

הלוחמה הפסיכולוגית ב"עופרת יצוקה"

במהלך מבצע "עופרת יצוקה" פעלו האוכלוסייה והלוחמים הפלסטינים ברצועת עזה בהתאם למסרים שהעביר להם צה"ל. זהו הישג של הלוחמה הפסיכולוגית שניהל צה"ל. לעומת זאת, החמאס ניהל לוחמה פסיכולוגית בעיקר לאחר המבצע. הישגיו היו שימור תמיכתה של האוכלוסייה המקומית וקמפיין הדה-לגיטימציה המוצלח שניהל נגד ישראל



מסוק בלקהוק של צבא ארה"ב מטיל כרוזים בחבל לוגר שבאפגניסטן, נובמבר 2009
בכל צבאות נאט"ו, ובהם צבא ארה"ב וצבא בריטניה, נעשים מאמצים לפתח וליישם דוקטרינה להפעלת לוחמה פסיכולוגית



ד"ר רון שליפפר

חוקר של תחומי לוחמת המידע בבית הספר לתקשורת במרכז האוניברסיטאי אריאל



הקדמה

אין זה סוד שצה"ל לא השקיע מאז הקמתו מאמצים ניכרים בתחום הלוחמה הפסיכולוגית (ל"פ), אך במבצע "עופרת יצוקה" הסתמן שינוי מרענן בתחום: זו הפעם הראשונה בתולדותיו שצה"ל יצא למבצע צבאי עם תוכנית לוחמה פסיכולוגית מוכנה מראש שאותה הכינה יחידה ייעודית - תוכנית שתואמה עם הכוחות הלוחמים.¹ הגוף שמופקד על הלוחמה הפסיכולוגית בצה"ל הוא המל"ת (המרכז למבצעי תודעה) הכפוף לאגף המבצעים והמודיעין. היחידה הוקמה בתום האינתיפאדה השנייה ומיד הוטלה אל מלחמת לבנון השנייה.²

רקע

לוחמה פסיכולוגית היא תורת לחימה המסייעת לצבא להשיג את מטרותיו באמצעי שכנוע לא אלימים. מאז מלחמת העולם הראשונה נעשה בה שימוש הולך וגובר, וככל שהולכת ופוחתת עצימות הלחימה הפיזית, כך עולה השימוש בלוחמה פסיכולוגית. למרבה האירוניה, יש ללוחמה הפסיכולוגית תדמית ירודה: רבים רואים בה עיסוק בשקרם ובהטעיות. נוסף על כך מקובל לראות בה עיסוק המוגבל להפצה מהאוויר של כרוזי נייר חסרי השפעה. הגישה הזאת שגויה, כפי שיוסבר להלן.

מטרת הלוחמה הפסיכולוגית היא לסייע להשגת היעדים הצבאיים והמדיניים באמצעות העברת מידע לקהלי היעד. תורת ההפעלה שלה פשוטה למדי: יש לבחון את יעדי המלחמה ולגזור מהם את יעדי הלוחמה הפסיכולוגית, לאפיין את קהלי היעד (צבא האויב על חלקיו השונים, אזרחי האויב וכדומה), לבחון אילו מסרים סביר שישכנעו אותם - ואז להעבירם בפועל.

בעשורים האחרונים מפנימים צבאות המערב יותר ויותר את חשיבות הלוחמה הפסיכולוגית ואת תרומתה לניצחון, ויש לכך חשיבות רבה במיוחד נוכח הניצחונות הפוליטיים של האסלאם הרדיקלי על הצבאות עתירי הטכנולוגיה של המערב. בעקבות זאת נעשים מאמצים לפתח וליישם דוקטרינה להפעלת לוחמה פסיכולוגית בכל צבאות נאט"ו, ובהם צבא ארה"ב וצבא בריטניה.

כדי לנתח קמפיין של לוחמה פסיכולוגית יש לבחון את הנחות היסוד שלו, את המסרים שהוחלט להעבירם, כיצד הועברו בפועל; ולבסוף יש להעריך את השפעתו.

כאמור, בעיני רוב הישראלים לוחמה פסיכולוגית היא לא יותר מאשר הטלת כרוזי נייר הכוללים כמה משפטים לא משכנעים או איור חסר טעם, ולכן הם מתייחסים אליה כמעט תמיד כאל בזבוז משאבים. אחת ממטרות המאמר היא לשרש את התפיסה המוטעית הזאת.

ניתן לחלק את המסרים שמועברים בשעת מלחמה לשני סוגים: מסרי שכנוע ומסרי יידוע. מסרי השכנוע נועדו לשנות עמדות והם אמורים להיות מועברים הרבה לפני פרוץ הקרבות. משנורתה הירייה הראשונה, תם שלב השכנוע, ואז ישאף מפעיל הלוחמה הפסיכולוגית לשנות את התנהגותם של חיילי האויב או את התנהגות אזרחיו באמצעות הפצת פרטי מידע חדשים שהנהגתם מעדיפה מטבע הדברים להסתיר. במאה השנים האחרונות הוכח שאחת הדרכים היעילות ביותר להפצת מידע לאויב היא באמצעות פיסות נייר המוטלת מהאוויר - אותם כרוזי הנייר המושמצים. אך האמת היא

שכל דרך אחרת להעברת מידע באה בחשבון, כגון רמקולים, דואר אלקטרוני או ופ 2.0 - ובלבד שיש לאויב דרך לקלוט את המסרים האלה במהלך הקרבות.

"עופרת יצוקה" - קמפיין הלוחמה הפסיכולוגית של ישראל

מטרות הקמפיין

- לפגוע ביכולת הלוחמה הפסיכולוגית של החמאס, בערוצי ההעברה שלו ובאמינות תכניו.
- לעורר ספק בנוגע ליכולתו של החמאס לשלוט ברצועה.
- להעצים את הישגי ישראל ואת כישלונות החמאס וליצור דמורליזציה בקרב פעיליו ובקרב מעגלי התמיכה השונים שמסביבו.

קהלי היעד

במהלך המלחמה פעל המל"ת ליידע בעיקר שלושה קהלי יעד: לוחמי החמאס, האזרחים תומכי החמאס והחברה הפלסטינית בעזה.

המסרים

ללוחמי החמאס: מותכם קרב, אין לכם סיכוי מול היחידות המיוחדות של צה"ל והנשק שלו, מנהיגים נמלטו והשאירו אתכם לבד בשטח. במהלך המבצע דווח בעיתונות שצה"ל השתלט על רשתות התקשורת של החמאס והעביר מסרים ישירות ללוחמיו. סביר להניח שהפנייה הישירה ללוחמי החמאס בשעת קרב נתנה להם תחושה שהאויב יודע עליהם הכול.

לאזרחים תומכי החמאס ולחברה הפלסטינית בעזה: המנהיגים ברחו והפקירו אתכם; הם טעו בהערכת התגובות של ישראל ולכן אינם ראויים לתפקידיהם; החמאס הפך את האזרחים למגן אנושי; החמאס גונב את הסיוע ההומניטרי שנועד לתושבים; צה"ל אינו חושש להיכנס לרצועת עזה.

המסרים האלה הועברו באמצעות כרוזים. כן הופצו כרוזים המכונים בעגה מקצועית "מלשינונים". הכרוזים האלה קראו לתושבי הרצועה להציל את חייהם ואת רכושם באמצעות מסירת דיווחים לצה"ל על מחבואי נשק ועל מלכודים. בכל כרוז כזה הופיע מספר טלפון לפניות. למספר הטלפון הזה הגיעו אלפי פניות, מרביתן שיחות נאצה. מההתייחסויות הרבות של החמאס בכלי התקשורת שלו ל"מלשינונים" ניתן להניח שהארגון חשש שיריביו ינצלו את ההזדמנות וידווחו לצה"ל על עמדותיו ועל מצבורי הנשק שלו. תגובות הפחד האלה מעידות שזו הייתה פעולת לוחמה פסיכולוגית מוצלחת. זו הייתה זו פעולה קלסית של תקיעת טריז - אחת הטכניקות המקובלות של הלוחמה הפסיכולוגית. בתקיעת טריז המטרה היא להפריד בין חלקים שונים באוכלוסייה - במקרה הזה בין החמאס לבין החברה הפלסטינית בכללותה - ובכך לפגוע בלאיטמיות של השלטון.

המסר שצה"ל אינו חושש מכניסה קרקעית נועד לקעקע את התחושה שיצר החמאס שעלה בידו לבנות רשת מלכוד מקיפה נגד חיילים ונגד רק"ם, ולכן אין לתושבי הרצועה שום סיבה לחשוש מפני כניסת ישראל לשטח הרצועה.



הערוצים שבהם הועבר המידע לפלסטינים

בתורת הלוחמה הפסיכולוגית המסורתית נהוג להבחין בין שני סוגים של אמצעי העברה. האחד הוא המדיה הקונוונציונלית, כגון טלוויזיה, רדיו ועיתונות, והאחר הוא המדיה החלופית, שבה משתמש מטבע הדברים הצד שהוא בעל האמצעים הדלים יותר. המדיה החלופית כוללת, בין השאר, כרוזים, מכשירי פקס, גרפיטי ורמקולים. בעידן המדיה החדשה נטרפו הקלפים, והאינטרנט הוא כעת הזירה העיקרית שמשלבת טלוויזיה, רדיו ועיתונות. כן היא כוללת דואר אלקטרוני, בלוגים ורשתות חברתיות כגון פייסבוק וטוויטר. לכך ניתן להוסיף את הטלפון הסלולרי שהופך כל בעל מכשיר לתחנת שידור מחד גיסא ולצרכן מסרים נגיש מאידך גיסא. במבצע "עופרת יצוקה" נעשה שימוש ברבים מאמצעי ההעברה האלה.

אף שחלפו כ-100 שנים מאז נעשה לראשונה שימוש מסיבי בכרוזים מודפסים המוטלים מהאוויר אל שדה הקרב, הם עדיין האמצעי הנוח ביותר להעברת מסרים במהלך לחימה קונוונציונלית. במשך המבצע הוטלו על הפלסטינים מיליוני כרוזים - מה שהצריך מאמץ לא מבוטל בשל העובדה שהמבצע נוהל בחורף.

הכרוזים שימשו בעיקר כדי להנחות את האוכלוסייה כיצד לנהוג וכללו מידע בנושאים הומניטריים, למשל, מתי יחולק מזון והיכן מספר ההטלות היה מוגבל כדי להימנע משחיקת האפקט הדרמטי של ירידת מידע מהשמיים.

בתחום האלקטרוני נראה שהשיטה העיקרית להעברת מסרים הייתה באמצעות השתלטות על ערוצי הרדיו והטלוויזיה של החמאס. הדרך

אף שחלפו כ-100 שנים מאז נעשה לראשונה שימוש מסיבי בכרוזים מודפסים המוטלים מהאוויר אל שדה הקרב, הם עדיין האמצעי הנוח ביותר להעברת מסרים במהלך לחימה קונוונציונלית



הזאת עדיפה על שידורי רדיו בערבית מתחנות שידור בישראל שכן היא מאלצת את האויב להאזין למסרים, ואילו ההאזנה לרדיו היא וולונטרית: ירצו - יאזינו, לא ירצו - לא יאזינו. יתר על כן, שידורי רשות השידור בערבית אינם נקלטים ברצועה, וגם אילו היו נקלטים שם, לא ניתן היה להעלות את הרייטינג שלהם ערב המבצע. בערוצי הרדיו שעליהם השתלט צה"ל שודרו מהדורות חדשות חלופיות שכללו את מסרי המל"ת; בטלוויזיה של החמאס שידר צה"ל חדשות וקליפים שונים.

הכנת המסרים

את אופי המסר ואת אורכו מכתוב המדיום שבו הוא מועבר. בכרוז אפשר לכלול כמה משפטים קצרים, ובשידור רדיו ניתן, כמובן, להרחיב הרבה יותר.

כל מסר המועבר לאויב חייב לחצות מחסומים של חשדנות ושל

רתיעה. אלה הם מחסומים פסיכולוגיים גבוהים שניתן להתגבר עליהם רק אם הנמענים מגיעים למסקנה שמדובר במסרים חיוניים, רלוונטיים או מעניינים. הניסיון שנצבר בכל מלחמות המאה ה-20 מלמד שהפורמט היעיל ביותר להעברת מסרים הוא שידורי חדשות, שכן בעיתות מלחמה עולה במאות אחוזים הדרישה למידע ולחדשות. גם מידע בנושאים הומניטריים הוא אמצעי יעיל למשוך את הקוראים. מהדברים שנכתבו עד כה עולה אפוא שצה"ל העדיף להחדיר את מסריו באופן יזום אל התודעה של הפלסטינים ולא הסתפק בהפצת המסרים. (אין בכך כדי לטעון טענה כלשהי על מידת הקליטה של המסרים. הסוגיה הזאת תידון בהמשך). באמצעות הכרוזים נכבש המרחב הפיזי; אך כאשר משתלט תדר זר על השידורים - בעיקר שידורי הטלוויזיה שנחשבת למדיום אינטימי, שכן היא כמו אורח שנמצא בסלון המשפחתי - החדירה לפרטיות היא מרבית. בטלוויזיה הועברו המסרים במתכונת של חדשות, כולל אות פתיחה. כדי להגביר את האטרקטיביות של השידורים נפתחו מהדורות החדשות במסירת פרטים חיוניים על הסיוע ההומניטרי, ורק לאחר מכן נמסרו דיווחים ענייניים על התפתחות הקרבות באזורים השונים. הכרוזים נכתבו בערבית מדוברת, ואילו משדרי הרדיו והטלוויזיה היו בשפה הספרותית, כמקובל.

"עופרת יצוקה" - קמפיין הלוחמה הפסיכולוגית של החמאס

החמאס ניהל לוחמה פסיכולוגית בעיקר לפני המבצע ואחריו ופחות במשך הלחימה עצמה. לפני המבצע ניסה הארגון ליצור ההרתעה, ולשם כך הוא הפיץ מסרים שלפיהם הפכה רצועת עזה למלכודת מוות בגלל שפע המנהרות והמטענים שבה.³ מאמצים גדולים במיוחד השקיע החמאס לאחר המלחמה וזכה בהם להישגים רבים. הישגו העיקרי הוא הצלחתו לשכנע את העולם שישראל עשתה פשעי מלחמה במהלך המבצע. בעקבות זאת הוקמה ועדת גולדסטון ונכתב הדו"ח המסכם שלה שהסב לישראל נזק מדיני רב. במהלך הלחימה עצמה היו מאמצי השכנוע של החמאס מוגבלים עקב נחיתותו בכוח אדם ובטכנולוגיה, אך עם זאת הוא פנה בעת המבצע לקהל הבית - החברה הפלסטינית. בכל הנוגע לקהלי היעד היה סדר העדיפויות של החמאס שונה מזה של הלוחמה הפסיכולוגית שניהלה ישראל. קהל היעד החשוב ביותר בעיני החמאס היה קהל הבית - החברה הפלסטינית - לאחר מכן החברה המערבית ולבסוף ישראל. הדבר נבע מהפער באמצעים לעומת ישראל - פער שהשפיע גם על עיצוב המסרים.

שימת הדגש על העברת מסרים לחברה הפלסטינית נבעה מכך שהחמאס תפס את השלטון בהפיכה אלימה, ולכן לא יכול היה לבטוח בנאמנותם של כל התושבים - במיוחד נוכח לחץ צבאי של ישראל. הקמפיין שהפעיל המל"ת נועד, כמובן, להשיג את ההפך הגמור: לעודד את הבקעים בחברה הפלסטינית ואת אי-הנאמנות לחמאס.

החברה המערבית - בעיקר בארה"ב ובאירופה - הייתה קהל יעד ניטרלי, דהיינו קהל יעד שאינו קשור ישירות לסכסוך, אך לתמיכתו יכולה להיות השפעה על יתרונו של צד זה או אחר. מטרת הפנייה לקהל היעד הזה הייתה שהמערב ילחץ על ישראל להפסיק את הלחימה ול-סגת מרצועת עזה. מטרה נוספת הייתה לעשות דה-לגיטימציה לצדדי

بيان عاجل

أصبحت حماس تنوق قوة جيش الدفاع الإسرائيلي لأكثر من أسبوع.

في جعبة جيش الدفاع طرق أخرى أشد حدة للتعامل مع حماس
وفي حال استخدامها سوف تكون الضربة موجعة للغاية!

سيواصل جيش الدفاع الإسرائيلي العمل بحزم وبكامل قواه ضد حماس وقيادتها أينما
تواجدت وبكل الطرق الممكنة طالما تطلب الأمر ذلك حتى تحقيق أهدافه.

من أجل سلامتكم نرجو منكم إخلاء منطقة سكناتكم
والتوجه إلى مراكز المدن.

قيادة جيش الدفاع الإسرائيلي.

הודעה דחופה

כבר למעלה משבוע חמאס חש את עצמתו של צה"ל.

לצה"ל דרכי פעולה נוספות בעצמה רבה יותר.
כשזה יקרה - צפויה מכה כואבת ביותר!

צה"ל ימשיך לפעול בעוצמה ובנחישות נגד חמאס והנהגתה בכל מקום ובכל דרך ולמשך כל זמן
שיירש עד להשגת מטרותיו.

למען שלומכם פנו את אזור מגורכם ונעו לכיוון מרכזי הערים.

מפקדת כוחות צה"ל

כרוז שהטיל צה"ל באזור חאן-יונס ורפיח במבצע "עופרת יצוקה"
באמצעות הכרוזים נכש המרחב הפיזי; אך כאשר משתלט תדר זר על השידורים
החדירה לפרטיות היא מרבית

ההתגוננות שנקטה ישראל כדי לכבול את ידיה בכל מלחמה בעתיד. כאמור, הקהל הישראלי היה האחרון בסדר העדיפויות של הלוחמה הפסיכולוגית שניהל החמאס. המסרים לישראלים הדגישו את הפגיעות של צה"ל באזרחים חפים מפשע וברכ"ש. בתום הקרבות הועצם הקמפיין כדי לגרום לפיצול בחברה הישראלית אחרי שמפלס ההתגייסות הפטריוטית יורד, והעם נפנה לסקור את השפעות המלחמה על עצמו, על צה"ל ועל הזירה הבינלאומית. גם הקמפיין הזה - כמו הקמפיין המופנה לחברה המערבית - נועד בראש ובראשונה לכבול את ידיה של מערכת הביטחון בעימות הבא.

מסרי החמאס

לפני המבצע הפיץ החמאס שני מסרים מרכזיים. המסר הראשון: רצועת עזה היא מלכודת מוות ענקית לצה"ל ולכן גם לחברה הישראלית; המסר השני: המצור שהטילה ישראל על רצועת עזה פוגע בראש ובראשונה באוכלוסייה האזרחית. לאחר שהחל המבצע התמקד החמאס בחברה הפלסטינית כדי שאחיותו בה לא תישמט מידי. המסרים שהופנו פנימה עסקו בצורך לשמור על האחדות ובתקיפת ישראל. בתום המבצע הזדרזו מנהיגי החמאס לצאת מהבונקרם ולהכריז על ניצחון. בישראל ראו בכך התנהלות מגוחכת, אך אין בכך שום דבר מגוחך: ניצחון או תבוסה במערכות כאלה אינן עובדות אובייקטיביות אלא תחושות סובייקטיביות שניתנות לעיצוב בלי שום קשר למציאות בשטח.

הערוצים שבהם העביר החמאס את מסריו

מלחמה היא שעתם הגדולה של כלי התקשורת, שכן הציבור משני צידי המתרחש רעב למידע. כלי התקשורת הפרטיים נחשבים לאמינים בדרך כלל, ולכן הפצת מסרים באמצעותם היא יעד מרכזי של כל צד. כדי לפנות לציבור בישראל ניצל החמאס את פתיחותה של החברה הישראלית והזין את המדיה בארץ (ובעולם) במידע באמצעות טלפונים ובאמצעות האינטרנט. (לא היו מקורות אובייקטיביים על המתרחש בעזה שכן נאסר על עיתונאים להיכנס לשם).⁴ המסר

העיקרי לישראלים היה שנעשה עוול לאזרחים פלסטינים לא לוחמים. המסרים נועדו לעורר רגשות אשם בקרב הציבור בתקווה שאלה יחללו אל החיילים.⁵

לרשות החמאס עמדו בתחילת המבצע תחנת טלוויזיה לוויינית (אל-אקצא) ותחנה קרקעית (אל-קודס), עיתונים, תחנות רדיו וכמה אתרי אינטרנט.⁶ אתרים אחדים היו רשמיים, ואילו אתרים רבים אחרים - כולם בעלי אופי אסלאמי - לא היו מזוהים ישירות עם הארגון אך הוזנו מתכנון והפיצו בעבורו את מסריו. כמו כן עמד לרשות החמאס מרכז הסברה שריכז את המסרים. בראשו עמד פתחי חמאד, חבר פרלמנט מטעם החמאס. כמה צלמים שנשארו ברצועה



שידרו לסוכנויות הידיעות תמונות מההתקפות של צה"ל⁷. מאחר שצה"ל השתלט על ערוצי הרדיו והטלוויזיה של החמאס, נותרו לארגון אתרי האינטרנט, התקשורת הבינ-אישית בטלפונים ושידורי הרדיו והטלוויזיה בשעות שבהן ניתן לו לשדר בלא הפרעה. (השתלטות על תחנה נעשית תמיד לסירוגין כדי לגרום לכך שהאויב ימשיך לשדר בה למרות הפריצות החוזרות ונשנות). ברשתות החברתיות קשה היה לטפל בשל מספרן הרב. צה"ל הפיק לקחים, וכמה חודשים לאחר המבצע פירסם שהקים יחידה ייעודית בדו"צ כדי לעקוב אחר רשתות חברתיות ולהזין בהן מידע.⁸

למרות נחיתותו ועל אף שהיה נתון למתקפה צבאית עזה ניסה החמאס לחקות את דרך הפעולה של צה"ל. בין היתר עלה בידו להשתלט על התדר של גלי צה"ל באזור - אירוע שסוקר בהרחבה בתקשורת בישראל. כן דיווחו כתבים שהחמאס שיגר לעבר ישראל בלון נושא כרוזים בעברית (עילגת), ואלה התפזרו בשטחים שונים. נוסף על כך הועברו מסרונים לטלפונים ניידים באזור הדרום. הניסוח של המסרונים האלה היה לקוי, ולכן מקבליהם הגיבו עליהם בזלזול. מדיום יעיל שבו השתמש החמאס היה הפצת שמועות. בין היתר הוא הפיץ שמועות בנוגע למספר הנפגעים שיש לצה"ל, אך דובר צה"ל נהנה מאמינות גבוהה, ולא נגרם כל נזק עקב השמועות הכוזבות. במקרה אחד הצליח החמאס לעורר חרדה בקרב הציבור בישראל כשהפיץ שמועה שגלעד שליט נפגע בהפצצות של צה"ל.⁹ זו דוגמה מובהקת לכך שאין צורך בציוד מתוחכם כדי לגרום לאויב נזק פסיכולוגי ניכר.

צה"ל קשה להעריך כמה כרוזים - מתוך המיליונים שהופצו - הגיעו ליעדם ונקראו, וכן קשה להעריך כמה פלסטינים צפו בקליפים ששודרו בתדרים שנפרצו בתחנות הרדיו והטלוויזיה. מתלונות של הפלסטינים בבלוגים ובאתרים מסתמן ששיעור המאזינים למסרים היה גבוה למדי.

מעקב אחרי מסרי החמאס מלמד שהארגון חזר שוב ושוב על המסר שהעם הפלסטיני ניצב מאחורי ממשלת החמאס. במסר דומה נטען השכם והערב שהלוחמה הפסיכולוגית שמנהלת ישראל היא חסרת השפעה. העובדה שהחמאס נאלץ לחזור על המסר הזה פעמים רבות מלמדת בעקיפין שלמסרי הלוחמה הפסיכולוגית של ישראל הייתה השפעה לא מבוטלת שהטרידה את ראשי החמאס. ראייה נוספת לכך היא העובדה שהחמאס היה קשוב כל הזמן למסרים שהפיצה ישראל: בכל פעם שהמל"ת העלה טענות, שודרו מיד מסרים לפלסטינים מטעם החמאס שבאו להפריך את הטענות של ישראל.

בנאום הניצחון בתום המבצע החמיא ראש ממשלת החמאס ברצועה אסמאעיל הנייה לעם הפלסטיני על שעמד בגבורה מול אוגדות צה"ל ומול מאות חיילי הלוחמה הפסיכולוגית. אנשי המל"ת חייבו כנראה בשמחה ובעצב. בשמחה - על האפקטיביות שייחס האויב לפועלם, ובעצב - על הפער הנצחי בין המשאבים לצרכים. האפקטיביות שייחס החמאס למערך הלוחמה הפסיכולוגית של צה"ל צריכה להוביל למסקנות בנוגע להעמקת שילובו במערך הלוחמה של צה"ל.

מסקנות

בלוחמה הפסיכולוגית שניהל צה"ל במבצע "עופרת יצוקה" לא היו הפתעות, אך לא היה כל צורך בהפתעות. כל מי שמנהל לוחמה פסיכולוגית עושה זאת לפי כלל קבוע: הוא מעצים את עצמו ומנסה להחליש את האויב באמצעות עידודו לערוק, להיכנע, להפוך לחסר מוטיווציה ולבעל מורל נמוך. זו המסגרת הכללית, ומובן שהפרטים הקטנים הם אין-סופיים, ויש מקום רב ליצירתיות.

התוכן הבסיסי של מסרי הלוחמה הפסיכולוגית חוזר על עצמו במשך כל ההיסטוריה. אם מדובר בצבא קונוונציונלי, המסר המרכזי הוא: "אין לכם סיכוי". אם הצבא חלש או שמדובר בתנועת גרילה, המסרים העיקריים שלהם יהיו בנוגע לנחישותם ולנכונות ההקרבה שלהם וידגישו שלא החומר קובע אלא הרוח ("לא הטנק ינצח"). מעידן לעידן משתנים רק הכלים שבאמצעותם מועברים המסרים.

בעבר הועברו המסרים בצעקות ובאמצעות איגרות. כיום אמצעי ההעברה הם טלפונים סלולריים, רשתות חברתיות באינטרנט, שידורי טלוויזיה וכדומה. בתחום הזה עושה צה"ל צעדים ראשוניים משמעותיים. הבעיה בעידן המידע היא שהעלות של הפעלת האמצעים האלה פחתה מאוד, ולכן יכולים גם ארגוני הגרילה והטרור להשתמש בהם. והם אכן מנצלים את היותם קטנים כדי להפעיל יצירתיות ודמיון, בלי שהרעיונות המועלים יאלצו להתעכב במעבר דרך שרשרת פיקוד ארוכה.

לפי תגובות החמאס, המל"ת ראוי לשבחים על תפקודו. מסריו חילחלו לכל שכבות האוכלוסייה ולפעילים ועוררו דאגה רבה בקרב ההנהגה. המל"ת כמעט הצליח ליצור תחושה ששלטון הארגון בעזה קורס, והדבר חייב את הנהגת החמאס להשקיע מאמצים רבים כדי ליצור תחושה של שליטה. המל"ת הבליט את ההתנהלות ההומניטרית של

למרות נחיתותו ועל אף שהיה נתון למתקפה צבאית עזה ניסה החמאס לחקות את דרך הפעולה של צה"ל



השפעות הלוחמה הפסיכולוגית של ישראל ושל החמאס

בלוחמה קונוונציונלית קל, יחסית, לבדוק את השפעת הצעדים הננקטים נגד האויב ובעקבות זאת לשפר אותם בהתאם לצורך. בלוחמה הפסיכולוגית הדבר קשה הרבה יותר. ברמה האישית מעטים האנשים שידו (אף בפני עצמם) שהושפעו ממסר או מקמפיין כלשהו, וחיילים וקצינים אינם יוצאים מהכלל הזה. כמו כן - מטבע הדברים - לא ניתן לערוך סקרים ומשאלים בקרב אוכלוסיית האויב על מידת האפקטיביות של מערכות הלוחמה הפסיכולוגית כפי שמקובל לעשות בקמפיינים אזרחיים של שיווק. לכן נאלצים מנהלי הלוחמה הפסיכולוגית לחפש דרכים עקיפות כדי לבחון את מידת ההשפעה שיש לעבודתם.

הקריטריון העיקרי למדידת ההשפעה הוא בדיקה אם האוכלוסייה צייתה להנחיות, דהיינו שינתה את התנהגותה. ב"עופרת יצוקה" - כך ניתן היה להתרשם - צייתה האוכלוסייה הפלסטינית להנחיות

של האויב הישראלי ("שטן שהורג ילדים") והציג את העובדה הבלתי ניתנת לערעור ששלטון החמאס עדיין ניצב על מכונו. נאום הניצחון נכתב מראש והושמע בהזדמנות הראשונה כאשר כבר לא נשקפה סכנה למנהיגי הארגון. מובן שאין כל קשר בין תודעת הניצחון המשווקת לציבור הפלסטיני לבין המציאות בשטח, ובסוגיה הזאת כשלה ישראל בהבנת המצב: בעוד שבאשראלי תמונות ההרס בעזה סימלו את ניצחונו הבלתי מעורער של צה"ל, בעבור החמאס דווקא ההרסות האלה היו ניצחון.

את המערכה על התודעה ניהל החמאס בהיקף קטן יחסית מול אוכלוסיית עזה ואיו"ש ובעיקר מול הגורמים הניטרליים. זאת מתוך תפיסה שישראל תלויה בחסדי המערב, ומשיפסיק את תמיכתו המוסרית והפוליטית בישראל, תימנע ממנה גם התמיכה הצבאית והכלכלית, ואז היא תקרוס נוכח הלהט האיסלאמי. דו"ח גולדסטון הוא דוגמה לחוליה אחת בתוך שרשרת ארוכה של פעולות בקמפיין הלוחמה הפסיכולוגית של החמאס. ההבנה הזאת ראוי שתחלחל אל ההנהגה של ישראל ואל הפיקוד העליון של צה"ל.

מחשבה לקראת העתיד

כפי שנראה מהדברים שהועלו, הרי שאין במאמצי השכנוע שנעשו במהלך "עופרת יצוקה" כל חידוש עקרוני שלא נראה במחוזותינו מאז האינתיפאדה הראשונה. המסקנה הנגזרת מכך היא שלקראת העימות הבא רצוי שמערכת הביטחון וצה"ל יקיימו סימולציה של מערכת לוחמה פסיכולוגית שתתמודד עם האתגרים שמכין החמאס לישראל. כשם שהחיר"ר, המודיעין וחיל האוויר מתאמנים לקראת העימות הפיזי, רצוי להתכונן ל"מלחמת השכנוע" כדי שישראל תוכל לנצח גם בה ובשלב המכריע של המאבק הפוליטי. במסגרת ההתכוננות יש לגבש הן את המסרים (שנרוב ידועים מראש שכן הם חוזרים על עצמם במידה רבה) והן את דרכי הפצתם.

הערות

1. מתחילת הלחימה התלוננו הפלסטינים שצה"ל השתלט על השידורים של טלוויזיית החמאס ומשדר קליפים בערבית.
2. עמוס הראל, "צה"ל החליט להקים מחדש את היחידה ללוחמה פסיכולוגית", **הארץ**, 25 בינואר 2005
3. הטכניקה מזכירה רבות את הלוחמה הפסיכולוגית של העיראקים במלחמת המפרץ הראשונה, שכתוצאה ממנה ריכזו האמריקנים כוח צבאי הגדול פי כמה ממה שהיה דרוש להם לביצוע המשימה. כך גם צה"ל במקרה הזה. העצמות הסכנה לחיילי צה"ל נעשתה מתוך ראייה ארוכת טווח של העימותים בעתיד. גיוס יתרון מכביד על כלכלת ישראל, שוחק את נכונות החברה להתגייס ומפחית בכך את הסיכוי שישראל תצא לסיבוב נוסף.
4. הערכת היתרונות והחסרונות שבצעד הזה מחייבת דיון נפרד.
5. הטכניקה הזאת בוצעה היטב במהלך האינתיפאדה הראשונה.
6. www.aqstav.ps www.palestinr-info.info
7. כך, לדוגמה, הסוכנות Ramatan.
8. "דובר צה"ל יגייס מומחי מחשב למלחמת ההסברה של ישראל", 1 בדצמבר 2009, www.haaretz.co.il/hasite/spages/1131887.html?more~1
9. דיווח: גלעד שליט נפגע בהפצצות, 29 בדצמבר 2008, <http://news.wallaco.il/?w~/9/1406802>



הספר לוחמה פסיכולוגית יצא לאור בהוצאת מערכות ב' 2007

ישראל, אם כי בתנאים אידיאליים ייתכן שזהו תפקידה של יחידת דובר צה"ל. אך כיום לא עומדים לרשותה אמצעי שידור לאוכלוסייה הערבית, שכן בשלהי 2003 הוסרו אנטנות השידור ששימשו למטרה הזאת. האנטנות היו מוצבות ליד היישוב צורן, והן הוסרו בלחץ תושבי היישוב. מאז ועד היום לא שוקמה יכולת השידור לאוכלוסייה הערבית. החמאס נהג בהתאם לכללי הגרילה ונמנע מעימות ישיר עם צה"ל, וגם הלוחמה הפסיכולוגית שלו הייתה על אש קטנה. בצד הפיזי של הלחימה התמקד הארגון במשיכת חיילי צה"ל למלכודות ובניסיון

את עיקר מאמצי השכנוע שמר החמאס לשלב שאחרי המלחמה, דהיינו לשדה הקרב הפוליטי שהוא, כפי שכבר קבע קלאוזביץ, שדה הקרב העיקרי



לחטוף חיילים. הלוחמה הפסיכולוגית שלו הצטמצמה בעיקר לתגובות למסרי המל"ת. את עיקר מאמצי השכנוע שמר החמאס לשלב שאחרי המלחמה, דהיינו לשדה הקרב הפוליטי שהוא, כפי שכבר קבע קלאוזביץ, שדה הקרב העיקרי. מיד עם תום הקרבות פנה החמאס לעצב את תודעת הניצחון שאותו הגדיר "ניצחון הרוח על החומר". נוסף על כך הוא עשה דמוניזציה