



استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي اتجاه أوكرانيا:

الحرب الروسية على أوكرانيا 2022 انموذجاً

م.م. سديف محمد كامل محمد

كلية العلوم السياسية \ جامعة النهرين
بغداد \ العراق

Russian Propaganda Discourse Strategies Towards Ukraine: Ukraine War as a Model 2022

Assist. Lect. Sadef Mohammed Kamel Mohammed

College of Political Science / Al-Nahrain University

Baghdad / Iraq

Sudaf.mohammed@nahrainuniv.edu.iq



المستخلص

مثلت استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي احدى ابرز أدوات الحرب الروسية على أوكرانيا عام 2022 فقد برزت في هذه الحرب قيمة الخطاب الدعائي الروسي كمدخل استراتيجي لتبرير هذه الحرب وتوجيهها لخدمة الأهداف الروسية وتحويلها من حرب عدوان الى حرب دفاع عن الحقوق والحريات الخاصة السكان الناطقين باللغة الروسية في أوكرانيا ومحاولة استمالة الراي العام العالمي لصالحها من خلال استراتيجيات خطاب دعائي محكمة جمعت بين انتقاء سرديات الخطاب الموجهة لخدمة الرواية الروسية وتطورات التكنولوجيا الرقمية السيبرانية في إدارة التأثير وتوجيهه لخدمة الأهداف الاستراتيجية الروسية، فروسيا الاتحادية لم تلجا الى الخطاب الدعائي كمدخل جديد تستخدمه لتبرير هذه الحرب، بل هو نتاج استراتيجيات خطاب دعائي موروثه استطاعت ان تحقق التأثير الدعائي المطلوب ولفترات ممتدة من التاريخ خلال مرحلة الحرب الباردة التي برز فيها الخطاب الدعائي السوفيتي ذو المرجعية الفكرية الشيوعية في مواجهة الدعاية الغربية الراسمالية، لاسيما تجاه القضايا العالمية التي برزت في تلك الفترة لكنه سرعان ماتراجع تأثيره مع تراجع الاتحاد السوفيتي وانهاره ليبرز من جديد مع وصول (فلاديمير بوتين) الى السلطة والذي حاول إعادة صياغة الخطاب الدعائي الروسي وفق معطيات البيئة الاستراتيجية المعاصرة والاستفادة من تجارب الماضي، حيث برز الخطاب الدعائي الروسي مع الحرب الروسية ضد أوكرانيا عام 2022 من خلال اعتماده استراتيجيات محكمة دفعت الغرب الى مجابقتها بكل الأساليب الدعائية الاستراتيجية.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الدعائي، روسيا، أوكرانيا

Abstract

The strategies of the Russian propaganda discourse represented one of the most prominent tools of the Russian war against Ukraine in 2022. In this war, the value of the Russian propaganda discourse emerged as a strategic input to justify this war and direct it to serve the Russian goals and transform it from a war of aggression into a war of defence of the rights and freedoms of the private Russian-



speaking population in Ukraine and an attempt turn global public opinion in his favour Through careful propaganda discourse strategies that combine the choice of rhetorical narratives to serve the Russian narrative and the developments of digital electronic technology in the management of influence and its orientation to serve Russian strategic objectives , Russia did not resort to this propaganda discourse as a new entry point to justify this war, but is the result of inherited propaganda discourse strategies through which Russia was able to achieve the necessary propaganda influence for long periods of history during the Cold War phase in which Soviet propaganda discourse with communist intellectual reference emerged in the face of Western capitalist propaganda, especially on global issues that emerged in that period, But he quickly retreated as the Soviet Union retreated and its collapsed to re-emerge as (Vladimir Putin) came to authority and who tried to redraft Russian propaganda discourse according to contemporary strategic environment data and Taking advantage of past experiences,where The Russian propaganda speech emerged with the Russian War on Ukraine in 2022 By adopting it Accurate strategies that led the West to confront them with all strategic propaganda methods

Keywords: Propaganda discourse, Russia, Ukraine



المقدمة

شكلت سرديات الخطاب الدعائي الروسي تجاه الحرب على أوكرانيا عام 2022 قيمة استراتيجية تستحق الدراسة والتحليل كونها حاولت تقديم مبررات استراتيجية سردية لهذه الحرب تحولها من حرب عدوان الى حرب تحرير ودفاع عن الحقوق والحريات وظفت فيها كل اليات التطور التكنولوجي الرقمي السيبراني التي عملت تعميق تلك السرديات وتغذيتها بهدف توجيه الراي العام العالمي نحو التوافق مع الأهداف الروسية من هذه الحرب ومجابهة الدعاية الأوكرانية والغربية المضادة لروسيا الامر الذي جعل هذه الحرب تأخذ ابعاد تصارعيه دعائية يضا هي او يقترب من القيمة الاستراتيجية للصراع العسكري لهذه الحرب، لذلك سنحاول في هذه الدراسة تحليل استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي تجاه الحرب على أوكرانيا عام 2022 من خلال ابراز مفهوم الخطاب الدعائي وطبيعته الفكرية والفضاء التاريخي لتوظيفه في العمل الدعائي الروسي خلال مرحلة الحرب الباردة التي برزت فيها قيمة الخطاب الدعائي السوفيتي بمرجعياته الشرعية والاشتراكية وكيف تراجعت قيمة هذا الخطاب مع انهيار الأخير لتبرز من جديد مع وصول (فلاديمير بوتين) الى السلطة في روسيا عام 2000 وكيف وظف هذا استراتيجيات هذا الخطاب لخدمة اهداف روسيا الاستراتيجية في العودة لمكانتها العالمية وصولا الى الحرب الروسية على أوكرانيا عام 2022 التي برز بها الخطاب الدعائي الروسي بصورة استثنائية عبرت عنها مسارات هذه الحرب وعليه ستقسم الدراسة الى ثلاث محاور رئيسية:

- المحور الأول \ اطار نظري مفاهيمي - مفهوم الخطاب والدعاية والخطاب الدعائي.
- المحور الثاني \ مضامين الخطاب الدعائي الروسي تجاه الازمات العالمية.
- المحور الثالث \ استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي تجاه الحرب الأوكرانية 2022

فرضية الدراسة: تفترض الدراسة ان الخطاب الدعائي الروسي على مدار تاريخية بدء من الثورة البلشفية عام 1917 وحتى يومنا هذا هو خطاب ذو اهداف عالمية لذلك فان

سرديات هذا الخطاب واستراتيجياته الدعائية تجاه الحرب الأوكرانية عام 2022 كانت تمثل في منظورها الخاص توجيه دفع هذه الحرب لصالحها وتبريرها اما في منظورها العام فهي تمثل جزء لا يتجزء من الاستراتيجية الروسية الساعية الى إعادة روسيا الاتحادية كقطب عالمي فاعل ومؤثر على الساحة العالمية.

إشكالية الدراسة: تطرح الدراسة تسألاً رئيسياً مفاده كيف استطاعت روسيا توظيف خطابها الدعائي لتبرير الحرب على أوكرانيا عام 2022؟ وهذا التسأل يطرح تساؤلات فرعية من أهمها:

1. ماهي طبيعة الفضاء التاريخي للخطاب الدعائي الروسي وهل استفادت روسيا من تجربة الحرب الباردة في انضاج الخطاب الدعائي الروسي؟
2. كيف اثر وصول (فلاديمير بوتين) الى السلطة في روسيا على الخطاب الدعائي الروسي؟
3. كيف استطاعت روسيا مواجهة الدعاية الغربية المضادة لها في حربها على أوكرانيا عام 2022

أهمية الدراسة: تنطلق أهمية الدراسة من قيمة التحول الاستراتيجي الذي افرزه التطور التكنولوجي في وسائل الاعلام والاتصال ونقل المعلومات والذي جعل من الخطاب الدعائي أداة استراتيجية في إدارة التوازات والصراعات العالمية لاسيما فيما يتعلق بالحرب الروسية على أوكرانيا التي برزت فيها قمية استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسية بصورة فاعلة استثنائية.

اهداف الدراسة: تهدف الدراسة الى تحليل استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي تجاه الحرب ضد أوكرانيا عام 2022 وكيف وظفت روسيا خطابها الدعائي بصورة موازية مع العمليات العسكرية الروسية في أوكرانيا لتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

منهجية الدراسة: اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في وصف مدلولات الخطاب الدعائي الروسي ومضامينه وتحليل استراتيجياته الدعائية تجاه الحرب الأوكرانية عام 2022 مع الاستعانة بالمنهج التاريخي في تحليل مضامين واهداف الخطاب الدعائي الروسي خلال نرحلهم الحرب الباردة.



هيكلية الدراسة: تتكون الدراسة من مقدمة وثلاث محاور رئيسية وخاتمة تناول المحور الأول الاطار المفاهيمي النظري لمفهوم الخطاب والدعابة والخطاب الدعائي اما المحور الثاني فقد تناول مضامين الخطاب الدعائي الروسي تجاه الازمات العالمية خلال مرحلتي الحرب الباردة ومرحلة وصول (فلاديمير بوتين) الى السلطة امل المحور الثالث فقد تناول استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي تجاه الحرب الأوكرانية عام 2022 من حيث سرديات هذا الخطاب والياته الرقمية في التأثير الدعائي.

المحور الأول

إطار نظري مفاهيمي - مفهوم الخطاب والدعاية والخطاب الدعائي

تبرز مكانة التأصيل النظري والفكري للمفاهيم العلمية في الدراسات السياسية والاستراتيجية في وضع تلك المفاهيم في اطر دلالاتها الاصطلاحية والفكرية الصحيحة التي تأخذ الافكار النظرية نحو قوالبها الدقيق وتفسر الأصول و التفرعات الدلالية التي نشأت فيها المفاهيم، وبقدر تعلق الدراسة بمفهوم الخطاب الدعائي لا بد من التأصيل النظري لهذا المفهوم وتفكيكه عبر تفسير مفهوم الخطاب والدعاية وكيفه المزج الفكري بينهما والذي نتج عنه مفهوم الخطاب الدعائي وكيف تم توظيفه في الدراسات السياسية والاستراتيجية ليتحول الى استراتيجيات ل باستراتيجيات خطاب دعائي فاعلة ومؤثرة على المستوى السياسي وهذا ما سنحاول تحديده من خلال الاتي:

أولاً: مفهوم الخطاب

يعتبر مصطلح الخطاب واحداً من المصطلحات التي تشعبت فيها الابحاث والدراسات الحديثة والمعاصرة وتعددت وجهات النظر المختلفة حول طبيعة مضامينه ومدلولاته نظراً لحدائته تناوله في العلوم غير اللغوية اما في الدراسات اللغوية والاصطلاحية واللسانية الاجنبية والعربية فقد شغل المفهوم حيزاً كبيراً⁽¹⁾، ويشق مفهوم الخطاب لغوياً من مصدر الفعل (خطب) وقد ورد مصطلح الخطاب في القرن الكريم والمعاجم العربية بمعنى (الكلام) وقد استخدمت مفردة الخطاب في اكثر من ايه قرآنيه ويشير (المعجم المفهرس) لألفاظ (القران الكريم) الى استخدام مفردة الخطاب في ثلاث مواضع ايتين في سورة (ص) واية واحده في سورة (النبا): {وَشَدَدْنَا مُلْكُهُ وَأَتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخُطَابِ (20)} {فَقَالَ أَكْفَلْنِيهَا وَعَزَّنِي فِي الْخُطَابِ (23)} سورة (ص) {رَبِّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا الرَّحْمَنُ لَا يَمْلِكُونَ مِنْهُ

1- لصحف حياة، الخطاب بين رولان بارث وهابرماس، مجلة معالم، العدد(6)، المجلس الاعلى للغة العربية،

الجزائر، 2013، صص 151-154.



خِطَابًا (37) سورة (النبا). وتشير مفردة الخطاب في هذه الآيات القرآنية الى معنى (الكلام) ومجلات استخدامه كاللحام المفهوم والقدرة على المحاوره على الآيه الاولى، والغلبه في الكلام كما في الآيه الثانيه وعدم القدرة على الكلام والمخاطبه في كما فسرته الآيه الثالثه⁽¹⁾، اما في معاجم اللغة العربيه فقد وردت مفردة الخطاب في قاموس (لسان العرب) بمعنى (من المخاطبه، يعني مراجعه الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبه وهما يتخاطبان وخطب الخاطب على المنبر، الخطبه هي اسم الكلام)، اما في قاموس (معجم اللغوي) فالخطبه بالضم تعني (ما يخطب به من الكلام وخطبه الكلام مقدمته والخطاب كثير الخطبه والخطيب من يقرأ الخطبه والمخاطب بصيغه المفعول الذي يتوجه اليه الخطاب)⁽²⁾ (اما مفردة الخطاب في المعاجم الاجنبية فالخطاب (مصطلح ألسني حديث يعني في الفرنسيه Discourse، وفي الإنجليزي Discourse، وتعني حديث، محاضره خطاب، خاطب، حادث، حاضر، القي محاضره، وتحدث)⁽³⁾. اما اصطلاحاً فيمكن توضيح مفهوم الخطاب من خلال تميزه بين ما ورد له من دراسات مفاهيمية في الدراسات العربيه والغربيه فقد ارتبط ظهور مفهوم الخطاب في الثقافه العربيه مع ظهور علم الاصول فقد جعل علماء الاصول الخطاب محور دراستهم وتناولوه بوصفه موضوع علم اصول الفقه الذي بنيت قواعده على اسس ثابتة مستسقاة من خطاب الله سبحانه وخطاب الرسول محمد (ص)⁽⁴⁾. وقدم علماء الاصول العرب العديد من التعريفات لمفهوم الخطاب فقد عرفه (البخاري) بأنه (اللفظ والفحوى مشيراً الى وجهي المصطلح وشكله الخارجي وهو اللفظ ودلالته اي المفهوم)، اما (ابن جني) فعرف الخطاب بدلالة الكلام بأنه (كل لفظ مستقل بنفسه، مفيد لمعناه)⁽⁵⁾، اما (التهانوي) فقد عرف الخطاب بأنه (الكلام اللفظي او الكلام النفسي الموجه نحو الغير للأفهام)⁽⁶⁾، اما مفهوم

1- نقل عن: المصدر السابق نفسه، ص 151-152.

2- نقل عن: نزّهت محمود الدليمي، الخطاب الدعائي ومفهومه ووظائفه عبر وسائل الاعلام، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 14-15.

3- نقل عن: الياس انطوان الياس، قاموس الياس العصري، دار الجليل، بيروت، 1972، ص 191.

4- عبد الواسع الحميري، الخطاب والنص: المفهوم- العلاقة- السلطة- المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2008، ص 107.

5- عبد الله ابراهيم، اشكالية المصطلح النقدي، مجلة افاق عربية، العدد (3)، دار افاق عربية، بغداد، 1993، ص 58-59.

6- نزّهت محمود الدليمي، مصدر سبق ذكره، ص 17.

الخطاب في الثقافة الغربية فقد كان ل(فلاطون) الاسبقية في المحاولة والبحث عن تفسير مفهوم الخطاب وهذا ما عبرت عنه مؤلفاته والتي صاغها جميعاً تقريباً بأسلوب الكلام المرسل المعبر عن إحساسه لكل ما يدور من حوله من اوضاع سياسية واجتماعية، وقد تطورت العناية بمصطلح ومفهوم الخطاب حين ظهر كتاب (ديكارت) الذي حمل عنوان "خطاب في المنهج" والذي مثل دليلاً واضحاً على الاهتمام بالخطاب وبشكل خاص في اطاره الفلسفي، حيث اتفق (افلاطون) و(ديكارت) ان الفكر هو المرآة التي تعكس الحقيقة وان العقل البشري هو الموجه الوحيد لكل الاحساسات التي يعبر عنها بشكل لفظي او غير لفظي⁽¹⁾، ومع بروز الدراسات اللسانية الحديثة على يد (سوسير) اشار الاخير الى مفهوم الخطاب بدلالة الكلام⁽²⁾، اما (هاريس) فقد عرف الخطاب بأنه (ملفوظ طويل، أو عبارة عن متتالية من الجمل تكون مجموعة منغلقة، يمكن من خلالها معاينة بنية سلسلة من العناصر بواسطة المنهجية التوزيعية، وبشكل يجعلنا نظل في مجال لساني محض)⁽³⁾، اما ابرز من اهتم بمفهوم الخطاب كان الفيلسوف الفرنسي (ميشيل فوكو) الذي قدم العديد من المؤلفات التي تتبعت نشأت الخطاب وتداخله في المجالات الحياتية المختلفة لاسيما المجالات اللغوية والاعلامية والسياسية، وقد صب(فوكو) تركيزه على تنوع الموضوعات التي اتخذت اشكالاً خطابية مختلفة في علوم السياسة والاقتصاد والتاريخ والاتصال وعرف (فوكو) الخطاب بأنه (شبكة معقدة من العلاقات الاجتماعية والسياسية والثقافية التي تبرز فيها الكيفية التي ينتج فيها الكلام كخطاب ينطوي على الهيمنة والمخاطر في الوقت نفسه)⁽⁴⁾، ويقدر تعلق الدراسة بمفهوم الخطاب فلا بد من تحديد العناصر الرئيسية المكونة للعملية الخطابية والتي تعرف باسم عناصر (السياق الخطابي)^(*) وهي⁽⁵⁾:

- 1- المصدر نفسه، ص 19-20.
- 2- عبد الهادي بن ظافر الشهري، استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت، 2004، ص37.
- 3- عبد الواسع الحميري، مصدر سبق ذكره، ص91.
- 4- ميجان الرويلي وسعد البازعي، دليل الناقد العربي، الطبعة (3)، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2002، ص155.
- (*) يعرف السياق على انه: مجموعة الظروف التي تحف حدوث فعل التلفظ بموقف الكلام. ينظر الى: عبد الهادي بن ظافر الشهري، مصدر سبق ذكره، ص 40-41.
- 5- عبد الهادي بن ظافر الشهري، مصدر سبق ذكره، ص 45-49.



1. المرسل: وهو الذات المحورية في انتاج الخطاب فهو المتلفظ به والذي يسعى من خلاله التعبير عن مقاصد معينة لغرض تحقيق هدف معين وفق استراتيجية خطابية متكاملة.
2. المرسل اليه: وهو الطرف الاخر الذي يوجه له المرسل خطابه عمدا ولطبيعة هذا المخاطب تأثير كبير على المرسل واستراتيجيته الخطابية.
3. العناصر المشتركة: ويقصد بها طبيعة العلاقة والمعرفة القائمة بين طرفي الخطاب.

ثانيا: مفهوم الدعاية

تشتق مفردة دعاية في اللغة العربية اساساً من دعا، يدعو، دعاية نحو: شكاً، يشك، شكاية. تأتي بمعنى الاستمالة والترغيب والتحبيب والحث ونشر القيم، وجاءت مفردة الدعاية في (المعجم الوسيط) من دعاه إلى الشيء: (حثه على قصده. دعاه إلى الدين وإلى المذهب: حثه على اعتقاده والداعية الذي يدعو إلى دين أو فكرة) (1)، وفي (المنجد) وردت كلمة "الدعوة" - من دعا والمقصود نشر الافكار، اما في اللغات الاجنبية فالدعاية (propagandism) باللغة الايطالية مشتقة من الفعل (propagate) ويعني غرس يغرس نباتات صغيرة في الارض لإنتاج نباتات جديدة تستمد مصادر حياتها بنفسها فيما بعد (2). اما في اللغة الانكليزية (propaganda) فيعرفها قاموس اكسفورد (اي بث المعلومات والاشاعات بشكل مقصود ومخطط له مسبقاً) (3)، اما من الناحية الاصطلاحية فقد قدمت العديد من التعريفات لمفهوم الدعاية كان من أهمها تعريف (هارولد لاسويل) الذي عرفها بانها: (التعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفرد والجماعات عمداً على أساس أنها ستؤثر في آراء أو أفعال الآخرين لتحقيق أهداف مسبقية وذلك من خلال مراوغات نفسه) وعرفها (ليوناردو دوب): (بأنها محاولة للتأثير على الشخصية والتحكم في سلوك الأفراد

1- نقلا عن: ابراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، تحقيق: مجمع اللغة العربية، دار المعارف، القاهرة، 1973، ص70.

2- شهيناز طلعت، الدعاية والاتصال، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة، 1987، ص4.

3- نزهة محمود الدليمي، طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (4)

كلية الاعلام، جامعة بغداد، بغداد، 2008، ص49.

بالإشارة إلى الأهداف التي تعتبر غير علمية أو أن قيمتها في المجتمع العلمي مشكوك فيها في فترة محددة. ويعرفها وزير الدعاية النازي الأشهر (جوزيف غوبلز): (انه ليس للدعاية في حد ذاتها طريقة أساسية، بل إن لها هدف وهو إخضاع الجمهور وتعتبر كل الوسائل التي تخدم هذا الهدف وسائل جيدة)⁽¹⁾،، اما على المستوى العربي فيعرفها الدكتور (عبداللطيف حمزة): (بان الدعاية محاولة التأثير في الأفراد والجماهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها وذلك في مجتمع معين وزمان معين ولههدف معين) وقد عرفها الأستاذ (عبد القادر حاتم) بقوله: (انها فن إقناع الآخرين بان يسلكوا في حياتهم سلوكا معيناً ما كانوا ليسلكوه بدونها) ويقول (حامد ربيع): (بأنها فن تكتيل القوى العاطفية والمصالح الفردية بقصد خلق حالة من التششت الذهني والغموض الفكري الذي يسمح بتسهيل عملية الإقناع بفكرة أو مبدأ ما كان)⁽²⁾

ثالثاً: مفهوم الخطاب الدعائي

يقوم مفهوم الخطاب الدعائي على التمازح الفكري واللغوي بين مفهومي الخطاب والدعاية حيث تعرف الدكتورة (حميدة سميسم) الخطاب الدعائي بعملية (تقنيع الواقع وتصويره وفق إدراك مسبق لما يجب أن يكون، ويتم تمثيله بنظام من المفاهيم والتصورات والمقترحات والمقولات التي تتميز بمنطق داخلي يحكمها، بغض النظر عن طبيعته هدفه الإقناع والاستجابة السلوكية لما يقوله، ويتم بطقوس معينة، وله خصائصه وأبعاده الأسطورية)⁽³⁾، اما (كمبال يونج) فعرف الخطاب الدعائي بأنه (استخدام الرموز استخداماً مقصوداً ومنظماً ومبنيّاً على خطط، وذلك عن طريق الإيحاء وغيره من الأساليب النفسية لغرض تغيير اتجاهات الجماهير وأفكارهم وقيمهم وتعديل سلوكهم في نهاية الأمر تغيير يتماشى مع مصلحة الداعية). كما ويعد الخطاب الدعائي رسالة فعالة لها خواص قادرة على تغيير الوظائف النفسية للأفراد لتحقيق استجابة، ومن خلال ذلك يمكن القول:

1- نقلا عن: عبد السلام درويش، الدعاية الإعلامية من منظور اعلامي: دراسة تاريخية تحليلية، رسالة ماجستير غير

منشوره، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الوادي، الجزائر، 2014-2015، ص ص11-13.

2- نقلا عن: المصدر نفسه، ص ص14-15.

3- حميدة سميسم، مدخل في مفهوم الخطاب الدعائي، مجلة افاق عربية، العدد(19)، دار افاق عربية، بغداد، 1994، ص18.



(ان غاية وجوه الخطاب الدعائي هو الدعوة إلى فكرة ما، أو رأي يمتلكه منتج الخطاب للتأثير في عقل ونفوس الجمهور المستهدف من خلال اتباع الطرائق والصياغات والأساليب اللفظية وغير اللفظية للوصول إلى الاستجابة المرجوة)⁽¹⁾.

مكونات الخطاب الدعائي

يتكون الخطاب الدعائي من جملة من العناصر من أهمها⁽²⁾:

1. الفاعلية: يبرز الفاعل الخطابى بانماط متعددة فهو فاعل منطقي او فاعل نحوي او فاعل اسطوري وهو وفقا لذلك يؤدي دوره الفاعلي في التأثير والاقناع.
2. الفضائية: ويقصد بها الفضاء الصغير المحيط بالخطاب الدعائي والذي يصبح الخطاب في ضوئه اكثر كفاءة على التواصل المباشر.
3. الزمانية: ويكمن دورها الرئيسي في قياس اثر المعنى وتدعيم الصورة المثلى التي يعمد المخاطب الدعائي الى انتاجها من اجل تعميق وتخليد النظام الاجتماعي والسياسي.
4. طقسية الخطاب: ان ابرز ما يميز الخطاب الدعائي انه خطاب طقسى اي انه يتحدد بمناسبات واحداث تنتظرها الجماعات البشرية وتعيش كافة تفاصيلها.
5. الاسطورة في الخطاب الدعائي: وجد الباحثين في علم الاتصال والاعلام ان الاسطورة هي قصص بعضها حقيقي وبعضها خيالي ويكون دور الاسطورة في انتاج الخطاب مهما في تنظيم الصور القادرة على اثاره عواطف الجميع وتوظيفها.

1- نقلا عن: حمزة اسماعيل حسن ابو شنب، الخطاب الدعائي الاسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014 م عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك: دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017 ص ص56-57.

2- حمزة اسماعيل حسن ابو شنب، مصدر سبق ذكره، ص ص59-61؛ حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، ط5، دار الهنا للطباعة، القاهرة، 1984، ص163.



سمات الخطاب الدعائي

للخطاب الدعائي جملة من السمات والصفات من أهمها⁽¹⁾:

1. براغماتية المضمون الخطابي: فللخطاب اهداف استراتيجية يسعى الى تحقيقها
2. مرونة الانتقال من نظام سيميائي لآخر: النص الدعائي المكون للخطاب له القدرة على الانتقال والتشكل بمظهر جديد من نظام سيميائي إلى آخر
3. هرمية الخطاب الدعائي: يعتبر الخطاب الدعائي خطاب سلطة وسلطته مستمدة من سلطة المؤسسات السياسية والاجتماعية والاقتصادية.
4. تناص الخطاب الدعائي: فهو نتاج واعادة إنتاج لخطابات سابقة، يتضمن المصادر والأصول غير المغلقة والمنفتحة على بعضها.

وبناء على ما تقدم يجد الباحث ان الخطاب الدعائي هو (رسالة غائية قصدية ذات بعد سياسي استراتيجي تجتمع فيها الالفاظ المنتقاة مع الايحاءات الجاذبة وفق تخطيط استراتيجي فكري يضع فيه الداعية كل محددات الخطاب ومتطلباته من حيث طبيعة الطقس الخطابي المحدد لموضعه والجمهور المستهدف واليات التأثير فيه بغية تحقيق غايات واهداف الخطاب الدعائي).

1- المصدر نفسه، ص ص61-62.



المحور الثاني مضامين الخطاب الدعائي الروسي تجاه الازمات العالمية

شكلت مضامين الخطاب الدعائي الروسي مدخلا رئيساً في فهم خصائص هذا الخطاب والجهات المستهدفة فيه فروسيا ومنذ بدايات تأسيس الاتحاد السوفيتي اعتمدت خطاباً دعائياً فاعلاً شكلت اثاره الدعائية ثورات مجتمعية بنى على اساسها والسوفيت ملامح اهدافهم الدعائية التي تزامنت مع حقبة الحرب الباردة التي تصارع فيها السوفيت مع الولايات المتحدة الامريكية للانفراد بالهيمنة العالمية وفق معايير اختلاف الایدولوجيا التي حكمت الصراع والتي تمثل في اساسها احد اهم محركات الخطاب الدعائي الروسي الذي استمر على مدار عقود الحرب الباردة ولكنه استطدم بأنھیار الاتحاد السوفيتي وتفككه لیاخذ منحى جديد اسست له حقبة وصول الرئيس الروسي فلاديمير بوتين عام 2000 والذي تحول معه الخطاب الدعائي الروسي الى قوة استراتيجية مؤثرة وفاعلة في مختلف القضايا العالمية التي كانت روسيا طرفاً فيها، لذلك سنحاول في هذا المبحث تناول خصائص الخطاب الدعائي الروسي خلال حقبة الحرب الباردة وتفاعله مع القضايا الدولية ومدى التحول الذي طرء عليه في التعامل مع القضايا العالمية بعد انهيار الاتحاد السوفيتي ووصول بوتين للسلطة عام 2000 وكيف اعاد الاخير لهذا الخطاب سطوته وتأثيره الدعائي على مستوى القضايا الدولية.

أولاً: مرتكزات الخطاب الدعائي الروسي خلال مرحلة الحرب الباردة

برز الخطاب الدعائي الروسي خلال مرحلة الحرب الباردة وفق توجهات شيوعية-اشتراكية خالصه اسست لها طروحات (كارل ماركس) و(لينين) حول صراع الطبقات ودعم الطبقة العمالية والوصول بها الى السلطة والقضاء على مفاهيم الملكية الفردية والراسمالية العالمية التي بنى على اساسها صناع القرار في الاتحاد السوفيتي السابق كل استراتيجياتهم الدعائية التي تبلورت مع بروزه واعتماده النهج الماركسي اللينيني

كايدولوجية عقائدية وحضارية والترويج لها وفق الصيغة السوفيتية في الدوائر الشعبية والمجتمعية الداخلية والخارجية⁽¹⁾، لذا وعليه فان اي دراسة تحليلية لمرتكزات الخطاب الدعائي الروسي خلال مرحلة الحرب الباردة وطبيعة الاساليب والوسائل التي اعتمدها صناع القرار السوفيت في تلك الحقبة لتحقيق التاثير الدعائي تجاه القضايا العالمية التي برزت في حينها تتطلب منا الوقوف على القيم الفكرية المحددة لمرتكزات الخطاب السوفيتي في تلك الحقبة وكيف استطاع الاخير موائمة تلك المرتكزات مع الاساليب والوسائل الدعائية لتحقيق اهداف الاتحاد السوفيتي الدعائية.

منطلقات الخطاب الدعائي الروسي خلال مرحلة الحرب الباردة :

استند الخطاب الدعائي الروسي خلال مرحلة الحرب الباردة الى جملة من المبادئ الفكرية التي ارتبطت بطبيعة الصراع الايدلوجي والفكري بين الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة الامريكية والتي انعكست على طبيعة الخطاب الدعائي السوفيتي الذي غلفت مرتكزاته بابعاد ايدولوجية وفكرية كان من أهمها⁽²⁾:

- 1 - الانطلاق من مبادئ النظرية الشيوعية برؤيتها الماركسية اللينينية حول صراع الطبقات والبحث عن الحرية والمساواة والتحرر من الاستعمار والارتقاء بالطبقة العمالية والوصول بها الى السلطة ومعاداة الراسمالية في المجتمع الدولي وجعلها منطلقاً فكرياً لايمكن التنازل عنه.
- 2 - تكريس الديكتاتورية الشيوعية او مايعرف بدكتاتورية البروليتارية في ادارة الخطاب الدعائي السوفيتي واحتكار وصياغة هذا الخطاب وفق المفاهيم الشيوعيه في الطرح والتوجيه الجماهيري اوالتاكيد على المكانة والقيمة الاستراتيجية السوفيتية في قيادة وزعامة العالم الشيوعي.
- 3 - التاكيد على الخطاب الثوري في الترويج للفكر الشيوعي تحت مفهوم الثورة الشيوعية العالمية الذي استخدم منذ عام 1919 لتحقيق الهيمنة العالمية

1- مظفر نذير الطالب، علي حسين علي، استراتيجية القوى الكبرى في الخليج العربي 1940-1988: دراسة في الاطار النظري والتطبيقي، مطبعة الزمان ، بغداد، 1988، ص ص105-107.

2- اباد طارق العلواني، سياسة الاتحاد السوفيتي الخارجية 1956-1964، دار سردم للنشر،السليمانية، 2016، ص ص 17-20.



خصائص الخطاب الدعائي السوفيتي خلال مرحلة الحرب الباردة

حضي الخطاب الدعائي باهمية استراتيجية كبيرة في مدرك صناع القرار السوفيت خلال مرحلة الحرب الباردة فالاتحاد السوفيتي كان اول دولة في العالم تؤسس منظومة دعائية شاملة تضم عناصر ادارية واستخباراتية وتنظيمية لادارة العمل الدعائي السوفيتي وتمثل هذه المنظومة جزء من الادارة الدعائية التي كانت ضمن الادارات السبع الرئيسية للجنة المركزية للحزب الشيوعي السوفيتي⁽¹⁾، وضمن هذه الاهمية الاستراتيجية لقيمة العمل الدعائي السوفيتي برز الخطاب الدعائي السوفيتي كواحد من ابرز الوسائل الدعائية في تحقيق الاهداف الاستراتيجية السوفيتية وقد حضي هذا الخطاب بخصائص فكرية ميزت طروحاته وجعلته اكثر تأثيراً في حاضنته الداخلية ومحيطه الاقليمي والدولي كان من ابرازها:

- 1 - نشر الشعارات الجاذبة⁽²⁾: ان قيمة الشعار تتلخص في التعبير اللفظي عن مطلب أو مطالب معينة في مرحلة محددة من الثورة. و لقد تميز الخطاب الدعائي السوفيتي باعتماده العديد من الشعارات الدعائية التي عبر كل واحد منها عن مطلب من مطالب الجماهير التي تأثرت بالفكر الشيوعي واعتنقته ايديولوجياً لذلك جاء هذا الخطاب متناعماً مع اهداف الجماهير وتطلعاتهم فالشعارات الشيوعية على غرار (الأرض والسلام) او (الخبز والسلام والحرية) ووصف الدول الشيوعية ب(الدول المحبة للسلام) ووصف الدول الرأسمالية ب(الدول الاستعمارية الامبريالية) إلى غير ذلك من الشعارات التي اعتمدها الخطاب الدعائي السوفيتي تجاه حاضنته الشعبية الداخلية ومحيطه الشيوعي والاشتراكي الاقليمي والدولي.
- 2 - تركيزه على اسلوب التشهير⁽³⁾: عمد الخطاب الدعائي السوفيتي اعتماد مبدأ التشهير من خلال تركيزه على فضح مغالطات الطبقة الحاكمة الرأسمالية في الدول الغربية ومحاولة التركيز على هذه المغالطات بهدف جذب البيئة الجماهيرية المحلية واضعاف قيمة تلك الطبقة في نظر بيئتها المجتمعية الحاضنة لها مستغلة دور الاحزاب الشيوعية في الدول النامية والرأسمالية.

1- رفيق سكري، دراسة في الرأي العام والاعلام والدعاية، جروس برس، طرابلس، 1991 ص ص 107-109.

2- Isaac Detscher , Ironies of History Essays on contemporary communism London , 1960 , p. 153;

رفيق سكري، مصدر سبق ذكره، ص ص 107-109

3- رفيق سكري، مصدر سبق ذكره، ص 107.

3 - اعتماده الاساليب الساخره والتهكمية في مجابهة الخصوم⁽¹⁾: سعى الخطاب الدعائي السوفيتي الى اعتماد اساليب التهكم والسخرية تجاه الشخصيات والقوى والطروحات الفكرية المعارضة لها وتكمن الابعاد الدعائية لهذا الاسلوب في اظهار المستهدف الدعائي سواء كان دول او شخصيات سياسية او طروحات فكرية بصورة غير جدية هزليه مازحه بهدف اضعاف صورتها وتأثيرها الفكري والتقليل من هيبتها الدعائية وقد اعتمد الخطاب الدعائي السوفيتي والشيوعي هذا الاسلوب في الكثير من المواقف والاحداث السياسية على المستوى العالمي.

4 - اعتماده الاساليب التحريضية⁽²⁾: اتسم الخطاب الدعائي السوفيتي بانه خطاب تحريضي فطبيعته الثورية التي تعبر عنها مفردات هذا الخطاب ولغة الجسد الخاصة بصناع القرار الذين يلقونه جعلت منه خطاباً تحريضياً بامتيا فاي خطاب يلقى تلحقه عمليه تحريض ممنهج من قبل اشخاص مدربون يطلق عليهم تسمية (المحرضون) يعملون على شرح مفردات هذا الخطاب وإقامة جدال ونقاش واسع حوله حتى يطلع عليها عدد كبير من الناس، وتكون مهمتهم هي تحريض الناس وتشجيعهم واثارة سخطهم لاطهار غضبهم ضد أعداء النظام وتأييده.

اهداف ووسائل الخطاب الدعائي الروسي على المستوى الداخلي والخارجي خلال مرحلة الحرب الباردة:

مثلت الحرب الباردة التي اندلعت بين الاتحاد السوفيتي و الولايات المتحدة بعد الحرب العالمية الثانية وتحديداً في 1946 نقطة تحول استراتيجية في مسار النظام العالمي كونها قسمت العالم معسكرين كل واحد منها يؤمن بأيدولوجية فكرية ونظرية تقود توجهاته الاستراتيجية لتحقيق الهيمنة العالمية وبقدر تعلق الدراسة بالخطاب الدعائي الروسي فقد وظف الاتحاد السوفيتي خطابه الدعائي لخدمة اهدافه الاستراتيجية

1- مصطفى فليح حسين، الخطاب الدعائي الروسي ازاء الازمات في المنطقة العربية عبر المواقع الالكترونية: دراسة تحليلية لمضامين موقع (RT) عربي للمدة من 2019/10/1 الى 2019/12/31، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، الجامعة العراقية، بغداد، 2019، ص52.

2- عبد اللطيف حمزه، الاعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1984، ص182.



في تحقيق الهيمنة العالمية والحد من انتشار الفكر الليبرالي الراسمالي، ففي عهد (جوزيف ستالين) ظل الخطاب الدعائي السوفيتي حبيس الرؤى الفكرية الفردية والدكتاتورية الشيوعية التي اعتمدها (ستالين) والتي ركزت على توجيه الخطاب نحو الداخل الروسي والمحيط الشرقي والمقصود دول اوربا الشرقية الداخلة في نهجه الشيوعي والاشتراكي ومنطق رؤية (ستالين) هذه كان يستند الى ضرورة بناء ستار حديدي من الافكار الشيوعية وفرضها حتى وان كان بالقوة داخل المجتمعات السوفيتية فشعار (من ليس معنا فهو ضدنا) الذي اطلقه (ستالين) مثل اهم خطاب دعائي للنظام السوفيتي خلال السنوات الاولى من الحرب الباردة⁽¹⁾، والذي عمد (ستالين) الى تطبيقه على ارض الواقع عبر اساليب ووسائل دعائية جمعت بين القوة والديكتاتورية والتأسيس الممنهج لتوجيه الفكر الروسي والكتلة الشرقية في تلك الفترة من أهمها⁽²⁾:

1 - السيطرة الشاملة على وسائل الاعلام وحصرها بيد اللجنة المركزية للحزب الشيوعي وفرض الرقابة الشاملة عليها من خلال انشاء مكتب الاعلام الشيوعي (الكومنفورم) عام 1947 الذي تولى مسؤولية الاشراف على الصحف والمجلات والاذاعات داخل الاتحاد السوفيتي.

2 - توجيه المدارس والمنظمات الشبابية لبناء اجيال شيوعية تؤمن بالفكر الشيوعي السوفيتي عبر زجهم في برامج العمل الجماعي بعيداً عن محيط الاسرة الداخلي ويقول احد منظري التعليم السوفيت في تلك الفترة (يجب أن نكوّن من شبابنا جيلاً من الشيوعيين. الأطفال مثل الشمع الناعم، مرنون للغاية وينبغي قولبتهم في قالب الشيوعية الجيد.. يجب أن نؤمهم. يجب أن يجدوا أنفسهم تحت التأثير المفيد للمدارس الشيوعية منذ الأيام الأولى لحياتهم البسيطة) لذلك فقد اصبحت المدارس ومنظمات الكمسمول (منظمات الشباب السوفيتي) ادوات دعائية لنشر الفكر الشيوعي السوفيتي.

1- ايد طارق العلواني، مصدر سبق ذكره، ص ص 19-21 وص 38.

2- المصدر السابق نفسه، ص 21؛

Lewis Siegelbaum and others , Stalinism as a Way of Life: A Narrative in Documents, Yale University Press, United States ,2000,p.p 143]-146; Anthony Rhodes, Propaganda: The art of persuasion: World War II, 1976, Chelsea House Publishers, New York , 1976· p212

3 - الترويج الدعائي لوجود فئات داخلية معارضة وخائنه للحزب الشيوعي السوفيتي و(ستالين) وتقود المؤمرات ضده سواء من خلال اعتراضها على سياساته وطروحاته، الامر الذي مثل مدخلا دعائيا للقضاء على كافة الاصوات المعارضة لتوجهات (ستالين) من خلال الزج بها في السجن وتعذيبها واعداد اعداد كبيرة من معارضيه.

4 - التركيز على العناصر الفكرية التي يستند عليها الفكر الشيوعي ذات التأثير الدعائي الجاذب، لاسيما الطبقات العمالية والفلاحية، حيث اصبحت السينمات تنتج الافلام الوثائقية عن دور هذه الطبقات وتضحياتها في حروب الاتحاد السوفيتي على غرار الاعمال التي قدمها المخرج الروسي (دزيجا فيرتوف) في الترويج لبطولات تلك الطبقات في تلك الحروب.

ولكن مع وفاة ستالين ووصول (نكيتا خروشوف) ومن بعده (ليونيد بريجنيف) الى رئاسة الاتحاد السوفيتي شهد الخطاب الدعائي الروسي تحولا استراتيجيا فبدى اكثر مرونة وانغماساً في القضايا الدولية وتحول من طروحات الصلابة الايدولوجية في التأثير الى المرونة الفكرية في الجذب مع تحول الشعار الفلسفي للبلشفية الروسية من (من ليس معنا فهو ضدنا) الى شعار (من ليس ضدنا فهو معنا) فالاتحاد السوفيتي خلال عهدي (نكتا خروشوف) و(ليونيد بريجنيف) وجد ان الصراع العالمي مع الولايات المتحدة الامريكية لايمكن ان يعتمد خطاباً دعائياً يركز فقط الاختلافات الايدولوجية وقيمة الفكر الشيوعي والاشتراكي ، فلا بد من وجود ادوات دعائية داعمة لهذه الايدولوجية تحقق لها التأثير المطلوب على ارض الواقع وتزيد من شعبيتها العالمية⁽¹⁾، وهذا ماتطلب منها الخروج من العزلة الداخلية التي فرضها (ستالين) والدخول في صلب القضايا العالمية وتحديداً قضايا دول منطقة الشرق الاوسط كون اغلب دولها اكانت دول محايدة وخارج الانتماء الايدولوجي للمعسكرين الشرقي والغربي وشهدت العديد من القضايا السياسية والعسكرية التي كان الصراع الايدولوجي السوفيتي - الامريكي الدور الرئيس فيها⁽²⁾، فقياس مدى التأثير الدعائي للخطاب الدعائي السوفيتي في حقبة الحرب الباردة تجاه هذه القضايا

1- غسان ابراهيم مظلوم وآخرون، علاقات اسرائيل الدولية، مراجعة: هاشم كاظم نعمة، سلسلة دراسات فلسطينية، بغداد، د.ت، ص ص 146-149.

2- ايد طارق العلواني، مصدر سبق ذكره، ص ص 36-38.



يمكن تحديده من الوسائل والاليات الدعائية التي اعتمدها السوفيت اتجاه قضايا تلك المناطق الاستراتيجية والتي يمكن تحديدها من خلال الاتي:

1 - الدعم الدعائي المنقطع النظير لحركات التحرر العالمية⁽¹⁾:

استند الخطاب الدعائي السوفيتي تجاه دول منطقتي الشرق الأوسط والشرق الأدنى بالدرجة الاساس الى مبدء تلاقي المصالح فاعلى الرغم من الخلاف الجوهرى بين الطروحات الفكرية الشيوعية والطروحات الفكرية القومية والدينية الناشئة في دول منطقة الشرق الأوسط والادنى، الا ان الاتحاد السوفيتي حاول تقريب وجهات النظر من خلال التاكيد على تشابه الاهداف بين الرؤى الشيوعية والقومية لاسيما المتعلقة بدعم اهداف التحرر من الاستعمار والانظمة الملكية المستبدة عبر خطاب دعائي يدعم المشاعر الثورية في التحرر الشعبى من الاستعمار الفعلي او من مظاهره المورثة عنه لذلك ركز الخطاب الدعائي السوفيتي اعلى شعارات التحرر الوطني بهدف تكوين دول مستقلة غير منحازة لكنها تتفق ضمناً مع الاتحاد السوفيتي في معاداة التوجهات الاستعمارية الغربية واعتبارها مرحلة انتقالية تصل فيها فيما بعد الى مرحلة تأسيس دول ذات توجهات شيوعية تقودها الاحزاب الشيوعية الداخلية وتميل بالولاء تجاه الاتحاد السوفيتي ولعل هذا الامر هو مايبرر لنا الموقف السوفيتي الداعم لتأميم قانون السويس المصرية عام 1956 وهذا ما عبرت عنه الاتحاد السوفيتي وصناع قراره في خطاباتهم الدعائية على غرار البيان الذي أصدرته الحكومة السوفيتة بعد قرار التأميم المصري عام 1956 والذي جاء مدافعاً عن موقف مصر من تأميم قناة السويس: وهاجم البيان التهديد العسكري الإنكليزي والفرنسي تجاه مصر حينما رد عليها بالقول (ان ذلك يمكن السكوت عليه ولا بد أن يلقى الاستنكار المشروع والردع اللازم ليس من جانب مصر وحدها بل ومن جانب كل الشعوب المناضلة من اجل سيادتها واستقلالها الوطني)، كما ودعم الاتحاد السوفيتي الانقلاب

1- نقلا عن: احمد السيد النجار، خروشوف يهدد بضرب لندن وباريس ردا على العدوان الثلاثى المتطوعون السوفيت يطالبون بالسفر إلى مصر للقتال، مجلة الاهرام المصرية، العدد (46513)، السنة 138، القاهرة، 2014 للموقع:

<https://gate.ahram.org.eg/daily/News;>

كادت موسكو تشعل حرباً عالمية بسبب العراق، موقع RT روسيا اليوم العربي، بيروت، 2020، للموقع:

<http://arabic.rt.com>

العسكري الذي قام به (عبد الكريم قاسم) في العراق في 14 حزيران عام 1958 على النظام الملكي واعلاه تأسيس الجمهورية العراقية حيث اعلن الاتحاد السوفيتي اعترافه بالجمهورية العراقية وتأييده للانقلاب ووصفه له بالثورة اوالتعبير عنها " بانها نضال ضد الامبريالية " الغربية.

2 - خطاب الأفعال⁽¹⁾: انعكس التحول الاستراتيجي الكبير في السياسة الخارجية السوفيتية تجاه القضايا الدولية على الخطاب الدعائي السوفيتي الذي تحول الى خطاب افعال لاسيما مع ازمت الشرق الاوسط حيث تجاوز الدعم السوفيتي للدول العربية تجاه خصومهم الاسرائيليين والغربيين الجانب الخطابي المعنوي الى خطابات افعال حقيقية ساهمت في تصاعد التأثير الدعائي السوفيتي داخل الأوساط المجتمعية الشرق اوسطية بدء من عقده صفقات الاسلحة الجيكية مع مصر 1955 ودعم مصر في فترة العدوان الثلاثي عليها وتوجيه تهديداً مباشراً بالتدخل العسكري ضد (إسرائيل) جاء على لسان رئيس وزراء الاتحاد السوفيتي في حينها (نيكولاي بولجنين) في حال عدم انسحابها من سيناء، وهذه الفعالية الخطابية للسوفيت لن تقف عند هذا الحد فمع قيام انقلاب 14 تموز 1958 واعلان بريطانيا وامريكا الدفع بالحكومة التركية للتدخل العسكري في العراق اتخذ الرئيس السوفيتي (نيكتيا خرشوف) خطوات عسكرية جريئة تضمنت إقامة منورات عسكرية سوفيتية على حدود تركيا في رسالة دعائية واضحة عن العزم السوفيتي للتدخل العسكري، ولم يقف خطاب الافعال السوفيتي عند حدود هذه القضايا فقد فقد مثلت الاسلحة الروسية والخبراء العسكريين الروسيين اللذين وصلت اعدادهم بالاف في كل من مصر وسوريا في الحرب العربية الاسرائلية عام 1973 واحد من اهم اسباب استعادة مصر لارضها في سيناء وتدمير خط بارليف الدفاعي الاسرائيلي.

3 - توجيه الاحزاب الشيوعية في مختلف دول العالم للترويج للافكار الشيوعية السوفيتية⁽²⁾: عمل الاتحاد السوفيتي على توجيه كافة الاحزاب الشيوعية في الاقاليم

1- احمد السيد النجار، مصدر سبق ذكره ؛ كادت موسكو تشعل حرباً عالمية بسبب العراق، مصدر سبق ذكره ؛ قيس عدنان عوده، فهمي احمد فرحان، الدور السوفيتي في حرب أكتوبر 1973،مجلة جامعة الانبار للعلوم الإنسانية، العدد(1)،المجلد الرابع، جامعة الانبار، الانبار، 2009، ص ص 194-196.

2- اباد طارق العلواني، مصدر سبق ذكره، ص ص 54 57-.



الاستراتيجية المحايدة على خدمة الاهداف الدعائية للحزب الشيوعي السوفيتي من خلال الترويج الدعائي للفكر الشيوعي السوفيتي واعتباره النموذج الامثل للتبعية الفكرية في دول منطقة الشرق الاوسط وهذا ما يتوافق الاطر الدعائية الاولى ل(الكومنترن) الذي اسسه الاتحاد السوفيتي عام 1919 لتصدير الثورة البلشفية لدول العالم والذي كان يعنى بنشر الشيوعيه العالمية من خلال توظيف الاحزاب الشيوعيه العربية لخدمة توجهاتها الدعائية.

4 - المكاتب الثقافية وتقديم المنح التعليمية ونشر الكتب والمجلات السوفيتية وترجمها⁽¹⁾: عمل الاتحاد السوفيتي على نشر افكاره الشيوعيه باساليب دعائية تثقيفية تستهدف من خلالها الجذب النوعي للفئات المجتمعية من خلال التركيز على النخب الثقافية ومحاولة جذبها من خلال فتح المراكز الثقافية السوفيتية في مختلف دول العالم لاسيما الدول العربية التي نشطت فيها الحركة الشيوعيه منذ عشرينات القرن الماضي وعملت على ترجمة ونشر الكتب الشيوعيه فيها، فضلا عن المنح الدراسية التي كانت تقدمها الحكومة السوفيتية للطلبة العرب بهدف دمجهم في ثقافة الاتحاد السوفيتي الشيوعيه ومن ثم الاستفادة منهم في نشر تلك الثقافة في بلدانهم بعد وعودتهم ليكون بمثابة اذرع ثقافية تروج دعائياً لفكر الاتحاد السوفيتي.

ويمكن القول ان الخطاب الدعائي السوفيتي خلال مرحلة الحرب الباردة قد شهد تطورات كبيرة على مستوى التأثير الدعائي كونه ارتبط بصورة وثيقة بانتشار الفكر الشيوعي والصراع الايدولوجي مع الراسمالية العالمية، الا ان الانهيارات الاقتصادية والسياسية التي عانى منها السوفيت بعد وصول (ميخائيل غرباتشوف) الى السلطة في الاتحاد السوفيتي واعتماده سياسة البيريسترويكا (إعادة البناء والهيكلة) وانحسار الفكر الشيوعي وتراجع قيمته الفكرية على المستوى العالمي الذي قابله تصاعد كبير في شعبية الفكر الرأسمالي العالمي وانتصار المعسكر الغربي بقيادة الولايات المتحدة الامريكية كان لها الاثر الاكبر في تراجع مستوى تأثير الخطاب الدعائي السوفيتي وانحساره في العالم ومن ثم تلاشيته مع انهيار الاتحاد السوفيتي⁽²⁾.

1- المصدر نفسه، ص ص 57-58.

2- سيرجي قرا مورزا، الاتحاد السوفيتي من النشوء الى السقوط، ترجمة: شوكت يوسف، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، 2018، ص ص 485-490.

ثانياً: مرتكزات الخطاب الدعائي الروسي بعد عام 2000

شكلت الفترة بين انهيار الاتحاد السوفيتي عام 1991 وحتى وصول الرئيس الروسي (فلاديمير بوتين) الى سدة الحكم في روسيا الاتحادية عام 2000 فترة فراغ استراتيجي على كافة المستويات الاستراتيجية، فقد ادى تراجع الدور الروسي على مستوى القضايا العالمية الى غياب اثر الخطاب الدعائي الروسي على المستوى العالمي، الا ان وصول الرئيس (فلاديمير بوتين) الى السلطة عام 1999 مثل نقطة تحول استراتيجية في مسار روسيا الاتحادية كان لها انعكاساتها الجوهرية على الخطاب الدعائي الروسي الذي بدء يستعيد دوره الاستراتيجي على مستوى القضايا العالمية⁽¹⁾، وهذا يعود بالدرجة الاساس الى جملة من الاسباب من اهمها:

1 - الكاريزما القيادية الاستثنائية لفلاديمير بوتين⁽²⁾:

شكلت طبيعة الكاريزما الاستثنائية التي تمتع بها الرئيس الروسي (فلاديمير بوتين) خطاباً دعائياً روسيا جاذباً بحد ذاتها فطبيعة التنشئة الاستخباراتية التي عاشها (بوتين) اثناء وجوده في جهاز المخابرات السوفيتي (الك جي بي) والذي منحتة صفة الغموض الذي تأثرت بها ملامح (بوتين) الهادئة اساساً ولغة جسده الواثقة جعلت منه مثار جاذبية واهتمام دائم من كل المتابعين له من انصار وخصوم فضلاً عن لباقتة الخطابية ولغة جسده الواثقة المستندة الى قوة بدنية تظهره دائماً بمظهر الرجل القوي المتمكن وهدوءه المريب والمستفز للخصوم في خطابه الدعائية كلها امور انعكست بصورة ايجابية على الخطاب الدعائي الروسي بعد وصول (بوتين) الى السلطة، فقد منحت التحركات السياسية والاقتصادية والعسكرية الداخلية والخارجية التي اعتمدها (بوتين) الشعبية والثقة والتصديق المجتمعي الداخلي الروسي والمهابة والحذر والتقدير الخارجي لخيارات بوتين واسلوبه المميز في ادارة التوجهات الاستراتيجية الروسية لاعادتها لقوتها العالمية السابقة.

1- محمد كاظم عباس، الشرق الاوسط في المدرك الاستراتيجي الروسي بعد عام 2000، مجلة قضايا سياسية، العدد (62)، كلية العلوم السياسية، جامعة النهدين، 2020، ص 297.

2- المصدر نفسه، ص ص 304-307؛ خديجة لعربي، السياسة الخارجية الروسية تجاه منطقة الشرق الاوسط بعد احداث 11 سبتمبر 2001، رسالة ماجستير غير منشوره، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير بسكرة، الجزائر، 2013-2014، ص ص 90-93.



2 - اعتماد النهج البراغماتي المصلحي كبديل للأيديولوجيا في قيادة التوجهات الروسية العالمية⁽¹⁾: وجدت إدارة الرئيس (بوتين) السياسية ان التمسك بالمبادئ الايدولوجية الشيوعية لن تعيد روسيا الى سابق مكانتها وقوتها العالمية خلال مرحلة الحرب الباردة، لذلك عمدت ادارة الرئيس (بوتين) على اعتماد النهج البراغماتي في صياغة الاهداف الاستراتيجية الروسية على كافة المستويات الداخلية والاقليمية والعالمية.

3 - النجاحات الروسية المتتالية في ادارة القضايا الداخلية والاقليمية والدولية⁽²⁾: على غرار نجاح روسيا في اعادة بناء منظومتها الاقتصادية ومحاربة المافيات السياسية داخل روسيا وبناء عقيدة عسكرية استندت على الردع النووي ونجاحاتها العسكرية في تدخلها العسكري في جورجيا عام 2008 وفي اوكرانيا وسيطرتها على شبه جزيرة القرم عام 2014 وفي الازمة السورية عام 2015، فضلا عن مشاركتها الاستراتيجية في المنتديات الاقتصادية القائدة للنظام الاقتصادي العالمي على غرار دول مجموعة الثمانية التي علقت عضوية روسيا فيها عام 2014 ودول مجموعة العشرين ومنتدى البريكس للدول الاقتصادية الاكثر نمواً في العالم.

4 - اعادة بناء منظومة اعلامية دعائية خارجية تسير وفق نهج مركزي توجيهي مدعومة بمزايا التكنولوجيا الحديثة⁽³⁾: وجد (فلاديمير بوتين) ان تحقيق التأثير الدعائي يتطلب ايجاد منظومات اعلامية عالمية موجهه تبنى وفق منظومات فكرية دعائية تستهدف اعادة المكانة العالمية لروسيا على المستوى العالمي وفق خطاب دعائي موجه لتحقيق ذلك وتكون خاضعة بصورة كاملة للسلطات الروسية على غرار سيطرة الاتحاد السوفيتي السابق على الاعلام السوفيتي، لذلك انشئ (بوتين) قناة روسيا اليوم“ التي تعد وسيلة الدعاية الروسية الرئيسة إلى جانب وكالة انباء وموقع ”سبوتنيك“ الالكتروني ويتبين من

1- حسني عماد حسني العوضي، السياسة الخارجية الروسية: زمن الرئيس فلاديمير بوتين، المركز الديمقراطي

العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، 2017، ص ص 24 26-.

2- المصدر السابق نفسه، ص 1 و 5 وص 20 وص 24 وص 27.

3- Borschevskaya, Anna, and Catherine Cleveland. "Russia's Arabic Propaganda: What It Is, Why It Matters." The Washington Institute for Near East Studies, Policy Notes 57, Washington D.C., 2018, p.3;

محمد خلف، "روسيا اليوم" أداة بوتين لنشر معلومات تضليلية للعرب، منصة درج الالكترونية، 2020، للموقع:

<https://daraj.media/50622/>

تحليل هاتين الوسيلتين الإعلاميتين الناطقتان بمختلف اللغات العالمية أنهما تركزان ابراز مكانة روسيا ودورها العالمي والترويج لسياساتها ومحاولة تبريرها والتركيز السياسات الغربية ونقاط الضعف فيها ومحاولة التشهير فيها وازهارها بصورة معادية في مختلف دول العالم وهذا ماكده فلاديمير بوتين في معرض حديثه عن تأسيس قناة روسيا اليوم عام 2005 بالقول (حين صممنا مشروع روسيا اليوم 2005 كنا نعزم طرح لاعب قوي اخر في الساحة العالمية)، فضلا عن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي على غرار فيس بوك وتوتر وتليغرام لخدمة اهداف الدعاية الروسية في العالم.

خصائص الخطاب الدعائي الروسي بعد عام 2000

اتسم الخطاب الدعائي الروسي خلال عهد الرئيس فلاديمير بوتين بجملة من الخصائص الاستراتيجية التي منحتة قوة تأثيرية في الجذب الدعائي يمكن تحديدها من خلال الاتي⁽¹⁾:

1 - ضخامة الانتاج الدعائي وتعدد المصادر: وضعت روسيا خلال عهد بوتين ميزانيات ضخك للترويج لخطابها الدعائي عبر قنوات عابرة للقومية وناطقة بمختلف اللغات العالمية على غرار قناة روسيا اليوم التي تصل ميزانيتها ل300 مليون دولار سنوياً، فضلا عن المواقع الالكترونية الروسية الرسمية وغير الرسمية ومواقع التواصل الاجتماعي التي وضعت روسيا فيها جيوشاً الكترونية تروج للطروحات الدعائية الروسية وتهاجم كل من يحاول التعرض لروسيا وتكمن قيمة التنوع في مصادر الدعاية بين القنوات التلفزيونية والمواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي في خلق حالة من المصادقية المتنوعة فالتنوع في مصادر بث الدعاية والخطاب الدعائي الروسي يمنحه مصداقية واقناعاً أكبر من المصدر الواحد

2 - سرعة الاستجابة والتواصل والتكرار: من اهم خصائص الخطاب الدعائي الروسي في عهد (بوتين) اتسامه بسرعة الاستجابة تجاه الاحداث الدولية وتقديمه لخطاب

1- Paul, Christopher and Miriam Matthews, The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It. Santa Monica, CA: RAND Corporation, 2016.p.p 2-8.



يتسم بالتواصل دون النظر الى حقيقة الامور ومجريات لا يفكر فقط في تقديم روايات ومضامين فكرية تتوافق ومصالح روسيا الاستراتيجية حتى وان كانت مضلله وهنا يمكن ابراز دور التكرار الدعائي الذي يضيفي على المفاهيم والمضامين الدعائية الحقيقة منها او المضلله مصداقية كبيرة وفقا لاعتبارات استعداد الذاكرة لتصديق روايات بعينها حتى وان كانت مضلله في حال تكرارها.

3 - عدم التزامه باظهار الحقائق: على الرغم من اظهار روسيا للحقائق في العديد من طروحاتها الدعائية الا ان التزامها باظهار الحقائق ضئيل جداً كون ان طروحاتها الدعائية تركز على الاهداف الدعائية التي تتوافق مع المصالح الروسية اكثر من التزامها بالحقائق.

4 - عدم اتساقه ومرونته في تغيير المواقف: من اكثر المؤاخذات التي تحسب على الخطاب الدعائي الروسي عدم اتساقه في التعامل مع الاحداث المختلفه من حيث سردية الروية الخاصة بتلك الاحداث فتجد المواقع الالكترونية تطرح سردية او رواية مختلفه عن قنوات التلفاز وحتى وان تشابهت في الهدف الدعائي، الا انها تخلق حاله من عدم القناعة لدى الجمهور المتلقي.

اهداف الخطاب الدعائي الروسي بعد عام 2000

عملت إدارة الرئيس (بوتين) على بناء منظومة دعائية جاذبة وفق رؤية استراتيجية شاملة عملت على تحقيق اهدافها الدعائية التي كان من اهمها⁽¹⁾:

1 - بناء النموذج الروسي الخاص: عمل (بوتين) على بناء نظام سياسي وفق رؤية روسية خالصة لا تقوم على النموذج الغربي في اعتناق مفاهيم الليبرالية الغربية بصورة كاملة بل سعى الى استبدالها بمفهوم (الوطنية الروسية) التي سعى الى بناها والترويج لها دعائيا في الداخل الروسي لاسيما مع وجود قطاعات كبيرة داخل روسيا لازلت تشعر بالحنين الى الحقبة السوفيتية.

1- احمد رحمانوف، الحرب المعلوماتية: دور الاعلام الروسي في مواجهة الغرب، مجلة اتجاهات الاحداث، العدد(25)، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، أبوظبي، 2018، ص ص 76-78؛ هبة الله نصر حسن، اليات توظيف الخطاب الدعائي الروسي في المواقع الاخبارية الروسية خلال الصراع الأوكراني، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، العدد(1)، المجلد (5) كلية الاعلام، جامعة بني سويف، القاهرة، 2023، ص ص 431-433.

2 - التوازن الدعائي في مواجهة الخطاب الدعائي المضاد: على مدار عقود الحرب الباردة حققت الولايات المتحدة الأمريكية التفوق النوعي والكمي في مواجهاتها الدعائية الاتحاد السوفيتي الذي عانى خطابه الدعائي من تمسكه بالقوالب التقليدية في مواجهة الغرب، لذلك عمدت ادارة (بوتين) الدعائية على اعتماد كافة معايير التحديث الدعائي ومنافسه الغرب في كافة مجالات الدعاية ولعل التدخلات العسكرية الروسية في جورجيا عام 2008 وشبه جزيرة القرم عام 2014 والتدخل في الازمة السورية عام 2015 عبرت وبشكل دقيق مدى التطور الدعائي الروسي في الترويج للرواية الروسية لهذه التدخلات ومواجهة الدعاية الغربية المضادة .

3 - دعم القضايا الخلافية داخل البيئة الاقليمية والعالمية المضادة: لم يكتفي الخطاب الدعائي بالدفاع عن التوجهات الروسية الاقليمية والعالمية بل امتد الى التوغل داخل البيئات الاستراتيجية المضادة لاسيما في دول اوربا من خلال دعم الحركات الشعبية الغربية ذات القضايا الخلافية والانفصالية في اوربا من خلال دعم تلك التيارات والسماح لها بالتعبير عن افكارها عبر وسائلها الدعائية المختلفه سواء اكانت قنوات تلفزيونية او مواقع الكترونية او صفحات تواصل اجتماعي تخصص جزء كبير من دعايتها لدعم هذه النخب والحركات والتعبير عن مطالبها وفق صياغات تطغي عليها مفاهيم عادلة لقضايا تلك الحركات لذلك نجد ان قنوات مثل روسيا اليوم وسبوتنيك تخصص جزء كبير من برامجنا ونشراتها الاخبارية لدعم الحركات والتوجهات الانفصالية الاوربية على غرار ماحدث في اوكرانيا في شبه جزيرة القرم عام 2014.



المحور الثالث استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي تجاه الحرب لاوركانية عام 2022

شكلت الحرب الروسية على اوكرانيا(*) التي اندلعت 4 شباط عام 2022، تحدياً استراتيجياً كبيراً للخطاب الدعائي الروسي كونها كانت حرب غزو وليست حرب تحرير او رد عدوان، الامر الذي تتطلب من صانع القرار الروسي تبريرات دعائية وخطاب دعائي مقنع وفق سرديات جاذبة عملت ادارة الرئيس الروسي (فلاديمير بوتين) على تبويبها وفق استراتيجيات خطاب دعائي تنوعت فيها الاساليب الدعائية في الترويج والاستهداف الدعائي ووظفت فيها مختلف وسائل التواصل العابرة للحدود السيبرانية المقروءة والمسموعة والمرئية (السيمائية) بهدف تحقيق التأثير الدعائي الذي يبرر لروسيا حربها هذه ويقدمها للعالم كقطب عالمي فاعل ومؤثر على المستوى العالمي⁽¹⁾ وعليه سنحاول في هذا المبحث تحديد اهم استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي تجاه الحرب الاوركانية عام 2022.

أولاً: الاستراتيجيات الخطابية المبررة للحرب الروسية على اوكرانيا

وظفت ادارة الرئيس بوتين جملة من الاستراتيجيات الخطابية السردية لتبرير الحرب الروسية على اوكرانيا بهدف اظهارها كحرب روسية عادلة عبر ايجاد مبررات دعائية لهذه الحرب والترويج لها ضمن بيئتها الداخلية والاقليمية والعالمية ومجابهة الدعاية الغربية المضادة لها⁽²⁾، وقد عمدت الادارة الروسية الى اعتماد عدة استراتيجيات

* اعلن الرئيس الروسي (فلاديمير بوتين) بدء عملية عسكرية ضد اوكرانيا في 24 شباط 2022 ودعا الجيش الاوكراني لالقاء السلاح والسيطرة على الحكم. للمزيد ينظر الى: عصام عبد الشافي، الحرب الروسية-الاوركانية ومستقبل النظام الدولي، ورقة تحليلية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2022، ص 6.

1- احمد رحمانوف، مصدر سبق ذكره، ص 76.

2- هبة الله حسن مصطفى، مصدر سبق ذكره، ص 410.

خطابية لتبرير حربها على أوكرانيا وتحويلها من حرب عدوانية الى حرب دفاعية تحريرية من اهمها:

1 - استراتيجية القوالب المصطلحية الموجهة لبناء الصورة الذهنية المبتغاة⁽¹⁾: علمت ادارة الرئيس (فلاديمير بوتين) على اعتماد مصطلحات مفتاحية غلفت فيها الخطاب الدعائي الروسي تجاه الغزو الروسي لاورانيا عام 2022 وعملت على تكرارها مع اي خطاب او لقاء رسمي لمسؤل روسي بدء من (بوتين) نفسه ووصولاً لاصغر ناطق اعلامي روسي وحاولت من خلالها ادارة الرئيس (بوتين) بناء صورة ذهنية مبالغتة لتوجيه العقل الجمعي الداخلي والاقليمي والعالمي بما ينسجم مع اهدافها ويحولها الى اهداف عادلة تجعل من حربها على اوكرانيا حرب تحرير ورد للحق ومن ابرز هذه المصطلحات كانت:

أ- العملية العسكرية الخاصة: دأبت الماكنة الدعائية الروسية على اعتماد مصطلح (العملية العسكرية الخاصة) في كافة الخطابات الدعائية الخاصة بهذه الحرب ومرد اختيار هذا المصطلح يعود الى رغبة الروس في حصر التدخل العسكري الروسي في عملية عسكرية محدودة بعيد عن مسميات الغزو والحرب الشاملة ذات الاثار الانسانية المدمرة التي ستعكس سلباً على صورة روسيا الدعائية .

ب- النازيون الجدد والامن بالوجود: المصطلح الذي لا تنفك عن ذكره مختلف الخطابات الدعائية الروسية بما فيها خطاب اعلان الحرب الذي القاه (فلاديمير بوتين) في 24 شباط عام 2022 الذي شبه فيه النظام الاوكراني ب(النازيون الجدد) وتكمن قيمة هذا الوصف بالفضاء التاريخي المرتبط بالعداء النازي تجاه روسيا خلال الحرب العالمية الثانية ومحاولته ابادة الروس ولهذا تحاول الاليات الدعائية الروسية اعتماد هذا الوصف لجعل العملية العسكرية الروسية الخاصة هي عملية للحفاظ على الامن والوجود الروسي وهذا ماكدته اغلب الخطابات الرسمية وغير الرسمية الروسية

ج- المتطرفون القوميون: تصف السرديات الدعائية الروسية كل من يقاوم الجيش الروسي او الانفصاليون في اوكرانيا بانهم قوميون متطرفون في تجريم واضح للنزعة القومية اذ كانت تتعلق في غيرهم وهنا يظهر مدى التناقض الروسي الذي يدفع الى الحرب

1- المصدر نفسه، ص ص 461-466.



بحجة الدفاع عن المتنتمين الى القومية الروسية في شرق اوكرانيا وينكر هذه القومية على خصومهم ويق المتنتمين لها ابنهم متطرفون ويشكلون تهديداً على الامن الروسي .

2 - استراتيجية افتعال الازمات الانسانية كمدخل لتبرير التدخل⁽¹⁾: شكلت القضايا الانسانية مدخلا دعائيا عملت روسيا من خلاله على تبرير تدخلاتها العسكرية في العالم وهو نمط شبيه بالنمط الذي اعتمدته الولايات المتحدة الامريكية لتبرير تدخلها العسكري في العراق عام 2003 تحت مسمى حرب تحرير العراق وهذا ماعتمدته الدعاية والخطاب الدعائي الروسي خلال سيطرته على شبه جزيرة القرم حتى دعاية حماية السكان المتحدثين بالروسية ومن ثم تدخلها العسكري في سوريا والذي بررته دعائياً لحماية الشعب السوري من الجماعات الارهابية والحيلولة دون امتداد تلك الجماعات الارهابية الى روسيا وعلى هذا المنوال الدعائي اتجهت الميكانزمات الدعائية الروسية لتبرير الغز الروسي لاوكرانيا عام 2022 تحت دعاية حماية السكان الموالين لروسيا في دونيتسك ولوغانسك من الاضطهاد الاوكراني بقيادة الرئيس الاوكراني (فولوديمير زيلينسكي) والاعتراف بهما كجمهوريات مستقلة وتقديم مختلف انواع الدعم لمواطني هاتين الجمهوريتين الروس وهذا ماكده فلاديمير بوتين في خطابه الذي القاها في 21 شباط 2022 و اعلن فيه الاستعداد للحرب الروسية على اوكرانيا عندما اعلن صراحة الاعتراف جمهوريتي " دونيتسك ولوغانسك كجمهوريات مستقلة عن اوكرانيا ومرتبطة بالاتحاد الروسي.

3 - استراتيجية تعظيم التفوق العسكري الروسي⁽²⁾: على الرغم من سردية العملية العسكرية المحدودة الا ان الخطاب الدعائي يسعى دائماً الى اظهار القوة العسكرية واعتمادها كالية لكسب الدعم الروسي الداخلي واعتمدها ايضاً كوسيلة ردع دعائي استراتيجية لترهيب خصوم روسيا وفي مقدمتهم اوكرانيا ومع بدء الحرب الروسية ضد اوكرانيا عام 2022 عمدت القيادة الروسية التاكيد على محدودية هذه العملية الا ان سير

1- مصطفى فليح حسن، مصدر سبق ذكره، ص 55-56؛ هبة الله حسن مصطفى، مصدر سبق ذكره، ص 471.

2- محمد حسام الدين، استراتيجية الدعاية الروسية والسورية لمساندة الجهد الحربي وشيطنه الاخر، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2017، ص 11-13؛ شحاته العربي، اعلان التعبئة العسكرية الجزئية في روسيا: الابعاد والرهانات، سلسلة تقدير موقف موقع ستراتيجيكس للأبحاث والدراسات والاستراتيجيات، 2022، للموقع:

<https://strategiecs.com/a>

الاعمال العسكرية وتكبد روسيا لخسائر غير متوقعة جراء الدعم العسكري الغربي لأوكرانيا دفعت روسيا الى اعتماد خطاب دعائي ذو ابعاد عسكرية اكثر حدية وجدية حيث اعلن الرئيس (فلاديمير بوتين) في خطاب متلفز في 21 / 9 / 2022 عن تعبئة جزئية، وتعديل في القيادة العسكرية الروسية وإنشاء المجلس التنسيقي للعمليات الخاصة، ونقل الصناعة العسكرية الروسية إلى نظام أكثر صرامة والانتساع في العمليات العسكرية الروسية في اوكرانيا و كانت ذروة هذا الخطاب التهديد الذي المح اليه (بوتين) باستخدام القوة النووية ضد اوكرانيا في رسالة دعائية ردعية غاية في الخطورة لم تستهدف اثاره مخاوف اوكرانيا لوحدها بل اثاره مخاوف اوربا والولايات المتحدة الامريكية وحلف الناتو الذي يدعمها وبما ينتقل بهذه الحرب الى حرب شاملة بكل المقاييس

4 - استراتيجية التركيز على سلبيات الدعاية الغربية المضادة و ابراز تناقضاتها⁽¹⁾:
تعد هذه الاستراتيجية واحدة من ابرز استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي التي اعتمدها روسيا منذ العهد السوفيتي وخلال الحرب الروسية على اوكرانيا كرز الخطاب الدعائي الروسي على محاولة اظهار زيف الادعاءات الغربية الامريكية والاوربية حول مساعدة اوكرانيا من خلال ربط هذا الدعم بالقضايا السياسية الداخلية في اوربا وامريكا، ففي مقالاً نشر بتاريخ 19 شباط تضمن هجوماً على الدول الغربية الداعمة لأوكرانيا تحت عنوان (الدول الغربية وحملتها وأخبارها الكاذبة التي تنشرها بشأن أوكرانيا) ركز المقال على أن القادة الغربيين مثل (بوريس جونسون) و(جو بايدن) يستخدمون ذريعة الدفاع عن اوكرانيا لتحقيق مكاسب انتخابية تساعدهم في البقاء في السلطة، كما وعمل الخطاب الدعائي الروسي على ابراز تناقضات الغرب في التعامل مع الازمات الدولية فعلى الرغم من انتهاج الغرب النهج الديمقراطي والدفاع عن حرية التعبير و الرأي والتنديد بكل اشكال القمع وتكميم الافواه الاعلامية الا ان القوى الغربية وفي مقدمتهم الولايات المتحدة الامريكية وفرنسا والمانيا عملت على ايقاف البث الفضائي للقنوات الروسية وتحديد قناة روسيا اليوم في دول الاتحاد الاوربي وامريكا واغلاق مئات الصفحات الالكترونية الروسية على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي تروج للرواية الروسية للحرب وركزت هذه

1- احمد بن ضيف الله القرني، حرب المعلومات في الازمة الاوكرانية، المعهد الدولي للدراسات الإيرانية، مكتبة الملك

فهد الوطنية للنشر، الرياض، 2022، ص ص 13-14؛ هبة الله حسن مصطفى، مصدر سبق ذكره، ص 448.



الدول على تبني رواية واحدة تم صياغتها بما يتوافق مع الموقف الغربي من هذه الحرب وهذا مركز الخطاب الدعائي الروسي على اظاهره والترويج له في الداخل الروسي والاقاليم العالمية البعيدة عن التدخل الغربي لظهار زيف المعايير والمبادئ الغربية المدافعة عن حرية الراي والتعبير.

ثانيا: الاستراتيجيات السيبرانية الدعائية الروسية تجاه الحرب في اوكرانيا (عقيدة جيراسيموف)

يمكن وصف الاستراتيجيات الدعائية الالكترونية التي اعتمدها روسيا تجاه الحرب في اوكرانيا عام 2022 بأنها استراتيجيات تواصلية فاعلة عملت على نقل مضامين وسرديات الخطاب الدعائي الروسي الى مرحلة التأثير الالكتروني ذو القدرات الاستراتيجية الهائلة على ادارة الصورة الذهنية وتوجيهها في البيئة المضادة بفضل نتائج التطور الالكتروني والامتداد السيبراني للتأثير الدعائي العابر للقارات والقادر على التواصل والتغيير المفتعل المتعمد المستند على ثقافة الاختراق الالكتروني والتلاعب بمقومات القوى السيبرانية المضادة بفضل ثغرات التكنولوجيا الحديثة وكيفية توظيفها لخدمة الاهداف الدعائية الروسية في التوجيه والتاثير⁽¹⁾، والتي اسست (عقيدة جيراسيموف) التي طرحها الجنرال الروسي (فاليري جيراسيموف) رئيس هيئة الأركان العامة الروسية عندما نشر مقالاً عن التحديات الجديدة وأساليب تحقيق الاهداف السياسية والعسكرية باساليب غير تقليدية وكيفية ادارة حرب الفضاء عبر ادوات الحرب الاعلامية والمعلوماتية، والتي تحولت فيما بعد الى وتحديدأ في عام 2016 الى وثيقة استراتيجية رسمية عرفت باسم وثيقة (عقيدة أمن المعلومات في الاتحاد الروسي) ((Doctrin of Information Security of the Russian Federation)) والتي اكدت على البعد الامني لمسألة المعلومات كأساس لأمن الدولة، وابرز قمية "أسلحة المعلومات" كإحدى الأدوات الرئيسة لتحقيق الأهداف السياسية وبالتالي شرعنة استخدام مجموعة واسعة من الأنشطة والعمليات التي تسعى إلى التلاعب أو تشويه أو سرقة أو تدمير المعلومات وإعادة إنتاج

1- احمد بن ضيف الله القرني، مصدر سبق ذكره، ص 5-6.

الروايات والدعايات المضللة لخدمة المصالح الاستراتيجية الروسية⁽¹⁾، ومن اهم الاستراتيجيات السيبرانية الدعائية التي اعتمدها روسيا في حربها على اوكرانيا هي⁽²⁾:

1 - استراتيجية التواصل الامن: دفعت سيطرة القوى الغربية وتحديداً الولايات المتحدة الامريكية على طبيعة المحتوى الذي ينشر على مختلف صفحات التواصل الاجتماعي الغربية التأسيس الادارة الروسية للبحث عن التطبيقات والبرامج الامنة التي تسمح لها بنشر خطابها الدعائي ودعايتها الاستراتيجية بما فيها المضللة تجاه الحرب في اوكرانيا لتجد ضالتها في تطبيق (التليغرام) حيث عمدت الادارة الروسية الى توظيف هذا التطبيق في خدمة اهدافها الدعائية كونه تطبيق لا يخضع لخوارزميات الرقابة الغربية على غرار بقية التطبيقات فلا توجد فيه خوارزمية تضع محددات موضوعية للمستخدمين أو ما يجب تقييده أو حجه، كما ان التطبيق يمكنه انشاء مجموعات وقنوات غير محدودة باعداد مفتوحة الأمر الذي يُحوّل هذه القنوات إلى منابر بث للمعلومات لملايين المتابعين، مع توفير خاصية الترجمة للرسائل الاتي مكنت المتابعين من ترجمة نشرات القنوات والمجموعات الروسية إلى الإنجليزية أو غيرها من اللغات ليتحول التطبيق الى واحد من اهم ادوات الاتصال الجماهيري بين روسيا وبيئتها الاقليمية والعالمية وعليه عملت روسيا على فتح العديد من قنوات التليجرام التي تنشر سرديات دعائية تستهدف المجتمع الاوكراني تحاول من خلالها اضعاف ثقة الاوكرانيين بحكومتهم من خلال نشر اخبار مظللة واخرى حقيقة من اجل خلق حالة من المصادقية التي تستطيع من خلالها جعل الاوكرانيين يصدقون ما تنشره هذه القنوات فضلا عن هذه القنوات عملت على الترويج الدعائي لروسيا في بيئتها العالمية من خلال القنوات الروسية الناطقه بمختلف اللغات والتي تروج للقوة العسكرية الروسية والتقدم الروسي في الحرب ضد اوكرانيا وتقدم تقارير اخبارية لمرسلين مظللين يعملون على تقديم الرواية الروسية للحرب بطريقة دعائية مقنعة وفق معلومات مظللة، كما ان روسيا عملت بث قناتي روسيا اليوم وسبوتنج عبر تطبيق تليكرام لكي تصل الى جميع المتابعين وهذا مارصدته الادارتين في الولايات

1- هبة الله حسن مصطفى، مصدر سبق ذكره، ص 467،

2- احمد بن ضيف الله القرني، مصدر سبق ذكره، ص ص 16-21؛ هبة الله حسن مصطفى، مصدر سبق

ذكره، ص ص 467-470.



المتحدة الامريكية والمملكة المتحدة حيث وصفت قنوات التلكرام الروسية (Apt28) بانها وسائط عمليات المعلومات التابعة لمديرية المخابرات الرئيسة التابعة لهئية الاركان الروسية والتي يتابعها الملايين حول دول العالم.

2 - استراتيجية الكتاب الشبح (Ghost writer): يقوم المضمون الدعائي لهذه الاستراتيجية على تجنيد مجموعة من الكتاب الماهرين في الترويج الدعائي ونشر المعلومات المظلمة القابلة للاقناع في المواقع الالكترونية (صفحات الويب) ومواقع التواصل الاجتماعية المخترقه سبيرانياً من قبل روسيا وقد عملت الشخصيات الشبحية على نشر مقالات رأي وسرديات دعائية خلال الحرب الروسية على اوكرانيا استهدفت زعزعة العلاقة بين اوكرانيا وحلفائها الغربيين وجرى في الشهور الاولى التي تلت الحرب نشر العديد المحتويات الملفقة التي كتبتها الشخصيات الشبحية لاثارة عدم الثقة بين اوكرانيا وعدد من الدول الاوربية وتحديداً بولندا وقد كشفت شركة (Mandiant) المتخصصة في عمليات الكشف عن الاختراقات السبيرانية ان مجموعة التجسس البلاروسية الموالية لروسيا والتي تدعى (UNC1151) هي المسؤل الاكبر عن تجنيد الكتاب الاشباح وقد قامت بالعديد من العمليات الدعائية السبيرانية المشابهة في العديد من الدول الاوربية

3 - استراتيجية اختراق المنصات الالكترونية المضادة: افرزت الحرب الروسية على اوكرانيا في عام 2022 تحولاً كبيراً في المعايير المتحكمة في صفحات وتطبيقات التواصل الاجتماعية عبر شبكات الانترنت على غرار فيس بوك وتويتر وتيك اوك ويوتيوب التي اصبحت منصات غير حيادية ومعادية لكل ما هو روسي وهذا يعود بالتاكيد لارتباط تلك الصفحات بمؤسسيها الغربيين وضغط الحكومات الغربية عليهم والتي اثرت على حيادية تلك الصفحات التي بدأت تنشر كل ما هو يسعى الى اضعاف القوة والمكانة الروسية العالمية ونشر الرواية الاوكرانية عن الحرب بغض النظر عن مصداقيتها، الامر الذي دفع روسيا الى تأسيس قوات الكترونية تديرها برمجيات (Bots) تلك المنصات بهدف مهاجمة الحملات الدعائية الاوكرانية والغربية عبر تلك المنصات ويحدد مركز (ستراتيكوم) خمسة تصنيفات تنقسم لها القوات الالكترونية الروسية عبر منصات التواصل الاجتماعي حسب عملها الدعائي هي:

- العناصر التي تلقي اللوم على القوى المضادة الغربية لروسيا وتتهمهم وفق نظرية المؤامرة الغربية على روسيا
- جيش البكيني وهو المسؤل عن استدارج الضحايا والتفاعل معهم إلكترونياً
- الجيش العدواني والذين تتلم مهمتهم في مضايقة الافراد المعادين لروسيا على منصات التواصل الاجتماعي والحيلولة دون تفاعلهم على هذه الصفحات
- جيش ويكيبيديا وهو مختص بتعديل مدونات المعلومات والويكيبيديا لصالح الدعاية الروسية
- جيش الربط وهو يعمل على الربط المتواصل لبيانات الاخبار والتقارير الروسية والرواية الروسية الخاصة بالحرب على اوكرانيا ص 7 بحث سرديات الخطاب

4 - استراتيجية الزيف العميق: تقوم هذه الاستراتيجية على استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تكوين وانشاء صور ومقاطع مبلورة وغير حقيقة لاهداف تضليلية ونشرها على المنصات الالكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي ومع بدء الحرب الروسية على اوكرانيا كشفت تقارير استخباراتية امريكية عن وجود مقاطع فيديو معدلة للرئيسين الروسي والاوكراني وعدد من المسؤولين الاوكرانيين، كما ونشر المراسل في قناة ان بي سي نيوز تغريدة على تويتر ان هنالك حسابات مزيفة لاشخاص يدعون انهم من اوكرانيا ويهاجمون الحكومة الاوكرانية وفشلها في ادارة الحرب وبعد البحث عنها واختراقها ثبت انها حسابات وهمية لاشخاص تم تصنيع صورهم بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي

5 - استراتيجية الهجمات السيبرانية: اعتمدت روسيا استراتيجية الهجمات السيبرانية في مختلف تدخلتها العسكرية منذ حرب جورجيا عام 2008 وحرب شبه جزيرة القرم عام 2014 وبقدر تعلق الدراسة بحرب اوكرانيا عام 2022 فقد تحولت الاخيرة ومنذ حرب القرم الى ساحة تدريب لعمليات روسيا السيبرانية فقبل يوم من بدء الغزو الروسي على اوكرانيا تفشى نوع من البرامج الاخرقين الضارة يسمى الماسح (Wiper) في الانظمة الحاسوبية للحكومة متلفاً بياناتها، كما وسبق هذه العملية بايام عملية اخرى تضمنت اغراق المواقع الالكترونية الخاصة بالبنوك الاوكرانية بالبيانات والاشارات مما تعذر الوصول الى هذه المواقع وقد قدمت شركة (Mandiant) المتخصصة



في مجال استخبارات التهديد السيبراني تحليلاً للعمليات السيبرانية التخريبية التي قامت بها روسيا اثناء الحرب على اوكرانيا ووجدت ان روسيا لم تعتمد الى حرب سيبرانية شاملة تجاه اوكرانيا بل اعتمدت حرب محدودة تتوافق مع مصطلح عملياتها العسكرية المحدودة بهدف عدم استثارة الغرب في حرب سيبرانية شاملة وتكمن القيمة الدعائية للهجمات السيبرانية الروسية في اظهار القوة الروسية ومدى تفوقها على نظيرتها الاوكرانية وقدرتها على اختراق انظمتها السيبرانية، الامر الذي يخلق حالة من احباط المعنويات لدى البيئة المجتمعية المضادة بالقدرة على مواجهة الروس والانتصار عليهم.

الخاتمة والاستنتاجات

من مجمل ماتم ذكره خلال ثنايا هذه الدراسة يمكن القول ان روسيا الاتحادية عملت على مدار تاريخها السياسي على بناء استراتيجيات خطاب دعائي تخدم أهدافها الاستراتيجية الداخلية والإقليمية والعالمية فعملية المصاهرة الفكرية بين الطروحات الدعائية السوفيتية والروسية المعاصرة انتجت استراتيجيات خطاب دعائي محكمة ودقيقة الاستهداف بفعل قدراتها على موازنه الدعاية الغربية لاسيما في الحرب الروسية على أوكرانيا عام 2022 والتي ركزت فيها إدارة (بوتين) على توجيه جزء كبير منها للوسائل والأساليب الدعائية ضمن استراتيجيات خطاب دعائية حققت الندية المطلوبة مع السردية الدعائية الغربية المضادة التي عملت على اعتماد مختلف الأساليب الدعائية للحد من تاثير الخطاب الدعائي الروسي واستراتيجياته تجاه الحرب على أوكرانيا و لهذا الخطاب دور كبير في توجيه مساراتها الغير النهائية بسبب استمرار الحرب حتى وقت كتابة هذه الدراسة.

الاستنتاجات

- من خلال ما تم تقديمه في هذه الدراسة يمكن ابراز جملة من الاستنتاجات من أهمها:
1. على الرغم من النجاح الذي حققه الخطاب الدعائي السوفيتي على المستوى العالمي بفضل اعتماده القيم التحررية للفكر الشيوعي التي كانت منسجمة مع تطلعات دول عالم الجنوب الواقعة تحت سيطرة الاستعمار الا انه سرعان ماتراجع بفعل افتقاره الى التحديث الفكري في مجابهة الدعاية الغربية المتجددة.
 2. ان الاطار العام للخطاب الدعائي الروسي لم يختلف في مبادئه القيمية عن الطروحات الدعائية السوفيتية لاسيما في الحفاظ على المكانة العالمية لروسيا.
 3. ان وصول (بوتين) الى السلطة في روسيا كانه له انعكاساته الاستراتيجية الإيجابية على تحديث استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي والوصل به الى درجة الانسجام مع الطموحات الروسية بالعودة كقوة عالمية مؤثرة.



4. مثلت الحرب الروسية على أوكرانيا اختباراً حقيقياً للخطاب الدعائي الروسي الذي نجح في الموائمة والدمج بين الرسائل السردية والرقمية واعتمدها كاستراتيجية دعائية ساندة للعمل العسكري وهذا ماثبتته الدعاية الغربية المضادة التي وجدت في استراتيجيات الخطاب الدعائي الروسي تجاه الحرب على أوكرانيا خطراً استراتيجيات يضاهاي الخطر الحربي او يقترب منه.



المصادر

أولاً: المصادر العربية

1. مظفر نذير الطالب و علي حسين علي،(1988)، استراتيجيات القوى الكبرى في الخليج العربي 1940-1988: دراسة في الإطار النظري والتطبيقي، مطبعة الزمان ، بغداد، ص 105-107.
2. اياد طارق العلواني،(2016)، سياسة الاتحاد السوفيتي الخارجية 1956-1964، دار سردم للنشر،السليمانية.
3. رفيق سكري، (1991)، دراسة في الرأي العام والاعلام والدعاية، جروس برس، طرابلس .
4. مصطفى فليح حسين،(2019)، الخطاب الدعائي الروسي ازاء الازمات في المنطقة العربية عبر المواقع الالكترونية: دراسة تحليلية لمضامين موقع (RT) عربي للمدة من 2019/10/1 الى 2019/12/31، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، الجامعة العراقية، بغداد.
5. عبد اللطيف حمزه،(1984)، الاعلام والدعاية، دار الفكر العربي، القاهرة، ص182.
6. غسان ابراهيم مظلوم واخرون، علاقات اسرائيل الدولية، مراجعة: هاشم كاظم نعمة، سلسلة دراسات فلسطينية، بغداد، د.ت.
7. قيس عدنان عوده و فهمي احمد فرحان،(2009)، الدور السوفيتي في حرب أكتوبر 1973،مجلة جامعة الانبار للعلوم الإنسانية، العدد(1)،المجلد الرابع، جامعة الانبار، الانبار.
8. سيرجي قرا مورزا،(2018)، الاتحاد السوفيتي من النشوء الى السقوط، ترجمة: شوكت يوسف، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق.
9. محمد كاظم عباس،(2020)، الشرق الاوسط في المدرك الاستراتيجي الروسي بعد عام 2000، مجلة قضايا سياسية، العدد (62)، كلية العلوم السياسية، جامعة النهرين.
10. خديجة لعريبي، (2013-2014)، السياسة الخارجية الروسية تجاه منطقة الشرق الاوسط بعد احداث 11 سبتمبر 2001، رسالة ماجستير غير منشوره، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير بسكرة، الجزائر.
11. حسني عماد حسني العوضي،(2017)، السياسة الخارجية الروسية: زمن الرئيس فلاديمير بوتين، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين.
12. هبة الله نصر حسن،(2023)، اليات توظيف الخطاب الدعائي الروسي في المواقع الاخبارية الروسية خلال الصراع الأوكراني، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، العدد(1)، المجلد (5) كلية الاعلام، جامعة بني سويف، القاهرة.



13. احمد رحمانوف، (2018)، الحرب المعلوماتية: دور الاعلام الروسي في مواجهة الغرب، مجلة اتجاهات الاحداث، العدد(25)، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، أبوظبي
14. محمد حسام الدين،(2017)، استراتيجية الدعاية الروسية والسورية لمساندة الجهد الحربي وشيطننة الاخر، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، الامارات العربية المتحدة.
15. احمد بن ضيف الله القرني، (2022)، حرب المعلومات في الازمة الاوكرانية، المعهد الدولي للدراسات الايرانية، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الرياض.
16. لصحف حياة،(2013)، الخطاب بين رولان بارث وهابرماس، مجلة معالم، العدد(6)، المجلس الاعلى للغة العربية، الجزائر.
17. نزهت محمود الدليمي، (2014)، الخطاب الدعائي ومفهومه ووظائفه عبر وسائل الاعلام، دار النفائس للنشر والتوزيع، الاردن4.
18. الياس انطوان الياس،(1972)، قاموس الياس العصري، دار الجليل، بيروت.
19. عبد الواسع الحميري،(2008)، الخطاب والنص: المفهوم- العلاقة- السلطة-، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت.
20. عبد الله ابراهيم، (1993)، اشكالية المصطلح النقدي، مجلة افاق عربية، العدد(3)، دار افاق عربية، بغداد.
21. عبد الهادي بن ظافر الشهري،(2004)، استراتيجيات الخطاب: مقارنة لغوية تداولية، دار الكتاب الجديد المتحدة، بيروت.
22. ميجان الرويلي وسعد البازعي، (2002)، دليل الناقد العربي، الطبعة (3)، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء.
23. ابراهيم مصطفى واخرون،(1973)، المعجم الوسيط، تحقيق: مجمع اللغة العربية، دار المعارف، القاهرة3.
24. شهيناز طلعت، (1987)، الدعاية والاتصال، مكتبة الانجلو مصرية، القاهرة.
25. نزهت محمود الدليمي،(2008)، طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد(4) كلية الاعلام، جامعة بغداد، بغداد
26. عبد السلام درويش،(2014-2015)، الدعاية الاعلامية من منظور اعلامي: دراسة تاريخية تحليلية، رسالة ماجستير غير منشوره، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الوادي، الجزائر.
27. حميدة سميسم، (1994)، مدخل في مفهوم الخطاب الدعائي، مجلة افاق عربية، العدد(19)، دار افاق عربية، بغداد.
28. حمزة اسماعيل حسن ابو شنب، (2017)، الخطاب الدعائي الاسرائيلي خلال العدوان على غزة عام 2014 م عبر موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك: دراسة تحليلية ، رسالة ماجستير غير منشورة،، كلية الاداب، الجامعة الإسلامية، غزة.
29. حامد عبد السلام زهران،(1984)، علم النفس الاجتماعي، ط5، دار الهنا للطباعة، القاهرة..

المصادر الأجنبية

1. Lewis Siegelbaum and others ,(2000), Stalinism as a Way of Life: A Narrative in Documents, Yale University Press, United States,
2. Anthony Rhodes(1976), Propaganda: The art of persuasion: World War II, 1976, Chelsea House Publishers, New York.
3. Isaac Detscher ,(1960)< Ironies of History Essays on contemporary communism London.
4. Paul, Christopher and Miriam Matthews,(2016), The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It. Santa Monica, CA: RAND Corporation.
5. Borschevskaya, Anna, and Catherine Cleveland.(2018), "Russia's Arabic Propaganda: What It Is, Why It Matters." The Washington Institute for Near East Studies, Policy Notes57, WashingtonD.C.

ثالثاً: شبكة المعلومات العالمية (الانترنت)

1. محمد خلف، "روسيا اليوم" أداة بوتين لنشر معلومات تضليلية للعرب، منصة درج الالكترونية، 2020، للموقع: <https://daraj.media/50622>
2. احمد السيد النجار، خروشوف يهدد بضرب لندن وباريس ردا على العدوان الثلاثي:المتطوعون السوفيت يطالبون بالسفر إلى مصر للقتال، مجلة الاهرام المصرية، العدد (46513)، السنة 138، القاهرة، 2014 للموقع: <https://gate.ahram.org.eg/daily/News>
3. كادت موسكو تشعل حرباً عالمية بسبب العراق، موقع روسيا اليوم العراق موقع روسيا اليوم العربي، بيروت، 2020، للموقع: <http://arabic.rt.com>
4. شحاته العربي، اعلان التعبئة العسكرية الجزئية في روسيا: الابعاد والرهانات، سلسلة تقدير موقف موقع استراتيجيكس للأبحاث والدراسات والاستراتيجيات، 2022، للموقع: <https://strategiecs.com/a>

