



مركز الخليج للأبحاث
المعروفة للجمعية



الإعلام الخليجي في مواجهة... الرواية والدعاية ومنظومة الحرب النفسية



اللواء البحري (م) المهندس / صالح بن صنيده العتيبي
مستشار أول دراسات دفاعية وأمنية
بمركز الخليج للأبحاث



@Gulf_Research Gulfresearchcenter gulfresearchcenter gulfresearchcenter

25
Gulf Research Center
Knowledge For All

الإعلام الخليجي في مواجهة... الرواية والدعاية ومنظومة الحرب النفسية

تلعب الدعاية دوراً محورياً في النزاعات والصراعات الحديثة، حيث لم تُعد الحروب تقتصر على المواجهة العسكرية فقط، بل امتدت إلى "حرب العقول" والتأثير على الرأي العام محلياً ودولياً. وفي سياق التوتر والصراع بين الولايات المتحدة وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى، برزت الرواية والدعاية كأداة استراتيجية تستخدم لتشكيل الصورة الذهنية، وتبرير السياسات، وكسب التأييد، وإحداث حالة من القلق وعدم اليقين وخفض الروح المعنوية داخل المجتمعات، خصوصاً مع التأثير الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل وعي الجمهور وثقافته، وهذا كثيراً ما يعتمد على قوة الدعاية أو ضعفها، وعادة ما تُستخدم الدعاية لترويج الروايات.

المستهدف من هذه الحرب وليس الإيرانيين، بالمقابل دعا الرئيس الأمريكي ترامب الشعب الإيراني البقاء في المنازل والابتعاد عن مناطق الهجمات، وهي سرديّة لكسب مشاعر الشارع الإيراني خلال الحرب، متمنياً خروجه على النظام ما يمنحه كسب نتيجة الصراع.



”

الذكاء الاصطناعي والخوارزميات يحددان ما نقرأ ونشاهد في وقتنا الحالي، فالذكاء الاصطناعي لم يعد مجرد أداة مساعدة، بل سلاحاً مستقلاً قادراً على شن هجمات نفسية ومعنوية من خلال تزييف الفيديوهات، وفبركة النصوص، وتوجيه الرأي العام بشكل خفي

“

الجانب الإيراني تكتم إعلامياً على الخسائر التي تكبدها في هذه لمواجهة لرفع الروح المعنوية لدى الشعب الإيراني، ولمجابهة خصومه بالرد وتصعيد التهديد، واستخدام الرواية الكاذبة من خلال نشر الصور والمقاطع المفبركة جراء عدوانه الغاشم واستهدافه لدول الخليج بالصواريخ والطائرات المسيرة، في محاولة منه لزعزعة الأمن والاستقرار وإثارة الخوف بين مواطني دول الخليج، وتشويه الحقائق، حيث قام بنشر تلك الصور والمقاطع المزيفة التي تُعبر عن حجم

الرواية ... سرديات الأحداث.

تُعد الرواية أداة سردية استراتيجية توثق أحداث الحروب والنزاعات، وتدور أحداثها في ساحات المعارك أو بيئات مدنية متأثرة بالحروب، لتوثيق آثارها السياسية والنفسية والاجتماعية وتداعياتها، بينما تُستخدم «الرواية الكاذبة» كأداة حرب لتزييف الحقائق، وشرعنة الجرائم، وقلب المفاهيم، حيث يتم تصميم هذه الروايات لفرض سردية أحادية مسبقة، متجاهلة الحقائق الموضوعية، وغالباً ما تتفوق وسائل التواصل الاجتماعي في نشرها لقدرتها على مواكبة الأحداث.

الحرب القائمة الأمريكية/ الاسرائيلية على إيران، لم تعد مجرد ضربات عسكرية أو مواجهات ميدانية، بل تحولت إلى صراع على الرواية، حيث نجد على سبيل المثال أن أمريكا وإسرائيل استخدمت في البداية رواية بعنوان إسقاط النظام الإيراني، حيث لم نسمع في وسائل الإعلام الأمريكي بضرورة إبعاد سكان العاصمة الإيرانية طهران لأنها تتعرض لضربات عنيفة وسوف تتلقى المزيد من تلك الضربات، حيث نقلت الوسائل الإعلامية صوراً تعبر عن حياة طبيعية في طهران، لتأكيد رواية أن النظام هو



الخصائر وتضخيم الأضرار التي تعرضت لها دول الخليج نتيجة لتلك الهجمات التي قام بها، وواكب ذلك روايات وحملات تضليل تتهم دول الخليج بالمشاركة في المواجهة لجرها إلى مستنقع الحرب، صورت المنظومات الدفاعية لدول الخليج كمنصات هجوم على إيران وسرديات مفبركة تخدم تلك العناصر المنظمة لهذه الحملات، رغم سعي دول الخليج للتهدئة وتخفيض التصعيد وتأكيد موقفها الثابت بعدم استخدام أراضيها ومجالها الجوي والبحري في هذه الحرب إلا في الوقت المناسب حسب ما يتطلبه الموقف، وتناولت أيضاً المقاطع المنشورة من قبل الجانب الإيراني حجم الخصائر والهجوم على إسرائيل، حيث لا يمكن تأكيدها ما إن كانت صحيحة أم مزيفة، كون أن الذكاء الاصطناعي والخوارزميات هما من يحددان ما نقرأ ونشاهد في وقتنا الحالي، علماً بأن إسرائيل تكتمت أيضاً إعلامياً على نتائج القصف الإيراني الذي تعرضت له خلال هذه المواجهة.

” الدعاية مع اختلاف أنواعها تهدف إلى التأثير على الإدراك العام وتوجيهه بما يخدم المصالح السياسية والاستراتيجية، لذا يبقى الوعي الإعلامي والنقدي ضرورياً لتمييز الحقيقة التي أصبحت رهينة مهددة باغتيال أسلحة التزييف “

الدعاية البيضاء.

الدعاية البيضاء هي المعلومات التي تُنشر بشكل علني، وتكون مصادرها معروفة وواضحة. تعتمد هذه الدعاية على تقديم رواية رسمية مدعومة بالتصريحات الحكومية ووسائل الإعلام الكبرى، وتسعى إلى كسب ثقة الجمهور من خلال الشفافية الظاهرة، حتى وإن كانت انتقائية في عرض الحقائق.

استخدمت الولايات المتحدة وإسرائيل الدعاية البيضاء في عدة مواقف تجاه إيران، ومنها على سبيل المثال ما يلي:

- التصريحات الرسمية التي تصف إيران كتهديد للأمن الإقليمي والدولي.
- نشر تقارير عن برنامج إيران النووي وأنشطتها الصاروخية والعسكرية.
- التركيز على دعم الحلفاء وإظهار أن التحركات العسكرية أو العقوبات تهدف إلى حماية الاستقرار.

الدعاية الرمادية.

الدعاية الرمادية تكون المعلومات فيها غير واضحة المصدر، وقد تكون صحيحة جزئياً أو مضللة، وتستند إلى بعض الحقائق التي لا يمكن إنكارها لكنها توظف هذه الحقائق وتفسرها وتقدمها ممزوجة ببعض الأكاذيب، وتؤثر على الرأي العام دون إمكانية التحقق منها بسهولة، ما يخلق بيئة من الضبابية الإعلامية.

الدعاية (Propaganda) ... ترويج الروايات

الدعاية هي عمل موجه من خلال نشر معلومات وآراء وفق تخطيط معين بقصد التأثير في عقول وأعمال مجموعة معينة من البشر لغرض معين، قد يكون عسكرياً أو اقتصادياً، وهي إحدى أسلحة الحرب النفسية الفتاكة التي فرضت نفسها في الحروب الحديثة، حيث استخدمت الدول عدة وسائل لتحقيق أعظم فائدة منها، ولا تقتصر الدعاية على وقت الحرب فقط، بل يشمل استخدامها وقت السلم أيضاً.



”

الدعاية المضادة هي تحديد القضايا» الواردة في دعايات الخصم، وفصل هذه القضايا عن سياقها الانفعالي في الرسالة الدعائية حتى تفقد الكثير من فاعليتها ويسهل على الدعاية المضادة دحضها

“

عادةً تواجه الدعاية في الحروب والنزاعات بالدعاية المضادة (Counter-propaganda) وهي حملات إعلامية دفاعية تهدف إلى دحض، تشويه، أو إبطال رسائل الدعاية التي ينشرها العدو، بهدف حماية الروح المعنوية للقوات المسلحة وللمجتمع بأكمله، والحد من تأثير دعاية الخصم على الرأي العام، وتعتمد على الرد بالوقائع، كشف التضليل، ومهاجمة نقاط ضعف دعاية العدو، ومن أهم أساليب الدعاية المضادة تركيزها على الرد المستجيب لدعاية العدو المحددة لإبطال مفعولها، ونقض رسائل العدو بالأدلة والبراهين، وإبراز عدم صحتها، ونشر المعلومات المضادة بسرعة لتشويه دعاية العدو قبل انتشارها، واستخدام القصص والرسوم الهزلية، والسخرية لتقليل هيبه العدو، واستخدام الحقائق والأرقام الدقيقة لتفنيد المزاعم الكاذبة، والحرص على الصدق لضمان ثقة الجمهور، والسعي لفرض السردية الخاصة بدلاً من الاكتفاء بالدفاع، ما يعطي تفوقاً نفسياً حيث تعتبر الدعاية المضادة جزءاً حيويًا من الحرب النفسية، وتختلف عن الدعاية الهجومية بكونها مستجيبة وتهدف إلى تحصين الجبهة الداخلية من التفكك والانهيار، حيث نرى سخرية صحف إيرانية، الأربعاء ٢٥ مارس ٢٠٢٦م، مما وصفته بأنه «أكاذيب» الرئيس الأمريكي ترامب بشأن مفاوضات دبلوماسية جارية لإنهاء الحرب، ونشرت صوراً كاريكاتورية له على هيئة «بينوكيو» الشخصية المعروفة بالكذب في أفلام الرسوم المتحركة، ونشرت أيضاً صحيفة «جوان» على صفحتها الأولى صورة كاريكاتورية للرئيس ترامب بأنف طويل يخيم على خريطة مضيق هرمز تحت عنوان «أكذب كاذب في العالم».

الرئيس الأمريكي ترامب أراد الترويج لرواية أخرى بعد الضربة على إيران وتأزم الموقف تصف تلك الرواية الحياة

استخدمت الولايات المتحدة وإسرائيل الدعاية الرمادية في عدة مواقف تجاه إيران، ومنها على سبيل المثال ما يلي:

- تسريبات إعلامية غير مؤكدة حول خطط عسكرية أو عمليات استخباراتية.
- تقارير من مصادر مجهولة تتحدث عن ضعف داخلي في إيران أو انقسامات سياسية.
- حملات عبر وسائل التواصل الاجتماعي تروج لروايات معينة دون تحديد الجهة المسؤولة عنها.

الدعاية السوداء.

الدعاية السوداء هي الأكثر تضليلاً، حيث تعتمد على نشر معلومات كاذبة أو مفبركة، مع إخفاء أو تزوير المصدر الحقيقي، وتهدف إلى إضعاف الخصم نفسياً، وزعزعة الثقة بينه وبين شعبه أو حلفائه.

استخدمت الولايات المتحدة وإسرائيل إيران الدعاية السوداء في المواجهة الأخيرة، ومنها على سبيل المثال ما يلي:

- نشر أخبار كاذبة عن أحداث لم تقع أو تضخيم وقائع صغيرة.
- استخدام حسابات وهمية للتأثير على الرأي العام داخل إيران أو خارجها.
- إنتاج محتوى إعلامي يهدف إلى تشويه صورة الطرف الآخر بشكل متعمد.



الإيرانية بأنها منهارة وأن الشعب يعاني بشكل كامل بسبب الحرب، إلا إن إيران أرادت نقض تلك الرواية من خلال التغطية الإعلامية وسمحت لمراسل شبكة CNN بالدخول إليها وتقديم تقارير من داخلها، أظهرت تلك التقارير صورة مختلفة نسبياً، وأن الحياة في الشارع الإيراني مستمرة وشبه طبيعية رغم أجواء الحرب.

تبين من خلال مجريات الأحداث أنه تم استهداف بعض المنشآت الإعلامية الإيرانية، مثل هيئة الإذاعة والتلفزيون، ما أضعف قدرة الإعلام على العمل خلال فترات معينة من الحرب، وأصبح يواجه صعوبة في خوض مواجهة إعلامية عالمية واسعة، مع تركيزه على محاولة ضبط الجبهة الداخلية أكثر من خوض معركة إعلامية خارجية، علماً بأن المجتمع الإيراني يعتمد على تطبيق "تليغرام" أكثر من الإعلام الرسمي.

الحرب النفسية ... في الصراع القائم.

تتعدد تعريفات الحرب النفسية، ولكن المفهوم العام لها هو الاستخدام المخطط للدعاية، وغيرها من الإجراءات النفسية للتأثير في آراء، وعواطف، ومواقف، وسلوك الجماعات المعادية بطريقة تدعم تحقيق الأهداف الوطنية. الحرب النفسية لا توجه فقط إلى الدول المعادية ولا تنحصر في نطاق الصراع، بل تشمل أيضاً الدول الصديقة والدول المحايدة، وإن أهدافها تختلف باختلاف وضع الدولة، حيث إذا كانت الدولة معادية، كان الهدف تحطيم الروح المعنوية والإرادة القتالية وتوجيهها نحو الهزيمة، أما إذا كانت الدولة محايدة، كان الهدف توجيهها نحو الانحياز للدولة الموجهة أو التعاطف مع قضيتها، أو على الأقل إبقائها في وضع الحياد ومنعها من الانحياز إلى الجانب الآخر، وإذا كانت الدولة صديقة، كان الهدف توجيهها نحو تدعيم أواصر الصداقة مع الدولة الموجهة ونحو المزيد من التعاون والتحالف لتحقيق الأهداف المرجوة.

تستخدم الحرب النفسية عدة أساليب منها الدعاية، وذلك باستخدام وسائل الإعلام الحديثة من نشر وترويج للأفكار والمعتقدات والأخبار التي تود نشرها وترويجها بغرض التأثير في نفسية الأفراد وخلق اتجاهات معينة لديهم، كما تستخدم الحرب النفسية، الإشاعة وهي عبارة (نوعية

أو موضوعية) عن مقدمة للتصديق تتناقل من شخص إلى آخر، وهي تعتمد على المبالغة في أخبار معينة والترويج لها ونشرها على نطاق واسع، أو خلق أخبار لا أساس لها من الصحة، تهدف إلى التأثير في الرأي العام لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية، كذلك تستخدم الحرب النفسية وسيلة افتعال الأزمات باستغلال حوادث معينة قد تكون بسيطة ولكن يتم تدويلها بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر في نفسية العدو وتستفيد منها الدولة المستخدمة لهذا الأسلوب، ومن تلك الأساليب التي تستخدمها الحرب النفسية إشاعة الرعب والفوضى، وهذه وسيلة مهمة تستخدم بواسطة استغلال عاطفة الخوف لإرهاب الشعوب وإضعافها من خلال استخدام الوسائل المختلفة لخلق حالة من الذعر والفوضى يسهل عن طريقها السيطرة والتغلب.

إن جميع الأحداث والروايات وإغلاق مضيق هرمز والصور والمقاطع التي واكبت المواجهة الأخيرة بين أمريكا وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى صاحبها العديد من وسائل الحرب النفسية، لتحقيق الأهداف المرجوة منها، كما إن مهلة الـ ٤٨ ساعة لإيران من قبل لرئيس الأمريكي ترامب لفتح مضيق هرمز والتي تم تمديدتها إلى خمسة أيام أخرى، تطرح أكثر من علامة استفهام حول حقيقة تلك الاتصالات التي صرح بها ترامب خاصة بعد نفي الإيرانيين وحدثهم عن «حرب نفسية» للتلاعب بأسواق الطاقة، تلك المهلة الجديدة التي تحمل في طياتها الشيء الكثير.

الذكاء الاصطناعي والأحداث الجارية





اتجاهها عبر تشكيل الرأي العام المحلي والدولي، فمعركة السرد أصبحت جزءاً أساسياً من الصراع السياسي، حيث يسعى كل طرف إلى تقديم تفسيره الخاص للأحداث وإقناع الجمهور المحلي والدولي به، ومن يُحسن سردها يمتلك أفضلية في تشكيل الرأي العام، ويؤكد الباحث فيليب سيب في كتابه «المعلومات في الحرب» أن الإعلام لم يعد تابعاً للحدث العسكري، بل أصبح صانعاً له.



وحدة الموقف الخليجي مصدر قوة لمواجهة التحديات، من خلال منظومة إعلامية تهدف إلى تقديم الحقيقة بموضوعية، وحماية أمن المجتمع، وتتجاوز نقل الأخبار إلى تشكيل الوعي والتأثير الهادئ، باعتبارها أداة قوة ناعمة لا يسمع دويها تجابه

الحملات المضللة



الحرب الأخيرة على إيران، سعى كل طرف فيها لتبني وفرض روايته من خلال صراع إعلامي حاد سبق المواجهة الحربية، ودول الخليج بجانب استهدافها بالصواريخ والطائرات المسيرة من قبل إيران، أُستهدفت أيضاً بوسائل الإعلام المضلل والدعاية الكاذبة، محاولة من إيران في تصوير المشهد بالانتصار الوهمي لها، وجر دول الخليج



أصبحت الحقيقة رهينة التلاعب باستخدام وسائل التقنية الحديثة، الأمر الذي يتطلب وعياً إعلامياً لمواجهة الإعلام المضل، وقوانين تواكب عصر المتغيرات وتحافظ على مصداقية المعلومات



التوسع في تكنولوجيا المعلومات، والرقمنة، والأهمية المتزايدة للشبكات الاجتماعية ساهم في تنفيذ العمليات الدعائية النفسية وحرب المعلومات بشكل أسرع، وأبسط، وبتكلفة أقل، إلى جانب الوصول إلى عدد أكبر من الجمهور المتنوع ثقافياً سواء كان مستهدفاً أم لا، حيث أصبح الذكاء الاصطناعي أحد الأدوات التي استخدمت برمجيات لإنتاج المعلومات ونشرها، ولتصوير واقع مزيف بمعلومات مفبركة، تم تداول هذه المواد على نطاق واسع بأنها أحداث حقيقية من داخل الصراع القائم، ما خلق حالة من التضليل والتعتيم الإعلامي وأدى إلى تشويه الحقائق أمام الرأي العام، والتأثير النفسي والاجتماعي والسياسي المصاحب لها، لأن تداول تلك المقاطع المزيفة قد يثير موجة من الغضب أو الخوف، أو الكراهية وتأجيج الصراعات بين الشعوب، ومن هنا جاءت خطوة منصة إكس بفرض قيود على الحسابات التي تنشر مقاطع مؤلدة بالذكاء الاصطناعي مرتبطة بالحروب دون الإفصاح عن طبيعتها، فالحسابات التي تنشر مثل هذه المقاطع على أنها أحداث حقيقية قد تفقد حقها في الحصول على أرباح من برنامج مشاركة الإيرادات في المنصة، ويهدف هذا القرار إلى خلق نوع من المسؤولية والشفافية لدى صناع المحتوى، ومنع استغلال الأزمات والصراعات لتحقيق مكاسب مالية عبر نشر معلومات مضللة، لذا تبرز هنا أهمية الوعي الرقمي في مواجهة الروايات الكاذبة.

الإعلام الخليجي ... والموقف الراهن

تشير دراسات عديدة في الإعلام السياسي إلى أن الانتصار السردى يمكن أن يسبق العمليات العسكرية أو يؤثر في



لحرب ليست طرف فيها، إلا إنها أثبتت للعالم بأكمله حنكتها السياسية في مثل هذه المواقف، وتحملها الصبر الاستراتيجي، وكذلك قوتها في المنظومات الدفاعية، وتجدر الإشارة هنا، إذا كانت قوة دول الخليج الدفاعية بهذا الشكل النموذجي، فكيف ستكون قوتها الهجومية عندما يتحتم الموقف لمواجهة إيران لكف تخبطها وعبثها بالمقدرات الخليجية، وهنا تكمن أهمية دور الإعلام الخليجي في الأحداث الجارية، ذلك الإعلام الذي يجب أن يشتمل على منظومة منصات قوية وشبكات تحقق رقمية لمواجهة الحرب الإعلامية وتوضيح الحقائق وتعزيز الشفافية من مبدأ القوة، بصيغة إعلامية يتم سردها بطريقة احترافية تلامس الجمهور وتهدف إلى رفع الروح المعنوية ونشر الوعي، لحماية المجتمع وتحصينه من الحملات الدعائية المضللة وآثار الحرب النفسية، حيث أصبحت الصورة والكلمة من الأدوات المساندة في ساحات القتال، وتحولت المعلومة إلى قذيفة، والتلاعب بالحقيقة وتزييفها إلى أداة هدم معنوي للمجتمعات، وتبين ذلك في تقرير بلومبيرغ الذي أحتوى على معلومات مضللة تشكك في القدرات الدفاعية لدولتي قطر والإمارات، حيث تم نفي ما ورد في التقرير وأنها تمتلكان مخزون اعتراض

وافر بجانب الجاهزية العالية، لذا أصبح دور الإعلام ليس نقل الأحداث فحسب، بل العمل استراتيجياً على التأطير المضاد والذي يمكن من خلاله تعزيز الروايات التي تفند الحقائق أو تعزز حقائق مستهدفة بوسائط إعلامية مناسبة تحقق الأهداف المرجوة، وتُبنى بشكل استراتيجي ومستمر لتشكيل تصورات للرأي العام المستهدف، والعمل تكتيكياً من خلال الوعي وثقيف الرأي العام، والتحذير من تداول أو إعادة نشر أي معلومات أو مقاطع غير موثوقة، والتنبيه لاستقاء الأخبار من المصادر والمواقع الرسمية فقط.

أن وحدة الموقف الخليجي مصدر قوة لمواجهة التحديات، لذا أصبح من الأهمية بمكان من خلال العديد من الأحداث التي واجهت دول الخليج، أن تمتلك إعلاماً قوياً مؤثراً لمواجهة تلك التحديات المصاحبة للحروب الإعلامية، وذلك من خلال مركز إعلامي خليجي موحد بأحدث التقنيات والكوادر المؤهلة لإدارة الأزمات مناط به واجبات ومهام في وقت السلم والحرب، مواكباً لتطور التنمية في دول الخليج العربي، سائلين الله عز وجل أن يحفظ دول الخليج وقياداتها وشعوبها، وأن يديم عليها نعمة الأمن والاستقرار والرخاء.



Gulf Research Center
Knowledge for All



مركز الخليج للأبحاث
المعرفة للجميع



**Gulf Research Center
Jeddah
(Main office)**

19 Rayat Alitihad Street
P.O. Box 2134
Jeddah 21451
Saudi Arabia
Tel: +966 12 6511999
Fax: +966 12 6531375
Email: info@grc.net



**Gulf Research Center
Riyadh**

Unit FN11A
King Faisal Foundation
North Tower
King Fahd Branch Rd
Al Olaya Riyadh 12212
Saudi Arabia
Tel: +966 112112567
Email: info@grc.net



**Gulf Research Center
Foundation Geneva**

Avenue de France 23
1202 Geneva
Switzerland
Tel: +41227162730
Email: info@grc.net



**Gulf Research Centre
Cambridge**

University of Cambridge
Sidgwick Avenue,
Cambridge CB3 9DA
United Kingdom
Tel:+44-1223-760758
Fax:+44-1223-335110



**Gulf Research Center
Foundation Brussels**

Avenue de
Cortenbergh 89
4th floor, 1000
Brussels
Belgium



@Gulf_Research_Centre @grcnet @grcnet @grcnet

www.grc.net

مركز الخليج للأبحاث
المعرفة للجميع