

# מבצע "צוק איתן" דוברות צבאית במלחמה – מסגירות פתוחה לפתיחות סגורה

## יחיאל לימור וברוך לשם

### מבוא

הסברה ויחסי ציבור הם כלי נשק. מילים ותצלומים הם תחמושת. הם חשובים בימי שלום, כמעט בכל מאבק חברתי ופוליטי, ושבעתיים בימי מלחמה, במיוחד בעידן המודרני של תקשורת חוצת מרחקים וגבולות. בימים כאלה לא די במערכה צבאית מזהירה ובפצצות מתוחכמות. צריך גם קמפיין תקשורתי נכון ומילים חכמות.

מבצע "צוק איתן" ברצועת עזה, שהחל ב-8 ביולי 2014 והסתיים ב-26 באוגוסט 2014, העלה מחדש על הפרק את שאלת היחסים שבין צה"ל לתקשורת. המלחמות המודרניות, בעיקר אלה המתנהלות נגד הטרור, אינן מסתיימות בהכרעה ברורה, כזו המכונה בלשון הספורטיבית "נוק-אאוט". יש, לכן, משקל רב לדרך שבה נתפסים האירועים בדעת הקהל.

הממשלה וצה"ל מעניקים חשיבות להסברת המלחמה באמצעות התקשורת הישראלית והבין-לאומית. לצורך זה נוצרה במשך השנים מערכת יחסים הדוקה, אך מורכבת, בין צה"ל – למעשה, מערך הדוברות שלו – לבין אמצעי תקשורת ההמונים. הקונפליקט המובנה שבין גוף היררכי ולא דמוקרטי, החפץ לשמור על סודותיו, לבין תקשורת במדינה דמוקרטית השואפת לפרסם הכול (או כמעט הכול), יצר דפוסים שונים ומשתנים של קשרים בין שני הצדדים. המאמר הנוכחי סוקר את התמורות שחלו ביחסים בין הצבא לבין התקשורת החל בראשית ימיה של המדינה וכלה במבצע "צוק איתן" ברצועת עזה.

### דוברות צבאית במלחמה – רקע היסטורי

תיאורי המלחמות עתיקים כמעט כימי האנושות. ביוון העתיקה כתב ההיסטוריון הרודוטוס (425-484 לפסה"נ) על מלחמות הפרסים אף שלא היה עד להן, ואילו תוקידידס (395-490 לפסה"נ) תיאר את מלחמות הפלופונסוס. התפתחות העיתונות המודפסת בעקבות המצאת הדפוס הביאה לסיקור גובר של מלחמות, ובהדרגה גם להתפתחות תחום התמחות של כתבי מלחמה. חלוץ כתבי המלחמה היה הנרי קראב רובינסון שדיווח לעיתון הבריטי טיימס בשנת 1807, על המערכה שניהל נפוליאון ליד נהר אלבה, אם כי הוא עצמו לא היה נוכח בשדה הקרב. זכות הראשונים לדיווח משדה הקרב עצמו שמורה לצ'רלס

לואיס גנייסון, שסיקר לעיתון דה מורנינג פוסט את מלחמת האזרחים בספרד (1835-1837).<sup>1</sup> עם זאת, התואר "אבי הכתבות הצבאית" שמור לויליאם האוורד ראסל, שסיקר לעיתון הבריטי טיימס את מהלכה של מלחמת קרים (1853-1856) ודיווחיו גרמו לזעזוע בדעת הקהל.<sup>2</sup> גם אם חשיבות ההסברה ויחסי ציבור (שטרם כונו בשם זה) בימי מלחמה הייתה מוכרת וידועה מזה דורות, הרי מיסוד מנגנון ההסברה החל בימי מלחמת העולם הראשונה. מי שמכונה "אבי יחסי הציבור בארצות הברית", אדוארד ברנייז, כתב בזמנו: "פריצת מלחמת העולם הראשונה הביאה לידי הכרה בחשיבות שיש לדעת קהל תומכת להצלחת מאמצייה של אומה המצויה במצב מלחמה [...] ההסברה במלחמה נהפכה למרכיב הכרחי של המאמץ המלחמתי. הבעיה כיצד לעשות שימוש במידע כדי לשכנע אזרחים במדינתך שלך, במדינות ניטרליות ובמדינות אויב, הייתה אתגר לקובעי המדיניות בכל מדינה".<sup>3</sup>

גרמניה הקימה במלחמה זו מערך הסברה אשר מטרתו הייתה להעביר לאמצעי התקשורת מידע על המתרחש בקרבות. אלה היו דיווחים חד סטריים מטעם הצבא. לכתבים לא ניתן היתר להגיע לחזית כדי לעמוד על מה שהתרחש באופן לא אמצעי. גם הבריטים נקטו אותה שיטה. הם הפעילו איש צבא, קולונל ארנסט סווינטון, אשר שימש מעין עיתונאי ודיווחו מן החזית נשאו את הכותרת "עדות ראייה". העדות הזו שיקפה, מטבע הדברים, את הזווית שבחר הצבא להציג את המתרחש במלחמה. לאחר שהדו"חות עברו את ביקורת הצנזורה של המטה הכללי, הם הופצו בקרב העיתונים.<sup>4</sup>

בשנת 1917 הצטרפה ארצות הברית למלחמה והקימה מערך הסברה בשם "הוועדה למידע לציבור" (CPI - Committee on Public Information), שבראשו עמד העיתונאי ג'ורג' קריל. המטרה של גוף זה הייתה לגייס את תמיכת הציבור האמריקני במלחמה ולמנוע הפצת עמדות של בדלנים, אשר התנגדו למעורבותה של ארצות הברית במלחמה מעבר לים.

במלחמת העולם השנייה החליט הצבא הבריטי על שינוי מהותי במדיניות התקשורתית שלו. הוא צירף כתבים לכוחות הלוחמים בחזית, שלוו בידי קציני הסברה מטעם הצבא. בשל ההגבלה שהטיל הצבא על מספר העיתונאים שיכלו להצטרף ליחידות הלוחמות, בחרו כלי

ניסויים מוגבלים בסומליה, במלחמת ביוגוסלביה ואף באפגניסטאן, והגיע לשיאו במלחמת עיראק ב-2003. קולונל תומס מ' צ'ופה, ששירת לאחר המלחמה בחטיבת התקשורת של הכוחות האמריקנים בעיראק, כתב על הפעילות של אנשי הדוברות הצבאית באותה תקופה: "תקשורת אסטרטגית היא מרכיב חיוני במלחמה, בעיקר במלחמה מול כוחות גרילה. מטרת האסטרטגיה התקשורתית הייתה לספק מידע עובדתי על האירועים הצבאיים. המידע צריך להיות אמין, הוגן ומאוזן, ועליו להציג את הזווית של כוחות הקואליציה"<sup>13</sup>. הייתה בכך הכרה בחשיבותה של דעת הקהל ובתפקידם של אמצעי התקשורת בהשפעה עליה, או כלשונו של חוקר התקשורת האמריקני, ריי היברט, שכתב בעקבות מלחמת המפרץ הראשונה כי במדינות דמוקרטיות חייבות כיום ממשלות לזכות בתמיכה של אזרחיהן לפני שהן יכולות להילחם ולנצח את האויב.<sup>14</sup>

### למה צבא צריך יחסי ציבור?

לכאורה, צבא איננו זקוק ליחסי ציבור, שהרי די בעצם תכלית קיומו – הגנה על ביטחונה של המדינה – כדי להצדיק את חיוניותו. בעידן המודרני, שבו נדרשת שקיפות מצד גופים ציבוריים, ובמיוחד כאלה הממונים מכספי משלם המסים, לא יכולים צבאות, גם במדינות דמוקרטיות, להסתתר מאחורי חומה עבה של סודיות וחסי מידע, והם מפעילים מערכות מתוחכמות של יחסי ציבור – ובהם קשרים ענפים עם אמצעי תקשורת ההמונים ועם התקשורת החדשה – כדי לדווח על פעולותיהם, להגן על האינטרסים שלהם ולטפח דעת קהל אוהדת. במחקר קודם זהו שש סיבות שבעטיין מטפחים צבאות יחסי ציבור: (א) לגיימצייה לקיומו של הצבא ולגיוס אליו. יחסי הציבור מסייעים לגיבושה של תמיכה חברתית לגיוס לצבא הן לשירות חובה, הן לשירות קבע, הן לשירות מילואים והן ליחידות מיוחדות. (ב) תמיכה ציבורית בפעילות הצבאית. פעולות צבאיות רבות זקוקות להסבר ואף להצדקה, הן מבחינת עצם קיומן הן מבחינת תוצאותיהן. ליחסי ציבור יש תפקיד חשוב בהצגת עמדת הצבא וביצירת דעת קהל תומכת ואף אוהדת. (ג) גיוס תמיכה ציבורית לשימור מעמדה של המערכת הצבאית ולהעצמתה. הצבא הוא גוף ממלכתי הנאבק על מעמדו האליטיסטי ועל מיקומו ההיררכי בחברה. כמו גופים אחרים, גם הוא זקוק כיום למערכת של יחסי ציבור מודרניים, הכוללת שימוש במגוון של כלים וטכניקות, כולל שדלנות (לובינג), שימוש באמצעי תקשורת ההמונים, השתלבות ברשתות החברתיות ועוד, שכן יחסי ציבור תורמים לביסוס מעמד זה ולשימורו. (ד) שימוש ביחסי ציבור, ובמיוחד בתקשורת ההמונים, כנשק אסטרטגי וטקטי. פרסום יזום ומכוון של מידע, ולחלופין מניעת מידע שפרסומו עלול לסייע לאויב, הם בבחינת מכפיל של העוצמה הצבאית ברמה האסטרטגית או הטקטית. (ה) חיזוק המורל של העורף, במיוחד במצבי מלחמה וחירום. מלחמה וחירום הם מצבים של משבר, וכמו כל ארגון אחר חייב גם הצבא להפעיל בתקופה כזו יחסי ציבור כדי להתמודד עם המשבר בצורה הטובה ביותר ולמזער את נזקיו. (ו) טיפוח האתוס הצבאי. כמו כל גוף ציבורי או פרטי מבקש גם הצבא לגבש בקרב עובדיו "גאווה מקצועית", המקרינה הן בתוך הארגון הן מחוץ לו. יחסי ציבור הם כלי חיוני בטיפוח האתוס הארגוני ותחושת הגאווה על ההשתייכות לארגון.<sup>15</sup>

אל שש הסיבות הללו אפשר להוסיף סיבות שחלקן אופייניות לכל הצבאות בעולם ואחרות ייחודיות לישראל: (ז) כלי במאבק הציבורי-פוליטי על עוגת התקציב. הטכנולוגיה המודרנית מייקרת

התקשורת בניצבים מטעמם אשר העבירו את המידע לעיתונים השונים. הדיווחים והכתבות עברו צנזורה קפדנית,<sup>5</sup> אולם הוצגה בהם עמדתם העצמאית של העיתונאים. גם הצבא הגרמני הפעיל עיתונאים כדי לדווח על המלחמה. אלה, שבחלקם קיבלו שכר מן הצבא, שיקפו את עמדת הממשלה הנאצית והודרכו בידי פרופ' קרל בונר, הממונה על ההסברה במשרד החוץ הגרמני.

צבא האמריקני הוקם במלחמת העולם השנייה משרד למידע שבראשו עמד אלמר דיוויס, כתב לשעבר של העיתון ניו יורק טיימס. המדיניות הייתה לאפשר לכתבים ולצלמים רבים ככל האפשר להצטרף לכוחות הלוחמים בחזיתות השונות באירופה ובאסיה. לעיתונאים ניתנה יד חופשית לדווח על המלחמה והקרבות, אולם דיווחיהם היו טעונים בקרה ואישור של צנזורים צבאיים. העיתונאים שיתפו פעולה עם הצבא ועם מטרות המלחמה, כפי שהודה לימים הסופר ג'ון סטיינבק, שהיה בימי המלחמה כתב צבאי: "היינו כולנו חלק מהמלחמה. הזדהינו אתה ויתרה מזאת – אף סיענו".<sup>6</sup>

מלחמת וייטנם הייתה קו פרשת מים ביחסי צבא ותקשורת בארצות הברית. ספרים ומחקרים רבים נכתבו על המלחמה, על תפקידה של התקשורת ועל השפעותיה על דעת הקהל.<sup>7</sup> המלחמה הזו הותירה צלקות עמוקות בצבא האמריקני, וכשני שלישים מקציני הצבא תמכו בקביעה כי "הסיקור התקשורת של האירועים בווייטנם פגע במאמץ המלחמתי", אף שבקרב הקצונה הבכירה לא רווחה דעה דומה.<sup>8</sup>

מלחמת וייטנם חידדה את היחסים בין התקשורת לבין הצבא, שכן "העיתונות רוצה לספר סיפור ואילו הצבא רוצה לנצח במלחמה", ובמילים אחרות, "העיתונות רוצה חופש ואילו הצבא רוצה פיקוח".<sup>9</sup> התוצאה: עוינות ונתק בין שני הצדדים, שהגיעו לשיאם בפלישה הצבאית לגרנדה בשנת 1983, שבה נמנעה נוכחות של כתבים; בפלישה לפנמה ב-1989, שבה הושהה הסיקור התקשורת; במלחמת המפרץ הראשונה ב-1991, שבה הוטלו הגבלות חמורות על יכולת הסיקור, וכן במלחמת אפגניסטאן (2001), שבה הפגין הצבא סגירות נוקשה מפני התקשורת. הסגירות הכמעט מוחלטת לתקשורת – שנווטה, במידה רבה, על ידי הבית הלבן – לא הייתה נוחה לשני הצדדים, והתוצאה הייתה שיח מתמשך בין משרד ההגנה והצבא מצד אחד לבין אנשי העיתונות מצד שני. אנשי התקשורת טענו כי הצבא מונע מהם למלא את התפקיד החשוב ביותר המוטל עליהם במשטר דמוקרטי – כלומר, אספקת מידע שוטף ועדכני לציבור – ותבעו להסיר את ההגבלות על נוכחות כתבים באזורי המלחמה ואף על צירוף כתבים ליחידות הלוחמות. אנשי צבא, מצדם, הודו בדיעבד כי הסגירות כלפי התקשורת הייתה בבחינת טעות. גנרל וסלי קלרק טען כי עקב "המנטליות של מלחמת וייטנם" שגה הצבא בכך שהטיל מגבלות על הסיקור התקשורת בימי מלחמת המפרץ הראשונה, בהוסיפו: "דיוויזיית השריון הראשונה ניהלה בצורה יוצאת מהכלל את קרב השריון, שהיה אולי הגדול מעולם, אך הדבר כלל לא תועד על-ידי העיתונות למען ההיסטוריה".<sup>10</sup> ואילו קצין אמריקני צוטט בדברי ביקורת על הסגירות של מערכת הדוברות של הצבא האמריקני באפגניסטאן: "לא היה מי שיספר את סיפורם של הצעירים האמריקניים, שיצאו לחו"ל כדי לבצע את המשימה החשובה הזו ובהצלחה כה גדולה".<sup>11</sup>

ואמנם, בעקבות עידני "יחסי הציבור ההרסניים" ו"יחסי הציבור המגבילים", כהגדרת תומס ריד,<sup>12</sup> שינה הצבא האמריקני את יחסו אל שיתוף הפעולה עם התקשורת ונוכחותה באזורי הקרבות. זה החל במעין

הכוללים לפחות שתי תת קבוצות – הציבור היהודי והמגזר הערבי. (ב) קהלי יעד בין-לאומיים, הכוללים לפחות שתי תת קבוצות – של קהל יעד כללי ושל קהל יעד יהודי. גם תת הקבוצה של קהל היעד הכללי איננה עשויה מקשה אחת, ועשויה להתחלק, לדוגמה, לקבוצות משנה של קהלי יעד במדינות ידידותיות לישראל ולקהלי יעד במדינות שאינן ידידותיות ואף עוינות לה. (ג) קהלי יעד פלסטיניים, המחולקים אף הם לשתי תת קבוצות עיקריות – ברשות הפלסטינית וברצועת עזה. (ד) קהלי יעד במדינות ערביות, שאף אותן אפשר לחלק לשתי תת קבוצות עיקריות: מדינות שיש להן הסכמי שלום עם ישראל, וכאלה שאין להן יחסים עם ישראל.

כדי להגיע לכל קהלי היעד הללו מסתייעת המערכת הדוברותית-יחצנית של צה"ל באמצעי תקשורת המונים "מסורתיים" – ישראלים, בין-לאומיים וערביים – ובאינטרנט וברשתות חברתיות. המבנה הארגוני של חטיבת דובר צה"ל מותאם, לפחות חלקית, לקהלי היעד השונים. יש בה ענפים שונים, שאחד מהם מטפל בקשרים עם התקשורת הישראלית (ענף תקשורת ישראלית), והשני מטפל בתקשורת הבין-לאומית (ענף תב"ל). ואילו במסגרת ענף קשרי ציבור פועלים שלושה מדורים: מדור ארי"ה (ארגונים יהודים וממשל בין-לאומי), העוסק בקשרים עם ארגונים יהודיים בחו"ל ועם גורמי ממשל בין-לאומיים המגיעים לביקורים בצה"ל; מדור פניות הציבור, המטפל בפניות של יחידים וקבוצות המבקשים מידע; מדור צבא-חברה, המופקד על הקשרים עם אזרחי המדינה.

### צבא ותקשורת – יחסים בימי שלום ודילמות מובנות בימי מלחמה

בימי שלום ורגיעה היחסים בין מערכת דוברות צבאית לבין אמצעי התקשורת אינם שונים מאלה שבין דובר או איש יחסי ציבור של כל ארגון או תאגיד גדול לבין התקשורת. האינטרס של הדובר/יחצן ברור: לבנות תדמית חיובית לצבא בתקשורת ובדעת הקהל, ובמקרה הצורך גם להגן עליו ולשמש לו מעין פרקליט. לשם כך הוא מפיץ מידע בערוצים שונים ובדרכים מגוונות. היעד העיקרי של העיתונות ברור אף הוא: להשיג ולפרסם מידע חשוב, חדש ועדכני, ובעידן התחרותי בין אמצעי התקשורת השונים יש חשיבות גם לבלעדיות ולראשוניות בפרסום במידע (ראו תרשים I).

במערכת יחסים דו-סטרית סדירה עם הצבא ורשויות הביטחון יש לתקשורת לפחות שלושה אינטרסים.<sup>19</sup> (א) מידע. מערכת הביטחון והצבא הם מקור מידע חשוב בכל חברה. מבחינתם של אמצעי התקשורת יש ליחסי הגומלין הללו חשיבות מיוחדת, לפחות בהשוואה ליחסים עם מוסדות וגורמים אחרים בחברה, שכן הצבא הוא גוף סגור וממודר, ולעתים גם פרוש במקומות מרוחקים שאין אליהם נגישות פיזית, וללא שיתוף פעולה מצדו לא יוכלו אמצעי התקשורת ליהנות מהמידע המבוקש. (ב) פיקוח. אחד התפקידים של אמצעי התקשורת בחברה הדמוקרטית הוא לשמש "כלב השמירה של הדמוקרטיה". זה מחייב את אמצעי התקשורת לפתח קשרי גומלין עם הצבא, לא רק לשם קבלת מידע, אלא גם לשם קבלת הערכות ופרשנות של מומחים יודעי דבר בתוך המערכת הצבאית. (ג) שיקולים מסחריים ומקצועיים. התחרות החריפה בין אמצעי התקשורת אינה מאפשרת התעלמות מהנושא הצבאי, בגלל חשיבותו הציבורית. אמצעי תקשורת שיימנעו מסיקור נושאי ביטחון וצבא עלולים למצוא עצמם בנחיתות מקצועית, ומכאן

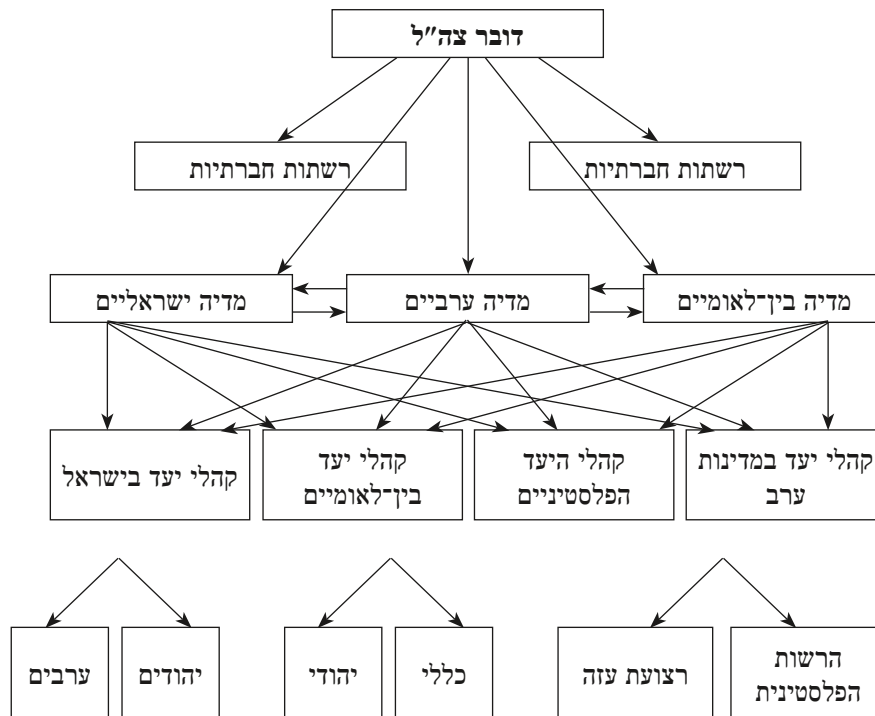
את עלויות הנשק והציוד הצבאיים, והחרפת היחסים הבין-לאומיים מחייבת היערכות למצבי מלחמה. מצד שני, גוברים בכל מדינות המערב הלחצים הכלכליים והתביעות החברתיות, והתוצאה: מאבק מתמיד על חלקו של הצבא בעוגת התקציב הלאומית. (ח) סיוע להסברה הישראלית במישור הבין-לאומי. בעידן המודרני גוברת חשיבותה של הדיפלומטיה הציבורית, שהדיפלומטיה הציבורית הצבאית (MPD – Military Public Diplomacy) היא חלק ממנה.<sup>16</sup> העניין הרב שמגלה התקשורת הבין-לאומית בנעשה בישראל, במיוחד בימי מלחמה וחירום, רק מעצים את חשיבותה של הדיפלומטיה הציבורית הצבאית ומטיל על הצבא תפקידי הסברה ויחסי ציבור כסיוע ישיר להסברה הישראלית בעולם. ואמנם, בהוראות הפיקוד העליון נכתב במפורש כי אחד מתפקידיה של חטיבת דובר צה"ל (ראו מסגרת) הוא "לדווח על הנעשה בצה"ל לציבור בארץ ובחו"ל". למעשה, דובר צה"ל פועל במתואם עם משרד החוץ ועם מערך ההסברה הלאומי במשרד ראש הממשלה בטיפול בכתבי חוץ ובתקשורת זרה. (ט) שיפור תנאי השכר וההעסקה של אנשי צבא. תנאי שכר, הסדרי תעסוקה ופרישה של אנשי צבא הם מוקד לביקורת ציבורית, במיוחד בימי שלום ורגיעה. לאנשי צבא אין ועד עובדים הנאבק למענם גם בדעת הקהל, ומערכת הדוברות הצבאית מגויסת להגן עליהם בציבור. (י) הגנה על לובשי המדים המעורבים בפעילויות המעוררות דילמות מוסריות. פעולות צבאיות רבות עלולות לגרום, שלא במתכוון, לפגיעה באוכלוסייה אזרחית, כולל נשים וילדים. הדבר עשוי לעורר ביקורת ציבורית לא רק על קובעי המדיניות אלא גם על מבצעייה. כיוון שקצינים וחייילים מנועים, בדרך כלל, להופיע לפני התקשורת, יש צורך במערכת של דוברות צבאית שתוכל לתפקד, במקרה הצורך, כאנשי יחסי ציבור המנסים להגן על שמם הטוב של לקוחותיהם המעורבים בפעילויות שנויות במחלוקת. (יא) יחסי ציבור לאנשי צבא כהכנה ל"קריירה שנייה". המערכת היחצנית הצבאית מטפחת את מעמדם הציבורי של אנשי הצבא ומדגישה את כישורי הניהול והפיקוד שלהם. בכך היא לא רק מסייעת לסלול את דרכם לאחר שהם פושטים את מדיהם, אלא גם תורמת למאמצי הגיוס של כוח אדם צעיר ומעולה. (יב) הסברה של משימות לא צבאיות המוטלות על הצבא. צבא מתבקש לעתים לבצע משימות אזרחיות, בין במצבי חירום (כמו אסונות טבע) ובין במצבי רגיעה. הטיפול בנושאים לא צבאיים מחייב להסביר לציבור מדוע מוטלות משימות אלה על הצבא. מצד שני, הצלחה בביצוע פעולות לא-צבאיות – הנעשות, בדרך כלל, כדי לסייע בהשגת יעדים לאומיים (כמו חינוך, התיישבות חקלאית, קליטת עלייה ועוד) – מאפשרת לצבא למנף את ההצלחה להשגת תכליות אחרת.<sup>17</sup>

ימי מלחמה מעצימים את הצורך של צבא ביחסי ציבור משני טעמים עיקריים, שלכאורה מנוגדים זה לזה: האחד, למנף את ההצלחות, והשני – להסביר ולתרוץ את הכישלונות. מכאן שיש גם לבנות ולתחזק מערכת קבועה ומקצועית של יחסי ציבור (שהדוברות היא רק חלק ממנה) הן לימי שלום ובמיוחד לימי מלחמה.

### דוברות בישראל – קהלי יעד וערוצי תקשורת

ישראל טל-יסרנגה זיהה שלושה קהלי יעד שאליהם מכוונת הפעילות הדוברותית-יחצנית של צה"ל: דעת הקהל בעולם, דעת הקהל היהודית ודעת הקהל בישראל.<sup>18</sup> אנו מבקשים להרחיב את היריעה ומציעים לזהות לפחות ארבעה קהלי יעד (ראו תרשים): (א) קהלי יעד בישראל,

**תרשים I: דוברות צבאית בישראל: קהלי יעד וערוצי תקשורת**



הצבאית – בישראל ובמדינות אחרות – להתיר לעיתונאים פגישות וראיונות עם מפקדים בתנאים שהוסכמו מראש, וכוללים הגבלה או איסור על דיון בנושאים מסוימים. הנימוק, כלשונם של אנשי דובר צה"ל: "סיכום מוקדם [עם העיתונאי] בדבר הנושאים שיעלו במפגש כזה, הינו אחד האמצעים העומדים לרשותה של חטיבת דובר צה"ל בהתמודדות עם המתח שבין 'זכות הציבור לדעת' לבין הצורך בשמירת הסוד המבצעי"<sup>22</sup>. יתר על כן, יש שהצבא מעוניין ליצור, בעיקר מטעמים טקטיים, "ערפל קרב" שנועד להסתיר מידע מעיני האויב, וחשיפת המידע ופרסומו בתקשורת עלולים לפזר את הערפל הזה. מנגד, גם העיתונות ניצבת לפני מציאות לא שגרתית. גבריאל וימן הצביע על דילמות שונות של אנשי התקשורת המתחדדות בימי חירות ומלחמה, ובהן: חופש הביטוי מול הביטחון הלאומי, התפקיד הביקורתי של התקשורת מול הצורך לחזק את יציבות הממשל ולהגן עליו, המתח בין "העיתונאי כאזרח לעיתונאי כבעל פרופסיה", תפקוד התקשורת כגוף ציבורי או כישות פרטית-מסחרית, התקשורת כמשקפת דעות בלבד או ככלי לעיצובן ולניתוח השיח הציבורי וכן האם על אנשי התקשורת להיות חפים משיקולי ההשלכות (Artificial Innocence) של תוצאות הפרסום. הדילמות, הדגיש וימן, אינן בינריות.

אין להן שתי אפשרויות של מענה או פתרון. הן מציגות רצף פתורות הנע מפתרון קיצוני אחד ועד לפתרון הקיצוני מנוגד לו, אך בין הקצוות יש פשרות ודרכי ביניים רבות. עיתונאים יכולים להישאר במקומם על רצף הדילמה או לנוע לכיוון מסוים. במלחמות ובמשברים נעים עיתונאים על הרצפים של הדילמות: רק מעטים מהם נותרים באותו

גם מסחרית-שיווקית, בהשוואה למתחריהם. כללי המשחק בין הדוברות הצבאית לבין התקשורת שונים בימי מלחמה ושלו. מבחינת הדוברות הצבאית מלחמה וחירום הם מצבי משבר, שפירושם "איום משמעותי לפעילויות שעלולות להיות להן תוצאות שליליות אם לא יטופלו כהלכה"<sup>20</sup>. כללי ניהול משברים מחייבים את הארגון לפרסם במהירות את כל המידע הרלוונטי על המשבר כדי לשלוט על סדר היום התקשורתי. ככל שהמלחמה מתמשכת המשבר מעמיק יותר ומחייב הקפדה על התנהלות נאותה מבחינה מקצועית. שכן, "עיתונאים במסירת מידע, שיהיו במענה על שאלות עיתונאים או התחמקות ממתן מידע ותשובות, עלולים להעמיד את הארגון בפני מציאות של פרסומים שליליים, שאין לו תגובה להם וגם אין לו יכולת להשפיע על תוכנם"<sup>21</sup>.

במלחמה מתמודד הדובר הצבאי עם מצב קבוע של מתח בין מהירות מסירת המידע לבין דיוק ואמינות. מצד אחד יש רצון למסור לציבור במהירות את מרב המידע האפשרי – כאשר אמצעי התקשורת מצדם לוחצים לקבלת מידע כזה, ובמיוחד אם מידע חלופי נתקבל ממקורות זרים – ומצד שני יש להקפיד על דיוק עובדתי, שכן כל מידע שגוי עלול לפגוע בתדמית הצבא.

מציאות כזאת היא מעשה של יום-יום בעת מלחמה, שכן לא אחת אין לפיקוד העליון מידע מדויק על המתרחש בשדה הקרב. מתח טבעי אחר, המחריף ומעצים בימי מלחמה, הוא בין הרצון לפרסם מידע לבין המגבלות המונעות את פרסומו של מידע זה מטעמי ביטחון (למשל, כדי למנוע את חשיפתו לאויב). מטעם זה נוהגות מערכות הדוברות





מבצע "צוק איתן", צילום: דובר צה"ל.

ולניצחון עצמו. כך טען מפקד חיל האוויר לשעבר, אלוף אביהו בן-נרן: במלחמת ששת הימים – שבה לא היה כל צל של ספק בניצחון המכריע של צה"ל ועוד יותר של חיל האוויר הישראלי – היה כפסע בלבד בין הניצחון האווירי המוחץ ובין האפשרות של כישלון תקשורתית-תעמולתי חמור, שהיה עלול לפגוע בהמשך הלחימה ובתוצאותיה, אילו היה מתפרסם שביום הלחימה הראשון איבדו 19 טייסים (מהם 16 הרוגים), שהיו כשבעה אחוזים מטייסי הקרב של חיל האוויר.<sup>34</sup>

התקופה השנייה, שהחלה לאחר מלחמת יום הכיפורים ונמשכה עד מלחמת לבנון הראשונה (1982), התאפיינה בפתיחות חלקית. הפתיחות גברה בהדרגה בשתי התקופות הבאות – מ-1983 ועד לחתימת הסכמי אוסלו ב-1993, ומשנת 1993 עד לפרוץ האינתיפאדה השנייה. נחמן שי, שכהן כדובר צה"ל בשנים 1989-1991, הסביר את הסיבות לפתיחות הזו:

(1) יש לשתף פעולה עם התקשורת בסיקור הנושאים הצבאים, גם בתקופות מלחמה, משום שאין טעם לנסות לחסום אותה; (2) סיפורים שינסו להעלימם מדיעת הציבור הישראלי יפיעו ממילא בתקשורת בחו"ל, ואלו יוצגו בדרך כלל בזווית עוינת מזו של העמדה הישראלית; (3) התקשורת האלקטרונית, בעיקר הטלוויזיה, היא הדומיננטית כיום והדבר מחייב צילומים בשטח; (4) בג"צ קבע כי צנזורה ביטחונית תותר רק אם נשקפת פגיעה בוודאות קרובה בביטחון המדינה; (5) התקשורת הישראלית הפכה לתחרותית ואגרסיבית בכל תחומי הסיקור שלה.<sup>35</sup>

בתקופה האחרונה שזוהתה באותו מחקר, שהחלה בשנת 2000 ונמשכה עד סמוך למלחמת לבנון השנייה (2006), הסתמנו שתי מגמות הפוכות: פתיחות גבוהה וסגירות מחודשת. מצד אחד, נושאים שהיו בעבר בבחינת טאבו מוחלט הותרו לפרסום, כמו שמות ומספרים של יחידות צבאיות, כולל כאלה שנחשבו בעבר כסודיות ביותר, והצבא אימץ למעשה, לראשונה מאז הקמת המדינה, מדיניות מוצהרת של ביזור. המידע לתקשורת לא נמסר רק על ידי דובר צה"ל או קציני המטכ"ל, אלא גם, ולעתים בעיקר, על ידי המפקדים בשטח. ככל שנמשכו אירועי האינתיפאדה השנייה (שהחלה בספטמבר 2000) כך גברה גם הפתיחות לתקשורת, ולכתבים אזרחיים הותרו ביקורים (מבוקרים) אצל יחידות קרביות, כולל בשטחי הרשות הפלסטינית. מצד שני, במהלך אירועי מבצע "חומת מגן" (2002) הפעיל הצבא את "הדגם המנטרל", שהופעל בהצלחה בצבא האמריקני בעת המלחמה באפגניסטן חודשים אחדים קודם לכן, והיה בכך משום ביטוי מעשי

מקום. ההיסטוריה מלמדת כי התקשורת, לא רק בישראל, בוחרת בעת מלחמה ומשבר לנוע על רצפי דילמות לכיוון של התלכדות, הגנה על האינטרס הלאומי, חיזוק הקונסנזוס והפחתת ביקורתיות.<sup>23</sup>

בתקופות של מלחמה וחירום מתחדדת גם "עקומת הרגישות" של התקשורת ביחסיה עם מערכת הדוברות הצבאית. הצימאון הציבורי למידע עדכני ומידי, והתחרות החריפה בין ערוצי התקשורת השונים – המודפסים, המשודרים והמקוונים – מקשים על קיומם של הסדרים המקובלים בשגרה, ובהם ההסדר שבכל פעם "מועבר מידע בלעדי לכלי תקשורת אחר, כך שלאורך זמן מקבלים כלל כלי התקשורת מידע באופן בלעדי".<sup>24</sup> מתן פריווילגיות לאמצעי תקשורת מסוימים היה בעבר נוהל שאף דובר צה"ל עצמו הודה בו, בהסבירו כי פריווילגיות אלה פירושו "מחוות של רצון טוב, כגון ראינות אישיים, שיחות רקע ותדרכים אישיים".<sup>25</sup> עם זאת, אף שהמגמה היא להגיע לשוויוניות ביחס כלפי אמצעי התקשורת בכל הקשור לחלוקת "סוכריות בלעדיות", הרי גם מי שהיה דובר צה"ל, נחמן שי, הודה כי "אין שוויון מוחלט. זו האמת הפשוטה והעצובה".<sup>26</sup>

אמצעי התקשורת השונים, ובמיוחד הגדולים ובעלי התפוצה הרבה ביותר, מתקשים להשלים עם מה שנתפס בעיניהם כהעדפה של כלי תקשורת אחד על פני אחרים, למשל בכניסה לאזורי הקרבות, בראיונות אישיים עם קצינים בכירים, בהצטרפות לפעולות של יחידות מסוימות ועוד. הנכונות בימי שלום להסכים ולקבל את ההסדר ולפיו הפריווילגיות מחולקות באופן שוויוני לאורך ציר הזמן, נחלשת בימי מלחמה, כאשר המאבק על כל פיסת מידע ועל כל ידיעה בלעדית הוא "כאן ועכשיו". בעקבות מבצע "צוק איתן", והטענות על אפליה מצד דובר צה"ל ביחסו לאמצעי תקשורת מסוימים, אף נעשתה פנייה בנושא זה ליועץ המשפטי לממשלה.<sup>27</sup>

### צה"ל והתקשורת – השינויים ביחסיהם במשך השנים

היחסים בין ההנהגה הפוליטית והצבאית לבין אמצעי תקשורת ההמונים (למעשה העיתונות המודפסת) החלו עוד לפני הקמת המדינה,<sup>28</sup> והעיתונות התגייסה למאבק הלאומי והסכימה להטיל על עצמה מגבלות שונות. עם הקמת המדינה הוקמה בצה"ל יחידת הקשר לעיתונות,<sup>29</sup> שהפכה לימים לחטיבת דובר צה"ל. במסגרתה הוקמה יחידה קטנה של כתבים צבאיים, מרביתם עיתונאים שגויסו לשירות צבאי. הכתבים "היו מעבירים את הכתבות והמפקד היה מחליט מה יימסר לעיתונות לפרסום".<sup>30</sup> הידיעות והכתבות נשלחו לכל העיתונים; במקרים רבים לא הופיעו עליהם שם הכותב, אלא הציין "כתב צבאי" או "כתב צבא הגנה לישראל".<sup>31</sup> מפקד יחידת הקישור היה איש שירות הידיעות (ש"י) של ה"הגנה", ויחידת הקישור הייתה כפופה תחילה למטכ"ל/אג"מ ולאחר מכן, ובמשך עשרות שנים, למחלקת (ומאוחר יותר אגף) המודיעין בצה"ל, שאנשיה התמנו לתפקיד דוברי צה"ל.<sup>32</sup> מ-1999 כפופה חטיבת דובר צה"ל לאגף המבצעים במטכ"ל.

יחסי הצבא והתקשורת ידעו עליות ומורדות במשך כל שנות קיומה של מדינת ישראל. במחקר שנערך בשנת 2005 זוהו חמש תקופות ביחסים שבין שלטונות הצבא לבין התקשורת בישראל.<sup>33</sup> התקופה הראשונה, ממלחמת העצמאות בשנת 1948 ועד מלחמת יום הכיפורים בשנת 1973, התאפיינה בסגירות רבה לתקשורת. הסגירות הזו, כך מאמינים עד היום אחדים ממפקדי צה"ל, הייתה חיונית לשימור המורל הצבאי, להעצמת הביטחון והאמון של הציבור הציבורי בכוחו של צה"ל

לשלב לימודי תקשורת במסגרות ההדרכה שלו. בהוראת אג"ם-תוה"ד מ-1997, שכותרתה "ההסברה והתקשורת כרכיב בעבודת המפקד והמטה", נקבע כי הקשר בין הצבא לתקשורת מחייב הכנה וידע מוקדמים, הן בהבנת יחסי הגומלין וההיערכות בשטח הן במיומנות ההופעה בכלי התקשורת.<sup>39</sup> אחד הביטויים המעשיים ליישומה של תפיסה זו היה הקמתו של בית הספר הצבאי לתקשורת, שבמסגרתו עוברים קצינים בכירים, בין השאר, הכשרה להופעה באמצעי התקשורת, ובמיוחד בטלוויזיה.

**לוח 1: יחסי צבא-תקשורת בישראל בראייה רטרוספקטיבית**

האירועים הבולטים בכל תקופה	יחס הצבא לעיתונות
מלחמת העצמאות (1948)	סגירות
מלחמת ששת הימים (1967)	
מלחמת יום הכיפורים (1973)	
חתימת הסכם השלום עם מצרים (1979)	פתיחות חלקית
מלחמת לבנון (1982)	
האינתיפאדה הראשונה (1987)	פתיחות גוברת
חתימת הסכם אוסלו (1993)	
מבצע "ענבי זעם" (1996)	פתיחות גוברת
האינתיפאדה השנייה (2000)	פתיחות גבוהה
מבצע "חומת מגן" (2002)	וסגירות מחודשת
ההתנתקות מרצועת עזה (2005)	
מלחמת לבנון השנייה (2006)	פתיחות גבוהה
מבצע "עופרת יצוקה" (2008-2009)	סגירות-פתוחה
מבצע "עמוד ענן" (2012)	
מבצע "צוק איתן" (2014)	פתיחות-סגורה

הביטוי הבולט ביותר של הפתיחות לתקשורת, שבלטה בתקופת כהונתה של תא"ל מירי רגב כדוברת צה"ל, הייתה בימי מלחמת לבנון השנייה (2006). אפשר שהפתיחות הייתה פועל יוצא והמשך ישיר לפתיחות לתקשורת במהלך פינוי רצועת עזה בקיץ 2005, וליחסים הטובים שהתפתחו אז בין שלטונות הצבא והעיתונות. בעדותה לפני ועדת וינוגרד,<sup>40</sup> אמרה רגב:

במציאות של היום הזירה התקשורתית היא זירה של 24 שעות ביממה, של טלפון שדרכו אתה מעביר תמיכה לאינטרנט, של אס-אם-אס. חזית ועורף הם אחד. אתה נמצא תחת אש ומצלם את מה שקורה. אתה לא יכול להסתיר דבר. במציאות הזו אני שואלת את עצמי איך אני מבצעת את תפקידי בצורה הטובה ביותר, כי הואקום הזה יתמלא אתי ובלעדי. המדיניות אומרת שאנו נשותף את העיתונאים במידע, במגבלות בטחון שדה וצנזורה, תוך העברת האינטרס שלנו באמצעות כלי התקשורת.<sup>41</sup>

ואילו בעדותה לפני הוועדה המיוחדת שהקימה מועצת העיתונות בעקבות המלחמה כדי לבחון את תפקוד העיתונות ולגבש כללי אתיקה לימי מלחמה, אמרה: "אנחנו בצה"ל מבינים שהזירה התקשורתית היא זירה שלראשונה בעצם היא זירה בשידור חי, זירה שפועלת 24 שעות ביממה. אינטרנט, אס-אם-אס, בלוגים, שידורים חיים של כלל הערוצים ובעצם מה שמשנה את כללי המשחק". היא הוסיפה: הבנו את ארבע הזירות שאנחנו אמורים כצבא להתמודד איתן במלחמה



**מבצע בעזה**

מבצע "צוק איתן", צילום: דובר צה"ל.

לנסיגה במגמה הכללית של פתיחות גוברת מצד הצבא לתקשורת, שאפיינה את השנים הקודמות.<sup>36</sup> אל חמש התקופות הללו אנו מציעים עתה להוסיף שלוש תקופות מאוחרות יותר (ראו לוח 1), שלכל אחת מהן יש את המאפיינים שלה: (א) תקופת מלחמת לבנון השנייה (2006-2007); (ב) תקופת מבצע "עופרת יצוקה" ברצועת עזה (2008-2012); (ג) תקופת מבצע "צוק איתן" (מ-2014).

**א. מלחמת לבנון השנייה: פתיחות גבוהה**

לקחי מלחמת עיראק (1991), ובעיקר ההתפתחויות המבניות והטכנולוגיות במפת התקשורת הישראלית והבין-לאומית, הניעו את צה"ל וצבאות אחרים במערב,<sup>37</sup> לחשיבה מחודשת בכל הקשור ליחסים עם התקשורת ולתפקידה של מערכת הדוברות, קרי מערכת יחסי הציבור של הצבא, ולהפעלתה ככלי נשק במלחמה. ככנס שנערך בשנת 2002 בנושא "צבא ותקשורת בעתות מלחמה", אמר הרמטכ"ל דאז, רב אלוף משה (בוגי) יעלון: "הדוברות היא מערכת מקצועית כמו של קצין ארטילריה. כמו שמפקד מנהל את הקרב ומקבל את המודיעין, עליו לדעת להפעיל את התקשורת".<sup>38</sup>

ההכרה בחשיבות אמצעי התקשורת, בפיתוח ערוצי תקשורת עם התקשורת, בצורך בהכשרת מפקדים להופעה בכלי התקשורת וכן באימוץ מדיניות של פתיחות כלפי התקשורת, חלחלה בהדרגה בדרגי הפיקוד בצה"ל. כדי לדעת איך "להפעיל את התקשורת", החליט צה"ל

זרקור תקשורתי רבי-עוצמה. מראשית הלחימה נוקט צה"ל במדיניות הסברה נרחבת על פעילותו בהובלת דובר צה"ל ובאמצעות מפקדי הצבא. החשיפה התקשורתית היוזמה מאפשרת לציבור בעורף לחוות את מאורעות החזית ולחוש קרבה, אמון והזדהות עם הלוחמים והמפקדים, תוך חיזוק חוסנו וכושר עמידתו אל מול קשיי המלחמה.<sup>47</sup> ועדת וינוגרד, לעומת זאת, הסתייגה ממדיניות הפתיחות של דובר צה"ל. על תפקודו של דובר צה"ל בימי המלחמה כתבה הוועדה בדו"ח הסופי שלה: "הדרך בה נוקט דובר צה"ל: הודעות הדובר, תדרוכים יומיומיים, מסרים יומיים, תדרוכי רקע וסירי כתבים בשטח – נועדה לנווט לקראת השגת המטרה של העברת מידע מעודכן ואמין לציבור. אלא, שכל אלה היו יכולים להיות מושגים ללא הנגישות הבלתי מוגבלת של כתבים לשטחי הפעילות ממש וללא שידורים ישירים מהשטח, שהיו ללא פיקוח וללא אפשרות להפעיל צנזורה".<sup>48</sup>

### ב. מבצע "עופרת יצוקה": סגירות-פתיחה

לקחי מלחמת לבנון השנייה והדברים הנוקבים שנכתבו בדו"ח ועדת וינוגרד הופנמו בחטיבת דובר צה"ל. התוצאה: את מדיניות הפתיחות החליפה מדיניות חדשה של סגירות, אף שדובר צה"ל דאג, תא"ל אבי בניהו, העדיף לכנותה בשם "פתיחות מבוקרת".<sup>49</sup> ביטוי המעשי הראשון היה בימי מבצע "עופרת יצוקה", שנערך ברצועת עזה בדצמבר 2008. תחת הנהגתו של דובר צה"ל הוטלו על אמצעי התקשורת מגבלות רבות, שמנעו, בין השאר, כניסת עיתונאים לכל אזור עוטף עזה. על דרך פעולתו של בניהו כתב מי שהיה בעצמו דובר צה"ל בעבר, תא"ל (מיל) אפרים לפיד: "[הוא] מנווט גישה דוברותית ראויה – ערפול ועמימות בכל הנוגע לפעילות הקרקעית – ומשאיר את הערוצים מרובי הקשקשת מתוסכלים למה לא מצרפים 'די כתבים לכוחות?', או 'למה הרמטכ"ל לא מדבר?'".<sup>50</sup>

הסגירות לאמצעי התקשורת בלטה בשלושה מישורים: (א) איסור על הכנסת כתבים לשטחי הלחימה, חוץ ממקרים יחידים ובבקרה הדוקה. מי שהייתה סגנית דובר צה"ל בזמן המבצע, אל"מ אירית עצמון, טענה לאחר המבצע כי "כשהדרג המדיני (ולא הצבאי) החליט להגביל את כניסת הכתבים לשטח, עמדו לנגד עיני שיקולים רבים". גם דובר צה"ל עצמו טען כי האיסור על כניסת כתבים זרים (החלטה שאותה כינה "שגיאה") הייתה "החלטה מלמעלה".<sup>51</sup> זאת בשונה מהגבלות שהוטלו משיקולים צבאיים, כמו האיסור על כניסת עיתונאים ל"שטחי כינוס" שהוכרוזו "שטח צבאי סגור".<sup>52</sup> (ב) איסור על שידורים ישירים משדה הקרב. (ג) איסור על נוכחות עיתונאים בחדרי המלחמה ובחדרי הפיקוד הקדמיים.

על מדיניות התקשורת במבצע "עופרת יצוקה" כתב העיתונאי עדי דקל: "שטחי ההיערכות הוכרוזו כשטח צבאי סגור, התקשורת הישראלית והזרה רוכזה על 'גבעת העיתונאים' הסמוכה לשדרות, וניזונה בוואקום שנוצר אך ורק מהפירורים שפיזר במשורה בניהו, לתפארת צה"ל". הוא ציטט מדבריו של הכתב הצבאי של ערוץ 10, שדיווח למאזיני הטלוויזיה כי "החסימה [לכניסה לאזורים שהוכרוזו כ"שטח צבאי סגור"] היא הרמטית" וכי "יש משטרה צבאית בכל מקום".<sup>53</sup> מי שהיה ראש מחלקת ביטחון מידע בצה"ל, אל"מ יואב דיגי, התייחס אף הוא להתנהלותו של דובר צה"ל במבצע "עופרת יצוקה": "[הוא] שינה לחלוטין את דפוסי ההתנהלות התקשורתית. זה היה הדובר עצמו, אבי בניהו, שתדרך את הציבור ואת העיתונאים באופן אישי,



מבצע "צוק איתן", צילום: דובר צה"ל.

בשידור חי: הזירה התקשורתית, הזירה הציבורית, היריב שלנו והזירה הצבאית. מתוך התובנה הזאת שהכל חשוף ונגיש, מתוך התובנה שכללי המשחק השתנו, מתוך תובנה שחזית ועורף הם אחד [...] ולכן המדיניות שגיבשנו היא [...] פתיחות תקשורתית שנעשית כמובן במגבלות של שמירה על ביטחון המדינה ושמירה על חיי אדם. כשהעיקרון של המדיניות התקשורתית עובד על פשטות ומהירות, בהתאם לעיקרון השייווי KISS – Keep It Simple, Stupid.<sup>42</sup>

על מסכת היחסים בין דובר צה"ל לבין העיתונות אמרה: "באופן עקרוני התקשורת גילתה פטריוטיות ואחריות במהלך המלחמה. בסך הכל, מערכת היחסים בינינו לבין התקשורת היא מערכת יחסים טובה".<sup>43</sup> מצד שני, כתבים צבאיים בכירים הגדירו, אולי כביטוי של אחריות חברתית, את המציאות התקשורתית בשטח בימי המלחמה כ"הפקרות".<sup>44</sup> במהלך המלחמה פעלה דוברת צה"ל לצירוף כתבים לכוחות הלוחמים. "עשינו מאמץ עילאי להכניס כתבים לשטח מתוך הבנה שכאשר תמונה תצא מהשטח היא שווה אלף מילים", סיפרה רגב לוועדה של מועצת העיתונות,

[רצינו] שכתבים ישראלים יהיו בשטח ויצלמו את מה שקורה והתמונות לא יבואו רק מצד של כתבים זרים או מצד של חיזבאללה. המג"דים והמ"פים בעטו בהחלטה הזאת בחלקה. הגענו למצב שדוברת צה"ל הרימה טלפון למג"ד והסבירה לו שחשוב שהוא [הכתב] ייכנס לשטח, והוא אומר: תעזבי אותי, אני בלחימה, אני לא רוצה כתב על הגב עכשיו [...] בתוך הדבר הזה אנחנו צריכים להגיע לאיזונים, כי צריך באמת להביא לידי ביטוי את העשייה הצה"לית.<sup>45</sup>

רגב, שהדגישה כי "פתיחות תקשורתית היא לא הפקרות תקשורתית", הבהירה גם כי היא מצדדת במתן היתר לכניסתם של עיתונאים לחדרי פיקוד (חפ"קים). "המלחמה מתנהלת או בחפ"ק או בשטח. אם הכתבים לא בשטח וגם לא בחפ"ק, אזי הם יצלמו רק את הטילים ורק את ההרס והם לא ידעו מה קורה... הנוכחות בחפ"ק הקדמי תמיד תהיה מאושרת ע"י דובר צה"ל. והיו כתבות מדהימות בעיתונים ובכלי התקשורת האלקטרונית".<sup>46</sup>

מדיניות הפתיחות התקשורתית נתמכה בידי הרמטכ"ל דאז, רב אלוף דן חלוץ. בסיום המלחמה, ב-14 באוגוסט 2006, הוא פרסם איגרת למפקדי צה"ל: "המלחמה בלבנון, יותר מכל קודמותיה, מתנהלת תחת



פסק בנחרצות, והפך בפועל להיות "הפה של הצבא".<sup>58</sup> למעשה הפגינה מערכת הדוברות הצבאית מדיניות של "סגירות פתוחה", כלומר, מצד אחד ההגבלות הקשו על פעולת העיתונאים ובה בעת מנעו מאנשי הצבא לדבר עם עיתונאים, ומצד שני, כאשר הצבא (או דובר צה"ל) היה מעוניין בכך הוא החליט מי, מתי ועל מה ייפגש עם עיתונאים, ימסור להם מידע ואף יאפשר להם חופש תנועה. מודל זה אפשר לצבא לא רק להנהיג ערוצים ממוסדים של העברת מידע לתקשורת ולפקח עליהם, מתוך תפיסה של חובה וצורך לדווח לציבור, אלא גם ליצור בציבור תחושה כי הצבא איננו מסתיר או מעלים מידע בגלל ההופעות התכופות של דובר צה"ל בתקשורת וההזרמה הקבועה של מידע (מפוקח) מפיו. בניית הפעילות הדוברותית הצבאית במהלך מבצע "עופרת יצוקה" מצטיירת תמונה ברורה של החשיבות שהוענקה לטיפול בעיתונות הזרה, במסגרת תפיסת הדיפלומטיה הציבורית המודרנית, שגם לצבא יש בה חלק חשוב. לכתבים זרים הוענקו לא פחות מ-1,258 ראיונות עם נציגי דובר צה"ל.

**ג. מבצע "צוק איתן": פתיחות-סגורה**

מה הייתה המדיניות של דובר צה"ל במלחמת "צוק איתן"? נתוני לוח 2 מלמדים, לכאורה, על מדיניות של פתיחות, שמבחינות רבות יש דמיון בינה לבין ההתנהלות של מערכת הדוברות הצבאית בימי מלחמת לבנון השנייה. במהלך המבצע נערכו 517 שיחות רקע של קצינים בכירים עם עיתונאים, בהשוואה ל-478 שיחות במלחמת לבנון השנייה, ורק 44 שיחות כאלה במבצע "עופרת יצוקה". כן התקיימו 58 תדרוכים יומיים לעיתונאים בהשוואה לשישים תדרוכים במלחמת לבנון השנייה ו-67 בימי "עופרת יצוקה". גם המספרים של כניסת כתבים לאזורי הלחימה דומים למדי בין מלחמת לבנון השנייה לבין מבצע "צוק איתן": במבצע "צוק איתן" הצטרפו שלושים עיתונאים לכוחות הלוחמים ו-19 אחרים הצטרפו למפקדים בכירים שנכנסו לאזורי הקרבות, ואילו במלחמת לבנון השנייה היו חמישים כניסות של כתבי "פוליס"<sup>59</sup> לאזורי הלחימה. במבצע "עופרת יצוקה", לעומת זאת, היו רק ארבע כניסות של כתבי "פול" לאזורי הלחימה.

נתון אחר העשוי אף הוא, לכאורה, ללמד על פתיחות, קשור להופעות ולראיונות של קצינים בכירים באמצעי התקשורת, ובמיוחד בטלוויזיה. במבצע "עופרת יצוקה" היה דובר צה"ל "הפה של הצבא"; במבצע "צוק איתן" נחשפו קצינים בכירים לתקשורת. לדוגמה, למפקד פיקוד הדרום, האלוף סמי תורג'מן, היו 57 מפגשים ותדרוכים עם עיתונאים; לראש אגף המודיעין, האלוף אביב כוכבי, היו עשרים מפגשים ותדרוכים; לרמטכ"ל, בני גנץ - 16; לראש אגף תכנון, אלוף נמרוד שפר - 12; לסגן הרמטכ"ל, אלוף גדי אייזנקוט - תשעה; למפקד חיל האוויר, אלוף אמיר אשל - ארבעה. נוסף על כך נערכו מפגשים רבים של מפקדי מחוזות בפיקוד העורף (מפקד המחוז הדרומי - עשרים; מפקד מחוז ירושלים - עשרה; מפקד מחוז דן - עשרה; מפקד מחוז מרכז - ארבעה) וכן של מפקדי חטיבות (מפקד חטיבת הצפונית באזור הרצועה - שבעה; מפקד חטיבת הצנחנים - שישה; מפקד חטיבת 401 - שישה; מפקד חטיבת גבעתי - חמישה; מפקד חטיבת הדרומית-חמישה; מפקד חטיבת 7 - ארבעה; מפקד חטיבת הנח"ל - שלושה; מפקד חטיבת גולני - שניים; מפקד חטיבת 188 - שניים; מפקד חטיבת 460 - אחד).<sup>60</sup>

אולם יש בנתונים הללו כדי להטעות. אף שבדובר צה"ל מכנים

ואשר היה מעורה באירועים המבצעיים ובמגבלות הפרסום גם יחד, והוא עשה זאת היטב. זאת, לעומת ריבוי המתדרכים במלחמת לבנון השנייה, שהיו בקיאים בפרטים המבצעיים אך לא הייתה להם מודעות ביטחונית.<sup>54</sup> דייגי הצביע למעשה על הדילמה של מערכת דוברות צבאית, ובמיוחד בימי מלחמה: הסתירה בין יעדי הסברה לבין יעדי הסתרה. על המתח בין שני היעדים עמד בניהו עצמו: "בדיקה מדגמית בזמן מבצע 'עופרת יצוקה', בקרב 550 קצינים, העלתה אפס תקלות של בטחון שדה. לעומת זאת ביום אחד בלבד במלחמת לבנון השנייה שוחחו 450 קצינים עם התקשורת, דבר שבחלקו גרם למבוכה ואי נחת בדרגים בכירים בצבא".<sup>55</sup>

**לוח 2: פעולות דוברותיות במלחמת לבנון השנייה (2006), במבצע "עופרת יצוקה" (2008) ובמבצע "צוק איתן" (2014)**

סוג הפעילות	מלחמת לבנון השנייה	מבצע "עופרת יצוקה"	מבצע "צוק איתן"
מספר ימי לחימה	34	23	50
שיחות רקע של קצינים בכירים עם עיתונאים	478	44	517
הודעות דובר צה"ל	448	212	80
ראיונות של נציגי דובר צה"ל בתקשורת הבין-לאומית	אין נתונים	1,258	249 + 1,800 ראיונות של מפקדים לכתבים זרים
כניסת "פוליס" או כתבים לשטחי הקרבות	50	4	59 (30 צירופי כתבים לכוחות + צירופי כתבים למפקדים בשטח)
תדרוכים יומיים	60	67	58
"שיחות טלפון קבוצתיות" לעדכון ותדרוך שוטף (השיחות היו לארבע קבוצות: כתבים צבאיים, כתבי דרום, עורכים ראשיים, עורכי חדשות)	אין נתונים	אין נתונים	520

הערה: הלוח אינו כולל נתונים על הפצת חומרים ויוזאליים - סרטים ותצלומים - וקובצי שמע. לדוגמה, במבצע "צוק איתן" הפיץ דובר צה"ל 490 חומרים ויוזאליים.<sup>56</sup>

מלחמת לבנון השנייה, שבמהלכה הופיעו ורואיינו קצינים בכירים רבים באמצעי התקשורת, ובמיוחד בטלוויזיה, נהפכה למעין "סדין אדום" לכל מי שחשש כי יהיה בכך מעין אישור לכך ש"כל דכפין ייתי ויופיע", וכי הדבר יגרור למלחמת אלופים ולמאבק על זמן מסך.<sup>57</sup> בניהו, בברכתו של הרמטכ"ל גבי אשכנזי, קטע את המירוץ אל הערוץ (הטלוויזיוני). "מקום האלופים הוא בבסיסים ובמפקדות ולא בתקשורת",



בין השאר: מסרתי וידיאו, מצלמה (שהוצמדה לקסדה), מחשב נייד וציוד לשידור לווייני. ההצטיידות במכשור המתוחכם הייתה פרי לקח פרשת ה"מרמרה"<sup>65</sup>, שבה היו לדובר צה"ל צילומי וידאו שבהם נראו חיילי צה"ל מוכים לאחר שהונחתו על הספינה, אך מסיבות שונות לא היו בידיו הכלים והטכנולוגיות להעברת התצלומים מהשטח לאמצעי התקשורת. ואמנם, במהלך מבצע "צוק איתן" הופצו 490 חומריים חזותיים, שכללו תצלומי וידאו וסטילס. רבים מהתצלומים הועברו בשידור חי מאזורי הקרבות למטה דובר צה"ל, ולאחר עריכה הופצו מיידית בערוצי התקשורת השונים.

(ב) שימוש נרחב ברשתות חברתיות. אף שדובר צה"ל החל להסתייע באינטרנט וברשתות החברתיות עוד הרבה קודם למבצע "צוק איתן", פעילותו גברה במהלך המבצע. אנשי דובר צה"ל הפעילו כשלושים פלטפורמות באינטרנט וברשתות החברתיות, בשש שפות: עברית, אנגלית, ערבית, צרפתית, רוסית וספרדית. לעמוד הפייסבוק באנגלית נרשמו לא פחות מ-1,464,859 "לייקים".<sup>66</sup>

(ג) הידוק הקשר עם כתבים זרים. בימי מלחמה וחירום גדל מספרם של הכתבים הזרים, המגיעים לארץ לסיקור הקרבות, ובמהלך "צוק איתן" אף הוכפל מספרם והגיע לכ-1,400. אחד הלקחים שהופקו ממבצעים קודמים: הותר מעברם של כתבים זרים דרך מעברי הגבול לרצועת עזה ובחזרה. ניסיון העבר לימד שאטימת המעברים גורמת לכך שאמצעי התקשורת בעולם נשענים באופן כמעט בלעדי על דיווחים של גורמים פלסטיניים המגיעים מתוך הרצועה. הגברת הפעילות מול הכתבים הזרים, שהיא חלק מהדיפלומטיה הציבורית המודרנית, התבטאה, בין השאר, בהיקף הגדול של שיחות וראיונות שקיימו אנשי דובר צה"ל עם כתבים זרים (כ-1,800 ראיונות), ונוסף עליהם 249 ראיונות שהוענקו להם על ידי מפקדים שונים.

(ד) היתר לכניסת כתבים זרים לשטחי הקרבות וביקור ביחידות לוחמות. גם במהלך מבצע "צוק איתן" נמנעה כניסת ניידות שידור דרומה ליד מרדכי, ובמיוחד לשטחי כינוס. היו לכך שני נימוקים עיקריים: האחד, ניסיון מכוון למנוע שימוש בחיילים כ"תפאורת רקע" לשידורים, והשני – החשש שתצפיות מרצועת עזה יזהו את ניידות השידור ויכוונו אל מקום החניה שלהן אש תלולת מסלול. עם זאת, הותרו ביקורים, מוגבלים ומפוקחים, של כתבים צבאיים ביחידות לוחמות באזורי הקרבות או במנהרות התקיפה לפני השמדתן.

### סיכום

מבצע "צוק איתן", שהתנהל במשך חמישים יום, הציב לפני המערכת הצבאית, במלוא חריפותו, אתגר הסברתי-דוברתי-יחצני של מלחמה בעידן המודרני המתנהלת בעת ובעונה אחת בחזית ובעורף. בעוד שבאזורי הקרבות אפשר להפעיל את "דגם המרחב הסגור"<sup>67</sup>, שפירושו בין השאר איפול על מידע, מניעת כניסת כתבים לאזורי הלחימה ושמירה על "ערפל קרב", בין מטעמים צבאיים-ביטחוניים ובין מטעמים אחרים, אך באזורי העורף יש צורך להפעיל, בדרך כלל, את "דגם המרחב הפתוח", שכן אין לצבא יכולת למנוע סיקור של פגיעות באתרים אזרחיים.

המבצע גם חייד את תמונת המציאות המודרנית שעמה מתמודדת דוברות צבאית בישראל. מציאות זו, של הפעלה מקבילה ולעתים אף סותרת של "דגם המרחב הפתוח" ושל "דגם המרחב הסגור", מחייבת התמודדות מתמדת, רגישה ומתוחכמת עם ארבעה קהלי יעד, תוך

את ההתנהלות עם התקשורת "פתיחות סדורה"<sup>61</sup>, אנו מעדיפים הגדרה שונה: "פתיחות: סגורה". לאמור, אף שהמערכת הדוברתית הצה"לית ביקשה להציג תמונה של פתיחות לאמצעי התקשורת, בפועל זו הייתה פתיחות מוגבלת, מבוקרת ואף מניפולטיבית. כך, צירוף כתבים ליחידות הלוחמות, בדרך כלל למספר מוגבל של שעות, נעשה בצורה מוגבלת ומפוקחת, וגם כאשר הותרה כניסת כתבים לאזור עוטף עזה (שבמבצע "עופרת יצוקה" נאטם לחלוטין בפני אנשי תקשורת) "תמיד היה צמוד אלינו מישוה מאנשי דובר צה"ל", כעדותו של איש תקשורת בכיר.<sup>62</sup> אין פלא, אפוא, שכתבים צבאיים טענו כי המידע שהוזרם אליהם מדובר צה"ל, ובמיוחד עם פעילויות צבאיות שונות ועל יעדים שהותקפו, היה מוגבל.<sup>63</sup> הפעילות המניפולטיבית נעשתה בצורות שונות. הנה דוגמאות לכך.

(א) שימוש מתוחכם בשיטת "הצפת מידע"<sup>64</sup>, שעיקרה אספקת מידע רב (מבוקר ומפוקח) לאמצעי התקשורת כדי שאלה לא יבקשו לחפש מידע עצמאי. לדוגמה, דובר צה"ל עצמו נהג לתדרך מדי בוקר, בשיחת ועידה טלפונית ובשעה מוקדמת, את כל הכתבים הצבאיים. הוא סיפק להם מידע עדכני לשידור, במשך שעות אחדות, בערוצי הטלוויזיה והרדיו, ומנע מהם, למעשה, צורך לנקוט פעולות עצמאיות. שיחות ועידה דומות נערכו עם שלוש קבוצות נוספות של אנשי תקשורת: עורכים ראשיים, עורכי חדשות וכן פרשנים צבאיים. בשיחות הוועידה הללו היו משום דמיון מסוימת לדפוס המניפולטיבי של "ועדת העורכים", שהיה נהוג במשך עשרות שנים בין הממסד הפוליטי לבין הצמרת התקשורתית, שעיקרו: גילוי מידע בתמורה להתחייבות לאי פרסומו או לפרסומו בתנאים מסוימים. במסגרת "הצפת המידע" הוכן מדי יום "סיפור תקשורת" מרכזי שהוצע לאמצעי התקשורת. הסיפורים הללו, שלוו במתן אפשרות לראיונות עם מפקדים וחיילים ולביקורים ביחידות שונות, נועדו לנתב את העיתונאים לטפל בנושאים שצה"ל היה מעוניין בהם, במקום שאלה ינסו לחפש בעצמם סיפורים מעניינים.

(ב) בתדירות גבוהה, בשעות הצהריים, הוזמנו הכתבים לפגישות רקע ותדורך עם קצינים ומפקדים באזור הדרום. שעות הנסיעה לדרום וחזרה והתדורך עצמו "נטרלו" את העיתונאים לשעות אחדות, ובמקביל סיפקו להם מידע לפרסום בשעות שלאחר מכן.

(ג) כל הראיונות עם מפקדים וקצינים נערכו "בשטח", ואף ראיון (למעט תדרכים והנחיות של קציני פיקוד העורף) לא התקיים באולפני הטלוויזיה. גם דובר צה"ל עצמו, תא"ל מוטי אלמוז, רואיין תמיד "בשטח" כשהוא לבוש "מדי ב".

(ד) נערכו תדרכים קבועים לכתבי אזור הדרום, כדי לספק להם מידע שוטף ולמנוע מהם את החיפוש אחרי "ליטרת הנייר" או "ליטרת המידע" שעליהם לספק לאמצעי התקשורת שבהם הם עובדים. ניתוח הפעילות הדוברתית במבצע "עופרת יצוקה" מלמד כי צה"ל והזרוע ההסברתית שלו הפיקו שורה של לקחים מניסיון העבר, והפנימו את הצורך לפתח כלים ויכולות להתמודד עם המציאות התקשורתית בעידן התקשורת החדשה והרשתות החברתיות. להלן דוגמאות בולטות לכך.

(א) שימוש מוגבר בחומרים חזותיים. צלמים צבאיים הופעלו על ידי יחידת הקשר לעיתונות כבר בימי מלחמת השחרור, אך מבצע "עופרת יצוקה" יצר רף חדש בתחום זה. במבצע הופעלו למעלה מעשרים חיילים-צלמים, המכונים בשם "מתעדים מבצעיים", שכולם עברו הכשרה צבאית כפולה: של חייל קרבי (טירונות ואימון מתקדם ב"גולני") ושל צלם מקצועי. כל אחד מהצלמים היה מצויד בערכה משוכללת שכללה,

הוראות הפיקוד העליון בצה"ל

### חטיבת דובר צה"ל

#### ייעוד

ייעודה של חטיבת דובר צה"ל הוא לדווח על הנעשה בצה"ל לציבור בארץ ובחו"ל, לטפח את אמון הציבור בצה"ל ולהוות סמכות מקצועית ראשית בצה"ל בנושא הדוברות והעברת המידע לציבור.

#### תפקידים

לראש חטיבת דובר צה"ל כל התפקידים המשותפים לחברי המטה המקצועי במטה הכללי, ביישום המתאים. תפקידי חטיבת דובר צה"ל והעומד בראשה הם אלה: לשמש דובר לצה"ל. להציג את עמדות צה"ל לציבור ולתקשורת בארץ ובחו"ל. לגבש את מדיניות הדוברות והעברת המידע מטעם צה"ל כלפי גורמים שמחוץ לצבא, וליישמה. לשמש סמכות מקצועית ראשית בצה"ל לנושא הדוברות והעברת המידע לגופים שמחוץ לצה"ל. להכווין ולהדריך גורמים שונים בצה"ל בכל הקשור לדוברות, להעברת מידע ולקשר עם אמצעי התקשורת. ליישם את מדיניות התקשורת שנקבעה על ידי ראש אגף המבצעים בצה"ל. לפרסם הודעות, חומר רקע וחומר מצולם אודות נושאים צבאיים/ביטחוניים. לשאת באחריות לסיקור מצולם, לצורכי צה"ל, של אירועים שהצבא מעורב בהם. ללוות עיתונאים וצוותי תקשורת באירועים שהצבא מעורב בהם, לתדרכם ולווסת את השתתפותם. לספק מידע מעובד אודות צה"ל ואודות פעילותו לגורמים חיצוניים. לשמש ערוץ קשר בין גורמים אזרחיים המסתייעים בצה"ל לבין הגורמים המסייעים בצה"ל. לעקוב אחר פרסומים על צה"ל באמצעי התקשורת בארץ ובעולם ולהגיב עליהם, אם ימצא שיש צורך בכך. לתדרך גופים בצה"ל לפני ביקורים של גורמים אזרחיים מהארץ ומחו"ל בצה"ל וללוות את הביקורים. לשמש ממונה על יישום הוראות חוק חופש המידע, התשנ"ח-1998, בצה"ל.

#### עיקרי הארגון

הגופים העיקריים בחטיבת דובר צה"ל הם: גופי מטה בחטיבת דובר צה"ל.

נציגויות חטיבת דובר צה"ל בפקודים המרחביים, כפי שייקבעו בפקודות הצבא.

#### כפיפות ותיאום

ראש חטיבת דובר צה"ל כפוף לראש אגף המבצעים, חוץ מבנושאים שהרמטכ"ל יקבע מראש ובכתב, שבהם יהיה ראש החטיבה כפוף לרמטכ"ל.

בנושאים הנוגעים למשרד הביטחון, יתאם ראש חטיבת דובר צה"ל את פעולותיו ואת הודעותיו לתקשורת כלהלן: בנושאים הנוגעים לשר הביטחון – עם יועץ שר הביטחון לתקשורת.

בנושאים הנוגעים לפעולתו השוטפת של משרד הביטחון – עם דובר משרד הביטחון.

במקרים בהם יש קשר ישיר ומשותף בין פעולות צה"ל לבין פעולות משרדי הממשלה השונים – עם דוברי המשרדים.<sup>68</sup>

במבצע "צוק איתן" הייתה לדובר צה"ל אסטרטגיה קבועה וברורה, המבוססת על הפעלה מקבילה של שני דגמי יסוד: "דגם המרחב הפתוח" ו"דגם המרחב הסגור". ההחלטה על עיתוי הבחירה בדגם ועל היקף הפעלתו הייתה החלטה טקטית, שהתקבלה בהתאם לנסיבות ולמיקום. השילוב של שני הדגמים הללו הביאו ליצירתו של הדגם המעשי החדש שהופעל בימי המבצע – דגם "הפתיחות הסגורה". לאמור "ללכת עם ולהרגיש בלי"...

הסתייעות בארבעה ערוצי תקשורת עיקריים. קהלי היעד הם: הציבור הישראלי, המחולק לפחות לשתי תת-קבוצות: יהודים וערבים; קהל היעד הבינלאומי, הכולל אף הוא לפחות שתי תת-קבוצות – של קהל כללי ושל קהל יהודי; קהלי יעד פלסטיניים, המחולקים אף הם לשתי תת-קבוצות עיקריות – ברשות הפלסטינית וברצועת עזה; קהלי יעד במדינות ערביות. ואילו ארבעת ערוצי התקשורת העיקריים הם: אמצעי התקשורת הגדולים והממוסדים בישראל; אתרי האינטרנט; רשתות חברתיות והתקשורת הזרה והבינלאומית.

## הערות

- 1 ראו אתר הספרייה הלאומית הבריטית (נדלה ב־24.11.2014): <http://www.bl.uk/reshelp/findhelprestype/news/britmilhist/britmilhist.html>
- 2 על התפתחות תפקיד הכתב הצבאי ראו: P. Knightley (1975). *The First Casualty: From the Crimea to Vietnam. The War Correspondent as Hero, Propagandist, and Myth Maker*. New York: Harcourt and Brace (להלן: Knightley, *The First Casualty*).
- 3 E. Bernays (1989). "A Historical Perspective", in: B. Cantor, and C. Burger (eds.), *Experts in Action: Inside Public Relations*. New York: Longman, 2<sup>nd</sup> ed., pp. 13-17
- 4 Knightley, *The First Casualty*, p. 86
- 5 G. Thomson ראו: השנייה העולם במלחמת העולם השנייה ראו: (1947). *Blue Pencil Admiral: The Inside Story of the Press Censorship*. London: Low, Marston
- 6 מצוטט אצל Knightley, *The First Casualty*, p. 19.
- 7 D. Hallin (1986). *The Uncensored War: The Media and Vietnam*. New York: Oxford University Press; M. Small (1994). *Covering Dissent: The Media and the Anti-Vietnam War Movement*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press; W. Hammond (1998). *Reporting Vietnam: Media and Military at War*. Lawrence, KS: University Press of Kansas
- 8 F. Aukofer & W. Lawrence (1995). *America's Team: The Odd Couple – Report on the Relationship Between the Military and the Media*. Nashville, TN: The Freedom Forum First Amendment Center, p. VIII
- 9 שם, שם.
- 10 W. Isaacson (2003). "News from the Frontline", *The Wall Street Journal*, 9.1.2003, Opinion Sec.
- 11 T. Miracle (2003). "The Army and Embedded Media", *Military Review*, 83(5), p. 41
- 12 T. Rid (2007). *War and Media Operations: The US Military and the Press from Vietnam to Iraq*, New York: Routledge
- 13 T. Cioppa (2009). "Operation Iraqi Freedom Strategic Communication Analysis and Assessment", *Media, War & Conflict*, 2(1), pp. 25-45
- 14 R. Hiebert (1991). "Public Relations as a Weapon of Modern Warfare", *Ecquid Novi: African Journalism Studies*, 12(1), pp. 93-105
- 15 י' לימור וה' נוסק (2005). "צבא ותקשורת במאה ה־21: לקראת דגם חדש של יחסים", בתוך: א' לבל (עורך), *ביטחון ותקשורת: דינמיקה של יחסים*. שדה בוקר: המרכז למורשת בן־גוריון, עמ' 69-100 (להלן: לימור ונוסק, Y. Limor & H. Nosseck (2007). "The Military and the Media in the Twenty-First Century: Towards a New Model of Relation". In: U. Lebel (ed.), *Communicating Security: Civil Military Relations in Israel* (pp. 120-146). London: Routledge
- 16 לימור ונוסק, "The Military" להלן: לימור ונוסק, "תקשורת ישירה עם עמים זרים במטרה להשפיע על מחשבתם ולבסוף על זו של ממשלותיהם". ראו: E. Gilboa (2008). "Searching for a Theory of Public Diplomacy", *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 616, 55-77]
- 17 בשנותיה הראשונות של המדינה בוטלה האמנתו של כתב השבועון העולם הזה לכתב צבאי, משום שמתח ביקורת על החלטת צה"ל להעסיק יחידות צבא
- בגידול ירקות. הרמטכ"ל, רב אלוף יגאל ידין, טען כי לא יכיר בכתב צבאי המותח ביקורת על המטה הכללי. ראו: ז' שיף (1990), *מאת כתבנו הצבאי*. תל־אביב: אגודת העיתונאים / משרד הביטחון, עמ' 13 (להלן: שיף, *מאת כתבנו הצבאי*). במקרה אחר בוטלה האמנתו של כתב העולם הזה, שלום כהן, אחרי שפרסם סדרה של כתבות ביקורתיות על המערכת הצבאית. השבועון עתר לבג"צ, אולם זה דחה את העתירה בנימוק שהאמנת כתבים צבאיים איננה תפקיד המוטל על הצבא על פי דין (בג"צ 29/1962, פד"י ט"ז, תשכ"ב/תשכ"ג-1962, עמ' 1023).
- 18 י' טל־סרנגה (2012). "דיפלומטיה ציבורית צבאית". *מערכות*, 446, עמ' 19-11.
- 19 Limor & Nosseck, "The Military"
- 20 T. Coombs (2011). "Crisis Management and Communications". Retrieved on 1.12.2014 from: <http://www.instituteforpr.org/crisis-management-and-communications/>
- 21 י' לימור, ב' לשם ול' מגדלזיס (2014). *יחסי ציבור: אסטרטגיה וטקטיקה*. רעננה: האוניברסיטה הפתוחה, עמ' 359.
- 22 מכתב של ראש מדור פניות הציבור בדובר צה"ל, רב־סרן זוהר הלוי, מיום 21.11.2013, אל עו"ד אלעד מן, היועץ המשפטי של עמותת "הצלחה", ארכיון עמותת "הצלחה".
- 23 ג' וימן (2003). "עשר דילמות של עיתונות בימי טרור". *פנים*, 23. נדלה ב־1.12.2014 מ: <http://www.itu.org.il/?CategoryID=531&ArticleID=1467&Page=1>
- 24 מכתב של ראש מדור פניות הציבור בדובר צה"ל, רס"ן זוהר הלוי, מיום 17.2.2014, אל עו"ד אלעד מן, היועץ המשפטי של עמותת "הצלחה", ארכיון עמותת "הצלחה".
- 25 בג"צ 181/96, הוצאת עיתון הארץ ואח" נגד הרמטכ"ל ואחרים. פ"ד נ(5) 45, 49-48.
- 26 ראיון בתכנית הרדיו "הכל דיבורים", קול ישראל, רשת ב', 14.8.2014.
- 27 ב־24.11.2014 פנתה עמותת "הצלחה" ליועץ המשפטי לממשלה ולוועדת האתיקה לדוברים בשירות הציבורי בתלונה שכותרתה "מדיניות עבודה מול גופי תקשורת מצד דובר צה"ל – חשש להפרת הדין והוראות איתות", ארכיון עמותת "הצלחה".
- 28 ד' גורן (תשל"ר). *סודיות, ביטחון וחופש העיתונות*. ירושלים: מאגנס.
- 29 הצעת תקן יחידת הקשר לעיתונות, מחודש ספטמבר 1948, כללה, בין השאר, שמונה כתבים צבאיים (אחד לעיתונות באדיש בחו"ל והשני לעיתונות באנגלית בחו"ל); שישה צלמים צבאיים; 13 פקידות; 11 נהגים וכן "צייר צבאי" אחד. היחידה פעלה משלושה בסיסים: בתל־אביב, בירושלים ובחיפה. ארכיון צה"ל, מסמך 116/6127.
- 30 שיף, *מאת כתבנו הצבאי*, עמ' 12.
- 31 מ' נאור (2012). "האח הגדול והנבון", *העין השביעית*. נדלה ב־26.22.2014 מ: <http://www.the7eye.org.il/6528>
- 32 בתקופת כהונתו של אריה שלו כדובר צה"ל (1963-1967) שולבה יחידת הקישור לעיתונות עם ענף ביטחון שדה, ודובר צה"ל היה אחראי במקביל גם לביטחון שדה. כתב על כך העיתונאי זאב שיף: "לא ראו סתירה בכך, שאותו אדם עוסק גם בפרסום וגם במניעת פרסום של ידיעות ביטחוניות; גם מטפח את קשריו עם העותנאים והכתבים הצבאיים וגם עוקב אחריהם ומאזין לטלפונים שלהם". שיף, *מאת כתבנו הצבאי*, עמ' 12.
- 33 לימור ונוסק, "צבא ותקשורת במאה ה־21".
- 34 י' דייגי (10.3.2012). "חשיפת צה"ל בתקשורת במלחמת לבנון השנייה ובמבצע עופרת יצוקה", *שייטאר בינון – אתר עמותת יוצאי מערך ביטחון שדה לדורותיהם*, נדלה ב־25.11.2014 מ: <http://machbash.co.il/?CateID=194&ArticleID=79> (להלן: דייגי, "חשיפת צה"ל בתקשורת").
- 35 N. Shai (1998). "The Spokesperson in the Crossfire: A Decade

52 הגבלות נוספות שהוחלו לא רק על עיתונאים אלא גם על כל החיילים, היו איסור על הכנסת טלפונים סלולריים לשטחי הלחימה ועל שימוש בזימוניות בלתי מסווגות.

53 ע' דקל (2011). "סיפורו של דובר: מורשת הקרב של אבי בניהו", **בנינו** 10, 13.1.2011, נדלה ב־24.11.2014 מ: <http://www.nana10.co.il/Article/?ArticleID=772644>

54 דייגי, "חשיפת צה"ל בתקשורת".

55 ברוך, "עופרת יצוקה", שם.

56 מקורות: מלחמת לבנון השנייה – לפיד, "מחקר ראשון מסוגו"; עדויות של תא"ל רגב בוועדת וינוגרד (הוועדה לבדיקת אירועי המערכה בלבנון 2006) ובוועדת דורנר; מבצע "עופרת יצוקה" – לפיד, שם; א' עצמון (2009), "תפקוד דובר צה"ל בעופרת יצוקה". נדלה ב־1.1.2015 מ: <http://news.walla.co.il/item/1575873>; מסמך פנימי של דובר צה"ל: "סיכום עופרת יצוקה" מיום 22.1.2009; מבצע "צוק איתן" – חטיבת דובר צה"ל (מידע שנמסר לכתבי המאמר בחודש נובמבר 2014).

57 דובר צה"ל בעת המבצע, תא"ל בניהו, הודה בכך בגלוי: "ביקשתי לשמור את צה"ל והמפקדים שלו מחוץ לשדה המוקשים הפוליטי, כששניים מתוך אלו שניהלו את המלחמה הזו ניהלו במקביל גם מערכת בחירות". ראו: וולברג וניסן, "דובר צה"ל".

58 שם.

59 "פול" הוא הסדר לסיקור אירועים שבהם לא מתאפשרת נוכחות של עיתונאים רבים. עיקרו של ההסדר: נציג, או נציגים, מסקררים את האירוע ומעבירים את המידע או הדיווח לכל אמצעי התקשורת האחרים השותפים להסדר. ראו י' לימור, ח' אדוני ור' מן (2007). לקסיקון לתקשורת. תל־אביב: ידיעות אחרונות, עמ' 472. אחד המקרים המפורסמים של "פול" בתקשורת הישראלית היה מעמד הוצאתו להורג של אדולף אייכמן, כאשר שני נציגים של העיתונות היו נוכחים במקום, ולאחר מכן מסרו את המידע לשאר אמצעי התקשורת. מקור: דובר צה"ל.

60 ראיון עם ראש ענף תקשורת ישראלית בדובר צה"ל, סא"ל עודד הרשקוביץ. תל־אביב, 28.9.2014.

62 ראיון אישי לא לייחוס. ראיון טלפוני, 3.12.2014.

63 כך טענו כתבים צבאיים בשיחות שלא לייחוס.

64 שיטה זו הופעלה בהצלחה על ידי הצבא האמריקני בעת מלחמת המפרץ הראשונה (1991).

65 "מרמרה" הייתה ספינה תורכית שניסתה בחודש מאי 2010 לפרוץ, יחד עם ספינות נוספות, את ההסגר הימי על רצועת עזה. חיילי הקומנדו הימי, שהונחתו ממסוקים על הספינה, הותקפו באלות ברזל ובסכינים בידי נוסעי הספינה. החיילים הגיבו באש חיה וכתוצאה מכך נהרגו תשעה מהנוסעים ונפצעו כעשרים. הפרשה יצרה משבר חמור ביחסים בין תורכיה לבין ישראל, וגרמה נזק תדמיתי חמור לישראל, שכן במשך שעות ארוכות שודרו ברחבי העולם רק תצלומי הפגיעה בנוסעי הספינה (תצלומים של הנוסעים עצמם).

66 ראיון עם ראש ענף תקשורת בי־לאומית בדובר צה"ל, סא"ל פיטר לרנר, ירושלים, 6.10.2014.

67 Limor & Nossek, "The Military"

68 מקור: אתר דובר צה"ל – <http://bit.ly/IutzGjR>

of Israeli Defense Crisis from an Official Spokesperson's Perspective". *Discussion Paper D – 29*. Cambridge MA: The Shorenstein Center, Harvard University, John F. Kennedy School of Government

36 לימור ונוסק, "צבא ותקשורת במאה ה־21".

37 כך תיאר קולונל בארי אי. ונייבל, קצין עיתונות בצבא ארצות הברית, את השינויים שחלו במעורבות העיתונאים שהתלוו לכוחות הלוחמים מאז מלחמת העולם השנייה: "פחות מ־30 עיתונאים ליוו את כל כוח הפלישה לנורמנדי בצרפת, ב־6 ביוני 1944. לעומת זאת, יותר מ־500 עיתונאים הופיעו, בתוך שעות, כדי לכסות את פעולות הלחימה בגרנדה ב־1983 ובפנמה ב־1989. בתחילת מבצע 'סופה במדבר' ב־1991, נכחו יותר מ־1,600 אנשי תקשורת". B.E. Venable (2002). "The Army and the Media". *Military Review*, 82(1). Retrieved on 19.1.2015 from: <http://www.questia.com/library/journal/1P3-107668099/the-army-and-the-media>

38 י' מושיוב (עורכת) (2002). "צה"ל והתקשורת בעתות לחימה. ירושלים: המכון לדמוקרטיה, עמ' 60.

39 ג' שבת (2014). "המשימה: למנוע קצר בתקשורת", **מערכות**, 455, עמ' 42-37.

40 הוועדה, בראשותו של השופט המחוזי בדימוס, אליהו וינוגרד, הוקמה בידי ראש הממשלה, אהוד אולמרט, ושר הביטחון, עמיר פרץ, כדי לחקור את אירועי המלחמה.

41 תמליל עדותה של תא"ל מירי רגב, כפי שפורסם על ידי הוועדה לבדיקת אירועי המערכה בלבנון 2006 (ועדת וינוגרד, עמ' 13-12). נדלה ב־24.11.2014 מ: <http://www.nrg.co.il/images/news1/miri.pdf>

42 הוועדה לקביעת כללי אתיקה לעיתונות בימי מלחמה (2007). "דו"ח הוועדה. תל־אביב: מועצת העיתונות, עמ' 4-2 (להלן: ועדת דורנר).

43 שם, עמ' 4.

44 ראיונות אישיים שלא לייחוס, שנערכו במסגרת המחקר, עם כתבים צבאיים בכירים בעיתונות הישראלית.

45 שם, עמ' 16, 23.

46 שם, עמ' 50-51.

47 דייגי, "חשיפת צה"ל בתקשורת".

48 הוועדה לבדיקת אירועי המערכה בלבנון 2006 (2008). **מלחמת לבנון השנייה: דין וחשבון סופי**. ירושלים. נדלה ב־1 בינואר 2015 מ: <http://www.nrg.co.il/images/news/doah.pdf> (להלן: הוועדה לבדיקת אירועי המערכה בלבנון 2006).

49 ע' ברוך (6.9.2009). "עופרת יצוקה: פחות דברת מיותרת", **ערוץ 7**, נדלה ב־24.11.2014 מ: <http://www.inn.co.il/News/News.aspx/193962> (להלן: ברוך, "עופרת יצוקה").

50 א' לפיד (2011). "מחקר ראשון מסוגו של מח' היסטוריה: הצבא והתקשורת במלחמת לבנון השנייה ובמבצע 'עופרת יצוקה'". נדלה ב־5.11.2014 מ: <http://bit.ly/1uus4Nr> (להלן: לפיד, "מחקר ראשון מסוגו").

51 א' וולברג וי' ניסן (2009). "דובר צה"ל: שימרנו 90%-95% מאמון הציבור", **גלובס**, 13.7.2009, נדלה ב־25.11.2014 מ: <http://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1000480462> (להלן: וולברג וניסן, "דובר צה"ל").