

Russian psychological warfare methods On Facebook during the Ukrainian war - An analytical study on the official page of the Russia Today network.

أساليب الحرب النفسية الروسية في موقع فيسبوك خلال الحرب الأوكرانية - دراسة تحليلية على الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم.

A. T. Saif Amir Eissa ^{*1},
Al Iraqia University - College of Media ^{*1}

م.م. سيف عامر عيسى ^{*1},
الجامعة العراقية - كلية الإعلام ^{*1}

ABSTRACT

The title of the research was "Russian Psychological Warfare Methods on Facebook during the Ukrainian War", and its problem was defined by a main question about "The psychological warfare methods used by Russia through social networking sites on Facebook during the war with Ukraine?" The type of research is descriptive and its methodology is survey. The research community was defined as social networking sites, and the research sample was the official page of the Arabic-language Russia Today network on Facebook. The sample underwent a content analysis process using a comprehensive inventory of journalistic content related to the Russian-Ukrainian war for two months. The content analysis process revealed that the Russia Today network focused on publishing military and political topics, and also focused on using digital propaganda methods, digital political poisoning, terrorism and intimidation in the field of electronic psychological warfare.

الخلاصة

درس البحث أساليب الحرب النفسية الروسية في موقع فيسبوك خلال الحرب الأوكرانية، وتحددت مشكلة البحث بتساؤل رئيسي هو "ما أساليب الحرب النفسية التي استخدمها الجانب الروسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بالصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على موقع الفيس بوك خلال الحرب مع أوكرانيا؟"، وينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية وتم استخدام المنهج المسحي واستمارة تحليل المضمون للوصول إلى نتائج البحث وتحقيق أهدافه، وتحدد مجتمع البحث بمواقع التواصل الاجتماعي، أما عينته فقد تمثلت بالصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم (RT Arabic) الناطقة باللغة العربية على موقع فيس بوك والموثقة بالعلامة الزرقاء، وخضعت العينة لعملية لتحليل المضمون بطريقة الحصر الشامل للمضامين الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية لمدة شهرين، وبينت عملية تحليل المضمون أن شبكة ركزت على نشر الموضوعات العسكرية والسياسية، كما ركزت على استخدام أساليب الدعاية الرقمية والتسميم السياسي الرقمي والإرهاب والتخويف في مجال الحرب النفسية الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية:

الحرب النفسية الإلكترونية، روسيا، أوكرانيا، الدعاية الرقمية، التسميم السياسي الرقمي.

Keywords:

Electronic psychological warfare, Russia, Ukraine, digital propaganda, political poisoning.

Received

Accepted

Published online

استلام البحث

قبول النشر

النشر الإلكتروني

2/4/2025

21 /5/2025

15/6/2025

المقدمة:

شغلت الصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي موقعاً بالغ الأهمية ضمن خارطة وسائل الاتصال في عصرنا الحالي وأخذت حيزاً كبيراً ضمن حياة أفراد المجتمعات البشرية نتيجة انتشار شبكة الإنترنت والتوسع في استخدام محتوياتها وتنوع الخدمات التي تقدمها، فأصبحت شبكة الإنترنت نتيجة لذلك مصدراً مهماً لتلقي المعلومات والأفكار وتبادلها فتوفرت المعلومة للجميع وصار الحصول عليها يتسم بالسهولة ويسر، وقد أثار هذا الأمر اهتمام الحكومات والأنظمة السياسية المختلفة فأدركت أهمية شبكة الإنترنت ودخلت على خط استخدام محتوياتها المتنوعة بقوة ولم تجد الأنظمة السياسية وسطاً ناقلاً للمعلومة خيراً من شبكة الإنترنت ومحتوياته للترويج لبرامجها وأهدافها وسياساتها بشكل مباشر وغير مباشر.

وفي أوقات الحرب كما في أوقات السلم اعتبرت الحرب النفسية واحدة من الأدوات الاستراتيجية المهمة التي تستخدمها الأنظمة السياسية في حسم الصراعات السياسية والعسكرية ما بين الأطراف المتنازعة على مر التاريخ عبر أساليب نفسية متعددة تسعى لخلخلة الجانب المعنوي لدى الأطراف المعادية وتغيير مواقف الأطراف المحايدة عبر وسائل متعددة لتحقيق النصر المعنوي المؤدي إلى النصر المادي على أرض الواقع، وفي هذا المجال قال صن تزو "من الأفضل مهاجمة تفكير العدو بدلاً من البدء بشن الهجوم على مدنه المحصنة" فصن تزو يرى ضرورة مهاجمة الجانب النفسي للعدو لتعبيد الطريق نحو النصر المادي.

ونتيجة لتوسع استخدام وسائل الإعلام التقليدية والحديثة من قبل أفراد المجتمعات البشرية وكثافة تعرضهم لها أدركت الأنظمة السياسية أهمية وسائل الإعلام واستخدمتها في عصرنا الحالي بشكل واسع في مجال الحرب النفسية منذ الحرب العالمية الأولى مروراً بالحرب العالمية الثانية والحرب الباردة وما جاء بعدها من أزمات سياسية وصراعات المسلحة في مختلف دول العالم وصولاً إلى يومنا الحاضر، وقد شنت العديد من الدول حربها النفسية ضد الخصوم عبر وسائل الإعلام لتعزيز موقفها الميداني، وخير مثال على ذلك الحرب النفسية التي مارستها الولايات المتحدة الأمريكية ضد العراق قبل وأثناء حرب الخليج الثانية ١٩٩١م وحرب احتلال العراق سنة 2003م، فقد استخدمت الولايات المتحدة الأمريكية أنواع متعددة من وسائل الإعلام في شن عمليات حرب نفسية استهدفت أفراد المجتمع العراقي من المدنيين والعسكريين ساهمت في سرعة تقدم القوات الأمريكية ونجاحها في احتلال العراق.

وفي ذات الاتجاه لم يكن الصراع الروسي الأوكراني بعيداً عن استخدام أساليب الحرب النفسية عبر وسائل الاتصال المختلفة، وقام الباحث بإجراء دراسة تحليلية اعتمدت على المنهج المسحي هدفت إلى التعرف على أساليب الدعاية النفسية التي استهدفت من خلالها روسيا الجانب الأوكراني عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق تحليل مضمون الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على فيسبوك كعينة تمثل الإعلام الرسمي الروسي للتعرف على الأساليب المستخدمة في الحرب النفسية وهل هي ذات الأساليب التقليدية التي كانت تستخدم في الإعلام التقليدي أم أن هناك أساليب جديدة تم استحداثها تتماشى مع القفزة التطورية التي شهدتها وسائل الإعلام كمياً ونوعياً.

وتضمن البحث ثلاثة مباحث بين المبحث الأول منها الخطوات المنهجية التي اتبعها الباحث في إعداد البحث، وتحدث الثاني عن الحرب النفسية كإطار نظري فبين أهميتها وأهدافها وأساليبها واستخداماتها عبر وسائل الاتصال، أما المبحث الثالث فقد تضمن نتائج البحث التحليلية لأساليب الحرب النفسية المستخدمة من قبل الجانب الروسي أثناء مدة البحث، والنتائج والاستنتاجات والتوصيات والمراجع المستخدمة.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث وتساؤلاته

لم يكن الصراع الروسي الأوكراني بمعزل عن استخدام وسائل الإعلام في مجال الحرب النفسية وقد رافقت العمليات العسكرية داخل الأراضي الأوكرانية عمليات حرب نفسية استهدفت الجانب المعنوي لدى الأطراف المتنازعة، ونظراً لأهمية استخدام وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية في مجال الحرب النفسية ودورها المهم في حسم الصراعات المختلفة ونتيجة لانتشار الصحافة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وشيوع استخدامها في عصرنا الحالي والاعتماد عليها كمصدر أساسي من مصادر المعلومات فقد حاول هذا البحث التعرف على أبرز الأساليب التي استخدمها الجانب الروسي في حربه النفسية ضد الجانب الأوكراني وحلفائه عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال الإجابة على تساؤل رئيسي هو "ما أساليب الحرب النفسية التي استخدمها الجانب الروسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بالصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على موقع الفيس بوك خلال الحرب مع أوكرانيا؟"

ومن هذا التساؤل الرئيسي انبثقت مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

١. ما الموضوعات الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة على الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على موقع فيسبوك خلال مدة البحث؟
٢. ما أساليب الحرب النفسية التي تضمنتها موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية المنشورة على الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على موقع فيسبوك خلال مدة البحث؟
٣. ما المصادر التي اعتمدت عليها الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم للحصول على المعلومات الخاصة بموضوعات الحرب الأوكرانية؟
٤. ما الفنون التحريرية التي استخدمتها الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على موقع فيسبوك في معالجة مواضيع الحرب الروسية الأوكرانية؟
٥. ما عناصر الإبراز المستخدمة في معالجة موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية؟

ثانياً: أهداف البحث

تحدد أهداف البحث بالآتي:

١. التعرف على الموضوعات الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة على الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على موقع فيسبوك خلال مدة البحث.
٢. تحديد أساليب الحرب النفسية التي تضمنتها الموضوعات الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة على الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على موقع فيسبوك خلال مدة البحث.
٣. التعرف على المصادر التي اعتمدت عليها الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم للحصول على المعلومات الخاصة بموضوعات الحرب الأوكرانية.

٤. التعرف على الفنون التحريرية التي استخدمتها الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على موقع فيسبوك في معالجة مواضيع الحرب الروسية الأوكرانية.

٥. التعرف على عناصر الإبراز المستخدمة في معالجة موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية.

ثالثاً: أهمية البحث

تبرز أهمية البحث بالاتجاهين الآتيين:

١. تزايد استخدام الصحافة الإلكترونية في المجتمعات الإنسانية، واعتمادهم عليها كمصدر أساسي من مصادر للمعلومات.

٢. أهمية الحرب النفسية في حسم الصراعات والنزاعات المختلفة من خلال تعديل المواقف والاتجاهات والتأثير على الجانب المعنوي لدى من يتم استهدافهم بها، واستخدام وسائل الإعلام المختلفة والإلكترونية منها بشكل خاص لشن هذا النوع من الحروب.

رابعاً: حدود البحث

١. **الحدود المكانية:** تحددت حدود البحث المكانية بمواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بالصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على موقع الفيس بوك.

٢. **الحدود الزمانية:** انحصرت الحدود الزمانية للبحث بالمدة من (٢٠٢٤/١/١) م - ولغاية (٢٠٢٤/٣/١) م، وهي المدة الزمنية التي تم فيها إخضاع المضامين الصحفية المنشورة في الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم الناطقة باللغة العربية على موقع فيس بوك للتحليل والتفسير للتعرف على أساليب الحرب النفسية التي تم استخدامها في معالجة المواضيع الخاصة بالحرب في أوكرانيا.

٣. **الحدود الموضوعية:** شملت الحدود الموضوعية للبحث المضامين الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية التي قامت بنشرها الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم الناطقة باللغة العربية على فيس بوك.

خامساً: نوع البحث والمنهجية المستخدمة

ينتمي هذه البحث إلى البحوث الوصفية التي تسعى إلى وصف خصائص الظواهر محل البحث^(١)، "والتعرف على عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع المعلومات والبيانات وتحليلها وتفسيرها بما يتيح تقديم صورة دقيقة وموضوعية عن الظاهرة قيد البحث"^(٢)، وإعطاء معلومات عنها وسيعتمد هذا البحث نتيجة لطبيعته على منهج المسح الإعلامي بشقه التحليلي حيث يعتبر هذا المنهج من أكثر المناهج استخداماً في الدراسات الإعلامية وأستخدمه الباحث لتحليل المضامين الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم الناطقة بالعربية على موقع فيس بوك للتعرف على أساليب الحرب النفسية التي استخدمها الجانب الروسي ضد الجانب الأوكراني وحلفائه خلال مدة البحث.

سادساً: مجتمع البحث والعينة المستخدمة

تحدد مجتمع البحث التحليلي بمواقع التواصل الاجتماعي، وفيما يتعلق بعينة البحث ونتيجة لشيوع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وإقبال أفراد الجمهور على استخدامها بشكل واسع اختار الباحث الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم (RT Arabic) باللغة العربية على موقع

(١) شيماء ذو الفقار زغب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009م)، ص 89.

(٢) السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي، ط2، (الشارقة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2002م)، ص 211.

فيس بوك والموثقة بالعلامة الزرقاء لإجراء عملية تحليل المضمون بطريقة الحصر الشامل للمضامين الصحفية الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية التي تم نشرها خلال المدة من ٢٠٢٤/١/١م- ولغاية ٢٠٢٤/٣/١م، كون شبكة روسيا اليوم تعتبر وسيلة رسمية تعبر عن وجهة نظر الحكومة الروسية حول مختلف القضايا والموضوعات، وتحظى بعدد كبير من المتابعين من جهة أخرى حيث بلغ عدد متابعي صفحة (RT Arabic) ٥٩٣ ألف متابع.

سابعاً: أداة جمع المعلومات

للإجابة على تساؤلات البحث وتحقيق أهدافه استعان الباحث بأداة تحليل المضمون، كأداة منهجية للدراسة الكمية والكيفية لمضمون وسيلة الاتصال وتستخدم لفحص مضمون المعلومات المسجلة في وسائل الإعلام^(١)، بهدف التعرف على الموضوعات الخاصة بالحرب الروسية الأوكرانية التي نشرتها الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم الناطقة بالعربية على موقع فيس بوك واستخلاص أساليب الحرب النفسية التي تضمنتها الرسائل الإعلامية ذات العلاقة بموضوع النزاع المنشورة على الصفحة خلال مدة البحث، وقد اعتمد الباحث على وحدة الكلمة والموضوع في تحديد المواضيع التي ستشملها عملية تحليل المضمون، واستناداً إلى مشكلة البحث وتساؤلاته وأهدافه قسم الباحث أداة تحليل المضمون إلى فئتين رئيسيتين هما^(٢):

١. فئة الموضوع (ماذا قيل ؟) وتضمنت الآتي:
 - أ. مواضيع الحرب الروسية الأوكرانية المنشورة على الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم الناطقة باللغة العربية على الفيس بوك خلال مدة البحث.
 - ب. أساليب الحرب النفسية المستخدمة في عرض مواضيع الحرب الروسية الأوكرانية.
 - ت. مصادر المعلومات التي تم الاعتماد عليها في صياغة المضمون الصحفي الخاص بالحرب الروسية الأوكرانية.
٢. فئة الشكل الذي قدمت به المادة الإعلامية (كيف قيل؟) وتضمنت الفئات الفرعية الآتية:
 - أ. الشكل التحريري للمواضيع المنشورة من حيث كونها (أخبار إلكترونية، تقارير إلكترونية، تحقيقات، مقالات، احاديث إلى آخره)
 - ب. عناصر الإبراز المستخدمة في معالجة موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية المنشورة خلال مدة البحث (صور، خرائط، إنفو غراف، مقاطع مرئية، صور مدمجة مع النصوص، رسوم، كاريكاتير).

ثامناً: الصدق والثبات

يعتبر الثبات والصدق بمثابة الجسر الذي يربط بين المفاهيم النظرية والإجراءات المنهجية الإحصائية التي تختبر هذه المفاهيم والنظريات^(٣). فالصدق في تحليل المضمون يبين قدرة الأداة على قياس ما وضعت لقياسه ويرتبط بالإجراءات المتبعة في التحليل ولتحقيق الصدق الظاهري لاستمارة تحليل المضمون بعد تصميمها قام الباحث بتصنيفها إلى فئات وعرفها تعريفاً واضحاً، وعرضت الاستمارة على خبراء في مجال الإعلام ومناهج البحث والدراسات الإعلامية^(*)، لبيان صلاحية الاستمارة وقدرتها على تحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته.

(١) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، (جدة: دار الشروق، 2009م)، ص 21-22.
 (٢) منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، (عمان: دار المسيرة للنشر، 2014م)، ص 394.
 (٣) راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999م)، ص 127.
 (*) عرض الباحث استمارة تحليل المضمون على كل من:

أما الثبات فقد قام الباحث بإعادة تحليل مضمون 20% من حجم عينة البحث التحليلية بعد ثلاثة أسابيع من إجراء عملية التحليل الأولى، ويعرف هذه الإجراء باتساق الباحث مع نفسه^(١)، وباستخدام معادلة هولستي وجد أن معامل الثبات بلغ (٠.٨٨) وهي نسبة ثبات عالية ومقبولة في كافة الدراسات^(٢).

(معادلة هولستي للثبات = $٢ \times ت \div ن١ + ن٢$) حيث (ت) هي الحالات التي تم الاتفاق عليها في مرحلتي التحليل و(ن١، ن٢) المواضيع التي رمزها الباحث وأعاد ترميزها.

$$\text{معامل الثبات} = ٢ \times ٢ \div ٢٥ + ٢٥ = ٠.٨٨$$

تاسعاً: الأساليب الإحصائية

بعد الانتهاء من عملية تحليل المضمون وتدقيق المعلومات ومراجعتها من قبل الباحث تم تفريغ المعلومات في جداول إحصائية واستخراج التكرارات والنسب المئوية وتفسير الجداول للحصول على نتائج البحث.

عاشراً: التعريف بمصطلحات البحث

١. الحرب النفسية: استخدام والأساليب المعنوية والأدوات المادية للتأثير على الجانب النفسي لدى الطرف المستهدف لتغيير أفكاره ومواقفه وسلوكياته تجاه قضية معينة.

٢. موقع الفيس بوك: هو موقع تواصل اجتماعي تديره شركة ميتا يقدم للأفراد والجهات المنظمة إليه خدمات التواصل الاجتماعي من خلال التعبير عن آراءهم والتفاعل معها سلباً أو إيجاباً فضلاً عن التواصل الرقمي عبر الحسابات الشخصية والصفحات العامة والمجموعات عن طريق المنشورات والمحادثات النصية والمقاطع الصوتية والمرئية المرفقة بعناصر الوسائط المتعددة، وأسس الموقع مارك زوكنبرغ سنة ٢٠٠٤م.

٣. الحرب الأوكرانية: هي عمليات غزو عسكرية شاملة توغل من خلالها الجيش الروسي بمختلف صنوفه بأمر من الرئيس الروسي فلاديمير بوتين إلى داخل الأراضي الأوكرانية يوم ٢٤ فبراير ٢٠٢٢م لدعم موالين لموسكو أعلنوا من جانب واحد جمهوريتي لوغ انسك ودونيتسك الشعبيتين، وتمكنت القوات الروسية في هذه العمليات من السيطرة على مساحات واسعة من الأراضي الأوكرانية بضمنها محطة تشرنوبل النووية.

حادي عشر: الدراسات سابقة:

اطلع الباحث على مجموعة من الدراسات السابقة ذات العلاقة باستخدام وسائل الإعلام في مجال الحرب النفسية والدعاية منها ما يأتي:

(١) دراسة سحر خليفة سالم (٢٠٠٥م):^(٣)

هدفت إلى التعرف على "التباين والتمايز في استخدام الأساليب الدعائية ما بين الولايات المتحدة والعراق خلال حرب الخليج الثالثة، وتنتمي هذه الرسالة للدراسات الوصفية واستعانت الباحثة بالمنهج المقارن والتحليل الكيفي اعتماداً على استمارة تحليل المضمون للإجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها، وتحدد مجتمع البحث في هذه الدراسة بـ "تصريحات المسؤولين

أ.د. محسن عبود كشكول، عضو هيئة التدريس في قسم الصحافة بكلية الإعلام / الجامعة العراقية.

أ.م.د. واثق عباس، عضو هيئة التدريس في قسم الصحافة بكلية الإعلام / الجامعة العراقية.

أ.م.د. محمود لطفي السيد، عضو هيئة التدريس في قسم الإعلام بكلية الآداب / جامعة جنوب الوادي.

(١) محمد علي القعاري، الإعلام والمجتمع، (صنعاء: مركز الإعلام الجديد، 2011م)، ص 207.

(٢) شيماء ذو الفقار زغب، مرجع سابق، ص 163.

(٣) سحر خليفة سالم، أساليب الدعاية الأمريكية والعراقية في حرب الخليج الثانية - دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٥م.

العراقيين والأمريكان للمدة من ٢٠٠٣/٣/٢٠م ولغاية ٢٠٠٣/٤/٨م واستخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لمحدودية المدة الزمنية المخصصة لمجتمع البحث المتمثلة بـ(٢٠) يوم هي مدة الحرب الأخيرة ما بين العراق وأمريكا قبل احتلاله سنة ٢٠٠٣م، وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها وجود أساليب دعائية متشابهة بين الجانبين الأمريكي والعراقي مثل (الكذب، التكرار، التشويه، الإجماع، التضخيم والمبالغة، إطلاق التسميات، التخويف)، ومن بين هذه الأساليب ركزت أمريكا في دعايتها على أسلوب الترغيب والكذب على المجتمع الدولي في حين اعتمد العراق على أسلوب التكرار وكشف نوايا الخصم والكذب والرد على الادعاءات الأمريكية، كذلك أشارت النتائج إلى تفوق الجانب الأمريكي على الجانب العراقي في كمية التصريحات الرسمية.

(٢) دراسة حمزة خليل سليمان (٢٠٠٨م):^(١)

هدفت الدراسة إلى التعرف على "مضمون الرسائل النفسية والمنشورات والخطابات السياسية الموجهة إلى المدنيين والعسكريين العراقيين والرأي العام العالمي في أزمة الخليج (١٩٩٠م) قبل وأثناء وبعد معركة عاصفة الصحراء، وتنتمي هذه الأطروحة إلى الدراسات الوصفية واستخدمت منهج المسح التحليلي واستمارة تحليل المضمون لتحقيق أهدافها، وتحدد مجتمع الدراسة بـ"النشرات والوثائق الصادرة عن وكالة الإعلام الأمريكية باللغتين العربية والإنكليزية كمصادر أولية والصحف والمجلات والكتب كمصادر ثانوية" خلال الفترة من ١٩٩٠/٨/٢م ولغاية نيسان ١٩٩١م، واعتمد الباحث عينة ممثلة لنماذج المنشورات الأمريكية التي تم إلقتها على القوات العراقية قبل وبعد العمليات العسكرية وخطابات الرئيس الأمريكي والمحتوى الإعلامي لوسائل الإعلام الموجهة للمجتمع العراقي، وتوصل الباحث إلى مجموعة نتائج كان من أهمها نجاح الحرب النفسية الأمريكية في التأثير على إرادة القتال لدى الجيش العراقي في ساحة العمليات حيث تم إلقاء ما يقرب من (29) مليون منشور يحمل لغة التهديد والإغراء وبطاقات دعوة للاستسلام، وبدأت معالم ذلك النجاح واضحة في استسلام ما يقرب من 85 ألف جندي وضابط عراقي من مختلف الرتب العسكرية دون قتال تائراً بالحملات النفسية الأمريكية في مسرح العمليات.

(٣) دراسة عبد الباسط محمد أبو ناموس (٢٠١٥م):^(٢)

هدفت إلى التعرف على "طبيعة الحرب النفسية التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية في مواجهة العدوان الإسرائيلي على محافظات غزة سنة 2014م، وتنتمي هذا الرسالة إلى الدراسات الوصفية واستعان الباحث بمنهج المسح الميداني بالاعتماد على الاستبانة لتحقيق أهداف البحث والإجابة على تساؤلاتها، وتحدد مجتمع الدراسة في هذا البحث بمدرسي تخصص الإعلام والسياسة وعلم النفس والعلوم الأمنية في الجامعات الفلسطينية والرموز الأمنية والسياسة والإعلامية للتنظيمات الفلسطينية والإعلاميون في الفضائيات والإذاعات في محافظة غزة، واستخدم الباحث أسلوب الحصر الشامل في دراسة مجتمع البحث لمحدودية مفرداته التي بلغ عددها (٢٣٣) مفردة بحثية، وتوصل الباحث إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها استخدام المقاومة الفلسطينية للحرب النفسية لتحقيق دوافع عسكرية واجتماعية ودينية استهدفت التأثير باتجاهيين على بيئة المقاومة وبيئة العدو عسكرياً وأمنياً ونفسياً، أما فيما يتعلق بأساليب الحرب النفسية فقد استخدمت مجموعة أساليب كان من أبرزها المفاجئة العسكرية والتوثيق الدقيق للعمليات وإصدار البيانات العسكرية.

(١) حمزة خليل سليمان، الحرب النفسية الأمريكية على العراق (١٩٩٠م-١٩٩١م)، أطروحة دكتوراه، الجامعة الأردنية، كلية الدراسات العليا، ٢٠٠٨م.

(٢) عبد الباسط أبو ناموس، الحرب النفسية التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية في مواجهة العدوان الإسرائيلي على محافظات غزة عام 2014م، رسالة ماجستير، أكاديمية الإدارة والسياسة، جامعة الأقصى، ٢٠١٥م.

المبحث الثاني: الحرب النفسية؛ وسائلها وأساليبها

تمهيد:

تعتبر الحرب النفسية مصطلح معقد تنوعت تفسيراته وتعددت المسميات التي تشير إليه ولم يتم وضعه في إطار محدد حتى من قبل المتخصصين فيه، ويرجع هذا التنوع إلى مجموعة من العوامل من أهمها تباين الثقافات المجتمعية وطبيعة النظرة إلى المصطلح ومجالات استخدامه كأداة من أدوات إدارة الصراع، فاستناداً إلى عامل التباين الثقافي ما بين المجتمعات الإنسانية على سبيل المثال أطلق عليه العسكريون الألمان تسمية الحرب الفكرية وحرب الأعصاب^(١)، وأطلق عليها البريطانيون تسمية الحرب السياسية في حين وصفها الروس بأنها حرب الدعاية، أما الأمريكيان فقد قالوا عنها بأنها حرب الأعصاب والعمليات المعنوية ورغم تعدد المسميات والتوصيفات إلا إن الجميع اتفقوا على أن ميدان عملياتها هو الجانب المعنوي لدى المستهدفين بها بهدف تغيير قناعاتهم وأفكارهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم^(٢).

أولاً: مفهوم الحرب النفسية وتعريفاتها

فسر معجم وزارة الدفاع الأمريكية مصطلح الحرب النفسية بأنها "استخدام مخطط من جانب الدولة أو مجموعة من الدول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية الموجهة إلى جماعات عدائية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها ومواقفها وسلوكها بطريقة معينة تساعد على تحقيق سياسة وأهداف الدولة المستخدمة أو الدول المستخدمة"^(٣)، ويقترب البريطانيون من المفهوم الأمريكي للحرب النفسية وإن اختلفت تسميتهم لها فقد تبنت الحكومة البريطانية التعريف القائل "الحرب السياسية شكل من أشكال الصراع بين الدول يسعى كل جانب فيه أن يفرض إرادته على خصومه بطرق غير طريقة القوات المسلحة"^(٤)، ويعني ذلك أن عملية فرض الإرادة على الآخر تتم باستخدام وسائل غير مسلحة كالدعاية والعلاقات الدبلوماسية والضغط الاقتصادية لحث الآخر على تغيير مواقفه.

أما الألمان فقد أرسوا في هذا المجال نوع من السياسة الإعلامية تقوم على صناعة الوهم لجسر الهوة ما بين الواقع وما يراد تسويقه، وقد وردت الحرب النفسية كمصطلح في الأدبيات الألمانية لأول مرة في كتاب أصدره الكولونيل بلاو رئيس المعمل النفسي في وزارة الدفاع الألمانية سنة ١٩٣٥م بعنوان (Propaganda ale wathe) ووضع فيه أسس الحرب النفسية ثم شاع بعد ذلك استخدام الحرب النفسية خلال الحرب العالمية الثانية من قبل الحلفاء ودول المحور على السواء وكانت تعبر عن الدعاية المبنية على الاستفادة من دروس علم النفس^(٥)، وفي هذا المجال عرف الروس على لسان لينين الحرب النفسية بأنها (الاستراتيجية التي تؤجل العمليات حتى يصل الانحلال المعنوي لدى العدو إلى حد يجعل الضربة القاضية ممكنة وسهلة)^(٦)، ويمكن تشبيه ما ذهب إليه لينين في تعريفه هذا بعملية انضاج الثمرة إلى المدى الذي يُسهل عملية قطفها بأقل جهد.

(١) مجذوب بخيت محمد، دور وسائل الاتصال في ممارسة الحرب النفسية، مجلة شمال أوروبا، العدد التاسع، ٢٠٢٠م، ص ١٩٦.

(٢) محمد منير حجاب، الحرب النفسية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2005م)، ص ١٢.

(٣) محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص ١٥.

(٤) صلاح نصر، الحرب النفسية، ج ١، (القاهرة: دار القاهرة للطباعة والنشر، ١٩٦٦م)، ص ٩٤.

(٥) فهمي النجار، الحرب النفسية أضواء إسلامية، (الرياض: دار الفضيلة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م)، ص 67.

(٦) حميدة مهدي سميسم، الحرب النفسية، (بغداد: الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٤م)، ص ١٤.

وكان للصين بصمتها في هذا المجال حيث اعتمدت إعادة التثقيف أسلوباً أساسياً في ميدان الحرب النفسية وطبقته على الأسرى الأمريكيين أثناء حرب شبه الجزيرة الكورية (١٩٥٠م-١٩٥٣م) فتم إخضاع هؤلاء الأسرى لعملية غسيل دماغ عبر التثقيف الأيديولوجي باستخدام مجموعة متنوعة من أساليب الدعاية (النشرات، الأفلام الدعائية، المحاضرات الأيديولوجية، مجموعات النقاش) مقرونة بأساليب الترغيب والترهيب لتغيير قناعاتهم، واستناداً إلى التراث العلمي الذي حاول وضع مفهوم محدد للحرب النفسية يعرفها الباحث بأنها: استخدام الأدوات والأساليب المادية والمعنوية للتأثير على الجانب النفسي لدى الطرف المستهدف بهذه الحرب لتغيير قناعاته وأفكاره ومواقفه تجاه قضية معينة.

ثانياً: أهمية الحرب النفسية

تعتبر الحرب النفسية من أخطر أنواع الحروب وأكثرها تعقيداً لأنها تسعى إلى التأثير على الجانب النفسي للأفراد والجماعات بشكل غير محسوس، وتعتمد على أساليب غير تقليدية في فعاليتها وقد ازداد ذلك التعقيد مع التطور المتسارع لوسائل الاتصال الجماهيري وقدرتها على الوصول لأعداد هائلة من المتابعين.

ويمكن القول أن الحرب النفسية تكتسب أهميتها من الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها فهي مهمة لأنها من جهة تستهدف الجانب المعنوي لدى الأفراد والجماعات المعادية حيث "تقوم بدور فعال في قتل إرادة ومعنويات الخصم"^(١)، وتعمل على تطويع إرادته وتهيبته لتلقي الهزيمة والانتصار عليه في الحرب العسكرية بأقل الخسائر، وتسعى من جهة أخرى إلى تحصين الجبهة الداخلية وضمان استقرارها ضد العمليات النفسية المضادة التي تستهدفها في أوقات السلم والحرب.

ثالثاً: أنواع الحرب النفسية

تنقسم الحرب النفسية إلى ثلاثة أنواع هي:

١. الحرب النفسية الاستراتيجية الشاملة التي تستهدف الطرف المعادي بأجمعه مدنيين وعسكريين وهي غير محدودة في زمانها ومكانها فهي تستهدف المجتمع المعادي بأكمله، وتستمر إجراءاتها حتى تحطيم معنويات العدو وانهيار إرادته باستخدام مواضيع تتعلق بالاقتصاد والشؤون العسكرية ومكان الضعف النفسية والسياسية^(٢).

٢. الحرب النفسية التكتيكية التي تستهدف جزءاً من قوات العدو في ميدان القتال ومعسكراته وأماكن انتشار قطعته كما تستهدف البيئة المدنية المتواجدة في أماكن القتال بهدف منعها من تقديم الدعم والمساندة وإحداث حالة من الانفصال ما بين الطرفين المستهدفين، وأبرز ما يميز هذا النوع من الحرب النفسية هو محدودية الزمان والمكان والكتلة البشرية المستهدفة بها.

٣. الحرب النفسية التعزيزية وتهدف إلى تثبيت دعائم النصر الذي حققته الحرب النفسية الاستراتيجية والتكتيكية وتحويل هذا النصر إلى أمر واقع يأخذ صفة الشرعية والاستمرار من خلال فتح قنوات اتصال مع مواطني المناطق التي تم احتلالها أو تحريرها وحثهم على زيادة درجة تعاونهم مع الطرف المنتصر^(٣).

ويتم مواجهة الحرب النفسية بأنواعها المتعددة عبر نوعين من الإجراءات هي:

(١) محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص ٢٦.

(٢) مصطفى الدباغ، المرجع في الحرب النفسية، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٩٨م)، ص ٤٨.

(٣) مصطفى الدباغ، مرجع سابق، ص ٤٩.

١. الإجراءات الوقائية التي تستهدف تحصين الفرد والمجتمع ضد العمليات النفسية التي تشنها الأطراف الأخرى ويتم ذلك عبر عمليات تثقيف سياسي واسعة لشرائح المجتمع المختلفة، وكشف حقيقة العدو وأساليب دعايته وتعميق حالة العداء له.

٢. الإجراءات المضادة التي تستهدف الرد على الحرب النفسية التي يشنها الطرف الآخر، ويشترط في هذه الإجراءات أن تكون بذات المستوى من التخطيط والأداء حتى تكون مؤثرة وتنجح في إيقاف زخم العمليات النفسية المعادية.

رابعاً: أهداف الحرب النفسية

تنقسم أهداف الحرب النفسية إلى^(١):

١. أهداف استراتيجية بعيدة المدى تستهدف تحقيق أهداف مدروسة في فترات زمنية مختلفة تمتد لسنوات ومثال ذلك الرسائل الإعلامية التي تدعو إلى التطبيع العربي الإسرائيلي.

٢. أهداف تكتيكية مؤقتة ذات طابع أي يتم وضعها بشكل تنسجم فيه مع أهداف الخطط والعمليات المرحلية المراد تنفيذها من قبل جهة ما، كما أنها تعد في الغالب مرافقة للأعمال الحربية وهذا ما يجعلها ذات طابع تأثيري مباشر ومن أمثلتها المحاولات التي تبذل في ميدان المعركة لنشر اليأس في صفوف القوات المعادية وبث الذعر وإثارة الشائعات التي تروج لهزائمها واستحالة انتصارها.

خامساً: عناصر الحرب النفسية

الحرب النفسية في أصلها عملية اتصالية تنتقل فيها مجموعة القيم والمعلومات (الرسالة) التي صاغها الطرف القائم بها (المرسل) بأسلوب من أساليب الحرب النفسية عبر وسيلة اتصالية إلى الطرف المستهدف بها (المستقبل)، وعلى هذا الأساس يمكن القول أن الحرب النفسية تتكون من العناصر الاتصالية الآتية:

١. الطرف القائم بالحرب النفسية (المرسل).
٢. القيم والمعلومات (الرسالة) الموجهة إلى الجمهور الصديق والمحايد والمعادى.
٣. أساليب الحرب النفسية.
٤. الوسيلة المستخدمة في إيصال المعلومة: (المنشورات والملصقات، وسائل الإعلام المسموعة والمرئية، وسائل الإعلام الرقمية).
٥. الطرف المستهدف بالرسالة ويقسم إلى: (الجمهور الداخلي، الجمهور الحيادي، جمهور العدو)^(٢).

سادساً: مجالات الحرب النفسية

أن الهدف العام للحرب النفسية هو التأثير على أفكار وآراء وسلوك الأطراف الأخرى التي توجه لها تلك الحرب، وتنقسم تلك الأطراف إلى^(٣):

١. دول معادية بهدف تحطيم الروح المعنوية والإرادة القتالية لدى شعبها وقيادتها وقواتها المسلحة وهذا ما يسهل استسلامها وهزيمتها.

(١) نضال فلاح الضلاعين وآخرون، الدعاية والحرب النفسية، (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م)، ص ١٦٠.

(٢) عبدالباسط محمد أبو ناموس، الحرب النفسية التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية في مواجهة العدوان الإسرائيلي على محافظات غزة عام ٢٠١٤م، رسالة ماجستير، ص ٣٤.

(٣) عبدالباسط محمد أبو ناموس، مرجع سابق، ص ٣٥-٣٦.

٢. دول محايدة لتعديل مواقفها الرسمية والشعبية والانحياز إلى الطرف القائم بالحرب النفسية والتعاطف مع قضيته أو إبقائها في حالة الحياد على أقل تقدير.

٣. دول صديقة وداعمة لتعزيز الأواصر المشتركة وتحقيق مزيد من التعاون معها.

ووفقاً لما تقدم يصنف الباحث مجالات الحرب النفسية وفقاً للعامل الجغرافي إلى الآتي:

١. المجال الدولي بهدف تشكيل رأي عام دولي مساند لما يطرحه الطرف القائم بالحرب النفسية، مثال ذلك الحملة الدعائية النفسية التي قامت بها الولايات المتحدة الأمريكية ضد العراق قبل احتلاله سنة 2003م واستهدفت من خلالها إقناع دول العالم بضرورة الحرب على العراق نتيجة ما يشكله من خطر على الأمن والسلم الدوليين بسبب امتلاكه لأسلحة الدمار الشامل واستعداده لاستخدامها وعلاقة العراق بالتنظيمات الإرهابية.

٢. المجال الإقليمي بهدف تشكيل رأي عام يهدف لعزل الطرف المستهدف بالحرب النفسية عن محيطه الجغرافي وتجريده من أدوات الدعم والمساندة وتأجيج مشاعر العداء ضده وعدم التعاطف معه وبالتالي عدم المبالاة لما سيتعرض له.

٣. المجال المحلي (الداخلي) ويستهدف الطرف القائم بالحرب تحقيق عدة أهداف في هذا المجال منها:

أ. إضعاف إيمان المجتمع المستهدف بالقيم والثوابت والقضايا التي يؤمن بها وتسفيهها وإقناعه بقوة الخصم واستحالة الصمود في المواجهة.

ب. التفريق ما بين شرائح المجتمع المستهدف سياسياً ودينياً واجتماعياً وتعميق حالة الانقسام الداخلي بعد إيجادها.

ت. تشجيع المجموعات المعارضة على القيام بأنشطة تضعف قدرة المجتمع على المواجهة بشكل تدريجي حتى إيصاله إلى حالة الشلل التام.

سابعاً: الحرب النفسية عبر وسائل الإعلام

مع بروز وتطور وسائل الاتصال الجماهيري في النصف الأول من القرن العشرين أدركت الأنظمة السياسية والحكومات أهمية الإعلام كسلاح معرفي يستخدم للتأثير في رأي أفراد المجتمع وسلوكياتهم في أوقات السلم والحرب، وتم استخدام الإعلام في مجال الحرب النفسية خصوصاً في الحرب العالمية الثانية لتأثير على الجانب المعنوي لدى الأطراف المتحاربة من خلال^(١):

١. المواد الصحفية المطبوعة والمنشورات.

٢. البث الإذاعي بلغة الأطراف المعادية.

٣. الأشرطة الوثائقية.

ثم استمر استخدام وسائل الاتصال في مجال الحرب النفسية كسلاح فعال خلال مدة الحرب الباردة وما تلاها، حيث ساهم تطور عمل وسائل الإعلام وظهور البث التلفزيوني بنوعيه الأرضي والفضائي في تسهيل إيصال الرسائل الإعلامية النفسية إلى فئات واسعة من أفراد الجمهور عبر مساحات جغرافية متخفية الحدود الوطنية، وهدفت الحرب النفسية عبر وسائل الاتصال إلى إضعاف الجبهة الداخلية للخصم والتشكيك في القيادات وبث الفرقة وتحطيم الروح المعنوية وزرع اليأس والاستسلام في صفوف المجتمعات المستهدفة^(٢).

(١) صابر السويدي، الإعلام العسكري والحرب النفسية في زمن السلم والحرب، مجلة آراء، ينظر الرابط:

<https://2u.pw/o1iZA38n>

(٢) مجذوب بخيت محمد، مرجع سابق، ص ٢٠٩.

ولم يقتصر استخدام الحرب النفسية على وسائل الإعلام التقليدية (المقروءة والمسموعة والمرئية) فمع توسع استخدام شبكة الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة من قبل شرائح مختلفة من أفراد المجتمعات أدركت جهات مختلفة منها الأنظمة السياسية والحكومات أهمية الشبكة العنكبوتية وقدرتها على التأثير في المتلقي معنويا وسلوكيا، وفي هذا المجال برز لدينا مصطلح الحرب النفسية الإلكترونية فما الذي نعنيه بهذا المصطلح ؟ وهل هي ذاتها الحرب النفسية التقليدية أم حصل ما يغير مفهومها استنادا لطبيعة وسائل الاتصال الجديد.

ثامناً: الحرب النفسية والإعلام الرقمي

في عصر الإعلام الرقمي تحالفت التقنيات الحديثة مع تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الحرب النفسية فأصبح الإعلام الرقمي قادراً على صناعة المعلومة وفبركتها "وليس مجرد نقلها" لتصبح أشد فتكا بالرأي العام والجمهور بصفة عامة^(١)، والقادر على الحسم والانتصار في هذه الحرب النفسية هو المتفوق على غيره في كمية ما يمتلكه من معلومات وقدرات تقنية متقدمة يستطيع من خلالها تشكيل هذه المعلومات وهندستها ثم تقديمها لأفراد الجمهور بطريقة تؤثر على عقولهم وتغير طريقة تفكيرهم.

ظهر مصطلح الحرب النفسية الإلكترونية مع ظهور شبكة الإنترنت والتي تعني "جميع النشاطات والأعمال غير القتالية التي تعتمد نقل الأفكار والمعلومات عبر وسائط الاتصال الجماهيرية للتأثير على قرارات وأفعال الفئة أو الدولة المستهدفة وبالتالي ضرب المعنويات وتثبيط الإرادة"^(٢)، وفي ذات السياق تم تعريفها بأنها "نشاط اتصالي تمارسه الدول المستعمرة وذات السلطة ضد الدول والجماهير المستضعفة باستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة من بث فضائي وإنترنت بخدماته المتنوعة بهدف التأثير وإثارة الخوف بالجمهور المستهدف من خلال ما تبثه من معلومات مضخمة أو من خلال بث سيل ضخم من المعلومات تؤدي إلى إرباك الآخر وتشويشه"^(٣)، واسترشاداً بما سبق يعرف الباحث الحرب النفسية الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت بأنها نشاط اتصالي يتم عبر شبكة الإنترنت وتطبيقاتها وبرامجها توجهه الأطراف المتصارعة ضد بعضها البعض للتأثير على الجانب النفسي لدى الخصم بهدف إرباكه وشل قدرته على المقاومة وتحقيق النصر عليه.

ويرتبط مفهوم الحرب النفسية الإلكترونية بمجموعة مفاهيم منها^(٤):

١. الإرهاب المعلوماتي الذي يتم عن طريق استخدام الحاسوب من قبل مجموعات تهدف إلى إثارة الرعب ونشره لدى أفراد المجتمع المستهدف.
٢. الاستعمار الإعلامي الذي تتعرض فيها ملكية وسائل الإعلام وتركيبها ومضمونها في دولة معينة لضغوط خارجية من المصالح الإعلامية لدولة أخرى.
٣. حرب المعلومات

(١) وليد شايب الدراع وجهاد صحراوي، الفضاء السيبراني وإشكالية الحرب النفسية للمعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة أليف للغة والإعلام والمجتمع، العدد الثالث، المجلد الثامن، 2021م، ص ١٤٢.

(٢) بدرينة محمد العربي، الحرب النفسية الإلكترونية، محاضرة لمجموعة من منتسبي القوات البرية الجزائرية بتاريخ ٢٠١٨/٣/٧م، <https://2u.pw/ykP1XQDd>

(٣) يسرى خالد إبراهيم، الحرب النفسية الإلكترونية، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد ١١، العدد ١٣، ص ١١٦، ٢٠١١م.

(٤) يسرى خالد إبراهيم، مرجع سابق، ص ١٠٩.

ثامناً: أساليب الحرب النفسية عبر وسائل الإعلام.

تستخدم وسائل الإعلام في مجال الحرب النفسية مجموعة من الأساليب من أبرزها:

١. الدعاية (propaganda)

تعتبر الدعاية أداة الحرب النفسية الأولى وأهم أساليبها وأقدمها، واستخدمت خلال العصور المختلفة حتى أصبحت في وقتنا الحاضر نشاطاً أساسياً للحكومات المعاصرة في أوقات الحرب والسلام^(١)، فالدعاية من أهم مرتكزات الحرب النفسية وأدت دوراً فاعلاً في التأثير على الجماهير وتوجهاتهم قديماً وحديثاً، وكان لها دور بارز في حسم الكثير من الصراعات السياسية والأيدولوجية.

تنوعت التعريفات التي فسرت هذا المصطلح فقد عرفها النازيون الألمان بأنها "حث الجماهير على القيام بعمل من الأعمال من شأنه تحويل الإيجابية الكامنة في نفوسهم تجاه مصالحهم ومصالح المجتمع إلى سلبية"^(٢)، واعتبر جوبلز إن هدفها الأساسي هو "السيطرة على الجمهور"^(٣)، فهي أسلوب يستخدم لتغذية الآخرين بمعلومات صحيحة أو غير صحيحة تعمل على تغيير أفكارهم ومعتقداتهم وسلوكياتهم، وعلى هذا الأساس عرفها لاسويل بأنها "الاحتفال عن طريق الرموز" ووصفها بأنها "احتفال" استناداً إلى النظرة الأنجلو سكسونية لهذا المصطلح التي تنفر من الدعاية وتراها قائمة على الكذب والخداع والتزوير^(٤)، في حين تعتبرها دول أخرى أداة شرعية يمكن استخدامها لكسب عقول الناس وإقناعهم بفكرة أو رأي معين عبر إبراز محاسنه وتجميل تفاصيله وإخفاء عيوبه وعلى هذا الأساس قال برتراند راسل عن فن الدعاية الذي يمارسه الساسة والحكومات الحديثة بأنه مشتق من فن الإعلان^(٥).

والخلاصة في الدعاية أن معناها الواسع يعني "قدرة التأثير على الناس بطرق غير شخصية من أجل الوصول إلى أغراض معينة"^(٦)، ويمكن استخدامها كأسلوب من أساليب الحرب النفسية في وسائل الاتصال التقليدية والرقمية للتأثير على أفراد الجمهور المستخدم للوسيلة لتعديل معتقداتهم وأفكارهم وآرائهم وسلوكياتهم تجاه قضية معينة في زمن معين، ويعرفها الباحث بأنها "استخدام وسائل الاتصال التقليدية والرقمية وتطبيقاتها لنشر فكرة ما والترويج لها بين أفراد الجمهور المستخدم للوسيلة وإقناعهم بها استناداً لأدلة مقنعة يقدمها القائم بالاتصال"، فالدعاية السياسية استخدمت وسائل الاتصال الجماهيري وشبكة الإنترنت في نمو الدعاية السياسية بشكل خاص، وتصنف الدعاية إلى أنواع متعددة وفقاً لمجموعة من المعايير من أبرزها:

أ. معيار الهدف من العمل الدعائي، وتصنف وفقاً لهذا المعيار إلى:

- دعاية بيضاء تقوم بها الدوائر الرسمية والمصادر المعروفة لإحداث تأثير إيجابي لدى المستهدف بها.

(١) سحر خليفة سالم، أساليب الدعاية الأمريكية والعراقية في حرب الخليج الثالثة، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإعلام، ٢٠٠٥م، ص ٢٥.

(٢) حميدة مهدي سميسم، الدعاية المضادة وسبل مواجهتها، (تونس: دار الطليعة العربية، ١٩٨٥م)، ص ٣.

(٣) أشواق عباس، العلاقات الإعلامية والإعلانية، (دمشق: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م)، ص ٥.

(٤) سحر خليفة سالم، مرجع سابق، ص ٢٧.

(5) Russell, Bertrand, Free thought and official propaganda, usa, university of Michigan, 1922, p36.

(٦) محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م، ص ٤٢).

- دعاية رمادية موهة غير واضحة الهدف والمصدر تجمع ما بين الحقيقة والكذب ما بين طياتها.

- دعاية حمراء استخدمتها الحركات الثورية ضد القوى الاستعمارية^(١)، كالدعاية التي استخدمتها الجبهة القومية ضد البريطانيين في جنوب اليمن ودعاية الفيت كونغ ضد الأمريكان في فيتنام بدعم من السوفييت.

- دعاية سوداء مجهولة المصدر تعتمد على النشاط السري ويهدف القائمون بها إلى إحداث تغيير سلبي لدى الفئة المستهدفة بها وتوجه إلى الأطراف المعادية.

ب. معيار المضمون وتصنف في هذا الجانب وفقا لمجال القضية من حيث كونها سياسية أو عسكرية أو اجتماعية أو اقتصادية ... إلى آخره.

ت. معيار أسلوب الإقناع وتصنف فيه إلى دعاية مقنعة تستخدم الحجج والبراهين ودعاية غير مقنعة قائمة على الاستمالة العاطفية والضغط على المشاعر.

٢. الإشاعة

تعرف الإشاعة بأنها "بث الخبر مع الترويج له بكل الوسائل المتاحة المكتوبة والمسموعة والمرئية والمحسوسة .. الخ بغية إقناع الآخرين به وتصديقه وخلق حالة نفسية سيئة لدى الخصم من خلاله وهي تلعب دورا حاسما في التأثير على المعنويات وتحطيمها وبالتالي التقليل من قدرة العدو على تحقيق الانتصارات وشل كامل قدراته القتالية ورفع معنويات أفراد الطرف الذي قام ببث الإشاعة سواء كانوا مدنيين أو عسكريين"^(٢)، كما عرفت الإشاعة أيضا بأنها "خبر أو مجموعة من الأخبار الزائفة التي تنتشر في المجتمع بشكل سريع وتتداول بين العامة ظنا منهم على صحتها"^(٣)، ومما تقدم يمكن القول إن الإشاعة هي عبارة عن معلومات مجهولة المصدر تحتوي خليط من الحقائق والأكاذيب يتم إطلاقها من قبل طرف ما لاستهداف الجانب النفسي لدى الطرف الآخر بهدف إرباكه والتشويش عليه وزرع مشاعر الشك لديه تجاه حقيقة يؤمن بها.

٣. الإرهاب السياسي

تبلورت ظاهرة الإرهاب بعد قيام الثورة الفرنسية وما رافقها من أعمال عنف وتدمير وإشاعة رعب بغية تصفية أعداء الثورة وقد عرفه أدونيس عوجة بأنه "منهج نزاع عنيف يرمي الفاعل بمقتضاه بواسطة الرهبة الناجمة عن العنف إلى تغليب رأيه السياسي أو إلى فرض سيطرته على المجتمع أو الدولة من أجل المحافظة على علاقات اجتماعية عامة أو من أجل تغييرها وتدميرها"^(٤)، ويعرفه الباحث بأنه دعم الفعل المعنوي الذي يمارسه القائم بالحرب النفسية ضد الخصم بأفعال مادية عنيفة تعمل على إرهابه وتخويفه والحاق الضرر به لأقناعه بعدم جدوى المقاومة.

٤. غسيل الدماغ والتحويل العقائدي

طبق هذا الأسلوب في العصر الحديث من قبل دول المعسكر الاشتراكي، وقد دشنها السوفييت عبر تجارب بافلوف وكانت الركيزة الأساسية التي أقام عليها الشيوعيون عملية تطويع الإرادة

(١) حميدة مهدي سميسم، الدعاية المضادة وسبل مواجهتها، مرجع سابق، ص ٤.

(٢) رمزي المنياوي، الحرب النفسية والطاير الخامس، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٠م) ص ٦٤.

(٣) المعتمد ناصر عبدالله الهلالي، الشائعات وتأثيرها على أداء المؤسسات الحكومية في المجتمع العماني، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد ٩٣، ص ٢٢١، نوفمبر ٢٠٢٣م.

(٤) حميدة مهدي سميسم، الحرب النفسية، مرجع سابق، ص ١١٤.

وتسخيرها لصالح الحزب والثورة^(١)، وطبقتهما الصين وكوريا الشمالية خلال الحرب الكورية (١٩٥٠م-١٩٥٣م) وقد بدت آثار (تقويم الأفكار) كما سماها الصينيون واضحة على مجموعة من الأسرى الأمريكيين والبريطانيين والنيوزلنديين الذي تحولوا من أعداء للشيوعية والاشتراكية إلى دعاة لها فأستدعى هذا التحول في طريقة تفكير هؤلاء الأسرى وقناعاتهم ومشاعرهم تجاه أسريهم دراسة هذه الظاهرة من قبل المختصين في علم النفس والسياسة^(٢).

تفاوتت النظرة إلى غسيل الدماغ ما بين الفكرين الشرقي والغربي فبينما رأى الغربيون أنها "الأساليب الملتوية واللاشرعية المستخدمة في التحويل الفكري والمذهبي باستعمال وسائل الإيذاء الجسدي والتهديد المطبقة في الدول الشيوعية لحمل الشخص البريء على الاعتراف عن قناعة تامة بجرائم لم يرتكبها وإعادة تشكيل معتقداته السياسية لكي يؤمن بالفكر الاشتراكي"، كان رأى مفكري المعسكر الاشتراكي أن الأمر لا يتعدى عملية إصلاح فكري أيديولوجي للشخص المؤمن بأفكار منحرفة^(٣).

في عصرنا الحالي لم تعد عملية غسيل الدماغ تتطلب السيطرة على الشخص بشكل محسوس كما كان سابقا حيث أصبحت عملية غسيل الدماغ تتم من خلال ما يبيث على هذه الوسائل من معلومات وأفكار حولت اتجاهات ملايين البشر وغيّرت معتقداتهم وطرق تفكيرهم، ولعل أبرز الوسائل التكنولوجية الحديثة التي استخدمت في عصرنا الحاضر لتحقيق هذا الهدف شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي تثبت وتروج لأفكار صناعتها ومن يقف خلفها^(٤).

٥. التسميم السياسي

ظهر هذا الأسلوب في الأدبيات الفرنسية نهاية الستينات وقال عنه خبراء الحرب النفسية الفرنسيون إنه أسلوب يتوجه إلى عقل الإنسان في محاولة لاستبدال القيم التي يؤمن بها بقيم أخرى من خلال تحطيم للقيم السائدة وتسفيهاها عبر أداة التظليل وتعظيم القيم البديلة وإمكانية التعايش معها وجعلها مألوفة وغير مستغربة عبر أداة الترويض، ويمكن تعريفه بأنه "عملية زرع أفكار معينة من خلال الخديعة والكذب مما يترتب عليه عند اكتشاف تلك الحقيقة نوع من الصدمة النفسية الذي يؤدي إلى شلل نفسي وبالتالي عدم القدرة على المواجهة"^(٥)، وتتم عملية التسميم السياسي عبر وسائل الاتصال التقليدية والرقمية من خلال الترويج للقيم والأفكار البديلة بشكل مباشر وغير مباشر، وتتم عملية التسميم السياسي في وسائل الإعلام عبر مجموعة من الأشكال الأتية^(٦):

- أ. التطبيع عبر إيهام الطرف الآخر بالتحول من حالة العداء والصراع إلى حالة التعايش الطبيعي وقبول الأمر الواقع.
- ب. التطويع عبر تسيير الإرادة من طريقها الطبيعي والأصيل إلى طريق آخر من خلال ترويض القيادات الفكرية والنخب المثقفة.
- ت. الاغتراب عبر جعل الفرد مغتربا عن مجتمعه والثقافة التي يعيشها ودفعه إلى أخذ موقف معادي منها.
- ث. التفجير من خلال فك الأواصر بين عناصر الجسد السياسي وبعثرتها وتدخل الطرف القائم بعملية التسميم كوسيط لغرض حل هذه المشكلات.

(١) صلاح نصر، مرجع سابق، ص ٤١.

(٢) حميدة مهدي سميسم، الحرب النفسية، مرجع سابق، ص ١٤٣.

(٣) حميدة مهدي سميسم، الحرب النفسية، مرجع سابق، ص ١٤٣.

(٤) رمزي المنيأوي، مرجع سابق، ص ٦٦.

(٥) حسين حسن عداي، الحرب النفسية، (بيروت: دار النوادر للطباعة والنشر، ٢٠١٠م)، ص ٢١.

(٦) حميدة مهدي سميسم، الحرب النفسية، مرجع سابق، ص ١٥٧.

ج. الاحتواء من خلال التبعية الشاملة للأجنبي بشكل كلي. وفيما يتعلق بأساليب الحرب النفسية في العالم الرقمي فقد أضافت الإمكانيات التقنية المتطورة التي امتازت بها مواقع التواصل الاجتماعي بعداً جديداً لهذه الأساليب فطورت التقليدية منها كالديعاية والإشاعة وغسيل الدماغ، وأضافت لها أساليب أخرى جديدة وفرتها القدرات التقنية لمواقع التواصل الاجتماعي من أبرزها الجيوش الإلكترونية والوسوم (الهاش تاج) والترند^(١)، ويمكن تفصيل ذلك كما يلي^(٢):

١. الاستثمار في الشائعات التي هي في أساسها خبر مختلق يحتوي معلومات موجهة غير صحيحة أو مبالغ بها تحتوي في طياتها جزء ضئيل من الحقيقة وتكون خالية من مصدر يشهد بصحتها، ويتم إطلاق هذه المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لقياس رد الفعل حولها من حيث كونه إيجابي أو سلبي والتعديل عليها تبعاً لذلك.

٢. الاحتيايل المعلوماتي وصناعة الأخبار المزيفة لزرع الشك في المجتمع المستهدف وساعد الجيل الجديد من وسائل الاتصال الرقمية (مواقع التواصل الاجتماعي) في ذلك عبر الهويات المجهولة والأسماء المستعارة والحسابات الوهمية.

٣. الديعاية الرقمية من خلال وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام تقنيات الوسائط المتعددة.

٤. الذباب الإلكتروني الذي يعمل على بناء رأي عام وتوجيهه نحو قيم وأفكار تخدم طرف أو مجموعة أطراف عبر التغريد المتناغم والتعليقات المكثفة ويعتبر بناء الهويات المستعارة أو المزيفة من أهم أساليب الحرب النفسية الحديثة.

٥. إعادة تشكيل الرأي العام رقمياً من خلال محاولة السيطرة على وسائل الاتصال الجماهيري والرقمي حتى تتمكن من الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين وتزويدهم بمعلومات تؤثر على قناعاتهم وأفكارهم وتسعى إلى تغييرها.

٦. افتعال أزمات غير موجودة وهندستها لتوجيه الرأي العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي نحو قضايا هامشية يتم إثارتها على الشبكات الاجتماعية بهدف إلهاء الرأي العام وصرف نظره عن قضايا أهم.

ويفسر الباحث أسلوب افتعال الأزمات ومحاولة بناء رأي إلكتروني تجاه قضية ما عبر الذباب الإلكتروني (الجيوش الإلكترونية) بأنه نوع من التسميم السياسي الرقمي لأفراد المجتمع المستهدف من خلال تحريك عناصر قائمة الأولويات لدى الجمهور عبر دفع قضايا هامشية أو مفتعلة لتتصدر قائمة الاهتمام وإثارة نقاشات مكثفة حولها وتبنيها من قبل أفراد الجمهور وصرف نظرهم عن قضايا أخرى أكثر أهمية والتعظيم عليها حتى يتضاءل الاهتمام بها تدريجياً لحين نسيانها.

المبحث الثالث: أساليب الحرب النفسية الروسية بشأن الحرب الأوكرانية في موقع

فيسبوك

أولاً: فئات الموضوع (ماذا قيل ؟) وتضمنت الفئات الرئيسية الآتية:

١. فئة موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية المنشورة على الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم الناطقة باللغة العربية على الفيس بوك.

يبين الجدول (١) عدد موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية التي عالجتها الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على فيس بوك خلال مدة البحث والتي بلغت (٦٧٥) موضوع توزعت ما بين

(١) طالب كبحول، الديعاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - المفهوم والممارسات، مجلة استراتيجيا، العدد ١٤، جامعة الجليلي بونعامه، ٢٠٢٠م، ص ٦٨.

(٢) جهاد صحراوي ووليد شايب الدراع، مرجع سابق، ص ١٤٦.

موضوعات عسكرية وسياسية وإنسانية واقتصادية وأمنية، وقد جاءت الموضوعات العسكرية في المرتبة الأولى بواقع (٣٥٤) تكرار بنسبة بلغت (٥٢.٤٤%)، وجاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الثانية بواقع (٢٢٨) تكرار بنسبة بلغت (٣٣.٧٧%)، وجاءت الموضوعات الإنسانية في المرتبة الثالثة بواقع (٦٠) تكرار بنسبة بلغت (٨.٨٨%)، وجاءت الموضوعات الاقتصادية في المرتبة الرابعة بواقع (٢١) تكرار بنسبة بلغت (٣.١١%)، أما المواضيع الأمنية فقد جاءت في المرتبة الخامسة بـ(١٢) تكرار بنسبة بلغت (١.٧٧%) كما موضح في الجدول (١).

جدول (١) يبين فئات موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية في صفحة (RT Arabic)

ت	فئة الموضوعات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	عسكرية	٣٥٤	٥٢.٤٤%	الأولى
٢	سياسية	٢٢٨	٣٣.٧٧%	الثانية
٣	إنسانية	٦٠	٨.٨٨%	الثالثة
٤	اقتصادية	٢١	٣.١١%	الرابعة
٥	أمنية	١٢	١.٧٧%	الخامسة
	المجموع	٦٧٥	١٠٠%	

وانقسمت فئة موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية المنشورة على الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم الناطقة باللغة العربية على الفيس بوك إلى الفئات الفرعية التالية:

أ. فئة الموضوعات العسكرية

يبين الجدول (٢) عدد الموضوعات العسكرية التي عالجت قضية الحرب الروسية الأوكرانية والتي بلغ عددها (٣٥٤) موضوع توزعت ما بين عمليات قتالية مصورة واستعراضات عسكرية وعرض قدرات تسليحية ونشاطات عسكرية غير قتالية وبيانات وتصريحات عسكرية عن العمليات القتالية غير المصورة بالإضافة إلى آراء وتحليلات عسكرية واستيلاء على معدات معادية وتدمير أخرى، وجاءت العمليات القتالية المصورة في المرتبة الأولى بواقع (١٥٩) تكرار بنسبة بلغت (٤٤.٩١%)، وجاءت البيانات والتصريحات العسكرية في المرتبة الثانية بواقع (٨٤) تكرار بنسبة بلغت (٢٣.٧٢%)، وأحتل استعراض القدرات التسليحية لأسلحة الجيش الروسي المرتبة الثالثة بواقع (٥٧) تكرار بنسبة بلغت (١٦.١%)، وجاءت الاستعراضات العسكرية والآراء والتحليلات العسكرية للخبراء العسكريين الروس في المرتبة الرابعة بواقع (٢٤) تكرار بنسبة بلغت (٦.٧٧%) لكل منهما، وجاءت النشاطات العسكرية غير القتالية والاستيلاء على المعدات المعادية في المرتبة الخامسة بواقع (٣) تكرارات بنسبة بلغت (٠.٨٤%) لكل منهما كما موضح في الجدول (٢).

جدول (٢) يبين طبيعة الموضوعات العسكرية المرتبطة بالنزاع الروسي الأوكراني في صفحة (RT Arabic)

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	عمليات قتالية مصورة	١٥٩	٤٤.٩١%	الأولى
٢	بيانات وتصريحات عسكرية	٨٤	٢٣.٧٢%	الثانية
٣	قدرات تسليحية	٥٧	١٦.١%	الثالثة
٤	استعراضات عسكرية	٢٤	٦.٧٧%	الرابعة
٥	آراء وتحليلات عسكرية	٢٤	٦.٧٧%	الخامسة
٦	استيلاء على معدات معادية	٣	٠.٨٤%	السادسة
٧	نشاطات عسكرية غير قتالية	٣	٠.٨٤%	السادسة
	المجموع	٣٥٤	١٠٠%	

ب. فئة الموضوعات السياسية

يبين جدول (٣) عدد الموضوعات السياسية التي عالجت قضية الحرب الروسية الأوكرانية والتي بلغت (٢٢٨) موضوع توزعت ما بين تصريحات وبيانات رسمية، وآراء وتحليلات سياسية، ومقابلات ونشاطات مسؤولين روس رفيعي المستوى، وأنشطة دبلوماسية على صعيد الأمم المتحدة ومجلس الأمن قام بها دبلوماسيون روس، وقد جاءت التصريحات والبيانات الرسمية الصادرة عن المؤسسات السياسية الروسية في المرتبة الأولى بواقع (١١٧) تكرار بنسبة بلغت (٥١.٣١%)، وجاءت الآراء والتحليلات السياسية الصادرة عن المؤسسات الإعلامية والخبراء السياسيين والإعلاميين في المرتبة الثانية بواقع (٤٥) تكرار بنسبة بلغت (١٩.٧٣%)، واحتلت مقابلات المسؤولين وأنشطتهم الداخلية والخارجية المرتبة الثالثة بواقع (٣٦) تكرار بنسبة بلغت (١٥.٧٨%)، وجاءت الأنشطة الدبلوماسية للبعثات الروسية وموظفيها في الخارج في المرتبة الرابعة بواقع (٣٠) تكرارات بنسبة بلغت (١٣.١٥%) كما موضح في الجدول (٣).

جدول (٣) يبين طبيعة الموضوعات السياسية المرتبطة بالنزاع الروسي الأوكراني في صفحة (RT Arabic)

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	تصريحات وبيانات رسمية	١١٧	٥١.٣١%	الأولى
٢	آراء وتحليلات سياسية	٤٥	١٩.٧٣%	الثانية
٣	مقابلات ونشاطات مسؤولين	٣٠	١٥.٧٨%	الثالثة
		٦		
٤	نشاطات دبلوماسية	٣٠	١٣.١٥%	الرابعة
	المجموع	٢٢٨	١٠٠%	

يبين الجدول (٤) عدد الموضوعات الإنسانية التي تم معالجتها ضمن قضية الحرب الروسية الأوكرانية وبلغت (٦٠) موضوع وجاءت الخسائر المدنية في المرتبة الأولى بواقع (٣٣) تكرار بنسبة بلغت (٥٥%)، وجاءت عمليات تبادل الأسرى في المرتبة الثانية بـ (١٢) تكرار بنسبة بلغت (٢٠%)، واحتلت عمليات إجلاء النازحين اللاجئين المرتبة الثالثة بـ (٩) تكرارات بنسبة

بلغت (١٥%)، وجاءت الكوارث المرتبطة بالمنشآت النووية والتحذير منها في المرتبة الرابعة ب(٦) تكرارات ونسبة بلغت (١٠%)، كما موضح في الجدول (٤).

جدول (٤) يبين طبيعة الموضوعات الإنسانية المرتبطة بالنزاع الروسي الأوكراني في صفحة (RT Arabic)

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	خسائر مدنية	٣٣	٥٥%	الأولى
٢	عمليات تبادل أسرى	١٢	٢٠%	الثانية
٣	إجلاء نازحين ولاجئين	٩	١٥%	الثالثة
٤	كوارث متوقعة	٦	١٠%	الرابعة
	المجموع	٦٠	١٠٠%	

يبين الجدول (٥) الموضوعات الاقتصادية التي تم معالجتها ضمن قضية الحرب الروسية الأوكرانية وبلغت (٢١) موضوع، وجاءت النشاطات الاقتصادية في المرتبة الأولى بواقع (١٥) تكرار بنسبة بلغت (٧١.٤%)، وجاءت عمليات التبادل التجاري وتدمير المنشآت الاقتصادية في المرتبة الثانية بواقع (٣) تكرارات ونسبة بلغت (١٤.٢٨%) لكل منهما، كما موضح في الجدول (٥).

جدول (٥) يوضح طبيعة الموضوعات الاقتصادية المرتبطة بالنزاع الروسي الأوكراني في صفحة (RT Arabic)

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	نشاطات اقتصادية	١٥	٧١.٤٢%	الأولى
٢	تبادل تجاري	٣	١٤.٢٨%	الثانية
٣	تدمير منشآت اقتصادية	٣	١٤.٢٨%	الثالثة
	المجموع	٢١	١٠٠%	

لم تحتل الموضوعات الأمنية حيزاً كبيراً من تغطية صفحة الشبكة على موقع الفيس بوك خلال مدة البحث، وبلغ عددها أربعة مواضيع توزعت ما بين "عمليات إرهابية" استهدف بها الأوكرانيون المدنيين الروس "حسب توصيف شبكة روسيا اليوم"، وانفلات أمني أدى إلى سرقة كميات كبيرة من الأسلحة في مناطق العدو، والقبض على مجموعة جواسيس يعملون لصالح مؤسسات أمنية أوكرانية، كما موضح في الجدول (٦).

جدول (٦) يبين طبيعة الموضوعات الأمنية المرتبطة بالنزاع الروسي الأوكراني في صفحة (RT Arabic)

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	عمليات إرهابية	٦	٥٠%	الأولى
٢	انفلات أمني في مناطق العدو	٣	٢٥%	الثانية
٣	اعتقال جواسيس	٣	٢٥%	الثالثة
	المجموع	١٢	١٠٠%	

٢. فئة أساليب الحرب النفسية المستخدمة في عرض موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية على الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على موقع الفيس بوك.

يبين الجدول (٧) أساليب الحرب النفسية التي تم استخدامها من قبل شبكة روسيا اليوم التي تنوعت ما بين أساليب تقليدية تم تطويرها لتناسب مع الطبيعة الرقمية لمواقع التواصل الاجتماعي وأخرى جديدة، وجاءت الدعاية الرقمية في المرتبة الأولى وحصلت على (٤١١) تكرار بنسبة بلغت (٦٠.٨٨%)، وجاء الإرهاب والتخويف في المرتبة الثانية بـ(80) تكرار بنسبة بلغت (١١.٨٥%)، أما الإشاعة والتضليل فجاء في المرتبة الثالثة وتم استخدامه بـ(7٢) تكرار بنسبة بلغت (١٠.٦٦%)، وجاء بعده التسميم السياسي الرقمي في المرتبة الرابعة بـ(6٠) تكرار بنسبة بلغت (٨.٨٨%)، وجاء الإغراق المعلوماتي خامسا بنسبة بلغت (٧.٧%) وحصل على (٥٢) تكرار كما موضح في الجدول (٧).

جدول (٧) يبين أساليب الحرب النفسية المستخدمة في عرض موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية على الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الدعاية الرقمية	٤١١	٦٠.٨٨%	الأولى
٢	إرهاب وتخويف	٨٠	١١.٨٥%	الثانية
٣	الإشاعة والتضليل الرقمي	٧٢	١٠.٦٦%	الثالثة
٤	تسميم سياسي رقمي	٦٠	٨.٨٨%	الرابعة
٥	الإغراق المعلوماتي	٥٢	٧.٧%	الخامسة
	المجموع	٦٧٥	١٠٠%	

٣. فئة مصادر المعلومات التي تم الاعتماد عليها في صياغة المضمون الصحفي الخاص بالحرب الروسية الأوكرانية.

يبين الجدول (٨) طبيعة مصادر المعلومات التي اعتمدت عليها شبكة روسيا اليوم في صياغة المضمون الصحفي الخاص بالحرب الروسية الأوكرانية، وأظهرت عملية تحليل المضمون اعتماد الشبكة على المصادر الرسمية الروسية في صياغة المحتوى الصحفي ذو العلاقة بالحرب الروسية الأوكرانية حيث جاءت المصادر الرسمية في المرتبة الأولى بـ (١٩٩) تكرار ونسبة بلغت (٨٨.٤٤%)، أما المصادر غير الرسمية فقد كان الاعتماد عليها محدودا وحصلت على بـ(٢٦) تكرار بنسبة بلغت (١١.٥٥%) كما موضح في الجدول (٨).

جدول (٨) يوضح طبيعة مصادر المعلومات التي تم الاعتماد عليها

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	مصادر رسمية	١٩٩	٨٨.٤٤%	الأولى
٢	مصادر غير رسمية	٢٦	١١.٥٥%	الثانية
٣	مصادر مجهولة	٠	٠%	الثالثة
	المجموع	٢٢٥	١٠٠%	

ثانياً: فئة الشكل الذي قدمت به المادة الإعلامية (كيف قيل ؟)، وتضمنت الفئات الرئيسية الآتية:

١. فئة الشكل التحريري للمواضيع المنشورة في الصفحة الرسمية لشبكة روسيا اليوم على فيس بوك من حيث كونها (أخبار، تقارير، تحقيقات، مقالات، مقابلات، احاديث). يوضح الجدول (٩) الأشكال التحريرية التي عولجت بها مواضيع الحرب الروسية الأوكرانية وتبين من خلال عملية تحليل المضمون أنها كانت تصاغ على شكل أخبار بسيطة ومركبة تعتمد على تقنية الوسائط المتعددة التي تتكون من نص قصير ورابط نص فائق أرفقت به صورة أو مقطع مرئي، وجاءت الأخبار القصيرة في المرتبة الأولى بـ(200) تكرار ونسبة (88.8%)، تلتها الأخبار المركبة في المرتبة الثانية بـ(٢٥) تكرار ونسبة (11.12%)، في حين تم استخدام فنون التحرير الصحفي الأخرى بشكل موسع داخل الموقع الرسمي لشبكة (RT) على شبكة الإنترنت، كما موضح في الجدول (٩).

جدول (٩) يوضح الشكل التحريري لمواضيع الحرب الروسية الأوكرانية المنشورة في الصفحة

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	أخبار بسيطة	٢٠٠	٨٨.٨٩%	الأولى
٢	أخبار مركبة	٢٥	١١.١٢%	الثانية
	المجموع	٢٢٥	١٠٠%	

٢. فئة عناصر الإبراز المستخدمة في معالجة موضوعات الحرب الروسية الأوكرانية. يوضح الجدول رقم (١٠) عناصر الإبراز التي اعتمدت عليها شبكة روسيا اليوم في صياغة المضمون الصحفي الخاص بالحرب الروسية الأوكرانية، وأظهرت عملية تحليل المضمون اعتماد الشبكة على ثلاثة أنواع من عناصر الإبراز التي تم إرفاقها هي الصور وروابط النص الفائقة والمقاطع المرئية، وقد جاءت روابط النص الفائقة في المرتبة الأولى بـ(٢٢٥) تكرار بنسبة (50%) من مجموع عناصر الإبراز المستخدمة حيث تم إرفاق الروابط مع كافة الموضوعات التي تم نشرها، وجاءت الصور بمختلف أنواعها في المرتبة الثانية بـ(١٥٦) تكرار وبنسبة (٣٤.٦٦%)، وجاءت المقاطع المرئية بنوعيتها (العسكري والمدني) في المرتبة الثالثة بـ(٦٩) تكرار وبنسبة (١٥.٣٣%) كما موضح في الجدول (١٠).

جدول (١٠) يوضح عناصر الإبراز التي تم استخدامها في معالجة موضوعات الحرب

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	روابط النص الفائقة	٢٢٥	٥٠%	الأولى
٢	الصور	١٥٦	٣٤.٦٦%	الثانية
٣	المقاطع المرئية	٦٩	١٥.٣٣%	الثالثة
	المجموع	٤٥٠	١٠٠%	

٣. فئة الصور: يوضح الجدول (١١) نوعية الصور المستخدمة كعناصر إبراز في موضوعة البحث، وجاءت الصور الموضوعية في المرتبة الأولى بـ(٩٣) تكرار ونسبة (59.61%)، وجاءت الصور الخبرية في المرتبة الثانية بـ(٤٦) تكرار ونسبة (٢٩.٤٨%)، أما الصور الشخصية فجاءت ثالثاً بـ(١٧) تكرار ونسبة (١٠.٨٩%) كما موضح في الجدول (١١).

جدول (١١) يوضح نوعية الصور المستخدمة كعناصر إبراز في موضوعات الحرب

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الصور الموضوعية	٩٣	٥٩.٦١%	الأولى
٢	الصور الخبرية	٤٦	٢٩.٤٨%	الثانية
٣	الصور الشخصية	١٧	١٠.٨٩%	الثالثة
	المجموع	١٥٦	١٠٠%	

٤. فئة المقاطع المرئية: يوضح الجدول (١٢) نوعية المقاطع المرئية المستخدمة كعناصر إبراز في موضوعة البحث، وجاءت المقاطع المرئية العسكرية في المرتبة الأولى بـ(٦٤) تكرار ونسبة (92.75%)، وجاءت المقاطع المرئية المدنية ثانياً بـ(٥) تكرارات ونسبة (٧.٢٤%) كما موضح في الجدول (١٢).

جدول (١٢) يوضح المقاطع المرئية المستخدمة كعناصر إبراز في موضوعات الحرب

ت	الفئات الفرعية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	المقاطع المرئية العسكرية	٦٤	٩٢.٧٥%	الأولى
٢	المقاطع المرئية المدنية	٥	٧.٢٤%	الثانية
	المجموع	٦٩	١٠٠%	

❖ نتائج البحث

استناداً لعملية تحليل المضمون توصل الباحث إلى النتائج الآتية:

١. بلغت الموضوعات الصحفية التي عالجت الحرب الروسية الأوكرانية خلال مدة البحث (٦٧٥) موضوعاً تنوعت ما بين موضوعات عسكرية وسياسية وأمنية وإنسانية واقتصادية.
٢. ركزت شبكة روسيا اليوم عبر صفحتها على الفيس بوك على تغطية الموضوعات العسكرية بشكل مكثف وجاءت في المرتبة الأولى ضمن خارطة التغطية الصحفية بنسبة بلغت (٥٢.٤٤%)، ويعتبر التركيز على عرض الموضوعات العسكرية المختلفة في التغطية الصحفية لأي وسيلة إعلامية نوعاً من أنواع الحرب النفسية، فعرض العمليات القتالية المصورة، والبيانات والتصريحات العسكرية، وإثبات تفوق القدرات التسليحية للقوات الروسية بمختلف صنوفها، واستعراض القوات العسكرية، والآراء والتحليلات العسكرية توجه رسائل اتصالية تتضمن أساليب متنوعة للحرب النفسية، فهي من جهة تقوم بدعاية رقمية للقدرات العسكرية الروسية، وتستخدم من جهة أخرى أسلوب الإرهاب والتخويف للجانب الأوكراني لزرع الخوف لدى أفراد مجتمعه من مدنيين وعسكريين بشكل يؤدي إلى إضعاف الجانب المعنوي وانهياره لديهم، وتقوم بعملية إغراق معلوماتي عبر البيانات والتصريحات والتحليلات العسكرية.
٣. جاءت الموضوعات السياسية المتعلقة بالحرب الروسية الأوكرانية في المرتبة الثانية بعد الموضوعات العسكرية بنسبة (٣٣.٧٧%)، وانقسمت الموضوعات السياسية إلى فئات فرعية

أولها تصريحات وبيانات للمسؤولين الروس رفيعي المستوى كالرئيس بوتين ورئيس الوزراء ميدفيدف ووزير الخارجية لافروف والمؤسسات التي يقودونها وبلغت نسبة هذه الفئة ضمن المواضيع السياسية (٥١.٣١%)، تليها في المرتبة الثانية الآراء والتحليلات السياسية المرتبطة بالأزمة بنسبة (١٩.٧٣%)، ويرى الباحث أن فئات الموضوعات السياسية استخدمت من قبل شبكة روسيا اليوم كرسائل اتصالية تضمنت أساليب نفسية منها الدعاية الرقمية والتسميم السياسي الرقمي والإغراق المعلوماتي استناداً إلى ما يقدمه المسؤولون الروس من معلومات وتصريحات وبيانات وأنشطة سياسية ودبلوماسية حول الأزمة.

٤. كان اهتمام الشبكة بالموضوعات الأمنية والإنسانية والاقتصادية ضعيفاً فجميعها لم تحقق سوى نسبة (١٣%) من حجم الموضوعات الخاصة بالأزمة وهي نسبة محدودة إذا ما قورنت بالموضوعات العسكرية والسياسية، ففي الجانب الإنساني اتهمت شبكة روسيا اليوم أوكرانيا باستهداف المدنيين الروس بعملياتها على عكس القوات الروسية التي تعالج الأهداف العسكرية المعادية وتعمل على تحييد المدنيين، كما إنها تسهل عمليات تبادل الأسرى وتسهل عمليات إجلاء النازحين وتحافظ على سلامة المنشآت النووية وتحذر من عواقب استهدافها، وفي الجانب الاقتصادي قالت الشبكة إن العقوبات التي فرضت على روسيا لن تؤثر على الاقتصاد الروسي ولن يتأثر الوضع الاقتصادي للمجتمع الروسي بها، أما في الجانب الأمني فكانت الموضوعات محدودة جداً ولم تقم الشبكة بعرض أي حوادث ذات طبيعة أمنية لبث الاطمئنان لدى متابعيها على سلامة الأمن الداخلي الروسي وبقظة الأجهزة الأمنية.

٥. في مجال الحرب النفسية ركزت شبكة RT على الدعاية الرقمية التي جاءت في المرتبة الأولى ضمن قائمة الأساليب النفسية المستخدمة في إدارة الصراع بنسبة (٦٠.٨٨%)، وجاء الإرهاب والتخويف في المرتبة الثانية بنسبة (١١.٨٥%)، وجاء الإشاعة والتضليل الرقمي في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (١٠.٦٦%)، واحتل التسميم السياسي الرقمي المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (٨.٨٨%)، وجاء الإغراق المعلوماتي في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (٧.٧%).

٦. اعتمدت الشبكة في معلوماتها على المصادر الرسمية المدنية والعسكرية في (١٩٩) مادة صحفية تحدثت عن الحرب الروسية الأوكرانية بنسبة (٨٨.٤٤%)، واعتمدت على المصادر غير الرسمية بشكل محدود في (٢٦) مادة صحفية بنسبة (11.55%).

٧. استخدمت الشبكة في صفحتها على الفيس بوك الخبر البسيط والمركب في تغطيتها الصحفية وحصل الخبر البسيط على (٢٠٠) تكرار بنسبة (88.89%) في حين حصل الخبر المركب على (٢٥) تكرار بنسبة (١١.١٢%).

٨. استعملت الشبكة عناصر إبراز متعددة رافقت المحتوى الإخباري الخاص بالحرب الروسية الأوكرانية، وجاءت روابط النص الفائق في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (١٠٠%) وتم استخدامها في جميع الموضوعات، تلتها الصور بأنواعها المختلفة (الموضوعية، الإخبارية، الشخصية) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (34.66%)، وجاءت المقاطع المرئية في المرتبة الثالثة بنسبة (١٥.٣٣%).

٩. استخدمت الصور بمختلف أنواعها كعناصر إبراز مرفقة بالأخبار المنشورة، وحصلت الصور الموضوعية على المرتبة الأولى بـ (٩٣) تكرار بنسبة (٥٩.٦١%)، وجاءت الصور الخيرية في المرتبة الثانية بـ (٤٦) ونسبة (٢٩.٤٨%)، وجاءت الصور الشخصية في المرتبة

الثالثة بـ(١٧) تكرار ونسبة (١٠.٨٩%)، وتساهم الصور في إقناع المتلقي بصحة معلومات الرسائل الاتصالية ودقتها وهي بالتالي تعمل على تحقيق أهداف الحرب النفسية. ١٠. استخدمت المقاطع المدنية والعسكرية كعناصر إبراز مرفقة بالمادة الصحفية، وجاءت المقاطع العسكرية في المرتبة الأولى بـ(٦٤) تكرار ونسبة (٩٢.٧٥%)، مقابل ٥ مقاطع مدنية بنسبة (٧.٢٤%)، وتدعم المقاطع المرئية المحتوى الإعلامي وتعتبر دليل قوي على صحة المعلومات التي تروج لها الوسيلة الإعلامية.

❖ الاستنتاجات

١. ركزت قائمة أولويات شبكة روسيا اليوم على الموضوعات العسكرية والسياسية كانعكاس للسياسة التحريرية للدولة الروسية فيما يتعلق بهذه القضية كونها وسيلة رسمية حكومية.
٢. لم تولي الموضوعات الأخرى المتعلقة بالحرب مساحة كافية وكانت تغطية الموضوعات الأمنية والإنسانية والاقتصادية متواضعة قياساً بالجانب العسكري والسياسي، ويمكن استقراء ذلك كنوع من رسائل تطمين على استقرار الجوانب الإنسانية والاقتصادية والأمنية في روسيا.
٣. ركزت الشبكة على الدعاية الرقمية كأسلوب من أساليب الحرب النفسية عبر إبراز القدرات العسكرية المتطورة للمعدات العسكرية الروسية وبيان قدراتها الهجومية والدفاعية المتقدمة عبر عرضها المكثف للمقاطع المرئية القتالية والصور وتركيزها على قدرة المعدات الروسية على تدمير المعدات العسكرية الأمريكية والأوروبية الصنع التي يمتلكها الجيش الأوكراني، ويفسر الباحث التركيز الروسي على أسلوب الدعاية الرقمية بأنه موروث من المدرسة السوفيتية في الحرب النفسية التي كانت تولي الدعاية اهتماماً خاصاً في عملية إدارة الصراع خلال الحرب الباردة.
٤. استخدمت شبكة روسيا اليوم أسلوب الإرهاب والتخويف من خلال عرض القدرات التدميرية للأسلحة الروسية بما فيها الترسانة الصاروخية فضلاً عن العروض العسكرية.
٥. استخدمت روسيا اليوم أسلوب الإشاعة والتهويل من خلال بث معلومات مبالغ بها حول عدد قتلى الجيش الأوكراني والعناصر الكيميائية التي يطورها الأمريكان في أوكرانيا دون تقديم دليل مقنع على وجودها.
٦. حاولت شبكة روسيا اليوم استخدام التسميم السياسي الرقمي وبدى ذلك واضحاً في تبنيها لتصريحات المسؤولين الروس المدنيين والعسكريين الذين وصفوا الحرب بأنها "عملية عسكرية خاصة" ويوحى هذا الوصف من قبلهم بمحدوديتها وهذا عكس الواقع الذي يشير إلى أنها شاملة تستهدف كل الأراضي الأوكرانية، ويبررون تنفيذ هذه العملية بأنها لأجل الدفاع عن الأقليات الموالية لروسيا في دونباس ودونت سيك الأوكرانيتين.
٧. استخدمت روسيا اليوم أسلوب الإغراق المعلوماتي من خلال نشر كميات هائلة من المعلومات عبر البيانات والتحليلات العسكرية والتصريحات والتحليلات السياسية حول الأزمة الأوكرانية بطريقة تربك المتابع وتحد من قدرته على تدقيق المعلومات والتأكد من صحتها.
٨. اعتمدت روسيا اليوم على المصادر الرسمية في التماس المعلومات حول الحرب في أوكرانيا بشكل واسع نتيجة لسياستها التحريرية التي ترسمها الحكومة الروسية.
٩. ركزت روسيا اليوم على الأخبار الصحفية البسيطة والمركبة مقرونة بروابط النص الفائق نتيجة لطبيعة مواقع التواصل الاجتماعي القائمة على التكثيف والاختصار، وتوسعت في استخدام الفنون الصحفية الأخرى داخل موقعها الإلكتروني.

١٠. ركزت روسيا اليوم على الصور والمقاطع المرئية لكونها أكثر وسائل الإبراز إقناعاً وجذباً لأفراد الجمهور وتساهم بشكل فعال في تحقيق أهداف الحرب النفسية.

❖ التوصيات

١. ضرورة الاهتمام بدراسة المحتوى الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متعمق.
٢. ضرورة الاستفادة من الإمكانيات التقنية التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الصحفي.
٣. ضرورة التعرف على كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في عملية تشكيل الرأي العام والإفادة من انتشارها وتعلم استخدامها بشكل احترافي.
٤. ضرورة اكتساب المزيد من الخبرة في مجال الأمن السيبراني والحرب النفسية الإلكترونية الدفاعية منها على وجه الخصوص لتحسين المجتمع من محاولات الاختراق الثقافي والتسميم السياسي الإلكتروني.
٥. الاستفادة القصوى من تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الحرب النفسية الإلكترونية.

❖ مصادر البحث

- (١) أشواق عباس، العلاقات الإعلامية والإعلانية، الجمهورية العربية السورية، (دمشق: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م).
- (٢) حسين حسن عداي، الحرب النفسية، (بيروت: دار النوادر للطباعة والنشر، ٢٠١٠م).
- (٣) حمزة خليل سليمان، الحرب النفسية الأمريكية على العراق (١٩٩٠-١٩٩١)، أطروحة دكتوراه، الجامعة الأردنية، كلية الدراسات العليا، ٢٠٠٨م.
- (٤) حميدة سميسم، الدعاية المضادة وسبل مواجهتها، (تونس: دار الطليعة العربية، ١٩٨٥م).
- (٥) حميدة مهدي سميسم، الحرب النفسية، (بغداد: الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٤م).
- (٦) راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999م).
- (٧) رمزي المنياوي، الحرب النفسية والطابور الخامس، (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١٠م).
- (٨) سحر خليفة سالم، أساليب الدعاية الأمريكية والعراقية في حرب الخليج الثانية – دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠٠٥م.
- (٩) السيد أحمد مصطفى، البحث الإعلامي، ط2، (الشارقة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2002م).
- (١٠) شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009م).
- (١١) صلاح نصر، الحرب النفسية، ج١، (القاهرة: دار القاهرة للطباعة والنشر، ١٩٦٦م).
- (١٢) طالب كيحول، الدعاية عبر مواقع التواصل الاجتماعي – المفهوم والممارسات، مجلة استراتيجيا، العدد ١٤، جامعة الجليلي بونعامه، ٢٠٢٠م.
- (١٣) عبد الباسط محمد أبو ناموس، الحرب النفسية التي استخدمتها المقاومة الفلسطينية في مواجهة العدوان الإسرائيلي على محافظات غزة عام 2014م، رسالة ماجستير منشورة، أكاديمية الإدارة والسياسة، جامعة الأقصى، 2015م.

- ١٤) عدنان عبد عبد الحسن، الدعايتان الروسية والأمريكية في الصحافة الإلكترونية إزاء معركة حلب، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ٢٠١٨م.
- ١٥) فهمي النجار، الحرب النفسية أضواء إسلامية، (الرياض: دار الفضيحة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م).
- ١٦) مجذوب بخيت محمد، دور وسائل الاتصال في ممارسة الحرب النفسية، مجلة شمال أوروبا، العدد التاسع، ٢٠٢٠م.
- ١٧) محمد جودت ناصر، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).
- ١٨) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، (جدة: دار الشروق، 2009م).
- ١٩) محمد علي القعاري، الإعلام والمجتمع، (صنعاء: مركز الإعلام الجديد، 2011م).
- ٢٠) محمد منير حجاب، الحرب النفسية، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2005م).
- ٢١) مصطفى الدباغ، المرجع في الحرب النفسية، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٩٨م).
- ٢٢) المعتصم ناصر عبدالله الهلالي، الشائعات وتأثيرها على أداء المؤسسات الحكومية في المجتمع العماني، مجلة بحوث الشرق الأوسط، العدد ٩٣، نوفمبر ٢٠٢٣م.
- ٢٣) منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، (عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر، 2014م).
- ٢٤) نضال فلاح الضلاعين وآخرون، الدعاية والحرب النفسية، (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ٢٥) وليد شايب الدراع وجهاد صحراوي، الفضاء السيبراني وإشكاليه الحرب النفسية للمعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة أليف للغة والإعلام والمجتمع، العدد الثالث، المجلد الثامن، 2021م.
- ٢٦) يسرى خالد إبراهيم، الحرب النفسية الإلكترونية، مجلة الباحث الإعلامي، المجلد ١١، العدد ١٣.
- ٢٧) بدرينة محمد العربي، الحرب النفسية الإلكترونية، محاضرة لمجموعة من منتسبي القوات البرية الجزائرية، ٢٠١٨م، <https://2u.pw/ykP1XQDd>.
- ٢٨) صابر السويديان، الإعلام العسكري والحرب النفسية في زمن السلم والحرب، مجلة آراء، ينظر الرابط: <https://2u.pw/o1iZA38n>
- 29) Russell, Bertrand, Free thought and official propaganda, (USA: university of Michigan, 1922).

❖ Research Sources

- 1) Abdul Basit Muhammad Abu Namous, Psychological Warfare Used by the Palestinian Resistance in Confronting the Israeli Aggression on the Gaza Governorates in 2014, Published Master's Thesis, Academy of Administration and Politics, Al-Aqsa University, 2015.

- 2) Adnan Abdul Abdul Hassan, Russian and American Propaganda in Electronic Journalism Regarding the Battle of Aleppo, Master's Thesis, University of Baghdad, College of Media, Department of Journalism, 2018.
- 3) Al-Mu'tasim Nasser Abdullah Al-Hilali, Rumors and Their Impact on the Performance of Government Institutions in Omani Society, Middle East Research Journal, Issue 93, November 2023.
- 4) Ashwaq Abbas, Media and Advertising Relations, Syrian Arab Republic, (Damascus: Syrian Virtual University, 2020).
- 5) Badrina Muhammad Al-Arabi, Electronic Psychological Warfare, Lecture to a Group of Algerian Ground Forces Members, 2018, <https://2u.pw/ykP1XQDd>.
- 6) Fahmi Al-Najjar, Psychological Warfare, Islamic Lights, (Riyadh: Dar Al-Fadhila for Publishing and Distribution, 2005).
- 7) Hamza Khalil Suleiman, The American Psychological War on Iraq (1990-1991), PhD Thesis, University of Jordan, Faculty of Graduate Studies, 2008.
- 8) Hamida Mahdi Smeisem, Psychological Warfare, (Baghdad: Dar Al-Thaqafiya for Publishing, 2004).
- 9) Hamida Smeisem, Counter-Propaganda and Ways to Confront It, (Tunis: Dar Al-Tali'ah Al-Arabiya, 1985).
- 10) Hussein Hassan Aday, Psychological Warfare, (Beirut: Dar Al-Nawader for Printing and Publishing, 2010).
- 11) Majzoub Bakhit Muhammad, The Role of Communication Media in Practicing Psychological Warfare, North European Magazine, Issue 9, 2020.
- 12) Manal Hilal Al-Mazharah, Media Research Methodologies, (Amman: Dar Al-Masirah Publishing House, 2014).
- 13) Mohammed Abdel Hamid, Content Analysis in Media Research, (Jeddah: Dar Al-Shorouk, 2009).
- 14) Mohammed Ali Al-Qaari, Media and Society, (Sana'a: New Media Center, 2011).
- 15) Mohammed Munir Hijab, Psychological Warfare, (Cairo: Dar Al-Fajr for Publishing and Distribution, 2005).
- 16) Muhammad Jawdat Nasser, Propaganda Advertising and Public Relations, (Amman: Majdalawi Publishing and Distribution House, 2008).

- 17) Mustafa Al-Dabbagh, Reference in Psychological Warfare, (Beirut: Arab Foundation for Studies and Publishing, 1998).
- 18) Nidal Falah Al-Dalaeen and others, Propaganda and Psychological Warfare, (Amman: Dar Al-Asar Al-Ilmi for Publishing and Distribution, 2015).
- 19) Ramzi Al-Minyawi, Psychological Warfare and the Fifth Column, (Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi, 2010).
- 20) Rasem Muhammad Al-Jamal, Introduction to Research Methods in Media Studies, (Cairo: Cairo University Center for Open Education, 1999).
- 21) Russell, Bertrand, Free Thought and Official Propaganda, (USA: University of Michigan, 1922).
- 22) Saber Al-Suwaidan, Military Media and Psychological Warfare in Times of Peace and War, Opinions Magazine, see the link: <https://2u.pw/o1iZA38n>.
- 23) Sahar Khalifa Salem, American and Iraqi Propaganda Methods in the Second Gulf War - A Comparative Study, Master's Thesis, University of Baghdad, College of Media, Department of Journalism, 2005.
- 24) Salah Nasr, Psychological Warfare, Part 1, (Cairo: Cairo House for Printing and Publishing, 1966).
- 25) Sayed Ahmed Mustafa, Media Research, 2nd ed., (Sharjah: Al-Falah Library for Publishing and Distribution, 2002).
- 26) Shaimaa Zulfiqar Zaghbi, Research Methods and Statistical Uses in Media Studies, (Cairo: Dar Al-Masryah Al-Lubnaniyyah, 2009).
- 27) Talib Kayhoul, Propaganda via Social Media - Concept and Practices, Strategy Magazine, Issue 14, Djillali Bounaama University, 2020.
- 28) Walid Shaib Al-Daraa and Jihad Sahrawi, Cyberspace and the Problem of Psychological Information Warfare via Social Media, Alif Journal of Language, Media and Society, Issue 3, Volume 8, 2021.
- 29) Yusra Khaled Ibrahim, Electronic Psychological Warfare, Media Researcher Magazine, Volume 11, Issue 13.