

פתח דבר

המערכה על התודעה הפכה בעידן המידע לרכיב מרכזי בהתמודדות בין יריבים בתחום הביטחון הלאומי. קובץ זה, היוצא לאור במשותף על ידי המכון לחקר המתודולוגיה של המודיעין במרכז למורשת המודיעין (מל"מ) והמכון למחקרי ביטחון לאומי, מיועד להרחיב ידע ודעת בנושא המערכה על התודעה, בדגש על המתודולוגיה של המודיעין במערכה זו.

המאבק על התודעה אינו חדש, והוא היבט בלתי נפרד של כל עימות אסטרטגי וצבאי. בשנים האחרונות ממלא מאבק זה מקום חשוב הרבה יותר מבעבר בעימותים כאלה, ולעיתים הוא מתנהל ללא הקשר צבאי ישיר ואף אינו מובל על ידי גורמי הביטחון. המערכה על התודעה הינה מערכה מתמשכת, ולכן הבולטות שלה רבה יותר בתקופה שבין המלחמות ("המערכה שבין המלחמות" – מב"ם).

חשוב להבחין בין התודעה ובין המערכה על התודעה. התודעה היא מכלול התובנות שיש לפרט או לקבוצה של פרטים לגבי המציאות הסובבת אותם ולגבי הדרך שבה הם רוצים לעצבה, וזאת כנגזרת של מכלול הערכים והאמונות שדרכם ובאמצעותם הם בוחנים את סביבתם, מפרשים אותה ופועלים כדי להתמודד עם האתגרים הגלומים בה ואף כדי לשנותה. לעומת זאת, המערכה על התודעה היא מכלול הפעולות והכלים שבאמצעותם חותרים גורמים השותפים למסגרת מערכתית מסוימת "להשפיע על התודעה של קהלי יעד מסוימים או למנוע השפעה עליה". תכליתה של המערכה על התודעה היא לגרום לקהלי יעד לאמץ תפיסת מציאות הרצויה למפעיל המאמץ, כך שיוכל לקדם ביתר קלות יעדים אסטרטגיים ו/או אופרטיביים חיוניים מבחינתו. המערכה על התודעה יכולה להיות שלילית, כלומר מניעת התפתחות של מצבי תודעה לא רצויים, או חיובית, קרי ניסיון לייצר תודעה רצויה. מגוון הכלים ושיטות הפעולה במערכה על התודעה כוללים, לצד מהלכי כוח, כלים ייעודיים, שחלקם מוכרים ומסורתיים, כמו כלי הלוחמה הפסיכולוגית הצבאית (הונאה, כרוזים וכדומה), דוברות, דיפלומטיה והשפעה באמצעות כלי התקשורת ההמוניים (עיתונות כתובה וטלוויזיה), וחלקם חדישים ונגזרים מהעולם הדיגיטלי, ובכלל זה הרשתות החברתיות למיניהן.

כל הפעלת כוח בהקשר ביטחוני וכל מהלך מדיני כוללים ממד תודעתי. יתר על כן, הפעלת כוח או מהלך מדיני מתבצעים לעיתים כדי להשיג יעד במערכה על התודעה, ולעיתים אחרות המרכיב התודעתי הוא מרכיב משלים. לכן, צריך להבחין בין מהלכים שנועדו להשפיע על התודעה באופן ישיר ומכוון ובין מהלכים שנועדו להשפיע עליה בעקיפין ותכליתם שונה, ולשקלל מראש את סוגי ההשפעות השונים בתהליך קבלת ההחלטות. כך, למשל, העברת מסרים בכלי התקשורת נועדה להשפיע ישירות על ציבור מסוים. מצד שני, מלחמה שתכליתה ניצחון על ארגון חמוש הפעיל באזור עירוני תשפיע, מן הסתם, גם על תודעת הציבור המתגורר באותו אזור, גם אם אין זה הייעוד הישיר שלה.

במערכה על התודעה נוטלים חלק גורמים רבים, הפועלים מול מגוון קהלי יעד וחשופים בעצמם להשפעות. משום כך, המערכה מחייבת היכרות מעמיקה עם התודעה הבסיסית של קהלי היעד, הנגזרת מתרבותם, מאמונותיהם ומערכיהם, וכן עם התודעה המצבית שלהם ביחס לאירועים קונקרטיים ועם הדרכים שבאמצעותן ניתן להשפיע על עיצוב התודעה של אותם קהלי יעד. כדי לבסס היכרות רבת פנים זו, נדרשים ראייה רבת-חומית, ידע מקצועי מדיסציפלינות משלימות, כמו סוציולוגיה, פסיכולוגיה, אנתרופולוגיה, כלכלה, שיווק ופרסום, ולצד זאת מיומנויות מגוונות, ובמיוחד הבנה של עולם הרשתות החברתיות, עולם המידע, המודיעין והתקשורת.

המודיעין ממלא תפקיד מרכזי במערכה על התודעה. על המודיעין להבין ולהציג את התודעה הבסיסית והתודעה המצבית של קהלי היעד השונים ואת הדרכים בהן הן מתעצבות, כדי שיוכל להשפיע על מאמצי התודעה של הגורמים המובילים את המערכה. מאמצי תודעה מחייבים מודיעין מסוגים שונים, ובהם מודיעין מדיני, צבאי, חברתי ותרבותי. המודיעין גם צריך לייצר תכנים ומסרים שישרתו את המערכה ולהצביע על הזדמנויות הנגזרות מהמידע שברשותו ומהתובנות והידע המודיעיני שהוא מייצר. לעיתים, עליו לנהל בעצמו מבצעי תודעה על בסיס הידע וכלי הפעולה שבאחריותו, שהיקפם הלך וגדל בעידן המידע. בנוסף, על המודיעין לאתר את מאמציהם של הגורמים האחרים הפועלים במערכה, ואם מתברר שהם עוינים וחשאיים – להתריע ולסייע בסיכולם. ככל שהמודיעין לצורכי המערכה על התודעה משולב במרכיבים המבצעיים שלה ובמערכת המודיעין הקיימת, כך הוא עשוי להיות אפקטיבי יותר.

תופעת המידע הכוזב ("פייק ניוז") וההתערבות הרוסית והאיראנית בשיח הדמוקרטי ובתהליכי בחירות במערב העלו את סוגיית המערכה על התודעה לראש סדר היום העולמי, במיוחד לאחר שהמחישו את האיום הפוטנציאלי הטמון בה לדמוקרטיה ואת הקושי להתמודד אתה, תוך כדי שמירה על המחויבות לערכים דמוקרטיים. קושי זה נובע מכך שמניעת התערבות חיצונית עלולה לפגוע בחופש הביטוי, במיוחד כשלא ברור האם מדובר בהתערבות עוינת, מה גם שהחלוקה בין ה"פנים" ל"חוץ" בעידן הדיגיטלי

אינה חדה כפי שהייתה בעבר. במקרה של המערכה על התודעה כלפי פנים, המטרה היא לסתור מאמצי תודעה התקפיים זרים, כאמור מבלי לפגוע בשיח הדמוקרטי.

החשיבות הגוברת של המערכה על התודעה והמורכבות הרבה שלה הביאו להקמת גופים ממשלתיים ייעודיים במערב, ובכלל זה בישראל, העוסקים בה. למרות זאת, עדיין אין ראייה כוללת של המערכה, שתאפשר השגת הסכמה לגבי המאמצים השונים הנדרשים להשגת יעדיה ויצירת סינרגיה ביניהם. התמודדות אפקטיבית עם אתגרי המערכה על התודעה מחייבת להמשיך ולפתח מנגנונים ותהליכים שיאפשרו למידה ושיפור מתמשכים, הן בהקשר ההתקפי, קרי השפעה על קהלים זרים, והן בהקשר ההגנתי, למניעת השפעה זרה ועוינת על הציבור מבית. כל זאת, תוך מיצוי היכולות והכלים העומדים לרשות מנהל המערכה.

אחד האתגרים הניצבים בפני הפיכת המערכה על התודעה לגורם מרכזי בתפיסת הביטחון הוא הקושי של ארגונים ביטחוניים לפעול בתחום שהפעלת כוחות מבצעיים אינה מרכיב מרכזי בו, בשעה שהמשימה היא להעביר מסרים, לעיתים עמומים, לקהלים רחבים. הדבר בולט במיוחד בישראל, בה הדומיננטיות של צה"ל הינה רבה, ולכן קיים קושי לאמץ דרכי פעולה חדשות שאינן מתמקדות בהפעלת כוח. אתגר נוסף הוא הקושי למדוד ולהעריך את האפקטיביות של מאמצי התודעה. יש המציעים למדוד תגובות של משתמשים או חשיפות של המסר, אולם היכולת לשקלל אפקטיביות רק לפי מדדים אלה הינה משימה בעייתית מאוד. כיוון נוסף להערכת מידת ההצלחה בשינוי השיח הוא באמצעות מחקר סמנטי. לעיתים יש השפעה תודעתית לעצם המחשת היכולת להפעיל מאמץ תודעתי שיחדור דרך ההגנות שמפעיל הצד המתגונן. בכל מקרה, גם כאשר ניתן לאבחן השפעה, קשה להפריד בין הגורמים המשפיעים שגרמו לה.

השינויים המהירים בעולם המידע ויכולות התפוצה המהירה מאפשרים להפיץ רעיונות ושמעות בקצב כה מהיר ובאופן מבוזר כל כך, עד שהיכולת להשיג שליטה ובקרה על המתרחש בעולם זה היא מוגבלת מאוד. הגורמים המתיימרים להשפיע על התודעה חייבים להבין את "רוח התקופה" הזו ולהפנימה.

חלק ניכר ממרכזי הבקרה על זרימת המידע בעולם עבר מידי המדינות לידיהן של חברות המדיה הגלובליות, כגון "פייסבוק" ו"גוגל", המונעות על ידי שיקולים מסחריים. חברות אלו מהוות תשתית להעברת מסרים וליצירת קשרים מצד אחד, ובה בשעה הן גם שחקן שמדיניותו משפיעה על התכנים ברשת. גם החברה האזרחית ממלאת תפקיד כפול בעידן הדיגיטציה והרשתיות: מצד אחד היא מהווה יעד מרכזי להשפעה, ומצד שני היא גורם הממלא תפקיד מהותי במערכה עצמה, לצידם של המוסדות הרשמיים. היכולת של האזרחים להתארגן ולפעול במסגרת המערכה מעוררת את השאלה מהי הזיקה בין המדינה ובין החברה האזרחית בהקשר זה ומה תפקיד האזרחים במערכה על התודעה, הן בממד ההגנתי והן בממד ההתקפי.

קובץ זה עוסק במערכה על התודעה מנקודות מבט מגוונות ומשלימות, חלקן אקדמיות וחלקן משקפות את התנסותם האישית של הכותבים, הן במסגרות הממלכתיות והן במסגרות החברה האזרחית או המגזר העיסקי. במאמרים הכלולים בקובץ ניכרות גישות שונות למערכה על התודעה, וגיוון זה ממחיש עד כמה העיסוק בתחום הינו חדש, מורכב ומאתגר. המזכר כולל שלושה שערים – הראשון עוסק בהיבטים התיאורטיים והתפיסתיים ואופן יישומם, השני בוחן את הזווית הישראלית של המערכה על התודעה והאחרון מוקדש לניתוח העיסוק בסוגיה זו ברמה הבינ"ל.

הקובץ מיועד לעורר דיון ומחקר בתחומים המגוונים שמהם מורכב עולם המערכה על התודעה. הצורך בהעמקת הדיון והמחקר נובע מהבולטות הגוברת של תחום זה ומהתפתחותו המהירה בשנים האחרונות. בין הנושאים המחייבים המשך עיון: בחינת האיומים החיצוניים והפנימיים והזיקה ביניהם; ההתפתחויות הטכנולוגיות של המערכה בסייבר בהקשר של התודעה (המאפשרות כבר היום ליצור מצגי שווא ויאפשרו בעתיד גם זיוף וידיאו מתקדם); והתאמת תפיסת ההתגוננות למאפיינים הייחודיים של התרבות הפוליטית בכל חברה דמוקרטית.

קובץ זה הוא, כאמור, תוצר של מאמץ משותף של שני ארגונים – המכון למחקרי ביטחון לאומי והמרכז למורשת המודיעין – וכלולים בו מאמרים של חוקרים ואנשי מעשה גם יחד. אנו מודים לכותבים, הן אנשי האקדמיה והן אנשי הניסיון והמעש, בהווה ובעבר, אשר תרמו מזמנם ומהידע שברשותם לקובץ. תודה לעורכי הקובץ מטעם המכון למחקרי ביטחון לאומי, ד"ר ענת קורץ, שלמה ברום וד"ר גליה לינדנשטראוס – על עצותיהם הטובות ותרומתם הרבה לאיכות המאמרים והקובץ בכללותו.

תודה לראשי שני הארגונים ואנשיהם – תא"ל (מיל") ד"ר צבי שטאובר, יושב ראש המל"מ, תא"ל (מיל") דודו צור, מנכ"ל המל"מ, וחנן מזור, סמנכ"ל המל"מ, אלוף (מיל") עמוס ידלון, ראש המכון למחקרי ביטחון לאומי, תא"ל (מיל") אודי דקל, מנהל המכון, ותא"ל (מיל") איתי ברון, סגן ראש המכון למחקר, על תרומתם ליצירת שילוביות בין הארגונים. תודה גם למנהל הפרסומים במכון למחקרי ביטחון לאומי, משה גרונדמן, לעורך הלשון, אריה אידן, למעצבת הגרפית, מיכל סמו קובץ, ולעוזרת המחקר שירה כהן..

קריאה מועילה,

יוסי קופרוסר ודודי סימן-טוב.