

## לוחמה פסיכולוגית ותעמולה בניהול סכסוכים

### ד"ר רונן הופמן

**\*\* סיכום קורס כולל סיכומי מאמרים \*\***

| עמוד                 | נושא  |     |
|----------------------|---|-----|
| 2                    | לוחמה פסיכולוגית ותעמולה – המחשת התחום באמצעות סיפורים ושירים                   | .1  |
| 4                    | לוחמה פסיכולוגית ותעמולה – הגדרות יסוד ומאפיינים                                | .2  |
| 6                    | מאפיינים של סכסוכים לאומיים ובינלאומיים   | .3  |
| 8                    | תפקיד הלוחמה הפסיכולוגית בבניית הסכסוך  | .4  |
| 11                   | תעמולה פוליטית כתהליך פסיכואנליטי והיסטורי                                      | .5  |
| 15                   | היבטים בתהליך ההסתה   | .6  |
| 19                   | הקשר בין לוחמה פסיכולוגית לבין תהליך התהוותה של דעת קהל                         | .7  |
| 25                   | שימוש בתקשורת ככלי להעצמת הלוחמה הפסיכולוגית והתעמולה כולל התייחסות לנושא הטרור | .8  |
| 29                   | הרובד הפסיכולוגי בניהול סכסוכים   | .9  |
| <b>סיכומי מאמרים</b> |   |     |
| 33                   | סוגיות בתקשורת המונים / יריב בן אליעזר  | .10 |
| 38                   | המעבר לפוליטיקת תדמיות / אורית גלילי  | .11 |
| 40                   | "ותודה על הדיווח החיובי" / דניאל דור  | .12 |
| 44                   | תעמולה פוליטית כתופעה פסיכואנליטית והיסטורית / ואמיק וולקן                      | .13 |
| 46                   | תעמולה במזרח התיכון / ברנרד לואיס   | .14 |
| 49                   | הרהורים על הסתה מנקודת מבטה של הפסיכולוגיה החברתית / אריה נדלר                  | .15 |

#### מאמרים:

כל סיכומי המאמרים הנדרשים למבחן מופיעים בסוף סיכום זה.  
על חלק מהמאמרים דיברנו בפירוט בכיתה, כתבתי את זה ליד אותו שיעור עם הפניה.

#### מבנה המבחן:

4 שאלות פתוחות מתוכן יש לבחור 3

## לוחמה פסיכולוגית ותעמולה – המחשת התחום באמצעות סיפורים ושירים

כדי להחדיר מסרים לתודעתו של אדם הוא צריך להיות פגיע. בנוסף יש להתאים את המסר לסיטואציה. היחסים בין קולט המסרים למחדיר המסרים : תלות, אמון, הערצה. יוזם הלוחמה הפסיכולוגית – עדיף שהצד השני יהיה תלוי בנו. תלות גדולה יותר תגדיל את הסיכוי לקליטה חזקה של המסרים.

### המחשת התחום באמצעות סיפורים ושירים

טקס המקלחת – החדרת מסרים חזקה בקרב המשפחה. המקלחת מורידה מהילד את מה שעבר עליו לאורך היום. בלילה הילד נקי ונשאר לבדו עם המסרים שהוחדרו לו לאורך היום. ההורה עוזב את הילד והוא נשאר לבד ובתת המודע שלו מוצפים מסרים שהם תולדה של המסרים המובהקים שהועברו לאורך היום. במעבר שבין היום לבין הלילה הילד מסכם את כל מה שהוא קיבל במשך היום ונשאר עם החומר הזה לבד ללילה, בשלב זה נהוג לספר לילדים סיפורים לפני השינה ושירי ערש. למה כל זה? סיפורי ילדים ושירי ערש הם אנלוגיה טובה כדי להתחיל לדבר על הנהגה ומה שהיא עושה לאזרחי המדינה.

### **דוגמאות מסיפורי ילדים :**

**Ⓒ סיפור עמי ותמי** – האם הרעה משכנעת את האבא הטוב להיפטר מהילדים כדי לשרוד משבר כלכלי. עמי ותמי גורשו מביתם והם נאלצים להתמודד עם הגירוש. הילדים חוזרים הביתה כי הילד הצליח להשאיר פירורי לחם בדרכו. המכשפה פיתתה את עמי ותמי להיכנס לבית, פיטמה אותם במזון כי חשבה שהם רזים מדי, היא הכינה את התנור בביתה והתכוונה לבשל ולאכול אותם לאחר הפיטום. הם הצליחו להתגבר עליה וחזרו לביתם.

**המסר המרכזי מהסיפור :** הרתעת ילדים ממשיכה לממתקים. מי שימשך לממתקים או לדברים אסורים אחרים סופו יהיה טיפול של מכשפה. הממתק מהווה מטאפורה ובמקומו יכולים להיות דברים אסורים אחרים בעולם הילדים. יש איסור להתפתות לדברים אחרים.

**Ⓒ סיפור כיפה אדומה** – האם בסיפור מציגה לביתה את שביל החיים, היא סומכת על ביתה הקטנה ומטילה עליה לעבור את כל היער עם כל הסכנות שבו. עם הסל הילדה צריכה לעבור את היער עד לביתה של הסבתא. מדובר במשימה המקשרת בין שתי נשים במשפחה : האם – מחנכת את הילדה וסומכת עליה, הסבתא חינכה את האם של כיפה אדומה וסומכת עליה. האם מזהירה את כיפה אדומה שלא תסטה מהשביל כי אז יקרה לה דבר נורא. **המסר המרכזי מהסיפור :** סטייה מהשביל יכולה להוביל לדבר נורא.

סיפורים קלאסיים לילדים לפני השינה טובים ואפקטיביים להחדרת מסרים גלויים וסמויים לילדים ולעיצוב עולם ערכיו ודימויו.

**דוגמא מתחום שירי הערש :**

**© זני גיבור / מרים ילן שטקליס** – השיר מספר על ילד קטן ועל מערכת היחסים שלו עם אמו. האם מטיפה לילד שהוא גיבור ונבון, התנאי לזה הוא שהוא אינו בוכה. אם הוא יבכה הוא יהיה טיפש ופחדן. הילד הפנים לאורך השיר ואומר שהוא לא בוכה אף פעם והוא לא תינוק בכיין, בנוסף להפנמה הוא מתרץ שהוא לא אשם בבכי אלא הדמעות יורדות מעצמן. הדבר שגורם לילד לבכות הוא המקרה עם נורית – הוא נתן לבחורה הכל. נורית זלזלה בו, השתמשה וזרקה והלכה לשחק עם ילד אחר.

אמא אמרה לי : דני!  
ילדי הוא גיבור ונבון  
ילדי לא יבכה אף פעם  
כפתי קטן  
אינני בוכה אף פעם,  
אינני תינוק בכיין  
ורק הדמעות, הן בוכות  
בוכות בעצמן  
פרח נתתי לנורית  
קטן ויפה וכחול  
תפוח נתתי לנורית  
נתתי הכל  
נורית אכלה התפוח  
הפרח זרקה בחצר  
והלכה לה לשחק  
עם ילד אחר  
אינני בוכה אף פעם,  
גיבור אני, לא בכיין  
אך למה זה אמא, למה  
בוכות הדמעות בעצמן

ילד שגדל על השיר הזה מבין **שני מסרים עיקריים** : חייב להיות מאצ'ו (לא לבכות, לא להביע רגשות), תפיסת הצד הנשי (עושה מה שנדרש מגבר לעשות – לתת הכל ולפתוח את הלב), הוא יתקל בתמורה בצד בוגדני.

**\*\* בשיעור היו דוגמאות לעוד כמה שירים, נראה לי שהבנו את הרעיון ולא צריך להגזים \*\***

## לוחמה פסיכולוגית ותעמולה – הגדרות יסוד ומאפיינים

**לוחמה פסיכולוגית** – פעילות מתוכננת של תעמולה ותקשורת שכנועית, שיש בה מרכיבים פסיכולוגיים. הפעילות מופעלת בימי שלום ומלחמה ומכוונת לשלושה סוגים של קהלי יעד במקביל:

- (1) בתוך האוכלוסייה של האויב/יריב.
- (2) קהל היעד הביתי שלנו.
- (3) קהל יעד ניטראלי שאינו מעורב ישירות בסכסוך אך לכל אחד מהצדדים עניין לרתום אותו לתמיכה בו. הלוחמה הפסיכולוגית היא כלי נוסף בידי הממשל על מנת להשפיע על עמדות, רגשות, התנהגויות, בהתאם ליעדיו של אותו גורם אשר יוזם את הלוחמה הפסיכולוגית.

**תעמולה** – פעילות מכוונת ושיטתית של החדרת רעיונות מסוימים המשודרים במגוון דרכים במטרה להשפיע על דעות, רגשות, אמונות והתנהגויות של קהלי המטרה. לעיתים המסרים הללו משודרים באופן ישיר (בדלת הקדמית) ולעיתים באופן משתמע (בדלת האחורית). בפעמים רבות השפעת הדלת האחורית גבוהה יותר כיוון שהחדרת המסר אינה במודע, מנגנוני ההגנה שלנו לא עובדים.

ככל שהלוחמה הפסיכולוגית והתעמולה מושתתות על מסרי רמז ולא מסרים ישירים, כך הם יהיו אפקטיביים יותר לטווח הארוך. אבל מתי להשתמש בכל אחד מסוגי המסרים? בשביל זה צריך להבחין בין **סוגי הלוחמה הפסיכולוגית:**

1. **לוחמה פסיכולוגית טקטית:** לוחמה פסיכולוגית שנועדה לקדם מטרות קצרות טווח, לשם תמיכה בפעולה טקטית (בדר"כ צבאית/כוחנית). לוחמה זו נעשית בפעילות פסיכולוגית ישירה ומהירה. קהל המטרה: כוח צבאי של האויב, ציבור אזרחים די מצומצם בנקודת זמן מסוימת. **דוגמא:** מסע ההפחדה של גאידמק לאוהדי בית"ר במידה והתנהגותם לא תשתנה.
2. **לוחמה פסיכולוגית אופרטיבית:** מיועדת להשיג מטרות לטווח הבינוני לשם תמיכה ביעדים/מבצעים גדולים יחסית. לוחמה רחבה יותר מפעילות טקטית. קהל המטרה: אזורי באופיו כמו מדינה, שבט ביבשת. זה רחב יותר מהטקטי אבל עדיין לא תהליכית גדולה. תעמולת בחירות/קמפיין היא פעילות פסיכולוגית אופרטיבית. **דוגמא:** תעמולת בחירות.
3. **לוחמה פסיכולוגית אסטרטגית:** מיועדת לקדם מטרות ארוכות טווח. המטרות האלו מיועדות ליצור סביבה פסיכולוגית שלמה. הסביבה הזו אוהדת מדיניות מסוימת ועוינת לאחרת. מדובר במסרי רמז מתוחכמים ולא מסרים ישירים. **דוגמא:** ציר הרשע, מסכת אירועים שנבנתה לאורך זמן. ארה"ב בעיראק לאחר ההשתלטות. עבר מטקטית לאסטרטגית.

## מרכיבי הלוחמה הפסיכולוגית:

1. **תעמולה** – שתכלול ותשלב את המרכיבים הבאים:
  - א. **תשומת לב**: יש לשבות את תשומת ליבו של קהל היעד. גם אם הנושא לא מעניין את הקהל יש להחדיר את המסר בצורה יצירתית. יש ליצור **מומנטום** מתאים לסיטואציה ולשמר אותו. מסרי רמז והעברתם בדרכים יצירתיות תוך שימור המומנטום הופכים התעמולה לאפקטיבית.
  - ב. **הפרזה**: מרכיב בו עושים שימוש כדי למשוך קהל, לגרום לו לשנות את עמדותיו על ידי הפרזה בעוצמתו. דוגמא: האיום הפלסטיני – מוצג לרוב כאיום אסטרטגי-קיומי, בפועל הוא מורכב ממתאבדים וטילי קאסם. איום מסוכן סטטיסטית הרבה יותר למשל הוא איום תאונות הדרכים.
  - ג. **הזדהות**: יש צורך להשתמש ביצירת תחושה של קירבה והזדהות לדמויות שקשורות באופן אסוציאטיבי למסרים המועברים. ככל שההזדהות תגבר, כך המסר יחדור באופן יותר אפקטיבי.
  - ד. **אסוציאציה מוטעית**: יש הבדל בין מסר עובדתי לבין אסוציאציה. **דוגמא**: המילה "שבט" – שבט אפריקאי שבאמת קיים לעומת שבט צופים שעושה לי תחושה אחרת. דרך מונחים מסוימים אנחנו רתומים לעולם תוכן שלא כל אחד יכול להבין. בתעמולה ולוחמה פסיכולוגית (בעיקר אסטרטגית), האסוציאציה ובעיקר זו המוטעית, הם כלים מאוד אפקטיביים. המטרה לנתק ולבדל את האסוציאציות של כל אחד ולהכיל באופן מוטעה את האסוציאציות האלו על אחרים וליצור קבוצה עם תוכן.
  - ה. **הפנייה לסמכות**: כמעט כל המידע שברשותנו, שרכשנו לאורך השנים, רכשנו מאנשים שאנו מייחסים להם סמכות מסוימת (המורה, המדריך, ההורים). לעיתים הייחוס לסמכות הוא טעות והם מתחזים אך אנחנו לא יודעים את זה. הפנייה לסמכות היא כלי אפקטיבי כי ברגע שיש גורם סמכותי אנחנו מצייתים לו. **דוגמא**: הניסוי של סטנלי מיליגרם, פסיכולוג חברתי, בחן ציות לסמכות (לובש החלוק) וציות לו בהסכמה להתחשמל.
2. **שטיפת מוח**: מונח סיני, חינוך מחדש של המוח ע"י חזרה בלתי פוסקת של מסרים בשיטה מסוימת. חזרה שמאפיינת תעמולה אבל פה המערכת התודעתית נשטפת לגמרי. בתעמולה, לא בהכרח שוטפים את המוח אלא משנים התנהגות לעיתים רגעית.
3. **הונאה**: לכל תכנית הונאה יש שני מאפיינים בסיסיים שהולכים לרוב ביחד:
  - א. **התחפשות** – פעילות חשאית שמסתירה את האמת ע"י הסתרה של מספר מאפיינים.
  - ב. **הדמיה** – נועדה להציג דבר מזויף כאמיתי.

**דוגמא**: הסוס הטרויאני, פרל הרבור, מלחמת יום הכיפורים – אלו הן הונאות. ההונאה יכולה לגרום לנו לעיוותי תפיסה וזה מרכיבה העיקרי. בגלל ההונאה אנחנו מפרשים מידע לעיתים בצורה אחרת. האספקט הפסיכולוגי העיקרי בהונאה הוא האספקט הקוגניטיבי – תפיסה אחרת ומעוותת של המציאות. המציאות מורכבת משני מכלולים: האופרטיבי (מעשי), והפסיכולוגי (תפיסה). ההונאה עובדת על המכלול הפסיכולוגי והיא גורמת לנו עיוות במישור האופרטיבי וכך נוצר עיוות התפיסה.

## מאפיינים של סכסוכים לאומיים ובינלאומיים

### רקע

וודאות, יציבות וסביבה תומכת הינם תנאים לתפקוד בשגרה. במצבים בהם אנחנו שלמים עם מה שיש לנו קשה יותר להשפיע עלינו. ברגע שמשהו מתערער ונכנס מרכיב של אי ודאות ואיום למערכת היחסים, החשיפה של הצדדים לגירויים אחרים תגדל ותהיה סכנה לקשר. מצב זה יגרור חשיפה של **העצבים הרגשיים והקוגניטיביים** ונהפוך נתונים יותר להשפעה, היסחפות וכו'.  
כבני אדם אנחנו לא ממש משתנים במובן הבסיסי כשאנחנו עוברים בין מעגלי החיים – מה שתקף במערכות היחסים הפרטיות שלנו תקף גם בהיותנו אזרחי המדינה. בכל אחד מהתחומים האלה יכול להיות מצב שאנחנו מוגנים ומצב שאנחנו **חשופים ופגיעים יותר**, תלוי איפה אנחנו חיים. **דוגמא**: ילד במצב לחץ שנתון לאי ודאות, מפתח תלות בנו בשגרה, ובטח ובטח במצב משבר.  
אותו דבר כלפינו כאזרחים במדינת ישראל - ככל שיש משבר גדול יותר אנחנו תלויים במבוגר האחראי, בשלטון. ככל שהמצב בו אנו נמצאים הוא מטלטל וחסר וודאות יותר, כך אנחנו זקוקים יותר למבוגר האחראי כדי שיטפל בסיטואציה, יגן עלינו וינהל את המשבר בצורה שטובה לנו. אז מה רע עד עכשיו? הבעיה היא שהמבוגר האחראי לא מפגר, הוא מבין שאנחנו תלויים בו וחשופים עכשיו. אם הוא באמת חכם הוא ינצל את זה לשליטה בנו ולנצל את זה לטובתו.  
לענייננו ולמבחננו – אנחנו נתייחס למצב המעניין של לוחמה פסיכולוגית במצב חוסר וודאות של **סכסוך**.

### הגדרת סכסוך

סכסוך מתחיל במקום שבו **מופר איזון** מסוים בשליטה על משאבים. הפרת האיזון הזה יוצרת **ניגוד אינטרסים** בין הצדדים ואז מתחולל סכסוך.  
כאשר נוצרת **תודעת סכסוך** היא לא קשורה לתוצאות הסכסוך, אלא לחומרים פסיכולוגיים מסוימים כגון: מועקה, סטרס, רגשות קורבן, רגשות נקם. מכל זה אנחנו הופכים להיות בעלי קצות עצבים רגישים מבחינה פסיכולוגית. במקרים כאלו, לצד שלישי יהיה יותר קל להעצים את הפחד שלנו מפני אותו גורם. מכאן שמקור הסכסוך נמצא בתודעה, בתפיסה, בנפש שלנו.

### סוגי סכסוכים ומאפייניהם

1. **סכסוך נשלט** – סכסוך שבסופו של דבר שני הצדדים מרגישים שניתן לפתור אותו. התחיל בנקודת זמן מסוימת, בתודעת הצדדים הוא גם צפוי להסתיים בנקודת זמן מסוימת. פעמים רבות הציפייה **מלכתחילה** היא לסיים סכסוך זה בפשרה, אם הציפייה הזו לא מתממשת אז במהלך הזמן, כשהצדדים נשחקים, ומתברר להם שלא יוכלו להגשים את מלוא יעדיהם, אז הם הופכים להיות מוכנים לפשרה. **העוצמה** מבחינת תודעת הסכסוך גם היא **נשלטת בתחושה**. הסכסוך לא ייחשב כסכסוך טוטאלי אלא יהווה אפיזודה בחיים. **דוגמאות**: סכסוך עובדים, סכסוך עם בעל דירה.
2. **סכסוך בלתי נשלט** –  
(א) **ממושכים**, לפחות על פני דור אחד, בדר"כ יותר. רלוונטי אלינו משום שבסכסוכים כאלה, שאנשים רבים נולדים לתוך הסכסוך בלי להבין ולהכיר משהו אחר, זו נראית להם השגרה. דוגמא: הסכסוך הישראלי-פלסטיני עברנו.

- ב) מאפיין משמעותי: כרוכים ב**אלימות פיזית** המתבצעת לאורך זמן ובעוצמות משתנות. האלימות באה לידי ביטוי ברצח עם, גירוש, פעולות טרור – אנשים רבים משלמים מחיר פיזי, מתוך מעורבות ישירה או הכרות עם מישהו שמעורב.
- ג) נתפסים כ**בלתי פתירים**: ברוב נקודות הזמן בסכסוך, רוב הפרטים בחברה המעורבת בסכסוך, לא רואים אפשרות ליישב את הסכסוך מבחינה הגיונית וריאלית, או שהם מיואשים ומתוסכלים כי הם לא מאמינים שזה יקרה כי הצד השני והאנשים שאיתם תופסים את זה כבלתי פתיר.
- ד) **השקעה עצומה בניהול הסכסוך וההתמודדות איתו**: השקעה עצומה משני סוגים:
- השקעה חומרית** – צבאית, כלכלית, אימוני כוח, פיתוח תע"צ, השקעה בהרתעה ועוד.
  - השקעה פסיכולוגית-תודעתית** – נדרשת כדי להתמודד כמו שצריך עם סכסוך בלתי נשלט. מדובר בבנייה של תשתית פסיכולוגית שאמורה לעזור לאנשים לעמוד מול הסכסוך ולהתחסן – חוסן לאומי ומוראלי. התשתית הזו מאפשרת לאנשים להסכים לחיות עם הסכסוך ככזה שנתפס כבלתי פתיר, ממושך, שוחק, אלים ואולי אפילו עלול לגבות מהם מחיר של חיים. נוצר **דיסוננס** – ככל שאנחנו משקיעים יותר בתשתית פסיכולוגית שנועדה לעזור ולסייע בהתמודדות עם הסכסוך, כך אנחנו מנציחים את הסכסוך בתודעת ההמונים. ההשקעה הפסיכולוגית שהסכסוך הבלתי נשלט דורש, יוצרת צריבה עמוקה בתודעה הקולקטיבית, וקשה למשוך חזרה את הצריבה הזו בשלב בו צריך לעשות זאת. קשה מאוד לחזור מנקודה שכזו וכך נוצרת לנו הנצחה של הסכסוך בקרב הצדדים המעורבים.
- ה) **כוללים באופיים** – כוללים מבחינת הנגיעה שלהם לכל אחד ממרכיבי החיים הבסיסיים שלנו: משליכים על המצב הכלכלי (**דוגמא**: טרור מונע מתיירים להגיע), תחום החינוך (**דוגמא**: לימודי היסטוריה, טקסטים שלמים ע"ב הסכסוך), תחומי טריטוריה, בטיחות, בטחון אישי וכו'. הסכסוך תופס אותנו, הופך להיות מרכזי עבורנו ונכנס להוויה היומיומית שלנו.
- ו) נתפסים במידה רבה כ"**משחק סכום אפס**" – אנלוגיה למצב בחיים שיש בו מידה של עימות שבו כל רווח של הצד השני נתפס כהפסד שלי ולהיפך, אין WINWIN, לא יכול להיות שגם היעדים שלנו צודקים וגם של הצד השני, אין מצב ששני הצדדים מרוויחים.

§ **הערה**: כל מציאות מורכבת מהמכלול האופרטיבי (התרחשויות) והמכלול הפסיכולוגי. המכלול הרלוונטי יותר במדעי החברה זה המכלול הפסיכולוגי, האופרטיבי רלוונטי יותר למדעי הטבע.

### **סיכום מאפייני הסכסוכים**

הסכסוכים ה**בלתי נשלטים** וההשקעה העצומה שיש בהם מבחינת בניית **התשתית הפסיכולוגית**, הם הקרקע הפורייה שעליה הפעילות והלוחמה הפסיכולוגית מתרחשות. זהו הקשר בין סכסוך לפעילות פוליטית פסיכולוגית. זה גם הקשר בין פסיכולוגיה פוליטית ולוחמה פסיכולוגית לבין תקשורת. **דוגמא**: הורה שילדיו גרים איתו בבית ידאג לכל הגורמים שביב ילדיו והמסרים המגיעים ומשפיעים עליהם, אין צורך בתיווך. אם הילדים לא היו גרים עם ההורה בבית הוא היה זקוק לתקשורת כדי להעביר מסרים, כאן כבר יש לנו מתווך שלעיתים עושה בנו שימוש (תלות הדדית).

בדיוק בנקודה בה אני רוצה להשתמש בתקשורת היא בעצם משתמשת בי, נוצרת דינאמיקה שבאה לידי ביטוי במשולש: **ממשל-תקשורת-המון**. הממשל (היוזם והנוקט בפעילות הפסיכולוגית, תלוי בהמון כדי להיבחר ותלוי בתקשורת כדי להגיע לעם), התקשורת (חייבת לשאוב אינפורמציה מהממשל ומצד שני לספק את הסקרנות והצורך של ההמון לרכוש את מה שהיא אומרת) והציבור (אין לו שום אינפורמציה לבד, תלוי ותקוע בין שניהם). נוצרת תלות הדדית-קיומית בין כל קודקוד לשניים האחרים. מבחינת הפעילות הפסיכולוגית, לכל קודקוד יש תפקיד משמעותי, דומיננטי וחברתי. יורחב בהמשך הסיכום.

## תפקיד הלוחמה הפסיכולוגית בבניית הסכסוך

### רקע:

סכסוך מצריך השקעה של משאבים רבים (חומריים ופסיכולוגיים) מהצדדים המעורבים בו. מאחר והסכסוך הוא כה תובעני, מי שצריך ומשקיע בו היא הנהגת החברה המעורבת בסכסוך. ההשקעה באה לידי ביטוי גם בפעילות הפסיכולוגית שנועדה לגייס את האזרחים ולרתום אותם להתמודדות עם הסכסוך הבלתי נשלט. **דוגמא:** אם רוצים לרתום ילד לתמוך ולהיות תלוי בצורה מוחלטת במבוגר אחראי עלי ליצור לו סביבה פסיכולוגית מסוימת. ככל שאני אפחיד יותר את הילד ואגרום לו (באמצעות איום) לתחושת אי יציבות/ודאות, כך ייווצר אצלו תלות במבוגר (שיכול להגן עליו). יש כאן השקעה פסיכולוגית כדי לשמר את המצב התלתי. ההשקעה הזו אמורה לתת לילד תחושה שיש מבוגר אחראי בשטח, יש מי שיודע מה צריך לעשות.

**והקבלה** בדוגמא לענייננו: מדינה המבקשת לרתום את אזרחיה למצב פסיכולוגי זהה צריכה גם היא להשקיע משמעותית בפן הפסיכולוגי. במקרה הזה אמורה הפעילות הפסיכולוגית להגביר את תמיכת האזרחים בהנהגה כי מרגישים שיש מי שאחראי עליהם, יש מי שיודע לנהל את המצב, וכך להגביר את התלות שלהם בשלטון. כמובן שקיימים מקרים בהם **אין סכסוך**. מה עושים אז אם רוצים להישאר בשלטון? **יוצרים** אחד כזה. איך? **מייצרים מציאות מדומה**, ממציאים סכסוך. כמובן שמדובר במשהו מורכב – יש להעצים גרעין של אמת ולייצר דרמה סביבו ברבדים עמוקים של פעילות פסיכולוגית, במסרי שכנוע ובמסרי רמז, מסרים בדלת קדמית והאחורית. מארג זה הוא המתודולוגיה שדרכו בונים את הפעילות הפסיכולוגית הרוותמת את האזרחים להאמין. **דוגמא:** הסרט "לכשכש בכלב"<sup>1</sup>.

**דוגמא נוספת:** ב-2003 האמריקאים היו צריכים לאזן את המצב הפסיכולוגי הגרוע שהגיעו אליו במלחמה בעיראק. במבצע לילי נועז חילצו את החיילת ג'סיקה לינץ'. בדיעבד הסתבר שמבצע החילוץ היה מבויס והיא לא באמת נפלה בשבי אלא נפצעה בתאונת דרכים<sup>2</sup>. זוהי דוגמא ללוחמה פסיכולוגית שנועדה לעודד את החיילים האמריקאים. בנוסף אנו רואים כאן תוספת של פרטים מדומים המתלבשים על המציאות וגורמים לה להיתפס אחרת. יש המון דוגמאות בחיים בתוך סכסוכים, חיי מדינות, תקשורת ודעת קהל, מספיק מקומות בהם אפשר לייצר מציאות או מרכיבי מציאות מדומה שמתלבשים על המציאות האמיתית כדי להעצים אותה או להפוך אותה למשהו שנתפס אחר.

### **מהי הפעולה הפסיכולוגית שהמדינה נוקטת מול אזרחיה?**

הטענה הבסיסית של פסיכולוגים חברתיים שחוקרים את הסכסוכים הבלתי נשלטים היא שחברה המנהלת סכסוך בלתי נשלט חייבת לפתח **אמונות חברתיות שיסייעו לה להצליח בהתמודדות עם המצב/הסכסוך**. אמונה – הכרה משותפת לכלל החברה, נושאים הבווערים בחברה. קל לרתום אנשים לנושאים שבוערים להם.

החברה מייצרת **מסכת של אמונות** חברתיות שאלו יחד מהוות את האתוס, הנרטיב שעליו החברה חיה מבחינה תודעתית. הנרטיב הזה מלווה את החברה לאורך דורות, עליו ישנו **פיתוחים נוספים** לכל אורך הדרך. תוכן האמונות הללו מתייחס למבנה, תהליכים ומאפייני החברה. **דוגמא:** בהגדת פסח אנו אומרים:

<sup>1</sup> למי שלא יודע מה זה: [http://www.third-ear.com/p\\_prod.aspx?id=20058](http://www.third-ear.com/p_prod.aspx?id=20058)

<sup>2</sup> פירוט של הסיפור כולו בנושא הרובד הפסיכולוגי בניהול סכסוכים בהמשך הסיכום, כאן זה רק בשביל הדוגמא של ייצור סכסוך כשאין אחד כזה



"שבכל דור ודור עומדים עלינו לכלותינו..." – הדבר הזה יושב אצלנו בתודעה, כל הזמן רוצים להרוג אותנו ואנחנו חייבים להתגייס כדי שזה לא יקרה. אנו פוגשים את הפסיפס הפסיכולוגי הזה בכל יום מן הימים בהם אנו חיים דרך סמל/קוד/הבזק אשר מייצרים את אותה השקעה פסיכולוגית עליה אנו מדברים. לא מדובר באיש ספציפי שמחליט לבנות את החברה דווקא כך, מדובר בדבר שנבנה על פני דורות ושנים בעל שורשים עמוקים המגיעים עד לבסיס קיום החברה. פעילות פסיכולוגית טקטית מול פעילות פסיכולוגית אסטרטגית – יצירת שמועה היא פעילות טקטית, אבל הטמעה של מסכת אמונות היא פעילות אסטרטגית. הרעיון הוא שאנו חיים בתוך האתוס הזה וצריכים לשמר אותו או לשנות אותו.

### אמונות חברתיות המתמודדות עם סכסוך בלתי נשלט

1. **אמונות חברתיות המתייחסות לצדקת היעדים** – סכסוכים פורצים כאשר שתי חברות מציבות יעדים סותרים. בכדי להתמודד בהצלחה עם הסכסוך כל חברה צריכה להאמין כי יעדיה הם שצודקים. מאחר וסכסוכים בלתי נשלטים נתפסים כ"מצב של סכום אפס", הרי שחייבים להסיק לוגית שיעדי היריב אינם צודקים ולכן הוא מפסיד. מדינה לא יכולה לדרוש מאזרחיה שיאמינו בצדקת הטענות גם של הצד השני, אחרת ייווצר דיסוננס והיא תפסיד את תמיכתם והם לא ירתמו לסכסוך.
2. **אמונות חברתיות המתייחסות לביטחון** – ביטחון הופך להיות עיסוק מרכזי בחברה הנמצאת בסכסוך. לכן חברה שמנסה להתמודד בהצלחה עם עימות בלתי נשלט חייבת לגבש אמונות חברתיות אודות ביטחון. **דוגמא:** האדרת הגבורה והחוסן הלאומי, כיבוד כוחות הצבא ותרומתו, אמונות שמהללות גבורה ומציינות לשבח את אלו שהקריבו עצמם למען הסכסוך. מדובר בהכרח מבחינה פוליטית, אחרת לא יהיה מי שיקריב עצמו. אמונות הביטחון ממלאות תפקיד מניע ומגייס אצל הפרט לאקטיביות בנטילת חלק בסכסוך.
3. **אמונות שעוסקות בדה-לגיטימציה של היריב** – אמונות שעוסקות בסיווג וקטגוריות חברתיות שמייחסות תכונות שליליות מאוד ליריב, כגון: שימוש בסטריאוטיפים ותוויות פוליטיות. אחת המשימות העיקריות היא להסביר לאזרחים בחברה את הסיבות להתנגדות היריב ליעדים שלנו, להסביר לאזרחים למה הוא לא מקבל אותם כי הרי לדעתנו הם צודקים. הדה-לגיטימציה מסבירה מדוע יעדי היריב אינם לגיטימיים, בלתי הגיוניים, מרחיקים לכת ומדוע הוא אינו מוכן לפשרות או ויתורים, מסביר את מעשי האויב של היריב. לכן אמונות הדה לגיטימציה משמשות גם כהצדקות של אלימות והרס אותו החברה עצמה גורמת ליריב.
4. **אמונות חברתיות שמתייחסות לתפיסה עצמית כקורבן** – חברה שמעורבת בסכסוך בלתי נשלט מאמינה שהיא קורבן של היריב. אמונה כזאת נוצרת אחרי שנים רבות של אובדן, שכול, סבל. זה נוצר על מציאות (לאו דווקא מדומה) וכאן נכנסים מאפיינים פסיכולוגיים של חוסר צדק, רשע וכו' במעשיו של היריב. במהלכו של סכסוך בלתי נשלט התפיסה העצמית של הקורבן מסייעת בהתמודדות עם הסכסוך – "אנחנו הקורבן, אין לנו ברירה, אנו חייבים להגן על עצמנו גם במחיר של המשך הסכסוך". ההצגה העצמית כקורבן חשובה מאוד כלפי הזירה הבינלאומית, לעורר דעת קהל התואמת לנרטיב שתואם את ערכינו.
5. **אמונות חברתיות המתייחסות לפטריוטיזם** – סכסוכים בלתי נשלטים גובים מחיר כבד הן במחיר החומרי והן במחיר האנושי. על מנת להיות מוכנים תודעתית ופסיכולוגית לשלם את המחירים, על

מנת לוותר על הנוחות שלנו או על הצרכים האישיים (רמת חיים, איכות חיים) ואפילו על החיים שלנו, אנחנו חייבים להיות חדורי פטריוטיות באופן מהותי. האמונות שעוסקות בפטריוטיות עוזרות לנו להרגיש שאנו מוכנים להקריב חלק מאיכות חיינו ולעיתים את חיינו עצמם. חברה שנמצאת בסכסוך בלתי נשלט לא יכולה שלא לאמץ את האמונות הללו, אחרת החברה לא תשרוד ולא יהיה מי שיהיה מוכן לשלם את המחיר והיא לא תשרוד את הסכסוך.

6. **אמונות חברתיות שעוסקות בשלום** – חוץ מהעצמת תחושת פחד, קורבן ותחושת ביטחון החברה מנסה לטעת בלב האזרחים תקווה כדי לחזק מוראלית. איך?

(א) **להכריע הכרעה** ברורה לגבי האויב ולמגר אותו סופית, בעיניים מפוקחות כמובן שההכרעה הזו לא אפשרית.

(ב) **לטעת תקווה** שיכול להיות שלמרות הכול הסכסוך ייפתר, שהפתרון יגיע. יצירת תקווה עמוקה ואמיתית.

הבעיה באמונות אלו היא שהן סותרות את כל יתר האמונות: אם באמת יש תקווה לשלום אז למה צריך לשלוח אנשים למות? על מנת לפתור את הסתירה הזו יש צורך לחזור לאחת האמונות הקודמות ולהסביר כי השלום יגיע אך יש צורך להמשיך לדבוק בשאר האמונות עד שהיריב יהיה מוכן. אז למה אומרים בעצם שיש תקווה לשלום? זו סתירה. ההתנגשות יוצרת סתירה ודיסוננס פסיכולוגי בעיית.

### **סיכום:**

האמונות החברתיות משלימות ותלויות זו בזו, ניתן לראותן כמרכיבות יחד את האתוס שמחזק את החברה בהתמודדות עם הסכסוך בה היא נמצאת. הבעיה בקיומן של האמונות הללו היא שבעת ובעונה אחת עם היכולת שהן מקנות להתמודד עם הסכסוך הן גם מנציחות את הסכסוך בתודעת האנשים. התפקיד המניע של האמונות החברתיות הוא לייצר השראה, עידוד, הנעה מבחינת כל פרט בחברה, ולכן חברות שמעורבות בסכסוך עושות מאמץ אדיר להקנות את האמונות לכל פרט ופרט.

הפעילות הפסיכולוגית הזו מתחילה בשלב מסוים להזין את עצמה: אנשים נולדים לתוך אמונות חברתיות ותודעה חברתית ובמהלך חייהם משפיעים על הפרטים בחברה (שירה, אנשי טלוויזיה, עיתונאים, פוליטיקאים). יש כאן תהליך דינאמי, כאוס בעל דינאמיקה מסודרת וברורה.

מדובר כאן בלוחמה פסיכולוגית במובן הרחב, הפעילות הפסיכולוגית שקשורה לאסטרטגיה, ליצירת סביבה פסיכולוגית שלמה. את תמונת המראה של אותו אתוס מנסה החברה לפתח אצל היריב, זה בא לידי ביטוי בזירה הבינלאומית במערכות רבות. **דוגמא**: המלחמה הקרה של גוש המערב מול הגוש הקומוניסטי בה כל צד השקיע משאבים רבים כדי לבנות סביבה פסיכולוגית רצויה לצד השני, רייגן האמין כי באמצעות לוחמה פסיכולוגית, הונאה, שטיפת מוח הוא יכול להפיל מעצמה ולגרום לפרטים להאמין כי מה שנעשה בביתם על ידי מנהיגיהם יגרום בסופו של דבר להרס עצמי שלהם). פעילות שיש בה הונאה, מניפולציה על דעת הקהל וההנהגה של הצד השני, בנוסף למרכיבים פסיכולוגיים מהותיים שחוזרים על עצמם שוב ושוב, בנייה נכונה של פעילות פסיכולוגית כזו, מובילה להצלחה.

## תעמולה פוליטית כתהליך פסיכואנליטי והיסטורי

**\*\* מומלץ לקרוא גם את סיכום המאמר "תעמולה פוליטית כתופעה פסיכואנליטית והיסטורית" של ואמיק וולקן בע"מ 46 \*\***

**ניתוח מקרה: התעמולה הסרבית במהלך שנות התשעים**

**איך בעזרת מניפולציה הופכים סכסוך למשרת עמדות מסוימות?**

### רקע:

עד עכשיו דיברנו על שני מכלולים:

☞ **מכלול המציאות האופרטיבית** – בתוכו מתרחשים האירועים עצמם

☞ **מכלול המציאות הפסיכולוגית** – בכל מקום שבו יש אנשים והתנהגויות שונות המכלול הרלוונטי להתבוננות הוא המכלול של המציאות הפסיכולוגית ולא המציאות האופרטיבית. כשרוצים לגעת במציאות האופרטיבית אנו מסתכלים קודם על המציאות הפסיכולוגית, אנו צריכים להבין את התפיסה קודם. בסכסוכים וביחסים בינאישיים התפיסה היא הקובעת. כדי להביא את הדינאמיקה בסכסוך למקום קיצוני ודרמטי, אנחנו עושים מניפולציה על המכלול הפסיכולוגי. כעת ננתח את מרכיב התעמולה הפוליטית המרכזי בלוחמה פסיכולוגית כולל התופעות הפסיכואנליטיות וההיסטוריות המהוות לה בסיס ויפורטו בהמשך.

לאחר התמוטטות המערכות הקומוניסטיות ואימפריות גדולות (בעשורים האחרונים), כשהעולם הפך להיות מדו מעצמתי לעולם מבוזר יותר, החלו לצוץ בפינות שונות בעולם קונפליקטים אזוריים ומקומיים שנקראים **סכסוכים של קבוצת זהות גדולה**. בסכסוכים כאלה שפורצים בין קבוצות זהות גדולות (**דוגמת** הודו-פקיסטן, ישראל-פלסטינים) יש מרכיב של תעמולה כשיטה לניהול הסכסוך, זאת משום שכל סוג של תעמולה משפיע במידה זו או אחרת על הזהות של אותה קבוצת השתייכות שמעורבת בסכסוך מול קבוצת השתייכות אחרת. התעמולה גורמת לנהל את הסכסוך באופן מסוים ולא באופן אחר. ניתן לתאר את זהות הקבוצה הגדולה **כסינרגיה שהיא שונה מסך הזהויות של הפרטים**. התעמולה עובדת על כל אחד מהפרטים אך היא אפקטיבית יותר כשהיא משפיעה על מסה קריטית של זהות, גורמת לזהות של הקבוצה להרגיש אחרת.

**מה התעמולה אמורה לעשות?** חיזוק תחושת האחדות של הקבוצה באופן משמעותי או לשנות את תחושת האחדות. הדרך לעשות זאת היא באמצעות **הסתה של הקבוצה** כנגד קבוצה אחרת. במידה ויש גורם חיצוני שרוצה לשנות את תחושת האחדות של הקבוצה הוא צריך לבצע מעשה שיכניס לסיטואציה דרמטית קיצונית למשל או להסית כנגד קבוצה אחרת. בסכסוך הדבר קיים וצריך לנצל את המצב ולכוון אותם למשהו מובנה וחזק יותר, יש חומר גלם חי וקיים ותעמולה צריכה לנצל זאת. כאשר התעמולה עובדת באופן מובנה על קבוצת ההשתייכות נוצר **מחסום פסיכולוגי** בין קבוצת השתייכות אחת לקבוצת השתייכות אחרת, פעמים רבות המטרה היא העצמת המחסום הפסיכולוגי וגרימת מצב שהוא בלתי עביר (שלא ניתן לפרוץ את המחסום הפסיכולוגי).

**התעמולה כתופעה** – סך כל דברי התקשורת וההשפעה הנובעים ממקור של סמכות פוליטית. תעמולה נמצאת בכל מקום שיש בו ארגון פוליטי. המתודולוגיה לתעמולה הינה רחבה (מקריאות קרב ועד הונאה, הדמיה, יצירת דימוי במניפולציה, חזרה של מסרים וכו'). האינטרנט כמדיום תרם רבות לתעמולה – התעמולה נגישה יותר לכולם ויותר אפקטיבית. האינטרנט הפך את התעמולה למרכיב נגיש יותר ואפקטיבי

בשל העובדה שאנו מוצפים במידע, קשה לנו להבין בין אינפורמציה לדיסאינפורמציה, אנו מורחקים ממנגנוני הסינון הטבעיים שלנו.


### סוגי תעמולה


1. **תעמולה לבנה** – תעמולה בה המקור מזוהה באופן אמיתי והמידע שמשמש להשפעה על ההמונים הוא מידע מדויק. **דוגמא**: אם נתניהו יבחר לראשות הממשלה והוא יעדן את הציבור באיומים הנשקפים לישראל באופן שנועד להגביר את תמיכת הציבור בו ומדיניותו עדיין מדובר בתעמולה המבוססת על מקור מהימן ועל מידע גולמי מהימן גם הוא, מדובר בתעמולה רכה-לבנה אך היא עדיין תעמולה כי היא נועדה להשפיע.
2. **תעמולה שחורה** – מקור בדוי מהלב והמידע משמש להפצת שקרים מוחלטים. **דוגמא**: שמעתי את ראש הממשלה אומר... – לא באמת שמעתי את ראש הממשלה, המקור בדוי
3. **תעמולה אפורה** – מבוססת על מידע בדוי מהלב אך יש בה מעט אמת. זוהי התעמולה האפקטיבית ביותר.

### מקרה בוחן: התעמולה הסרבית בשנות ה-90'

לאחר נפילת ברית המועצות (שנות 90'), לאחר שמדינות הבלקן החלו להיות מאוגדות סביב קבוצות אתניות, מדינת הלאום איבדה חלק משמעותי מהווייתה והייתה התפוררות לקבוצות אתנו תרבותיות בעלות תודעה קולקטיבית משלהן. התעמולה שאפפה את הגוש הסובייטי כולו (חבר העמים שאימפריה) התמוטטה, כשהאבק שקע נשאר אותן קבוצות אתנו תרבותיות בעלות מחסומים פסיכולוגיים גדולים בינן לבין קבוצות אתניות אחרות שיושבות איתן באותה טריטוריה. כמו תעמולות אחרות המתייחסות לזהות של קבוצות גדולות, גם התעמולה הסרבית עסקה בראשית שנות ה-90' בליבוי והעצמה של עוולות היסטוריות ובהגברת התחושה המשותפת של רדיפה. הדבר גרם לליכוד של הקבוצה.

התעמולה הסרבית שינתה את הזהות הקבוצתית כדי שהזהות הקבוצתית הזאת תכלול תחושה של זכות לנקמה. כדי להבין את התשתית הפסיכולוגית של התעמולה הסרבית שהשתיתה את הקרקע לפשעי מלחמה קשים יש להבין מספר **מונחים הקשורים לפסיכולוגיה**:

 **טראומה נבחרת** – משמש לתיאור ייצוג פסיכולוגי שמשותף לקבוצה כולה בשל אסון קולקטיבי שעבר עליה. מדובר על הייצוג של האירועים בתודעה הקולקטיבית. הייצוג המנטאלי כולל דמיונות, יצרים, רגשות שחלקם בלתי נסבלים, אמונות. מהרגע שמאורע מסוים הופך לטראומה נבחרת בעיני הקבוצה השלטון או מי שעומד בראש הקבוצה מנצל את הטראומה הנבחרת על מנת ללכד את הקבוצה. המאורע הופך להיות אחד מסימני ההיכר המובהקים של הקבוצה, הוא הופך להיות חלק מרכזי בנרטיב, באתוס. ההשפעה תקפה לעשרות או אפילו מאות שנים.

 **שינוי תפקוד** – הטראומה הנבחרת משנה את תפקודה מדור לדור. הדבר מעצים את תחושת הלכידות בתוך הקבוצה אך מקנה גם תחושה של השלמה עם העבר, בדור אחר התפקוד הפסיכולוגי עלול להשתנות וליצור תחושה אחרת, של נקמה למשל. הטראומה הנבחרת יכולה לשנות את תפקודה ולפתוח מחדש את הפצעים בכל דור בצורה שונה. הטראומה הנבחרת היא כלי ביד היוצר והיא נתונה בידי האנשים שיכולים להשתמש בה כמניפולציה.

**קריסת זמן** – מתרחשת כאשר הטראומה הנבחרת נתפסת בעיני הקבוצה כאילו היא התרחשה רק לאחרונה, שייכת להווה. **דוגמא**: פיגועים – אנו רואים משהו רחוק מאיתנו אבל אנחנו מרגישים שזה קרוב אלינו (מכירים מישהו שהיה שם, היינו שם לפני חודש), דרך הנגישות והעוצמה הויזואלית שיש לאירועים דרמטיים אנחנו מרגישים שהדבר קרוב אלינו. הטראומה הנבחרת הופכת למניפולציה וניתן לבצע קריסת זמן ולתת תחושה כאילו הדבר קרה זה עתה. אנשי התעמולה עושים שימוש בטראומה הנבחרת ומשתמשים במתודולוגיה של קריסת מרחב הזמן, מניפולציה היוצרת תחושה כאילו זה קרה ממש עכשיו ולא בהיסטוריה. קריסת הזמן מגבירה את תחושת הסכנה בהווה ועלולה להביא לקבלת החלטות בלתי רציונאליות (**דוגמא**: אם אנחנו מייחסים איום לגורם שהוא כבר לא מאיים עלינו והוא מהווה סכנה עלינו מבחינה פסיכולוגית אז עדיין נכה בו למרות שהוא כבר לא איום, אנחנו לא מבינים את זה ומתייחסים אליו כאילו הוא עדיין מהווה איום וזה לא רציונאלי).

### יישום המושגים על מקרה הבוחן:

**הטראומה הנבחרת** של הסרבים מתמקדת ב**ייצוג פסיכולוגי-מנטאלי** שהתרחש ב-1389. באירוע זה התרחש קרב קוסובו בין העותמנים לבין כוחות סרבים. הדמויות המעורבות בקרב כללו את גיבורי התרבות של שני הצדדים – הסולטאן התורכי והנסיך הסרבי לזר, שנהרגו שניהם בקרבות. גופתו של הנזיר לזר הפכה לקדושה ובמרוצת השנים הפך קרב קוסובו לטראומה הנבחרת של הסרבים כי בו איבדו את המנהיג שלהם. מותו של הנסיך הסרבי ציין את סוף תקופת הזוהר של העם הסרבי ותחילת תקופת השעבוד לעותמנים למשך 400 שנה.

הסרבים החלו במערך תעמולה קטלני שהכין את הקרקע למעשי זוועה וטיהור אתני. בעקבות מהלך תעמולה זה החל אונס שיטתי ומונחה מאוגד באידיאולוגיה ברורה שהטיפה לאונס הזה. לפי הטראומה הנבחרת הסרבים האמינו שהעותמנים הפרידו נשים סרביות בריאות בגיל 40-17 ולקחו אותן לטיפול אסלאמי מיוחד במהלכו אנסו אותן והפרו אותן בזרע אסלאמי כדי לגדל דור של חיילים בשירות האימפריה העותמנית בשטחים שהאימפריה העותמנית ראו כשלה. מדובר בפשע גדול: הנשים נלקחו ממשפחותיהן, נאנסו והופרו מזרע בלתי רצוי, נאלצו ללדת ילדים לגברים עותמנים, הילדים נלקחו מהן וגודלו על ידי העותמנים ונשלחו להילחם.

הטראומה הנבחרת הוחייתה על ידי מנהיגים סרביים באופן שיטתי, המנהיגים הסרביים טענו בפני העם הסרבי שהבוסנים המוסלמים עומדים לחזור על אותה שיטה בנשים הסרביות. התעמולה הסרבית נועדה לזרוע פחד מחודש. על פי המסרים הללו אמהות סרביות עומדות לאבד את ילדיהן ולחזור להיות נתינים של העם המוסלמי ולשרת את הבוסנים המוסלמים.

התעמולה הזו הייתה מבוססת על **גרעין של אמת** לכאורה – מנהיג המוסלמים הבוסנים רמז בראיון טלוויזיה בשנות ה-90 שעל פי דעתו זה מה שצריך לקרות, הוא רמז שלדעתו צריך לארגן פעולה אסלאמית שלוקחת מהסרביות את הילדים שלהם והופכים אותם להיות קבוצת מוסלמים. מעבר לכך השאר לא היה תקף.

קצת לפני תחילת האונס השיטתי התחלפה המערכת הסרבית הישנה באחת חדשה, הם החליטו לעשות משהו לפני שהמוסלמים פועלים. התעמולה הסרבית הכריזה שכל ילד שיוולד לאישה שאינה סרבית כתוצאה מאונס בידי סרבים יחשב סרבי – המצאת תורת גזע חדשה. התעמולה הסרבית לא רוצה להשאיר זכר לקבוצת ההשתייכות המקורית שלו. תעמולה במקרה הזה בונה קייס דמיוני לחלוטין ולהצליל

להשפיע על קבוצת השתייכות גדולה באופן הנראה הזוי, והדבר קרה בזמנים מודרניים של פחות מ-20 שנה, תלוי במצב הפסיכולוגי שיוצרים לקבוצת ההשתייכות ובאילו אמצעים. בנוסף לאונס השיטתי התעמולה הסרבית הדרמטית תוכננה למועד שבו ימלאו 600 שנה בדיוק לקרב קוסובו – החזרת שרידיו של הנסיך לזר, זה היה שלב נוסף בטיהור האתני. השרידים נלקחו על ידי השלטונות הסרביים והתהליך כולו נמשך שנה במהלכה עוברים עם ארונו של לזר בכל הכפרים בסרביה, בכל כפר קידמו את הארון המוני אבלים כאילו הוא נהרג זה עתה, ערכו טקסי דת, שמעו נאומים מפי פוליטיקאים כנגד הבוסנים המוסלמים, הציבור הבוסני החל לחוש שהתבוסה בקרב קוסובו חלה רק לאחרונה (זאת מבלי שהיה מודע לכך).

ב-28 ביוני 1989 (יום השנה ה-600 לקרב קוסובו) הגיע מילושוביץ' במטוס לאתר הטקס, במקום ניצבה אנדרטה גדולה, באופן שבו הגיע לאתר במטוס הוא נתפס כגלגולו של הנסיך שחוזר מהשמיים כדי לנקום את נקמתו של הנסיך ההרוג. מדובר היה בטקס גדול שהלהיב את הקהל, היה לו מסר ברור לפיו לעולם האסלאם לא ישוב וישעבד את הסרבים. בתצלומים מאותו טקס ניתן לראות חולצות עם הדפסים הקוראים לצאת לנקמה על מותו של לזר, מערך התעמולה וההסתה עבר. מערך הטיהור האתני נמשך כמה שנים, הסכסוך בין הבוסנים המוסלמים לסרבים עדיין בגדר הר געש המאיים להתפרץ למרות שהביטוי המרכזי שלו נרגע.

### **סיכום:**

ישנם שני מרכיבים מרכזיים בלוחמה פסיכולוגית שהם אפקטיביים מאוד כשמדובר בלוחמה פסיכולוגית שנועדה להניע קבוצת השתייכות גדולה:

1. תעמולה פוליטית - שיעור הזה

2. הסתה – שיעור הבא

גם התעמולה וגם ההסתה הם מרכיבים שכוללים מתודולוגיה של שימוש בתקשורת המונים מצד אחד, התייחסות להיסטוריה מצד שני ומתודולוגיה פסיכולוגית-פסיכואנליטית מצד שני. השילוב של תקשורת המונים אפקטיבית, היסטוריה בדרך מסוימת והפסיכולוגיה הוא שילוב אפקטיבי שיכול לגרום לקבוצות השתייכות גדולות להתנהג באופן קולקטיבי לא רציונאלי עד כדי הגעה למצבים קיצוניים ביותר.

אין כמעט דרך לציבור המונים לעמוד בפני תעמולה אפקטיבית ולא להיסחף לתוכה. הסיבה לכך נתונה בסיבות פסיכולוגיות וסוציולוגיות. הסיבה המרכזית היא שכאזרחים איננו מצוידים בכלים המאפשרים לסנן ולקטלג את המסרים שמוחדרים לתודעתנו באופן אפקטיבי, איננו מצוידים בכלים המתאימים.

## היבטים בתהליך ההסתה

**\*\* מומלץ לקרוא גם את סיכום המאמר "הרהורים על הסתה מנקודת מבטה של הפסיכולוגיה החברתית" של אריה נדלר בע"מ 49\*\***

### רקע

לוחמה הפסיכולוגית המופעלת על קבוצות השתייכות גדולות היא תעמולה המשנה את גישת הזהות של הקבוצות ויוצרת מצב שמבחינה פסיכולוגית מתרחשות כמה תופעות שהן אלו שמאפשרות את האפקט הקטלני. התופעות הינן טראומה נבחרת/מניפולציה על טראומה נבחרת, שינוי תפקוד מבחינה פסיכולוגית וקריסת מימד הזמן. השילוב בין המתודולוגיות הללו מבחינה פסיכולוגית יוצר אפקט קטלני של תעמולה באופן שעלול לגרום לקבוצה של אנשים להיות בניתוק מהמציאות הקיימת ומהעולם הערכי השגרתי. התעמולה עובדת על פלטפורמה רדומה במקום שיש עולם תוכן רדום שיש להפעיל עליו מניפולציה, לא ממציאים את עולם התוכן.

**מסרי רמז ומסרי שכנוע** – עולם התוכן נבנה במשך זמן רב במשך דורות ואנו נולדנו לתוכו, אנשים רבים נולדו לתוך חברה שמאמינה בכך שאם הם יקריבו את נפשם למען ארגון מסוים הם יזכו לחיים טובים בעולם הבא. להביא אנשים להאמין בדבר כזה הוא דבר קשה מאוד לאדם שלא מאמין בכך, להביא מישהו שנולד לתוך זה זו משימה קלה יותר.

### היבטים בתהליך ההסתה – שיאה של התעמולה

**הסתה** – בעולם המשפטים הפלילי ישנה תופעה המוגדרת כשידול לפשע (אדם לא מעוניין לפגוע באופן ישיר באדם אחר ולכן פונים לגורם שלישי ומשדלים אותו לפגוע מטעמי במישהו אחר, בצד שאני מסוכסך איתו). איך?

✂ **הפחדה** וגרימה למצב שאם הוא לא יעשה את מה שאני מצפה ממנו הוא **ישלם מחיר** גדול מבחינת סנקציות שאני אפעיל כלפיו.

✂ מתן **תמריצים** ומתן תחושה שיהיה לו רווח גבוה אם הוא יבצע את הפשע.

✂ הדרך האפקטיבית ביותר היא **שילוב** בין השתיים – לגרום לו להבין שבגין הפשע שהוא יבצע בשמי הוא יקבל תמריצים ואם הוא לא יבצע את הפשע הוא מסתכן מולי, אני מציגה לו במקביל את שתי האופציות.

✂ דרך אפקטיבית נוספת – גרימה לתחושה שאני **מגנה עליו** והצד שבו הוא אמור לפגוע מאיים על שנינו, אך קודם כל עליו. הדבר הזה מגביר אצלו את המוטיבציה לביצוע הפשע.

מבחינה משפטית מדובר **בעבירה חמורה** – שידול לפשע מסוג זה היא עבירה חמורה, השפיטה והענישה עליה תהיה בהתאם. קל במקרה זה להגיע לאנשים מעורערים, אנשים שנוח יותר לבצע עליהם מניפולציה יותר מאשר אנשים בעלי תחושת בטחון בסיסית.

ההסתה היא תהליך דומה לתהליך הנ"ל, במקום לשדר אדם אחד שיפגע בצד שלישי, גורמים לקבוצה שלמה לצאת ולפגוע בגורם שלישי בשם מניעת איום על קיום הקבוצה כולה. מבחינה משפטית יש הבדל בין שידול לפשע של אדם אחד להסתה של קבוצת אנשים. מבחינת הפסיכולוגיה החברתית והפוליטית אין הבדל, שתי התופעות פסולות במידה שווה. יתכן רק הבדל מינורי המדבר על החומרה להסתה.

הסתה ותעמולה שניהם מרכיבים בלוחמה הפסיכולוגית בענייני סכסוכים. לא כל תעמולה היא הסתה, זאת משום שמטרת התעמולה היא השפעה על עמדות והתנהגויות אבל לא בהכרח פגישה בצד שלישי. עם זאת

בכל הסתה יש שימוש מאסיבי בתעמולה כי על מנת לגרום לקבוצה לצאת ולפגוע בקבוצה נוספת צריך להפעיל כלפיה מתודולוגיה של תעמולה. הסתה בדרך כלל מסתיימת בפגיעה פיזית.

### מרכיבי תהליך ההסתה:

© **מאזינים** – בשימוש המקובל, תהליך ההסתה הוא מצב בו דובר יחיד מסית קבוצה של מאזינים. מבחינת מוסתים אנו רואים בעיני רוחנו המון של אנשים חסרי פנים שמתלכדים למקשה אחת של להט והתלהמות מול מוסת אחד כריזמטי, רטוריקן יוצא מן הכלל, בראש אנו רואים המון מוסת. התבוננות על ההמון מנקודת מבטה של הפסיכולוגיה החברתית קדמה להתפתחות הפסיכולוגיה החברתית.

#### הרעיונות המרכזיים שבאמצעותם ביקש גוסטב לבון להציג את התנהגות ההמון:

**פרטים שאיבדו את זהותם הפרטית** – איבדו גם את עולמם המוסרי ותחושת הייחוד שלהם. עולם התוכן המוסרי והזהות האישית נשטפו ולכן אנו מדמיינים אותם כהמון חסר פנים. העולם המוסרי שכל אדם מביא איתו לאינטראקציה עם אנשים אחרים נעלם בתהליך ההסתה. כאשר אדם נבלע בתוך המון קל להסיתו לפעולה שהוא לא היה עושה אלמלא היה נקלע להיות בתוך ההמון הזה.

**ההמון הוא ישות יצרית ופרימיטיבית** – ישות המאוחדת מכוחה של התודעה הגזעית. הישות היצרית מונעת מכוח תודעה קולקטיבית מוסתת. יש כאן הנחה סמויה – כשאנשים נמצאים יחד התודעה היא אינה רק סך התודעות האינדיבידואליות של כך האנשים אלא לקבוצה יש תודעה שהיא ישות סינרגטית אחת מאוחדת, **תודעה קולקטיבית בפני עצמה**.

הפרטים בתוך ההמון **מאבדים את כושר השליטה העצמית** הביקורתית שלהם ולכן קל לאדם חזק אחד לנתב אותם לכיוון אותו הוא רוצה. אדם במצב רגיל יכול לשלוט על עצמו בעזרת מנגנון ביקורת עצמית, המסית גורם למנגנון הזה להיות מנוטרל, כשאנו נמצאים בתוך המצב הזה אנו מאבדים את השליטה העצמית שלנו.

דגם זה של התנהגות המון (אוסף של פרטים שאיבדו את זהותם הייחודית והמוסריות שלהם) מלמד על התנאים האופטימאליים להתרחשותה של הסתה ועל ההתנהגות האנושית בכלל במובן עמוק יותר.

הדגם הזה מלמד שאדם עשוי להימצא באחד משני **מצבים פסיכולוגיים** בסיסים:

1. **מצב רציונאלי ומודע** – במצב זה כושר השליטה העצמית הביקורתית של האדם מופעל ועוזר לו להתנהל בדילמות, בהחלטות ובהתנהגויות שלו.
2. **מצב שכחה עצמית** – במצב כזה אדם מתנתק מהערכים ומהנורמות שלו, ההתנהגות שלו איננה כפופה עוד לאמונות הפנימיות בהן הוא מחזיק ביומיום. במצב זה התנהגותו של אדם זה כפופה למניעים יצריים, חייתיים, פרימיטיביים. לפי ההשקפה הזו האנשים חווים את העולם באופן דיכוטומי. שני הקיצונים מתחלקים לשתי קבוצות קיצון – הנחותים מול השולטים. לפי פרויד, בני אדם נעשים בנסיבות אלו דומים לילדים קטנים שלא מסוגלים להרגיע את רעבונם במזון שהם הולכים לקבל עוד מעט, חייבים לספק את היצר במייד. בתנאים הללו ההמון נראה כמסה של דחפים המבקשים פורקן. תיאוריית **ביטול הפרט** של פרויד המתייחסת לדבריו של לבון – תיאור הדינאמיקה הפסיכולוגית שמביאה אדם למצב נוח להסתה. מתוך התיאוריה הזו נתמקד באלמנט מוחשי ומאפיין בתהליך ההסתה – תופעת **פיזור האחריות**. כל אחד מההמון מרגיש שהאחריות מתפזרת בין כל הנוכחים.



אם במצב נורמאלי (ביקורת ושליטה עצמית, אדם רציונאלי ומודע לעצמו) אדם יודע שהוא אחראי למה שהוא עושה אז יכול להיות שתחושה את פיזור האחריות ותתרום למשהו קבוצתי, משהו שלא היית עושה לבד. כשבני אדם הם אנונימיים ובלתי מזוהים קל להם יותר להיכנס למצב פסיכולוגי של ביטול הפרט.

**אחידותה של הקבוצה** – מדובר בתנאי מקדים להסתה. איסוף אנשים באופן מקרי לא יעבוד (מגרש כדורגל), אם לפני זה היה איחוד של קבוצה, בניית סיפור ומתן תחושה של זהות משותפת ואחדות אז יהיה קל הרבה יותר להסית אותם. אחידותה של הקבוצה היא **תנאי הכרחי** להגעת החברים בקבוצה למצב שהם נוחים להשגה. מכאן שהמנהיגים חייבים לאחד ולייצר תנאים שיגבירו את תחושת האחידות בקבוצה, בידול הקבוצה מקבוצות אחרות. במובן הזה, אם צריכים לאחד קבוצה ויודעים מה המשימה שלה, האופן שבו מאחדים הוא בניית סיפור נגד הקבוצה שאותה הולכים לתקוף, לא מאחדים את הקבוצה מול משהו שלא קשור לנושא ההסתה.

**זירת ההסתה** – ישנם אפקטים תפאורתיים בהם ניתן לעשות שימוש והם משפיעים במידה רבה (במה, מדים, חושך, לפידים בהפגנה למשל).

## © מסר – המסר המתמשך כרוך בשינוי הגדרת הזהות מזהות אישית לזהות קבוצתית והקניית התחושה

של "אנחנו מפוארים" לעומת "הם בזויים". אם באופן עקבי ולאורך זמן מצליחים להביא בן אדם אחד לחוש שהוא יותר **שייך לקבוצה** מאשר עומד בפני עצמו כפרט אני מכין אותו למצב שהוא יהיה נוח להסתה.

יש **רצף של זהות** – בקצה אחד יש את הזהות האישית ובקצה השני הזהות הקבוצתית. בתהליך ההסתה מערכת ההסתה מצליח להביא את האדם מהרצף האישי לכיוון הקצה החברתי-קבוצתי. לאורך כל הזמן נשארים בו משתי הקצוות. הרגע המכריע בתהליך ההסתה הוא הרגע שבו **הקבוצה הופכת להיות חשובה יותר** בעיני הפרט מעצמו כאינדיבידואל. אם הקבוצה הופכת להיות חשובה יותר מהבן אדם אז כל מה שהקבוצה תעשה אני אצטרף אליה, הזהות הקבוצתית הופכת להיות דומיננטית יותר. השימוש המתוחכם וההרסני ביותר בהסתה מגיע לשיאו כאשר המסית פונה אל המון אנונימי של אנשים חסרי ייחוד אבל הוא עושה את זה בדרך שמעניקה לכל אחד משומעיו את ההרגשה שהוא **הנציג האבטיפוס המייצג את הקבוצה כולה**. יש זהות בין הקבוצה לבין אדם בודד בקבוצה ומצליחים לגעת בו בצורה אישית.

מרכיב חשוב נוסף במסר הינו יצירת **שני מרכיבים סותרים** שחייבים להתקיים בו :

1. **חל כלפיך איום קיומי** – ההפחדה היא חשובה, אני משכנע את הקבוצה שחל עליה איום קיומי ואין ברירה אלא לצאת נגדו. יש להקפיד על מינון ההפחדה.
  2. יש דרך **להתמודד עם האיום**, הדרך היחידה תלויה בקבוצה, ביכולתם בלבד לנטרל את האיום, לא האדם לבד אלא הקבוצה כולה ככוח.
- המסר חייב לכלול את ההפחדה אך במקביל ואת התחושה שידם תהיה על העליונה.

### **סיכום:**

כדי להכשיר את הקרקע למלאכת ההסתה יש לגרום להמונים להשקיף על המציאות **מהקצה החברתי** של רצף הזהות. יש להביא את ההמונים למצב של שכחה עצמית, לנטרל אותם מהמנגנונים האינדיבידואליים שלהם, ליצור מרכיבי תפאורה מתאימים לאורך נקודות שונות בתהליך, ללכד ולאחד את הקבוצה באופן יוצא דופן וצריך להעביר מסר של הפחדה ושל הקניית תחושה שהדרך היחידה להינצל מהסכנה היא עבודה משותפת באופן טוטאלי.

ההסתה היא תהליך **שהסביבה והכישרון של המנהיגים** באותה סביבה יכריעו האם התהליך יהיה אפקטיבי. אנו יודעים שאדם יכול להיות מוסת מבחינה פסיכולוגית לכן המשתנה הוא הסביבה והכישרון של האדם שעומד מולו ליצור את מה שהוא צריך ליצור, המשתנה אינו אופיו של האדם (אין אנשים שהם לא פוטנציאליים להסתה לעומת אנשים אחרים, בסביבה מסוימת כנראה רוב האנשים יהיו נוחים להסתה).

## הקשר בין לוחמה פסיכולוגית לבין תהליך התהוותה של דעת קהל

### רקע

מול התיאוריות הפסיכולוגיות העוסקות בהמון (פרויד, לבון ואחרים) נמצאו תיאוריות העוסקות בדעת קהל. המדיה היום משפיעה על תודעה ההמונים ולכן המחקר עבר מפסיכולוגיה חברתית למחקר שמשלב פסיכולוגיה חברתית עם תקשורת ודעת קהל.

### דעת קהל:

- Ⓒ **גישת מיקרו** – עוסקת בהתהוות דעת יחיד, כיצד מתפתחת דעה אצל אדם אחד.
  - Ⓒ **גישת מאקרו** – כוללת מודלים תהליכיים-סוציולוגיים שמנתחים כיצד מתהווה דעת קהל בקרב קבוצה גדולה של אנשים.
- המונח "דעה" והמונח "קהל" חשובים שכן בעשרות השנים האחרונות הסתה לא נעשית ברחוב בפורמט של מסית מול קהל.

### מודלים סוציולוגיים לניתוח דעת קהל:

- מודלים אלו מדגישים את יכולת הלמידה של הפרט.
- דעת הפרט (עפ"י הסוציולוגיים) כוללת את **ניסיון החיים המצטבר** הנעשה באמצעות **סוכני חברות**:
- ① **סוכנים ראשוניים** – אליהם נחשף הפרט בשנותיו הראשונות והם הראשונים התורמים לעיצוב והתפתחות עולם העמדות והאמונות של הפרט. **דוגמא:** הורים, אחים, גנות.
  - ② **סוכנים משניים** – נכנסים בשלב יותר מאוחר, לכאורה ההשפעה שלהם היא עקיפה יותר. לפי המחקרים היום, השפעתם של הסוכנים המשניים היא גדולה על מערכת אמונותיו ודעותיו של האדם (לא פחות גדולה מהסוכנים הראשוניים שאמורים להיות ממש משפיעים). הדבר תלוי בדינאמיקה של הסביבה בה נמצא הפרט. ככל שהדינאמיקה במערכת החברתית דומיננטית יותר, סוכני החברות המשניים הנמצאים באותה מערכת חברתית ישפיעו יותר על עמדתו של הפרט. ככל שרמת המחויבות כפרט היא גבוהה יותר למערכת החברתית בה אתה נמצא כך תושפע יותר מסוכני החברות הנמצאים בתוך המערכת. **דוגמא:** בתנועת נוער יש מאפיינים דומים הבונים את הדינאמיקה בתוך התנועה לרמת מחויבות גדולה של הפרט אל הקבוצה. המדריך משפיע במידה רבה על עולמו של החניך והסיבה לכך היא שהמחויבות של החניך לשכבת הגיל שלו, למדריך ולהווי התנועת, גבוהה יותר מהמחויבות שלו כתלמיד לבית הספר ולמורים שלו. למרות שהמורה נחשבת ראשונית/משנית והמדריך רק משני, השפעתם של המשניים גדולה יותר אם המערכת בנתה את עצמה להיות מערכת דומיננטית בהשפעתה על חיי האדם.
- האופן שהיא בונה את עצמה באה לידי ביטוי במחויבות של האדם במערכת (סמלים, קודים, מפגשים קבועים).
- מיקומו של סוכן החיברות, עיתוי הפעולה שלו ואיכות היחסים שלו עם הפרט מסוגלים לקבוע את טיב ההשפעה שלו על הפרט. אופי המערכת, הדינאמיקה שבה והסינרגיה נוצרת כתוצאה מהדינאמיקה במערכת משפיעים מאוד גם הם על התהליך ועל עיצוב עולם התוכן של הפרט.
- נהוג להניח שסוכנים ראשוניים הם אמונים על עיצוב הדעה, וסוכנים משניים אמונים על חיזוק או שינוי הדעה. המחקרים של השנים האחרונות לא מסכימים עם ההבחנה הברורה הזו. בחלק מהמערכות

החברתיות סוכנים משניים חושפים את עולמו של הפרט לנושאים חדשים שדעתו לגביהם לא הייתה מגובשת.

כשנוצרת **אי רציפות** בין סוכני חברות נוצרת נקודה חלשה יחסית בבניית עולם האמונות והעמדות של הפרט ושם אפשר להיכנס באופן יזום ולהשפיע על אמונותיו ודעותיו של הפרט. ככל שמבטיחים את הרציפות בפעולתם של סוכני חברות קבועים כך מבטיחים את הרקע המתאים לעיצוב דעות פוליטיות רצויות.

**דוגמא:** בחברות אסלאמיות יש הקפדה על בניית גני ילדים מול מסגדים. התפיסה אומרת שכשילד קטן בגן ילדים ישמע את דרשות האימאן והמואזין ייווצר רצף בין סוכני חיברות. הקשר בין עולמו הדתי-פוליטי-חינוכי יישמר ברצף.

אם שולפים נער בתהליך ההתבגרות מהמערכת החינוכית הרגילה ומקנים לו עולם תוכן אחר, על אף שהוא עבר חינוך מסוים, הוא יוכל כאדם בוגר להחזיק במערכת שונה ומערכת דעות שונה. תנועות נוער מצליחות לעצב כמעט מחדש עולם ערכים.

**⊕ סוכני על** – קריטיים מבחינת השפעתם על הפרט והאפשרות שלהם לשבור את הרצף של סוכני חברות מסורתיים יותר. טלוויזיה ואינטרנט מהווים סוכני על שמהווים איום גורף על סוכנים מסורתיים כמו הורים, מורים ואחרים. הפתח שנוצר באינטראקציה שבין פרט לסוכן על יוצר איום גורף על המערכת הרוויה בסוכני חברות מסורתיים. ככל שמתקדמים הדבר הוא בלתי נשלט, אנשים יהיו חשופים יותר ויותר לאינפורמציה. ככל שאדם נחשף יותר לאינפורמציה הוא נחשף יותר לדיסאינפורמציה, ככל שקל יותר לרתום אותו לעולם מלא אינפורמציה קל גם לרתום אותו לעולם של דיסאינפורמציה. המערכות הפוליטיות משתמשות בפתח הזה בצורה מתוכנמת. ככל שהטכנולוגיה מתפתחת וככל שהאינפורמציה נגישה לפרטים, כך החשיפה לדיסאינפורמציה גדלה גם היא. הדיסאינפורמציה היא פרי יצירה גם של שולטים במדינה. לוחמה פסיכולוגית בנויה במידה רבה על דיסאינפורמציה ולכן ככל שנחשפים יותר למידע ולתקשורת דרך סוכני העל גם לעולמות תוכן חדשים קל יותר ליזום לוחמה פסיכולוגית. בעולם בו לא מודעים מספיק לדיסאינפורמציה או מקבלים כמובן מאליו את סוכני החברות המסורתיים שלנו, בעולם הזה אנחנו ביקורתיים כלפי המערכת והמסרים שמנסים להנחיל לנו. כשאנו נחשפים לעולם בו אנו לא יודעים אם המסר הוא אותנטי או משקף אינפורמציה נכונה או שקרית כך גדלה הכמיהה שלנו לחזור לסוכני חברות מסורתיים שיגידו לנו מה נכון ומה לא. אין דרך לקבל עולם תוכן מסודר שכתוצאה מחשיפה אליו אני יכול לגבש עמדה מגובשת אם אני לא מחליט למי אני מאמין (איזה סוכן חברות מסורתי מהימן בעיני). ככל שנחשפים לעולם תוכן מבלבל יותר כך אנו מקנים יותר סמכות לסוכנים המסורתיים. ככל שמערכת העוסקת בלומה פסיכולוגית תעודד (במסווה) חוויה של כאוס אצל הפרטים שהיא רוצה להשפיע עליהם כך ייטב לה.

### **סיכום:**

הסוציולוגיה מנתחת תהליכי למידה אצל אנשים, היא לא מנתחת מנגנוני נפש המנותחים על ידי הפסיכולוגיה. הניתוח של הסוציולוגיה נעשה דרך סוכני חיברות. הלוחמה הפסיכולוגית צריכה להיות מושתתת על תשתית סוציולוגית כדי שתהיה אפקטיבית. ככל שמערכת הלוחמה הפסיכולוגית תגייס סוכני חברות אפקטיביים ומשפיעים יותר כך השפעתה של הלוחמה הפסיכולוגית יגדל. לוחמה פסיכולוגית שלא מושתתת על סוכני חברות לא תוכל להיות אפקטיבית ברוב המקרים. כדי להעצים ולאפשר להגיע לשיא של תהליך ההסתה יש תלות רבה בסוכני החיברות. תפקידה של הסוציולוגיה הוא תשתיתי, בעיקר ללוחמה פסיכולוגית אסטרטגית המושתתת על מסרי רמז.

### זה התחלה של שיעור אחר אבל אנחנו באותו נושא, אז בכמה השורות הבאות יש קצת חזרות:

דעה היא שידוך בין מידע לבין הנכונות המנטאלית של אדם לגבש מסקנה סביב נושא מסוים. הדעה היא החיבור בין אינפורמציה שאין לה שום ערך פסיכולוגי לבין נכונות מנטאלית של אדם לגבש מסקנה לגבי נושא מסוים. ההנחה הבסיסית היא שאדם אינו מוכן באופן מנטאלי לגבש מסקנה סביב נושא כלשהו או לתת ערך להתייחסות סביב נושא מסוים כל עוד לא נוצר שידוך בין מידע רלוונטי לבין המנגנון הנפשי שלו בהקשר אותו נושא.

יש מנגנונים נפשיים שלא קשורים לדעה ולכן לא זקוקים לשידוך הזה, **דוגמא**: אינטואיציה, יצר. לפעמים נוצר בלבול בנושא של תחושת הפחד למשל המובילה אותנו להתנהגות כלשהי. אנחנו משליכים היגיון על ההתנהגות הזו למרות שאין קשר בין ההתנהגות לבין דעה מגובשת שיש לנו בנושא במידה ואנו מונעים ממנגנונים אחרים.

כשמדובר על דעה של יחיד (ואז רבים) מדובר על שידוך בין מידע רלוונטי לבין הנכונות המנטאלית של אדם לגבש מסקנה סביב נושא מסוים. זה סיפור תפיסתי לא יצרי. בלוחמה פסיכולוגית, החכמה היא להיכנס לאותו מנגנון של גיבוש דעה ולשבש אותו, להחליף אותו במנגנון אחר שגורם לאדם להיות מובל על ידי מנגנונים נפשיים אחרים כמו פחד, חרדה, תחושת קורבן וכו'. עדיף ליוזמי הלוחמה הפסיכולוגית לנטרל את מנגנון גיבוש הדעה אצל האדם כי קל ואפקטיבי הרבה יותר.

דעת קהל במובן של דעה של אנשים היא אותו שידוך בין מידע מסוים לבין הנכונות המנטאלית לגבש מסקנה לגבי אותו נושא. המידע החדש נחוץ כדי ליצר תמונה מנטאלית לגבי הנושא שעל הפרק ולהמריץ את האדם לגבש מסקנות ודעות חדשות. המודלים הפסיכולוגיים של עיצוב דעה מראים את ההתמודדות המנטאלית של אדם עם מידע חדש. בשונה מהסוציולוגיים, המודלים הפסיכולוגיים לא מתמקדים בתהליך הלמידה ומי מלמד, אלא מה קורה במנגנון הנפשי של אדם כאשר הוא נתקל במידע חדש. לנו חשוב להבין איך אדם מתנהג עם מידע חדש ולנסות לשלוט עד כמה שאפשר בעיצוב הדעה הרלוונטית לעניינינו.

במרכז המודל הפסיכולוגי קיימים שני מונחים: **מסרים** (מצד אחד) ו**שיקול דעת** (מהצד השני). כל מידע מכיל לפחות שני סוגי מסרים:

(1) **מסרי השכנוע** כוללים טיעונים (התייחסות למידע) או דימויים (תמונה מנטאלית) שמצדיקים נקיטת עמדה מסוימת. אנחנו מחליטים אם אנחנו יוצרים טיעון או דימוי, ואולי את שניהם ביחד. אם המסרים הללו נקלטים, הם מעובדים לשיקול דעת מסוים. שיקול דעת שמורכב מהכרה ומרגש (קוגניטיבי ורגשי) הוא בעצם תשתית לאמונה לגבי נושא מסוים. אם שיקול הדעת מוצף או מכיל באופן מובהק גם הכרה וגם רגש, הוא הופך לא רק לדעה אלא גם לאמונה ועל אמונה קשה מאוד לערער. קבלה או דחייה של מסר שכנוע מותנת לא מעט בחשיפתו של אדם למסרי הרמז מסביב.

(2) **מסרי הרמז** אמורים להעמיד את מסרי השכנוע בקונטקסט הנכון. עם תשתית טובה של מסרי רמז שהוחדרו לנו מבלי שנרגיש, מסרי השכנוע ייקלטו אצלנו בקלות.

לא כל אזרח יכול להבחין בין סוגי מסרים. לא משום שאנשים לא רציונאליים, אלא משום שיש כל כך הרבה מסרים וכל כך הרבה תמונות מנטאליות שאדם חווה במקביל וברצף, אין לו יכולת מיון וקטלוג רציונאלית אל מול כל המסרים מולו.

### הנחות יסוד במודל הפסיכולוגי של התהוות דעת קהל:

\*\* צירופן של 4 ההנחות יחדיו מייחד את המודל

① **הנחת התקבלות** – קובעת שככל שמחויבותו הקוגניטיבית של הפרט כלפי נושא כלשהו גבוהה יותר, כך אותו פרט ירבה להיחשף לנושא, לקבל מסרים לגבי הנושא ולהפנים את המסרים הללו. אדם נחשף להרבה מסרים ותמונות מנטאליות, אבל מאחר ואנחנו מוגבלים בהיקף של הדעות והאמונות והאינפורמציה שאנחנו יכולים לעבד ולהפנים, השאלה היא איזה מסר או איזה נושא יוכל לזכות **בתשומת ליבנו**? לפי הנחה זו התשובה היא שככל שהמחויבות הקוגניטיבית שלנו גבוהה יותר לגבי נושא מסוים, כך כל אינפורמציה שתעבור בסביבתנו תקלט.

לגבי **לוחמה פסיכולוגית** זה אומר שצריך **ליצור מחויבות קוגניטיבית גבוהה** אצל אנשים לנושאים שלגביהם אנחנו מנהלים או יוזמים את הלוחמה הפסיכולוגית. כך יהיה למסרים סיכוי גדול יותר להיקלט. איך יוצרים מחויבות קוגניטיבית? בעיקר דרך מסרי רמז, לאורך זמן.

② **הנחת ההתנגדות** – אנשים נוטים לדחות טיעונים שמנוגדים לנטיות הפוליטיות שלהם כאשר יש ברשותם מספיק מסרי רמז שמעמידים את הטענות החדשים בהקשר הנכון ומבהירים את היחס החדש שנוצר בין הטענות הללו (החדשים) לבין העמדות הפוליטיות הקודמות. כשאדם הנתון בתוך מערכת הרמונית ולא דיסוננטית של מסרי רמז והדעות הפוליטיות שלו מגובשות, יקבל טיעון פוליטי שהוא מנוגד לעמדות שלו, ברוב המקרים הוא ידחה אותו. למה? כי מסרי הרמז שלו מספיק חזקים ויש ברשותו מספיק מסרי רמז כדי לאתר במידי טיעון נגדי שימנע מהטיעון הזה להיכנס למכלול שלו כי הוא מנוגד למה שהוא מכיר. בניגוד, אם יש אדם שאין לו מסרי רמז מובנים ומובהקים, הרי שאז זאת הזדמנות להיכנס ולנסות לשנות את עמדתו הפוליטית. לכן כל כך קשה לשנות דפוסי הצבעה פוליטית לאנשים שגדלו בבתיים של תנועות ומפלגות כי כל מסרי הרמז חזקים והכל פשוט ידחה על הסף.

**בלוחמה פסיכולוגית** אנחנו יודעים שאם נבנה אצל הציבור שלנו רשת מספיק חזקה של מסרי רמז, ונגרום לציבור שלנו לתמוך בנו, יהיה קשה מאוד להחזיר טיעונים שסותרים את המסרים שאנחנו בנינו. אבל אם אנחנו מתרשלים ולא שומרים על הרצף והאינטנסיביות של מסרי הרמז, זה מתחיל להיות מסוכן לנו. כי אז התוקף של "סם ההרדמה" הזה מתפוגג ואנשים חשופים לקבלת רמזים אחרים שעלולים לסתור את מה שבנינו. התובנה הזאת היא תובנה שראשי מדינה וצבא מבינים. ולכן הם לא מוכנים לקחת את הסיכון לשנות איזשהו אתוס במדינה (למשל ממלחמה לשלום) כי ברגע שאתה פחות מחויב קוגניטיבית יכול להיות שתשתכנע ברמזים הנוגדים.

③ **הנחת הנגישות** – קובעת שככל ששיקול דעת כלשהו מובא בחשבון בזמן קרוב יותר להווה וככל ששיקול הדעת טרי יותר בזיכרון, כך יאריך פחות זמן להיזכר בו ולעשות בו שימוש לצורך עיצוב דעה או התייחסות למידע חדש בעתיד. ככל שאנחנו מפעילים שיקול דעת בעבר המידי שלנו, כך נוכל להישען על שיקול הדעת הזה מבלי להתחיל לבנות מחדש את המנגנון המנטאלי שלנו. חשוב במערכת הפוליטית, מערכת שכנוע וסקרים.

**בלוחמה פסיכולוגית** כשאתה משכנע במשהו אתה חייב לשמור על הזיכרון טרי. אנחנו יודעים שהזיכרון הוא קצר מאוד בגלל חשיפה למסרים ומידע, אנחנו כדי שלא נצטרך להריץ אנשים לגבש מידע מחדש, אנחנו כל הזמן צריכים להשאיר אותם נגישים מבחינה מנטאלית למסרים שלנו.

④ **הנחת התשובה** – קובעת שאנשים משיבים בסקרים או משוב לפי שליפת שיקולי דעת נגישים מבלי לפשפש יותר מידי בזיכרון. מתקשר להנחה הקודמת – במצב ראיון או סקר מסוים הפרט לא יכול להתחיל לסרוק את כל החומר שיש לי בזיכרון בנושא, צריך פשוט לענות על שאלה. נותנים תשובה לפי שיקול דעת. לא מתחילים להעמיק ולחפור לגבי העמדות.

### מודלים תהליכיים

מודלים סוציולוגיים מתמקדים בלמידה, איך הפרט לומד ומעצב את עולמו ועמדותיו. המודלים הפסיכולוגיים מתמקדים במנגנון הנפשי, התמודדות, דחייה והפנמה של מסרים. המודלים התהליכיים מנתחים את התהליכים של התהוות מידע, עמדות ודעות אצל אנשים.

### גורמים משותפים לגיבוש דעה:

(1) סוכני חברות

(2) סביבת הפרט

(3) התנסותו האישית של הפרט

**ספירת השתיקה** – תופעה הנמצאת בתוך תהליך גיבוש הדעה. לפי תופעה זו יחידים מחזיקים בדעות ומתוך פחד מבידוד חברתי אנשים ימנעו מלהביע את הדעות שלהם כי הם מניחים שהדעות הללו לא נתמכות על ידי הרוב. האנשים הללו ינסו למפות את הסביבה שלהם כדי לחפש תמיכה לדעותיהם. **אמצעי התקשורת ההמונים** במדינה מהווים את מקור הייחוס העיקרי למידע לגבי התפלגות דעות ולכן, הם אלו שנתפסים על ידי אנשים כקובעים את האקלים של תמיכה או אי תמיכה בעמדות מסוימות. תקשורת ההמונים תגיד לי מה הרוב חושב ואם אני חריג או חלק מהרוב. אם אני הרוב אז סבבה לי, אם אני חריגה אז אני אאבד בטחון כי לא יבוא לי בטוב להביע את הדעות שלי, ככה אני אפרוש מהדין הציבורי, אשב ואשתוק וככה הדעות שלי (ושל עוד אנשים שחושבים שהם חריגים) לא ישמעו, לא ישפיעו וימותו – זה התהליך של ספירת השתיקה. בהרבה מצבים התהליך הזה גורם לגסיסה של דעות הרוב, אני ועוד הרבה חושבים ככה, אנחנו לא יודעים אחד על השני ויכול להיות שביחד אנחנו יוצרים רוב שהוא דעה שהתקשורת לא משקפת.

המודל התהליכי אומר שחוסר סובלנות כלפי דעת חריג משקף חרדות מפני חשיפה שתסכן את היציבות של דעות הרוב, של הקונצנזוס וחשיפה זו יכולה לסכן את הסטאטוס קוו. למערכת ולהנהגתה יש עניין מובהק לייצר קונצנזוס וסטאטוס קוו ולשמור עליו. חוסר סובלנות כלפי דעות החריגים נובע מתוך חרדה בדרך כלל של המנהיגים לחשוף את הקונצנזוס והסטאטוס קוו לסכנה. ולכן מעצימים מנגנונים של פיקוח חברתי וקונפורמיזם.

מבחינת **לוחמה פסיכולוגית** בכל מערכת ישנו ציבור שאינו נמנה עם הרוב ודעתו אינה כדעת הרוב. אופיים של מחזיקי הדעות החריגות יקבע האם דעתם תשמע או לא: ככל שהפרט הוא עצמאי באופיו ואינו תלוי באנשים אחרים, ככל שיהיה רתום בנכונות נפשית לעימות וסנקציות מיידיות שיושמעו עליו בגין השמעת דעה חריגה, כך בעצם יגבר הסיכוי שהדעה הזאת תשמע. מדובר באנשים בעלי נכונות לשלם מחירים בתמורה להשמעה של דעתם. מטרת הלוחמה הפסיכולוגית:

- ✓ אם אנחנו נמצאים בצד של הרוב כדי להיות אפקטיבית יש להעצים את הסנקציות או את החרדה של החריגים מהבעת דעה אחרת כדי שהסטאטוס קוו והקונצנזוס יישארו מוגנים.
- ✓ אם אנחנו לא בצד הרוב ורוצים לשנות מערכת אנו צריכים להפוך את דעת המיעוט לדעת הרוב, צריך למצוא את המיעוט שיש לו דעות חריגות ויהיה מוכן לשאת בסנקציות בתמורה להבעתן (מתאבדים תודעתיים). הם ישלמו את המחיר הכבד של הבעת הדעה השונה ואנחנו, כיוזמי הלוחמה הפסיכולוגית, נמצא להם את הבמה שתשפיע על האנשים ותיצור את המהפך. איך מוצאים אנשים כאלה? בונים נכונות, מבטלים סנקציות ומקווים לטוב.



## שימוש בתקשורת ככלי להעצמת הלוחמה הפסיכולוגית והתעמולה

המחשת תפקיד התקשורת בהקשר זה באמצעות ניתוח הסיקור התקשורתי של אירועי טרור בארץ ובעולם

### רקע

המאפיין של היחסים הללו הוא התלות ההדדית, קיומית. כך נוצרת התשתית לפעילות הפסיכולוגית בעת משבר/סכסוך/מלחמה:

**הממשל** חסר אוניס ללא התקשורת ודעת הקהל ולא יהיה טעם להתנהלות שלו בלעדית (אם הוא לא יקבל תמיכה מהקהל שלו הוא לא יוכל לפעול). הממשל תלוי באנשים ששלחו אותו לייצוג בסכסוך ותלוי **בתקשורת** המתווכת בינו לבין **הקהל** שלו. התלות הזו גורמת לממשל להרחיק או לקרב את התקשורת בשלבים שונים של הסכסוך.

כדי להגיע ללוחמה פסיכולוגית אופרטיבית וטקטית בשיא הסכסוך המתנהל יש להכין את הקרקע ולעבור כמה שלבים בדרך. הממשל צריך ליצור תשתית פסיכולוגית (עוד כשהסכסוך לא בשיאו) באמצעות **לוחמה פסיכולוגית אסטרטגית** לאורך זמן. בתהליך זה הממשל זקוק לתקשורת ולכן הוא משתף אותה, התקשורת עוזרת לממשל להפיץ את מסרי הרמז לדעת הקהל דרך התעמולה המתגלגלת. השימוש אינו שקוף אלא נעשה **בצורה עקיפה** – התקשורת מהווה דלת אחורית דרכה מועברים המסרים. **דוגמא**: אדם צופה בטלוויזיה/קורא עיתון זוהי **דלת קדמית**, הוא קורא את המידע כאינפורמציה. המסר עצמו מוחדר בכיסוי של מסר חדשותי/דעה מלומדת/כתבת פרופיל בעת לוחמה פסיכולוגית אסטרטגית.

עכשיו, כשיש לנו תשתית והסכסוך מגיע לשיא (עימות צבאי), יש מקום לשלבים הבאים של הלוחמה הפסיכולוגית: **האופרטיבית והטקטית**. רק נציין שהלוחמה הפסיכולוגית האסטרטגית מתרחשת **כל הזמן**, האופרטיבית והטקטית מתרחשות **בשיא**, אז היחס של הממשל משתנה. הממשל הופך להיות אגרסיבי, שתלטיני, **הצנזורה** נכנסת למקום דומיננטי. בעת הגעת הסכסוך לשיא הממשל צריך להחדיר **מסרי שכנוע** ולא להישאר עם מסרי הרמז שהועברו קודם. **למסר שכנוע יש כוח לשני כיוונים**:

☞ **כוח בונה** – מסר שיתגלה כמסר מהימן

☞ **כוח הורס** – מסר שיתגלה כשקרי ללא יכולת של העברה וביצוע (**דוגמא**: אם רמטכ"ל אומר במסיבת עיתונאים ביום השני למלחמה שאנחנו ננצח ובפועל אנחנו מפסידים אז נוצר דיסוננס והמסר גורם לאובדן אמון בממשל).

**בשיא הלחימה/הסכסוך (תקופה פוליטית רגישה) התלות של הממשל בתקשורת גוברת והיא גורמת לממשל לשלוט עד כמה שהוא יכול באופן התנהלותה של התקשורת בזירה.** דעת הקהל תמיד תלויה גם בתקשורת וגם בממשל משום שבלי התקשורת אין דרך להפעיל את התערבות דעת הקהל (התקשורת נותנת לך אפשרות להבין אם אתה בכיוון הנכון). הצורך הטבעי של הקהל הוא להיות מחובר כל הזמן למידע, לא מדובר בשיקול רציונאלי.

**דוגמא**: סיקור תקשורתי של אירועי טרור

אחרי ההתרחשות לא תמיד ברור מה קורה, אח"כ התמונה מתבהרת. במחקרי דעת קהל וקבוצות מיקוד בנושא גילו שרוב הציבור נצמד אחרי פיגוע לחדשות מעבר לקבלת האינפורמציה, הוא רתום קודם כדי לקבל מידע אבל הוא משאיר את הטלוויזיה דלוקה כי **במעבר שלו ממחויבות קוגניטיבית-תפיסתית למחויבות רגשית**. אנחנו נמשכים מנטאלית לסיפורים, לאווירה. התלות של הממשל בתקשורת הולכת וגדלה בסכסוך, התלות של דעת הקהל בתקשורת הולכת וגדלה ואילו התקשורת מקבלת כוח לא פרופורציונאלי בשיאו של משבר. אם יש תשתית עליה יושבת המתודולוגיה של לוחמה פסיכולוגית אז **התקשורת הופכת להיות הקודקוד המרכזי** (למרות שבחלק מהקטעים היא מנוטרלת). **עורכי החדשות בתקופה הזו הם סוכני העל**, השפעתם על התודעה הקוגניטיבית היא הרבה ביותר. עורכי החדשות אינם מגויסים על ידי הממשל. מה שמשיע בעיקר על האופן בו התקשורת מתנהגת ואופן ההשפעה על הקהל כתוצאה מכך, היא **התרבות של אותה אומה**. **דוגמא**: בארה"ב לא מסקרים הלוויות של חיילים, התקשורת מתגייסת מרצונה. מספרי ההרוגים ניתנים אך לא מסוקרות ההלוויות, האינפורמציה לא מוסתרת מעיני הציבור. הדבר קשור לפעילות הפסיכולוגית ולתרבות של האומה. בישראל הדבר לא קורה, וכל חייל זוכה לכתבה מרגשת. בישראל הפך הרגשי הנוגע לצריכת התקשורת, הוא פן המשחק תפקיד מרכזי לכן חדשות בישראל הן מעבר לחדשות.

מבין שלושת הקודקודים, התקשורת היא הקודקוד היחיד שמרכיב הכסף הוא בלב הווייתה. התקשורת צריכה להימכר, יש לה מצב כלכלי בעל משמעות חשובה. הצורך של התקשורת להימכר משנה את כללי המשחק במידה רבה מבחינת התלות של התקשורת בשני הקודקודים האחרים, הוא **גורם פוטנציאלי להטיות** מבחינת האינפורמציה שמשודרת. אם בעל ערוץ מסוים יקלע לדילמה בה הוא צריך להחליט האם להעביר מידע מדויק במחיר של פגיעה ברייטינג או להגביר את הרייטינג במחיר של פרסום מידע שאינו מהימן אז כנראה ברור מה תהיה ההחלטה. משום שעבור דעת הקהל התחושה היא שמידע וקשר של הממשל עם התקשורת הוא חשוב ביותר, **עבור התקשורת רייטינג הוא האינטרס העליון**, התקשורת לא באה כדי לעזור לאזרחים להגביר את החוסן המוראלי מול איומים, היא לא באה לתווך בין הממשל לבין הקהל וליצור איזון, זהו לא תפקידה. אנו מצפים מהתקשורת שתמסור מידע ושתהיה חופשייה, שלא תטה מידע מכיוון אחד לאחר. עם זאת, אנחנו לא יכולים להמעיט את ערכה, היא תשדר מה שמוכר (תמונות דרמטיות, תוספת צבע). התלות של התקשורת היא גדולה מול דעת הקהל מאשר מול הממשל. יש שתי זירות שלובות זו בזו, בשתיהן יש דינאמיקה וההתפתחויות: זירת הקמפיין הצבאי, זירת ההשפעה על התודעה הקולקטיבית. הזירות הללו שלובות זו בזו. יש גורם שהוא אינו צפוי – **היד הנעלמה**<sup>3</sup>. משהו שיכול להשפיע ולהפוך בבת אחת את החושה הקולקטיבית ואת המצב המוראלי בו אנו נמצאים. הטריגר לשינוי בתודעה בא מזירת השטח. אנחנו לא יכולים לחזות אותו, לשלוט בו באופן מלא או לדעת מתי הוא יבוא.

### **לסיכום:**

כאשר מתרחשת סיטואציה דרמטית של מלחמה בשיאו של הסכסוך, הציבור חשוף יותר מנטאלית ורגשית לפעילות הפסיכולוגית, הוא זקוק יותר למידע במן אמת והתייחסות כדי לקבל תחושה מבחינת המורל. בזמן שהציבור חשוף זה הזמן להכות בו ולהחדיר לו את המסרים. זה המצב בו הלוחמה הפסיכולוגית לכאורה היא האפקטיבית ביותר כלפי הציבור. לכאורה, זה המצב בו ליוזמי ומנהלי הלוחמה הפסיכולוגית

<sup>3</sup> גורם לא צפוי שלא שולטים בו ויכול להשפיע על תודעת הקהל ולשנות את דעתו.

אמורה להיות שליטה מרבית אל מול הציבור. בפועל, ההתרחשויות בשטח עלולות לגרום למערכה הפסיכולוגית להשתבש. החשיפה והתלות של הציבור מבחינה תפיסתית ורגשית היא זאת שתאפשר להתרחשות בשטח להיות הטריגר שיהפוך את הזירה לבלתי נשלטת על ידי מנהלי הלוחמה הפסיכולוגית.

### **כמה מילים על טרור שנאמרו בשיעור האחרון ומצאתי לנכון לחבר לנושא הזה:**

מכל התופעות המוכרות בלוחמה פסיכולוגית התופעה השכיחה ביותר היא הטרור. **טרור** – עבר גלגולים בחייו. לאורך שנים רבות הדרך הרווחת שלו הייתה **להתנקש באישים** מסוימים. זיהוי האדם שצריך לנטרל כדי לשנות את המדיניות וחיסולו, השגת המטרה בדרך אלימה. חיסול איש מפתח גורם לשנות את פני המערכה ומכה מוראלית ביריב. ההתנקשויות היו גם נגד מטרות צבאיות וגם מטרות אזרחיות, בכל מקרה מדובר בהתנקשויות ממוקדות. טרור זה היה עד סוף מלחמת העולם השנייה. עם השנים **התפתחה הטכנולוגיה** ותקשורת ההמונים (אנשים התחילו להבין מה קורה גם במקומות שהם לא נמצאים בהם – שידורי רדיו, טלוויזיה, אינטרנט) והטרור **שינה את אופיו**. עדיין המטרה שלו היא להשפיע ולשנות מטרות פוליטיות לטובת הטרוריסט או מי ששולח אותו, אבל כבר לא חייבים להיות ממוקדים ולעסוק בחיסולים עם כזו טכנולוגיה. הדרך המודרנית בה הטרור מגיע למטרה הזו היא דרך של **פגיעה מוראלית** בציבור אנשים שהאדם שאני רוצה שישנה את המדיניות עומד בראשם. בעצם הפגיעה המוראלית אני גורמת לציבור להפוך **למנוף של לחץ על מקבל החלטות** עליו ארצה להשפיע. **דוגמא**: אסון התאומים – האזרח האמריקאי הוא המושפע האמיתי, אם הוא ועוד רבים יצליחו ליצור משהו חזק מספיק הוא יצליח להשפיע על הלחץ של מקבלי החלטות.

הטרור כולו הוא לוחמה פסיכולוגית. לטרוריסט (בן לאדן למשל) אין עניין עם הקורבנות שנהרגו ועם כל הפגיעה הפיזית, אכפת לו מהפגיעה הפסיכולוגית-מוראלית. ארגון שמצליח לפגוע בצורה כזו במעצמה כמו אמריקה גורם לו (לארגון הטרור) לצאת לאור ולהראות חשוב. זהו מקרה בו פיגוע יוצא אפקט של לוחמה פסיכולוגית אסטרטגית, למרות שפיגועים בדר"כ הם אפקט מצטבר מוגבל, משהו בין לוחמה טקטית לאופרטיבית.

### **מרכיבי הטרור שיוצרים את האפקט:**

1. **פרסונליזציה של הפיגוע** – חיבור אישי לאירוע. התקשורת והזירה עצמה יוצרים מצב בו למרות שלא היינו בפיגוע או שהסיכוי שלנו קטן מאוד להיפגע בו (הסיכוי להיפגע בתאונת דרכים הוא גבוה בהרבה) אנו מרגישים שהיננו יכולים להיות שם, למרות שהוא כל כך רחוק מאיתנו בפועל. ובכלל, אם טיילנו שם או שאנחנו מכירים מישהו שטייל אז התחושה מתחזקת עוד יותר (אנו מרגישים שבפעם הבאה אנחנו עלולים להיות שם כשזה יקרה). הטרור **נעזר בתקשורת** על מנת לייצר את האפקט.
2. קריסת מימד המרחב – חיבור פיזי לאירוע. אני לא מרגישה שניצלתי במזל אלא שאין משמעות למרחק הפיזי מהזירה. גם אם האירוע התרחש במקום רחוק עם אנשים שאינני מכירה אני דווקא חשה שמדובר במשהו קרוב אליי מבחינה פיזית ורגשית. ממש כמו בסרט אני מזדהה עם הגיבורים.

הטרור יוצר **סרטי אימה** – הסרטים האלו לא קשורים אלינו ממש באופן ישיר לחיים אבל אנחנו יודעים למצוא את הקשר לבד ולפחד. ככה עם טרור.

**חזרתיות** – התקשורת מביאה את החדשות, ממחזרת אותם, ממשיכה ועושה עבור הטרור את העבודה כי היא הרי צריכה למכור. כדי למכור היא חוזרת על הכל מלא פעמים. המידע ידוע והיא בשלה.

**תרבות והתנהלות ארגון המדינה** – יש נושאים רגישים התלויים במדינה בה מתרחש האסון, מותם של חיילים למשל. בישראל נוהגים לדבר עם המשפחה, אנחנו בבית מקבלים תחושה שאנחנו חלק מהם, לא רק המשפחה שבורה אלא גם אנחנו הצופים. בארה"ב למשל חיילים החוזרים בארונות לא זוכים לסיקור תקשורתי.

#### **סיכום:**

הטרור, מעבר להיותו התגלמות של לוחמה פסיכולוגית, הוא **אינו איום פיזי חמור** מדיי על ארגון/מדינה. הטרור הוא נשקם של החלשים. מצד שני, הדרך להתמודד עם טרור היא **למזער ולמתן** את האפקט המוראלי והפסיכולוגי שהוא יוצר מתוך הבנה שאפקט זה הוא החורג באופן מהותי ולא פרופורציונאלי לאיום הפיזי שהוא יוצר. אפשר לעשות זאת למשל באמצעות הצגת נתונים סטטיסטיים לציבור ולהראות להם שהסיכוי שלהם להיפגע בתאונת דרכים גבוה בהרבה מהסיכוי שלהם להיפגע בפיגוע טרור.

## הרובד הפסיכולוגי בניהול סכסוכים

### לוחמה פסיכולוגית טקטית – מקרה בוחן: לוחמה אמריקאית בעיראק

מטרת האמריקאים הייתה מראש לגרום להלם ותדהמה בצד השני ולכן הם מראש קבעו כותרות למבצע שלהם, הם מראש בנו על **האפקט הפסיכולוגי**. מול האמריקאים עמדו שלושה קהלי יעד:

(א) ציבור אמריקאי פנימי

(ב) העם העיראקי שבאותה העת תמך בהנהגה שלו בצורה מוחלטת

(ג) ההנהגה העיראקית עצמה אותם נדרשו קודם האמריקאים להכניע

כשהאמריקאים כינו את המלחמה שלהם "מלחמת ההלם והתדהמה" עוד לפני שהיא החלה הם נתנו ביטוי ממשי וגלוי להיבט הפסיכולוגי החזק ומעבר לכך אנו מבינים שהאמריקאים סברו שאי אפשר להכניע את ההנהגה העיראקית ללא מכת מורל פסיכולוגית קשה.

**קיים פער בין המציאות האופרטיבית לפסיכולוגית** בכל מה שקשור לניצחון ותבוסה – ניצחון הוא לכאורה אובייקטיבי, אם בעימות בין צדדים צד אחד גורם באופן משמעותי נזק ברכוש בחיי אדם ובטריטוריה של הצד השני, בהשגת הפסקת אש לצד אחד יש עדיפות ברורה על הצד האחר אז מדובר בניצחון. המציאות הפסיכולוגית שונה לחלוטין – מציאות זו ניתן להבין דרך התפיסה של הצדדים ולא דרך הכוחות של כל אחד מהצדדים. אם צד מסוים לא מרגיש מובס אז הוא לא מובס, אם צד מסוים לא מרגיש שהוא ניצח אז אין ניצחון, גם אם הוא הנחיל מכה צבאית ניצחת לצד השני.

לאמריקאים קשה להבין תפיסות ותרבויות של עמים אחרים (בא לידי ביטוי בניהול מו"מ, הם לא מצליחים לנהל אותו מתוך הסתכלות על הצד השני). כשהאמריקאים התכוונו למלחמה בעיראק והגדירו אותה כך הם התייחסו בפעם הראשונה לתפיסה ולמורל של הצד השני כבר בעצם בחירת השם למלחמה. אם זהו שם המלחמה אז צריך להוכיח שזה מה שהם מתכוונים לעשות והם צריכים לחשוב איך הם יעשו זאת. אם כל מערכה כוללת קמפיין צבאי וקמפיין פסיכולוגי, הרי שהקמפיין הפסיכולוגי הולך להיות דומיננטי במערכה הזו.

הנפש שלנו מורכבת מהרציונאל ומהעולם הרגשי-יצרי שלנו (מהשכל והרגש). האמריקאים, בהנחה שלהם שהציבור הערבי כולו צופה במראות מעיראק, החליטו להניח את הרגש בצד וליצור מציאות שאפשר להסתכל עליה רק במבט תפיסתי-קוגניטיבי. איך יוצרים זאת? באמצעות תמונה מלמעלה המבטאת את העוצמה. כדי ליצור את התמונה הזו הם **אפשרו לכתבים זרים** מכל העולם לתפוס עמדות על גגות בניינים בבגדד והצמידו **כתבי בית עיראקים** לטורי השריון האמריקאי שנכנסו לתוך עיראק וברגע שנפתחה המתקפה האווירית והקרקעית, מצלמות הטלוויזיה היו בשני ערוצים עוצמתיים מאוד מבחינת האפקטים (פיצוצים במגדלים בבגדד וכניסה של טנקים עם אבק). כדי להימנע מהפן הרגשי לא היו CU, לא היה גורם אנושי, לא היו ראיונות עם חיילים, לא רוצים לתת את הרגש. האמריקאים יצאו מתוך הנחה שהתמונות שהם בחרו להראות יכו את העיראקים בהלם ותדהמה ויציגו את הנחישות בקו התוקפני האמריקאי. השאיפה היא הייתה שברגע שהצד השני יראה את העוצמה הזו הוא ייכנע.

מהצד השני החלו העיראקים **בקרב בלימה פסיכולוגי** משלהם. הם הבינו שמספיק צילום אחד של שבוי או הרוג על מנת להפוך או לאזן את התחושה שנוצרה אחרי ההתקפה העוצמתית האמריקאית. ביום החמישי

למלחמה, שר ההסברה העיראקי (מחמד אסאחף), אמר שיש בידיהם שבויים בריטיים ואמריקאים וכמה הרוגים, הוא הבטיח לפרסם תוך כמה שעות תמונות. מבחינת לוחמה פסיכולוגית טקטית יוצא הדובר ואומר שיש בידיהם שבויים והרוגים ותוך כמה שעות הם יראו תמונות, לפני שהם מראים את התמונות הם רצו ליצור לעצמם אמינות (בגלל זה הם לא פרסמו ישר). העיראקים הבינו שלא מספיק שהם יצאו עם תמונות אלא הם צריכים לבנות את האמינות שלהם עוד לפני כדי לקחת בחשבון מה יהיה בפעם הבאה (יחשבו כבר שהם אמינים). יש כאן **אפקט כפול** – יצירת **אי וודאות** אצל האמריקאים ו**חיזוק האמינות** שלהם. האפקט של העברת התמונה המנטאלית מהשכל אל הרגש הוא אפקט חזק ביותר. בערב היום החמישי אכן פורסמו התמונות ולמחרת בבוקר העיתונים בעולם היו אחרים מבחינת הכותרות שלהם – בארבעת הימים הראשונים היה דגש על חוזק המתקפה האמריקאית, בימים שלאחר מכן הכותרות השתנו לבעיה שיש לאמריקה עם העיראקים, ממבט מלמעלה מדובר **בהסתבכות**. המהלך של העיראקים היה כאן **חכם מאוד**. יחסי הכוחות לא השתנו, אבל שלושת קודקודי המשולש השתנו, נוספו לו חומרים חדשים של אי וודאות, תחושה של הסתבכות. התמונה מבחינה מוראלית פסיכולוגית **התאזנה** בנקודה הזו. בנקודה זו האמריקאים נקלעו למצב שהם **לא זוכים לגיבוי מוחלט** מבחינת הציבור שלהם והם צריכים לשנות משהו. מבחינתם יש צורך בתפיסת קצה החוט שהעיראקים זרקו להם (אם הקמפיין הופך להיות סביב שבויים וחטופים אז האמריקאים שמו לעצמם יעד מוצהר להגיע לזה שהם משחררים את השבויים שלהם). היה קשה להם לשחרר את השבויים אבל בתוך הקבוצה הייתה חיילת אחת (**ג'סיקה לינץ'**) לגביה סיפרו שהיא הייתה בגייפ, ירו עליהם, הגייפ התהפך היא נפצעה ונחטפה והיא מוחזקת במקום סודי. הסיפור תפס כותרות ולאחר מספר ימים נוספים, במבצע לילי חשאי היא משוחררת על ידי כוח קומנדו. לינץ' מוטסת לווינגטון ושם מקבלת קבלת פנים של גיבורה אבל יש עליה איסור מוחלט לכל ראיון. דובר הבית הלבן מתפטר לתפקידו לאחר יומיים. במקביל משודר קליפ שמתעד את חילוץ של לינץ' – בקליפ רואים דמויות רצות למבנה ויוצאות איתה מתוך בית (הכל מטושטש). מתחילות לטפטף שמועות שכל מבצע החילוץ היה מבויס, כולל סיפורים של גורמי ממשל אמריקאים המקורבים לדובר שהתפטר לפיהם הובא במאי מהוליווד על מנת לביים את המצב הזה. לא מדובר בהמצאה מלאה, בפועל כן חילצו אותה אבל לא באמת שמרו עליה חיילים עיראקים והיא לא נפצעה כתוצאה מירי עיראקי. לאחר התהפכות הגייפ היא נפצעה ואושפזה בבית חולים עיראקי שעליו שלטו אמריקאים. כוח הקומנדו אכן שחרר אותה אבל ללא כל התנגדות של כוחות עיראקים. המבצע היה **אפקטיבי מאוד** מבחינת לוחמה פסיכולוגית כי הוא הצליח לעודד את האמריקאים, באמצעות המבצע הזה שוב התאזנה התמונה לטובתם.

אירועים נוספים בהמשך המלחמה: ניתוח הפסל על ידי אזרחים עיראקיים, כיתור שדה התעופה. לצד המהלומה הצבאית הצליחו לבסוף האמריקאים להנחית את התעמולה המוראלית מצד שני. הם הבינו את העיראקים מבחינה צבאית.

לבסוף המשטר העיראקי נעלם והאמריקאים מצאו את עצמם ב"יום שאחרי". כאן החל **המעבר בין לוחמה פסיכולוגית טקטית אופרטיבית ללוחמה פסיכולוגית אסטרטגית**. האתגר הגדול של האמריקאים החל עם נפילת משטר סדאם חוסיין, עכשיו האמריקאים צריכים לתמוך שם במשהו חדש שצריך לבנות מבחינה פוליטית. השאלה היא האם האמריקאים, הצליחו לייצר גם את הלוחמה הפסיכולוגית האסטרטגית כמו הטקטית – התשובה היא לא 😊. על התשתית של הלוחמה הפסיכולוגית האסטרטגית יוצאים למבצע של הלוחמה הפסיכולוגית של הטקטית אופרטיבית. במקרה זה הטקטית הייתה העיקר, הם לא באמת הצליחו לייצר סביבה פסיכולוגית תומכת לפני וגם לא ממש אחרי. הלוחמה הפסיכולוגית האסטרטגית שלהם

לקתה בחסר והטקטית אופרטיבית הייתה טובה. יש כאן הסתבכות בהיעדר תמיכה בסביבה עוינת של אזרחים שתומכים בתרבות המנוגדת לתרבותנו ולא מצליחים לחדור אליה. הבעיה הגדולה ביותר של הקמפיין בעיראק בדיעבד הוא לא בלוחמה הפסיכולוגית הטקטית מול העיראקים וגם לא באסטרטגיה, אלא בחשיפת הנשיא האמריקאי בכל הנוגע לטריגר לכניסה למלחמה – האקדח המעשן (נשק לא קונבנציונאלי שלפי המודיעין הממשל האמריקאי הסתיר ומנע מפקחים להיכנס לראות), האמירה הייתה שברגע שיכנסו לעיראק יתגלו מצבורים שיצדיקו את הכניסה. לאחר מכן האמריקאים (כדי לצאת מזה) אמרו שהנשק הועבר לסוריה. עכשיו הפוקוס עבר לסוריה – שכאילו בגללה ארה"ב לא יכלה לנצח את המלחמה.

שלושה מרכיבים שעל מנת ליצור קמפיין פסיכולוגי אפקטיבי לאורך זמן צריכים להיות אפקטיביים ושלובים זה בזה:

1. **הצדקה** לכניסה למצב שבו אתה צריך לשלם מחירים. ככל שהצדקה תהיה יותר אפקטיבית כך יהיה יותר מרחב תמרון לגבי ההסברה/תעמולה שלך שנוגעת לתוצאות המלחמה. ההנהגה נשפטת בעיקר על מרכיב זה ועל התוצאות.
2. **קמפיין פסיכולוגי** במהלך המלחמה (הכי פחות חשוב באפקטיביות לאורך זמן).
3. **תעמולה** סביב תוצאות המלחמה

עבור האמריקאים, הלוחמה הפסיכולוגית האסטרטגית היא חשובה אבל לא קריטית. סוג הסכסוך שארה"ב נמצאה בו מול עיראק של סדאם הוא סכסוך מוגבל-נשלט. לפני שסדאם פלש לכווית אף אחד באמריקה לא הכירה אותו ואחרי שהוא נסוג מכווית שכחו ממנו. האמריקאים לא נולדו לסכסוך עיראקים-אמריקאים. הסכסוך התהווה יש מאין. הסיפור כולו הוא **אופרטיבי**: נקודת התחלה, האמריקאים ציפו גם לנקודת סוף, מדובר באפיזודה בחיים האמריקאים. בסכסוך המזרח תיכוני שלנו עולם התוכן הוא אחר לגמרי (נולדנו לזה). לכן במקרה שלנו לא מדובר באפיזודה חולפת ולכן לא ניתן להתייחס אליה כך. לכן הלוחמה הפסיכולוגית האסטרטגית היא הקריטית בסכסוך בינינו לבין הערבים. אנחנו לא יכולים להרשות לעצמנו להימנע מיצירת סביבה פסיכולוגית קבועה שמשרתת את היעדים שלנו ואת המטרות שלנו מול הסכסוך הזה. המשאבים הפסיכולוגיים שמושקעים מצדינו בסכסוך הם אדירים ולא דומים למה שהאמריקאים משקיעים במלחמה שלהם בעיראק. ההבדל הזה חשוב להבנה, כיוון שעבור האמריקאים אפשר לסגור פרק גם אחרי מלחמה כואבת ולהתקדם לפרקים אחרים שאינם קשורים. עבור ישראל, השקעת המשאבים האינסופיים מבחינה פסיכולוגית בסכסוך מנציחה את הסכסוך בתודעה שלנו, אנחנו לא יכולים להרגיש שיש דרך לסגור פרק ולהתקדם.

### **סיכום**

היום כשמתייחסים למונח לוחמה פסיכולוגית גם בתקשורת וגם בדרגים המבצעיים לא מתייחסים בכלל ללוחמה פסיכולוגית אסטרטגית. כל ההתייחסות היום ביחס למערכת היא ברמה **הטקטית והאופרטיבית**. מציע לכלול בתוך תחום ניתוח התופעה הפסיכולוגית את מרכיב הלוחמה הפסיכולוגית האסטרטגית שבא לידי ביטוי בצורה דומיננטית במקום שיש בו סכסוך נשלט (מאפיינים משיעור מס' 3).

המקרה של ארה"ב ועיראק נותח כדי להמחיש את המתודולוגיה המפרידה בין מסרים שמיועדים לגעת **ישירות ברגש** (בבטן) לבין מסרים שמיועדים לגעת **בשכל** (רציונאליים). כאן יש התנגשות בין המערב לאסלאם הפונדמנטליסטי. הלוחמה הפסיכולוגית של המערב מכוונת לשכל ואילו הלוחמה הפסיכולוגית של גורמים שאינם מערביים היא לוחמה פסיכולוגית המתמקדת באנשים, נוגעת ברגש.



## **סוגיות בתקשורת המונים / יריב בן אליעזר**

**בן אליעזר יריב, המדיה – משקפים או מעצבים?; הממלכה השביעית – סוגיות בתקשורת המונים, המכללה למינהל, תל-אביב, 1990, עמ' 89-63.**

### **פרק ראשון: הטלוויזיה והפלישה התרבותית**

הטלוויזיה משמשת ציר מרכזי בחיינו. כולנו חשופים לאותם תכנים ונוצרת **אחידות תרבותית** תוך צמצום תחומי העניין שלנו. אנחנו רוצים שיהיה לנו על מה לדבר עם חברים שלנו, אז כולנו רואים טלוויזיה (המשפיעה במידה רבה על נושאי השיחה שלנו). כולנו רואים בעצם את אותה הטלוויזיה, מה שמצמצם עוד יותר את החברה הישראלית לכפר קטן.

הטלוויזיה חזקה ב"כיווץ" מרחקים גיאוגרפיים וטווחי זמן – **אימפריאליזם תרבותי**. בעבר אם עם רצה להשליט את תרבותו על עם אחר הוא יצא למלחמה, היום לא צריך מלחמה אפשר פשוט להיות יצרנית מעולה של קולנוע וטלוויזיה כמו ארה"ב. גם בתחום הפרסום ניתן לראות אלמנטים דומים לאמריקה, אחרי הכל גם הרגלי הצריכה הפכו להיות דומים. התרבות האמריקאית משפיעה על התרבות הישראלית הן בהיבטי צריכה והן בתכנים הישראלים שדומים בצורתם, תוכנם ומקצבם לתכנים האמריקאים.

השורה התחתונה: דוגמא לפיה מרבית הציבור לא יודע איך נראית מונית בישראל אבל מונית במנהטן דווקא כן. הטלוויזיה שלנו מלאה בתכנים שמראים את ארה"ב, בעוד ישראל נראית רק בתוכניות מעטות וחסרות רייטינג. המצב הזה הופך את ישראל לנגררת תרבותית אחרי אולפני הטלוויזיה של ארה"ב.

### **פרק שני: הטלוויזיה והיעלמותה של הילדות**

**"דור הספר" – ניזון בעיקר מהמדיום המודפס, חשוף ל"שפה" בת שלושה מאפיינים עיקריים:**

1. נדבכיות – רצף ליניארי של אותיות
2. מקוטעות – שבירת רצף ליניארי ברווחים בין האותיות ובין המילים
3. לוגיות – ההיגיון הקבוע במבנה הליניארי, ניתוק הרצף הליניארי ישבש את ההיגיון התוכני שבו.

**"דור הטלוויזיה" – ניזון בעיקר מהמדיום הטלוויזיוני, חשוף ל"שפה" בעלת מאפיינים אחרים:**

1. תבניתיות – תמונה כוללת-תבניתית (ולא נבנית בהדרגה, מקוטעת וליניארית).
  2. סימולטניות – מביאה בו זמנית צבע, תמונה, תנועה, קול וצליל.
- כמובן ששני הדורות מדברים על סביבה תקשורתית שונה, סביבה זו משפיעה כמובן על ילדים שגדלו בהשפעת כל אחד מאמצעי התקשורת. לפי פוסטמן, הטלוויזיה הפכה במידה רבה למעין "מטפלת" של הילדים המשחררת את ההורים וחוסכת מהם את תשומת הלב שהיו צריכים להקדיש לילדים. הספר מבדיל בין הגילאים השונים ואילו הטלוויזיה מיועדת לכולם.

לפי ארווין גופמן, הספר חושף לנו את התפקוד הפורמאלי של ההורים (תחום קדמי) ואילו חולשותיהם נחשפות בהדרגה ככל שעולה גיל הילדים (תחום אחורי). לעומת זאת, הטלוויזיה **לא עושה את הפרדה** הזו וההורים נחשפים לפעמים במצבים לא ממש מחמיאים, הדבר מוריד את הילת המבוגרים שיצר הספר. דוגמאות: "בית קטן בערבה", "על טעם ועל ריח".

לפי פוסטמן, ישנה **העלמות הדרגתית של מושג הילדות**. קיים טשטוש נוסף של ההבדל בין המבוגרים לילדים. דמות הילד "המסורתית" נעלמת, ובמקומה יש ילדים שדומים הרבה יותר למבוגרים בתפקיד,

דיבור, לבוש – "מבוגרים קטנים" בכל המובנים פרט למובן הפיזי כמובן. בנוסף ניתן לראות שיעור נשירה גבוה בבית הספר בקרב ילדים ועלייה בקרב המבוגרים המבקשים ללמוד – ילדים לומדים יותר מעולם המבוגרים באמצעות הטלוויזיה. החשיפה הזו מסייעת לילדים להכיר את ה"תחום האחורי" של המבוגרים. כך נוצר מצב שהם מערערים על מעמד המבוגרים (הורים, מורים, משפחה), הם מעיזים יותר ומנצלים את חולשות המבוגרים. הם הופכים להיות סקרנים יותר וביקורתיים יותר. שפת הטלוויזיה שכוללת סימולטאניות ותבניות פיתוח סוגי יכולת שונים אצל בני "דור הטלוויזיה". מחקר שנערך מצא כי רוב הילדים גוברים על הוריהם בהרכבת פאזלים, השלמת קובייה הונגרית ומשחקי וידאו. הילדים מבצעים את הפעולות הללו בצורה סימולטנית, לעומת המבוגרים (דור הספר) המבצעים הפעולות בצורה נדבכית ומקוטעת. העובדה שהטלוויזיה מצליחה לספק עולם של לימודים ומשפיעה על ההישגים מכריחה את בית הספר לערוך שינויים בשיטות ההוראה. לפי פוסטמן, ההשוואה בין בית הספר לטלוויזיה מבחינת הלימוד מסתיים בהשפעה של כל אחת מהמערכות על היכולת הקוגניטיבית של הנוטלים חלק בהן. והוא שם דגש על ההבדלים הבאים בין השניים, נראה לי נעשה טבלה:

| טלוויזיה  | בית הספר  |                |
|---|---|----------------|
| אמצעים פסיכולוגיים להשגת מטרה אחת – שיצפו בה.           | סיוע החוק ורצון להשיג מטרה חיצונית (אם לא תלמד לא תגיע לשום מקום) | קבלת תשומת לב  |
| אמצעי ההוראה – "איך" ולא "מה".                          | תוכן  | דגש            |
| תמונות, בעיקר קונקרטיות פיתוח יכולת חישה – הזדהות רגשית | שפה, סמלים מופשטים הניתנים לתרגום והתדיינות פיתוח יכולת אנליטית   | נושאי עיסוק    |
| אין השתתפות, עידוד פאסיביות                             | השתתפות פעילה (דיונים, מבחנים, ציונים)                            | מידת השתתפויות |

בן אליעזר מסכים עם ההשוואה הנ"ל של פוסטמן אבל חולק על המסקנה שלו לפיה ביה"ס צריך להיות אנטייתזה לטלוויזיה ולהישאר במתכונתו המסורתית כדי להיות מנגד להשפעות השליליות של הטלוויזיה. לדעת בן-אליעזר לא חייב להיות כזה ניגוד בין השניים, טלוויזיה היא כלי מצוין שניתן להשתמש בו בביה"ס, אבל צריך לשים את הגבול ולדעת בדיוק איפה זה מתאים ומעשיר בדוגמאות ואיפה הוא נחות ולא טוב.

### פרק שלישי: הטלוויזיה וחסולה של הכריזמה הפוליטית

בעבר היו לנו מנהיגים בעלי כריזמה בולטת (צ'רצ'יל, סטאלין), היום (שנת 1990) ישנה דמויות חיוורות חסרות כריזמה בהשוואה לאלו מהעבר. זה לא קורא כי אין מנהיגים כריזמטיים אלא כי אמצעי התקשורת האלקטרוניים פוגעים בכריזמטיות של המנהיגים, הם גורמים לשינוי צורת ההתייחסות אל המנהיגים והציפיות מהם. למנהיגים פוליטיים יש תפקידים חברתיים רבים. לכל תפקיד יש ציפיות ואסור לו לאכזב את מי שהוא בא עימו במגע. בכל תפקיד יש כללים מסוימים לפיהם עליו להתנהג, המעברים בין התפקידים חדים, בדיוק כמו בתיאטרון, בו נדרש "לשחק" בכל אחד מהתפקידים. לפי גופמן, ניתן לחלק את ההתנהגות האנושית לשתי קטגוריות:

א. **תחום קדמי** – התנהגות האדם לפי כללים קבועים ונוקשים המחייבים מהתפקיד אותו ממלא האדם והציפיות הקשורות בו.

בעולם התיאטרון – משחק על הבמה לעיני הקהל.

בעולם הפוליטיקה – נאום מבעל במת הכנסת, מול מצלמות טלוויזיה.

ב. **תחום אחורי** – התנהגות אדם נינוחה יותר, ללא כללים קבועים ומחייבים.

בעולם התיאטרון – השחקן מאחורי הקלעים.

בעולם הפוליטיקה – במזנון הכנסת, יושב עם עיתונאי.

על מנת שמנהיג פוליטי יצליח **לחלק את פעילותו בין שני התחומים** בהצלחה עליו להקפיד שהופעתו בתחום האחורי לא תפגע בזו שהוא מתאמץ לשדר בתחום הקדמי. זה כמובן נכון אפילו יותר בשביל מנהיג כריזמטי שמפתח תכונות נעלות ומבדל עצמו משאר האנשים בתחום הקדמי.

הטלוויזיה והרדיו חודרים לתחומים רבים של המנהיגים הפוליטיים. החדירה הזו **מקרבת את המנהיגים אל האזרחים**, היא חושפת תחומים רבים שלהם לצופים הסקרנים. הקרבה לתחומים הללו והחשיפה שלהם באמצעי התקשורת גרמה לכריזמה להפוך **למיתוס** בעינינו ולהעדפה ברורה של המנהיג הפוליטי האנושי, הדומה לנו, המדבר בשפתנו ומבין ללבנו.

הטלוויזיה והרדיו גרמו **לטשטוש ההבדלים** בין שני התחומים – המנהיג הפוליטי הפך לחשוף בכל מעשיו, ההילה הייחודית שלו פוחתת, כל מי שעממי ודומה לקהל הופך להיות מצליחה, ולא רק אלו הכריזמטיים.

**דוגמא** מישראל: מנחם בגין (1981) הוצג כאב וסב ולא בדמותו הקודמת כ"נביא הזעם" / "משיח ההמונים".

**דוגמא** מארה"ב: פורד וקארטר ניסו להיות עממיים מדיי ב"תחום האחורי" (לבשו ג'ינס, שמות מקוצרים). פורד נתפס לבסוף מתרסק כשעשה סקי – פאדיחה!

כמובן שצריך להיזהר ולמתוח את הגבול גם כשמנסים להיות עממיים, לא רק כי עלולים ליפול בסקי אלא גם כי הקהל מתחיל לחפש אותך יותר ולחשוב במה אתה יותר טוב ממהו אחר כי הרי אם אתה יכול כולם יכולים.

במאמר ניתנה **דוגמא** נוספת בה רונלד רייגן שניצל את יכולות המדיום הטלוויזיוני והקפיד על הצגת דמות שאמריקאים יכולים להזדהות איתה, אבל הוא לא נשען רק על העממיות אלא גם הקפיד לבחור טקסטים נכונים ולהציג אותם בצורה אומנותית, טובה וחזקה בטלוויזיה.

כשהבינו שהטלוויזיה היא קלף שמשפיע על הצופים נולד הצורך אל הפוליטיקאים להופיע בה לעיתים תכופות, אז כמובן מתעורר הצורך לייצר דברים ובעיקר חדשים כל הזמן כדי שתהיה להם סיבה להופיע בה, כך יקדישו להם זמן מסך והם יהיו פופולאריים. וכאן כמובן מדגיש שוב בן אליעזר שצריכת הטלוויזיה צריכה להיעשות במידה ואנחנו צריכים לסגן ולברור את הדברים שמציגים לנו.

### **פרק רביעי: הטלוויזיה – חממת הפאשיזם**

ישנה טענה רווחת כי הטלוויזיה בערוצה הממלכתי היא שמאלנית ומקדמת מטרות פוליטיות העומדות בניגוד לחוק רשות השידור. עם זאת מתברר כי צעירי ישראל נוטים דווקא לימין, כך שאו שהטלוויזיה לא ממש שמאלנית כמו שחושבים או שתכונות הטלוויזיה לא מאפשרות לה להתמסר לרעיונות הפוליטיים-חברתיים של השמאל.

כפי שצינו בפרק הקודם, הטלוויזיה חיסלה את הכריזמה של המנהיגים. הכריזמטיות מבוססת על ריחוק של הנתינים מהמנהיגים, כך נוצר מסך מסתורין והמנהיג מצטייר כבעל "תכונות נעלות". הטלוויזיה,

בניגוד לעיתון, חושפת את מאחורי הקלעים של חיי המנהיג, היא מגלה תכונות אנושיות ואת מעלותיו וחסרונותיו שהעיתון העלים. המנהיגים צריכים להסתגל לסוגיה החדשה ולהתאים את הופעתם, האידיאולוגיה שלהם והתנהגותם להופעה המהירה של הטלוויזיה.

גם את זה ציינו קודם – הטלוויזיה היא סימולטנית ומהירה, אין זמן לצופה להתעמק בה כפי שניתן בעיתון. קריסטין נייסטרם טוענת שבניגוד לעיתון הקווי והמופשט, דוחה הסיפוקים, הטלוויזיה דוחסת חוויות ורגשות, היא מעודדת סיפוקים מיידיים. היא יוצרת אדם שמחפש פתרונות מיידיים, נוטה לרגשות ומעדיף תשובות פשטניות לבעיות. אנשים מעדיפים לצפות בפעולות אנושיות בטלוויזיה במקום לבצע אותן בעצמם. הטלוויזיה לא יכולה להציג את כל החוויות האנושיות ומכאן שהם מפסידים חלק מהדברים כי הם תלויים בה בצורה חזקה. הטלוויזיה פונה למכנה המשותף הנמוך וחוסר ההעמקה שבה מראה לנו תמונות שטחיות ומצבים ודמויות קיצוניים וסטריאוטיפיים.

הצגה זו הופכת את העולם שלנו למושגים קיצוניים של טוב ורע, יפה ומכוער על חשבון המציאות שבה יש גם מושגים באמצע. המציאות הנוחה הזו בה מוצג לי העולם והדרך בה נפתרים הדברים גורמת לי להיות פאסיבי ולא לרצות לפעול או להתעמק בדברים ולנתחם. הציבור מתקשה לעכל עובדות קשות ולהתמודד עם שאלות קיומיות, ומעדיף במקום זה תוכן אסקפיסטי. **דוגמא:** הציבור לא התרעם על הורדת "יומן אירועים" משבת בערב אבל כשהורידו את דאלאס העולם כמעט חרב.

התופעה היא יותר רחבה בקרב ילדים אבל נולדו לעולם בו יש טלוויזיה. הם תלויים במכשיר יותר מהוריהם (להם היו חוויות אחרות של עיתון וספר). הצעירים עוברים תהליך התבגרות מואץ בו הם מקבלים מידע לא מסונן שגורם להם לאובדן התמימות. הם מזלזלים יותר במבוגרים, מגלים פחות סובלנות לסביבה, קצרי רוח ומתקשים לדחות סיפוקים.

אם רוצים להעביר מסר לבני דור הטלוויזיה יש לעשות זאת בצורה ויזואלית, פשטנית, רגישה ובוטה. אין כאן מקום לניסוחים מורכבים. **דוגמא:** הימין הלגיטימי נוקט בגישה זו ולכן הוא אפקטיבי, מסריו נקלטים. הטלוויזיה הופכת את החברה שלנו ל"כפר" קטן וקומפקטי, שבו כולם מעורבים בהכל, קולטים חוויות זהות ולובשים דמות זהה.

הפשיזם במאה ה-20 לובש דמות חדשה חוצה גבולות ותרבויות. הוא המוצר הבולט של התרבות הטלוויזיונית, כוחו מתעצם והוא מגיע לתרבות המערב ומשנה את פניה. הדבר היחיד שנותר לעשות הוא להקפיד על הדרך בה מועברים התכנים.

### **פרק חמישי: טלוויזיה וספורט / ד"ר עלינא ברנשטיין**

העיסוק בספורט, הצפייה והסיקור שלו הפכו לפעילות מרכזית בתרבות ההמונים במאה ה-20. הפופולאריות של הספורט בישראל גורמת לעירוב של מטאפורות מתחום הדיווח הספורטיבי ה"פולשות" לתחומים אחרים. **דוגמא** במאמר: שימוש במונחים מתחום הספורט לתיאור ישיבה בכנסת. הספורט נחשב חלק מתעשיית הבידור בטלוויזיה והוא תופס חלק משידורי הטלוויזיה המסחרית.

\*\* זה חלק לא מעניין עם מלא דברים לא רלוונטיים על ספורט, החלטתי לא לסכם אותו. מי שרוצה לקרוא לבד זה ע"מ 79-84 במאמר \*\*

### **פרק שישי: המדיום הוא הקונפליקט – מבט "תקשורתי" על הסכסוך הישראלי-ערבי / אוה ברגר עשת**

הניתוח המסורתי של הקונפליקט הישראלי-ערבי המוצג ע"י גורמי ההסברה הישראלים מתרכז בהיעדר נכונות של הערבים להכיר בקיומה של ישראל בהשוואה לנכונות הישראלית להכיר בקיומן של מדינות ערב.

המאמר מציע נקודה נוספת להסתכל על הסכסוך – הבדלים בטכנולוגיה ובמסורת התקשורתית בין שתי התרבויות המשפיעים על דפוסי החשיבה וההתנהגות של התרבות שקלטה את הטכנולוגיה החדשה. לפי הרולד איניס יש הבדלים בין טכנולוגיות בתקשורת לפי נטייתן בזמן ובמרחב:

☞ **מזיזים של זמן** – מרכז את המידע והעוצמה בידיים מעטות, כופה שמרנות על התרבות וקובע אוריינטציה של שימור בעבר.

☞ **מזיזים של מרחב** – מבזר את המידע והעוצמה, קובע אוריינטציה של הווה ותאוה לסיפוק מידי של הצרכים.

יישום של איניס על התרבות האנושית:

**תרבות אנושית מבוססת על תקשורת פנים מול פנים** (תרבות אוראלית – **הקבלה למדינות ערב**) – מבוססת על המילה המדוברת כאמצעי ההבעה הדומיננטי. היעדר היכולת לאגור מידע ולאחסנו, מעלה את החשיבות של ההווה האישית, המעורבות הרגשית והראייה הסובייקטיבית של הדברים. למילה המדוברת יש עוצמה חזקה והסיפור המועבר מפה לאוזן נתפס כאותנטי, מהווה בסיס לדבקות טקסית סביב ציר המשפחה, השבט או הקהילה. תרבות זו מושתת על שמרנות חזקה, נטייה לטיפולים בידיים ורגשנות רבה.

**תרבות אנושית מבוססת על מילה כתובה** (תרבות ליטראלית – **הקבלה למדינת ישראל**) – הורידה את המילה המדוברת מגדולתה, מאפשרת אגירת מידע והעלתו על הכתב כדי לשמר אותו. המילה הכתובה גרמה לחידוד יכולת ההפשטה של המשתמשים בה ולניתוק היחיד מהקהילה באמצעות הגברת האינדיווידואליזם. היא תורמת לראייה אובייקטיבית של דברים, תוך חיפוש הקשרים לוגיים בין תופעות, ע"ח החלשתה של המעורבות הרגשית של היחיד. תרבות זו מושתתת על דחיית סיפוקים, אוריינטציה עתידית וכיבוש הרגש לטובת בחינה הגיונית של התופעה.

### **ביטויי ההבדלים בין המדינות:**

1. **תפיסת הסמכות** – מי הסמכות על מדינת ישראל?

| תרבות פנים אל פנים – ערבית  | תרבות כתובה – ישראלית  |
|---|--|
| הם טוענים שהם חיו בישראל במשך דורות   | אנחנו טוענים שיש לנו מסמכים, הצהרות, החלטות, וטיעונים לוגיים-היסטוריים שמוכיחים אחרת.  |
| שוני תרבותי: מבוססת על חוויה אישית-סובייקטיבית, זכות שעברה מאב לבן על הקרקע. הם מכרו את הקרקעות ליהודים, ומבחינתם זו הייתה גניבה. | שוני תרבותי: מבוסס על הבטחה אלוהית לאברהם, מסמך היסטורי, הצהרת בלפור, החלטה באו"ם ומסמכי רכישת קרקעות. טיעון חוקי-אובייקטיבי, ניתן לערוך בו תיקונים. |
| עמדה רגשית המבוססת על חוויה סובייקטיבית. לא מעניין אותם דפים כתובים.  | עמדה כתובה, מעוגנת בחוק.   |

2. **הנאמנות השבטית** –

| תרבות פנים אל פנים – ערבית   | תרבות כתובה – ישראלית  |
|--|--|
| נאמנות שבטית-משפחתית-קהילתית. משמרת מסגרות מסורתיות, קצב שינויים איטי.                                   | אינדיבידואליזם גובר, נכונות לשינויים, פתיחות בפני רעיונות חדשים.                             |
| ריכוז מידע = ריכוז כוח = לא מתערבים לממשל כי הם לא ממשל מבינים בזה, כך הוא יכול להשפיע עליהם בצורה מלאה. | ביזור מידע = דמוקרטיזאציה של התרבות = הישראלים מתערבים בפעילות הממשל, משפיעים על החלטות שלו. |

3. **המחווה מול המסמך ה"יבש"** –

בצד הערבי הדברים עובדים לאט, גם חתימה על הסכמים פורמאליים שכל כך חשובים לישראלים לוקחים זמן אצל הערבים ואז הישראלים חושבים שהם עושים את זה בכוונה. אצל הערבים יש חשיבות רבה למחוות כמו ביקור סאדאת בישראל יותר ממסמך כתוב שחשוב לישראלים יותר ממחווה. יש חשיבות להבין את התרבות של הצד השני כדי לפתור סכסוך. הטלוויזיה יכולה לגשר על פערים כאלה.

## **המעבר לפוליטיקת תדמיות / אורית גלילי**

**גלילי אורית, "המעבר לפוליטיקת התדמיות", הטל-פוליטיקאים – מנהיגות פוליטית חדשה במערב ובישראל, רמות – אוניברסיטת ת"א, תל-אביב, 2004 עמ' 55-62.**

מסעי בחירות פוליטיים הם חשובים בעניין התוצאה. אירועים נקודתיים שקורים במהלך מסעי הבחירות הללו חשובים גם הם. שאנטו איינגאר הינו חוקר שטען כי "הפוליטיקה של המדינה" חודרת לכל מקום ודוחקת הצידה את המוסדות המסורתיים (העדפות ציבור, תשתית מפלגתית). מסעי הבחירות הפכו לקרב בין מפלגות על הצגה תקשורתית כוריאוגרפית, מאורגנת היטב ומבוססת בעיקר על כסף. השיווק הפוליטי משווה את מסע הבחירות של הפוליטיקאי למסע לפרסום למוצר צריכה. איך בונים מנהיג פוליטי כמוצר מסחרי וגורמים לציבור סיפוק מכך שרכש אותו?

1. צוות יוצרים של מסע הבחירות: כולל מנהל מסע בחירות, יועצי תקשורת ועוד.
2. צוות המיישמים של מסע הבחירות: מפיקי תשדירים, כוח של מתנדבים פעילים, מארגני פגישות ועוד.
3. תהליך הפיכתו של המועמד לבובת חוטים: בחוטים מושכים היוצרים והמיישמים.
4. מסע הבחירות עצמו כולל פילוח של כלל המצביעים, תפיסותיהם, זיהוי מה שלא טוב ועיצוב מחדש.

שני היבטים נוספים של התמקצעות מסע הבחירות:

- א. תכנון מרכזי ושליטה על כל פעילויות של מסע הבחירות (כמו ביח"צ מסחרי).
  - ב. המועמד ואנשיו מעסיקים מומחים ליח"צ ושיווק פרסומי במקום אנשי מפלגה לא מקצועיים.
- אמריקניזציה** – זהו התהליך הנ"ל. מודלים:
- † מודל האימוץ – השפעות מרחיקות לכת על תחרות בתוך המדינות. נוטים לאימוץ של אסטרטגיות המומחים והיועצים האמריקאיים.
  - † מודל הקניות – טכניקות פשוטות, ישימות בקלות בתחרות פוליטית מקומית.
- מקורות התהליך: המנהיגים הפוליטיים מתקשרים איתנו באמצעות התקשורת ומי שמנצח בבחירות יודיע להופיע בה ולהשתמש בה בהצלחה. הפוליטיקה הפכה למשחק תקשורתי עם כללים מוגדרים. זאת בניגוד לעבר, בו המנהיגים תקשרו ישירות עם הציבור (נאומים ישירות לקהל, העבירו מסרים באופן אישי). לטלוויזיה תפקיד חשוב בתהליך הבחירות. המנהיג, שבעבר היה צריך רק תקשורת ביניאישית טובה, צריך היום גם כריזמה חדשה לשקף במסך הטלוויזיה. אם המנהיג יודע שהוא לא משהו עם כריזמה הוא יכול לבחור מחליפים להעביר את רעיונותיו (דוגמא במאמר: ג'ורג' וושינגטון). הטלוויזיה יוצרת למועמד תדמית פוליטית באמצעות תשדירים ויזואליים, במקום לדבר עם מעט אנשים הם יכולים לפנות באמצעותה לקהל רחב באותו הזמן.

### **ריגן – פוליטיקאי כשחקן**

בחירות 1984 בארה"ב מייצגות את הגבול בין ה"פוליטיקה הישנה" ל"פוליטיקה החדשה": רייגן היה הנשיא הראשון שהשתמש במסע הבחירות שלו באמצעים כגון פרסום שלילי, דיוור ישיר, מחקר מתוחכם של שיווק וסקרים ועוד – כניסה של הגישה העסקית לבחירות. מתחרהו, וולטר מונדייל, נשען על הפוליטיקה הישנה.

רייגן ניצר את עברו העשיר כשחקן (ניסיון בעבודה מול מצלמה) וניצל את המדיום לתועלתו לשם יצירת יתרון לטובתו. צירוף טכנולוגיות מידע על התקדמות המקצוענות איפשרו לו לייצר תדמיות ספציפיות לקהלי יעד ממוקדים.

### **תפקידם של ה"ספין דוקטורס"**

העימות הטלוויזיוני הוא אחד המאפיינים הבולטים של תהליך האמריקניזציה. מדובר באירוע מפתח המשפיע על תוצאות מסע הבחירות. התקשורת בדר"כ לא מתמקדת בסוגיות שהועלו אלא במי ניצח בעימות. מדובר בתהליך המנסה לייצר כריזמה למועמד (שלאו דווקא מובילה להצלחה). בפוליטיקה החדשה הצטמצם מעמדה של המפלגה כמעצבת את הדרך הרעיונית והתחזק כוחם של היועצים הפוליטיים המקצועיים. המועמד בעיקר עסוק בלגייס כסף לקמפיין שלו ולהיחשף לתקשורת ככה שאין לו ממש זמן ללמוד סוגיות שעל הפרק. ככה שיוצא שהפוליטיקאי החדש מושפע רבות מהאסטרטגים שלו שמכתיבים לו את מערכת הבחירות ומשפיעים על המדיניות שלו ותהליכי קבלת ההחלטות שלו. "ספין דוקטורס" – המחליפים של המפלגה בפוליטיקה החדשה. אלו הם היועצים שדיברנו עליהם.

השיווק הפוליטי הוא לא סוג של אופנה חולפת, מדובר בהתפתחות של התרבות הפוליטית החדשה, החברה ושיטות התקשורת המשתכללות. זהו חלק מתהליך המודרניזציה המושפע מהתפתחויות טכנולוגיות, כלכליות ופוליטיות.

קהל היעד נתון רוב הזמן בספין תקשורתי (הסחת דעת) והוא מקבל הרבה מידע. באותו זמן אנשי העשייה התקשורתית של המועמדים חכמים ומשתמשים בפילוחי ההמונים כדי לבדוק מה משפיע ומה לא ומשפרים את עצמם בהתאם להערכה הנוכחית. כך הם מצליחים גם להגיע לקהלים ממוקדים יותר באמצעות הגדרה ממוקדת של צרכים ממוקדים של קהלים שונים.

### **פער התדמית**

אז למה היינו חייבים לשנות את המסורת שהייתה בעבר? מן הסתם, בגלל השינויים שהתרחשו גם בקרב הבוחרים וגם בקרב התקשורת שגדלה, השתכללה, התגוונה ובעיקר הוצפה במסרים פוליטיים. חשוב להדגיש שלמרות שמנהלי מסע הבחירות ינסו להראות לנו מועמד שנאהב הם בדר"כ לא יתרחקו יותר מדיי ממי שהמועמד הזה באמת. הבעיה שלהם היא לא הפער בין מה שהם יציגו לבין מה שהוא באמת, הבעיה האמיתית היא מה שהוא באמת לבין מה שהציבור חושב עליו (בלי מסע הפרסום) – מדובר בתופעה סובייקטיבית לחלוטין שהתקשורת לא שולטת בה ממש אלא רק בקטנה כי בכל זאת אנחנו באים עם דעות משלנו.

בדר"כ התדמית הנבנת היא סוג של פשרה באמצע בין האישיות האמיתית של המועמד לבין מאפיינים שהמצביע מכיר (תכונות שהוא רוצה לראות במועמד הזה). קיימת סכנה שהבוחר יגלה שיש פער. אם נוצר פער גדול מדיי שהמועמד לא מסוגל לעמוד בו אז זה עלול ליצור מצב לא נעים (מבוכה, בלבול בציבור). זה משהו שמנהיגי הבחירות צריכים להיזהר ממנו.

## **"ותודה על הדיווח החיובי" / דניאל דור**

**דור דניאל, "ותודה על הדיווח החיובי", עיתונות תחת השפעה, בבל, תל-אביב, 2001, עמ' 15-42.**

### **אינתיפאדת אל אקצא, 2000**

המאמר נפתח בדוגמא לגבי כותרת עיתון "תל אביב" ביום שישי, 13 אוקטובר 2000, שבועיים לאחר פרוץ אינתיפאדת אל אקצא. לפי הכותרת "בשעת מלחמה – ערביי יפו יתקפו את תל אביב". הכותרת נבעה מתוך סקר שבוצע בקרב תושבי יפו (מקום של דו קיום, יהודים וערבים חיים יחד). העורכים בחרו דווקא בכותרת הזו, למרות שבתוך הכתבה עצמה אנו רואים תשובות מגוונות של הנשאלים, חלקן אפילו מדברות על דו קיום שבטח יחזור אחרי שהמצב הביטחוני ישתפר. הבחירה הסלקטיבית הזו של נתון מאוד קטן, ספציפי שכמעט ואינו משקף מהסקר, כולל בחירת הכותרת הצבעים והתמונה (של פרעות ומכוניות הפוכות) בשער העיתון מהווים **הסתה** נגד ערביי יפו.

סביר להניח שרוב הקוראים לא התעמקו בסקר עצמו ושמו לב שמדובר בנתון המדבר על מיעוט, ועוד מיעוט יהודי שחשב ככה. יותר סביר שאפילו רוב הקוראים ניזונו רק מהשער וזה הספיק להם כדי לחשוב שזה מה שהולך לקרות.

**תעמולה** – מניפולציה בחומר עיתונאי, עיוות משמעות, שימוש מטעה בכותרת, תמונה, מילה כתובה. לא בטוח שעורכי העיתון עשו זאת במתכוון, יכול להיות שהם רק רצו ליצור משהו מושך ולעשות שימוש נכון וחזק בתמונות ובנתונים שהם מחזיקים. הדיווח הזה חיזק אצל הציבור את תחושת הפחד והבורות וחזק את מימדי הסכסוך. לטענת המחבר מדובר בעמוד המייצג דיווח אחד מיני רבים של דיווחים מטעים שפורסמו בעיתונות הישראלית לאורך אירועי אוקטובר.

לטענת המחבר כל מי שקרא עיתונים בחודשים האלה לא ידע מה באמת קרה, המציאות של אוקטובר 2000 כפי שהציגה אותה העיתונות הינה מלחמה של טובים ברעים.

**עיתונות תחת השפעה** – העיתונות הישראלית הפועלת תחת השפעת הפחד, הזעם, השנאה, בורות ומערכת תעמולה מאסיבית שהפעילו ראה"מ (אהוד ברק) ואנשי מערכת הביטחון. תחת השפעת גורמים אלו קיבלו הקוראים תמונה חד ממדית, מעוותת ומוטעית של מהלך האירועים. לפי תמונה זו אין לנו פרטנר לשלום למרות שממש ניסינו. ישראל הוצגה כמי שמנסה, באה לקראת הפלסטינים, מתאפקת ולא מגיבה ואילו הפלסטינים כמתקיפים ואפילו עם הנשקים שאנחנו נתנו להם בהסכמי אוסלו.

המחבר חושב שגם העיתונות הפלסטינית מגויסת אבל שם מותר להם כי יש להם משטר לא דמוקרטי, ואילו אצלנו מדובר בהיסחפות לתפקיד המגויס בצורה מתוחכמת ומתעתעת. הוא מגן עוד על הפלסטינים וטוען כי הפצת תעמולה הוא תפקידה המובהק של עיתונות המנוהלת על ידי משטר לא דמוקרטי (פלסטינים) ואילו עיתונות חופשית, המשחקת במדינה דמוקרטית, לא יכולה להיסחף לתפקיד הזה. עיתונות חופשית במדינה דמוקרטית צריכה לדווח לקוראיה על מהלך העניינים באופן אובייקטיבי, מאוזן, בלתי תלוי, עצמאי.

**דרישה לאובייקטיביות** – הטענה היא שזה נתפס כדרישה רגשית להזדהות עם הצד השני, לאמץ עמדות אנטי ישראליות, בדיוק הדברים שמעצבנים אותנו כישראלים (לא אותי באופן אישי, בעיקר אנשים שמצביעים לביבי וליברמן). משמעות הדרישה לאובייקטיביות, לפי המחבר שמנסה לעשות לנו סדר בטענה שהציג קודם:



1. לא מדובר בהזדהות רגשית עם הצד השני, או לניתוק מתחושת הקולקטיביות הישראלית. ברור שהכי חשוב זה לשקף את התחושה הקולקטיבית הישראלית ולא מצפים לאותה רמת הזדהות בין משפחות הרוגי ישראלים לבין משפחות הרוגי פלסטינים. עם זאת, יש להקפיד שתחושת הזהות הקולקטיבית **לא תפגע בעובדות** המגיעות מהשטח בדיוק בנקודות התורפה. **דוגמא**: רצח לעומת הרג. כשהזהות הקולקטיבית לא משתלטת עלינו אז רצח הוא הרג בכוונה תחילה. אבל כשהתודעה הקולקטיבית כן משתלטת אז רצח הופך להיות כשהם הורגים אחד משלנו ואילו הרג כשאנחנו הורגים להם מישהו (כאילו להם הייתה כוונה ולנו לא).
2. זה לא אומר שהעיתונות צריכה לאמץ עמדות אנטי ישראליות, זה לא משקף את האמת. התפקיד הראוי של העיתון במדינה דמוקרטית הוא **להביא את מירב העובדות האובייקטיביות והאמינות ביותר כך שהקורא יוכל לגבש לעצמו עמדה**, לאו דווקא עמדה שמאלנית. אז איך עושים זאת? לא צריך להסתמך רק על מה שהשלטון, "בכירים במערכת הביטחון" או אנשי צבא אומרים, אחרת הם יהיו נתונים להצגה של צד אחד בלבד. **דוגמא** מעניינת: לאחר ועידת שארם אי-שיח' הודה אהוד ברק לערוץ 1 במילים "תודה על הדיווח החיובי", הוא כנראה ידע שזה מה שהם עושים וזה מה שהוא צריך. המחבר מציין כי אובייקטיביות היא משהו שקשה להשיג אותו, אבל עם כל הקושי צריך לעשות את כל המאמצים כדי להתקרב אליו כמה שאפשר.
3. הדיווח האובייקטיבי כמובן לא אמור לכלול כל מיני מאמרי דעה בהם ננקטת עמדה ברורה לאחד הצדדים, הם לא נחשבים דיווח עובדתי, הם מהווים חלק מדעה פרטית של הכותב המפרסם אותם. הקורא יודע להבדיל בין מאמרים אלו והם אינם נחשבים עובדתיים בעיניו. בעיתונים במשטר שאינו דמוקרטי אין מאמרי דעה כאלה, בעיתונים חופשיים למשל יש הרבה מאמרים כאלה. אז אם מפרסמים מאמרי עמדה ביקורתיים ומצד שני מספקים דיווח חדשותי מטעה ומצונזר, אז ההטעיה הינה גדולה יותר.

### הסכם שארם

בפסגת שארם נחתם הסכם להפסקת האלימות בין שני הצדדים. ברק הודה לאמצעי התקשורת הישראלים על רשת הביטחון שהעניקו לו. המצב היה רגיש מאוד וכל פעולה אלימה יכלה לפוצץ אותו. כצפוי, מספר שעות אחרי החתימה, ההסכם התמוטט. במאמר מופיעה סקירה (ע"מ 27) של 6 אירועים אלימים שהתרחשו לאחר החתימה. האם זה שיקוף של הדברים כפי שבאמת היו? מי התגרה במו? האם בוצע ירי להגנה עצמית? מי התחיל עם מי? אז אנחנו יודעים שחיללי צה"ל ביצעו ירי כי זו הגרסה שלהם, ושמתנחלים ירו כי זו הגרסה שלהם, אז למה כל פעולה בצד הערבי נתפסת כאלימות ואצלנו מדובר בהגנה עצמית? קשה להגיד.

אם ניקח את מספרי הנפגעים למשל, שזה אמור להיות המדד הכי רציונאלי ופשוט לעוצמת האלימות. שניים-שלושה הרוגים לפלסטינים ופצוע אנוש בצד הישראלי בסופו של יום החתימה. נראה כי הייתה בסופו של דבר הפרה של שני הצדדים את ההסכם, הפרה החדדית שהסתיימה במספר קורבנות גדול יותר לצד הפלסטיני. אז כנראה שזו לא הפרה שיטתית פלסטינית כמו שאנחנו נוטים לחשוב מסיכום האירועים שהוצג קודם.

## ניתוח כותרות העיתונים הגדולים

1. "ידיעות אחרונות" – ערפאת במבחן (ע"מ 31 במאמר)  
הפסקת האש תלויה בערפאת, כשלוך ההסכם ייפול עליו. לנו כצד ישראלי אין חלק בעניין.  
כותרת משנה: "דריכות בישראל: האם ערפאת מסוגל ורוצה להפסיק האש" – שוב, אנחנו מחכים  
שערפאת יגיד מה קורה, הוא המחליט. אנחנו יודעים כבר שלא הייתה הפסקת האש וההסכם נכשל,  
המסקנה הברורה היא שערפאת לא באמת רצה או לא מסוגל לזה.  
כותרת נוספת בעמוד: "בשארם: הסכם הפסקת אש, בירושלים: אש על שכונת גילה". ערפאת אומר שהוא  
מעוניין בהפסקת אש אבל בפועל אנשיו ממשיכים לירות.  
במאמר יש דוגמאות נוספות של מאמר הדעה של נחום ברנע המדבר על המרחק העצום בין שארם לגילה  
ותמונה של איש מג"ב הפצוע.  
המסקנה מהעמוד הראשי – ערפאת נכשל במבחן שהועמד בו.  
בשאר עמודי העיתון הכותרות שנבחרו לשיבוץ ממשיות במגמה זו ועוסקות בגילה ובפגיעות נוספות  
בחיילי צה"ל. מעמודי העיתון נשמט העיסוק בכל ההרוגים הפלסטינים בתקריות של אותו היום וישנה  
כתבה מבודדת רק על אחד ההרוגים. אמנם אמרנו קודם שלא מצפים להזדהות זהה עם קורבנות משני  
הצדדים אבל במקרה הזה בו מראים לנו בעמוד השער את הקורבן הישראלי ומשמיטים את קורבנות הצד  
השני, הקורא לא יכול להבין כיצד התמוטט הסכם הפסקת האש שעות לאחר שנחתם.
2. "מעריב" – הפסקת אש במבחן (ע"מ 34 במאמר)  
מציג תמונה מעט מאוזנת ומלאה יותר לעומת "ידיעות אחרונות". הכותרת הראשית לא מטילה מראש את  
האחריות על הפלסטינים, היא יודעת שגם לישראל יש צד במבחן. העמוד הראשי מאזכר את היריות לעבר  
גילה ואת הרג שלושת הפלסטינים (אחד מאש מתנחל). כותרת הגג של התמונה בעמוד הינה "הצהרה  
בשארם – קרב בגילה" ומתחתיה: "ברק הכריז כבר אמש על הפסקת האש; ערפאת משך זמן".  
במקרה של מעריב יש הבלטה של אירועי יום האתמול כנגד ישראל באמצעות עיצוב גרפי שכולל אותיות  
גדולות והבלטה. הירי על גילה למשל מופיע בארבעה מקומות שונים בעמוד. החלק הנוגע לירי בפלסטינים  
נמצא במקום שלא בולט בעמוד. למרכיבים הגרפיים האלה שבחרו יש השפעה חזקה על תהליך הקריאה –  
כותרות גדולות ובולטות נקראות ראשונות והם נשארות בזיכרון לאורך זמן.  
אמנם מדובר בעמוד מתון יותר מידיעות אחרונות אך בכל זאת יש כאן שימוש המשפיע על הדיווח.
3. "הארץ" – ברק מאיץ את ההכנות להפרדה חד צדדים מהפלסטינאים (ע"מ 35 במאמר)  
כמה שזה מפתיע, אבל הארץ דיי דומה לעיתונים האחרים. כבר בכותרת השנייה מדברים על הירי על גילה,  
ופציעת שוטר משמר הגבול (שגם מופיע בתמונה). רצח הפלסטיני מופיע, כמו במעריב, באותיות קטנות בצד  
ימין של העמוד.  
הכותרת הראשית המדברת על הפרדה חד צדדית שהיא סוג של הכרזה תעמולתית שאינה ברת ביצוע. ברק  
הציג אותה כדי לזכות בשיפור מעמדו בציבור. ב"הארץ" משום מה בלעו את זה והחליטו להקדיש לזה  
כותרת ראשית. הכתבה הנלווית לכותרת כללה התייחסויות פוליטיות לתוכנית עצמה שכוללת מרכיבי  
אופוזיציה והיא לא אחרת מאשר הישרדות פוליטית של שני הצדדים שמגבשים תוכנית שהיא סוג של  
פתרון שיבטל את ההסכם שנחתם.

סיכום ההשוואה :

שלושת העיתונים, כל אחד בדרכו, סיפקו לקוראים תמונה חלקית, מצונזרת של המצב בשטח. יש כאן הבלטה ברורה של מרכיבים מסוימים במציאות והעלמתם של אחרים – כך נטלו מידי הקוראים את הזכות לגיבוש פרשנות עצמית בכך שפרשו להם הכול. יש אנשים שגם עם העובדות האלה מצליחים לגבש לעצמם תפיסת עולם משל עצמם, ולא בטוח שחשיפה מלאה הייתה הופכת את כולם לשמאלנים, אבל יש כאלה שהיו צריכים גם את זה כדי לא להיות כבולים במידע שהכריחו אותם לקבל. בשורה התחתונה – אף עיתון לא ענה על האובייקטיביות המצופת.

הפער בין המציאות ובין ייצוגה בעמודי השער הוא תוצאה של **מדיניות עריכה**. כשבאו לערוך את העיתון היה בידי העורכים את המידע מכל הצדדים (טלוויזיה ורשתות זרות) ואילו הם החליטו לבחור ולסנן את מרכיבי המציאות כפי שהם רוצים – הדבר בא לידי ביטוי בקידום מציאות מסוימת ודחיקת מציאות אחרת לשוליים וניסוח כותרות בצורה מסוימת.

בכלל עמודי החדשות הכוללים מוספים שונים אנו מקבלים מעין תמונה מגוונת, עשירה במידע ודעות. עם זאת מציין המחבר שאנו צריכים לזכור שככל שהתמונה הזו נראית לנו מגוונת, היא עברה את מנגנון הסינון במדיניות העריכה שהוזכר קודם. תהליך הסינון מקבע את אופן קריאת החדשות בצורה דרמטית, למה?

1. קוראי העיתונים הרגילים (קוראים כמה דקות כל יום) לא קוראים את כל הכתבות ומשווים את הכותרת לתוכן. רוב האנשים "עוברים על הכותרות" כדי "לקבל את התמונה הכללית". מכאן שכתורות בולטות כמו שדיברנו עליהן קודם משפיעות ישירות על הקוראים הללו שלא ממשיכים לקרוא ולחפש פרשנות אחרת.

2. קוראי העיתון מייחסים **משמעות אובייקטיבית** לאבחנה בין עמודי החדשות הראשונים לבין שאר חלקי העיתון. עמודי החדשות הראשונים נתפסים כאלו המעבירים דיווחים עובדתיים ושאר העיתון (עמודים אחוריים ומוספים) נתפסים כחדשות רכות יותר, דעות ודיווחים סובייקטיביים. ההתייחסות לכל אחד מהחלקים יהיה בהתאם. כך דיווחים עובדתיים שמופיעים שלא בעמוד הראשי מקבלים יחס אחר מהקורא ולא משפיעים עליו באותה הצורה.

כפי שצינו קודם, קוראים רבים הם בעלי דעה מוצקה ולא היו צריכים את ההתגייסות התעמולתית של העיתונים כדי להשפיע על דעתם. עם זאת, במרכז המפה הפוליטית, עומדת קבוצה גדולה של ישראלים שאינה נמנית עם הקצוות הקיצוניים של השמאל והימין. הקבוצה הזו היא ישראלים שתמכו בהסכם אוסלו, הבינו שצריך לוותר בשביל הסכם שלום ופתאום קיבלו את התמונה של אוקטובר 00'. המציאות כפי שהציגה אותה העיתונים השתלטה על תחושת הבלבול וחוסר האונים שלהם והביאה אותם למצב כי הם חשים שאין להם פרטנר לשלום. זו תוצאה של ייצוג עיתונאי חלקי, מהוות של העובדות הבסיסיות של האירועים. עיתונות חופשית ובלתי תלויה היא חשובה מאוד בדמוקרטיה, במיוחד במציאות המלחמתית הקשה שלנו. חשוב שאנו כישראלים נקבל דיווח בלתי תלוי שיציג לנו מה קורה במרחק כמה עשרות קילומטרים. מהבית שלנו: בשבילנו, אובייקטיביות עיתונאית היא עניין של חיים ומוות.

## **תעמולה במזרח התיכון / ברנד לואיס**

**לואיס ברנד, תעמולה במזרח התיכון, כוח המלים וחולשת הדעת (קונפינו מיכאל, עורך), עם עובד, ת"א, 2002, עמ' 221-228.**

### **רקע**

התעמולה במזה"ת התחילה לפני שנים רבות. התעמולה הקדומה הייתה בעיקר **תעמולה דתית** – פעילות מיסיונרית שמטרתה שכנוע הקוראים/שומעים לקבל את השקפות דתיות של תועמלן ולהצטרף לקהילתו, כנסייתו או דתו.

תקופה מודרנית יותר הביאה איתה שינויים בתעמולה – נוצרו צרכים חדשים והתאפשרו אמצעים חדשים.

### **פירוט הצרכים:**

1. **גיוס חובה** – הצורך התעורר במהפכה הצרפתית (1793) עם גיוס החובה. צעירים רבים היו חייבים להתגייס וכך נוצר מגע בין מנגנון השלטון (בעיקר צבאי) לבין העם, כאן התעורר גם הצורך לרכוש את נאמנות העם על ידי השלטון ולשמור עליה.
2. **התנגדות** (מאבק באימפריאליזם) – במזרח התיכון לא חסרים מתנגדים (ארגונים אופוזיציוניים, כופרים, מתנגדי משטר וכו'), שלטון אימפריאלי זר הוקם בחלקים נרחבים של המזה"ת יצר מצב חדש – כוחות היו אחראים מצד אחד על קיום סמכויות המדינה ומצד שני קעקעו אותה. החידוש מבחינת תעמולה הוא הגעה לחלקים נרחבים יותר של אוכלוסייה.
3. **דמוקרטיה** – דמוקרטיה חלקית ודמוקרטיה למראית עין. כולן משתמשות בתעמולה, כל אחת בצורה שונה.
4. **מעמד המשכילים למחצה** – בעבר היו רק את שתי הקצוות של משכילים ונבערים, היום יש את המשכילים למחצה (שזה משהו באמצע), ניתן לראות שתכנים רבים נוצרים על ידי השכבה הזו שהיא גדולה ורחבה.

### **פירוט האמצעים:**

1. כתב – חידוש טכנולוגי חשוב, הקל על מלאכת התועמלנים.
2. מעבר מכתובה בסמלים לשימוש בא"ב – פשוט יותר, נגיש לציבור רחב ולכן התוכן משתפר.
3. דפוס – בהתחלה הותר השימוש רק לאלו שאינם מוסלמים, שניתן היתר לשימוש גם בקרב המוסלמים גדלה התפוצה הרבה יותר (עבור התועמלנים ועבור קורבנותיהם).
4. עיתון מודפס – תוצאה של הדפוס. במאה ה-20 העיתונים הפכו לאוניברסאליים, בהתחלה היו נחלת המשכילים למחצה (כתבו והפיצו בקהילתם).
5. טלגרף – הביא את דמותו של כתב החוץ.
6. אמצעי תקשורת מודרניים יותר – חיוג טלפוני, קלטות שמע, פקס, קולנוע, טלוויזיה וכן הלאה.

### **האמת והשקר**

מבחינת התועמלן הכי חשוב זה **לשכנע את הקהל**, אין חשיבות לאמת. קבלת המסר היא החשובה ולא מידת האמת שבו. בנוסף, יש חשיבות לחברה בה מועבר המסר:

- Ⓒ **חברה פתוחה** – בחברה זו ניתן להטיל ספקות, לכן צריך להיות קשר מסוים בין האמת לבין המסר המועבר. אם התועמלן לא ישמור על קשר זה הוא עלול להיתקל בתועמלנים מהצד השני או סתם אנשים שיפקקו בו.
- Ⓒ **חברה סגורה** – אין סכנה של הטלת ספקות, התועמלן לא חייב שיהיה קשר לאמת.

### איך פועל אדם במסגרת תעמולתית?

1. השתקת חלופות
  2. הטלת אימה
  3. פשוט להפיץ שקרים –
- (א) תעמולה שחורה – להעמיד פנים שמקור המסמכים הוא בצד שאתה תוקף
- (ב) תעמולה אפורה – התיימרות כאילו מקור המסמכים הוא נייטרלי
4. בחירת מילים נכונה – הדגשה או השמטה. יש להקפיד על בחירת מילים המתאימה לתקופה ולצדדים הנמצאים בעימות.
  5. חופש לפעולה – במלחמת העולם השנייה חל איסור להאזנה לשידורי חוץ של הרדיו בשטחי גרמניה הכבושים, בבריטניה לעומת זאת הותרה האזנה לשידורים מגרמניה.
  6. מתיחת ביקורת – קיימים פערים בין אינטלקטואלים שגדלו בחברה חופשית לבין אלו שגרו בחברה סגורה. וויכוח ציבורי חופשי ולא מוגבל לעומת חברה שלא ממש רגילה לוויכוחים ומתיחת ביקורת.

דעתו של הכותב על תעמולה משודרת במזרח התיכון: לדעתו מדובר בתעמולה חסרת השפעה. התעמולה הערבית כלפי ישראל מצומצמת ולא ממש משפיעה. התעמולה הישראלית כלפי הערבים משפיעה קצת יותר, אבל עדיין לא משהו.

הסתה: קיים שלב בו תעמולה הופכת להיות הסתה, באיזשהו שלב רוצים להניע את מאזיני התעמולה לבצע פעולה. קיימת פעולה המיועדת לצרכי תעמולה, טרור למשל:

- ⚡ **טרור טקטי/אסטרטגי** – שואף להשגת מטרה מסוימת. **דוגמא**: טרור אנטי-בריטי בקפריסין.
- ⚡ **טרור פרסומי** – ללא יכולת להשיג מטרה אסטרטגית או טקטית, אך עשוי להיות בעל השפעה תעמולתית ניכרת. **דוגמא**: פעילות אש"ף לאו דווקא במזה"ת אלא בנמלי תעופה אירופאים ומקומות רחוקים אחרים מהמזה"ת.

סיום המאמר: ציטוט של הרולד לסקי הנוגע למצב בצרפת ב-1815 ולדעת הכותב רלוונטי לאזור המזה"ת: "אם אתה בשלטון אתה חייב לתת לי חופש דיבור, משום שאסור לדכא את האמת; אם אני בשלטון לא אתן לך חופש דיבור, משום שאסור לגלות סובלנות כלפי השקר".

## **תעמולה פוליטית כתופעה פסיכואנליטית והיסטורית / ואמיק וולקן**

וולקן ואמיק, "תעמולה פוליטית כתופעה פסיכואנליטית והיסטורית", **כוח המלים וחולשת הדעת** (קונפינו מיכאל, עורך), עם עובד, ת"א, 2002, עמ' 230-243.

כל תעמולה משפיעה על זהות הקבוצה הגדולה. זהות הקבוצה הגדולה היא האחדות המשותפת לכלל חברי הקבוצה. בקונפליקטים של זהות קבוצה-גדולה התעמולה מתייחסת ישירות לחיזוק תחושת האחדות וקוראת לשנאה ולבוז כלפי הזהות של הקבוצה השכנה הלא מוערכת. הפחתת ערך הקבוצה השכנה יכול להיות קיצוני עד "דה הומניזציה" של טיהור אתני. **דוגמא**: מלה"ע השנייה והתעמולה הנאצית. בזירה הבינלאומי הנוכחית עוסקת תעמולה זו ביצירת "מחסום פסיכולוגי" בין קבוצת השייכות לקבוצה האחרת. כדי לשמור על המחסום הפסיכולוגי עלולים להיעשות מעשי זוועה. במקרה הזה אין כמיחה **למנהיג כל יכול** כמו במקרה היטלר אלא יש צורך ביוזמה של מנהיג כדי לפתח תחושת זהות אחידה ומשותפת.

### **הערות כלליות**

**תעמולה פוליטית** – דברי התקשורת וההשפעה הנובעים ממקור של סמכות פוליטית, והמכוונים כלפי חסידיה וכלפי מתנגדיה, וכלפי המוגדרים "נייטרליים".  
**מטרת** התעמולה הפוליטית הינה לקדם את רצונותיו ורעיונותיו של התועמלן.  
תעמולה פוליטית **קיימת** בכל החברות שיש בהן ארגון פוליטי, בייחוד בתקופות של מתיחות פנימית או בינלאומית של מלחמה או מצב דומה לה.  
**מקור** התעמולה הפוליטית ממש מזמן, כשעוד היו משתמשים בקריאות קרב שבטיות כדי להטיל אימה. במשך השנים הופיעו אמצעים נוספים שנועדו כדי להשפיע על הרגשות ועל ההתנהגות של אחרים כדי לעורר תמיכה בהחלטות פוליטיות בעת קונפליקט. ככל שהטכנולוגיה התפתחה יותר היה אפשר להשפיע על יותר אנשים במגוון שיטות. **דוגמא**: חיומייני באיראן נעזר בקלטות שמע להפצת המהפכה הדתית שלו. בהמשך עשו שימוש גם בפקסים, והיום אנחנו כבר יודעים שהאינטרנט הוא כלי חשוב במיוחד.  
כמובן שיש טכנולוגיות שיכולות להשתמש בהן קבוצות קטנות ויש טכנולוגיות שיכולים להשתמש בהם גורמים מדיניים ובינלאומיים (טכנולוגית החלל היא דוגמא למשהו שמדינה יכולה לעשות בו שימוש ולא קבוצה קטנה).

### **סיווג התעמולה על פי יחסה לאמת:**

- ❖ **תעמולה לבנה** – המקור מזוהה באופן אמיתי, המידע המשמש להשפעה הוא מדויק.
- ❖ **תעמולה שחורה** – המקור בדוי, המידע הוא שקרי.
- ❖ **תעמולה אפורה** – מבוססת על מקור בדוי אבל בעלת גרעין אמת.

**דוגמא**: התעמולה הסרבית שקדמה לטיהור האתני של בוסניה ב-92', הסתמכה על כתביו של מנהיג המוסלמים הבוסנים כדי להפחיד ממש את הסרבים מהמוסלמים. שלטונות סרביה הכניסו תיקונים קלים ומלא הגזמות בדברים שהמנהיג כתב, אז בתכל'ס היה כאן גרגר של אמת, אבל זה לא מה שהמנהיג כתב בדיוק. דרך אגב – הדברים האלה שהסרבים פיזרו בקרב מאמיניהם נתנו לסרבים את ה"זכות" להשמיד את המוסלמים.

## דרך אחרת לסווג תעמולה:

- ☞ **תעמולה מסיתה** – תעמולה המעוררת את ההמונים וכך משיגה את מטרתו של התועמלן.
- ☞ **תעמולה מלכדת** – שואפת למנוע ככל האפשר מן הציבור מלערער על סמכותו של התועמלן.

## התעמולה הסרבית

התעמולה הסרבית עסקה בליבוי עוולות היסטוריות מהעבר והגברת תחושה משותפת של רדיפה, שליכדה את חברי הקבוצה. בנוסף היא שינתה את הזהות הקבוצתית כדי שזו תכלול תחושה של זכות נקמה.

כמה מושגים חשובים להבנת התעמולה:

- ☞ **טראומה נבחרת** – תיאור הייצוג המנטאלי המשותף לקבוצה כולה בשל אסון שפקד בעבר את אבותיה. לא ההיסטוריה כמו שמוכרת לנו אלא הייצוג המנטאלי. מרגע שאירוע הופך לטראומה נבחרת, הכי חשוב זה הניצול שלו כדי ללכד את כל החברים לקבוצה גדולה שזה סימן ההיכר שלה.
- ☞ **שינוי תפקוד** – השפעת הטראומה הנבחרת על הקבוצה לאורך זמן משנה את תפקודה כשהיא עוברת מדור לדור. בדור אחד היא יכולה לתמוך בזהות הקבוצה הגדולה כקבוצה נתמכת, בדור אחר היא יכולה ליצור תחושת נקמה.
- ☞ **קריסת הזמן** – הקבוצה רואה את הטראומה הנבחרת כאילו התרחשה לאחרונה. תחושת הסכנה בהווה מתגברת ועלולה להביא לקבלת החלטות לא רציונאליות, לאי הסתגלות של הקבוצה ולידי התנגדות לפתרונות בדרכי שלום המוצעים לעימות.

## ועכשיו לסרבים:

**רקע:** **הטראומה הנבחרת** של הסרבים מתמקדת בייצוגים המנטאליים של **קרב קוסבו** שהתחולל ב-1389 בין העיותמנים לבין הסרבים. בקרב נהרגו מנהיגי שני הצדדים – הסולטאן הטורקי (מורט) והנסיך הסרבי (לזר). גופתו של לזאר נהפכה לקדושה.

קרב קוסבו כטראומה נבחרת ציין את סוף תקופת הזוהר של עוצמת הסרבים ותחילת השעבוד לעיותמנים למשך 400 שנה. לקרב קוסבו יש 25 גרסאות שונות, אף אחת מהן לא מפי עד ראייה. למרות זאת ברור **שנוצרה זהות** בין תדמיתו של ישו לזו של הנסיך לזר, בהמשך הוא הפך **לדמות סמלית של נוקם**. במשך השנים **הורחבה הטראומה הנבחרת** וכללה גם דברים אחרים שהעיותמנים הספיקו לעשות לסרבים. **מנגנון התעמולה הסרבי** (לפני הטיהור האתני של בוסניה):

☞ **אונס נשים בוסניות מוסלמיות על ידי סרבים** – מדובר היה באונס שיטתי ומונחה. הנשים הסרביות נלקחו ממשפחותיהן, הן הופרו בזרע איסלאמי אורתודוקסי, נאלצו ללדת ילדים זרים ולבסוף הם נלקחו מהן. מטרת המסר הייתה להפחיד את הסרבים מהמוסלמים הבוסנים.

התעמולה הסרבית ביקשה **לעורר פחד**: אמהות סרביות יאבדו את ילדיהן, הבנים שלהן יחזרו הביתה כאסלאמים דתיים ואז ישעבדו את העם הסרבי שלהם. בכל העניין הזה יש **גרגר של אמת**, באחד מכתביו רמז מנהיג מוסלמי על אפשרות של פעילות אסלאמית כזו בבוסניה. אבל בתכלס'י זה לא קרה. קריסת הזמן באה כאן לידי ביטוי שגם בשנת 1991 עדיין הרגישו שיש שליטה פסיכולוגית של הטראומה הנבחרת ורעיון האונס. באותו זמן ניתן היה גם לראות שנהא כלפי שגריר טורקיה בבוסניה.

☞ **החזרת גופתו של לזאר מהגלות** – בסוף הקרב שלחו העיותמנים את שרידי גופתו של לזאר לצפון בלגרד. התעמולה הסרבית כיוונה את החזרת גופתו של הנסיך למועד בו ימלאו 600 שנה לקרב.

הפעולה סייעה לגיבוש הזהות הסרבית אחרי התפוררות יוגוסלביה, אבל כמובן שניצלו את האירוע גם למטרות תעמולה, כדי להכשיר את הקרקע לטיהור אתני. שרידיו של לזאר הועבר בשנה של מסע על פני כל כפר ועיר בסרביה, שם קידמו את הארון המונים של אבלים לבושי שחורים שערכו טקסי דת ונאמו נאומים פוליטיים שהטיפו לשנאה, כאילו הוא מת ממש אתמול. הציבור, מבלי שהיה מודע לכך, החל לחוש כאילו התבוסה בקרב קוסבו הייתה לאחרונה. הפעולה החיתה את הטראומה הנבחרת שהייתה רדומה. ביוני 89' הגיע מילושוביץ לטקס במסוק והונחת על גבעה עליה הייתה אבן אנדרטה מאבן אדומה ענקית, כך הוא נתפס כגלגולו של לזאר החוזר מהשמיים.

### **סיכום**

כאשר מתמוטטת מערכת אידיאולוגית או אימפריה, קבוצות גדולות שחיו בתוכן מתחילות לתהות לגבי הזהות שלהן. לאישיותו של המנהיג יש השפעה רבה במקרה זה. המנהיג יכול להתסיס את הקבוצה או להרגיע אותה, הוא יכול לחתור לדו קיום או לעודד אווירת מלחמה.

### **סוגי מנהיגים:**

‡ **מנהיגי תמורה מתקנים** – מסייעים לגיבוש זהות הקבוצה שהשתנתה בלי לפגוע בקבוצה אחרת.  
‡ **מנהיגי תמורה הרסניים** – שואפים לחזק ו/או לשנות את זהותה החדשה של הקבוצה תוך השמדתה של הקבוצה המנוגדת. מנהיג זה פועל בתהליך הבא:

1. החייאת טראומה נבחרת
  2. חיזוק תחושת רדיפה משותפת בקרב הקבוצה הגדולה
  3. יצירת תחושת "אנחנו"
  4. ביזוי האויב והוצאתו מהעולם
  5. יצירת תחושה זה זכות נקמה
- בשלבם הללו נוצרת אווירה בא חשים חברי הקבוצה כי הם באים להשמיד את האויב, לעסוק בטיהור אתני ולהזדכך מכל זיהום שמקורו בזולת הבלתי רצוי והבזוי.



## **הרהורים על הסתה מנקודת מבטה של הפסיכולוגיה החברתית / אריה נדלר**

נדלר אריה, הרהורים על הסתה מנקודת מבטה של הפסיכולוגיה החברתית, כוח המלים וחולשת הדעת (קונפנינו מיכאל, עורך), עם עובד, ת"א, 2002, עמ' 259-270.

### **הסתה ופסיכולוגיה חברתית**

אמנם יש הבדל ברור בין הסתה לשידול<sup>4</sup>, אבל ההבדל הזה לא רלוונטי לפסיכולוגיה החברתית. למה? כי מבחינת פסיכולוגיה חברתית המסית אחראי בצורה ישירה לתוצאות הקטלניות של דיבוריו (דוגמא: רצח רבין – מקרה בו דברי ההסתה נפלו על קרקע מוכנה לפעולה אלימה). גם אם המסית לא התכוון לשדל אחרים להרוג, הוא היה צריך לדעת שזו יכולה להיות השפעה של ההסתה שלו. **הסתה** (הגדרה לפי המחבר) – אינה מעשה הנעשה במקום ובזמן מסוימים, מדובר **בתהליך** שבו הדובר פונה אל רגשות מאזיניו ומשפיע על תחושת הזהות שלהם באורח הגורם בסופו של דבר לאלימות ולרצח. הסתה היא תהליך מתמשך של פעולת גומלין שבה הדובר מעביר מסר למאזינים.

### **המאזינים: יעד ההסתה**

בתהליך ההסתה דובר **יחיד** מסית **קבוצה** של מאזינים. הדבר יכול להתרחש במקום פומבי. כשחושבים על הסיטואציה אנו חושבים על המון של אנשים חסרי פנים המקשיבים בצורה מלכודת לנואם שמסית אותם. התנהגות **ההמון המוסת לפילה בון**<sup>5</sup>: היחידים בתוך ההמון הם אנשים שאיבדו את זהותם כפרטים, את מוסריותם ואת תחושת ייחודם. כאשר אדם נבלע בהמון **קל יותר** להסית אותו לבצע פעולה שלא היה מבצע אם היה לבד.

ההמון הוא ישות יצרית ופרימיטיבית שמאוחדת בשל כוח "תודעה גזעית". הפרטים בהמון מאבדים את כוח השליטה העצמית הביקורתית שלהם, ולכן קל לדמגוג מחונן להפנות אותם לאן שירצה. התנאי להסתה, לפילה בון, הוא כאשר מדובר בהמון.

התיאוריה הזו שללה בון על ההמון מלמדת, חוץ מעל הסתה, כמה דברים שחשוב לדעת לגבי התנהגות אנושית בכלל שזה נושא המאמר. אדם יכול להימצא באחד משני מצבים פסיכולוגיים:

1. **רציונאלי, מודע לעצמו** (כפוף לשליטה עצמית) – האדם מודע לזהותו כפרט ולערכיו הייחודיים והוא שולט בדחפיו וביצריו. לפי לה בון זהו המצב התרבותי והנאור של הקיום החברתי.
2. **שכחה עצמית** (נוח להסתה) – האדם מתנתק מהערכים ומהנורמות שלו, התנהגותו לא כפופה יותר לאמונות הפנימיות שהוא מחזיק בהן ביומיום. במצב זה התנהגותו כפופה לשלטונם של יצרים אוטויסטיים<sup>6</sup> ושל מניעים חייתיים. במצב זה אנשים רואים את המצב בצורה קיצונית של "שחור-לבן" ההבחנה שלהם היא במונחי "אנחנו-הם". השאיפה במצב זה היא לסיפוק יצר מידי. לפי פרויד, שהיה חייב להתערב, במצב הזה אנשים מתנהגים כמו ילדים קטנים שלא יכולים לדחות דחפים. בדיוק במצב זה יכולה ההסתה להניע את ההמון לביצוע פעולה, כאן המסית מנצל את המצב ומנתב לכיוון הרצוי לו.

<sup>4</sup> שידול – פעולת גומלין בינאישית, שבה צד אחד משכנע בפועל צד אחר לבצע פשע, למשל לתקוף צד שלישי. הצד המשכנע נושא באחריות ברורה וישירה לפשע.  
**הסתה** – מסית פונה אל קהל גדול ואנונימי. הצד המשכנע במקרה זה אינו נושא באחריות ישירה לביצוע הפשע שמישהו מהקבוצה עלול לבצע בעקבות דבריו.

את ההגדרות הללו לא נותן המחבר אלא לוקח מדבריהם של קרמניצר וגנאים

<sup>5</sup> גוסטב לה בון חיבר את היצירה "ההמון" שנחשבה למשפיעה והשובה ביותר במדעי החברה (היטלר ומוסולני הושפעו ממנה).

<sup>6</sup> קדמוני, נחשל, עריץ ופורע

הרעיונות של פרויד דומים לרעיונותיו של לה בון, ביצירה שכתב פרויד בנושא "פסיכולוגיה קבוצתית וניתוח האגו" הוא מסתמך על דבריו של לה בון ומשתמש באותה ההבחנה הנ"ל. התיאוריה של הפסיכולוגיה החברתית היום מתמודדת עם הדברים של פרויד ולה בון בנוגע להמונים הנוחים להסתה (סעיף 2 הנ"ל) באמצעות תיאוריית **ביטול הפרט** (=דה אינדיבידואציה). ההפרדה בין שני המצבים נשאת גם בתיאוריה הזו. הדבר שמתעמקים בו יותר הוא מה מוביל להגיע למצב נוח להסתה:

☞ **פיזור האחריות** – האחריות למעשיו של הפרט מתפזרת בין כל הנוכחים. אם הפרט נטמע יותר בקבוצה יש לו סיכוי גדול יותר להיות מוסת ולהיות מושפע מהמנהיג (אין לו עצמאות וזהות משל עצמו).

☞ **זירת ההסתה** – דגש על אחידות והבלעת הייחוד. האיחוד בא לידי ביטוי בלבוש אחיד, ישיבה של ההמון בחושך והקשבה משותפת למנהיג היושב באור.

### מסר ההסתה: שינוי הגדרת הזהות מ"אישית" ל"קבוצתית" ותוכן ההסתה: "אנחנו מפוארים" לעומת "הם הבזויים"

לפי מה שאמרנו עד עכשיו נראה שמספיק בתנאים הנ"ל כדי להפוך המון למציית עיוור למנהיג דמוגוג. אבל זה לא ממש מספיק, מסתבר שיש תהליך נוסף שיש לעבור: **שינוי הגדרת הזהות**. המנהיג מצליח לעצב את זהותם של חסידיו בתהליך איטי של מעשים קטנים רבים שמובילים למעשי תוקפנות והשמדה גדולים יותר. הרגע המכריע הוא כאשר **הקבוצה הופכת חשובה יותר מהפרט**: "אנחנו חשוב יותר מ"אני". הדמוגוג יפנה אל הקהל כאל **קבוצה מלוכדת**, הוא פונה אל המון אנונימי חסר ייחוד אבל מצליח לגרום לכל אחד משומעיו להרגיש שהוא הנציג האב טיפוס של הקבוצה. **דוגמא**: פנייה של מוסוליני אל צעירי איטליה בה הוא מטיל על קוראיו את האחריות לשינוי פני איטליה. הוא פונה אל המון צעיר אנונימי אבל משכנע כל אחד מהצעירים כאילו הוא מדבר אליו באופן אישי (ע"מ 265 במאמר).

#### (1) מזהות "אישית" לזהות "קבוצתית"

זהות חברתית – תחושת ההוויה של בני האדם בעצמיות שלהם ובהיות שלהם. התחושה כוללת את התפיסה שלי לגבי עצמי ואת השיוך הקבוצתי שלי (ישראלית למשל). בכל סיטואציה תהיה בולטת זהות אחרת – זו האישית שלי לגבי עצמי או זו הקבוצתית לגבי הקבוצה אליה אני שייכת. בהסתה צריכים להביא את האנשים להרגיש קודם כל כ"חברי קבוצה מסורים" ורק אח"כ כיחידים. הדבר מקל על מלאכתו של המסית. דוגמא: מנגנוני הנאצים הדגישו כבר לראשוני המצטרפים למפלגה את זהותם החברתית. התהליך המתמיד של שינוי זהותם של חברי המפלגה נועד כדי שהאנשים יהיו בראש ובראשונה נאצים נאמנים וייצוגיים ורק אח"כ בני אדם פרטיים. כמובן שמדובר בתהליך לא פשוט, קשה להביא אנשים לחשוב קודם על הקבוצה ורק אח"כ על עצמם. לכן התהליך הזה מתרחש בצורה מתוככמת ולא בצורה גלויה וישירה של מילים כתובות ומדוברות. כדי להפוך את הזהות החברתית לדבר החשוב והמרכזי צריך להשתלט על כל תחומי חייו של הפרט כך שכל עולמו החברתי וזמנו יתמקד סביב זהותו הקבוצתית. **דוגמאות**:

☞ הפיכת "זמן פרטי" ל"זמן קבוצתי" – קביעת מפגשים שבועיים באותו זמן ואותו מקום – הפרט מתאים את עצמו ואת חייו לזמן הזה ולקבוצה. הוא דוחה את כל הדברים האישיים-פרטיים-משפחתיים שלו ומתמסר לקבוצה.

☞ ארגון העולם החברתי של הפרט – היחסים המשמעותיים החברתיים של הפרט יהיו רק עם חברי הקבוצה הנאמנים, אלו השותפים למטרותיו.

טקסים חברתיים – הקבוצה מפתחת טקסים שכל חברי הקבוצה חייבים להשתתף בהם. הטקסים יכולים לכלול תפילות בציבור, תהלוכות. התוכן לא ממש חשוב, עצם הקיום האירוע כמעצב זהות הוא החשוב.

הסתייגות קלה של המחבר: למרות איך שזה נשמע והדוגמאות שהוא נתן, לא מדובר דווקא בקבוצות שליליות. דוגמאות חיוביות:

מפלגות וקבוצות המבקשות לחולל שינוי חברתי בדרכים דמוקרטיות באמצעות חבריהן.

תאגידי הרוצים ליצור שינוי טכנולוגי ורוצים לרתום את העובדים להגיע ולהשקיע מרץ ("שחבור העובדים לתרבות התאגידית).

למרות כל הקטע החיובי הזה הדוגמא החשובה מבחינת המחבר: יגאל עמיר היה חלק מקבוצת היהודים ה"אמיתיים". במסגרת השתייכותו לקבוצה זו הוא עבר שנים רבות של עיצוב זהות עד שהפך למה שהוא, הוא לא אדם פרטי אלא חבר אב-טיפוסי בקבוצתו.

## (2) תוכן ההסתה: "אנחנו המפוארים" לעומת "הם הבזויים"

תכני ההסתה הם שונים ומגוונים אך לכולם מכנה משותף אחד – דגש על ההבדלים בין קבוצת החוץ לבין קבוצת הפנים.

1. הרטוריקה של ההסתה **מאדירה את ה"אנחנו" ומכפישה את ה"אחרים"**. "אנחנו" מוצגים כנושאי הערכים האמיתיים. כדי לחזק את תחושת הגאווה של המאזינים בקבוצתם, יעסוק נאום ההסתה בגדולתה של קבוצת הפנים, כפי שמעיד עליה עברה. לרוב מסר השנאה כלפי קבוצת החוץ מחמיא למאזינים ומקנה להם תחושה של המשכיות מפוארת.

**דוגמא:** רטוריקה ששימשה את הימין בימים שקדמו לרצח רבין – נעשתה הבחנה ברורה בין בניו הנאמנים של העם היהודי, המייצגים המשכיות היסטורית, לבין הבוגדים המתכחשים לזכר אבותיהם. בזכות רטוריקה זו אדם יכול לראות עצמו לא רק כמבצע רצח לא רק כדי להגן על החיים, אלא גם להגן על המתים וגם על מי שטרם נולדו.

2. **השפלת קבוצת החוץ** – הצגה כזו של קבוצת הפנים מרחיקה את קבוצת החוץ (ה"הם") לתחום פסיכולוגי בו הם שונים מה"אנחנו", ולכן מותר לעשות להם הכל, כולל להכפיש אותם. ההכפשה יכולה לבוא לידי ביטוי בכמה צורות:

שליטת צלם אנוש מהזולת והצגתו כחיה שיש להדבירה (שרץ, ג'וק)

השוואת מעשיו של ה"אחר" למעשים לא לגיטימיים. **דוגמא:** השוואת הימין את רבין וממשלתו לנאצים.

3. הבאת המאזינים לתחושת **דיסוננס של חוזק וחולשה, בטחון ופחד**. המסיתים מעניקים לשומעים תחושה של המשכיות מפוארת (אומרים כמה הם טובים, חזקים ונעלים יותר), באותו מסר הם כוללים מרכיבים של חוסר בטחון, רדיפה ופחד. התערובת שכוללת דיבורים על חוזק הקבוצה מצד אחד ועל הסכנה הנשקפת לה מצד שני נועדה כדי לגרום לקבוצה להתמקד בהצלחה של עצמה והתעלמות מהאחר. המאזינים יגיעו למסקנה שקיימת להם סכנת מוות ולכן הם יחוו זכות מוסרית לנקוט כל פעולה כדי לסכל זאת.

האם המסית הוא האחראי הישיר לתוצאות הטפותיו? לפי המחבר התשובה היא חיובית, מנקודת המבט של הפסיכולוגיה החברתית.