

الإعلام العسكري في العصر الرقمي

توظيف الذكاء الاصطناعي وتقنيات الصورة في إدارة الصراع

Military Media in the Digital Age: Employing Artificial Intelligence and Imaging Technologies in Conflict Management

رقية بوسنان*، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة

b_rokeia@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2026/04/14

تاريخ الاستلام: 2026/03/03

ملخص:

يبحث هذا المقال في تحولات الإعلام العسكري في العصر الرقمي، من خلال تحليل توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي والوسائط البصرية في إدارة الصراع وصناعة الإدراك الجمعي. وينطلق من تحديد مفهوم الإعلام العسكري ومستويات تحوله الرقمي (التقني، الاتصالي، الاستراتيجي، والأمني/الاستخباراتي)، مبرزاً كيف انتقل من كونه أداة نقل معلومات إلى فاعل استراتيجي في بناء الشرعية الرمزية وإدارة الحرب المعلوماتية، كما يناقش تطبيقات الذكاء الاصطناعي في جمع المعلومات، تحليل البيانات الضخمة، التوجيه التنبؤي للمحتوى، وصناعة القرار الإعلامي، مع إبراز دور الصورة والفيديو في الحرب النفسية والتدويل الرمزي للصراعات، ويخلص البحث إلى أن الإعلام العسكري أصبح جزءاً من معادلة القوة الشاملة للدولة، غير أن فعاليته المستقبلية تبقى رهينة بقدرته على الموازنة بين مقتضيات الأمن القومي ومتطلبات الشرعية الأخلاقية والقانونية في بيئة رقمية معقدة.

* المؤلف المراسل

الكلمات المفتاحية: الإعلام العسكري، العصر الرقمي، الذكاء الاصطناعي، إدارة الصراع.

Abstract:

This article examines the transformation of military media in the digital age by analyzing the integration of artificial intelligence and visual technologies in conflict management and collective perception shaping. It begins by defining the concept of military media and identifying its levels of digital transformation (technical, communicational, strategic, and security/intelligence). The study highlights how military media has evolved from a mere information channel into a strategic actor in building symbolic legitimacy and managing information warfare. It further explores AI applications in data collection, big data analysis, predictive content targeting, and media decision-making, emphasizing the influential role of images and videos in psychological warfare and the symbolic internationalization of conflicts. The paper concludes that military media has become an integral component of comprehensive state power, yet its future effectiveness depends on balancing national security imperatives with ethical and legal legitimacy within a complex digital environment.

Keywords: Military Media, Digital Age, Artificial Intelligence, Conflict Management.

مقدمة:

يشهد العالم في العقدین الأخيرین تحولا جذريا في طبيعة الصراعات، حيث لم تعد المواجهات تقتصر على الميدان العسكري التقليدي، بل امتدت إلى الفضاء الرقمي باعتباره ساحة موازية تتشكل فيها الإدراکات، وتبنى السردیات، وتدار الحروب النفسية. وفي هذا السياق، برز الإعلام العسكري بوصفه أحد أهم أدوات إدارة الصراع، إذ أصبح يؤدي دورا يتجاوز نقل الأخبار أو توثيق العمليات، ليغدو فاعلا استراتيجيا في صناعة الرأي العام، وبناء الشرعية، وتعزيز القوة الناعمة للدولة.

لقد أسهمت الثورة الرقمية، بما حملته من تطورات في الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة وتقنيات الصورة والفيديو، في إعادة تشكيل بنية الإعلام العسكري ووظائفه، فبات قادرا على جمع المعلومات في الزمن الحقيقي، وتوجيه الرسائل بدقة تنبؤية، والتحكم في السرديات البصرية المؤثرة في الوعي الجمعي المحلي والدولي، ومن ثم يطرح هذا التحول أسئلة جوهرية حول طبيعة العلاقة بين الإعلام والأمن، وحدود التأثير المشروع في سياق الصراع، والتحديات الأخلاقية والقانونية المرتبطة باستخدام التقنيات الذكية في المجال العسكري.

وانطلاقا من ذلك، يسعى هذا البحث إلى تحليل أبعاد توظيف الذكاء الاصطناعي وتقنيات الصورة في الإعلام العسكري، وبيان دورها في إدارة الصراع ضمن البيئة الرقمية المعاصرة، مع استشراف التحديات والآفاق المستقبلية لهذا المجال الحيوي.

أولا: تحديد مفهوم الإعلام العسكري، وتحديد مستويات التحول الرقمي

1. مفهوم للإعلام العسكري

يعرف الإعلام العسكري بأنه نسق اتصالي مؤسسي منظم يهدف إلى نقل المعلومات المتعلقة بالأنشطة العسكرية إلى مختلف الفئات المستهدفة بطريقة دقيقة وموثوقة، بما يساهم في تعزيز ثقة الجمهور ورفع الروح المعنوية، إضافة إلى كونه أداة فعالة في مواجهة الحملات الدعائية والحروب النفسية التي قد تستهدف استقرار الدولة (Blog, 2022)، ولا يقتصر دوره على التغطية الإخبارية المرتبطة بالعمليات والأنشطة العسكرية، بل يتجاوزها ليشكل ممارسة استراتيجية ذات أبعاد أمنية وسياسية تهدف إلى حماية الجبهة الداخلية وصياغة سردية وطنية تعكس قوة الدولة ومصادقية مؤسساتها (Rid, 2012)، وفي العصر الرقمي برز الإعلام العسكري كآلية لبناء الصورة الذهنية للمؤسسة العسكرية، من خلال إبراز قيم الاحترافية والانضباط والكفاءة أمام الرأي العام المحلي والدولي (Kellner, 2004)، الأمر الذي جعله أداة فاعلة في الحرب الناعمة وصناعة الرموز الاتصالية التي تعزز مكانة الجيوش في المخيال الجماعي (Bourdieu, 1991, Castells, 2009).

2. مستويات التحول الرقمي في الإعلام العسكري

شهد الإعلام العسكري تحولا نوعيا بفعل الثورة الرقمية، حيث تداخلت التكنولوجيا الحديثة مع منظومة الاتصال العسكري لتعيد تشكيل

وظائفه وأدواره، لم يعد الإعلام العسكري يعتمد على الوسائل التقليدية في بث الرسائل، بل أصبح يوظف بيئة رقمية متكاملة تتسم بالسرعة، الشمولية، والتفاعلية، وبذلك تحول إلى أداة استراتيجية تركز على المعرفة التقنية والقدرة على إدارة تدفقات المعلومات في فضاء اتصالي مفتوح (أبو حمور، 2023)، ويمكن فهم التحول الرقمي في الإعلام العسكري من خلال أربعة مستويات رئيسية:

- المستوى التقني: شكل التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات والمعلومات رافعة أساسية لتحديث الإعلام العسكري، إذ يتمثل في إدماج أدوات متقدمة مثل الإنترنت عالي السرعة، أنظمة الأقمار الصناعية، تقنيات البث المباشر، والتصوير الجوي بواسطة الطائرات المسييرة، وتتيح هذه الوسائل تحقيق تغطية ميدانية فورية للأحداث، وإنتاج محتوى بصري عالي الجودة يعزز من مصداقية الرسائل العسكرية (Elayem News, 2023).

ومن منظور دراسات الإعلام الرقمي، فإن إدماج هذه الأدوات لا يرتبط فقط بتحسين الجانب التقني للتغطية، بل يعد عنصرا استراتيجيا في سياق الحرب المعلوماتية (Arquilla & Ronfeldt, 1997)، حيث يمنح المؤسسة العسكرية قدرة على التحكم في سرعة ودقة تدفقات المعلومة، ويعزز من موقعها في المنافسة الاتصالية مع الفاعلين غير الرسميين، كما أن استخدام تقنيات الطائرات المسييرة والتصوير الجوي يعكس تحولا نحو ما يسمى بـ الشفافية المدعومة بالتكنولوجيا، إذ تسمح الصور واللقطات المباشرة ببناء رواية بصرية يصعب دحضها، الأمر الذي يقوي الشرعية الرمزية للمؤسسة (Bourdieu, 1991).

علاوة على ذلك، يندرج هذا المستوى ضمن ما يعرف بـ البنية التحتية الرقمية للأمن القومي، حيث يشكل الاستثمار في الأنظمة التقنية الحديثة ضمانا لتعزيز فعالية الاتصال العسكري داخليا وخارجيا (Castells, 2009)، وبالتالي، لا يمكن النظر إلى المستوى التقني باعتباره مجرد بعد وظيفي داعم للإعلام العسكري، بل هو أحد مرتكزات القوة الاتصالية التي تمكن المؤسسة العسكرية من إدارة الوعي الجماعي، وإنتاج خطاب بصري ذي مصداقية عالية، والتفوق في ساحة الصراع المعلوماتي المعولم.

وفي ظل ما يعرف بـ الحرب السيبرانية (Rid, 2012)، يغدو الإعلام العسكري جزءا من منظومة الدفاع والهجوم الرقمي، حيث تستغل المنصات الرقمية والفضاءات الشبكية في مواجهة حملات التضليل، ورصد الهجمات

المعلوماتية، وإدارة العمليات النفسية الموجهة ضد الخصوم، كما أن التطور في مجال الذكاء الاصطناعي أتاح للمؤسسات العسكرية إمكانيات غير مسبوقة، مثل تحليل البيانات الضخمة الواردة من ساحات المعركة، والتعرف الآلي على الصور والفيديوهات، وكشف الأخبار الزائفة على المنصات الاجتماعية (Taddeo & Floridi, 2018).

- المستوى الاتصالي:

لقد أتاح التحول الرقمي اعتماد آليات اتصال أكثر تفاعلية، إذ يمكن للجمهور التعليق والمشاركة وإعادة النشر، الأمر الذي جعل الإعلام العسكري أكثر قرباً من الرأي العام وأكثر قدرة على قياس اتجاهاته في الزمن الحقيقي، ويتقاطع هذا الدور مع ما يشير إليه (Castells, 2009) في حديثه عن "مجتمع الشبكات"، حيث تصبح السلطة الاتصالية قائمة على التفاعل والقدرة على إدارة التدفقات المعلوماتية عبر الفضاء الرقمي.

وفي هذا السياق، يبرز دور الإعلام العسكري في إدارة الأزمات الإعلامية (Coombs, 2007)، إذ يستخدم كأداة مركزية في مواجهة حالات الحرب أو الكوارث أو حملات التضليل الإعلامي، فمن خلال سرعة إصدار البيانات الرسمية والدقة في نشر المعلومات الموثوقة، يحد الإعلام العسكري من انتشار الشائعات ويضمن توجيه الرأي العام نحو رواية موحدة، كما أن التفاعل مع استفسارات الجمهور عبر القنوات الرقمية يعزز من شرعية المؤسسة ويجعلها مصدراً أساسياً للمعلومة، الأمر الذي يقلل من مساحة الفراغ المعلوماتي التي يمكن أن تستغلها الدعاية المعادية.

ومن زاوية القوة الناعمة (Nye, 2004)، يمثل الإعلام العسكري وسيلة لتكريس الثقة والقبول الاجتماعي عبر توظيف الشفافية الاتصالية المدروسة، بما يعزز العلاقة التبادلية بين الجيش والجمهور، وفي الوقت نفسه، يؤدي هذا الاتصال وظيفية ردعية رمزية (Freedman, 2006) عبر إظهار القدرات العسكرية والجاهزية العملياتية ضمن الفضاء الإعلامي، مما يساهم في ردع الخصوم وحماية المجال المعلوماتي من الاختراقات الدعائية، وبذلك، يغدو الإعلام العسكري ليس فقط قناة للتواصل، بل فاعلاً استراتيجياً يزاوج بين الشرعية الرمزية والقوة الناعمة والردع الإعلامي، بما يعزز حضور المؤسسة العسكرية محلياً ودولياً في البيئة الاتصالية المعاصرة (Media, 2021).

وعليه، فإن المستوى الاتصالي لا يقتصر على كونه قناة لنقل الأخبار، بل يمثل إطاراً استراتيجياً لإدارة الثقة العامة، وتحقيق التوازن بين الشفافية والأمن المعلوماتي، بما يضمن تعزيز صورة المؤسسة العسكرية كفاعل مسؤول وقادر على التحكم في تدفق المعلومة خلال الأوضاع الاستثنائية.

- المستوى الاستراتيجي: يشكل الإعلام الرقمي اليوم أحد المكونات الجوهرية في الاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة العسكرية، إذ لم يعد مجرد أداة لنقل الأخبار أو التوثيق الميداني، بل تحول إلى فضاء لصياغة "السرديات العسكرية" التي تبرز قيم الوطنية، الانضباط، والالتزام بالقانون الدولي، وتعد هذه السرديات آلية أساسية في بناء الشرعية الرمزية للمؤسسة، وفي تعزيز ثقة الجمهور المحلي والدولي بقدرتها على أداء مهامها وفق معايير الشرعية والاحترافية (Zhang & Zhang, 2023).

وفي سياق الحروب الهجينة (Hoffman, 2007)، يصبح الإعلام العسكري جزءاً من الاستراتيجية الشاملة للدولة، حيث يدمج بين الردع الرمزي وإدارة الوعي الجمعي داخلياً وخارجياً، فهو يعمل على نزع الشرعية عن روايات الخصوم، وفي الوقت ذاته على ترسيخ صورة الدولة كفاعل منضبط يحترم المعايير الإنسانية والقانونية، وهو ما يمنحها تفوقاً في ساحة الصراع المعلوماتي العالمي (Entman, 2004).

وتظهر أهمية هذا المستوى في مقارنات تطبيقية: ففي حرب العراق (2003)، اعتمدت الولايات المتحدة على الإعلام العسكري كجزء من استراتيجيتها لتبرير التدخل أمام المجتمع الدولي، عبر خطاب يركز على مفاهيم "الديمقراطية" و"محاربة الإرهاب"، مما يعكس البعد الشرعي والدبلوماسي للإعلام (Kellner, 2004)، أما في الأزمة الأوكرانية من (2014) إلى (2022)، فقد وظفت روسيا إعلامها العسكري والرسمي كأداة لبناء سردية مضادة تبرز "حماية الأمن القومي" و"التصدي للغرب"، في إطار ما يسميه الباحثون حرب السرديات ضمن الصراع الجيوسياسي (Pomerantsev, 2015)، وعليه يمكن القول إن المستوى الاستراتيجي يجعل من الإعلام العسكري في العصر الرقمي أداة لإدارة الشرعية والرمزية الدولية، ووسيلة لتعزيز مكانة الدولة في النظام العالمي، حيث يلتقي البعد الاتصالي الداخلي مع البعد الدبلوماسي الخارجي ضمن رؤية شاملة للأمن القومي والتموقع الجيوسياسي.

- المستوى الأمني/الاستخباراتي:

مع التحولات الكبرى التي أفرزتها الثورة الرقمية، لم يعد الإعلام العسكري مجرد أداة اتصال أو وسيلة لتوجيه الرأي العام، بل أصبح مكوناً أساسياً من المنظومة الاستخباراتية والأمنية للمؤسسة العسكرية، إذ يتيح توظيف تحليل البيانات الضخمة ورصد أنماط التفاعل عبر الفضاء السيبراني إمكانية استشراف اتجاهات الرأي العام المحلي والدولي، والتعرف على بؤر الحملات الرقمية المعادية، بما في ذلك محاولات التضليل وصناعة الأخبار الزائفة (Shaker, 2023)، ومن خلال الخوارزميات وتقنيات الذكاء الاصطناعي، أصبح الإعلام العسكري قادراً على تتبع ديناميكيات انتشار الرسائل الإعلامية، وقياس فعالية الخطاب الموجه للجمهور في سياقات الأزمات والحروب الإعلامية.

أفرز هذا التطور ما يعرف بمفهوم "الجيش الذكي"، الذي يدمج الإعلام الرقمي ضمن منظومته الأمنية الشاملة، فيجمع بين القدرات الصلبة (القوة العسكرية التقليدية) والقدرات الناعمة (القوة الرمزية والاتصالية)، فالجيش الذكي لا يكتفي بتصوير العمليات الميدانية أو بث البيانات الرسمية، بل يسعى إلى بناء هوية اتصالية متماسكة تعكس القوة والانضباط والشرعية، وتؤهل للمنافسة في ساحة المعلومات العالمية، وقد برزت تطبيقات هذا المستوى في عدة تجارب، خلال غزو العراق (2003) وظفت الولايات المتحدة شبكات القيادة والسيطرة (C4ISR) لتنسيق العمليات الميدانية وربطها بحملات إعلامية موجهة، في محاولة لإدارة الصورة الذهنية للحرب وإضعاف معنويات الخصم، أما في الحالة الإسرائيلية، فقد تم توظيف الإعلام العسكري ومنصات رقمية مرتبطة به لمراقبة النقاشات على شبكات التواصل الاجتماعي، ورصد الخطابات المناهضة، بل والتدخل عبر بث مضاد يستند إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي لرصد المحتوى وتوجيه الحملات الرقمية (Ben-David, 2022).

وبهذا المعنى، يصبح الإعلام العسكري أداة مزدوجة الوظيفة، من جهة يعمل على تحصين الأمن المعلوماتي الداخلي عبر التصدي للحروب السيبرانية وحملات التأثير النفسي، ومن جهة أخرى يعزز المكانة الرمزية للدولة عبر صياغة سرديات اتصالية تتماشى مع مصالحها الاستراتيجية، وهو

ما يجعل الإعلام العسكري اليوم جزءا من معادلة إدارة القوة الشاملة، حيث يتداخل الأمن السيبراني مع التفوق الاتصالي في تشكيل ميزان القوة الدولي.

ثانيا: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام العسكري

1. الذكاء الاصطناعي كأداة استراتيجية لجمع المعلومات

يعد الذكاء الاصطناعي اليوم أداة استراتيجية محورية في جمع المعلومات وتحليلها ضمن أنشطة الإعلام العسكري، إذ شهدت هذه العملية تحولا ملحوظا من الأساليب التقليدية المعتمدة على المراسلين والبيانات الرسمية إلى توظيف الخوارزميات الذكية القادرة على مراقبة ملايين التدفقات المعلوماتية في الزمن الحقيقي (Taddeo & Floridi, 2018)، فمن خلال تقنيات الاستشعار الرقمي، أصبحت الأنظمة المدعومة بالذكاء الاصطناعي قادرة على معالجة النصوص، الصور، ومقاطع الفيديو المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بهدف رصد الأنماط والاتجاهات وتحليل ديناميكيات الرأي العام (Rid, 2012, Ben-David, 2022).

وتكتسب هذه القدرة أهمية استراتيجية في إطار الحرب المعلوماتية، حيث إن التحكم في تدفقات البيانات والقدرة على استثمارها في الوقت المناسب يعادل امتلاك قوة ميدانية على أرض الصراع (Arquilla, 1997) كما يتيح الذكاء الاصطناعي استغلال تقنيات المصادر المفتوحة بكفاءة عالية، بما يعزز قدرة الإعلام العسكري على كشف الحملات الدعائية الأجنبية ورصد الفاعلين غير الرسميين - سواء كانوا جماعات أو أفرادا - الذين يوظفون الإعلام كسلاح مضاد (Pomerantsev, 2015) ومن هذا المنطلق، يغدو الإعلام العسكري، عبر أدوات الذكاء الاصطناعي، قادرا ليس فقط على تحليل الماضي والحاضر، بل أيضا على تبني بعد وقائي واستباقي يتيح له التنبؤ بالتهديدات، تفكيك استراتيجيات الحرب النفسية، وتعزيز المناعة الاتصالية للجبهة الداخلية.

2. معالجة البيانات الضخمة وتوليد المعرفة

لا تكمن أهمية الذكاء الاصطناعي في الإعلام العسكري في مرحلة جمع المعلومات فقط، بل تتجلى قيمته الحقيقية في تحويل البيانات الضخمة إلى معرفة استراتيجية قابلة للتوظيف. إذ تعتمد المؤسسات العسكرية على تقنيات معالجة اللغة الطبيعية (NLP) لفحص الخطاب الإعلامي ورصد بنياته الأيديولوجية، والكشف عن الشفرات الرمزية التي قد تحمل رسائل مضللة أو

تحريضية (Jurafsky & Martin, 2020) وفي المقابل، تسمح خوارزميات الرؤية الحاسوبية بتحليل الصور والفيديوهات لرصد المواقع والآليات العسكرية، والتأكد من صدقية المشاهد المنشورة عبر توظيف تقنيات كشف التزييف العميق، بما يعزز مناعة الإعلام العسكري أمام الهجمات البصرية والمعلوماتية (Russell & Norvig, 2021)، إن هذه القدرة على التحقق الرقمي والتحليل المتقدم لا تسهم فقط في دعم القرارات العسكرية، بل تمنح الإعلام العسكري أداة لإثبات المصداقية أمام الرأي العام المحلي والدولي، عبر فضح الأكاذيب التي يروجها الخصوم وكشف زيف المواد الدعائية (Rid, 2012).

3. توجيه المحتوى الإعلامي عبر التحليل التنبؤي

يعد توجيه المحتوى الإعلامي عبر التحليل التنبؤي أحد أبرز مجالات توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام العسكري، إذ يتيح الانتقال من الخطاب العام الموحد إلى خطاب دقيق وموجه نحو فئات محددة من الجمهور، فمن خلال تقنيات التحليل التنبؤي، يمكن للمؤسسة الإعلامية العسكرية تحديد الخصائص السوسيوديموغرافية للجمهور المستهدف -كالسن، الجنس، الاهتمامات، والموقع الجغرافي - وصياغة رسائل تتوافق مع خلفياته الثقافية والنفسية (Helmus et al., 2018)، وتكتسب هذه القدرة أهمية خاصة في الحرب النفسية، حيث يصبح الإعلام العسكري قادراً على اختراق المجال المعرفي والعاطفي للجمهور، بما يعزز فرص التأثير في مواقفه واتجاهاته وسلوكياته، وإضافة إلى ذلك، تتيح خوارزميات التعلم الآلي اختبار عدة سيناريوهات خطابية مسبقاً، وقياس مستويات الاستجابة المحتملة قبل بثها فعلياً، وهو ما يمكن من اختيار الصيغة الأكثر فعالية والأعلى قابلية للتأثير (Lazer et al., 2021)، وبذلك يتقاطع الإعلام العسكري مع منطلق التسويق السياسي المبني على البيانات، حيث تصبح الرسائل الإعلامية موجهة بدقة ومرتكزة على مؤشرات كمية وكيفية، ما يمنحه قدرة أعلى على إدارة الإدراك وصياغة سرديات استراتيجية مقنعة في سياقات الصراع والأزمات.

4. التفاعل في الزمن الحقيقي ومواجهة الدعاية المعادية

انتقل الإعلام العسكري إلى توظيف أنظمة المحادثة الذكية وخدمات الردود الآلية في الزمن الحقيقي، وتعد هذه النقلة نوعية في إدارة الاتصال العسكري، إذ تتيح الاستجابة الفورية للأحداث الإعلامية الطارئة، خاصة في حالة انتشار الشائعات أو الأخبار المضللة، حيث يمكن لهذه الأنظمة إصدار

ردود دقيقة ومدعومة بالحقائق والبيانات الرسمية، بما يحد من فرص انتشار الدعاية المعادية ويقلل من أثرها النفسي (Maras & Alexandrou, 2019)، كما يسهم هذا التفاعل الذكي في سد الفراغ المعلوماتي الذي غالبا ما تستغله الأطراف المنافسة أو غير الرسمية لبناء روايات بديلة، الأمر الذي يعزز ثقة الجمهور في المؤسسة العسكرية ويجعلها المصدر الأكثر مصداقية في لحظات الأزمات، وإضافة إلى ذلك، يتيح هذا النمط من الإعلام التفاعلي إدارة الحوار العام بشكل استباقي، بما يمنع تشكل أجندات إعلامية مضادة، ويؤكد على الدور المتنامي للذكاء الاصطناعي كأداة استراتيجية في حماية الإدراك الجماعي وضبط المجال الاتصالي في البيئات الرقمية عالية الحساسية.

5. الذكاء الاصطناعي وصناعة القرار الإعلامي العسكري

يمثل الذكاء الاصطناعي أداة حاسمة في تحويل الإعلام العسكري من مجرد قناة اتصالية إلى فاعل استراتيجي في صناعة القرار، إذ تسمح النماذج التنبؤية المبنية على خوارزميات التعلم الآلي بتوقع الحملات الإعلامية المعادية، ورصد أنماط التحشيد الافتراضي على شبكات التواصل الاجتماعي، بل وحتى التنبؤ بمسارات الرأي العام وسلوكيات الجماهير أثناء الأزمات أو النزاعات (Helmus et al., 2018; Chesney & Citron, 2019)، ويعزز هذا التحليل التنبؤي قدرة المؤسسة العسكرية على التحرك الاستباقي عوضا عن الاكتفاء برد الفعل، مما يمنحها ميزة تنافسية في فضاء الحرب المعلوماتية (Taddeo & Floridi, 2018) ومن هذا المنطلق، لم يعد الإعلام العسكري يقتصر على نقل المعلومات أو بناء الصورة الذهنية، بل تطور ليصبح آلية استخباراتية - تحليلية موازية للأجهزة الأمنية، توظف البيانات الضخمة والأدوات الرقمية لدعم عملية صنع القرار السياسي والعسكري، كما أن دمج الذكاء الاصطناعي في الإعلام الحربي يعزز من تكامل السياسات الإعلامية والعسكرية، ويتيح تنسيقا أوسع بين الأبعاد الاتصالية والأمنية، في سياق تتزايد فيه أهمية المعلومة كأصل استراتيجي يعادل في قيمته السلاح المادي (Russell & Norvig, 2021).

ثالثاً: دور الصورة والفيديو في صناعة الرأي العام والحرب النفسية

1. الصورة كخطاب بصري استراتيجي

تعد الصورة العسكرية جزءاً من الخطاب الإعلامي الرمزي الذي يسعى إلى فرض سردية معينة على المتلقي، فهي لا تعرض اعتباطاً، وإنما تختار وفق تقنيات التأطير لتوجيه الانتباه نحو جوانب محددة وإخفاء أخرى، على سبيل المثال، صور الجنود في وضعيات إنسانية، مثل تقديم المساعدة للمدنيين أو حماية المنشآت الحيوية، تسهم في ترسيخ صورة الجيش كقوة حماية وطنية وموثوقة، تعكس الالتزام بالقيم الإنسانية (Singer & Brooking, 2018)، بالمقابل يمكن استخدام صور الدمار والآثار الناجمة عن العمليات العسكرية لإظهار قدرة الردع العسكري والتفوق التكتيكي، بما يبعث رسائل رمزية للخصوم وللجمهور الدولي حول القوة والاستعداد الدفاعي (Weimann, 2016).

هذا التوظيف المتوازن للصور يمكن الإعلام العسكري من تحقيق أهداف مزدوجة، بناء الثقة المحلية وتعزيز الشرعية الرمزية، وفي الوقت نفسه فرض الهيبة والردع على المستوى الخارجي، ويبرز هنا أن الصورة ليست مجرد أداة توثيق، بل وسيلة استراتيجية لإدارة الإدراك الجمعي والتحكم في السردية الإعلامية للعمليات العسكرية (Watson, 2021)، ويبرز هذا التلاعب الرمزي كيف أن الصورة تتحول إلى لغة بصرية بديلة للنص، قادرة على تكثيف الرسائل وتوجيه الإدراك العام (Entman, 2004).

2. الفيديو كأداة ديناميكية للتأثير النفسي

يتجاوز الفيديو حدود الصورة الثابتة من خلال إضافة عناصر الحركة، الإيقاع، والمؤثرات السمعية، مما يضاعف من قوته الإقناعية ويزيد من قدرة الرسالة على التأثير في الجمهور، وفي سياق الحروب الحديثة، يتم إنتاج مقاطع فيديو قصيرة عالية الجودة يتم توزيعها عبر المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، بهدف عرض القدرات التكنولوجية والنجاحات العسكرية بطريقة جذابة وموحية بالقوة (Singer & Brooking, 2018)، ويأتي هذا الاستخدام ضمن إطار ما يعرف بـ الحرب النفسية الرقمية، حيث تبث الرسائل ليس فقط لرفع معنويات الجمهور المحلي، ولكن أيضاً لتثبيط عزيمة الخصم وإضعاف الروح المعنوية للعدو.

وقد أظهرت الدراسات في علم الاتصال أن التكرار البصري للفيديوهات المرتبطة بالنجاح العسكري يعزز ما يعرف بـ "تأثير الحقيقة

الموهومة "، أي الميل إلى تصديق المعلومات لمجرد تكرارها، حتى ولو كانت غير مثبتة أو مشكوك في صحتها (Fazio, 2020)، ويعني ذلك أن الفيديوهاات العسكرية، عندما يتم إنتاجها وتوزيعها بشكل متكرر ومدرّوس، يمكنها أن تبني سرديّة قوية عن التفوق العسكري والجاهزية القتالية، تؤثر بشكل مباشر على الإدراك الجمعي للجمهور المحلي والدولي (Watson, 2021).

كما يضيف الفيديو بعدا تكتيكيا من حيث إدارة الانطباع العام، إذ يمكن للمنصة الرقمية أن تتيح وصول الرسائل إلى جمهور واسع ومتعدد الشرائح بسرعة فائقة، ما يعزز القدرة على التأثير النفسي المباشر، ويجعل من الفيديو أداة استراتيجية للسيطرة على الخطاب الإعلامي في سياق الصراعات الحديثة (Weimann, 2016).

3. الانتشار الفيروسي والتدويل الرمزي

إن أحد أبرز التحولات في العصر الرقمي هو انتقال الصورة والفيديو من نطاق محلي محدود إلى فضاء عالمي، بحيث يمكن للقطات واحدة فقط أن تنتشر بسرعة فيروسية وتؤثر في النقاشات السياسية والدبلوماسية على المستوى الدولي، فقد أظهرت تجارب حروب العراق وسوريا كيف أن الصور والفيديوهاات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي أثرت في الرأي العام العالمي، وشاركت في تشكيل مواقف الدول والمنظمات الدولية تجاه الصراعات (Kumar, 2019).

ويدخل هذا الانتشار الإعلام العسكري في نطاق التدويل الرمزي، حيث تصبح الصورة أداة ليست فقط لنقل المعلومات أو التوثيق، بل سلاحا دبلوماسيا واستراتيجيا يستخدم لتسويق سرديات محددة، وتأثير الرأي العام الدولي، وشرعنة المواقف السياسية أو العسكرية للدولة، ويعني ذلك أن الصورة والفيديو لم يعودا مجرد أدوات اتصالية، بل أصبح لهما قدرة رمزية على إعادة تشكيل السلطة الرمزية والإدراك الجمعي خارج الحدود الوطنية، بما يعزز القوة الناعمة للقوات المسلحة (Watson, 2021).

علاوة على ذلك، يتيح الانتشار العالمي للوسائط الرقمية إمكانية تحقيق تأثيرات مزدوجة: فهي تعزز الدعم المحلي من خلال تعزيز الثقة بالقدرات العسكرية، وفي الوقت نفسه تمارس ضغوطا نفسية وسياسية على الخصوم، بما يندرج تحت استراتيجيات الحرب النفسية الرقمية المتقدمة (Weimann, 2016)، ومن هذا المنطلق، يصبح الإعلام العسكري الرقمي

عنصرا مركزيا في إدارة الصراعات الحديثة، ليس فقط على الأرض، بل في
ساحة الرأي العام الدولي والرمزية السياسية.

4. البعد النفسي والسوسيولوجي للوسائط البصرية

تشير البحوث في علم الاجتماع الإعلامي إلى أن الصور والفيديوهات
العسكرية تمتلك قدرة كبيرة على إعادة تشكيل الذاكرة الجمعية
للجماعات، إذ تلعب الوسائط البصرية دورا محوريا في تكوين التصورات
الجماعية عن الحرب والجيش والهوية الوطنية، فعرض صور بطولية للجنود أثناء
تأدية واجباتهم الإنسانية أو العمليات القتالية يساهم في رفع الروح الوطنية وتعزيز
الانتماء الاجتماعي والسياسي، كما يعزز ثقة الجمهور في المؤسسة
العسكرية ويقوي الشرعية الرمزية لها (Power & Greenwell, 2016).

في المقابل، تستخدم صور الخسائر الميدانية والدمار الناتج عن
العمليات العسكرية كأداة للتأثير النفسي على الخصوم، إذ تعمل على إثارة
الخوف وتقويض التماسك النفسي للعدو، ما يجعل الوسائط البصرية بمثابة
سلاح مزدوج الوظيفة: فهي أداة للتعبئة الداخلية والتحفيز الجماعي، وفي الوقت
نفسه أداة لزعزعة استقرار الخصم وتقويض قدرته على المقاومة.

يعكس هذا الاستخدام الاستراتيجي للصور والفيديوهات مفهوم
الإعلام العسكري كجزء من الحرب النفسية الحديثة، حيث تتكامل الصور
مع العناصر الصوتية والمرئية والفيديو لتكوين سردية متماسكة يمكنها
التأثير في الوعي الجمعي والجغرافيا الرمزية للصراع، كما تتيح هذه
الاستراتيجية التحكم في الانطباعات الإعلامية لدى الجمهور المحلي
والدولي، وتعزيز قدرة المؤسسة العسكرية على توجيه الرسائل بشكل
استباقي ومدروس في سياق العمليات الميدانية والإعلامية (Watson, 2021).

5. التلاعب البصري والذكاء الاصطناعي

يشير أحدث التطورات في الإعلام العسكري الرقمي إلى إدماج تقنيات
الذكاء الاصطناعي في معالجة الصور والفيديوهات، بما يفتح آفاقا جديدة
للحرب النفسية والإعلام الاستراتيجي، فقد أصبحت تقنيات الفيديوها
المزيفة العميقة قادرة على خلق مشاهد تبدو حقيقية تماما، يصعب على
الجمهور أو الخبراء تمييزها عن الواقع، مما يمكن صناع الإعلام العسكري
من تصميم أحداث افتراضية تحمل رسائل استراتيجية تؤثر في القرارات

السياسية والعسكرية للجمهور وصناع القرار على حد سواء (Chesney & Citron, 2019).

يترتب على هذا التطور تحديات كبيرة لمصادقية الإعلام العسكري، إذ يحتمل أن يتم استخدام هذه التقنيات كسلاح مضاد من قبل الخصوم لنشر المعلومات المضللة أو تشويه صورة القوات المسلحة، مما يعقد مهام التحقق من الحقائق ويزيد من صعوبة إدارة السردية الإعلامية (Fischer, 2021)، كما أن انتشار الفيديوهات المزيفة يعزز من آثار الحرب النفسية الرقمية، حيث يمكن استغلالها لزعزعة الثقة في المؤسسات الرسمية وزيادة التوتر الاجتماعي، وهو ما يستدعي آليات متقدمة للرصد والمراقبة والتحقق، بالإضافة إلى وضع أطر قانونية وأخلاقية صارمة للتحكم في استخدام هذه التقنيات (Watson, 2021).

وبالتالي، يصبح إدماج الذكاء الاصطناعي في الإعلام العسكري أداة ذات قوة مضاعفة، تتيح التأثير النفسي الاستراتيجي بشكل أسرع وأكثر دقة، لكنها في الوقت نفسه تفرض مسؤولية كبرى على المؤسسات العسكرية لضمان الاستخدام الأخلاقي والقانوني، ولحماية مصداقية الرسائل الإعلامية في ظل التحديات الرقمية الحديثة.

يتضح أن الصورة والفيديو ليسا مجرد وسائط تكميلية في الإعلام العسكري، بل يمثلان جوهر الاستراتيجيات الاتصالية في الحروب الحديثة، فهما يحققان في الوقت نفسه أدوارا داخلية (التعبئة الوطنية، رفع المعنويات) وأدوارا خارجية (الردع، التأثير على الخصم، شرعنة السياسات أمام الرأي العالمي)، كما أن التطورات الرقمية والذكاء الاصطناعي جعلت من الوسائط البصرية أدوات أكثر تعقيدا وتأثيرا، ما يستدعي إدراجها ضمن أي نقاش نظري أو تطبيقي حول مستقبل الإعلام العسكري.

رابعاً: تحديات وآفاق تطوير الإعلام العسكري في العصر الرقمي

1. أنواع التحديات

- التحديات الأخلاقية

تتجسد أبرز الإشكالات الأخلاقية في الإعلام العسكري الحديث في حدود التلاعب بالمعلومة واستخدامها كأداة للحرب النفسية، إذ يمكن أن يؤدي الإفراط في التضليل أو المبالغة في صياغة الرسائل إلى إضعاف الثقة الطويلة الأمد للجمهور بالمؤسسة العسكرية، سواء على المستوى المحلي أو

الدولي (Wardle & Derakhshan, 2017) على سبيل المثال، تم توثيق حالات خلال النزاعات في الشرق الأوسط حيث أدى تداول معلومات مبالغ فيها عن النجاحات العملية أو الانتصارات الميدانية إلى تشكيك الجمهور لاحقاً في مصداقية المؤسسة العسكرية الرسمية، مما أثر على قدرة الجيش على إدارة الإدراك الجمعي بفعالية.

كما تطرح قضايا احترام حقوق الإنسان وخصوصية الأفراد تحديات كبيرة، خاصة عند استخدام البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك الجمهور وتوجيه الرسائل الإعلامية بشكل استباقي، فمثلاً، يمكن لتقنيات التعرف على الوجه أو تتبع تفاعلات المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي أن تستغل لإنتاج رسائل شخصية تستهدف شرائح معينة، ما يثير مخاطر انتهاك الخصوصية والتلاعب العاطفي، ويستدعي وضع أطر قانونية وأخلاقية صارمة لضمان الاستخدام المسؤول لهذه التقنيات (Fischer, 2021) من هذا المنطلق، يصبح التحكم الأخلاقي في الإعلام العسكري الرقمي ضرورة استراتيجية، إذ يجب الموازنة بين فعالية الرسائل الإعلامية والالتزام بالقيم الأخلاقية والقانونية، لضمان استمرار الثقة في المؤسسة العسكرية وحماية حقوق الأفراد والمجتمعات في بيئة رقمية معقدة ومتعددة المصادر.

- التحديات القانونية

واجه الإعلام العسكري تحديات قانونية معقدة تتعلق بمدى التوافق مع القوانين الوطنية والدولية، مما يضعه أمام معادلة دقيقة بين الأمن القومي والشفافية، فمن جهة، تضع التشريعات الوطنية قيوداً صارمة على نشر المعلومات العسكرية الحساسة، بهدف حماية الأمن القومي ومنع تسريب البيانات التي قد تستغل ضد الدولة أو القوات المسلحة، على سبيل المثال، تمنع بعض الدول الإفصاح عن تفاصيل العمليات العسكرية أو مواقع القوات الحية، وهو ما يقيد حرية الإعلام العسكري في توصيل المعلومات كاملة للجمهور (Melzer, 2010).

ومن جهة أخرى، يفرض القانون الدولي الإنساني قيوداً على استخدام الدعاية الحربية، بحيث يجب أن لا تستغل المواد الإعلامية للتحريض على العنف أو استهداف المدنيين بشكل مباشر، وهو ما يعقد عملية صياغة الرسائل الإعلامية أثناء النزاعات، على سبيل المثال، يتعين على الإعلام العسكري في مناطق النزاع احترام مبادئ الحياد والتمييز بين المدنيين

والمقاتلين، ما يتطلب ضبط الرسائل والصور والفيديوهات بعناية لتجنب انتهاك القانون الدولي (Fischer, 2021).

- التحديات الأمنية

يواجه الإعلام العسكري من الناحية الأمنية، تحديات متزايدة في بيئة معلوماتية تتسم بالتعقيد والتشابك، حيث تتعرض المنظومة الإعلامية للهجمات السيبرانية ومحاولات الاختراق، بالإضافة إلى حملات التضليل الرقمي المضادة التي تهدف إلى تقويض مصداقية الرسائل الرسمية، ومع تصاعد مفهوم الحرب الهجينة، أصبح الحفاظ على سلامة المنظومة الإعلامية العسكرية شرطاً أساسياً للحفاظ على فعالية الرسائل الإعلامية (Singer & Brooking, 2018).

وعلاوة على ذلك، يشير الاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى وتحليل البيانات تحديات أمنية إضافية، مثل التحيز الخوارزمي وإمكانية استغلال هذه التقنيات في توجيه معلومات مضللة بشكل غير مقصود أو متعمد، على سبيل المثال، يمكن للأنظمة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي تحليل ردود أفعال الجمهور لتوليد محتوى مخصص، فإذا لم تتم مراقبة هذه الخوارزميات بعناية، قد تنشئ رسائل قد تفسر بشكل خاطئ أو تستغل لأغراض دعائية مضادة (Chesney & Citron, 2019).

بالتالي، يتطلب الإعلام العسكري تعزيز الأمن الرقمي من خلال استراتيجيات حماية متقدمة، وتدريب الفرق على مواجهة الهجمات السيبرانية، ووضع آليات صارمة لمراقبة وتقييم تأثير الذكاء الاصطناعي على المحتوى الإعلامي، لضمان تحقيق الأهداف الاستراتيجية دون تعريض المصداقية أو السلامة المعلوماتية للخطر (Fischer, 2021).

يظهر تحليل هذه التحديات أن الإعلام العسكري يقف عند مفترق طرق بين فعاليته الاستراتيجية ومتطلبات الشرعية الأخلاقية والقانونية، فنجاحه في المستقبل سيعتمد على قدرته في الموازنة بين مقتضيات الأمن القومي ومتطلبات الشفافية والمصداقية، مع استغلال إمكانات الثورة الرقمية والذكاء الاصطناعي في بناء منظومة إعلامية أكثر مرونة، وأشد قدرة على مواجهة الحملات المعادية والتأثير في الإدراك الجمعي محليا ودوليا.

2. استشراف آفاق التطوير

رغم التحديات الأخلاقية والقانونية والأمنية التي تواجه الإعلام العسكري، يفتح العصر الرقمي آفاقاً واسعة لتطوير الممارسات الإعلامية بما

يعزز الفاعلية الاستراتيجية ويحافظ على المصداقية، وأحد أهم الآليات هو توظيف الذكاء الاصطناعي بطرق شفافة، مثل استخدام خوارزميات لرصد الخطاب الإعلامي وتحليل انتشار الأخبار المضللة، ما يتيح سرعة في التدخل وتصحيح المعلومات، دون المساس بالشرعية أو الثقة العامة (Fischer, 2021)، كما يمكن تعزيز التعاون الدولي لوضع أطر قانونية تنظم استخدام الإعلام العسكري ضمن ضوابط أخلاقية، ما يضمن توافق الممارسات مع القانون الدولي الإنساني ومعايير حقوق الإنسان، ويحد من مخاطر التلاعب بالمعلومات أو انتهاك الخصوصية (Melzer, 2010).

بالإضافة إلى ذلك، يمثل بناء استراتيجيات اتصالية هجينة تجمع بين الإعلام التقليدي والرقمي خطوة أساسية لضمان وصول متوازن وفعال للرسائل، بحيث يمكن توجيه المعلومات إلى الجمهور المحلي والدولي بطرق تتناسب مع بيئات مختلفة، وتحقيق أهداف التعبئة، الردع، وبناء الثقة في الوقت نفسه (Singer & Brooking, 2018).

وأخيرا تبرز أهمية تطوير أخلاقيات مهنية رقمية عسكرية، تحدد حدودا واضحة بين التضليل الاستراتيجي المشروع والدعاية المضللة غير المشروعة، ما يساعد على توجيه الرسائل الإعلامية بفعالية مع الالتزام بالقيم الأخلاقية وحماية حقوق الأفراد والمجتمعات، وتدل هذه الآليات مجتمعة على أن الإعلام العسكري في العصر الرقمي يمكن أن يتحول من مجرد أداة نقل للمعلومة إلى أداة استراتيجية متعددة الأبعاد، تجمع بين التأثير النفسي، بناء الشرعية، إدارة الصراع، والحفاظ على القيم الأخلاقية والقانونية، ما يعزز من قدرة المؤسسة العسكرية على مواجهة التحديات المعقدة والمتشابكة للبيئة الإعلامية الحديثة.

خاتمة

يتبين من خلال هذا التحليل أن الإعلام العسكري في العصر الرقمي لم يعد وظيفة اتصال تقليدية تابعة للمؤسسة العسكرية، بل تحول إلى مكون بنيوي في منظومة الأمن القومي وإدارة الصراع، فقد أتاح الذكاء الاصطناعي إمكانات غير مسبوقة في جمع المعلومات وتحليلها وتوجيه الخطاب الإعلامي بشكل تنبؤي، بينما عززت الصورة والفيديو من القدرة على التأثير النفسي وصناعة الإدراك الجمعي على المستويين المحلي والدولي.

غير أن هذا التطور التقني المتسارع يواكبه تصاعد في التحديات الأخلاقية والقانونية والأمنية، خاصة في ظل انتشار تقنيات التزييف العميق والحروب السيبرانية وحملات التضليل المنظم، ومن ثم فإن مستقبل الإعلام العسكري يتوقف على قدرته على تحقيق توازن دقيق بين الفعالية الاستراتيجية والالتزام بالقيم القانونية والأخلاقية، بما يحفظ مصداقيته ويعزز شرعيته في بيئة إعلامية عالمية شديدة التعقيد.

وعليه، يمكن القول إن الإعلام العسكري الرقمي يمثل اليوم جبهة موازية لساحات القتال التقليدية، حيث تتنافس الدول على كسب العقول والقلوب بقدر تنافسها على الأرض، مما يجعل تطويره وفق رؤية استراتيجية مسؤولة ضرورة حتمية في معادلة القوة المعاصرة.



المراجع:

باللغة العربية

1. أبو حمور، ش. (2023). التحول الرقمي وأثره في تطوير الإعلام العسكري. مجلة دراسات الإعلام الرقمي، 5(2)، 115-134.
2. المغربي، ل. (2020). مستوى تطبيق إدارة المعرفة على موظفي الإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة: دراسة ميدانية. رسالة غير منشورة. جامعة الملك عبد العزيز

باللغة الأجنبية

1. Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (1997). In Athena's camp: Preparing for conflict in the information age. RAND Corporation. <https://doi.org/10.7249/MR880>.
2. Ben-David, A. (2023). Little Samaritan Brothers: Crowdsourcing Voter Surveillance. The Law & Ethics of Human Rights, 17(2), 127–165. <https://doi.org/10.1515/lehr-2023-2008>.
3. Bourdieu, P. (1991). Language and symbolic power (J. B. Thompson, Ed.; G. Raymond & M. Adamson, Trans.). Harvard University Press.
4. Blog. (2022). Military media: Concept, functions, and strategic dimensions.
5. Castells, M. (2009). Communication power. Oxford University Press.
6. Chesney, R., & Citron, D. (2019). Deep fakes and the new disinformation war: The coming age of post-truth geopolitics. Foreign Affairs, 98(1), 147–158.
7. Coombs, W. T. (2007). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (2nd ed.). SAGE Publications.
8. Elayem News. (2023). The psychological dimension of military media in the digital age.
9. Entman, R. M. (2004). Projections of power: Framing news, public opinion, and US foreign policy. University of Chicago Press.
10. Fazio, L. K. (2020). The illusory truth effect: Repetition increases perceived truthfulness. Journal of Experimental Psychology, 149(8), 1523–1537.
11. Fischer, M. (2021). Ethics and law in digital military media operations.
12. Freedman, L. (2006). The transformation of strategic affairs. Routledge.
13. Helmus, T. C., et al. (2018). Using predictive analytics in military communications. RAND Corporation.

14. Hoffman, F. G. (2007). Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars. Potomac Institute for Policy Studies.
15. Kellner, D. (2004). Media spectacle and the crisis of democracy: Terrorism, war, and election battles. Paradigm Publishers.
16. Kumar, R. (2019). Social media, video, and public perception in modern conflicts.
17. Maras, M., & Alexandrou, A. (2019). Determining authenticity of deep fake videos. *Journal of Digital Forensics, Security and Law*, 14(2), 1–20.
18. Melzer, N. (2010). International humanitarian law and the challenges of modern warfare. *International Review of the Red Cross*, 92(879), 175–212.
19. Pomerantsev, P. (2015). Nothing is true and everything is possible: The surreal heart of the new Russia. PublicAffairs.
20. Rid, T. (2012). Cyber war will not take place. *Journal of Strategic Studies*, 35(1), 5–32. <https://doi.org/10.1080/01402390.2011.608939>.
21. Russell, S., & Norvig, P. (2021). Artificial intelligence: A modern approach (4th ed.). Pearson.
22. Shaker, F. G. (2023). Information wars in the security and military field: America and China. Al-Dar Al-Arabi.
23. Singer, P. W., & Brooking, E. T. (2018). LikeWar: The weaponization of social media. Houghton Mifflin Harcourt.
24. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe Report.
25. Watson, T. (2021). Military media and strategic communication in the digital age. Routledge.
26. Weimann, G. (2016). Terrorism in cyberspace: The next generation. Columbia University Press.
27. Zhang, X., & Zhang, Y. (2023). Strategic dimensions of military media in the global digital environment.