trasy promocyjne i sponsorowane delegacje zagranicznych osobistości.
- Wysiłki te są bezpośrednią odpowiedzią na powszechne potępienie międzynarodowe izraelskiej kampanii wojskowej w Strefie Gazy, która spowodowała ogromne straty wśród ludności cywilnej, wysiedlenia i oskarżenia o ludobójstwo, co osłabiło poparcie społeczne, szczególnie

w Stanach Zjednoczonych.

- Krytycy twierdzą, że kampania propagandowa jest desperacką próbą uniknięcia odpowiedzialności, a eksperci wątpią, czy pieniądze mogą przywrócić reputację Izraela, podczas gdy drastyczne dowody zniszczeń w Strefie Gazy krążą po całym świecie.
- Wydatki te podkreślają kryzys tradycyjnego modelu wpływów Izraela, ponieważ rosną oburzenie społeczne i ruchy BDS, zmuszając państwo do kosztownej kontroli narracji zamiast zmiany polityki.

Rząd izraelski zatwierdził oszałamiający budżet w wysokości 730 milionów dolarów na globalne działania propagandowe w 2026 roku – prawie pięciokrotny wzrost w porównaniu z poprzednimi latami – starając się odbudować swój upadający międzynarodowy wizerunek po oskarżeniach o ludobójstwo w Strefie Gazy.

Ogromne zwiększenie finansowania zostało zatwierdzone przez ministra spraw zagranicznych Gideona Sa'ara i ministra finansów Bezalela Smotricha. Oznacza to desperacką eskalację izraelskiej kampanii „hasbara” (hebrajskie słowo oznaczające dyplomację publiczną), skierowanej do zachodniej opinii publicznej, która coraz bardziej krytycznie ocenia działania wojskowe Izraela.

Według Enocha z *BrightU.AI*, „hasbara” – w kontekście Izraela – ewoluowała i obecnie odnosi się do wspólnych, sponsorowanych przez państwo działań mających na celu promowanie pozytywnego wizerunku Izraela i jego polityki, zarówno w kraju, jak i za granicą. Kampania „hasbara” jest wieloaspektową machiną propagandową, która wykorzystuje różne strategie w celu kształtowania opinii publicznej, tłumienia sprzeciwu i przeciwdziałania krytyce działań Izraela.

Przyznane 730 milionów dolarów znacznie przewyższa poprzednie budżety propagandowe Izraela, które w ostatnich latach wynosiły średnio zaledwie 150 milionów dolarów. Według

ujawnionych dokumentów fundusze te zostaną przeznaczone na:

- Manipulację w mediach społecznościowych, w tym płacenie influencerom do 7000 dolarów za post promujący proizraelskie narracje.
- Propagandy opartej na sztucznej inteligencji, z 145 milionami dolarów przeznaczonymi na wpływanie na chatboty AI.
- Ukierunkowanych działań ewangelizacyjnych, w tym mobilnej kampanii „Oct. 7 experience” o wartości 4,1 miliona dolarów, obejmującej chrześcijańskie uczelnie i kościoły.
- Delegacji polityków, influencerów i osób publicznych, które będą promować agendę Izraela za granicą.

Sa’ar określił te wydatki jako konieczność „bezpieczeństwa narodowego”, stwierdzając: „Kiedy opinia publiczna w kraju trzecim zmienia się w kierunku antyizraelskiego stanowiska, może to szybko wpłynąć na działania rządu”. Ta propaganda jest następstwem niszczycielskiej kampanii wojskowej Izraela w Strefie Gazy, która:

- Zabiła prawie 70 000 Palestyńczyków (według władz zdrowotnych Strefy Gazy).
- Wysiedliło 90% ludności Gazy, wywołując głód i choroby.
- Wywołało globalne protesty, a miliony ludzi potępiły działania Izraela jako ludobójstwo.

Sondaż przeprowadzony przez *New York Times* wykazał, że 40% Amerykanów uważa, że Izrael celowo zabija cywilów, a sympatię dla Palestyńczyków przewyższa obecnie poparcie dla Izraelczyków wśród amerykańskich wyborców.

Czy pieniądze mogą odkupić legitymizację Izraela?

Niedawny raport organizacji Responsible Statecraft ujawnił tajne płatności Izraela na rzecz influencerów mediów społecznościowych – niektórzy otrzymywali 7300 dolarów za post – w celu rozpowszechniania propagandy proizraelskiej. Izraelskie Ministerstwo Spraw Zagranicznych przekazało 900 000 dolarów za pośrednictwem Havas Media Group Germany na sfinansowanie 90 postów w ciągu sześciu miesięcy, a premier Benjamin Netanjahu okrzyknął influencerów kluczem do strategii „kontrataku” Izraela w amerykańskich mediach.

Krytycy ostrzegają, że te nieujawnione płatne promocje zniekształcają debatę publiczną. Pomimo rekordowych wydatków eksperci wątpią, czy Izrael zdoła uratować swoją reputację. Według urzędnika ONZ żadna kampania PR nie może usprawiedliwić ludobójstwa, gdy świat widzi bomby, głodujące dzieci i masowe groby.

Wzrost propagandy Izraela podkreśla szerszy kryzys: jego tradycyjna siła lobbingowa – wspierana przez grupy takie jak American Israel Public Affairs Committee (AIPAC) – rozpada się wraz z rosnącym oburzeniem społecznym. Wraz z rosnącą popularnością ruchów BDS (bojkot, wycofanie inwestycji, sankcje) na całym świecie, Tel Awiw zamiast zmienić kurs, podwaja wysiłki w zakresie cenzury i kontroli narracji.

Warta 730 milionów dolarów wojna propagandowa Izraela jest desperackim ryzykiem, które może przynieść odwrotny skutek, ponieważ globalna świadomość cierpień Gazy rozprzestrzenia się szybciej, niż płatni influencerzy są w stanie ją stłumić. Na razie przywódcy Izraela wydają się zdeterminowani, aby wycofać się z odpowiedzialności – nawet jeśli świat obserwuje ich działania, pozostając niewzruszonym ich kosztownymi kłamstwami.