

# מה הסטורי של צה"ל

מהפכת המידע משנה כל היבט בחיינו וצה"ל איננו יוצא מן הכלל. התעלמות מהתנהלות משרתי צה"ל במרחב הרשתי או הסתפקות בהנחיות עמומות לא יעלימו את הבעיה, אלא ייצרו משברים של ממש. פקודות מטכ"ל, העוסקות בנושאים החל בשימוש בטנק ובמטוס וכלה באורך התספורת וצבע הלק, אינן שלמות ללא כללי מותר ואסור ברשתות החברתיות



**צוערות בבה"ד 1 משתמשות בטלפון בעת הכשרתן, 2020.** העיכוב בהסדרת כללי "עשה ואל תעשה" לחיילי צה"ל ומפקדיו יכול לנבוע מהפער הדורי. צילום: אתר צה"ל

וארצות־הברית. המהפכה שיצר הטלפון הסלולרי השפיעה על הרגלי החיים של המשתמשים בו והפכה אותו לכלי מכונן בעיצוב האנושות בעידן המודרני. התעלמות מקיומו או תגובה איטית לשינויים שהוא מחולל עלולה להפוך לנקודת תורפה אסטרטגית בבניין הכוח הצה"לי. פקודת מטכ"ל 08.107 היא מופת לעמימות ביחס להתנהלות משרתי צה"ל במרחב הרשתי.<sup>2</sup> הפקודה מאפשרת למשרתים

הרשת החברתית היא כלי נשק תודעתי. מלחמת רוסיה-אוקראינה הוכיחה שהשימוש בכלי התקשורת המסורתיים (עיתונים, רדיו וטלוויזיה) אינו משתווה להפצת המידע המתוכננת והאסטרטגית ברשתות החברתיות על־ידי הצד האוקראיני.<sup>1</sup> נשיא אוקראינה ולודימיר זלנסקי זיהה ברשתות החברתיות אמצעי השפעה ממדרגה ראשונה והוביל תעמולה להחלשת רוחו של הצד הרוסי, להעלאת המורל בקרב חייליו ולהפעלת לחץ בין־לאומי להשגת יעדי מול מדינות אירופה

סא"ל יוהנתן עמיאל, רת"ח תקשורת  
בחיל האוויר



סא"ל עדי זהבי, רת"ח שותפויות באג"ת



זו מייצגת נתק שאינו בריא לצה"ל בין סגל הפיקוד הבכיר ובין החיילים והמפקדים הצעירים המשתייכים לדור ה-Z, ° החי את חייו ברשת וניזון מהמידע העולה בה.

מחזורי גיוס רבים של צעירים המשתמשים יותר ויותר ברשתות החברתיות,<sup>7</sup> הקורונה שהביאה לזליגה של השיח הפיקודי לרשתות החברתיות והתפרצות ידיעות הכזב ברשתות החברתיות העלו מחדש את השאלות אם פקודות צה"ל מותאמות למציאות החדשה שהתפתחה אצל המתגייסים החדשים ואם הגיעה העת לשינוי בתפיסת צה"ל במרחב הרשתי. לשאלות אלו ממדים פיקודיים<sup>8</sup> ותדמיתיים<sup>9</sup> המאתגרים את שרשרת הפיקוד בצה"ל ואת תפיסת ההפעלה של כל האמונים על תדמיתו של הצבא ובראשם מערך דובר צה"ל.

התשובה לשאלות אלה היא שפקודות צה"ל מותאמות לראשית מהפכת הרשתות החברתיות, אך אינן מעודכנות למציאות החדשה. יש לחדול מן השאלה אם הגיעה העת לקביעת מדיניות ערכית, ולקבוע כי צה"ל כבר נמצא בפיגור בהשוואה לצבאות אחרים ובעיקר מול המציאות.<sup>10</sup>

### עת לשינויים

כדי להמחיש את מהירות השתנות המציאות נזכיר את פרשת "דוד הנחלוואי"<sup>11</sup> (אביב 2014) ואת תשובות הרמטכ"ל לשאלות חיילי צה"ל באמצעות חשבון הטיקטוק הרשמי של צה"ל<sup>12</sup> לרגל יום העצמאות תשפ"ג.

פרשת "דוד הנחלוואי" יכולה להירשם כהתנגשות מכוננת ביחסי צה"ל והרשתות החברתיות. סרטון המציג עימות בין חייל נח"ל מגדוד 932 בשם דוד אדמוב לצעירים פלסטינים שהפריעו לו במשימתו ביישוב היהודי בחברון הפך ויראלי באמצעות הרשתות החברתיות. במקביל לפרסום הסרטון נענש החייל על אירוע פיקודי אחר, מה שהתחיל כאי הבנה הפך במהרה להקמת דף פייסבוק פתוח לשימוש מניפולטיבי שאליו הצטרפו עשרות אלפי חותמים, בהם מאות חיילים המסתירים את פניהם, כמחאה על העמדת החייל לדן, כביכול על לא עוול בכפו.

מלבד האתגר של צה"ל להתמודד עם מאות חיילים שאינם מזדהים בפניהם הקוראים תיגר על הליך משמעותי-פיקודי, נפגעה תדמיתו של צה"ל בשל הטענה שאין הוא מגבה את פקודיו נוכח התמודדות מבצעית מורכבת. בעקבות האירוע התייחס הרמטכ"ל דאז, רא"ל (מיל') בני גנץ, במה שנדמה היום כתגובה מיושנת: "נבחן את דרך הטיפול בו [באירוע] ונפיק את הלקחים הנדרשים [...] חשוב שנוכח ונאמר לפקודינו באופן חד וברור שהפייסבוק אינו כלי פיקודי. הוא כאן וזו עובדה, אבל הוא אינו מחליף או אפילו מקביל לשיח מפקדים עם חייליהם. נדע לטפל באירוע הזה כאירוע פיקודי לכל דבר, המעלה סוגיות של אתיקה וצבא בהן יש לעסוק בכל

לפעול ברשתות החברתיות השונות בהתאם למגבלות החלות על חיילי צה"ל במרחב הציבורי, למעט במקרים שבהם עלולה להיווצר פגיעה בערכי צה"ל, פגיעה בכבוד האדם, תדמית צה"ל ותפיסתו בעיני הציבור, פרסום מידע מסווג והצורך לשמור על הביטחון האישי של המשרת. הפקודה שמה את עיקר הדגש על ביטחון מידע וכמעט אין בה התייחסות לרוח צה"ל, שימור ערכיו, סמליו וכבודו.

נוסף על כך, הפקודה מפנה לפקודת מטכ"ל 8.0105 הנוגעת ל"פעילות ציבורית של אנשי צבא, התבטאויות פומביות וקשר עם עיתונאים, עם הציבור ועם הדרג הממלכתי הבכיר".<sup>3</sup> פקודה זו מתירה להשתתף במחאה תחת הגבלות שונות ללא זיהוי כחייל, אם אינה עוסקת בנושאים מפלגתיים, מדינתיים או הנוגעים לצה"ל, והיא מחדדת למשל כי חל איסור להביע במרחב הרשתי תמיכה או הסתייגות ביחס לפוליטיקאים או מפלגות, אך מותר לעקוב אחר דף משתמש של דמות פוליטית או מפלגה. כללים אלו חלים על קבוצות רבות משתתפים אך אינם חלים על שיחות פרטיות במרחב הרשתי.

## הקושי ההולך וגובר של צה"ל לשלוט על המידע ולפקח עליו, לצד צנזורה שנחלשה ביכולותיה לאכוף ולפקח על המידע המוזרם סביב השעון מצד חיילים, מאתגרים את סגל הפיקוד הבכיר ומחייבים אותו בשינוי גישה

פקודות אלה אינן מתמודדות עם שאלות מהותיות הנוגעות לשימוש חיילי במדי צה"ל ובמתקניו לצילום סרטונים<sup>4</sup> וכללי התגובה לציוצים ביקורתיים בטוויטר. הקושי ההולך וגובר של צה"ל לשלוט על המידע ולפקח עליו, לצד צנזורה שנחלשה ביכולותיה לאכוף ולפקח על המידע המוזרם סביב השעון מצד חיילים, מאתגרים את סגל הפיקוד הבכיר ומחייבים אותו בשינוי גישה.

העיקוב בהסדרת כללי "עשה ואל תעשה" לחיילי צה"ל ומפקדיו יכול לנבוע מהפער הדורי: בין מפקדי צה"ל, האחראים לניסוח פקודות מטכ"ל, ובין דרג הפיקוד הצעיר והבינוני המתמודדים יום-יום עם השימוש הטוטלי של חייליהם הצעירים בכלי הנשק התודעתי החדש. אי אפשר להימנע מהמחשבה שבעלי דרגות בכירות אשר גדלו על ברכי התקשורת המסורתית אינם ערים במידה הראויה ליתרונות של כלי הנשק התודעתי החדש הפועל בקומת הפיקוד שתחתם,<sup>5</sup> או לסכנה שבהמשך השימוש בו ללא הסדרה. הרשתות החברתיות נתפסות בעיני רבים מהם כמרחב כאוטי ופומבי שיש להישמר ממנו. תפיסה



הרמטכ"ל עונה על שאלות החיילים בטיקטוק. אל לנו לזלזל בדרך שבה צה"ל נתפס בעיני האויב, המביט בנו מבעד למסכי הטיקטוק והאינסטגרם. צילום מסך

משוטים כדי לפגוע בצה"ל, באמון הציבור בו ולהציגו בדרך מבזה בעיני בני בריתו. דוקטרינה חדשה תסייע לתאם מסרים בגוף גדול ומבוזר כמו צה"ל ותמנע בלבול ונוזק. כאשר הצבא מתקשר בערוצים הרשמיים באמצעות דובר צה"ל הוא יכול להבטיח שהמסר יהיה ברור, מדויק ותואם את מטרותיו. עם זאת, אם הצבא יפעל ברשתות החברתיות באמצעות בכיריו, ייתכן שלא תהיה לו אותה רמת שליטה על העברת המסרים, והדבר עלול להטעות או להביא לפרשנות שגויה. יש לזכור שלגורמים עוינים יש אינטרס להציג את צה"ל כמפיץ ידיעות כוזב, דבר שיפגע בתדמיתו ויגביר חרדה בציבור הישראלי. מול אלו חובתנו להעמיד תורה סדורה של לחימה והגנה על נכסי צה"ל התודעתיים.

הרמות, וכך נעשה"<sup>13</sup>. תשע שנים לאחר מכן יצא צה"ל בקמפיין רשת הקורא לחיילים לשאול את הרמטכ"ל שאלות לכבוד יום העצמאות והוא ישיב עליהם בסרטון בעמוד הרשמי של צה"ל בטיקטוק. תוך פחות מעשור רמטכ"ל אחד הגדיר רשת חברתית ככלי שאינו משמש לשיח פיקודי ורמטכ"ל אחר הכשיר רשת חברתית ככלי שיח פיקודי. נדמה כי שינוי תפיסתי זה הגיע לצה"ל מעט באיחור,<sup>14</sup> אך זהו סימן להתחדשות והתאמה לשינויים במרחב, התאמה שעדיין לא הושלמה.

## ניסוח דוקטרינה

דוגמה להשפעה על אמון הציבור במפקדי צה"ל אפשר לראות בחשבונות ובעמודים השונים של כתבים צבאיים שונים. ניקח לשם הדוגמה ציוץ של הכתב הצבאי לשעבר צחי דבוש בטוויטר: "ארוחת הבוקר של לוחמי גדוד שמשון בחטיבת כפיר במוצב עופרה", תוך הצגת תמונה של ביצים לא ראויות למאכל. מאוחר יותר באותו היום הוא העלה ציוץ תגובה שבו הוא מצייץ כי "אלוף פיקוד המרכז הנחה להקים צוות ברמת הפיקוד שיטפל באופן מהיר בכל מה שקשור בחוויית ואיכות השירות בפניות של חיילים ואנשי מילואים. ככה צריך וכך ראוי". לציוץ הראשוני הייתה חשיפה גבוהה פי ארבעה מאשר לציוץ התגובה שפרסם. הפער במידת החשיפה והשיתוף מעיד על הפסד בקרב התודעתית. אילו צה"ל היה קובע מדדי תגובה ריאליים הנוגעים ללוח זמנים ולאופן תגובה שאינו נסמך על המפרסם אלא על חשבון טוויטר של דובר צה"ל או גורם צה"לי כגון מפקד הפיקוד, הייתה נוצרת הזדמנות לבנות קשרי אמון בין צה"ל לקהל הרב שנחשף למקרה, ובמקרה זה לגרום להורים לסמוך יותר על הצבא כארגון הדואג לחייליו. תגובה מתאימה הייתה יכולה להדגיש את המובן מאליו: גם לצה"ל יש טעויות והוא מתקנן במהירות. במקרים מסוימים ראוי שיעשה שימוש בהפצת המדיה כך שיווצר רטויו,<sup>15</sup> קרי נתוני חשיפה, לייקים ושיתוף לתגובה העולים על הציוץ המקורי.

**תוך פחות מעשור רמטכ"ל אחד הגדיר רשת חברתית ככלי שאינו משמש לשיח פיקודי ורמטכ"ל אחר הכשיר רשת חברתית ככלי שיח פיקודי. נדמה כי שינוי תפיסתי זה הגיע לצה"ל מעט באיחור, אך זהו סימן להתחדשות והתאמה לשינויים במרחב, התאמה שעדיין לא הושלמה**

בייחוד בעידן הנוכחי, המושפע מבינה מלאכותית והפצת מידע כוזב, חובה לנסח דוקטרינה מקצועית להתמודדות עם התודעה ואמצעי הפצתה ככלי נשק מכריע של זירת הקרב הבא: התודעה ואמצעי הפצתה ובמרכזן הרשתות החברתיות. דוקטרינת ההשפעה יכולה להעמיד את צה"ל ומפקדיו בראש החץ של צבאות העולם כמי שבחן וניסח דרכי התמודדות מודרניים ומתוחכמים עם שימוש תמים או זדוני ברשתות החברתיות המחליש את תדמית צה"ל ומורל חייליו, לצד דרכי התמודדות תודעתיות עם מתקפות מתוכננות של גורמים עוינים העושים שימוש ברשתות כדי לנצל גורמים



**חיילת בדובר צה"ל.** צה"ל יצטרך להגדיר לאילו הודעות יגיב מפקד ולאילו דובר צה"ל. צילום: דו"ץ

## דין ומסקנות

מהפכת המידע משנה כל היבט בחיינו וצה"ל איננו יוצא מן הכלל. יש בה פוטנציאל עצום, אך היא גם טומנת בחובה אתגרים וסיכונים. התעלמות מהתנהלות משרתי צה"ל במרחב הרשתי או הסתפקות בהנחיות עמומות לא יעלימו את הבעיה, אלא ייצרו משברים של ממש. צה"ל הוא ארגון גדול, שמרני והיררכי השרוי במציאות מבצעית. במציאות זו, כל טעות עלולה להיות הרת גורל ולהביא להשלכות חמורות ועל כן צה"ל אינו נוטה לקחת סיכונים.<sup>16</sup>

בעת קריאת מאמר זה הספיקו להתפרסם ברשתות החברתיות אלפי מסרים הנוגעים לצה"ל, וייתכן שברגע זה ממש מנוסח מסר החושף מידע מחמיא או מביך הנוגע לצה"ל שיש להגיב לו במהירות. לצד אלו פועלים בוטים מטעם מדינה עוינת שתכליתם להפיץ מידע כוזב המחליש את דמותו של צה"ל בעיני אזרחי ישראל ויש לפעול מיידית כדי למנוע מגורמים משוטטים לתת יד להפצת מידע כוזב שכזה.

הרשתות החברתיות הן כלי נשק תודעתי המגדיר מחדש את תדמית צה"ל. בעולם המודרני תדמית הצבא משפיעה על הגיבוש הלאומי והבין-לאומי, על סובלנותם של מקבלי החלטות ועל סובלנות הציבור לפעולותיו, תקציבו ופעילותו המבצעית, והיא מקרינה על האמון שהאזרחים נותנים במפקדים, אמן שהוא אבן היסוד בבניין הכוח של צה"ל.

צה"ל חייב לגבש דוקטרינת התמודדות עם עולם ההשפעה החדש, ולעמוד בראש החץ העולמי כצבא מודרני, מעודכן, העושה שימוש התקפי והגנתי ברשתות החברתיות ומונע מגורמים עוינים לנצל היעדרה של דוקטרינה שכזו, להפיץ מידע כוזב ולחולל בלבול ופגיעה ברוח.

התמקדות הפרדיגמה הצה"לית במדיה החברתית תאפשר להגיע לקהל גדול במהירות וביעילות, לתקשר בזמן אמת, לעצב את דעת הקהל ולהתמודד עם מידע מוטעה ותעמולה. צה"ל יידרש להשקיע כוח אדם איכותי לפיתוח תפיסת הפעלה, לפתיחת חשבונות ברשתות החברתיות לאלופי צה"ל ותא"לים נבחרים, כמו שנעשה למשל בצבא ארצות הברית.<sup>17</sup> הוא יצטרך להגדיר לאילו הודעות יגיב מפקד ולאילו דובר צה"ל. השימוש של צה"ל ברשתות החברתיות ידרוש שינוי תרבותי נרחב - לא עוד תגובות מאוחרות של דובר צה"ל לשאלות של כתבים צבאיים, אלא יוזמה ונוכחות של צה"ל ומפקדיו ברשתות החברתיות - במינן נכון, בגמישות וביכולת הסתגלות למציאות הקיימת.

מהפכת המידע, גיוס דור ה-Z, לקחי מלחמת רוסיה-אוקראינה ועוד מחייבים את צה"ל להסדיר את יחסיו עם הרשתות החברתיות ולראות בהם כלי השפעה אפקטיבי ואסטרטגי. בשימוש נכון, כלי נשק תודעתי יכול לנווט את השיח הפנימי בצה"ל, להשפיע על מורל החיילים ולעצב את תדמית הארגון בעיני האזרחים, ההנהגה ומעצבי דעת הקהל במעגל החיצוני לו. כמו כן אל לנו לזלזל בדרך שבה צה"ל נתפס בעיני האויב, המביט בנו מבעד למסכי הטיקטוק והאינסטגרם, וכן בבני ברית המתרשמים בדרך זו מהלך הרוח בצבא.

נראה כי בשלה העת להסדרת יחסי צה"ל עם המותר והאסור ברשתות. פקודות מטכ"ל, העוסקות בנושאים החל בשימוש בטנק ובמטוס וכלה באורך התספורת וצבע הלך, אינן שלמות ללא כללי מותר ואסור ברשתות החברתיות אשר יקבעו את גבולות השימוש במתקני צה"ל וסמליו.

**ההערות למאמר זה מתפרסמות בסוף הגיליון.**

