



עתיד המודיעין 2035-2050

מלחמת התודעה – אתגרים, פתרונות ושאלות להמשך

אדוארד ל. הוגלנד¹

המאמר "Future Military Intelligence CONOPS and S&T Investment Roadmap 2035-2050" פורסם בפברואר 2019 ונכתב על ידי Edward L. Haugland. כותב המאמר שוטח את נקודת מבטו על עתיד קהילת המודיעין האמריקנית בשנים 2035-2050, כאשר בבסיס נמצאת התפיסה כי מלחמת התודעה (The Cognitive War) עתידה להפוך להיות מרחב הלחימה העיקרי. הוגלנד מצביע על ארבעה אתגרים נוכחיים, שישפיעו על עתיד המודיעין; על קווים מנחים לפתרונות ותחומים בהם כדאי לקהילת המודיעין להשקיע; ועל קווים כללים לאופן בו תיראה קהילת המודיעין ב-2035-2050. בסוף הזרקור יועלו שאלות למחשבה עבור קהילת המודיעין וקהילת התודעה הישראלית, הנגזרות מהמאמר.

חלק א' – ארבעה אתגרים נוכחיים שישפיעו על עתיד המודיעין

1. בזמן שקהילת המודיעין האמריקנית מתמקדת במלחמה הקינטית היא מפסידה במלחמת התודעה

אופי הלחימה החדש מצביע על כך שאנו נמצאים בעיצומה של מלחמת תודעה. יחד עם זאת, מחלקת ההגנה האמריקנית וקהילת המודיעין ממשיכות להשקיע בפיתוח פתרונות קינטיים במקום בפיתוח פתרונות להתמודדות במלחמת התודעה. לטענת כותב המאמר, ניצחון במלחמה העתידית תלוי במידה רבה ביכולת להילחם ולנצח במלחמה על התודעה, כאשר היכולות הקינטיות יכולות להכתיב את התוצאה הישירה של העימות, אך התוצאות ארוכות הטווח יישארו תלויות ביכולת להשפיע, כלומר במרחב התודעתי. בנוסף, מיקוד במלחמת התודעה יאפשר לקהילת המודיעין לא רק למנוע עימותים קינטיים רבים, אלא גם להשפיע באופן שיצמצם את כמות הסכסוכים באזורים שונים בעולם.

בהמשך לחוסר היכולת להתמודד עם נרטיבים כוזבים, אידיאולוגיה מסיתה או מאמצים לערער יסודות דמוקרטיים, קהילת המודיעין האמריקנית נכשלה ביצירת אסטרטגיה מגובשת, שמניחה אבני דרך ומטרות במאבק התודעתי. ארגוני המודיעין אינם מצוידים כראוי על מנת לנצח במלחמה על התודעה, ואילו יריביו של המערב, ובראשם רוסיה וסין, משתמשים במגוון שיטות במלחמת התודעה על מנת להשיג הישגים ולערער את היציבות עוד בטרם החל העימות הקינטי. על מנת לגבש אסטרטגיה אפקטיבית במלחמת התודעה על קהילת המודיעין בין היתר לייצר שיתופי פעולה בתחום עם הממשלה, המגזר הפרטי, האקדמיה ובעלות ברית זרות, משום שמרחב זה חולש על כלל האזורים הגיאוגרפים ובד בבד על כלל תחומי החיים.

¹ Special Advisor for Outreach & Technical ISR; U.S. Army Intelligence DA DCS G2 since 2017.

2. מעבר מפעולות תגובתיות לפעולות יזומות:

כאשר ארגוני המודיעין בארה"ב קמו ב-1948 מטרתם הייתה להתריע ולהתכונן לקראת המלחמה הבאה, כלומר לפעול באופן תגובתי מול האיומים. יחד עם זאת, עם התפוצה הרחבה של טכנולוגיות ומידע למגוון שחקנים נדרש שינוי במטרת ארגוני המודיעין ובמרכזו מעבר לפעולות יזומות, כלומר על קהילת המודיעין לשלוט בתהליך ולא להיות מוכתבת על ידו. נוצר מצב בו הפרדיגמה השתנתה ובעוד הסקטור הפרטי התאים עצמו, קהילת המודיעין לא עשתה כן וכעת היא מנסה להדביק את הפער. בעתיד, מלחמת התודעה צפויה להיות מרחב הלחימה העיקרי והחשיבות של פעולות יזומות בו תלך ותגבר בגלל מאפייני המרחב, שכולל ביצוע שוטף של פעולות השפעה, לא רק בזמן לחימה.

המעבר לפעולות יזומות מצריך יכולת לספק מידע תוך שניות בודדות מהדרג הזוטר ועד לדרג מקבל ההחלטות; יכולת לשתף מידע במהירות עם בעלי ברית ושחקנים נוספים; ויכולת לייצר ולהעריך פרופילים של רשתות, אזורים, קבוצות ויחידים על ידי שימוש בידע ציבורי ופרטי. הטכנולוגיה של היום יכולה לאפשר לקהילת המודיעין לעמוד, לפחות במידה מסוימת, בכל התנאים הללו.

3. תרבות ארגונית כמכשול עיקרי

אחת הסיבות העיקריות לחוסר הרצון לעסוק בנושא זה היא כי שינויים תרבותיים ומבניים נתפסים בדרך כלל כהליכים שנפרשים על פני שנים רבות ואף עשורים. לטענת כותב המאמר, תפיסה זו מוטעית, משום שבראייתו התמודדות עם כל חלק בנפרד תאפשר לבצע התאמות וחיודים "תוך כדי תנועה" ותוביל לצמצום משמעותי של משך התהליך.

כותב המאמר מבקש לחלק את התרבות הארגונית של הארגון למספר אזורים על מנת להתמודד באופן יעיל יותר עם המכשולים אותם היא מציבה. לטענתו, תחילה יש להגדיר בכל אחד מהאזורים את הבעיות שהוא מכיל, ורק לאחר מכן ניתן יהיה לקבוע מהי המדיניות, קרי דרך הפעולה, האפקטיבית ביותר על מנת להגיע לתוצאה הרצויה. לאחר מכן, יש לעקוב אחר יישום המדיניות ולבצע התאמות באופן מתמיד. יחד עם זאת, הנטייה של הבירוקרטיה הארגונית היא להגדיר את המדיניות הנבחרת באמצעות המושגים הקיימים, כלומר לעצב את התרבות הארגונית בהתאם לתפיסה ולנוהג הנוכחי. זאת, למרות שקיים רצון לספק דבר מה חדש ולהשיג מטרות שונות בתכלית.

בנוסף, אחד המכשולים העיקריים שמציבה התרבות הארגונית של קהילת המודיעין נוגעת למיקוד במקורות המסווגים. תרבות זו מונעת מהארגון ניתוח יעיל של מידע גלוי, שיכול לאפשר גישה ל-85% מפתרון הבעיה תוך שניות ספורות. כך למשל, המושג 'אוסניט' שיצרה קהילת המודיעין, מבטא את יחסה למידע הגלוי כדיסציפלינה נפרדת בעלת ערך נמוך יותר. בהתאם לכך, ההשקעה בטכנולוגיות התומכות 'אוסניט' נמוכה יותר, ולפיכך מהווה מכשול משמעותי בביצוע משימות. יצוין, כי קהילת המודיעין הגבירה את השימוש ב'אוסניט', אך עדיין מעבירה אותו תהליך ארוך מרגע איתורו במחשבים האינטרנטיים ועד לשימוש בו במבצע בשטח. התוצאה הסופית היא עיכוב באספקת המידע מהדרג הזוטר למקבל ההחלטות, ביכולת ההתרעה בתוך שניות ובשיתוף פעולה בזמן אמת.

4. הפער בהגדרת הבעיות והפערים של קהילת המודיעין מקשה על שיתופי פעולה:

הגדרת הבעיות והפערים של קהילת המודיעין במונחים פשוטים היא נושא שנדון בקרב ארגוני המודיעין השונים. יחד עם זאת, קהילת המודיעין ממשיכה להיכשל במיקוד ובהגדרת הבעיה בדרך פשוטה וקלה להבנה. חוסר יכולתה להגדיר את בעיותיה באופן ברור לשותפיה, בין אם גופי מודיעין

אחרים ובין אם במגזר הפרטי, באקדמיה ובממשלה, מוביל ל"משחקי ניחושים", בזבוז זמן ופיתוח יכולות לא הכרחיות. לפיכך, תחילה יש למקד את השיח הנוגע לבעיות ופערים בקהילת המודיעין בבעיות ספציפיות ולא לשנות ערכים או מערכים שלמים. לאחר המיקוד, על קהילת המודיעין להגדיר באופן קצר וקולע את אותם הפערים, זאת ללא שימוש במונחים צבאיים או מודיעיניים המוכרים רק לקהילת המודיעין. לאחר שתצליח לעשות זאת, יהיה על קהילת המודיעין לייצר "מפת דרכים להשקעה", כלומר לסנן את התשומות ממשתפי הפעולה השונים באופן שיהיה היעיל ביותר עבורה. בתוך כך, עולה כי הטכנולוגיה פעמים רבות הינה הכלי לפתרון הבעיה או הפער, ולא כפי שקהילת המודיעין נוטה לעיתים לחשוב כי הטכנולוגיה היא הבעיה עצמה.

לסיכום: לטענת כותב המאמר, הסטטוס קוו הוא לכאורה מצב נוח ויציב עבור קהילת המודיעין, כיוון שלא נראה כי הוא מזיק בטווח הזמן הקצר, אך דבקות בו תוביל בהמשך לערעור המוסדות ולפגיעה בביטחון הלאומי. לפיכך, יש לבצע שינוי יזום בקהילת המודיעין, שיוביל לכך שבשנים 2035-2050 קהילת המודיעין היא זו שתשלוט בתהליך ובאתגרים ולא תהיה מוכתבת ומגיבה אליהם.

חלק ב' – קווים מנחים לפתרונות ותחומי השקעה עיקריים



חלק זה יציג קווים מנחים לפתרונות ותחומי עיקריים בהם על קהילת המודיעין להשקיע משאבים ולפתח יכולות. זאת, על מנת לנצח בעתיד במערכה על התודעה ובתוך כך לאפשר פעולות יזומות במרחב. ההמלצות יחולקו לשני מעגלים: **המעגל הקרוב, נוגע באופן ישיר לסוגיית התודעה. המעגל**

הרחוק, איננו נוגע באופן ישיר לסוגיית התודעה, אך שינויים בו הכרחיים על מנת לייצר מסגרת התמודדות אפקטיבית במלחמת התודעה.

המעגל הקרוב:

1. **איזון משאבים לטובת התמודדות במלחמת התודעה:** בכדי להשיג עליונות במרחב הלחימה העתידי, קרי במלחמת התודעה, נדרש איזון מידי של ההשקעות השוטפות. בעזרת התקציב החדש שיוקצה ללחימה על התודעה יש להשקיע משאבים באופן מידי בפיתוח הפונקציות הבאות:

א. **פיתוח תשתיות נרחבות לשיתוף מידע במהירות וביעילות** – כלומר, יש לפתח רשת עבודה משולבת ולוגיסטיקה חוצת ארגונים, באופן שיאפשר הגברת וייעול שיתוף הפעולה בין ארגוני המודיעין השונים. זאת, במקביל לפיתוח יכולות שיתוף מידע מהירות עם הסקטור הפרטי והאקדמי. פונקציות אלה הכרחיות עבור ההתמודדות במלחמת התודעה, משום שהן מבטיחות שרידות ויתירות מול קצב ההתרחשות המהיר של האירועים והצורך הגובר בשיתוף דיסציפלינות רבות כדי לייצר השפעה אפקטיבית.

ב. **פיתוח תשתיות קליטת מידע ממקורות גלויים** – זאת, באופן שיספק לקהילת המודיעין בסיס ידע חדש, שיתבסס **בעיקר** על 'אוסניט'. פיתוח פונקציה זו תאפשר הבנה מלאה ושלמה יותר של הסביבה והרשתות הנדרשות להתמודדות במלחמת התודעה.

2. **שינוי הגישה למידע:** הגישה הנוכחית של המודיעין היא התמקדות באיסוף מידע רב ובתוכו מציאת התשובות. כותב המאמר מציע לצמצם את כמות המידע באופן משמעותי על ידי קטלוג ומיפוי מקורות המידע ורק לאחר מכן חיפוש ייעודי, תוך הבחנה בין מקורות אמינים יותר ופחות. עניין זה יאפשר לבצע סיווג מראש של אזורים על מנת להחליט על דרכי הפעולה הנכונות ביותר לביצוע השפעה יזומה במלחמת התודעה. כלומר, באופן זה ניתן יהיה ליזום, לפעול בדיוק רב יותר בקבועי זמן קצרים בתחום התודעה.

3. **שינוי פרדיגמטי במישור התרבותי** – מלחמת התודעה מחייבת הבנת נורמות תרבותיות ואספקטים ייחודיים של דיאלקט לאזור מסוים, באופן שמאפשר העברה יעילה של רעיונות, נושאים, מושגים וכו' לאותו האזור. כלומר, יש להבין לעומק את הנורמות התרבותיות על מנת ליזום ולבצע פעולות השפעה אפקטיביות.

המעגל הרחוק:

1. **טיפול בשורש הבעיה, קרי בתרבות הארגונית:** לעיתים קרובות טיפול בנושא זה נדחק לשוליים לאור משברים שמתעוררים וצורכי השעה. לטענת כותב המאמר, דווקא התמקדות בבעיות לוגיסטיקה, יעילות והכשרה היא שתוביל פעמים רבות לניצחון בקרב. ללא שינוי במרכיבים הללו ארגוני המודיעין לא יוכלו להניע באופן מידי תהליכי השקעה בתחומי תשתיות, תקשורת, הון אנושי, גישה למידע, השפעות פרואקטיביות ויכולות ניבוי, שיאפשרו ב-2035-2050 את הצלחתן של פעולות מודיעיניות במלחמת התודעה.

2. **ארגון מחדש של מערכות הגיוס וניהול כישרונות:** רפורמה נכונה ואפקטיבית במערכת הגיוס וניהול הכישרונות של קהילת המודיעין עשויה לחזק את הקשר בין הצבא לאזרחים, וכך להוביל צעירים מוכשרים להתגייס למודיעין לתפקידים משמעותיים. בין היתר, הגברת שיתוף הפעולה עם הסקטור הפרטי ועם האקדמיה עשויה לעודד רצון זה.

3. יצירת רשת מומחים חיצונית: מתוך ההבנה כי לא ניתן לגייס את כל הכישרונות לקהילת המודיעין, יש ליצור רשת מומחים מהימנה, שאיננה צבאית, כלומר שתורכב מגורמים מהסקטור הפרטי והאקדמי. מומחים אלו יעסקו במגוון תחומים ובהם תחומים "לא מסורתיים" של המודיעין, דוגמת חינוך, ביולוגיה, תרבות, כלכלה, חברה וכו', שיוכלו להעשיר את עבודת המודיעין כך שתתמוך בצורה אפקטיבית יותר בפעולות השפעה במלחמת התודעה.

4. זיקוק הסיכונים ומערכות התגמול והתמריצים (RIP = Reward system and Reallocation, Incentives, Performance and Protection):

Reward system and Reallocation = R – כיום, מערכות התגמול, קרי מערכת שמספקת פיצוי, הטבה, הכרה והערכה לעובדים, מיועדות לשליטה על כסף, אנשים, מידע וכוח ולא על תוצאות רצויות, ולפיכך הן אינן משרתות נאמנה את קהילת המודיעין. בנוסף, קהילת המודיעין מתקשה להקצות מחדש ביעילות ובמהירות משאבים לצורך תכניות ופרויקטים ועליה לפעול על מנת לסגור פער זה.

I = Incentives – יש לתמרץ לקיחת אחריות, לקיחת סיכונים מחושבים ולמידה מטעויות, על פני ניסיונות לזכות בעוד "הערכות ופרסים".

P = Performance and Protection – ביצוע משימות רק עבור תגמולים/תוצאות ממשיות והגנה על ביצועים לוקים בחסר, הם רק חלק מהתחלואות הארגוניות שיש לבצע בהן רפורמה מעמיקה.

5. שיטות להגדרת בעיות במונחים פשוטים: פיקוד המבצעים המיוחדים במחלקת ההגנה האמריקנית מהווה דוגמא טובה לארגון שהצליח להגדיר את הבעיות העומדות לפתחו במונחים פשוטים ובאופן ברור. בכל פעם שהארגון הגדיר בעיה באופן רשמי הוא העביר טיוטה למתמחים בארגון, שלהם רקע צבאי מועט, על מנת להנגיש את המסמכים לקהל רחב יותר. הגדרה זו אפשרה להרחיב את מגוון התשומות שהתקבלו מארגוני מודיעין שונים, ממשלתיים, טכנולוגיים וכו', שהצליחו להבין את שורש הבעיה ולספק פתרונות אפקטיביים לפתרונה.

6. חשיבות שיתופי פעולה: כלים ואמצעים רבים שאינם נמצאים בקהילת המודיעין, מצויים כיום ברשות הסקטור הפרטי, הציבורי והאקדמי. לפיכך, שיתוף פעולה מתמיד וקבוע עימם עשוי לשפר את יכולותיה של קהילת המודיעין, לקצר תהליכי פיתוח ולהוזיל עלויות השקעה. בנוסף, כותב המאמר מבקש לייצר דיון אפקטיבי וייחודי בנושא זה, על בסיס הצלחת הגדרת הבעיות של ארגוני המודיעין במונחים פשוטים. להשקפתו, על קהילת המודיעין לדון ביחד עם המגזר הפרטי והאקדמי על השאלות הבאות:

- מה הם יכולים להציע לקהילת המודיעין מבחינת יכולות, תהליכים וידע שלא נמצאים ברשותה?
- באופן ספציפי, אילו יכולות יש להם להציע שיסייעו להתגבר על הבעיה/הפער באופן מהיר יותר, טוב יותר ובעלות נמוכה יותר?
- מה קהילת המודיעין מפספסת/צריכה לתת עליו את הדעת/מה היא לא שוקלת?

חלק ג' – כיצד תראה דיסציפלינת המודיעין בשנים 2035-2050?

מידע - המודיעין יפעל לפי פרדיגמה חדשה, שתתבסס בעיקר על מידע ממקורות גלויים. שינוי זה יצריך ויתור על התפיסה כי המידע משרת בעיקר ביצוע פקודות, איתור מטרות צבאיות ולחימה

בקרב, ואימוץ התפיסה כי המידע מספק הבנה מעמיקה, מעקב והערכה על אזורים שונים בעולם, אנשים ודינמיקה תרבותית. בתוך כך, תיווצר הבנה בקהילת המודיעין כי המקורות הגלויים אינם רק "Big Data" אלא "Right Data", כלומר שהמידע הגלוי רלוונטי ונחוץ עבור מציאת פתרונות פונקציונאליים לבעיות שונות. אף על פי שהמיקוד יהיה במקורות גלויים, הגישה המובילה תהיה התמקדות באיכות המידע ולא בכמות, ולכן תוקפם של המקורות מהם נלקח המידע ומהימנותם יבדקו באופן תדיר ויסווגו בהתאם. במידה מסוימת, תהליך סיווג זה התחיל כבר להתרחש, אך הוא צפוי להגדיל את היקפו תוך שימוש בטכנולוגיות בינה מלאכותית ולמידת מכונות. המידע והנתונים הללו יספקו בסיס לבניית פרופיל למדינה, עיר, יחיד או קבוצה, פיזית או וירטואלית, שתאפשר לאחר מכן ביצוע פעולות יזומות במרחב ההשפעה. פעולות במרחב זה ילוו בטכנולוגיה שתאפשר מתן משוב בזמן אמת על האוכלוסייה המקומית ועל מעורבותה, תוך מתן תובנות מי הם השחקנים המרכזיים בזירה. יצוין, כי המידע הגלוי לא ידלה מהאינטרנט בלבד אלא יסתמך על מקורות "לא מסורתיים" נוספים, דוגמת מערכות פיננסיות, מערכות חינוך, מערכות פוליטיות וכו'.

שיתופיות – ביצוע פעולות השפעה במלחמת התודעה יהיה בעיקר באחריות ארגוני המודיעין, שיפעלו בתכנון ובתיאום עם קבוצת שותפים חדשה וייחודית, שתכלול הן את הממשלה, והן את המגזר הפרטי והאקדמיה במדינת המוצא, והן את הממשלות, המגזרים הפרטיים והאקדמיות של בעלות הברית. במקביל, יפותחו שיטות לשיתוף מידע בזמן אמת ובו-זמנית מדרג זוטר ועד לדרג הנשיא, בפריסה גיאוגרפית נרחבת ועם שחקנים שונים.

שילוביות המודיעין בלחימה – כיוון שמרחב הלחימה העיקרי יהיה מלחמה על התודעה, נראה כי מפעילי המודיעין, הפועלים לטובת השפעה על המערכת היריבה, ואנשי המחקר המודיעיני ישתלבו אף יותר בלחימה, ויובילו למעשה את רוב הפעולות הצבאיות הגדולות. אנשי המודיעין ישתלבו ברשת השיתופית שתיווצר, ורשתות אלה יספקו את התובנות, הכלים והיכולות ההכרחיים לביצוע המשימה במרחבים השונים. אומנם שינוי זה התחיל להתרחש, אך הוא יוכל להגיע לכדי מיצוי רק בהינתן מעבר מהתבססות על מקורות מסווגים להתבססות כמעט מלאה על מקורות גלויים. בנוסף, כחלק מהיות המודיעין שותף ראשי במשימה, ולא רק פונקציה תומכת, היחידות הארגוניות בצבא יתפכו להיות קטנות יותר וידגלו בשילוביות של חיילים מתחומים שונים, דוגמת המודיעין. הדגש יהיה על ניידות, זריזות ויעילות אל מול המשימות המורכבות בתחומים השונים, ובפרט בתחום התודעה, בו למודיעין יש יתרון על פני שאר הדיסציפלינות הלוחמות.

מרכיב ההפתעה – בעקבות ההתפתחות המהירה של טכנולוגיות חיישנים והשימוש בהן על ידי מגוון שחקנים ובהם גם המגזר הפרטי והעסקי, יהיה כמעט בלתי אפשרי להסתיר תנועות צבאיות ולאפשר יכולת הפתעה. לפיכך, השגת מרכיב ההפתעה תצריך רמה חדשה של מודיעין, שכוללת מודעות מוגברת לסביבה האזורית ולתשתיות בהם פועלים, תוך יצירת פרופילים עבורם, ויכולות הסתרה גבוהות.

טשטוש הגבול בין המודיעין המבצעי למודיעין האסטרטגי – למעט מקרים חריגים של פעולה קינטית ממוקדת, הגבול בין מודיעין מבצעי לבין מודיעין אסטרטגי ייטשטש. ראשית, משום שרוב הלחימה תתבצע במרחב התודעתי ולא במרחב הפיזי, ותהיה יזומה ולא תגובתית. שנית, כיוון שהיכולת לשתף מידע גם עם הדרג הזוטר וגם עם דרג מקבלי החלטות תשתפר, תהיה גישה מהירה וזמינה למידע, שתאפשר לכלל הדרגים לנהל פעולות מבצעיות בזמן אמת.

ביטול הגבול בין מודיעין "צבאי" ו"מדיני" – בעתיד קהילת המודיעין תבצע "מודיעין מעורבב", כלומר המיקוד יהיה במתן הערכות רב-ממדיות, קרי ממגוון תחומים, בנוגע לנושאים ספציפיים. זאת, בשילוב תובנות מעמיקות לגבי רשתות המפתח והשחקנים. מכלול זה יעניק למקבלי ההחלטות, הן הצבאיים והן המדיניים, מרחב אפשרויות והבנה רחבה של הסיכונים וסיכויי ההצלחה של פעולות ההשפעה במרחב הלחימה העיקרי, קרי התודעה.

חלק ד' – שאלות המשך עבור קהילת המודיעין וקהילת התודעה הישראלית

- מה הם תחומי ההשקעה העיקריים מבחינת משאבים ותשתיות בהם קהילת המודיעין צריכה להתמקד לטובת מלחמת התודעה?
- באילו תחומים יש לקהילת המודיעין יתרון יחסי על הסקטור הפרטי/האקדמי/הממשלה?
- באילו תחומים יש לסקטור הפרטי/לאקדמי/לממשלה יתרון יחסי על המודיעין וכיצד יש לשתף פעולה עמם בכל התחומים הללו?
- האם הבעיות/הפערים של קהילת המודיעין מוגדרים באופן שמאפשר לשותפיה להציע את התשומות האפקטיביות ביותר עבורה?
- מה יהיה תפקידה של קהילת המודיעין הישראלית במלחמת התודעה? האם היא תהווה פונקציה תומכת בלחימה או שותפה ראשית?
- באיזו מידה קהילת המודיעין הישראלית פועלת כיום באופן תגובתי אל מול האיום ובאיזו מידה היא פועלת באופן יוזם? כיצד נכון לאמץ דפוסים של יוזמה ועיצוב?
- באיזו מידה קהילת המודיעין בנויה לבחון את הצורך בשינויים בתרבות הארגונית שלה ולפרק תרבות זו לחלקיה, כדי שניתן יהיה לפעול בהדרגה לשינויים, אם יתברר שיש צורך בכך? האם אופן פעולה זה ישרת בעתיד את פעולותיה במלחמת התודעה?
- מה היחס בין ההשקעה של קהילת המודיעין בפיתוח אמצעים ויכולות עבור לחימה קינטית לבין ההשקעה בלחימה במרחב התודעה?
- מהו חלקו של הסייבר בתחום המלחמה על התודעה וכיצד ניתן לבצע אופטימיזציה בין הפעולות במישור החשאי ובמישור הגלוי?