



The Use of Propaganda Techniques in the Russian-Ukrainian War Through the Telegram Application

ABSTRACT

This analytical study examined the propaganda content disseminated via two Telegram channels affiliated with the Ukrainian and Russian sides during the ongoing conflict. The Ukrainian channel “Ukraine Now” (Україна сейчас) and the Russian channel (война|жесть|СВО +18) were selected as samples for the study. The research employed a mixed-methods approach, utilizing both quantitative and qualitative content analysis of textual and visual materials (including images and videos) over a defined period of time.

The findings revealed a divergence in propaganda strategies between the two channels. The Ukrainian channel primarily emphasized national solidarity, international public opinion influence, satire, motivational content, human-interest stories, and audience engagement. Conversely, the Russian channel adopted an emotionally driven approach, characterized by the dissemination of raw battlefield footage, defamation of opposing figures and entities, and highlighting significant Ukrainian casualties. Interaction metrics—such as views, shares, and comments—indicated widespread reach for both channels, with Russian Telegram channels significantly outperforming their Ukrainian counterparts in terms of engagement. The study highlighted how both parties leveraged Telegram’s unique features—such as content virality and speed of dissemination—to propagate conflicting narratives. Furthermore, the analysis demonstrated clear differences in the persuasive techniques employed to influence both domestic and international public opinion.

The results underscored Telegram’s transformation into a central arena for information warfare, with each channel effectively reinforcing its respective official narrative by exploiting the platform’s digital affordances. The study also shed light on the contrasting propaganda methods adopted by the two sides and how these methods were tailored to their target audiences.

Ultimately, the research concluded that Telegram has emerged as a decisive tool in the orchestration of modern media conflict, transcending geographical boundaries through its technical capabilities. Additionally, it proposed a new analytical framework for understanding the mechanisms of digital information warfare in contemporary conflicts.

* Corresponding Author

Hussein Murad Kadhim Al-Sultani

University Of
Babylon/College Of Arts.
Department Of Media

Email:

art.hussain.murad@uobabylon.edu.iq

Keywords: war, propaganda, information warfare, Russian-Ukrainian war, Telegram channels.

Article history:

Received: 2025-04-07

Accepted: 2025-04-18

Available online: 2025-05-01



توظيف الأساليب الدعائية في الحرب الروسية - الأوكرانية عبر تطبيق تيل غرام. م.د حسين مراد كاظم السلطاني جامعة بابل-كلية الآداب-قسم الإعلام

المستخلص

تناول هذا البحث التحليلي المحتوى الدعائي المنشور عبر منصتي تيل غرام التابعتين للجانبين الأوكراني والروسي خلال الصراع الدائر بينهما، وقد تم اختيار القناة الأوكرانية "أوكرانيا الآن (Україна сейчас)" والقناة الروسية (18+)|жесть|СВО) كعينة للدراسة، اعتمد البحث على منهجية تحليل المحتوى الكمي والنوعي للمنشورات

النصية والبصرية (الصور ومقاطع الفيديو) خلال فترة زمنية محددة.

كشفت النتائج عن اختلاف في الاستراتيجيات الدعائية بين القنوات، وركزت القناة الأوكرانية على التضامن الوطني والتأثير على الرأي العام الدولي والسخرية والتحفيز والتعزيز على القصص الإنسانية والتفاعل مع الجمهور بينما اتخذت القناة الروسية منهجية التأثير العاطفي من خلال نشر صور وفيديوهات حية من أرض المعركة، والتشهير بالشخصيات والأطراف المعارضة، والخسائر الفادحة في صفوف أوكرانيا، أظهرت بيانات التفاعل (المشاهدات، المشاركات، التعليقات) أن كلتا القنوات حققتا انتشاراً واسعاً، مع تفوق كبير لقنوات تيل غرام الروسية على القنوات الأوكرانية.

برزت الدراسة كيفية استغلال كلا الطرفين للخصائص الفريدة لتيل غرام مثل السرعة وانتشار المحتوى لنشر الروايات المتضاربة. كما أظهر التحليل تبايناً في أساليب التأثير على الرأي العام المحلي والدولي بين القنوات. أكدت النتائج تحول تيل غرام إلى ساحة رئيسة للحرب الإعلامية، فقد نجحت كل قناة في تعزيز الرواية الرسمية لطرفها عبر توظيف مميزات المنصة الرقمية. كما أبرزت الدراسة الفروق في الأساليب الدعائية بين الجانبين وكيفية تكيفها لجماهيرها المستهدفة.

توصلت الدراسة إلى أن المنصة أصبحت أداة حاسمة في إدارة الصراع الإعلامي المعاصر، فقد تجاوز تأثيرها حدود الإقليمية بفضل خصائصها الفنية الفريدة. كما قدمت نموذجاً تحليلياً جديداً لفهم آليات الحرب الإعلامية الرقمية في الصراعات المعاصرة.

الكلمات المفتاحية: الحرب، الدعاية، الحرب الدعائية، الحرب الروسية الأوكرانية، قنوات تيل غرام.

المقدمة

في عصر الإعلام الرقمي، أصبحت الحروب الدعائية جزءاً لا يتجزأ من الصراعات العسكرية الحديثة، إذ تسهم الوسائل الإعلامية في تشكيل الرأي العام المحلي والدولي، وتعزيز أو تقويض الدعم السياسي والعسكري لصالح أطراف النزاع. في هذا السياق، تعد الحرب الدعائية بين روسيا وأوكرانيا نموذجاً حياً يعكس الاستخدام المكثف للتكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، وبالأخص تطبيق "تيل غرام"، كأداة قوية لنقل الرسائل الدعائية والتأثير على المجتمعات داخل البلدين وحول العالم.

منذ بداية النزاع بين روسيا وأوكرانيا في عام 2014 وتصاعده بشكل كبير في 2022، كان لتطبيق تيل غرام دور رئيس في نشر رسائل دعائية ذات طابع مدروس من قبل كل طرف. وقد استخدمت قنوات تل غرام الروسية مجموعة من الأساليب المدروسة بعناية لتعزيز الدعم الشعبي والوطني للحرب، والتأثير في معنويات الجنود الروس والمواطنين، بينما عملت قنوات تيل غرام الأوكرانية على تعزيز صورة الدولة الأوكرانية المقاومة، ومحاربة التلاعب الإعلامي الروسي، وتسليط الضوء على وحشية الهجمات الروسية تجاه أوكرانيا.

تستعرض هذه الدراسة أساليب وأدوات الحرب الدعائية عبر تيل غرام في كلا الجانبين، مع التركيز على الرسائل التي تهدف إلى تحفيز الرأي العام الداخلي والدولي، من خلال التلاعب العاطفي والخطابات الحماسية. كما ناقش في هذا البحث تأثير هذه التقنيات على الصورة العامة للصراع، وكيف ساعدت قنوات تيل غرام في تشكيل المواقف الدولية تجاه النزاع. يتناول البحث أيضًا دور قنوات تلغرام في توجيه الرأي العام الغربي، وتأثير ذلك على السياسات الدولية، لا سيما في ما يتعلق بالعقوبات الاقتصادية والهجمات السيبرانية.

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث

أولاً: مشكلة البحث: تتمحور مشكلة البحث في الإجابة عن التساؤل الرئيس (ما الأساليب الدعائية المستخدمة في الحرب الروسية الأوكرانية من خلال قنوات التيل غرام؟) بهدف تحليل كيفية استخدام هذه القنوات لنقل الرسائل السياسية والعسكرية، ودور هذه الرسائل في التأثير على الرأي العام المحلي والدولي، تلعب قنوات التيل غرام دورًا محوريًا في تشكيل الرأي العام خلال الحرب الروسية الأوكرانية، إذ تتنوع الأساليب الدعائية على التيل غرام بين التأثيرات العاطفية والتضليل السياسي. وتتفرع من هذا التساؤل الآتية:

- 1- كيف يستخدم كل من الطرفين (أوكرانيا وروسيا) قنوات التيل غرام كأداة دعائية في الحرب؟
- 2- ما الأساليب والأدوات الدعائية الروسية والأوكرانية المتبادلة عبر قنوات التيل غرام ؟
- 3- ما وسائل الإبراز المستخدمة في (الدعاية الروسية - الأوكرانية) إزاء الحرب في قنوات التيل غرام؟
- 4- ما مدى تأثير الدعاية الروسية - الأوكرانية على الرأي العام الدولي إزاء الحرب؟

ثانياً: أهمية البحث

يكتسب هذا البحث أهمية كبيرة في دراسة الأساليب الدعائية في قنوات التيل غرام إزاء الحرب الروسية - الأوكرانية ، يسهم البحث في فهم كيفية استخدام الأطراف المتنازعة هذه القنوات لنشر رسائل دعائية تؤثر على الرأي العام، خصوصاً في داخل روسيا وأوكرانيا، كما يكشف عن الأساليب والتقنيات الدعائية التي يتم استخدامها، مثل الصور والفيديوهات والخطب الحماسية، ويعزز الفهم حول تأثير هذه الرسائل على تشكيل المواقف السياسية. يسهم البحث في إثراء الدراسات الإعلامية ويُعزز الوعي حول دور الإعلام الرقمي في الحروب النفسية والتضليل الإعلامي في الصراعات الحديثة.

يعكس البحث أهمية كبيرة في مجال الإعلام والدراسات السياسية، إذ يسهم في تعزيز فهم دور الإعلام الرقمي في الحروب الدعائية ويقدم توصيات قد تفيد في تحسين استراتيجيات الإعلام في النزاعات المستقبلية.

الأهمية العلمية:

يعد البحث إضافة للمكتبة العلمية، إذ يمكن للباحثين الاستفادة منه في دراسة تأثير الدعاية عبر قنوات التيل غرام، خصوصاً في سياق الحرب الروسية الأوكرانية، وتطبيقاته في مجالات أخرى.

الأهمية المؤسساتية:

يسلط البحث الضوء على دور قنوات التيل غرام كأداة فعّالة في الدعاية والحروب، مما يساعد المؤسسات على فهم كيفية استخدامها في النزاعات.

الأهمية المجتمعية:

يسهم البحث في توعية المجتمع حول استخدام الدعاية عبر قنوات التيل غرام في الحروب، مما يعزز الوعي النقدي في التعامل مع المعلومات عبر هذه المنصات.

ثالثاً: أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث في الهدف الرئيس الكشف عن الأساليب الدعائية المستخدمة في الحرب الروسية الأوكرانية في قنوات التيل غرام وتتفرع منه الأهداف الآتية:

- 1- التعرف على كيفية استخدام كل من الطرفين (أوكرانيا وروسيا) قنوات التيل غرام كأداة دعائية في الحرب.
- 2- معرفة الوسائط المتعددة المستخدمة بالدعاية في قنوات التيل غرام والمتعلقة بالحرب الروسية الأوكرانية.
- 3- التأكيد على وسائل الإبراز المستخدمة في (الدعاية الروسية - الأوكرانية) إزاء الحرب في قنوات التيل غرام.
- 4- مقارنة بين الأساليب التقنية الدعائية الروسية - الأوكرانية تجاه الحرب عبر قنوات التيل غرام.

رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

يصنف هذا البحث من البحوث الوصفية، إذ استخدم الباحث المنهج المسحي التحليلي، بسبب تميزه بالمرونة ويمكن الوصول عبره للمعلومات بدقة وسهولة.

خامساً: مجالات البحث:

المجال الزمني: يتمثل المجال الزمني من تاريخ (01.12.2024) الى تاريخ (01.03.2025)

المجال الموضوعي: يشمل دراسة كيفية استخدام قنوات التيل غرام في نشر الرسائل الدعائية والتأثير على الرأي العام خلال الحرب الروسية - الأوكرانية، مع التركيز على الأساليب التقنية والدعائية التي تستخدمها الأطراف المتصارعة. المدة الزمنية هي ثلاثة أشهر كافية للتحليل خاصة ان المعلومات تتجدد بشكل يومي في قنوات تل غرام وتوفر محتوى كبير وغزارة كبيرة في البيانات والصور والفيديوهات المنتشرة.

سادساً: عينة البحث:

- العينة تتكون من قناتين تيل غرام:

1- قناة تيل غرام روسية: يتم اختيار قناة دعائية روسية نشطة توظف هذه المنصة لنشر رسائل دعائية عن النزاع الأوكراني-الروسي

2- قناة تيل غرام أوكرانية: يتم اختيار قناة دعائية أوكرانية تستخدم التيل غرام لنقل رسائل دعائية حول النزاع من وجهة نظر أوكرانية.

1- قناة روسية تيل غرام الحرب-العرب-العملية العسكرية الخاصة في أوكرانيا, للبالغين +18 (بالروسية تسمى (+ВОЙНА | ЖЕСТЬ | СВО 18

- عدد المشتركين 43229 مشتركاً

- قناة روسية مختصة بأخبار الحرب في أوكرانيا, تقارير عسكرية, أخبار, فيديوهات

2- قناة أوكرانية تيل غرام (أوكرانيا الآن-أخبار-سياسة) بالأوكرانية (Україна сейчас УС (Новини, Політичні

- عدد المشتركين 1198037

معايير اختيار القنوات:

- النشاط المكثف على المنصة.
- تفاعل الجمهور (مثل عدد المتابعين والتعليقات والمشاركات).
- التأثير الواضح للمحتوى الدعائي على الرأي العام المحلي والدولي.
- Telegram هي الشبكة المفضلة لكل من الروس والأوكرانيين.

سابعاً: أداة البحث:

الأداة الرئيسية التي يعتمد عليها البحث هي أداة تحليل المحتوى، والتي تتيح تصنيف وتحليل محتوى قنوات التل غرام بشكل دقيق. فضلاً عن أنه يمكن دمج أدوات التحليل النوعي والرقمي للحصول على نتائج شاملة حول كيفية تأثير الرسائل الدعائية على الرأي العام عبر هذه القنوات.

الأدوات والطرق:

- جمع البيانات: تحليل قنوات التل غرام بشكل مباشر.

- المحتوى النصي أو البصري: دراسة الرسائل المنشورة على هذه القنوات.

- التحليل الإحصائي: لتحليل بيانات التفاعل والمشاركة

ثامناً: الدراسات السابقة:

الدراسات العربية:

1. (ضهير، 2024، صفحة 30) تناولت هذه الدراسة تحليل تقنيات الدعاية والأطر التي استخدمها الرئيس

الروسي فلاديمير بوتين في خطابه خلال الحرب على أوكرانيا. ولتحقيق هذا الهدف استخدم الباحثان منهج

التحليل النوعي من خلال اداتي تحليل المضمون والتحليل الموضوعي، فيما تمثل مجتمع الدراسة في

الخطابات التي ألقاها الرئيس الروسي فلاديمير بوتين خلال الحرب على أوكرانيا. وتشكلت عينة الدراسة من خطابات بوتين منذ بداية التمهد للحرب على أوكرانيا بتاريخ (٢٠٢٢/٢/٢١م) وحتى تاريخ (٢٠٢٢/٤/١٥م) والبالغ عددها ٦ خطابات. وتوصلت الدراسة إلى أن الرئيس الروسي فلاديمير بوتين استخدم تقنية التسمية السلبية بشكل كبير في خطابه خلال الحرب على أوكرانيا بنسبة (٣٨,٩%) بهدف توليد مواقف سلبية لدى الشعوب في أوكرانيا والشعوب الغربية، وبخاصة حلف شمال الأطلسي والنظام الحاكم في أوكرانيا والنخب السياسية. وركز كذلك في خطابه بشكل واسع على موضوع طرح سلبيات النظام الأوكراني وحلف الناتو بما نسبته (٢١,٠٢%)، فضلا عن استخدامه لإطار الاستراتيجية بما نسبته (٢٩,٨%).

2- (موسى، 2022، صفحة 22) نخلص من هذه الدراسة إلى أن الدعاية الروسية المعاصرة ذات خصوصية تجعلها تبدو أكثر مؤسسية واحترافية مقارنة بالدعاية السياسية التي لا تخلو منها الدول، مع الاختلاف في الميل نحو التواصل الإعلامي أو الابتعاد عنه. هكذا يمكن حصر أبرز الخصائص التي تميّز الدعاية الروسية في الآتي:

1- الدعاية الروسية متجذّرة في التاريخ الروسي الحديث، خاصة في الفترة السوفيتية وما بعدها، ومؤسسة تأسيساً علمياً واستراتيجياً يمنحها خبرات متراكمة وقدرة على التحوُّر والتكثيف من حيث التكنولوجيا والأساليب والمحتوى ومعرفة البيئة.

2- تقوم سرديات الدعاية الروسية على مبدأ التراتبية المتغاممة منقطة من قمة هرم الدولة، ضمن نظام سياسي يهْمش الرأي الآخر، ويحتمي بثنائية الأنا/الآخر التي تجعل التضاد مع الغرب السياسي أمراً مُفسِّراً ومُبَرِّراً لأي سلوك وجعله يبدو دفاعاً عن الوجود.

3- إن السرديات المستخدمة في الخطاب الدعائي الروسي متعددة الأنواع والأشكال؛ الأمر الذي يمنح الدعاية الروسية مرونة ومجالاً واسعاً في التأثير على المتلقين.

4- وصلت الدعاية الروسية -أثناء الحرب الأخيرة على أوكرانيا- إلى مستوى يهدد مفهوم الحقيقة والاعتراف بها، وذلك بفضل الرقمنة التي سهّلت عملية التزييف المعرفي لدرجة ينتفي معها الاعتراف بالواقع والادعاء بتزييفه مهما توافرت القرائن والحجج. يتعزز هذا التوجه بسبب المعضلة الناشئة من شبكات التواصل الاجتماعي التي أتاحت لبلابين الناس إمكانية التواصل فيما بينهم وإنتاج المحتوى ونشره دون امتلاك القيم المهنية التي ميّزت التواصل الإعلامي التقليدي؛ إذ وصلت الدعاية الروسية إلى مرحلة نكران أي سلوك عسكري مناف لقوانين الحروب وأعرافها تورط فيه الجنود الروس أو الموالون لهم كتعريض مفاعل نووي للخطر أو ضرب مستشفى أو ارتكاب مجزرة تصنّف ضمن جرائم الحرب.

5- يتجاوز التواصل الدعائي الروسي مرحلة الدعاية الفجّة كالتّي ازدهرت في العهد النازي إلى مرحلة الدعاية الوظيفية التي تصبح جزءاً من مكونات الدولة ووسيلة رئيسة ضرورية لممارسة الحكم. هكذا تخضع للتطوير والتقييم مثلها مثل بقية مكونات الدولة.

6- أصبح الرئيس الروسي، فلاديمير بوتين، نجمًا في مجال التواصل الدعائي، استنادًا إلى خبرته المهنية في مجال المخابرات، وتجربته الطويلة في مجال الحكم، وسماته الشخصية التي تجعل منه أحد القادة البارزين والمثيرون للجدل في التاريخ المعاصر.

الدراسات الأجنبية:

1- (دومينغيز، 2023، صفحة 14) تناولت هذه الدراسة المعلومات المتزايدة حول الكائنات البحرية والاستراتيجيات المختلفة، التي ظهرت خلال الحرب المدمرة الناجمة عن الغزو الروسي للأراضي الأوكرانية، التي أسهمت في تكيف السياسة وتطوير النظام الفعلي في العالم. كما هو الحال مع جميع الأسلحة الحربية، لا تنتج الحرب فقط في الخنادق وفي ساحات القتال، لكن التضليل والدعاية يجذبان السكان المؤثرين والدول التي يمكن أن تؤثر في الصراع، ويتحولون إلى أسلحة قوية بما في ذلك التكيف، جزئيًا، صنع بعض الأحداث. في هذا التحقيق، استنادًا إلى عمل في مجال في أجزاء مختلفة من أوكرانيا، يتم التحقيق حول إدراك التلاعب بالسكان الأوكرانيين من خلال دراسة مجموعات مختلفة. يؤثر سكان البلاد يوميًا على معلومات مضللة تتظاهر برفع أخلاقيات شعب يقدم ضمانًا قويًا ومعيارًا واضحًا للتوازن أو اختلال التوازن القوي. أسئلة مثل أساسيات الحصول على المعلومات من جانب السكان الأوكرانيين، واستخدام واستقبال المحتوى الإعلامي والدعائي في الشبكات الاجتماعية وتحليلاتها النقدية، والمشاركة والتفاعل في مساحات الاتصالات العالمية وعلى مستوى العالم مصداقية الوسائط على الرغم من كونها وطنية كدولية، فهي أسئلة تم فحصها بشكل عميق في هذا التحقيق. من خلال دراسة نوعية تم تنفيذها من خلال لقاء أفراد مرتبطين بشكل مباشر بالدفاع عن الوطن وتوجيه النبض إلى مجموعات أخرى، مثل النساء والمحترفين التربويين ذوي الطموح الجامعي، يخلصون إلى سلسلة من الاستنتاجات أهمية خاصة للعلاقة التي تدعم المنظمات الدولية والوطنية لمكافحة التضليل والتلاعب بالسكان المتأثرين.

2- (DRUGĂ، 2022، صفحة 14) هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مواضيع الدعاية المرتبطة بالاتحاد الروسي في سياق الحرب في أوكرانيا وكيفية صياغتها، استنادًا إلى تحليل المقالات الموجودة في قاعدة بيانات (EUvsDisinfo) قاعدة بيانات (Disinfo) على مدى شهرين (أغسطس - سبتمبر 2022). تم تحديد مواضيع الدعاية من خلال تطبيق نوعين من البحث: النوعي (تحليل المحتوى والتحليل الموضوعي والكمي). أشارت نتائج البحث إلى المواضيع التالية للدعاية الروسية: موضوع هجوم محطة زابوروجي للطاقة النووية، وموضوع النازية والفاشية، وموضوع العدوان العسكري، وموضوع القيم الروسية والشرعية (الاستفتاء)، وموضوع فقدان السيادة والإمبريالية، وموضوع شن الهجمات/المجازر، وموضوع المؤامرة العالمية والغرب، وموضوع أزمة الغذاء/انعدام الأمن الغذائي، وموضوع الأقليات الروسية وروهاب روسيا. يهدف هذا التحليل إلى زيادة الوعي بالأعمال العدائية للاتحاد الروسي في الفضاء الافتراضي، فضلًا عن قدرة المستخدمين على الصمود في وجه الرسائل الإلكترونية.

يمكن توضيح الفرق بين دراستي والدراسات السابقة كما يلي:

على الرغم من وجود بعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدعاية الإعلامية في سياق الحروب والنزاعات، إلا أن دراستي تُعد الأولى التي تركز بشكل خاص على الأساليب الدعائية في الحرب الروسية الأوكرانية عبر قنوات التيل غرام، تتمثل بالإضافة الفريدة لهذه الدراسة في أنها تدرس استخدام هذه القنوات الرقمية الحديثة، كأداة دعائية في هذا الصراع بشكل منهجي ومفصل .

في المقابل، تقتصر الدراسات السابقة على تحليل الإعلام التقليدي أو المنصات الرقمية الأخرى في سياق النزاعات المختلفة، ولا تتناول بشكل دقيق تأثير الرسائل الدعائية المتبادلة عبر قنوات التيل غرام في الحرب الروسية الأوكرانية . أما بالنسبة للاستفادة من الدراسات السابقة، فقد أسهمت في توفير أساس نظري و إطار مرجعي لفهم مفاهيم الإعلام الدعائي والحروب النفسية، وهو ما ساعد في بناء قاعدة قوية لتحليل الأساليب الدعائية عبر قنوات التيل غرام. كما ساعدت تلك الدراسات في تسليط الضوء على كيفية تأثير الإعلام على الرأي العام في الصراعات المسلحة، وهو ما يمكن الاستفادة منه لتحليل الظاهرة في السياق الحالي.

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث:

الحرب الدعائية الروسية-الأوكرانية عبر قناة التيل غرام.

شهدت الحرب الروسية الأوكرانية تحولات جذرية في طرق الإعلام، فقد أصبحت منصات التواصل الرقمي والمواقع الإلكترونية، مثل "تيل غرام"، تلعب دوراً محورياً في نشر المعلومات والتأثير على الرأي العام المحلي والدولي. يعد هذا المبحث بمثابة الإطار المنهجي لدراسة تأثير الإعلام الرقمي على مواقع التيل غرام، وتحليل دوره في الحرب الدعائية التي تستخدمها الأطراف المتنازعة (روسيا و أوكرانيا).

أولاً: تطبيق التيل غرام ودوره كأداة للإعلام الرقمي في الحرب الروسية الأوكرانية.

1- الإعلام الرقمي: مفهومه وأبعاده

الإعلام الرقمي يشير إلى استخدام الوسائل الإلكترونية للتواصل، مثل الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، لنقل المعلومات وتبادلها بين الأفراد والمجموعات. يعتمد الإعلام الرقمي على أدوات متعددة مثل المواقع الإلكترونية، ومنصات التواصل الاجتماعي، وتطبيقات المراسلة مثل "تيل غرام"، والتي تعد من أبرز الوسائل في نشر المعلومات والرسائل.

يتميز الإعلام الرقمي بسرعة نقل الأخبار وتفاعل الجمهور، كما يتيح القدرة على تخصيص الرسائل بحسب الاهتمامات والميول السياسية للمستقبلين. هذا النوع من الإعلام يقدم فرصاً جديدة للتحكم في المعلومات، لكنه في الوقت ذاته يعزز من قدرة الجهات الفاعلة على نشر معلومات مضللة أو محرفة لأغراض دعائية. (حسام، 2022)

2- تيل غرام " كمنصة إعلامية

"تيل غرام" هو تطبيق مراسلة فوري يتميز بقدرته على تجاوز الرقابة الحكومية، وتوفير منصة آمنة لنقل الرسائل والمعلومات بشكل سريع وفعال. خلال الحرب الروسية الأوكرانية، استخدم الطرفان هذه المنصة لنقل الأخبار والمعلومات بسرعة، فضلاً عن أنها أصبحت ساحة للحرب الدعائية الإلكترونية.

تلغرام يتيح للمستخدمين إنشاء قنوات ومجموعات مفتوحة أو مغلقة لنشر الرسائل، مما يجعله أداة فعالة للجنود والمواطنين على حد سواء للتفاعل مع الأحداث. وبالنظر إلى كفاءته في الوصول إلى جمهور عالمي بعيداً عن القيود التقليدية، أصبح "تلغرام" وسيلة مهمة للتحكم في تدفق المعلومات داخل وخارج مناطق النزاع. يتميز تيل غرام بتوفير الخصوصية والأمان عبر التشفير من النهاية إلى النهاية، مع إمكانية الوصول إلى جماهير كبيرة من خلال قنوات ومجموعات غير محدودة الأعضاء، فضلاً عن التحكم الكامل في المحتوى وإمكانية إخفاء الهوية، وتخزين الرسائل والملفات في السحابة للوصول إليها من أي جهاز، ودعمه لنشر المحتوى المتعدد مثل الصور والفيديوهات، فضلاً عن صعوبة حظره في العديد من البلدان.

(التيل غرام:، صفحة 2)

3- الحرب الدعائية على "تيل غرام"

الحرب الدعائية هي استخدام المعلومات والأخبار للتأثير على مشاعر ومواقف الجمهور في سياق معين. في الصراع الروسي الأوكراني، باتت "تيل غرام" ساحة معركة إضافية حيث يسعى كل طرف إلى نشر رسائل تهدف إلى تشويه صورة الطرف الآخر، وتحفيز جماهيره على دعم مواقفه. تعتمد هذه الحملات الدعائية على تكتيك "التأثير السريع" و"التأثير العاطفي"، مما يزيد من تأثير المعلومات المغلوطة أو المضللة.

تمكنت الأطراف المتنازعة من استخدام تيل غرام بشكل واسع لنشر معلومات قد تكون بعضها مزيفة، مقاطع فيديو معدلة، وصور مركبة، مما ساعد في تعزيز الروايات المختلفة. فقد تستخدم روسيا قنوات تيل غرام لنقل رسائل تتعلق بانتصاراتها العسكرية، أو لتسليط الضوء على أفعال "العدوان" الأوكراني، بينما قد تنشر أوكرانيا معلومات تهدف إلى تحفيز الدعم الدولي وتعزيز صورة المقاومة الأوكرانية وإبراز انتهاكات الغزو الروسي والضم غير الشرعي للمناطق في شرق أوكرانيا.

تعد قنوات "التيل غرام" جزءاً أساسياً من الإعلام الرقمي في الحروب المعاصرة، لا سيما في النزاع الروسي-الأوكراني، إذ تُستخدم كأداة فعالة لنقل الدعاية الإعلامية، نشر الأخبار الحربية، وتحقيق التأثير النفسي على الرأي العام. من خلال تحليلات هذا الإعلام، يُمكن أن نلاحظ كيف يساهم في توجيه الروايات، التأثير على معنويات الشعوب، والتأثير في السياسة العالمية. ومع استمرار تطور هذه المنصات، سيستمر دور "التيل غرام" في الحرب الإعلامية الرقمية كأداة محورية في الصراعات السياسية والعسكرية. (الأخباري، 2024، صفحة 3)

ثانياً: الحرب الروسية الأوكرانية من منظور دعائي

تشهد الحرب الروسية الأوكرانية تزايداً في استخدام الدعاية كأداة رئيسية لتحقيق الأهداف السياسية والعسكرية. تعد الحرب الدعائية جزءاً من الحروب الرقمية الحديثة، إذ يتم استخدام وسائل الإعلام والتقنيات الرقمية لإقناع الجماهير وتوجيه الرأي العام في الداخل والخارج، من خلال هذا المبحث، سنستعرض دور الدعاية في الحرب الروسية الأوكرانية عبر وسائل الإعلام الرقمية، ونعرض الأساليب المستخدمة من قبل الأطراف المتنازعة في معركة التأثير على العقل الجمعي للأفراد داخل وخارج مناطق النزاع في روسيا وأوكرانيا.

في الحرب الروسية الأوكرانية، تعد الدعاية أداة حيوية بالنسبة للطرفين في الصراع، من خلال وسائل الإعلام الرقمية، يسعى كل طرف إلى تصوير نفسه كضحية أو بطل، بينما يحاول تشويه صورة العدو أو التقليل من مشروعيته على الساحة الدولية.

-**الدعاية الروسية:** تستخدم روسيا الدعاية لتقديم نفسها كمحارب ضد "النازية" في أوكرانيا، بينما تسعى إلى تأكيد شرعية عملياتها العسكرية الخاصة وحماية الأقلية الروسية في أوكرانيا. يتم نقل هذه الرسائل عبر القنوات الإعلامية الروسية والمجموعات المتواجدة على منصات التواصل الاجتماعي مثل "تيل غرام"، حيث تروج لنظريات مؤامرة غربية وادعاءات بأن القوات الأوكرانية هي مجاميع نازية إرهابية مدعومة من حلف الناتو فضلاً عن السخرية من الرئيس الأوكراني وطريقة تجنيد المواطنين المدنيين بالقوة في أوكرانيا.

-**الدعاية الأوكرانية:** في المقابل، تستخدم أوكرانيا الدعاية لتسليط الضوء على الاعتداءات الروسية على الشعب الأوكراني وحشد الدعم الدولي ضد روسيا، تركز الدعاية الأوكرانية على تصوير القوات الروسية كغزاة متوحشين، مع التركيز على الانتهاكات الإنسانية التي يرتكبها الجيش الروسي ضد المدنيين في مناطق النزاع. كما تروج أوكرانيا لصور بطولية من قبل الجيش الأوكراني والمقاومة الشعبية.

الشعب الروسي و الأوكراني يدرك قصيدة العديد من التكتيكات الرقمية التي ينفذها المتنافسون وقدرتهم على المشاركة تجاه بعضهم البعض، من ناحية أخرى، حولت شبكات التواصل الاجتماعي والهواتف المحمولة مئات المواطنين إلى "مؤرخين للحرب في الوقت الحقيقي"، يصفون المواقف اليومية ويدركون الأهمية المتزايدة لمنشوراتهم في السياق الدولي. (Ulrike.G، 2023، صفحة 8)

تعريف الدعاية:

كلمة دعاية أو Propaganda كانت تعني في البداية القرن السابع عشر الدعوة أو التبشير بالديانة المسيحية ، وأول من استخدمها البابا جري جوري حين أسس "جمعية الدعاية المقدسية" عام 1622 ، وكان الهدف من هذه الجمعية هو التبشير بالديانة المسيحية وراء البحار .

بعد ظهور النازية قبيل الحرب العالمية الثانية، وظهر النازية الدعائية، بدأ معنى الكلمة يحمل مفهوماً جديداً مستمداً من الممارسات النازية الدعائية ، التي أسسها الداعية كبولز Gobles وزير الدعاية في العهد النازي، والتي كانت تقوم على التزوير والتحريف والتخويف، وأصبح معنى كلمة دعاية يعني الأفكار السياسية الشيطانية التي تحمل الأكاذيب أو الحقائق المزورة .

يقول جاكوز إيلول (Jacques Ellul) في مقدمة كتابه 'ما هو دعاية لا يمكن أن يكون حقيقة' . والدعاية كما يراها ليونارد دووب Leonard W.

هي محاولة التأثير في الأفراد والجمهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها ، وذلك في زمان معين ولهدف مرسوم. (الأقطس، الدعاية الإعلامية، 1999، صفحة 16)

1- مفهوم الدعاية وأبعادها

الدعاية هي عملية استخدام المعلومات والأدوات الإعلامية لتوجيه الرأي العام، وتعزيز موقف سياسي أو عسكري معين. تختلف الدعاية عن الإعلان التجاري في أنها لا تهدف إلى تسويق منتج معين، بل تهدف إلى التأثير في اتجاهات الناس وتصرفاتهم. يمكن أن تأخذ الدعاية أشكالاً متعددة، من بينها الرسائل الإعلامية المدعومة بالصور والفيديوهات، والتي تهدف إلى خلق صورة إيجابية أو سلبية عن أطراف النزاع.

تتعدد أساليب الدعاية في الحروب المعاصرة، حيث يتم استخدامها في شكل حملات إعلامية موجهة، ووسائل تواصل اجتماعي، منصات إعلامية رقمية، فضلاً عن استخدام الذكاء الاصطناعي وأدوات التحليل الرقمي لتوجيه الرسائل وتحديد الجمهور المستهدف. (O'Donnell، 2018، صفحة 4)

2- الدعاية الشيوعية:

الفلسفة الشيوعية (الماركسية) هي فلسفة أممية ، سهل انتشارها بين الطبقات الجماهيرية ، لأنها تتصف بدرجة من البساطة ، ولأنها لا تتفق مع مظاهر الصناعة البرجوازية ... الخ . كان للقائد لينين دور هام في نشر هذه الفلسفة حين وضع الفلسفة الماركسية في موقع سياسي عملي ، بسيط يتفق مع مصالح الطبقات المسحوقة المستغلة ، ولعل أهم ما صنعه لينين هو البساطة في الشعارات والعقيدة ، فكما يقول دكتور محمد عبد القادر حاتم : " يمكن قصر الدعاية البلشفية على عبارتين أساسيتين : الفضيحة السياسية ، وكلمة السر (شعار الدعوة).

تقوم الفلسفة الشيوعية على آراء ماركس، ويرى ماركس أن الهدف الرئيس للفلسفة الشيوعية هو إقامة مجتمع تتحقق فيه العدالة التامة ، ولا بد أن تسيطر طبقة العمال والكادحين على السلطة في المرحلة الأولى أو الانتقالية ، وقد أطلق على المرحلة الانتقالية اسم الاشتراكية ، وحين تتحقق مرحلة المجتمع الشيوعي في نهاية الأمر تكون العدالة قد سادت المجتمع.

سيطرت الحركة الشيوعية على السلطة في ما عرف بالاتحاد السوفيتي سابقاً عام 1917 ، بعد الثورة البلشفية وصدر أول دستور سوفيتي سنة 1918 وجاء فيه : " إن المهمة الرئيسية للدستور خلال الفترة الحالية هي إقامة ديكتاتورية البروليتاريا في المدينة ، وديكتاتورية الفلاحين في القرية. "

احتكر الحرب الشيوعي لنفسه كل شيء ، النشاط السياسي ، والإنتاج ، والملكية ، وأكثر من ذلك أن الحزب الشيوعي ادعى العصمة لنفسه ، ورفض أي معارضة مهما كان مصدرها ، وسيطر الحزب على مصادر المعلومات ، ووسائل الإعلام سيطرة كاملة.

(الأقطس، الدعاية الإعلامية، 1419-1999، صفحة 65)

أهداف الدعاية:

تشكل الدعاية أداة فعالة في أوقات السلم والحرب وان استخدامها للمواقع الالكترونية والشبكة الرقمية الهدف منه التأثير في الرأي العام والترويج لأيديولوجيات مختلفة والدعاية لها، فهي تخاطب أصحاب العقول ذات الميول المتنوعة لاستدراجهم والسيطرة على أفكارهم، وإنَّ اهتمام الدول أو الجهات القائمة على الدعاية، نابع من دوافع ظاهرة، ومخفية، تسعى من خلالها تلك الدول أو الجهات إلى تحقيقها، وعبر طرق وأساليب وأدوات متعددة ومتنوعة، وصولاً إلى تحقيق أهداف محددة سلفاً لديها، ومن أبرزها.

1. هدف سياسي: إذ تشكل الدعاية والرموز، كأدوات اتصالية، واحدة من الوسائل المستخدمة لمساندة الفعل لسياسي الخارجي للدولة، تحديدا لأهداف يتطلع إلى إنجازها صناع القرار، ويتحدد الغرض الأساسي من استخدام هذه الوسيلة، بتهيئة المناخ الفكري والنفسي للبيئة الخارجية، وخلق قنوات مسبقة، لتغيير قنوات قائمة لتفهم وتقبل سياسة جديدة، ويكون الغرض من هذه الجهود الاتصالية التي تقوم بها الدولة، والموجهة إلى البيئة الخارجية، التأثير في توجهات وأفكار قطاعات واسعة من الرأي العام المخاطب حول قضية محددة، وهو ما يسمى بالدعاية، التي تعمل أيضا على إيصال الأفكار والمواقف لسياسية إلى أكبر عدد من المواطنين وذلك من خلال نشرها عبر مختلف وسائل الاتصال التي تكون أكثر تأثيراً، ويبرز هدفها بقدرة دعائها بالتأثير على الرأي العام، وتوجه الدعاية السياسية لجماعات وأشخاص مستهدفة تصرفاتهم، لإحداث تغيير في سلوكياتهم، إذ يكون الهدف من الدعاية كسب تأييد المواطنين ودفعهم تجاه سلوك معين يتفق مع مصلحة الدولة، فعن طريق الدعاية السياسية يمكن تعليم الأفراد الأكثر معارضة والتأثير عليهم وضمهم إلى جانب القضية التي كانوا يعارضونها.

2. هدف اجتماعي: إن المجموعات المختلفة التي ينتمي إليها الأفراد تكتسب عادات اجتماعية تفرض ما هو مقبول وما هو مفروض على الأفراد، وتُعد الطريقة التي ينظر فيها الفرد إلى دوره داخل الجماعة التي ينتمي إليها عامل مهم في شرح دوافعه، واختياراته، وفي هذه الحالة يحاول أن يشكل عاداته وحاجاته وفقاً لظروف الجماعة التي ينتمي إليها، ولهذا صرنا نجد أن العادات الاستهلاكية في المجتمع قد تغيرت بصورة كبيرة، وذلك بسبب تغير العادات الفردية، فالعلاقة بين الفرد والمجتمع علاقة تبادلية فهو يتأثر ويؤثر، من ثم فإن تأثيره بالإعلان والدعاية ينعكس على المجتمع ككل .

3. هدف اقتصادي: إن للدعاية أثرا نفسيا، وآخر اجتماعيا، كما أنها تؤثر في اقتصاديات الدول، وتعد الدخول التي تأتي عن طريق الدعاية من أهم الدخول التي تعتمد عليها وسائل الاتصال المختلفة في الدولة كالتلفزيون والإذاعة والصحف، سواء منها العامة أم الخاصة ، هذا من جانب، وإن الاقتصاد وكما يحتاج إلى دراسات وقرارات، فإنه يحتاج إلى إعلام ودعاية، وليس باتخاذ موقف لمدافع بعد أن يسرى التأثير المضاد، كما يجب ذكر المشكلات والإخفاقات أيضا لتحقيق المصداقية.

4. هدف تعليمي: لم تتحقق أغلب المحاولات التي بذلت للفرقة بين الدعاية والتعليم نجاحا ملحوظا، لأنها لم تأخذ في الحسبان أن معايير الحكم على الظاهرتين مختلفة تماما، فمعيار أو أساس التعليم، هو صدق المعلومات على ضوء المعلومات المتوفرة وتوفير البدائل، ومعيار أو أساس الدعاية هو الهدف الكامن خلف لعملية التعليمية، ومن ثم فإن تحقيق الهدف من تدريس ما نعتقد أنه صادق، تصبح النتيجة دعائية أو تعليميا . (صايل، 2025، صفحة 6)

ثالثاً: التقنيات الدعائية في الحرب الروسية الأوكرانية

تسهم منصات الإعلام الرقمي مثل "تيل غرام"، "فيسبوك"، "توتير"، و"يوتيوب" في نشر الدعاية بشكل أسرع وأكثر تأثيراً. فيما يأتي بعض التقنيات المستخدمة في منصة تيل غرام:

1- تقنيات الدعاية الرقمية المستخدمة في قنوات التيل غرام الروسية:

1. الإعلام البصري "الصور والفيديوهات": من خلال نشر محتوى مرئي قوي يؤثر بشكل مباشر في الجمهور، مثل مشاهد القصف والمجازر.

2. التأثير العاطفي: تحفيز مشاعر الكراهية أو الفخر الوطني من خلال استخدام محتوى يثير الغضب أو الفخر.

3. التلاعب بالمعلومات: إعادة نشر وتدوير الأخبار بشكل يعزز الرواية الروسية حول الحرب.

4. التشهير بالشخصيات والأطراف المعارضة: السخرية من قادة أوكرانيا ووسائل الإعلام الغربية.

5. الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي: مثل تيل غرام، لتوسيع نطاق تأثير الدعاية على أكبر عدد ممكن من الأفراد عبر منصات رقمية.

تستخدم هذه القنوات تقنيات متقدمة للتأثير في الرأي العام الدولي والمحلي، وتحاول صياغة الواقع بطريقة تدعم الأهداف السياسية الروسية وتزيد من التأثير على المستهلكين.

2- تقنيات الدعاية الرقمية في هذه القنوات الأوكرانية:

1- الإعلام البصري (الصور والفيديوهات): نشر مشاهد مؤثرة ومؤلمة من الحرب لتوليد ردود فعل عاطفية لدى الجمهور المحلي والدولي.

2- التضامن الوطني: استخدام رسائل توحيد الشعب الأوكراني وتعزيز الروح المعنوية والتماسك الوطني في مواجهة العدوان.

3- التأثير على الرأي العام الدولي: من خلال إشراك الإعلام العالمي ووسائل التواصل الاجتماعي، تحاول القنوات الأوكرانية كسب الدعم الدولي ضد روسيا، فضلا عن التشجيع على فرض عقوبات اقتصادية على روسيا من أجل إنهاء الحرب.

4- السخرية والتحقيق: استراتيجيات من أجل تقليل قيمة العدو (الجنود الروس) وزيادة السخرية منهم، مما يساهم في تعزيز مشاعر الرفض.

5- التركيز على القصص الإنسانية: استخدام القصص الواقعية والبشرية لرفع التفاعل العاطفي مع القضايا المتعلقة بالمدنيين والجنود.

6- التفاعل مع الجمهور: تسهيل التفاعل عبر الإنترنت مع متابعي القنوات لإشراكهم في دعم المواقف الوطنية.

7- الدعاية الثقافية: استخدام الرموز الثقافية والرياضة لتعزيز الهوية الأوكرانية وتعبئة المجتمع المحلي والعالمي. يمكن القول، أن الدعاية الرقمية الأوكرانية على قنوات تيل غرام تعتمد بشكل كبير على التأثير العاطفي، تعزيز الهوية الوطنية، وتقديم حرب الأوكرانيين كدفاع مشروع ضد العدوان الروسي.

فضلا عن أنه قد تم استخدام التقنيات الرقمية في الحرب الروسية الأوكرانية من قبل كلا الطرفين بشكل مدروس ومقصود، مما يعكس تأثير المعلومات المضللة والتلاعب عبر الإنترنت على الديمقراطية والأمن السياسي على مستوى العالم.

3- تأثير الدعاية على الرأي العام

يعد الرأي العام ساحة حاسمة في الحروب الحديثة. فالناس لا يؤثرون فقط في مجريات الحرب من خلال الدعم أو المعارضة السياسية، بل أيضًا من خلال تضامنهم الاجتماعي أو العاطفي. في الحرب الروسية الأوكرانية، تؤثر الدعاية على مواقف الناس في عدة جوانب:

-التأثير على الدعم الدولي: تسعى الأطراف المتنازعة إلى تشكيل موقف المجتمع الدولي من خلال الحشد الإعلامي. قد تؤثر الدعاية على مواقف الدول والهيئات الدولية مثل الأمم المتحدة، مما يؤثر بدوره على نوعية الدعم المقدم لكل طرف.

-تأثير على المعنويات الداخلية: يسعى كل طرف إلى الحفاظ على معنويات قواته وجماهيره من خلال نشر رسائل تحفز الإصرار والصمود في مواجهة التحديات. في الحرب الروسية الأوكرانية، تؤثر هذه الرسائل على دعم المجتمعات المحلية للجيش الوطني.

مثلما أن الحرب الأوكرانية الروسية، التي اندلعت في 24 فبراير/شباط 2022 ، شاملة ومتعددة المحاور والأسلحة، فإن الدعاية المصاحبة لها، كذلك، شاملة ومتعددة الوسائل والوسائط.

4- العملية العسكرية الخاصة: لا تصف وسائل الإعلام الروسية ابتداء من 24 فبراير/شباط 2022 بالغزو أو الحرب أو التدخل العسكري، بل تعده مجرد عملية عسكرية خاصة ذات أهداف مخصصة، وكأن على المتلقي ألا يربط بينها وبين التبعات المأساوية المصاحبة للحروب حتى إن بدت آثار الحقيقة للحرب واضحة للعيان. تكمن إجرائية تسمية "العملية العسكرية الخاصة" في أن المراقب من خارج إطار الدعاية الروسية سيجد فيها سمات الحرب الشاملة وآثارها الواسعة في كافة المستويات، مما يجعلها بعيدة عن المفهوم المتعارف عليه للعملية العسكرية الخاصة (المحدودة في المكان والزمان والأهداف). وتستخدم الآلة الدعاية الروسية مصطلح العملية العسكرية الخاصة في سرديتها الاخبارية أو مزاعمها الملقاة أثناء المقابلات والتصريحات بكيفية لا تسمح بمساءلة ما إذا كانت التسمية تنطبق على الافعال القصف، الزحف من جهات مختلفة، الحصار، تدمير البنية التحتية الامر الذي قد يقود إلى التساؤل: إذا كان ما حدث ويحدث مجرد عملية عسكرية خاصة، فكيف ستكون الحرب ولم يبق من السلاح الذي لم يجرب فيها إلا أسلحة الدمار الشامل؟

تختصر الدعاية الروسية النظام الحاكم في أوكرانيا في كونه واجهة للنازية الجديدة. ويخدم دَمغ السلطة الحاكمة في أوكرانيا بالنازية أكثر من غرض: فكونه نظامًا نازيًا، يجعل منه الخطر الأكبر على روسيا -مثلما حدث تاريخيًا مع نازية هتلر- وعلى العالم أجمع، ويجعل من "العملية العسكرية الخاصة" هجومًا لا بد منه من أجل الدفاع عن وجود روسيا. كما أنه يفيد السردية التي تدّعي أن النظام الأوكراني يسعى لإبادة نوي الأصول الروسية في شمال أوكرانيا ممن يطالبون بالانفصال. (موسى، 2022، صفحة 22)

الدعاية الروسية لا تقتصر على الداخل الروسي في توجيهها فقط، بل هناك خطط وسياسة خارجية مبرمجة ذات أهداف تتبعها تجاه دول أوروبا ودول الشرق الأوسط بالتحديد ، يقدم الاتحاد الروسي وسائل الاعلام الخاصة به مثل موقع rt.com الناطق باللغة العربية الى الجمهور العربي، إذ تحظى روسيا بجمهور واسع واكثر تقبلاً في منطقة الشرق الاوسط من الغرب او أوروبا بالتحديد، الدعاية الروسية الخارجية لدول العالم تقوم بنشر أخبار يومية بشكل منظم

لتعزيز مشروعية العملية العسكرية الخاصة في أوكرانيا، وإظهار حق روسيا في إنفاذ الاقليات الروسية في شرق أوكرانيا التي تتعرض الى انتهاكات كبيرة في حقوق الانسان.

المبحث الثالث: الحرب الدعائية الروسية الأوكرانية عبر قناة التيل غرام؛ دراسة تحليلية.

تعد دراسة هذا الجانب أمراً بالغ الأهمية لفهم العلاقة بين الرسائل الدعائية المستخدمة في المجتمعات الرقمية عبر منصة تلغرام بين روسيا وأوكرانيا.

يشهد الفضاء الرقمي في قنوات تيل غرام معركة دراماتيكية شرسة تنتشر أخبار وتقارير وفيديوهات مرعبة ومتنوعة بشكل يومي نشط وكثيف من جبهة الحرب، إذ يتبادل الطرفان الاتهامات من خلال رسائل دعائية يسودها التضليل في المعلومات والتأثير العاطفي والحرب النفسية.

في سياق الحرب الرقمية الأوكرانية الروسية حددنا قنوات الدعاية الروسية والأوكرانية من خلال تقسيمها على النحو التالي :

قنوات تيل غرام الروسية

1- المعلومات الأساسية عن القناة الروسية:

الجدول (1) يقدم هذا الجدول تفاصيل مهمة حول قناة تيل غرام المتخصصة في تغطية الأخبار، يعرض المعلومات الأساسية عن قناة التيل غرام الروسية "الحرب-الرب-العملية العسكرية الخاصة في أوكرانيا للبالغين +18"، والتي تختص بنشر محتوى متعلق بالأحداث العسكرية في أوكرانيا. تم تزويد القناة بعدد من التفاصيل المهمة التي توضح طبيعتها وتخصصها.

المعلومة	التفاصيل
اسم القناة	الحرب-الرب-العملية العسكرية الخاصة في أوكرانيا للبالغين +18
اسم القناة بالروسية	(+ВОЙНА ЖЕСТЬ СВО 18)
عدد المشتركين	43299 مشترك
رابط القناة	https://t.me/war_tresh
تخصص القناة	أخبار الحرب في أوكرانيا، تقارير عسكرية، فيديوهات
محتوى القناة	نشر مقاطع فيديو وصور، تقارير عن العمليات العسكرية في الجبهة
عدد المنشورات خلال 3 أشهر	2241 منشوراً

2- الأساليب الدعائية الرئيسية:

الجدول رقم (2) يعرض الأساليب الدعائية الرئيسية التي تستخدمها القناة الروسية في تغطيتها للأحداث العسكرية في أوكرانيا، يتم تصنيف الأساليب الدعائية وفقاً لعدد التكرارات والنسبة المئوية لكل أسلوب، فضلاً عن الترتيب الذي يشير إلى أهمية أو تأثير كل أسلوب.

الأسلوب الدعائي	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
حرب الصور والفيديوهات	291	12,98%	الأولى

الثانية	12,94%	290	تحفيز المشاعر الوطنية
الثالثة	12,85%	288	تصوير الأعداء كنازيين وإرهابيين
الرابعة	12,00%	269	فيديوهات الطائرات المسيرة
الخامسة	11,86%	266	الحملات المنظمة عبر الروبوتات
السادسة	11,51 %	258	إظهار التفوق العسكري الروسي
السابعة	8,96%	201	الخسائر الفادحة في صفوف أوكرانيا
الثامنة	8,83%	198	الحديث عن تحرير المناطق الجديدة
التاسعة	8,03%	180	التركيز على الأقليات الروسية
	100	2241	المجموع

1. حرب الصور والفيديوهات (291 منشوراً بمجموع تكرارات 12,98% المرتبة الأولى) هذه القناة تستخدم مقاطع فيديو وصور مؤلمة لجنود أوكرانيين قتلى وأسرى، بهدف إثارة ردود فعل قوية لدى المشاهدين وتحفيز مشاعر الانتقام والعداء.
2. تحفيز المشاعر الوطنية (290 منشوراً بمجموع تكرارات 12,94% المرتبة الثانية) هذه القناة تركز على رفع الروح المعنوية بين المدنيين الروس عبر نشر مشاهد مؤثرة تدعم القوات الروسية، مما يعزز الانتماء الوطني والإحساس بالفخر لدى الجمهور.
3. تصوير الأعداء كنازيين وإرهابيين (288 منشوراً بمجموع تكرارات 12,85% المرتبة الثالثة) هذه القناة تصف الجنود الأوكرانيين بأنهم "نازيون" و"إرهابيون" وتروج لهذه التصورات لتبرير العمليات العسكرية الروسية وتعزيز صورة الجيش الروسي كمدافع عن الحق، فضلاً عن السخرية من الرئيس زيلينسكي.
4. فيديوهات الطائرات المسيرة (269 منشوراً بمجموع التكرارات، 12,00% المرتبة الرابعة) هذه القناة تنشر فيديوهات تُظهر استهداف مواقع القوات الأوكرانية بواسطة الطائرات المسيرة الروسية، وهو ما يساهم في إظهار التفوق العسكري الروسي ويزيد من الدعاية لفعالية القوات الروسية.
5. الحملات المنظمة عبر الروبوتات (266 منشوراً بمجموع التكرارات، 11,86% المرتبة الخامسة) هذه القناة تستخدم الروبوتات لزيادة التفاعل والنشاط على المنصة من خلال إعادة نشر وتدوير القصص أو خلق تفاعلات مصطنعة، مما يزيد من انتشار المحتوى الدعائي.
6. إظهار التفوق العسكري الروسي (258 منشوراً بمجموع التكرارات 11,51% المرتبة السادسة) هذه تسلط القناة الضوء على القوة العسكرية الروسية وقدرتها على تحقيق الانتصارات، مما يعزز صورة الجيش الروسي كقوة لا يمكن قهرها.
7. الخسائر الفادحة في صفوف أوكرانيا (201 منشوراً بمجموع تكرارات، 8,96% المرتبة السابعة) هذه القناة تركز على نشر تقارير تفيد بأن الخسائر البشرية في صفوف الجنود الأوكرانيين كبيرة، بهدف تقليل معنويات الجمهور الأوكراني وتعزيز تأثير الدعاية الروسية من خلال تحرير مناطق جديدة.

8. الحديث عن تحرير المناطق الجديدة (198 منشوراً بمجموع تكرارات 8,83%, المرتبة الثامنة) يتم نشر تقارير تفيد بتحرير مناطق معينة من الأراضي الأوكرانية بواسطة القوات الروسية، مما يسهم في تعزيز صورة النصر والإنجازات العسكرية الروسية.

9. التركيز على الأقليات الروسية (180 منشوراً بمجموع تكرارات، 8,3 المرتبة التاسعة) القناة تهتم بمعاناة الأقليات الروسية في أوكرانيا، مشيرة إلى الانتهاكات الجسدية "الجنسية" التي يتعرضون لها، وهو ما يُستخدم لتعزيز خطاب الشرعية الروسية في الدفاع عن مواطنيها.

مجموع التكرارات الإجمالية هو 2241 منشوراً، النسبة الإجمالية: 100.0%.

يتم استخدام مجموعة من الأساليب الدعائية المتنوعة لتحقيق أهداف محددة، مثل تعزيز الروح المعنوية، تصوير العدو بشكل سلبي، إظهار التفوق العسكري، والتأكيد على المعاناة الإنسانية.

تتراوح الأساليب من التركيز على مشاعر الأفراد إلى استخدام التقنيات الحديثة مثل الروبوتات، مما يُظهر تنوع الأدوات الدعائية المستخدمة في القناة.

هذا التحليل يوفر رؤية شاملة حول كيفية استخدام القناة لأساليب دعائية بهدف تشكيل الرأي العام الروسي والدولي حول الحرب في أوكرانيا.

2. الأساليب الدعائية الفرعية:

جدول (3) يبين الفئات الفرعية المرتبطة بالفئات الرئيسية الخاصة بالأساليب الدعائية المنشورة في قناة التيل غرام الروسية (الحرب-الرب-العملية العسكرية الخاصة في أوكرانيا للبالغين +18) للمدة من (01.12.2024 الى 01.03.2025)

الاسلوب الدعائي	التكرارات	النسبة المئوية	التفاصيل
إبراز صور الأسرى الأوكرانيين	258	17,21%	نشر مشاهد مرئية مؤلمة تهدف إلى إثارة العواطف، مثل صور الجثث وأسرى الجنود وحالات الإعدامات في ساحة المعركة.
استخدام السرد العسكري	221	14,47%	نشر تقارير عسكرية توضح العمليات والتقدم الروسي في المعركة، فضلاً عن نشر فيديوها عن انقراض الطائرات المسيرة على العدو
إظهار الأعداء كنازيين أو إرهابيين	183	12,20%	تصوير الحرب كحرب ضد "الشر" هذا النوع من الدعاية يستخدم لتبرير العمل العسكري الروسي مما يجعل المواجهة العسكرية تبدو "مبررة أخلاقياً" أو حتى ضرورية.

استخدام الروبوتات لنشر الرسائل أو للترويج للمحتوى لضمان انتشار الرسائل بشكل واسع، وذلك عبر إشراك جمهور كبير بشكل آلي من أجل تعزيز الانتشار السريع للمحتوى الدعائي.	10,74%	161	العمليات المنظمة عبر الروبوتات
إظهار المجتمع الغربي على أنه عاجز ومنافق، بما في ذلك الدول الأوروبية والولايات المتحدة التي تمول أوكرانيا بالسلح، على أنهم عاجزون عن التدخل بشكل فعال أو أنهم يتبنون سياسات مناقضة.	8,87%	133	المجتمع الغربي منافق ويدعم أوكرانيا بالسلح
رفع الروح المعنوية بين المدنيين الروس وتحفيزهم على دعم الرواية الروسية "العملية العسكرية الخاصة" من خلال الخطب الحماسية في هذه القناة.	7,13%	107	تعزيز المواقف التي تدعم العملية العسكرية الخاصة الروسية في أوكرانيا.
نشر مواد تتعلق بالقصف المدمر من قبل القوات الروسية للأليات العسكرية الأوكرانية، من أجل إبراز قوة الجيش الروسي في المعركة، والتركيز على الأضرار التي يتم إحداثها.	6,13%	92	القصف المدمر
نشر معلومات عن الاعتداءات الجنسية المرتبطة بالحرب، وهي حالات تعتبر انتهاك للقانون الدولي وحقوق الإنسان، يمكن أن يُستخدم هذا الأسلوب لتشويه صورة الأعداء (وخاصة الأوكرانيين) وربطهم بأعمال غير إنسانية.	5,60%	84	الاعتداءات الجنسية
هذه الاستراتيجية تهدف إلى إظهار الجيش الروسي كقوة لا تقهر، مما يعزز الثقة في القيادة الروسية.	5,40%	81	الخسائر الكبيرة في صفوف الأوكرانيين
تصوير الرئيس الأوكراني زيلينسكي بصورة هزلية أو سخرية، مما يقلل من شأنه شخصيًا وسياسيًا من أجل تحطيم صورة الرئيس الأوكراني كقائد شرعي، من ثم السخرية من الطريقة الطوعية للتجنيد في أوكرانيا، هذا يشمل استخدام السخرية للتهمك على أساليب	5,07%	76	السخرية من الرئيس الأوكراني زيلينسكي ومن طريقة التجنيد.

تجنيد الجنود الأوكرانيين، خاصةً إذا كانت تعتمد على التطوع الاجباري			
إعادة تدوير القصص	56	3,73%	استخدام نفس القصص أو المعلومات مرارًا وتكرارًا بشكل يعزز الرسائل الدعائية في قنوات تلغرام، من اجل التأكيد على سرد معين أو حقيقة معينة (مثل الانتصار العسكري الروسي أو إخفاق الأعداء) يساعد هذا في ترسيخ الرسائل الأساسية في أذهان المتابعين الروس.
تفريعات الرئيس الأمريكي ترامب حول النزاع في أوكرانيا	28	1,86%	نشر تصريحات أو تغريدات من شخصيات مشهورة مثل الرئيس الأمريكي السابق دونالد ترامب حول النزاع في أوكرانيا، مع التركيز على دعوته لإيقاف الحرب.
المجموع	1499	100%	

من خلال الجدول أعلاه في القناة الروسية الأولى +18 ВОЙНА | ЖЕСТЬ | СВО على تطبيق تيل غرام المختصة بأخبار الحرب في أوكرانيا، وهي تركز على تقديم تقارير عسكرية وأخبار حصرية مع صور وفيديوهات مرتبطة بالأحداث الجارية .

الجمهور المستهدف: حسب ما هو موضح، القناة موجهة للأشخاص البالغين فوق 18 عامًا وتحتوي على محتوى صريح يتعامل مع موضوعات الحرب والنزعات عدد المشتركين 43,299: مشتركًا، مما يشير إلى قاعدة جمهور قد تكون واسعة ولكنها متخصصة. الجدول يعرض الأساليب الدعائية الفرعية المستخدمة في القناة الروسية، مع تحديد عدد التكرارات والنسبة المئوية لكل أسلوب. إليك التحليل المختصر والدقيق للأساليب الدعائية الفرعية:

1. إبراز صور الأسرى الأوكرانيين (17,21%)

- نشر مشاهد مؤلمة لجنود أوكرانيين أسرى أو قتلى لإثارة العواطف وتعزيز الصورة السلبية عن العدو.
2. استخدام السرد العسكري (14,47%)

- نشر تقارير توضح العمليات العسكرية الروسية وتقدمها، مع التركيز على الهجمات بالطائرات المسيرة.
3. إظهار الأعداء كنازيين أو إرهابيين (12,20%)

- تصوير الأوكرانيين كأعداء يمثلون "الشر" لتبرير الحرب الروسية واعتبارها أخلاقية.
4. الحملات المنظمة عبر الروبوتات (10,74%)

- استخدام الروبوتات لنشر الرسائل الدعائية وزيادة التفاعل والمشاركة بشكل آلي على المنصات.
5. المجتمع الغربي مناقق ويدعم أوكرانيا بالسلح (8,87%)

- تصوير الدول الغربية كداعم منافق لأوكرانيا، مع إظهار عجزها عن التأثير الفعلي.
6. تعزيز المواقف التي تدعم العملية العسكرية الخاصة الروسية (7,13%)
- رفع الروح المعنوية للمدنيين الروس ودعم الرواية الرسمية للعملية العسكرية عبر الخطب التحفيزية.
7. القصف المدمر (6,13%)
- نشر مقاطع عن القصف المدمر من قبل القوات الروسية لإظهار قوتها العسكرية وتدمير المعدات الأوكرانية.
8. الاعتداءات الجنسية (5,60%)
- نشر تقارير عن الاعتداءات الجنسية خلال الحرب بهدف تشويه صورة الأعداء وربطهم بالأعمال غير الإنسانية.
9. الخسائر الكبيرة في صفوف الأوكرانيين (5,40%)
- تصوير الجيش الروسي كقوة لا تقهر من خلال التركيز على الخسائر الكبيرة التي تكبدها الجيش الأوكراني.
10. السخرية من الرئيس الأوكراني زيلينسكي (5,07%)
- السخرية من الرئيس الأوكراني بهدف تقليل صورته كقائد شرعي، بما في ذلك السخرية من طريقة تجنيد الجنود.
11. إعادة تدوير القصص (3,73%)
- إعادة نشر نفس القصص لتعزيز الرسائل الدعائية وترسيخ السرد المتعلق بالانتصارات الروسية.
12. تغريدات الرئيس الأمريكي ترامب حول النزاع في أوكرانيا (1,86%)
- نشر تصريحات من شخصيات معروفة مثل الرئيس الأمريكي السابق ترامب للتركيز على دعوته لوقف الحرب.
- بلغ مجموع التكرارات الإجمالية: 1499 منشورًا.
- النسبة الإجمالية 100%.
- الجدول يُظهر تنوع الأساليب الدعائية التي تستهدف تحفيز المشاعر، تعزيز صورة القوة الروسية، والتقليل من شأن الأعداء، باستخدام تقنيات متنوعة مثل السخرية، الصور المؤلمة، والتقارير العسكرية.

قنوات تيل غرام الأوكرانية

1- المعلومات الأساسية عن القناة الأوكرانية:

الجدول رقم (1) يعرض المعلومات الأساسية عن القناة الأوكرانية "أوكرانيا ألان-أخبار-سياسة"، وهي قناة تيل غرام تختص بتغطية الأخبار والمحتوى المتعلق بالصراع بين أوكرانيا وروسيا. هذه القناة تعد مصدرا إخباريا رئيسا يتابع الأحداث العسكرية والسياسية بين أوكرانيا وروسيا. تتمتع القناة بعدد كبير من المتابعين، وتوفر تحديثات مستمرة عن الحرب عبر صور وفيديوهات، مما يعزز من قدرتها على تقديم معلومات لحظية ودقيقة حول سير الأحداث.

المعلومة	التفاصيل
اسم القناة	أوكرانيا ألان-أخبار-سياسة
اسم القناة بالروسية	(Україна сейчас УС Новини, Політичні)

عدد المشتركين	1,198,037 مشترك
رابط القناة	https://t.me/u_now
عدد المنشورات "ثلاثة أشهر"	2603 منشوراً
محتوى القناة	نشر صور مقاطع فيديو وأخبار متنوعة، عن الحرب بين أوكرانيا وروسيا

2- الأساليب الدعائية الرئيسية:

من خلال الجدول اعلاه رقم (2) في القناة الروسية الثانية (ВОЙНА [Россия Украина]) وفقاً للأساليب الدعائية على تطبيق تيل غرام تتناول أخبار الحرب بين روسيا وأوكرانيا، فضلا عن تغطية الأحداث المرتبطة بالحرب في هذا السياق.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرارات	الأسلوب الدعائي
الأولى	18,32%	477	دمار المدن الأوكرانية
الثانية	11,87%	309	دعم المقاومة الأوكرانية
الثالثة	10,98%	286	الدعاية السياسية والشرعية الأوكرانية
الرابعة	10,44%	272	صور ومقاطع الفيديو
الخامسة	8,95%	233	دور الرئيس زيلينسكي الإعلامي
السادسة	7,91%	206	الدعم الدولي لأوكرانيا
السابعة	7,45%	194	صور تغريدات لشخصيات أوروبية وأمريكية داعمة للقضية الأوكرانية
الثامنة	6,99%	182	القصص البطولية والتضحيات
التاسعة	6,53%	170	الضم غير القانوني للمناطق الأربع في جنوب وشرق أوكرانيا
العاشر	5,80%	151	أخبار متنوعة محلية و دولية
الحادي عشر	4,72%	123	مكافحة المعلومات المضللة الروسية
	100%	2603	المجموع

- عدد المشتركين: القناة تضم 123,664 مشتركاً، مما يشير إلى جمهور أكبر مقارنة بالقناة الأولى، يركز المحتوى على عدة محاور تشمل القصف، التصريحات السياسية، التحليلات العسكرية، والنقد الموجه للأطراف الأخرى في النزاع (خصوصاً الحكومة الأوكرانية والمجتمع الغربي) هذه القناة تستخدم مجموعة من الأساليب الدعائية الموجهة لعدة أهداف سياسية ونفسية.

- الجدول (2) يعرض الأساليب الدعائية الرئيسية المستخدمة في القناة الأوكرانية، مع تحديد التكرارات والنسبة المئوية لكل أسلوب. إليك تحليل مختصر وبسيط:
1. دمار المدن الأوكرانية (18,32%)
 - استخدمت هذه القناة في تطبيق تيل غرام أسلوب نشر صور وفيديوهات للدمار الذي لحق بالمدن الأوكرانية بسبب الهجمات الروسية من أجل تسليط الضوء على حجم الدمار الذي تعاني منه أوكرانيا، بهدف إثارة مشاعر الشفقة والغضب لدى المتابعين، توثيق دمار المدن الأوكرانية جراء الهجمات الروسية.
 2. دعم المقاومة الأوكرانية (11,87%)
 - إبراز الجهود العسكرية الأوكرانية في مقاومة الجيش الروسي، مع تسليط الضوء على الخسائر الروسية وتقدير التضحية الأوكرانية.
 3. الدعاية السياسية والشرعية الأوكرانية (10,98%)
 - تحميل الرئيس الروسي بوتين مسؤولية الحرب واعتبار روسيا معادية، مع السخرية من رجال الكرميلين وتكذيب تصريحاتهم، فضلاً على السخرية من فوز الرئيس الأمريكي ترامب الموالي للسياسات الروسية.
 4. صور ومقاطع الفيديو (10,44%)
 - نشر مقاطع فيديو وصور تظهر العمليات العسكرية بالطائرات المسيرة التي تستهدف القوات الروسية، مما يعزز صورة أوكرانيا كدولة قوية في الرد على العدوان لبروسي بشكل متقدم.
 5. دور الرئيس زيلينسكي الإعلامي (8,95%)
 - إبراز الرئيس الأوكراني كرمز للقيادة والشجاعة، ودعمه من خلال مقابلات بودكاست لصناع محتوى عبر وسائل إعلامية لرفع الروح المعنوية لدى الأوكران.
 6. الدعم الدولي لأوكرانيا (7,91%)
 - تسليط الضوء على الدعم العسكري والمالي الدولي لأوكرانيا من الدول الغربية وتأثير هذا الدعم على الموقف الدولي من خلال فرض عقوبات اقتصادية بشكل أكبر على الاتحاد الروسي.
 7. صور تغريدات لشخصيات أوروبية وأمريكية داعمة لأوكرانيا (7,45%)
 - نشر تغريدات من شخصيات دولية تؤيد القضية الأوكرانية، مما يعزز الدعم الدولي، من خلال نشرهم لرسائل علة منصة تويتر ومن ثم تداولها في هذه القناة من أجل إبراز الدعم الدولي لأوكرانيا.
 8. القصص البطولية والتضحيات (6,99%)
 - إبراز القصص البطولية للجنود الأوكرانيين والاحتفاء بتضحياتهم، بما في ذلك عودة الأسرى الأوكرانيين والاحتفاء بهم كأبطال.
 9. الضم غير القانوني للمناطق الأوكرانية (6,53%)
 - إظهار عدم شرعية ضم روسيا لأربع مناطق أوكرانية (دونيتسك، و لوغانسك، وزابوريجنيا، وخيرسون) ونشر خرائط وصور للمدن المحررة.

10. أخبار متنوعة محلية ودولية (5,80%)

- نشر أخبار متنوعة تشمل الشأن المحلي والدولي، بما في ذلك أخبار رياضية واقتصادية وثقافية.

11. مكافحة المعلومات المضللة الروسية (4,72%)

- نشر الحقائق لمكافحة الأخبار الروسية المضللة وتوضيح الانتهاكات الروسية عبر الإعلام.

تتبع القناة الأوكرانية استراتيجيات دعائية متنوعة تسلط الضوء على دمار المدن، دعم المقاومة، وشرعية الدولة الأوكرانية في مواجهة العدوان الروسي، مع تعزيز الدعم الدولي للأوكرانيين.

الأساليب الدعائية الفرعية:

الجدول رقم (3) في القناة الأوكرانية يتناول مختلف أساليب الدعاية الأوكرانية خلال الحرب الروسية الأوكرانية، يوضح التكرارات والنسب المئوية لكل أسلوب دعائي.

الاسلوب الدعائي	التكرارات	النسبة المئوية	التفاصيل
التحليل السياسي والنقد	233	12,35	تحميل روسيا المسؤولية عن الحرب والاعتداء على أوكرانيا، السخرية من تصريحات الكرملين والقيادة الروسية، التقليل من مصداقية تصريحات أو موقف الرئيس الروسي.
الدعاية العسكرية الأوكرانية	192	10,18%	إبراز قوة الرد الأوكراني، مثل عمليات الطائرات المسيرة، تسلط الضوء على فعالية الأسلحة والمعدات العسكرية الأوكرانية، دعم المعنويات المحلية عبر قصص الانتصارات العسكرية.
الصور والفيديوهات المدمرة	187	9,91%	نشر صور وفيديوهات تعرض دمار المدن الأوكرانية، تسلط الضوء على المعاناة الإنسانية نتيجة الهجمات الروسية.
إبراز الخسائر الروسية	181	9,59%	إظهار الخسائر العسكرية والاقتصادية التي تكبدها الجيش الروسي، نشر أخبار حول مقتل الجنود الروس وتدمير المعدات العسكرية.
الدعم الدولي لأوكرانيا	176	9,33%	الدعم الغربي العسكري والمالي لأوكرانيا، التركيز على صفقات أسلحة جديدة وتخصيص مبالغ مادية لدعم الحرب، من أجل تعزيز موقف أوكرانيا في الساحة الدولية عبر الدعم الغربي.
الضغط على روسيا من خلال العقوبات الاقتصادية	156	8,27%	الضغط على روسيا من خلال العقوبات الاقتصادية، تسلط الضوء على العقوبات المفروضة على روسيا من قبل الدول الغربية.

الرمزية الوطنية والشجاعة الأوكرانية	143	7,58%	تسليط الضوء على الرئيس الأوكراني كرمز للقيادة والشجاعة، تمجيد تضحيات الجنود الأوكرانيين والمدنيين، تسليط الضوء على القصص البطولية لأبطال الأوكرانيين.
الرسائل الشخصية من الجنود	122	6,46%	تقوم هذه القناة بنشر رسائل ومقاطع فيديو للجنود الأوكرانيين الذين يقاتلون على الأرض، الغرض منه هو إبراز التضحيات الفردية لأبطال الحرب وتعزيز التضامن الوطني، مما يعزز هذا من الروح المعنوية للأوكرانيين ويجعل الجنود الأوكرانيين يظهرون كأبطال حقيقيين في نظر جمهورهم المحلي والدولي.
التركيز على الأبطال المدنيين	103	5,46%	هذه القناة تسلط الضوء على الأفراد المدنيين الذين قاموا بأعمال بطولية في زمن الحرب، لإظهار دور المواطنين الأوكرانيين في الدفاع عن بلادهم، سواء كانوا في الخطوط الأمامية أو كانوا يساعدون في توفير المساعدة الإنسانية
التفاعل الإعلامي والنشر عبر تويتر و محتوى البودكاست والمقابلات.	92	4,87%	نشر رسائل من الشخصيات المؤثرة على الساحة الدولية لدعم أوكرانيا، التفاعل مع الرسائل على تويتر، نشر مقابلات مع صناع المحتوى الذين يدعمون أوكرانيا،
مكافحة الأخبار الروسية المضللة	85	4,50%	نشر المعلومات الحقيقية والرد على الأخبار الروسية المضللة، تصحيح المعلومات المغلوطة التي قد تروج لها القنوات الروسية.
تغطية الأحداث اليومية في أوكرانيا	81		نشر أخبار عامة تتعلق بالشأن العام في أوكرانيا (سياسية، اقتصادية، اجتماعية)، نشر الأخبار المتعلقة بالاقتصاد والثقافة الأوكرانية.
الدعاية عبر الرياضة والأحداث الدولية	66	3,49%	هذه القناة تستخدم الأحداث الرياضية والتغطية الإعلامية الدولية كمنصة للترويج للقضية الأوكرانية، من أجل استغلال الفعاليات الكبرى مثل البطولات الرياضية لزيادة الوعي حول الحرب الأوكرانية، هذا يساهم في جذب اهتمام جمهور عالمي عريض ويساعد في إيصال الرسائل الأوكرانية إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص.

مناهضة الضم الروسي للأراضي الأوكرانية	43	2,27%	نشر الخرائط والصور التي تظهر المناطق الأوكرانية التي تم تحريرها، تسليط الضوء على عدم شرعية الضم الروسي لأراضٍ أوكرانية.
التوثيق عبر الصور والخرائط	26	1,37%	نشر الخرائط التي تبرز المناطق المحتلة أو المحررة، استخدام الصور لتوضيح التحولات الميدانية على الأرض.
المجموع	1886	100%	

1. التحليل السياسي والنقد (233 تكرار - 12.35%)
تحميل روسيا المسؤولية عن الحرب، السخرية من تصريحات الكرملين، والتقليل من مصداقية القيادة الروسية.
2. الدعاية العسكرية الأوكرانية (192 تكرار - 10.18%)
إبراز قوة الرد الأوكراني، تسليط الضوء على فعالية الأسلحة والمعدات العسكرية الأوكرانية، ودعم المعنويات المحلية عبر قصص الانتصارات العسكرية.
3. الصور والفيديوهات المدمرة (187 تكرار - 9.91%)
نشر صور وفيديوهات تعرض دمار المدن الأوكرانية، وتسليط الضوء على المعاناة الإنسانية نتيجة الهجمات الروسية.
4. إبراز الخسائر الروسية (181 تكرار - 9.59%)
إظهار الخسائر العسكرية والاقتصادية التي تكبدها الجيش الروسي، مثل مقتل الجنود الروس وتدمير المعدات العسكرية.
5. الدعم الدولي لأوكرانيا (176 تكرار - 9.33%)
التركيز على الدعم الغربي العسكري والمالي لأوكرانيا، مثل صفقات الأسلحة الجديدة وتخصيص المبالغ المادية لدعم الحرب.
6. الضغط على روسيا من خلال العقوبات الاقتصادية (156 تكرار - 8.27%)
تسليط الضوء على العقوبات الاقتصادية المفروضة على روسيا من قبل الدول الغربية.
7. الرمزية الوطنية والشجاعة الأوكرانية (143 تكرار - 7.58%)
تمجيد الرئيس الأوكراني كرمز للقيادة والشجاعة، وتسليط الضوء على تضحيات الجنود والمدنيين الأوكرانيين.
8. الرسائل الشخصية من الجنود (122 تكرار - 6.46%)
نشر رسائل ومقاطع فيديو للجنود الأوكرانيين الذين يقاثلون على الأرض، لتعزيز التضامن الوطني والروح المعنوية.
9. التركيز على الأبطال المدنيين (103 تكرار - 5.46%)
إبراز المدنيين الذين قاموا بأعمال بطولية خلال الحرب.
10. التفاعل الإعلامي والنشر عبر تويتر والبودكاست (92 تكرار - 4.87%)

نشر رسائل من الشخصيات المؤثرة على الساحة الدولية، التفاعل مع الرسائل على تويتر، ونشر مقابلات مع صناع المحتوى الذين يدعمون أوكرانيا.

11. مكافحة الأخبار الروسية المضللة (85 تكرار - 4.50%)

تصحيح الأخبار المغلوطة التي تروج لها القنوات الروسية ونشر المعلومات الحقيقية.

12. تغطية الأحداث اليومية في أوكرانيا (81 تكرار - 4.29%)

نشر أخبار عامة تتعلق بالشأن العام في أوكرانيا (سياسية، اقتصادية، اجتماعية).

13. الدعاية عبر الرياضة والأحداث الدولية (66 تكرار - 3.49%)

استغلال الأحداث الرياضية والتغطية الإعلامية الدولية للترويج للقضية الأوكرانية وزيادة الوعي حول الحرب.

14. مناهضة الضم الروسي للأراضي الأوكرانية (43 تكرار - 2.27%)

تسليط الضوء على عدم شرعية الضم الروسي للأراضي الأوكرانية، مثل نشر الخرائط والصور للمناطق المحررة.

15. التوثيق عبر الصور والخرائط (26 تكرار - 1.37%)

نشر الخرائط والصور التي تبرز المناطق المحتلة أو المحررة لتوثيق التحولات الميدانية.

الاستنتاجات:

1- تستخدم قنوات تيل غرام الروسية مجموعة من الأساليب الدعائية المدروسة بدقة لتعزيز دعم الحرب داخليًا وتحفيز المواطنين والجنود الروس على المشاركة في العمليات العسكرية في أوكرانيا. تروج هذه القنوات لعدة روايات، منها محاربة اللغة الروسية في أوكرانيا وانتهاك حقوق الأقلية الروسية، ومنع أوكرانيا من الانضمام إلى حلف الناتو، فضلًا عن الحديث عن مؤامرة الغرب ضد روسيا، مما يوفر مبررًا دوليًا لتنفيذ العملية العسكرية الخاصة في أوكرانيا..

2- الأساليب الدعائية الروسية في تيل غرام تهدف إلى إضعاف الثقة في الجيش الأوكراني وتقديم صورة روسية إيجابية على المستوى الشعبي والعسكري، هذا التلاعب بمحتوى الرسائل الإعلامية يجعل تلغرام أداة قوية في تشكيل الرأي العام داخل روسيا وفي مجتمعات أخرى.

3- تستخدم قنوات تيل غرام الأوكرانية مزيجًا من الأساليب الدعائية الفعالة التي تركز على تعزيز الوحدة الوطنية وإظهار دولة أوكرانيا كدولة مظلومة تتعرض لعدوان روسي شرس، وضم مناطق في شرق أوكرانيا بشكل غير قانوني إلى الاتحاد الروسي، فضلًا عن تعزيز صورة القيادة الأوكرانية السياسية والعسكرية.

4- الأساليب الدعائية الأوكرانية المدروسة تسهم في بناء صورة أوكرانيا كدولة تقاوم العدوان بصمود، وتتضمن تركيزًا على رفع الروح المعنوية للأوكرانيين عبر السخرية من العدو، ومكافحة المعلومات المضللة، والضغط على المجتمع الدولي لزيادة العقوبات على روسيا.

5- قنوات تيل غرام الروسية استخدمت الرسائل الدعائية مثل الأسلحة الروسية الحديثة وإظهار الأعداء كنازيين أو إرهابيين وإبراز التفوق العسكري للروس والخسائر الفادحة في صفوف الأوكرانيين، وبالمقابل استخدمت قنوات التيل غرام الأوكرانية رسائل دعائية ركزت على دعم المقاومة ضد الغزاة الروس وتصوير وحشية الهجمات الروسية والدمار

على أوكرانيا فضلا عن تسليط الضوء على عدد الضحايا المدنيين والانتهاكات الروسية، للتأثير على مواقف الرأي العام الغربي تجاه النزاع الأوكراني-الروسي.

6- التقنيات التي تم استخدامها من قبل قنوات تيل غرام الروسية بخصوص الحرب ركزت التلاعب العاطفي و الخطاب الحماسية و تحفيز المشاعر الوطنية من خلال نشر مقاطع فيديو لجثث الجنود الأوكرانيين في المعركة فضلا عن صور لأسرى الجنود الأوكرانيين لرفع الروح المعنوية بين المدنيين الروس، في الجهة الاخرى استخدمت قنوات تلغرام الأوكرانية تقنيات مختلفة مثل مكافحة المعلومات المضللة الروسية، تشجيع الغرب لفرض عقوبات اقتصادية على روسيا، الهجمات السيبرانية، إشراك وسائل الإعلام الدولية، الحملات الإعلانية، الرسائل الشخصية من الجنود الأوكران في الجبهة.

المصادر:

المصادر العربية:

1. أم.د. فريد أبو ضهير. (الرابع ديسمبر، 2024). تقنيات الدعاية المستخدمة في خطاب الرئيس الروسي خلال الحرب على أوكرانيا. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، صفحة 30.
2. الأهرام الأخباري. (2024). "تيل غرام: ساحة جديدة للحرب الدعائية في أوكرانيا". الأهرام الأخباري.
3. دنشأت الأقطس. (1999-1419). الدعاية الإعلامية. الخليل-فلسطين: مركز الوطن.
4. دنشأت الأقطس. (1999). الدعاية الإعلامية. الخليل-فلسطين: مركز الوطن.
5. م.م. قيس خلف صايل(2025) جامعة بغداد -كلية الإعلام مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، أساليب الدعاية المستخدمة في مواقع الصحف الإلكترونية العراقية لتنمية الاستثمار المحلية، المجلد 17 العدد 2، تاريخ النشر 2025\4\1 صفحة رقم 6.
6. محمد الامين موسى. (14 ابريل، 2022). سرديات الدعاية الروسية اثناء الحرب على أوكرانيا والتماهي مع الإعلام الرقمي. مركز الجزيرة للدراسات، صفحة 22.
7. منصور حسام. (30 6، 2022). الإعلام الرقمي: مفهومه، وسائله، نظرياته. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، الصفحات 87-104.

المصادر الأجنبية:

1. Dana Ionela DRUGĂ. (2022). الحرب في أوكرانيا: مواضيع الدعاية الروسية. https://scholar.google.com/scholar?hl=ar&as_sdt=0%2C5&q=Russian+Ukrainian+war+p، صفحة ropaganda&btnG=#d=gs_qabs&t=1742213272254&u=%23p%3Dxicil1uhzEJ
- 14.

2. Garth S. Jowett – Victoria O'Donnell. (2018). Propaganda & Persuasion. في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية. Sage Publications :

3. Ulrike.G. (2023). The Russian–Ukrainian Conflict and its Impact on Media Coverage. Journal of International Media Studies.
4. لويس ألونسو-مارتن-رومو؛ ميغيل أوليفيروس-ميدافيليا؛ إنريكي فاكويريزو دومينغيز. (2023, 2 5). تصورات وآراء الشعب الأوكراني بشأن التلاعب بالمعلومات: دراسة ميدانية حول التضليل في الحرب الأوكرانية Profesional . de la información, صفحة 14.

المصادر الأخرى:

1. الموقع الرسمي للتغرام: (بلا تاريخ <https://telegram.org>). (تم الاسترداد من الموقع الرسمي لتغرام).
2. قناة روسية تيل غرام الحرب-الرعب-العملية العسكرية الخاصة في أوكرانيا, للبالغين 18+ (بالروسية تسمى 18 СВО | ЖЕСТЬ | ВОЙНА+)
- قناة روسية مختصة بأخبار الحرب في أوكرانيا, تقارير عسكرية, أخبار, فيديوهات
 - رابط القناة: https://t.me/war_tresh
3. قناة أوكرانية تيل غرام (أوكرانيا ألان-أخبار-سياسة) بالأوكرانية (Україна сейчас) (УС Новини, Політичні)
- رابط القناة https://t.me/u_now

Sources:

Arabic Sources:

1. Asst. Prof. Dr. Farid Abu Dheir (December 4, 2024). Propaganda Techniques Used in the Russian President's Speech During the War on Ukraine. Journal of Media Research and Studies, p. 30.
2. Al-Ahram News (2024). "Telegram: A New Arena for the Propaganda War in Ukraine." Al-Ahram News.
3. Dr. Nashat Al-Aqtas (1419-1999). Media Propaganda. Hebron, Palestine: Al-Watan Center.
4. Dr. Nashat Al-Aqtas (1999). Media Propaganda. Hebron, Palestine: Al-Watan Center.
5. Assistant teacher. Qais Khalaf Sayel (2025) University of Baghdad - College of Media, Lark Journal of Philosophy, Linguistics and Social Sciences, Advertising Methods Used in Iraqi Electronic Newspaper Websites to Develop Local Investment, Volume 17, Issue 2, Publication Date 1/4/2025, Page No. 6.
6. Muhammad Al-Amin Musa (April 14, 2022). Russian Propaganda Narratives During the War on Ukraine and Identification with Digital Media. Al-Jazeera Center for Studies, p. 22.
7. Mansour Hossam (June 30, 2022). Digital Media: Its Concept, Methods, and Theories. Journal of Research and Studies in New Media, pp. 87-104.

Foreign Sources:

1. Dana Ionela Drugă. (2022). The War in Ukraine: Topics of Russian Propaganda. https://scholar.google.com/scholar?hl=ar&as_sdt=0%2C5&q=Russian+Ukrainian+war+propaganda&btnG=#d=gs_qabs&t=1742213272254&u=%23p%3DxicilL1uhzEJ, p. 14.
2. Garth S. Jowett - Victoria O'Donnell. (2018). Propaganda & Persuasion. Newcastle, California, USA: Sage Publications.
3. Ulrike. G. (2023). The Russian-Ukrainian Conflict and its Impact on Media Coverage. Journal of International Media Studies.
4. Luis Alonso-Martín-Romo; Miguel Oliveros-Mediavilla; Enrique Vaquerizo Dominguez. (2/5/2023). Ukrainian People's Perceptions and Opinions Regarding Information Manipulation: A Field Study on Disinformation in the Ukrainian War. Profesional de la información, p. 14.

Other Sources:

1. Official Telegram Website: (n.d.). <https://telegram.org>. Retrieved from the official Telegram website.
2. Russian Telegram Channel: War-Terror-Special Military Operation in Ukraine, for adults +18 (in Russian called ВОЙНА | ЖЕСТЬ | СВО 18+)
- A Russian channel specializing in news about the war in Ukraine, military reports, news, and videos.
- Channel link: https://t.me/war_tresh
3. Ukrainian Telegram Channel: Ukraine Now-News-Politics (in Ukrainian) (Україна УС Новини, Політичні)
Channel link: https://t.me/u_now