

# سلسلة تقارير أسبار

رقم (470)

2026م

ردمد : 2961-4074

ISSN: 2961-4074

رقم الإيداع : 1446/3664

الصورة المرئية، وأثرها الدلالي،  
والوجداني في صناعة الصورة  
الذهنية للمملكة

لجنة الشؤون الاعلامية



ملتقى أسبار

Asbar Council

(نادي تفكير)



مركز أسبار  
ASBAR CENTER

32 Years  
عامًا

منذ 1994



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



## تقرير يصدر عن ملتقى أسبار

- رئيس الملتقى:
- د. فهد العرابي الحارثي
- رئيس الهيئة الإشرافية للملتقى
- د. خالد بن دهيش
- الأمين العام
- د. أماني البريكان
- التحرير
- د. إبراهيم إسماعيل عبده
- التصميم والإخراج:
- أ. صفوان يحيى مسعد
- لجنة الشؤون الاعلامية
- د. مساعد المحيا (رئيس اللجنة)
- أحمد بن محمد السمرين (نائب رئيس اللجنة)
- أعضاء اللجنة\*:
- د. إبراهيم عبدالعزيز البعير
- د. حسين محمد حكيم
- د. سعود الغربي
- د. سعيد محمد مزهر
- د. سعيد صالح الغامدي
- أ. محمد ناصر الاسمري
- د. نادية عبدالله الشهراني

## مقدمو الأوراق العلمية

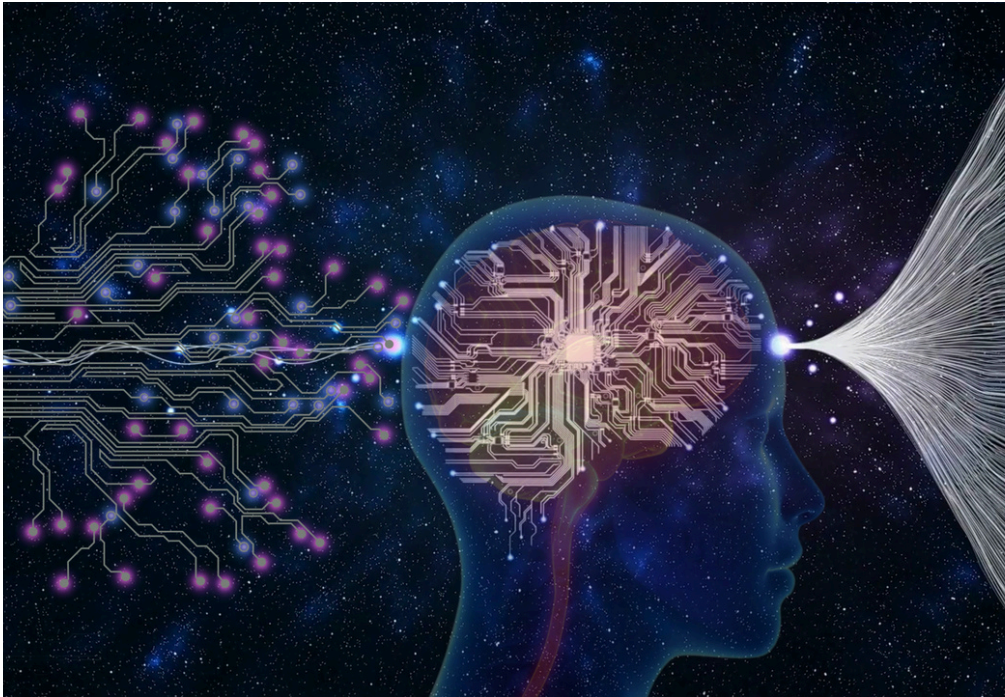
- الورقة الرئيسة: أ. حمد السمرين
- التعقيب الأول : د. سعود كاتب
- التعقيب الثاني : د. مساعد المحيا
- إدارة الحوار: د. سعيد الغامدي

\* ترتيب الأسماء حسب الحروف الأبجدية



## تمهيد

يعرض هذا التقرير لقضية مهمة تمّ طرحها للحوار في ملتقى أسبار خلال شهر إبريل 2026م، وناقشها نخبة متميزة من مفكري المملكة في مختلف المجالات الذين أثروا الحوار بأرائهم البناءة، ومقترحاتهم الهادفة، وجاءت بعنوان: (الصورة المرئية، وأثرها الدلالي، والوجداني في صناعة الصورة الذهنية للمملكة)، وأعد ورقتها الرئيسة أ. حمد السمرين، وعقب عليها كلٌّ من: د. سعود كاتب، ود. مساعد المحيا، وأدار الحوار حولها د. سعيد الغامدي.







## المحتويات

| الموضوع                                                                                       | الصفحة |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| • الملخص التنفيذي                                                                             | 3      |
| • الورقة الرئيسية                                                                             | 6      |
| • التعقيبات                                                                                   | 11     |
| • المداخلات حول القضية                                                                        | 20     |
| • الصورة المرئية كإطار إستراتيجي لصناعة الإدراك العام، والدبلوماسية المعاصرة.                 | 20     |
| • بناء الرسالة البصرية الاحترافية، ودورها في تعزيز التأثير الإعلامي، والجماهيري.              | 23     |
| • التحول الرقمي، والذكاء الاصطناعي، وتأثيرهما في فاعلية الصورة المرئية، وفهم الجمهور العالمي. | 26     |
| • إدارة السمعة الدولية، والتعامل الإستراتيجي مع الصور السلبية، والنقد الخارجي.                | 27     |
| • تفكيك الصور النمطية، وإدارة الاختلاف القيمي في الخطاب الإعلامي الدولي.                      | 30     |
| • نماذج دولية لإدارة الصورة الذهنية: دروس في التوازن بين الثوابت المحلية والانفتاح العالمي.   | 35     |
| • القوة الرمزية للصورة المرئية في التجربة السعودية: الحج، والعمره نموذجاً إدراكياً عالمياً.   | 36     |
| • استدامة الأثر الوجداني للصورة المرئية، وبناء السردية الوطنية للمملكة العربية السعودية.      | 38     |
| • التوصيات.                                                                                   | 38     |
| • المصادر، والمراجع.                                                                          | 40     |
| • المشاركون                                                                                   | 41     |



### الملخص التنفيذي:

يتناول هذا التقرير قضية الصورة المرئية، وأثرها الدلالي، والوجداني في صناعة الصورة الذهنية للمملكة، وأشار أ. حمد السمرين- في الورقة الرئيسة- إلى أنه يمكن للصورة- في ظل التحولات الإعلامية الرقمية- أن تتحول إلى خطاب بصري كثيف المعنى يسهم في توجيه الإدراك العام، وصياغة الانطباعات الجماعية؛ حيث لم تُعد الصورة تمثيلًا محايدًا للواقع؛ بل أصبحت أداة سردية مؤثرة في تشكيل الوعي، والاتجاهات، ويبرز التقرير أن الصورة الذهنية تتكون من خلال التفاعل بين الرموز البصرية والخبرات الاجتماعية، والثقافية، وقد استُخدمت تاريخيًا في الخطابات السياسية، والثقافية لبناء الهوية الوطنية، والتأثير في الرأي العام. وفي السياق السعودي أسهمت المواد المرئية في تقديم صورة متوازنة تجمع بين العمق الديني والتنمية الحديثة، والتنوع الثقافي؛ بما يعزز حضور المملكة إقليميًا، ودوليًا، كما استعرض التقرير نماذج تطبيقية، مثل: فيديو «الثقافة تودعنا»، والتغطيات البصرية للزيارات الرسمية؛ بوصفها أمثلة على توظيف الصورة في بناء سردية تقوم على الانفتاح الثقافي، والشراكة الدولية. ويخلص التقرير إلى أن الصورة المرئية أصبحت أداة إستراتيجية في صناعة الهوية الوطنية، وتعزيز المكانة العالمية للمملكة.

بينما أكد د. سعود كاتب- في التعقيب الأول- أن الصورة المرئية أصبحت عنصرًا محوريًا في تشكيل الصورة الذهنية للدول، موضحًا أنها لم تُعد مجرد انعكاس للواقع؛ بل أصبحت خطابًا رمزيًا يسهم في إنتاج المعنى، وصياغة الانطباعات؛ وذلك في ظل التحولات الرقمية المعاصرة. وأشار إلى أهمية ربط تحليل الصورة بمفاهيم القوة الناعمة، والدبلوماسية العامة؛ باعتبارهما أدوات للتأثير عبر الجاذبية الثقافية، والتواصل المباشر مع الشعوب. وفي السياق السعودي أبرز التعقيب انتقال الصورة من التركيز على الرمزية الدينية إلى بناء سردية بصرية متعددة الأبعاد تعكس مشروعًا تنمويًا حديثًا في إطار رؤية السعودية 2030م مدعومة بالفعاليات الدولية، والسياحة، والعمل الإنساني؛ بما يعزز الحضور العالمي للمملكة، كما نبه إلى أن البيئة الرقمية، والذكاء الاصطناعي أعادتا تشكيل إنتاج الصورة، وتداولها؛ بما يطرح تحديات تتعلق بالمصداقية، والتزييف البصري، وتباين التأويلات الثقافية مؤكدة أن إدارة الصورة الذهنية أصبحت عملية إستراتيجية متكاملة تجمع بين الإعلام والسياسة، والثقافة، والتكنولوجيا.

في حين ذكر د. مساعد المحيا- في التعقيب الثاني- أن الصورة المرئية تمثل عنصرًا مهمًا في تشكيل الصورة الذهنية للمملكة إلا أن تأثيرها لا يعمل بمعزل عن عوامل أوسع سياسية، وثقافية، ونفسية، وأيديولوجية قد تكون أكثر حضورًا من التأثير الإعلامي المباشر، وأوضح أن وسائل الإعلام- غالبًا- تعزز الصور القائمة أكثر من قدرتها على تغيير الصور السلبية المتجذرة؛ مما يستدعي فهم أسباب تلك التصورات عبر دراسات علمية متخصصة، والابتعاد عن الخطاب الدعائي أحادي الاتجاه.

كما أشار إلى أن التحولات الجيوسياسية، وانتشار المعلومات المضللة أسهمت في استمرار بعض الصور السلبية؛ وذلك على الرغم من الحراك التنموي، والإنساني الذي تشهده المملكة مؤكداً الحاجة إلى إدارة مهنية متكاملة للصورة الذهنية تقوم على محتوى بصري احترافي، ومتسق، وتقوم على تفعيل أدوات القوة الناعمة، وتعزيز الحضور الإعلامي المؤسسي متعدد اللغات مع التركيز على إبراز الإنجازات الواقعية، وبناء الثقة؛ بدلاً من الانشغال المفرط بمواجهة السرديات السلبية.

## مهاور المداخلات

في دور الصورة المرئية في تعزيز الحضور الدولي للمملكة



تضمنت المداخلات مجموعة من المحاور الرئيسة التي تناولت الصورة المرئية؛ بوصفها أداة إستراتيجية في صناعة الإدراك العام، وتعزيز أدوار الدبلوماسية المعاصرة مع إبراز دورها في تشكيل الوعي الجمعي، وإدارة الإدراك الدولي؛ بما تحمله من أبعاد دلالية، ووجدانية تسهم في بناء الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية.

- |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>1</b></p> <p><b>الصورة المرئية أداة إستراتيجية للإدراك العام</b></p> <p>تناولت المداخلات دور الصورة المرئية في تشكيل الوعي الجمعي وإدارة الإدراك الدولي؛ بما تحمله من أبعاد دلالية، ووجدانية تسهم في بناء الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية.</p> | <p><b>2</b></p> <p><b>تعزيز أدوار الدبلوماسية المعاصرة</b></p> <p>إبراز دور الصورة المرئية في دعم الدبلوماسية المعاصرة كأداة فاعلة في نقل الرسائل الوطنية وبناء جسور التفاهم الدولي.</p>                                       | <p><b>3</b></p> <p><b>التحديات: من التخطيط إلى صناعة الإدراك المؤثر</b></p> <p>مناقشة التحديات المرتبطة بانتقال الإعلام الوطني من مرحلة التخطيط إلى صناعة الإدراك المؤثر عبر توظيف الصورة المرئية بصورة منهجية واحترافية.</p> | <p><b>4</b></p> <p><b>بناء الرسالة البصرية الاحترافية</b></p> <p>التركيز على أهمية بناء الرسالة البصرية الاحترافية من خلال وضوح أهدافها، وتعزيز الكفاءة البصرية في الاتصال المؤسسي؛ بما يدعم التأثير الإعلامي والجماهيري.</p> | <p><b>5</b></p> <p><b>التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي</b></p> <p>تناول أثر التحول الرقمي والذكاء الاصطناعي في تطوير فاعلية الصورة المرئية، وفهم الجمهور العالمي، والحاجة إلى إستراتيجيات اتصال تراعي الخصائص الثقافية والإدراكية للجمهور الدول.</p> |
| <p><b>6</b></p> <p><b>إدارة السمعة الدولية</b></p> <p>مناقشة آليات التعامل مع الصور السلبية، والنقد الخارجي عبر تحقيق توازن بين الرد المهني والتجاهل الإستراتيجي.</p>                                                                                        | <p><b>7</b></p> <p><b>تفكيك الصور النمطية وإدارة الاختلاف القيمي</b></p> <p>تناول كيفية تفكيك الصور النمطية، وإدارة الاختلاف القيمي في الخطاب الإعلامي الدولي؛ وذلك من خلال إعادة تشكيل السرديات المؤثرة في إدراك المملكة.</p> | <p><b>8</b></p> <p><b>نماذج دولية في إدارة الصورة الذهنية</b></p> <p>استعراض تجارب دولية ناجحة في إدارة الصورة الذهنية والاستفادة من أفضل الممارسات في هذا المجال.</p>                                                        | <p><b>9</b></p> <p><b>القوة الرمزية في تجربة الحج والعمره</b></p> <p>إبراز القوة الرمزية للصورة المرئية في تجربة الحج والعمره كرافد مهم في تعزيز الصورة الإيجابية للمملكة.</p>                                                |                                                                                                                                                                                                                                                     |



### استدامة الأثر الوجداني للصورة المرئية

تأكيد أهمية استدامة الأثر الوجداني للصورة المرئية، وتحويله إلى سردية وطنية تعزز الحضور الدولي للمملكة على المدى الطويل.





## أبرز التوصيات

### إدارة الصورة المرئية للمملكة العربية السعودية

ومن أبرز التوصيات التي تم الانتهاء إليها تأكيد إعداد إستراتيجية وطنية شاملة لإدارة الصورة المرئية للمملكة تضبط الجهود المؤسسية، والفردية، وتوجّه إنتاج محتوى إيداعي يعكس القيم الوطنية، ويعزز حضور المملكة عالميًا.

**2** تطوير سردية إستراتيجية متكاملة  
تحقق الاتساق بين الخطاب الداخلي والخارجي،  
وتقدم المملكة؛ بوصفها نموذجًا حضاريًا  
متكاملًا.



**1** إعداد إستراتيجية وطنية شاملة  
لإدارة الصورة المرئية للمملكة  
تضبط الجهود المؤسسية، والفردية، وتوجّه  
إنتاج محتوى إيداعي يعكس القيم الوطنية،  
ويعزز حضور المملكة عالميًا.



**4** بناء منظومات مؤسسية  
لحوكمة المحتوى الرقمي  
ووضع آليات لتقييم الرسائل الإعلامية؛ بما يدعم  
الصورة الذهنية الإيجابية.



**3** تعزيز إنتاج المحتوى الاستباقي  
القائم على قصص النجاح بلغة عالمية، وتوظيف  
الصورة المرئية باحترافية عبر الأفلام،  
والمنصات الرقمية لإبراز التحولات الاقتصادية،  
والثقافية، وربطها بالبعد الإنساني المؤثر.



**5** تأهيل المتحدثين الرسميين  
والطواقم الإعلامية  
وتمكينهم من إدارة الأزمات، والتواصل متعدد  
اللغات، ورفع الوعي المجتمعي بالمسؤولية  
الرقمية، وضبط الممارسات الفردية ذات  
الأثر العام في الفضاء الرقمي.



تكامل هذه التوصيات يسهم في بناء صورة ذهنية إيجابية ومستدامة للمملكة  
تعزز مكانتها العالمية وتدعم مستهدفات رؤية السعودية 2030.



هذا إلى جانب دعم الدراسات العلمية، وإنشاء مراكز متخصصة لرصد الصورة الذهنية عالميًا، وتحليل اتجاهاتها؛ بما يسهم في تعزيز صناعة القرار الإعلامي، كما أنه ثمة حاجة لتبني سياسات وطنية لمواجهة التضليل الإعلامي، والتزييف العميق، وتمكين حضور شخصيات سعودية مؤثرة في المنصات العالمية، وتضمين مفاهيم القوة الناعمة، والدبلوماسية الثقافية في التعليم الجامعي، واستقطاب المتخصصين في سيميائيات الصورة، واللغة الإشهارية، والعمل على مواجهة الخطابات الاختزالية عبر إعادة تأطير العلاقات الدولية ضمن مفاهيم الشراكة، والتكامل؛ بما يعكس تعقيد الواقع، ويجدّد من التبسيط المضلل.





### الورقة الرئيسية: أ. حمد السمرين

يرى ميشال دي سارتو أن الحياة المعاصرة مشبعة بوسائل الإعلام، وأن هذه الوسائل - بدورها - مشبعة بالسرد؛ إذ تُقدم معظم الرسائل ضمن أطر حكاية تُحدّد - من خلالها - طرائق الفهم، والإدراك لدى الجمهور، وعلى الرغم من المقولة الشائعة في الدراسات التسويقية بأن المحتوى يمثل العنصر الحاكم في الاتصال (Content is the King) إلا أن التحولات التي شهدتها وسائل الإعلام المرئية الرقمية عززت من مكانة الصورة؛ باعتبارها حاملاً كثيفاً للمعنى إلى الحد الذي أصبحت فيه "الصورة تعادل ألف كلمة" (A Picture is worth a thousand words) (Walter & Gioglio, 2014)؛ لذلك لا تُعد الصورة المرئية تمثيلاً محايداً للواقع المعاش؛ بل تعتبر أداة سردية تحمل في طياتها رموزاً، ودلالات قادرة على إحداث تأثيرٍ وجداني، وتشكيل تصورات الأفراد، والجماعات عن أنفسهم، وعن الآخرين.

وتنشأ الصورة الذهنية نتيجة من تداخل خبرات الإنسان الحياتية، والتعليمية، والاجتماعية؛ لذلك يرى Lippmann أن الفرد يُكوّن "صورةً داخل رأسه"، وهي التي قد لا تتوافق مع العالم الخارجي، ويصف ليمان تلك الصور، أو الصورة الذهنية، بـ "البيئة الزائفة" التي تحدد الكثير من المواقف السياسية (1998م)، ومن خلال هذا تُعَدُّ الصورة عنصرًا مؤثرًا في بناء الانطباعات، والاتجاهات تجاه الدول، والمجتمعات، وقد أدركت الأنظمة السياسية، والحركات الأيديولوجية - مبكرًا - قوة هذه الرموز في الصور؛ فاستثمرتها في تشكيل الرأي العام، وصياغة هوية حقيقية، أو متخيلة للدولة، أو الحركة؛ فقد مثل توظيف الدعاية البصرية منذ ثلاثينيات القرن العشرين؛ بما في ذلك إبراز صور الرموز الوطنية، وربطها بالقوة، والنظام، والأصالة - نموذجًا مبكرًا لترسيخ الصورة في تحقيق أهداف سياسية، كما استُخدمت الأحداث الرياضية الكبرى، مثل: كأس العالم لكرة القدم، أو الألعاب الأولمبية كمنصات لإعادة تقديم الدولة أمام العالم؛ بوصفها دولةً حديثة، ومنظمة، وقادرة على التأثير، وسارت على هذا المنوال حركات أيديولوجية متعددة، مثل: الشيوعية، والليبرالية، والرأسمالية، والنسوية؛ إذ سحّرت الصورة، والرمز البصري لبناء سردياتها، وتكريس شرعيتها الخطابية؛ وعليه ينصب الاهتمام في هذا السياق على تحليل آليات توظيف الصورة، والرمز البصري في الخطاب العام؛ بوصفهما أدوات لإنتاج المعنى، وبناء السرديات؛ وذلك بعيدًا عن إصدار أحكام معيارية تتعلق بإيجابياتها، أو سلبياتها. وفي السياق السعودي أسهمت الصور الفوتوغرافية، والمواد المرئية المتداولة عبر المنصات الإعلامية، والثقافية في تشكيل صورة ذهنية متعددة الأبعاد عن المملكة، ومواطنيها؛ فهي من جهة تُبرز العمق الديني، والجغرافي المميز؛ بما في ذلك المكانة الدينية، ومن جهة أخرى تُظهر مشاريع التنمية، والحدائق التي تقودها الحكومة؛ وذلك في إطار رؤيتها الإستراتيجية للمستقبل، وتؤدي هذه الصور المركبة الأبعاد دورًا متكاملاً مُهمًا، خصوصًا في منصات التواصل الاجتماعي في تعزيز مكانة المملكة الإقليمية، والدولية.



إذ تتمتع المملكة العربية السعودية بعدد من المقومات الرمزية، والإستراتيجية التي تُشكل ركيزة لبناء صورة ذهنية فاعلة، ومؤثرة على المستويين: الإقليمي، والدولي، ويمكن تلخيص أبرز هذه العناصر في الآتي:

- 

**1 - وجود الحرمين الشريفين؛**  
بوصفهما قبلة المسلمين حول العالم، وما يرتبط بهما من رمزية روحية فريدة.
- 

**2 - الموقع الجغرافي الإستراتيجي**  
**في قلب الجزيرة العربية؛**  
مما يجعل المملكة نقطة التقاء لثلاث قارات: آسيا، وأوروبا، وأفريقيا.
- 

**3 - الثروات الطبيعية**  
**من المعادن، والنفط، والغاز**  
التي تُعدُّ من مصادر القوة الاقتصادية.
- 

**4 - التنوع الجغرافي**  
**في تضاريس المملكة**  
بين الصحاري والجبال، والسواحل.
- 

**5 - الغنى الثقافي**  
**للمجتمع السعودي؛**  
من حيث التعدد القبلي، والمناطقي، واللغوي.

وعند تحويل هذه العناصر إلى خطاب بصري متماسك؛ فإنها تُشكِّل رصيْدًا دلاليًّا غنيًّا يمكن الاستفادة منه لتعزيز الحضور الرمزي للمملكة في الفضاء الإعلامي العالمي، خاصة من خلال الوسائط الإعلامية الرقمية الحديثة.



### الصورة الذهنية عن المملكة من خلال نموذج (الثقافة توحدنا):

يُعَدُّ فيديو (الثقافة توحدنا | Culture unites us) الذي نشرته وزارة الثقافة السعودية في قناتها الرسمية على منصة اليوتيوب في إطار استضافة المملكة لقمة مجموعة العشرين لعام 2020م- نموذجًا بارزًا على توظيف الخطاب البصري في بناء الصورة الذهنية؛ فقد اعتمدت الوزارة على بناء سردية مرئية تقوم على فكرة رئيسية، مفادها: أن الثقافة ليست مجرد موروث محلي فحسب؛ بل هي لغة إنسانية مشتركة يمكن توظيفها كجسر يربط بين المجتمع السعودي والعالم، وتتمثل أبرز آليات هذا التوظيف في استخدام الشاشة المنقسمة (Split Screen)؛ حيث تُعَرَّضُ لقطات متقابلة لأشخاص، ومشاهد من السعودية، ونظرائها من دول مجموعة العشرين، ويُبرز هذا التوازي البصري تقاطعات رمزية في الحرف، والفنون، والملبس، والموسيقى؛ مما يعكس وحدة القيم الإنسانية على الرغم من تنوع الخلفيات الثقافية، وهذا التقابل لا يقدم الذات السعودية في مقابل الآخر؛ بل يقدمها في تفاعلٍ متساوٍ معه، وهو ما يعكس خطابًا بصريًا متقدمًا يُرسخ قيم الانفتاح، والتعدد، والحوار الثقافي.



ومن هذا المنطلق؛ فإن وظيفة الصورة لا تقتصر على الجانب الجمالي، أو الترويجي؛ بل يُستفاد منها كأداة دلالية تحمل خطاباً رسمياً يحمل أبعاداً سياسية، وثقافية؛ فالصورة- في هذا السياق- تُصبح وسيطاً رمزياً يعكس فلسفة الثقافة كجسر إنساني عالمي، ويُعيد صياغة الصورة الذهنية للمملكة في العالم من خلال إبرازها كمصدر ثقافي قادر على التفاعل، والتأثير، وفي هذا الإطار تبرز أهمية الصور المرافقة للزيارات الرسمية، والفعاليات الدبلوماسية مثلاً واضحاً على كيفية توظيف اللغة البصرية في إنتاج معنى سياسي، وثقافي يتجاوز الحدث ذاته.

زيارة ولي العهد للولايات المتحدة الأمريكية 2025م:

تمثل التغطيات البصرية لزيارة ولي العهد الأمير محمد بن سلمان إلى الولايات المتحدة عام 2025م مثلاً حياً على توظيف الصورة في بناء سردية سياسية مؤثرة على الصورة الذهنية لمكانة المملكة عالمياً.





فقد كانت التغطية لتلك الزيارة التي تخللها مراسم استقبال بروتوكولية عالية المستوى؛ حيث ظهرت عناصر بصرية كالسجاد الأحمر، وتموضع القادة، وتجاوز الأعلام، وعروض الطائرات العسكرية الجوية، وزوايا التصوير- سردية مرئية، قوامها: الشراكة الندية، والاعتراف المتبادل بالمكانة، وعلى هذا الأساس لا تُفهم هذه الصور؛ باعتبارها توثيقًا عابرًا؛ بل تُقرأ؛ بوصفها خطابًا يضع صورة ذهنية للمملكة كقوة إقليمية ذات حضور دولي مؤثر، ويتضح أن الصورة المرئية تُعدُّ أداةً فاعلةً في إنتاج المعنى، وصياغة الانطباعات العامة؛ فبفضل ما تحمله من الرموز، والدلالات تُسهم في تشكيل الصورة الذهنية الإيجابية عن المملكة؛ بوصفها دولة ذات أصالة ثقافية، وعمق تاريخي، وفاعلية دولية، ومع ذلك يبقى إدراك أهمية الصورة المرئية مشروطًا بقراءة نقدية واعية تستكشف ما وراء السرديات المطروحة، وترتبط بين ما تقدمه الصورة وما يرافقها من سياقات سياسية، وثقافية أوسع؛ بما يفتح آفاقًا لمزيد من الدراسات حول دور الصورة في صناعة الهوية الوطنية، وتعزيز المكانة العالمية.





## التعقيبات:

### التعقيب الأول - د. سعود كاتب

#### مقدمة:

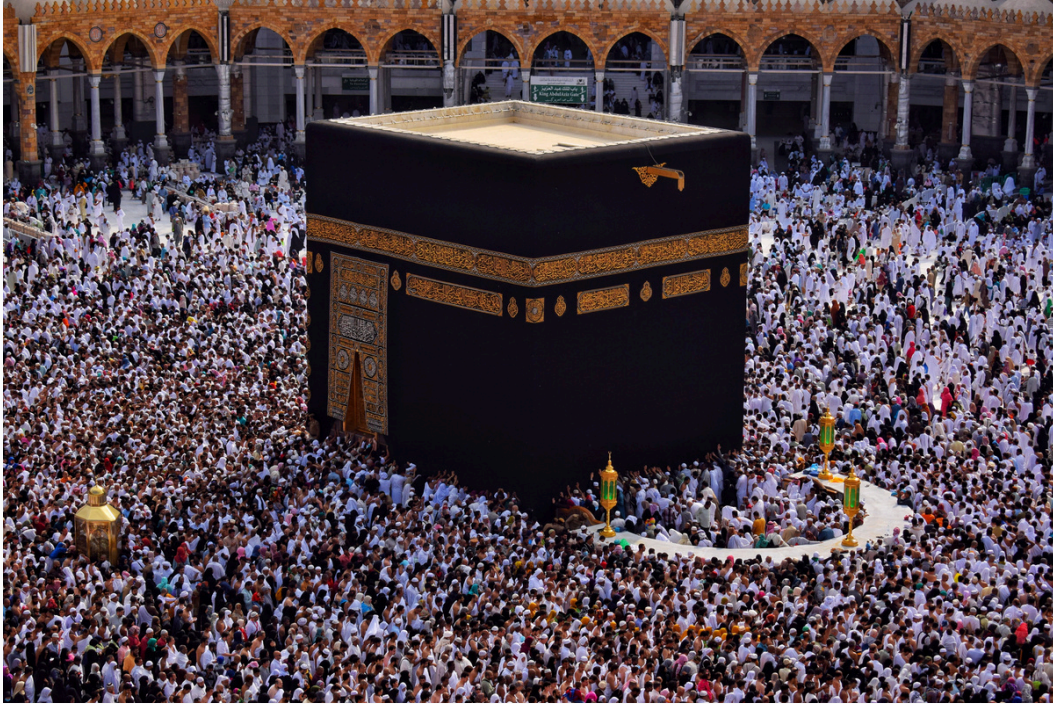
تنطلق الورقة الرئيسية من تأصيل نظري مهم يستند إلى أدبيات الصورة الذهنية مؤكدة أن الصورة ليست تمثيلاً محايداً؛ بل هي خطاب رمزيّ قادرٌ على التأثير في الإدراك، والوجدان، وهذا الطرح يتقاطع مع التحولات التي شهدتها دراسات الاتصال؛ حيث أصبحت الصورة وسيطاً مركزياً في بناء السرديات العامة، خصوصاً في ظل هيمنة وسائل الإعلام الجديد، ووسائطها الرقمية ذات التأثيرات المذهلة، وبالإضافة لما تضمنته من إبراز مهم للأبعاد الدلالية، والوجدانية للصورة؛ بوصفها أداة لا تكتفي بعكس الواقع؛ بل تسهم في إنتاجه؛ وإعادة تأويله؛ فإنه ثمة حاجة أخرى لا تقل أهمية، وهي تحليل التحديات المرتبطة بها؛ سواءً من حيث التوظيف الدعائي، أو الانتقائية البصرية، أو اختلاف التأويلات الثقافية؛ ناهيك عن التوظيف السلبي للتقنيات، خصوصاً التزييف العميق، كما أن محدودية تناول البيئة الرقمية الجديدة تُعدُّ فجوةً تستحق التوسع؛ نظراً لما أحدثته هذه البيئة من إعادة تشكيل جذرية لديناميكيات إنتاج الصورة، وتداولها.

#### الصورة كأداة للقوة الناعمة، والدبلوماسية العامة:

في هذا السياق يمكن إعادة تأطير الصورة المرئية؛ بوصفها إحدى أهم أدوات القوة الناعمة التي تُعرّف بأنها القدرة على التأثير عبر الجاذبية، والإقناع؛ بدلاً من الإكراه، ولم تُعد هذه القوة مجردَ بعدٍ ثقافي؛ بل أصبحت عنصراً مركزياً في السياسات الخارجية؛ حيث تتقاطع مع الدبلوماسية العامة التي تستهدف مخاطبة الشعوب مباشرة، وليس فقط الحكومات، وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن القوة الناعمة باتت متعددة الأبعاد؛ إذ تشمل الثقافة، والتعليم، والإعلام، والاقتصاد، والرياضة، والترفيه، وأن فعاليتها تتعزز بفضل التقنيات الرقمية التي تتيح انتشار الرسائل على نطاق واسع، وبسرعة غير مسبوقة، كما شهدت الدبلوماسية العامة تحولات جوهرية خلال العقدين الماضيين نتيجة الثورة الرقمية؛ حيث انتقلت من نماذج تقليدية أحادية الاتجاه إلى نماذج تفاعلية قائمة على المشاركة، والتأثير المتبادل، وضمن هذا الإطار تصبح الصورة المرئية أداة مركزية في ممارسة الدبلوماسية العامة؛ إذ تختزل الرسائل المعقدة في رموز بصرية قادرة على العبور الثقافي، وتسهم في بناء ما يمكن تسميته بـ "الجاذبية الإدراكية" للدولة.



**التجربة السعودية: إعادة صياغة الصورة عبر القوة الناعمة:**  
تقدم الحالة السعودية نموذجًا غنيًا لتوظيف الصورة في سياق القوة الناعمة؛ فمن جهةٍ تمتلك المملكة رصيدًا رمزيًا فريدًا يستند إلى مكانتها الدينية؛ حيث تشكل صور الحج، والعمرة تجسيدًا بصريًا للجهود العظيمة للمملكة في خدمة الحجاج، والمعتمرين، وزوار الحرمين الشريفين؛ مما يعزز حضور المملكة في الوجدان الجمعي للمسلمين.



غير أن التحول الأبرز يتمثل في الانتقال من هذا البعد الرمزي التقليدي إلى بناء سردية بصرية متعددة الأبعاد، خاصة في إطار رؤية السعودية 2030م التي أعادت تعريف صورة المملكة عالميًا؛ فلم تُعد الصورة مقتصرة على البعد الديني؛ بل أصبحت تعكس مشروعًا تنمويًا طموحًا يجمع بين الحداثة والأصالة؛ ففي مجال السياحة برز توظيف الصورة في إبراز التنوع الثقافي، والجغرافي؛ بما يسهم في إعادة تشكيل الانطباعات العالمية، وتحويل المملكة إلى وجهة سياحية عالمية، كما أدت الفعاليات الدولية، والتغطيات البصرية المصاحبة لها دورًا في ترسيخ صورة المملكة؛ بوصفها فاعلاً دوليًا مؤثرًا، ويمكن قراءة هذه التحولات؛ بوصفها انتقالًا من "تمثيل الهوية" إلى "إدارة السردية"؛ حيث تصبح الصورة جزءًا من إستراتيجية شاملة تستهدف التأثير في الإدراك الدولي، وتعزيز المكانة الجيوسياسية.



كما امتد هذا التوظيف؛ ليشمل ما يمكن تسميته بـ "الدبلوماسية العسكرية"، و"الدبلوماسية الإنسانية"؛ حيث تسهم الصور المرتبطة بالمساعدات الإنسانية، وإدارة الأزمات، والجهود الإغاثية في تعزيز صورة الدولة؛ بوصفها فاعلاً مسؤولاً على المستوى الدولي، ويكتسب هذا البعد أهمية متزايدة في ظل تداخل الاعتبارات الأمنية، والإنسانية في الخطاب الدولي المعاصر.





### التحولات الرقمية: من السيطرة إلى التشاركية:

أحد الجوانب التي تستحق التوسع هو أثر التحولات الرقمية على طبيعة الصورة، ودورها؛ فقد أدت منصات التواصل الاجتماعي إلى تفكيك احتكار الإعلام (الخاص، والرسمي) لإنتاج الصورة، وأصبح الجمهور شريكاً في تشكيلها؛ سواءً عبر التفاعل، أو إعادة الإنتاج؛ فيما يعرف بصحافة المواطن، وعلى جانب آخر باتت الخوارزميات تؤدي دوراً حاسماً في تحديد ما يُرى، وما يُهمل، مما يعيد تشكيل أولويات الإدراك العام، وتشير دراسات حديثة إلى أن المنصات الرقمية يمكن أن تعزز، أو تعيق فعالية القوة الناعمة؛ وذلك تبعاً لآليات الانتشار، والتحكم الخوارزمي.

كما يطرح الذكاء الاصطناعي تحديات غير مسبقة، مثل: التزييف العميق، وممارسات التضليل الإعلامي الذي يقوض الثقة في الصورة، (ولقطات الفيديو)، بوصفها دليلاً بصرياً، ويجعل من الضروري تطوير إستراتيجيات جديدة لإدارة المصادقية، وكل ذلك يفرض انتقالاً من منطق "التحكم في الرسالة" إلى منطق "إدارة التفاعل"؛ حيث تصبح القدرة على الاستجابة السريعة، والتكيف مع ديناميكيات المنصات عنصراً حاسماً في فاعلية الخطاب البصري.

### التحديات، والإشكاليات: بين الجاذبية والمصادقية:

على الرغم من الإمكانيات الكبيرة للصورة في تعزيز القوة الناعمة؛ فإن استخدامها لا يخلو من تحديات؛ إذ إن الإفراط في التوظيف الدعائي للصورة لا يُفضي فقط إلى تآكل المصادقية؛ بل قد يُنتج أثراً عكسياً يقوّض الرسالة الاتصالية ذاتها، خاصة في البيئات الرقمية التي تتسم بحساسية عالية تجاه الخطاب الرسمي المفرط في التجميل، إضافة إلى ذلك؛ فإن اختلاف الخلفيات الثقافية قد يؤدي إلى تباين في تفسير الصور؛ مما يستدعي مراعاة التنوع الثقافي في تصميم الرسائل البصرية، وهنا تتضح أهمية الانتقال من إنتاج الصورة إلى إدارة تلقيها؛ بوصفه جزءاً لا يتجزأ من عملية التأثير.

### نحو مقاربة تكاملية لتوظيف الصورة المرئية، وإدارتها:

إن إدارة الصورة الذهنية لم تعد عملية إعلامية بحتة؛ بل أصبحت ممارسة إستراتيجية متعددة المستويات تتقاطع فيها السياسة، والثقافة، والتكنولوجيا؛ فالصورة المؤثرة هي تلك التي تتبع من واقع حقيقي، وتُصاغ ضمن سرديّة متماسكة، وتُدار عبر منظومة متكاملة تشمل الفاعلين الرسميين، وغير الرسميين، ومن المهم الإشارة إلى أن نجاح القوة الناعمة يعتمد على تكامل عناصرها؛ بحيث تشمل الأبعاد الثقافية، والإعلامية، والتعليمية، والاقتصادية ضمن إستراتيجية طويلة الأمد؛ وعليه فإن تطوير الخطاب البصري يتطلب الجمع بين المصادقية والاستمرارية، والقدرة على التفاعل مع جمهور عالمي متنوع.





#### خاتمة:

تؤكد الورقة الرئيسية أن الصورة المرئية أصبحت أداة مركزية في تشكيل الصورة الذهنية للدول، وهو طرح يعكس تحولات عميقة في الاتصال المعاصر غير أن هذا الدور لا يمكن فهمه بمعزل عن سياق القوة الناعمة، والدبلوماسية العامة؛ حيث تتحول الصورة إلى أداة إستراتيجية في إدارة الانطباعات، وبناء النفوذ، وفي الحالة السعودية يتضح أن الصورة لم تعد مجرد انعكاس للواقع؛ بل أصبحت أداة فاعلة في إعادة صياغته ضمن مشروع وطني يسعى إلى تعزيز الحضور الدولي للمملكة، ومع تسارع التحولات التكنولوجية تبرز الحاجة إلى تطوير مقاربات أكثر شمولاً، ومرونة قادرة على التكيف مع بيئة إعلامية تتسم بالتعقيد، والتنافسية.

#### التعقيب الثاني - د. مساعد المحيا

يركز- هذا التعقيب- على عدة نقاط مهمة ترتبط بطبيعة الصورة الذهنية، وأهميتها، ومراحل تشكيلها، وإلى أي حد ترتبط الصور الذهنية بهذه المواد المرئية، وسوف يتم تناولها فيما يأتي:

1 - إن الصور الذهنية عن المملكة تتداخل في صناعتها مجموعة من المؤثرات قد تكون وسائل الإعلام هي من أقلها، وأضعفها؛ إذ وفقاً للدراسات الإعلامية تتراجع اليوم النظرة نحو قوة تأثير محتوى هذه الوسائل التقليدية، والجديدة؛ حيث يبدو أننا نبالغ كثيراً في توقع قوة هذه الوسائل الإعلامية، ومحتوياتها المرئية في صناعة صور ذهنية في مقابل متغيرات أخرى تبدو أهم، وأقوى، ولعل هذا يفسر لنا مدى ضعف تأثير الكثير من المحتوى الذي نقدمه من أجل صناعة صور إيجابية، أو تصحيح صور سلبية خاطئة تغلغلت في نفوس الكثيرين، ولعل ادراكنا لهذه الحقيقة يجعلنا نعيد النظر نحو طبيعة المحتوى الذي نقدمه، والبرامج التي نهتم بها، وبخاصة الجوانب ذات المحتوى الدعائي، أو الرسالة ذات الطبيعة المحلية، أو الرؤية أحادية الاتجاه التي تقوم على فكرة منح وسائل الاتصال قيمة أكبر في قدرتها التأثيرية، وبخاصة في جانبها الإيجابي.

ووفقاً لذلك؛ فإن ما نقدمه من محتوى عن المملكة من برامج، ومواد، ومشروعات؛ وفقاً لطموح رؤيتها لمستقبل المملكة، وما تقدمه المؤسسات السعودية، والافراد من نجاحات لا يحقق اليوم ما نؤمله من تغيير في كثير من أنماط السلبيّة المتعلقة بالصور الذهنية عن المملكة؛ وذلك يعني أننا نحتاج لفهم طبيعة هذه الصور الذهنية السلبية عن المملكة؛ لاسيما وأن المملكة بفضل الله تعيش حراكاً اقتصادياً يتزامن معه العديد من البرامج، والمشروعات؛ وفق رؤية طموحة.



وبالتالي نحن بحاجة لمحتوى يعمل على فهم مسببات تلك الصور السلبية أولاً عبر دراسات علمية عميقة تحاول أن تقدم محتويات مرئية تعمل على معالجتها، وتتسق مع ما تثيره من جوانب سلبية؛ ومن ثم نعيد صياغة ما نقدمه حول المشروعات، والبرامج المتنوعة التي تشهدها المملكة على نحو مهني؛ وذلك بعيداً عن المحتوى الدعائي الذي لا يحظى بأي اهتمام، وبخاصة لدى المجتمعات الأخرى.

2 - لعل الأزمة الأخيرة بشأن الأحداث الجيوسياسية، والمتعلقة بالحرب الأمريكية، والإسرائيلية على إيران، وما صاحبها من مواد مرئية، وتحليلات سلبية لكثير من الأفراد، وبخاصة العربية، والإسلامية تجعل مثل هذا الموضوع جديراً بأن يأخذ أولوية في مشروعاتنا نحو بناء صور ذهنية إيجابية، وفي معالجة بعض الصور السلبية التي أضحت تقود لمواقف سلبية حتى لدى عدد من الرموز العلمية، والثقافية في العالمين: العربي، والإسلامي؛ إذ لا تزال الصور الذهنية السلبية تعشعش في أذهان كثير من الرموز الدينية، والثقافية، والاجتماعية الأمر الذي جعلهم يصطفون مع إيران، ويتعاطفون معها؛ وذلك على الرغم من كل الصور الذهنية السيئة التي لا تزال ماثلة في أذهان العرب، والمسلمين نحو ما صنعتها في شعوب أربع دول عربية، وعلى الرغم من تاريخها الدموي، ورعايتها لكثير من الحركات، والميليشيات، وما أنتجت من فوضى في المنطقة.

3- ثمة عوامل هي أكثر تأثيراً في خلق الصور الذهنية، وصناعتها لدى المجتمعات على تباين فيما بينها في الموضوعات، وقوة تلك المؤثرات؛ وذلك في مقابل ما نتوقعه من تأثير للصور الدلالية التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية، والجديدة؛ فصحيح أن وسائل الإعلام، وبخاصة الجديدة قد تنجح في جوانب، من بينها: تعزيز الصور الموجودة، وتدعيمها، وتغذيتها بما يزيدها رسوخاً، واستقراراً، لكنها تتراجع في قدرتها التأثيرية في مواجهة الصور الذهنية السلبية، أو في بناء صور إيجابية.

4 - الأحداث الأخيرة، وبخاصة ذلك التعاطف التي تحظى به إيران يجعلنا نفكر كثيراً في إعادة تقييم طبيعة الصور الذهنية التي كنا نتوقعها إيجابية؛ وذلك بسبب ما قدمته المملكة، وتقدمه لكثير من الشعوب العربية، والإسلامية؛ إذ إن تلك المواقف المبنية على صور ذهنية سلبية تفسر لنا تماهي هؤلاء الأفراد، وتلك المجتمعات مع إيران برغم أنها لم تقدم لهم شيئاً، وفي حين أن المملكة قدمت لهم، ولمجتمعاتهم الكثير من البرامج، والدعم، والمواقف، لكنهم مستعدون أن يحملوا عن المملكة، ومجتمعها صوراً سلبية؛ وفقاً لعدد من المعلومات المضللة التي قادت لمواقف تباعد عن العقلانية، أو الواقعية.



- 5 - اليوم وبعد 34 عامًا من حرب الخليج، ودخول صدام الكويت يتكرر مشهد تصوير الخليج بصور ذهنية لا تمت لواقعه، وترتبط بتراكمات ثقافية، ونفسية، واجتماعية برغم كل الجهود الإعلامية التي بذلت باتجاه تصحيح صور ذهنية سلبية عديدة تستوعب ما تركته تلك الأزمات، والظروف، والمتغيرات، وقد أظهرت الأزمة الحالية أن كثيرين، وبخاصة من النخب المثقفة، والمؤدجة لا يزالون يحملون صورًا ذهنية قائمة؛ فهل ما يجري سببه وجود صورة ذهنية سيئة لدى هؤلاء، أم هو يعود لمتغيرات إيديولوجية، ونفسية، وبيولوجية أحيانًا؛ لذا فإن الأسئلة المهمة التي ترد هنا: هل نحن نعيش اليوم صورة ذهنية جيدة عن المملكة، وهل هناك تحسن، وتطور إيجابي في طبيعة هذه الصورة الذهنية، ولماذا يخفق الكثير من المحتويات المرئية التي نرى أنها جيدة في خلق صور ذهنية إيجابية؛ لاسيما وأن هناك الكثير من البرامج التي عملت خلال السنوات العشر الماضية، وهي كفيلة بتحسين كبير، أم أنها لا تزال تتعرض لمزيد من التشويه المتعمد.
- 6 - نحتاج اليوم لدراسات علمية دقيقة تتعلق بمعرفة طبيعة الصورة الذهنية عن المملكة؛ إذ يبدو أننا كثيرًا ما نتوقع وجود صور ذهنية إيجابية، وجيدة بمجرد تقديم محتويات مرئية، وصور نخالها متميزة في حين أن بعضها قد يكون له دلالاته السلبية؛ فالدراسات الإعلامية المهنية التي تجيب عن ذلك مهمة جدًا على أن يقوم بها فريق متخصص لا يميل إلى تسطيح مستهدفاتها.
- 7 - أحد الأسئلة المهمة- أيضًا- هل الاهتمام بتحسين الصورة الذهنية يُعَدُّ مطلبًا مهمًا في ضوء استمرار وجود الصورة السلبية؛ بمعنى: هل يهتم الأمريكيون- مثلًا- بصورتهم الذهنية، ويعملون على تحسينها، ومثلهم البريطانيون، والفرنسيون.. إلخ كما نهتم، أم أن المهم هو أن نمضي في مشروعاتنا التنموية، وهي كفيلة بتحقيق الكثير من الصور الذهنية الإيجابية عن المملكة، ورؤيتها الاقتصادية، ومجتمعها؛ لاسيما، ونحن نمتلك الكثير من الجوانب التي تمثل قوة ناعمة، فقط قد يكون الأهم هو كيف نوظفها في خلق، وصناعة صور ذهنية جميلة.
- 8 - كما أننا في المقابل نحتاج لبعض الأدوات المهنية التي ينبغي أن نستثمرها في صناعة صورة ذهنية جيدة في العالم العربي، والإسلامي، والعالم كله عن المملكة، ومجتمعها، وكيف نواجه حملات التضليل، والتشويه التي تعمل على صناعة صور ذهنية سلبية؛ وذلك مع ضخ كم كبير من المحتوى، وبخاصة المرئي المَعْدُّ مهنيًا؛ بحيث يعزز الصور الإيجابية، ويبرز النجاحات الواسعة.
- 9 - نحتاج كثيرًا ألا نحتفي ببعض الصور الإيجابية، ونعتقد بأنها غالبية ما دمنّا نواجه صورًا ذهنية خاطئة، وسلبية متنامية لدى عدد من الدول؛ إذ يبدو أن هناك من يغذيها، وينشرها، وهو مؤثر على ضعف، وقلة وصول الحقيقة لهم من الجهات ذات العلاقة.



- 10 - الإيمان بجدوى المحتوى المرئي في إنتاج صور ذهنية ذات دلالات رمزية إيجابية يحتاج لفهم هندسة صناعة الصورة، والعمل على عدم تناقض المحتوى؛ إذ المحتوى المرئي السلبي، أو الذي يتضمن رسائل خاطئة كثيرًا ما يقتل البعد الإيجابي الذي صنعتته محتويات أخرى.
- 11 - إحدى أبرز المشكلات أن صورتنا الذهنية عن أنفسنا، وكياناتنا، ومؤسساتنا، ومشروعاتنا، وإنجازاتنا يكتنفها لدى بعضنا غموض، وربما اختلاف في الرؤية، وهذا يعني أن صناعة الصور الذهنية تظل عملية معقدة ترتبط بجوانب متعددة؛ وذلك على الرغم مما نتوقعه عنها من أنها في غاية اليسر، والوضوح.
- 12 - ونحن نتناول أهمية استثمار الصور المرئية في صناعة صور ذهنية قد نكون - معها - بحاجة لإعادة ضبط الإعدادات في رؤيتنا تجاه صناعة الصورة الذهنية؛ بمعنى: هل نتوقع أن نسلم من الأعداء، والحاسدين، والشائنين، ولماذا لا ننظر لكثير من الصور السلبية عن المملكة بأن ذلك يُعَدُّ مظهرًا من المظاهر الطبيعية المتوقعة من فئات تكن لنا الحسد، والبغض، أو هي نتيجة طبيعية للنجاح الذي تعيشه المملكة، والتطور الذي تتمتع به؛ فكثيرون اليوم، وبخاصة من الدول المتقدمة لا يكثرثون بوجود صور سلبية عنهم؛ إذ قد يُعَدُّ تجاهل ذلك هو أحد مظاهر الثقة، والاعتداد بالنفس؛ وبالتالي فتعميق الإيجابية خير من الإغراق في متابعة السلبية لنفيها؛ لاسيما حين يكون ما يقال هو كذب محض، وتشويش، وتضليل، وتزييف.
- 13 - نحتاج أن نتجاوز الأعمال الارتجالية إلى أن نمضي بعيدًا في العمل المهني الاحترافي لخلق صور ذهنية جيدة؛ وذلك يتطلب حضورًا أكبر للمؤسسات الإعلامية المهنية، وللشخصيات الإعلامية ذات الحضور الجماهيري، وبلغات متعددة، وفي ضوء تنسيق تهتم به جهات متخصصة؛ فذلك هو ما سيتيح إمكانية مواجهة الكثير من المعلومات المضللة، ومشكلات الصور الذهنية المعقدة.





## المداخلات حول القضية:

### • الصورة المرئية كإطار إستراتيجي لصناعة الإدراك العام، والدبلوماسية المعاصرة:

#### 1 - الصورة المرئية كأداة إستراتيجية في تشكيل الوعي، والإدراك العام:

أصبحت الصورة المرئية عنصراً محورياً في تشكيل الوعي العام متجاوزة دورها الجمالي التقليدي؛ لتصبح أداة فاعلة في نقل الرسائل، وصياغة المفاهيم؛ فخلال السنتين الأخيرتين تمكنت جهات عديدة من تقديم صور إعلامية، وتنظيمية احترافية على المستوى الدولي؛ سواءً في المنتديات، أو الملتقيات؛ مما يعكس وعياً متنامياً بأهمية الصورة كوسيلة إستراتيجية في عصر يعتمد بشكل كبير- على الانطباع الأول، ومع تزايد وعي الجمهور أصبح كسب الانتباه يتطلب جودة عالية في الطرح، وصدقاً في الرسالة، وفي ظل وفرة المعلومات، وتدفقها السريع تنتشر الصور السلبية بسرعة، وهو ما يفرض قاعدة إعلامية، مفادها: أنه يحتاج إلى تكرار الرسالة الإيجابية عدة مرات- سبع مرات على الأقل- لتصحيح الصورة السلبية، وبناءً عليه يصبح من الضروري استثمار جميع الأدوات، والفرص المتاحة لضمان إنتاج صورة احترافية مستمرة تتميز بالدقة، والمصداقية، والقدرة على التأثير؛ لتصبح جزءاً من إستراتيجية الدولة في إدارة سمعتها، وإدراك جمهورها العالمي.

#### 2 - الصورة المرئية، وإدارة الإدراك الدولي: الأبعاد الدلالية، والوجدانية في تشكيل الصورة

##### الذهنية للمملكة العربية السعودية:

تشهد دراسات الاتصال المعاصر تحولاً نوعياً في فهم وظيفة الصورة المرئية؛ حيث لم تعد تُعامل؛ بوصفها عنصراً بصرياً محايداً؛ بل باعتبارها وسيطاً دلاليّاً، وثقافياً يسهم في إنتاج المعنى، وبناء السرديات المؤثرة في تشكيل الصورة الذهنية للدول؛ فالصورة المرئية أصبحت أداة لإدارة الإدراك الجمعي؛ إذ تتداخل فيها الأبعاد الرمزية، والوجدانية مع السياقات الاجتماعية، والسياسية، والثقافية التي تحكم عملية التلقي، والتفسير، ويشير التحليل إلى أن تشكيل الصورة الذهنية لا يرتبط بقوة الصورة بذاتها؛ بل ينتج عن منظومة مركبة من العوامل المتداخلة تشمل الخطاب السياسي، والمرجعيات الثقافية، والتجارب المباشرة للأفراد، هذا إلى جانب الوسائط الإعلامية المختلفة؛ وبذلك تتحول الصورة من مجرد تمثيل بصري إلى عنصر ضمن منظومة أوسع لصناعة المعنى، والانطباع الدولي، كما أدت التحولات الرقمية إلى إعادة تشكيل بيئة إنتاج الصورة، وتداولها؛ إذ لم تعد الصورة تُبث في سياق إعلامي خطي؛ بل داخل فضاء تفاعلي تحكمه الخوارزميات الرقمية، ويشارك الجمهور في إعادة إنتاج المعنى، وتفسيره، وقد أسهم هذا التحول في الانتقال من نموذج التحكم في الرسالة الإعلامية إلى نموذج إدارة التفاعل الإدراكي، وهو ما أوجد تحديات معاصرة تتعلق بأزمة المصداقية، وانتشار تقنيات التزييف العميق، وتعدد التأويلات الثقافية للصورة الواحدة عبر البيانات الرقمية المختلفة.

وفي السياق السعودي تتقاطع الصورة المرئية مع التحولات التنموية المرتبطة برؤية المملكة العربية السعودية 2030م؛ حيث أسهم تطوير الخدمات المرتبطة بالحج، والعمرة في تعزيز الحضور الحضاري للمملكة عالمياً؛ بما يعكس انتقال الصورة الوطنية من نطاق التمثيل الإعلامي إلى فضاء أوسع يرتبط بإدارة السمعة الدولية، وبناء الجاذبية الإدراكية، وتشير المقاربات الحديثة إلى أن الجاذبية الإدراكية تمثل ميلاً ذهنياً يربط بين الصور الذهنية الإيجابية وقيم الوعي، والرفاه، والاستقرار؛ وذلك مقابل ربط التصورات السلبية بمؤشرات الاضطراب، أو الغموض الإداري.



“

ويتمثل التحدي الرئيس في بناء منظومة متكاملة  
لإدارة الصورة الذهنية للدولة تقوم على مجموعة  
من المرتكزات الأساسية، من أبرزها الآتي:

”

– فهم عميق لمستويات الإدراك  
الثقافي، والمعرفي لدى الجمهور  
المستهدف.



01

– تحقيق الاتساق بين الخطاب  
البصري والواقع التنموي الفعلي.



02

– الانتقال من المحتوى الدعائي إلى  
السرديات الأصيلة القائمة على  
التجربة الإنسانية المباشرة.



03

– تبني إستراتيجيات استباقية لمواجهة  
التضليل الإعلامي، والتزييف الرقمي.



04



وعليه لم يُعَد التعامل مع الصورة المرئية شأنًا إعلاميًا، أو تقنيًا فحسب؛ بل أصبح قضية ثقافية، وإستراتيجية ترتبط بالدبلوماسية الثقافية، والقوة الناعمة، وحوكمة المحتوى الرقمي، وإدارة السمعة الدولية ضمن بيئة عالمية تنافسية قائمة على إدارة الإدراك، وتؤكد هذه المقاربة أهمية تطوير نماذج تحليلية تكاملية تربط بين الإعلام والسياسات العامة، والتقنيات الرقمية؛ بما يسهم في بناء صورة ذهنية مستدامة تعكس التحولات التنموية، والحضارية للمملكة العربية السعودية، وتعزز حضورها، وتأثيرها في المنظومة الدولية.

### 3 - تحديات الإعلام الوطني في توظيف الصورة المرئية لبناء الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية:

ترتبط فاعلية نشر الصورة الذهنية عن الدول بمدى نضج منظومتها الإعلامية، وقدرتها على تحويل الإنجازات الواقعية إلى سرديات مرئية مؤثرة، وفي الحالة السعودية لا تكمن الإشكالية الرئيسية في ندرة الإنجاز التنموي، أو محدودية الفرص الاتصالية؛ بل في الفجوة القائمة بين حجم التحولات الوطنية المتسارعة ومستوى تمثيلها إعلاميًا داخل الخطاب المرئي المحلي، والدولي، ويلاحظ أن الجهود الإعلامية القائمة تميل - في كثير من الأحيان - إلى الطابع الفردي، أو المبادرات المتفرقة حتى عندما تصدر عن مؤسسات رسمية، أو كيانات كبرى، الأمر الذي يعكس غياب إطار إستراتيجي إعلامي حديث يجمع الإمكانيات المتاحة لدى الجهات الحكومية، والشركات، والفاعلين الأفراد ضمن منظومة اتصال متكاملة، ويزداد هذا التحدي تعقيدًا في ظل بيئة إعلامية عالمية شديدة التشابك تحكمها المنافسة الرقمية، وتسارع تدفق المعلومات، وتعدد منصات التأثير. وتؤكد المقاربات الحديثة في دراسات الاتصال أن العلاقة بين الصورة المرئية والصورة الذهنية تقوم على منطق السبب، والنتيجة؛ فالصورة المرئية تمثل الأداة الاتصالية، بينما تمثل الصورة الذهنية الغاية الإدراكية النهائية غير أن التعامل الفاعل مع هذه العلاقة يتطلب الانطلاق من منطق الإستراتيجية قبل الصناعة، والتخطيط قبل التنفيذ؛ فبناء الإستراتيجية الاتصالية يبدأ بالسؤال المركزي: كيف يُراد للآخرين أن يروا المملكة؟ بينما تتعلق صناعة الصورة الذهنية بالسؤال التنفيذي المكمل: ما الذي ينبغي القيام به عمليًا؛ كي تتشكل تلك الرؤية في الواقع الإدراكي للجمهور؟ وبذلك تتحول صناعة الصورة الذهنية من نشاط إعلامي تقليدي إلى عملية تحويل إستراتيجية تستند إلى ترجمة الأهداف الإدراكية إلى محتوى مرئي، وسرديات متسقة مع الواقع التنموي، والسياسي، والثقافي للمملكة، كما يبرز تمييز مفاهيمي مهم بين مسارين مختلفين في إدارة الصورة الذهنية؛ وذلك على النحو الآتي:



**أولاً - تحسين الصورة الذهنية: ويرتبط هذا المسار بمعالجة التصورات السلبية، أو غير الدقيقة لدى الجمهور الخارجي من خلال ما يأتي:**

- تصحيح المفاهيم الخاطئة، والانطباعات المترجمة.
- توضيح الحقائق، والرد على الادعاءات المغلوطة.
- معالجة الانتقادات المرتبطة بالسياسات، أو الثقافة، أو الأحداث التاريخية.
- توظيف الإعلام، والعلاقات العامة لإبراز التطورات الوطنية، وإعادة بناء الثقة.

ويمثل هذا المسار استجابة علاجية تستهدف تعديل الانطباعات القائمة، أو إعادة تشكيل نقطة البداية الإدراكية.

**ثانياً - تعزيز الصورة الذهنية: ويختلف هذا المسار في كونه يعتمد على البناء فوق رصيد إيجابي قائم بالفعل عبر ما يأتي:**

- ترسيخ المكانة الاقتصادية، والثقافية، والسياسية للمملكة عالمياً.
- إبراز الإنجازات الوطنية بصورة مستمرة، ومنهجية.
- تكثيف الحملات الإعلامية الإيجابية ذات الطابع الإستراتيجي.
- تعزيز الحضور الدولي؛ وذلك من خلال المؤتمرات العالمية، والمبادرات الثقافية، والسياحية.
- تحويل الصورة الإيجابية إلى إدراك مستدام طويل المدى.

وعليه؛ فإن الفرق الجوهرى بين المسارين يتمثل في أن التحسين يعالج المشكلة الإدراكية، بينما التعزيز يبني القوة الإدراكية، ويحافظ على استدامتها، وفي ضوء التحولات التي يشهدها الاتصال العالمي لم تعد الصورة المرئية مجرد أداة عرض إعلامي؛ بل أصبحت عنصراً محورياً في إدارة القوة الناعمة، وصناعة الإدراك الدولي؛ ومن ثم فإن التحدي الرئيس أمام الإعلام الوطني يتمثل في الانتقال من الجهود المتفرقة إلى إستراتيجية إعلامية شاملة توحد الرسائل، وتنسق الأدوار، وتحول الإنجاز الواقعي إلى سرديّة بصرية مؤثرة قادرة على تجسيد الصورة الذهنية للمملكة؛ بما يتوافق مع مكانتها وتحولاتها التنموية المتسارعة.

• **بناء الرسالة البصرية الاحترافية، ودورها في تعزيز التأثير الإعلامي، وال جماهيري:**

1 - تحديد الهدف في بناء الرسالة الإعلامية، وتأثيره على الصورة الذهنية:

المحور الأساسي في بناء أي محتوى إعلامي هو تحديد الهدف بوضوح؛ ماذا يريد المرسل أن يحقق؟ وما النتيجة المرجوة من الجمهور؟ وبعد تحديد الهدف تأتي مرحلة اختيار الوسيلة الأنسب، والجمهور المستهدف، والتحديات التي يواجهها الإعلام السعودي - غالباً - هو غياب الهدف، أو غموضه؛ مما يؤدي إلى تشتت الخطاب، وتضارب دلالاته في حين أن تحديد الهدف بدقة يمكن من بناء سرديّة متماسكة، وذات تأثير فعلي، وفي مواجهة الحملات الإعلامية المغرضة لا يكفي إنتاج محتوى دفاعي؛ بل يجب التمييز بين الأهداف المختلفة من التصحيح، والتحسين، وإعادة تشكيل الإدراك.



إذ تتطلب كل غاية أدوات، وإستراتيجيات خطاب مختلفة، ووضوح الهدف يسمح- أيضاً- بتوجيه الموارد نحو الجمهور الأكثر تأثيراً، وتأثراً؛ بدلاً من الانشغال بردود فعل عامة قد تساهم في تعزيز السرديات السلبية؛ وبالتالي الرسالة الإعلامية الفاعلة هي التي تنطلق من فهم عميق للصورة الذهنية القائمة، وتحدد بدقة الفجوة المطلوب معالجتها؛ لتتحول من مجرد رد فعل إلى فعل استباقي يعيد صياغة المعنى، ويعزز الثقة، ويجعل الإعلام أداة لبناء الصورة الذهنية الإيجابية، لا مجرد وسيلة دفاعية.

2- الاحترافية في بناء الصورة الذهنية، وأثرها على التأثير الإعلامي، وال جماهيري:  
تكتسب قضية بناء الصورة الذهنية أهمية خاصة؛ لاسيما في ظل الأحداث الجيوسياسية، وتحولاتها السياسية، والعسكرية، والاقتصادية؛ حيث يصبح فهم ديناميكيات صناعة الصورة عاملاً إستراتيجياً مؤثراً، وقد قدم المشاركون مادة ثرية تناولت جوانب متنوعة مع التركيز على نماذج عالمية لكيفية بناء الصور الذهنية لدى أنظمة إيديولوجية مختلفة مستندة إلى عوامل محددة، أبرزها: الرموز البصرية، والسرديات المنهجية؛ فكمثال توضح هوليوود عبر عقود طويلة كيف صاغت صورة الأمريكي: الولاء الوطني، والبطولة، والإنسانية الفائقة حتى عند تمثيل شخصيات إجرامية، أو غير أخلاقية مستخدمة أساليب احترافية عالية أحياناً مباشرة، وأحياناً مبطنه تبث رسائل مؤثرة دون أن يشعر المتلقي بالتأثير، وهو ما يعكس قوة الصورة المرئية في التأثير العاطفي، والفكري، وهنا تتجلى أهمية الاحترافية في بناء الصورة الذهنية؛ وذلك لما لها من قوة تأثيرية تفوق الخطابات التقليدية؛ إذ يسهل تلقيها، وتتميز بجاذبيتها البصرية، وقدرتها على الوصول إلى جمهور واسع، ومتعدد الخلفيات، وقد ورد عن الرسول ﷺ: "ليس الخبر كالمعاينة"، وقال العرب: "ليس من رأى كمن سمع". هذه الحكمة تؤكد أن الصورة المباشرة، والتجربة البصرية تفوق أي نقل لفظي في التأثير، والفهم؛ مما يبرز ضرورة الاستثمار المهني في بناء صور ذهنية قوية، وموثوقة.

3 - بناء الكفاءة البصرية في الاتصال المؤسسي: دور مهارات التواصل المرئي في تعزيز الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية:

تُعَدُّ تنمية مهارات التواصل المرئي لدى العاملين في المجالات الإعلامية، والاتصالية أحد المراكز الأساسية في إدارة الصورة الذهنية للدول، خصوصاً في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها المجال الاتصالي، والتقني؛ فالصورة المرئية لم تُعَدَّ عنصراً مكملًا للخطاب الإعلامي؛ بل أصبحت مكوناً رئيساً في إنتاج المعنى، والتأثير الوجداني، وصياغة الإدراك العام.





وإلاحظ في السياق السعودي- كما في العديد من البيئات العربية- وجود فجوة نسبية في مهارات بناء الصورة الإعلامية، وقراءتها، وتحليل دلالاتها؛ حيث لا تزال الممارسة الاتصالية- في كثير من الأحيان- تتعامل مع الصورة؛ بوصفها عنصرًا توضيحيًا، لا أداة إستراتيجية لصناعة الرسائل، ويرتبط هذا التحدي جزئيًا بالسياق التاريخي لتطور الاتصال البصري في المنطقة الذي لم يمنح الصورة المكانة المركزية التي اكتسبتها في النماذج الإعلامية العالمية المعاصرة؛ فمن هنا يفرض هذا الواقع الحاجة إلى تطوير أدوات جديدة في صياغة الخطاب الإعلامي تقوم على دمج الوسائط المتعددة، وإعادة الاعتبار للبعد البصري؛ بوصفه حاملًا للرسالة، وليس تابعًا لها، وفي هذا الإطار برز ما يُعرف بـ «علم اللغة الإشهاري»، ومن ضمن فروعه: «علم الصورة الإشهاري» الذي يدرس سيميائية الصورة، وتحليل مضامينها البصرية، واللغوية، وآليات تأثيرها في تشكيل الصور الذهنية، والأنماط الثقافية، والسياسية، والاجتماعية لدى الجمهور.

وتؤكد الدراسات الحديثة- في هذا المجال- أن الصورة الإلكترونية الواحدة قد تؤدي وظيفة معجم لغوي كامل؛ بما تختزنه من رموز، ودلالات قادرة على تجاوز الحواجز اللغوية، والثقافية، وقد برهنت التجارب الإعلامية العالمية على قوة الصورة في تشكيل الوعي الجمعي؛ حيث أسهمت صور مفصلة في تحفيز تفاعلات إنسانية واسعة النطاق، وتوجيه الرأي العام العالمي؛ بما يعكس قدرة الصورة على إنتاج أثر وجداني، وسياسي يتجاوز حدود النص المكتوب، وفي ضوء ذلك تبرز أهمية مراجعة آليات إعداد المتحدثين الرسميين، والمسؤولين عن التواصل الحكومي؛ بحيث لا يقتصر التأهيل على مهارات الخطاب اللفظي؛ بل يشمل تدريبًا منهجيًا على إدارة المحتوى البصري، وتكامل عناصره اللغوية، والمرئية، ويشمل ذلك القدرة على اختيار الصور المناسبة، وفهم أبعادها الرمزية، وتقدير تأثيرها النفسي، والثقافي؛ بما يضمن تحقيق الرسالة الاتصالية المستهدفة، وتعزيز الاتساق بين المحتوى المنشور والصورة الذهنية المراد ترسيخها؛ وعليه فإن الاستثمار في بناء الكفاءة البصرية المؤسسية يمثل خطوة ضرورية ضمن إستراتيجية أوسع لإدارة الصورة الذهنية للمملكة تقوم على تأهيل الكوادر الاتصالية علميًا، ومهاريًا، وتبني مقاربات حديثة تستوعب التحولات الرقمية، وتوظف القوة الدلالية، والوجدانية للصورة المرئية؛ بوصفها أداة محورية في صناعة الإدراك الدولي المعاصر.



## • التحول الرقمي، والذكاء الاصطناعي، وتأثيرهما في فاعلية الصورة المرئية، وفهم الجمهور العالمي:

1 - تأثير التكنولوجيا، والثقافة على فاعلية الصورة المرئية في الإعلام، والدبلوماسية العامة: أدت التطورات التكنولوجية الحديثة، ولاسيما تقنيات الذكاء الاصطناعي، والمعالجة الرقمية المتقدمة إلى انتشار واسع للصور، والفيديوهات المفبركة عالية الجودة؛ بما يجعل من الصعب تمييز المحتوى الحقيقي عن المزيف، وأسفر هذا الوضع عن تراجع موثوقية الصورة المرئية كأداة لإيصال الرسائل؛ بحيث أصبح السؤال الأول الذي يطرحه المتلقي عند مشاهدة أية صورة بارزة هو: هل هي حقيقية، أم معدلة تقنياً (Deepfake، CGI)؟ وعلاوة على ذلك يعتمد تأثير الصورة بشكل كبير على الخلفية الثقافية للجمهور المستهدف؛ حيث يمكن لصورة واحدة أن تولّد ردود فعل متباينة تتراوح بين الإعجاب، والتأييد أو الشك، والتحفّظ؛ وفقاً للمعايير الثقافية، والقيم الاجتماعية للمجتمع المتلقي، كما أن الاستجابة لصورة مرئية تتأثر - أيضاً - بالسياق السياسي، والاجتماعي الذي تُعرض فيه؛ بما في ذلك المشاعر المسبقة تجاه الدولة، أو المؤسسة المرسلة للرسالة؛ فهذه العوامل تجعل من الضروري تطوير إستراتيجيات إعلامية، ودبلوماسية عامة تراعي ليس فقط دقة المحتوى؛ بل أيضاً فهم طبيعة الجمهور المستهدف، وميوله الثقافية، والاجتماعية؛ لذلك تصبح الحاجة ملحة لتعزيز التدريب المهني لممارسي الإعلام، والدبلوماسية العامة على استخدام أدوات التحليل الرقمي، ومراجعة المصادر، وفهم ديناميكيات التأثير الثقافي، هذا بالإضافة إلى تطوير إستراتيجيات لمكافحة التضليل البصري، وحماية مصداقية الصورة المرئية في صناعة الانطباعات، وبناء السرديات الوطنية، والدولية.

## 2 - إستراتيجية مخاطبة الجمهور المستهدف بفعالية ما:

تكتسب مسألة "مخاطبة الخارج بطريقة تثير الانطباع الداخلي" أهمية بالغة في سياق الإعلام الخارجي، والدبلوماسية العامة؛ إذ تمثل إحدى التحديات الرئيسية التي تواجه المؤسسات، والجهات الرسمية؛ وذلك عند توظيف الصور المرئية، والرسائل الإعلامية؛ فصياغة المحتوى بأسلوب لا يتوافق مع ثقافة الجمهور الخارجي، وتوقعاته، أو إغراقه بالمواد المرئية بشكل مفرط قد يؤدي إلى شعور المتلقي بالملل، أو النفور؛ وبالتالي تراجع تأثير الرسالة، وعلاوة على ذلك؛ فإن الرسائل المباشرة من الجهات الرسمية قد تُفسر لدى الجمهور الخارجي على أنها شكل من أشكال الدعاية؛ مما يضعف جاذبيتها، وقدرتها على التأثير، ويجدُّ من فعاليتها في بناء صورة ذهنية إيجابية، كما أن اعتماد سرديات محلية تقليدية على حساب الإبداع، والتجديد في الرسائل الموجهة للخارج يجعلها أشبه بمخاطبة الذات؛ بدلاً من مخاطبة الجمهور المستهدف؛ مما يقلل من فرص تحقيق التأثير المطلوب.



ولذلك يتطلب تعزيزُ فعالية الإعلام الخارجي، والدبلوماسية العامة مزيدًا من التعليم، والتدريب المهني المستمر إلى جانب تطوير المهارات، والاحترافية لدى ممارسي الإعلام في تصميم الرسائل، وتوظيف الصور المرئية، ويشمل ذلك القدرة على فهم الثقافة المستهدفة، وتكييف الرسائل؛ لتتناسب قيمها، ومفاهيمها مع مراعاة عنصر الإبداع في العرض؛ بحيث تتحول الصور، والرسائل الإعلامية إلى أدوات مؤثرة تسهم في بناء انطباعات إيجابية عن الدولة، وتعزز حضورها الإقليمي، والدولي؛ فيمكن القول: إن نجاح أية إستراتيجية إعلامية خارجية يعتمد على الجمع بين المهنية والقدرة على الابتكار، وفهم السياق الثقافي إلى جانب الاستخدام المتوازن للوسائط المرئية؛ بما يضمن وصول الرسائل إلى الجمهور المستهدف بطريقة مقنعة، وجاذبة؛ وذلك بعيدًا عن الانطباعات السطحية، أو التفسيرات الخاطئة.

#### • إدارة السمعة الدولية، والتعامل الإستراتيجي مع الصور السلبية، والنقد الخارجي:

##### 1 - إستراتيجية التعامل مع الصور السلبية في الإعلام الخارجي:

تمثل الصور السلبية المنتشرة عن المملكة في الخارج تحديًا بالغ الأهمية للإعلام الخارجي، والدبلوماسية العامة؛ إذ يمكن أن تؤثر على الانطباع العام عن الدولة، ومؤسساتها، ومواطنيها، ومن هذا المنطلق يُعَدُّ قبول وجود بعض هذه الصور كأمر طبيعي انعكاسًا لمواقف من الحسد، أو المنافسة، أو نتيجة للنجاحات، والتطور الذي تعيشه المملكة، كما يُعَدُّ موقفًا واعيًا يقلل من استنزاف الموارد، والطاقت في الرد على كل محتوى سلبي بشكل فوري، وغير مدروس؛ فالإفراط في الرد المباشر على كل محتوى مرئي سلبي قد يؤدي إلى نتائج عكسية؛ حيث يساهم بعض الأفراد، أو الجهات في إعادة إنتاج هذه الصور، ونشرها؛ مما يزيد من دائرة انتشارها، وتأثيرها على الجمهور المستهدف؛ لذلك يصبح من الضروري اعتماد مبدأ الانتقائية المهنية في تحديد الأولويات؛ وذلك بالتركيز على المحتوى الذي يمتلك انتشارًا واسعًا، وتأثيرًا كبيرًا مع مراعاة أن نوعية الرد تُعَدُّ أهم من الكم؛ فكلما كانت الردود دقيقة، ومدروسة كانت أكثر فاعلية.

وفي حالات المحتوى الفردي، أو محدود الانتشار غالبًا ما يكون التجاوز عن الرد أفضل من الدخول في جدال مباشر؛ حيث إن التفاعل المباشر يمكن أن يرفع شهرة المادة السلبية دون قصد، وبدلاً من ذلك يُنصح بتوظيف المنصات الرسمية لتقديم المعلومات الصحيحة، والمحتوى المرئي الإيجابي الذي يوضح الإنجازات، والحقائق دون إعادة إنتاج الرسالة السلبية نفسها، وتشير التجارب العملية إلى أن التفاعل العفوي من قبل الأفراد على وسائل التواصل الاجتماعي قد يعزز انتشار المحتوى السلبي، بينما يمكن للجهات الرسمية، مثل: وزارة الخارجية، ووسائل الإعلام الحكومية أن تقدم ردودًا عقلانية، ومدروسة تحقق أثرًا أكبر دون الدخول في صراعات مباشرة مع المصادر، هذا مع الحفاظ على المصداقية، والرصانة الإعلامية.



وفي هذا الإطار يمثل التوازن بين الرد الانتقائي ونشر المعلومات الصحيحة، وعدم الانجرار خلف كل محتوى سلبي إستراتيجية أساسية لحماية الصورة الذهنية للمملكة، كما يعكس هذا النهج وعيًا بكيفية تأثير وسائل الإعلام الحديثة، وتوظيف الردود الرسمية بطريقة تعزز الثقة بالنفس، والسياسات الوطنية، وتُجَدُّ من انتشار التشويش الإعلامي، والتضليل، وباختصارٍ يشملُ التعاملُ المهني مع الصور السلبية ثلاثة عناصر أساسية: الانتقائية في الرد، والتركيز على النوعية، والمصادقية، واستخدام المنصات الرسمية لنشر الحقائق بشكل إستراتيجي؛ بما يعزز الصورة الذهنية للمملكة داخليًا، وخارجيًا، ويحدُّ من تأثير الصور السلبية على الرأي العام.

**2 - الإستراتيجية المثلى في التعامل مع الصور السلبية: متى يتم الرد، ومتى يتم التجاهل:**  
تأثير تجاهل الصور السلبية يعتمد على طبيعة الصورة، ومصدرها، ولا يمكن تبني نهج موحد لكل الحالات؛ وذلك على النحو الآتي:

**أ - الصور الهامشية، أو ذات المصدر الضعيف:** الرد على هذه الصور غالبًا ما يؤدي إلى زيادة انتشارها؛ إذ يحوّلها من محتوى محدود التأثير إلى محتوى متداول، وملفت للانتباه؛ مما يضاعف "كرة الثلج" السلبية؛ بدلًا من الحدّ منها.

**ب - الصور واسعة الانتشار، أو المؤثرة على جمهور كبير:** في هذه الحالة قد يؤدي الصمت إلى السماح للصورة بالنمو بشكل غير مراقب؛ إذ تبقى دون رقابة، أو ردّ يحدُّ من تأثيرها؛ مما يجعل ضرورة اتخاذ إستراتيجية دقيقة للرد، أو إدارة المحتوى أمرًا أساسيًا.

فإدارة الصور السلبية تتطلب تحليلًا دقيقًا لكل حالة قبل اتخاذ أي قرار؛ فمن المهم أولًا - تقييم مدى تأثير الصورة على الرأي العام المحلي، والدولي، ومدى انتشارها على المنصات الرئيسية، بالإضافة إلى تقييم نوايا المصدر، وطبيعة الجمهور المستهدف، وبعد ذلك يتم تحديد النهج الأنسب من جهة تجاهل الصور الثانوية التي لا تشكل تهديدًا كبيرًا، والرد بحرفية، ومهنية على الصور ذات التأثير الكبير؛ وذلك مع استخدام بيانات دقيقة، وحقائق واضحة لتصحيح المعلومات المغلوطة، كما ينبغي أن يُستند في هذه الإستراتيجية إلى مبدأ التوازن بين الصمت والحسم؛ بحيث لا يتحول الرد إلى حملة ترويح غير مقصودة للصور السلبية، ولا يصبح التجاهل سببًا لتكريسها لدى الجمهور؛ إذ يتطلب ذلك تدريب المسؤولين الإعلاميين، والدبلوماسيين على تقييم حجم التأثير، واختيار التوقيت، والأسلوب الأمثل للرد مع مراعاة الفروقات الثقافية في استقبال الرسائل؛ وعليه فإن نجاح إدارة الصور السلبية يكمن في القدرة على التمييز بين الصور التي تستحق الرد وتلك التي لا تستحقه مع التركيز على المعلومات الإيجابية، والمحتوى البناء الذي يعزز السمعة، والصورة الذهنية للدولة دون الانجرار وراء المبالغات، أو التضليل.



### 3 - الحساسية الذكية، وإدارة السمعة الدولية:

على المملكة أن تتبنى موقفًا متوازنًا بين الحساسية المفرطة واللامبالاة تجاه الصور السلبية المنتشرة عنها؛ فمن جهة لا يمكن تجاهل هذه الصور تمامًا؛ إذ تتواجد المملكة في مرحلة بناء سمعة جديدة بعد عقود من الصور النمطية السائدة عنها، ومن جهة أخرى ينبغي تجنب الانجرار وراء كل انتقاد صغير؛ مما قد يستنزف الموارد، والطاقات بشكل غير فعال، ويتطلب ذلك ما يمكن تسميته بـ "الحساسية الذكية" التي تنحصر في التعامل مع الصور، والمواد التي تمس الدين، والمصالح الكبرى، والرموز الوطنية، أو القيم الاجتماعية، وخصوصًا تلك التي تصدر عن جهات مؤثرة، وبالمقابل يجب تجاهل المحتوى الصادر عن حسابات هامشية، أو بدافع الحسد لتقليل التأثير غير الضروري بالصورة الرقمية السلبية، ولبناء قدرة على إدارة النقد بشكل مهني يجب تطوير مناعة وطنية مجتمعية، ومؤسسية ضد الحساسية المفرطة من خلال الخطوات الآتية:

أ - تدريب المسؤولين، والإعلاميين على اعتبار النقد فرصة للتطوير، وليس فشلًا، والاستفادة من النقد البناء كأداة لتحسين الأداء الإعلامي، والسياسي.

ب - فصل النقد الموجه للسياسات عن النقد الموجه للهوية الوطني؛ وذلك من خلال معرفة ما يأتي:

- أن النقد السياسي قابل للنقاش، والرد بشفافية مع تأكيد مراجعة السياسات بشكل دوري؛ وذلك لبناء الثقة داخليًا، ودوليًا.

- أن النقد الذي يمس الهوية الوطنية يتطلب استجابة مؤسسية حاسمة مع اتخاذ الإجراءات الدبلوماسية، والقانونية إذا لزم الأمر.

ج - تعزيز القوة الناعمة السعودية: يتجلى النجاح في رسم صورة إيجابية عبر استمرار المملكة في جذب الاستثمارات، والسياح، والشراكات العالمية؛ وذلك على الرغم من وجود بعض الصور السلبية مع قياس الأداء من خلال النتائج الواقعية، مثل: عدد الزوار، والمستثمرين الفعليين، لا عدد المنتقدين، ويعتمد معيار النضج الحقيقي في إدارة السمعة الدولية على فهم نية الناقد قبل تحديد طريقة الرد؛ بدلًا من الردود العاطفية الموحدة مع التركيز على نشر الإنجازات، والحقائق الإيجابية بشكل إستراتيجي لتعزيز الصورة الذهنية للمملكة على المستويين: المحلي، والدولي.





#### 4 - إدارة النقد الدولي، والصورة الذهنية:

تتعرض جميع الدول - بدرجات متفاوتة - للانتقادات، والحملات الإعلامية، وتزداد هذه التعرضات مع أهمية الدولة، ودورها في الشؤون الدولية، كما هو الحال بالنسبة للمملكة العربية السعودية؛ فمثلًا: الولايات المتحدة الأمريكية تُعَدُّ من بين أكثر الدول تعرضًا للنقد الإعلامي، وهذا الواقع لا يعني التسليم بالانتقادات، أو تجاهلها؛ بل يشير إلى ضرورة التعامل مع الإعلام الخارجي بموضوعية، وتجنب المبالغة في الحساسية، أو الانفعال العاطفي؛ فالإعلام الخارجي لا يعمل بمعزل عن المحيط السياسي، والاجتماعي، والاقتصادي، ولا يمكنه تغييب الحقائق، أو تجاوز السياقات المحلية، والدولية التي تؤثر في الرأي العام.

ومن المهم إدراك أن لا الإعلام الخارجي، ولا الدبلوماسية العامة يمتلكان قدرة سحرية على استبدال الصور الذهنية القائمة بأخرى جديدة؛ بل يجب أولاً - دراسة الصور الحالية مقارنة بالصورة المستهدفة بعقلانية، وواقعية لتحديد الجوانب التي تحتاج إلى تصحيح داخلي، وإصلاح ممارسات قد تؤثر سلبيًا على سمعة الدولة؛ إذ إن جزءًا كبيرًا من تحسين الصورة الذهنية الدولية ينبع من التغييرات الداخلية، وإصلاح القصور، وليس من الرد العاطفي على الانتقادات فقط؛ لذلك يجب أن يستند أي رد على منهجية علمية متكاملة تراعي جميع أبعاد الموضوع، وتبني سرديّة واضحة، وموثوقة تجمع بين المصداقية والتأثير، والفاعلية، ويتعين أن يكون الرد بعيدًا عن الانفعال، أو مجرد مواجهة الانتقادات، ويستثمر السرديات القائمة التي بنت المملكة من خلالها رأس مالها القيمي؛ وذلك مع تأكيد التزامها بالمصالح الوطنية، ودورها الريادي، ومبادئها الإسلامية، والأخلاقية، وإسهامها في صيانة السلم العالمي؛

فبهذه الطريقة يصبح التعامل مع النقد الدولي أداة لتعزيز الصورة الذهنية للدولة، لا مجرد رد فعل مؤقت على حملات إعلامية، ويُرسخ مصداقية المملكة على الصعيد الدولي، ويعزز ثقة المجتمعات المستهدفة في رسائلها.

#### • تفكيك الصور النمطية، وإدارة الاختلاف القيمي في الخطاب الإعلامي الدولي:

##### 1 - تفكيك الصور النمطية عن المملكة:

تعاني المملكة العربية السعودية من صور نمطية متجذرة في الإعلام الغربي تركز - غالبًا - على الثروة النفطية، والطبيعة المحافظة، وحقوق المرأة، وربط المملكة بالصراعات الإقليمية، وتستغل هذه الصور من قبل جهات إقليمية، ومجموعات معارضة لإدامة هذه الانطباعات لأطول فترة ممكنة مع إغفال الإصلاحات، والتغييرات الإيجابية التي تجري في المملكة؛ لذا يجب - دائمًا - تجنب الرد الفوري على الضغوط، والانتقادات قبل دراسة هذه الصور، وتحليلها من مختلف الزوايا.



وتبدأ الإستراتيجية الفعالة بتحديد أكثر الصور السلبية شيوعًا، وتأثيرًا، وتحليل الجهات المرددة لها، والأسباب المحتملة لتكوينها التي قد تكون تاريخية، وسياسية نابعة من الحسد، أو التنافس، أو نتيجة ممارسات غير صحيحة من جانب المملكة، أو مواطنيها، كما ينبغي مراعاة اختلاف الدوافع، والتفسيرات حسب المنطقة، أو الفئة، مثل: الصورة النمطية لـ "الثري الخليجي" التي قد تتباين أسبابها بين جمهور، وآخر؛ ولذلك لا توجد وصفة واحدة لمعالجة الصور النمطية؛ إذ يتطلب تعديل الانطباعات جهودًا متعددة المستويات: بحثية، وإعلامية، وثقافية، وقانونية، واتصالية مصحوبة بممارسات فعلية لتصحيح الأخطاء، والسلبيات الفعلية التي تعزز هذه الصور، أو تُستغل ضد المملكة، ويجب أن تكون هذه الجهود جزءًا من إستراتيجية شاملة؛ وذلك لتعزيز صورة المملكة بشكل متوازن، وموضوعي على الصعيد الدولي.

## 2 - إدارة الاختلاف القيمي: مقارنة إستراتيجية لمعالجة الصور النمطية:

عند التعامل مع الصور النمطية التي يُنظر إليها على أنها سلبية من منظور خارجي، لكنها تُعدّ مشروعةً، أو إيجابيةً ضمن السياق المحلي، مثل: المحافظة على المرأة، والنمط الديني المحافظ، أو عزلة بعض المثقفين الذين يتبنون الفكر التنويري الغربي- تصبح الحاجة إلى مقارنة معرفية إستراتيجية تتجاوز الدفاع المباشر واضحة؛ لتصبح ضمن إطار إدارة الاختلاف القيمي؛ فالقضية الأساسية ليست في نفي هذه التصورات، أو تأكيدها؛ بل في إعادة تأطيرها ضمن مرجعية ثقافية، ودينية متماسكة؛ باعتبارها خيارات حضارية قائمة على منظومة قيمية مستقلة، وهذا يتطلب بناء خطاب يميز بين ما هو "كوني"، وما هو "محلي"؛ بحيث يُعرض الموقف المحلي كإطار متماسك للهوية، والقيم، لا كحالة انغلاق، أو رفض للآخر؛ فالفاعلية الإعلامية- في هذا السياق- تعتمد على القدرة على الانتقال من خطاب التبرير إلى خطاب التفسير؛ بل وإدماج خطاب المبادرة الذي يوضح الأسس الأخلاقية، والاجتماعية لهذه المواقف، ويبرز آثارها على الاستقرار الاجتماعي، والاقتصاد، والسياسة المحلية، وفي المقابل استنساخ الخطاب التنويري الغربي دون تمحيص قد يؤدي إلى اغتراب معرفي، وثقافي، ويضعف تماسك الخطاب المحلي، ويخلق فجوة بين النخب والمجتمع، وقد يوقع في المحذور الشرعي، والأخلاقي، وبناء على ذلك؛ فإن التوازن الفعّال يقوم على ثلاثة عناصر رئيسة، هي كالآتي:

أ - الثقة بالذات الحضارية، وإدراك قوة المنظومة القيمية المحلية.

ب - الانفتاح الواعي على السياقات العالمية، دون التنازل عن المبادئ الأساسية.

ج - إنتاج سردية أصيلة قادرة على مخاطبة العالم تعتمد على الواقع المحلي، والهوية الثقافية؛ بدلاً من مجرد الإبهار بالاقتباس من فلاسفة التنوير، أو تقليد الخطاب الغربي.



ويعتبر إنتاج السردية المتماسكة الذي يجمع بين الخطاب الأخلاقي والثقافي، والفني هو الجوهر الحقيقي للنشاط الثقافي، ويحول الإعلام من مجرد أداة دفاعية إلى وسيلة إستراتيجية لإعادة تشكيل الصورة الذهنية على المستويين: المحلي، والدولي.

### 3 - تفكيك السرديات الثنائية، ودور الصورة المرئية في إعادة تشكيل الصورة الذهنية:

تسهم ثنائية الصورة النمطية في تعقيد عمليات إعادة تشكيل الإدراك العام؛ إذ تتجاوز الصور الذهنية- في كثير من الأحيان- حدود ما تبثه الوسائط المرئية؛ لتستقر داخل أذهان الجمهور ضمن أنماط تفسيرية ميسرة تقوم على تقلبات حادة من قبيل «إيجابي/سلبى»، أو «مهيمن/تابع»، ولا تتشكل هذه الثنائية نتيجة المحتوى الإعلامي وحده؛ بل تنشأ من تفاعل مركب بين الخبرات الشخصية والتراكمات التاريخية، والانحيازات الإدراكية، الأمر الذي يمنحها درجة عالية من الرسوخ، ويجعل تغييرها أكثر تعقيداً من مجرد تعديل الخطاب الإعلامي، وتكشف البيئة الرقمية المعاصرة- خاصة مع الانتشار الواسع لمنصات التواصل الاجتماعي- عن قدرة الممارسات الفردية المحدودة على التحول إلى مؤشرات رمزية يجري تعميمها على مجتمع كامل؛ فالسلوك الذي يُفهم محلياً؛ بوصفه حالة فردية قد يُعاد تأويله خارجياً؛ باعتباره تعبيراً عن نمط ثقافي عام، خصوصاً عند إعادة إنتاجه، وتداوله بكثافة داخل الفضاء الرقمي، وهنا يظهر أثر ما يمكن وصفه بـ «التعميم الإدراكي»؛ حيث تتحول الحالات الاستثنائية إلى قوالب ذهنية مستقرة يصعب تفكيكها لاحقاً، ويزداد تعقيد الصورة الذهنية النمطية عندما تتعرض إلى تغذية مقصودة عبر سرديات إعلامية ميسورة تسعى إلى إعادة تأطير العلاقات الإقليمية ضمن ثنائيات اختزالية سهلة التداول، وتنتج هذه السرديات؛ لأنها تقدم تفسيراً سريعاً لعلاقات سياسية، واقتصادية، واجتماعية معقدة؛ مما يعزز قابلية انتشارها، وتبنيها داخل الرأي العام الخارجي، ولا تتحقق مواجهة هذا النوع من التشويه عبر النفي المباشر، أو الخطاب الدفاعي؛ بل من خلال تفكيك البنية الثنائية ذاتها، وتقديم سرديات تفسيرية أكثر تركيئاً تعكس تعددية الأدوار، وتوازن المصالح داخل المنظومة الخليجية، والإقليمية، ويقتضي ذلك إعادة تأطير العلاقات ضمن مفاهيم، مثل: الشراكة السيادية، والتكامل الوظيفي؛ بما يبرز طبيعة العلاقات القائمة على التعاون المؤسسي، وتبادل المصالح، لا على منطق الهيمنة، أو التبعية، كما يبرز تحدٍ إضافي يرتبط بطبيعة التفاعل الإعلامي في الفضاء الرقمي؛ حيث تسهم كثافة الطرح العاطفي منخفض القيمة في إضعاف فعالية الرسائل الاتصالية الموجهة للخارج، وتشتيت الجمهور المستهدف، وإتاحة المجال لتضخيم الانطباعات السلبية، ويزداد الأمر تعقيداً في ظل وجود حسابات غير موثوقة، أو موجهة تستثمر الخطاب الانفعالي لإثارة التوترات، وتعزيز الاستقطاب الإعلامي.



## وتشير التجربة الإعلامية الرقمية إلى ضرورة الانتقال من منطق رد الفعل إلى الفعل الاستباقي؛



ويشمل ذلك تطوير  
محتوى بصري  
**مختصر، وذكي**  
يتلاءم مع طبيعة  
المنصات الرقمية  
السريعة، مثل X  
و TikTok؛

03



بينما يتطلب التعامل  
الفاعل معها إنتاج  
**محتوى مرئي استباقي**  
قادر على التأثير في  
اللحظة الأولى لتشكيل  
الانطباع،

02



**فالسرديات المضللة**  
تعتمد -أساساً- على  
سرعة الانتشار، وتسبق  
تشكيل التفسير لدى  
الجمهور،

01

حيث لم يَعد الفضاء الرقمي  
مجرد قناة لنقل الرسائل؛  
بل بيئة متكاملة لإنتاج الوعي،  
وصناعة الإدراك





ويستدعي الحضور الفاعل في هذا الفضاء تنسيقاً مؤسسياً بين الجهات الرسمية والنخب الإعلامية، وصنّاع المحتوى، والمؤثرين؛ وذلك لضمان اتساق الرسائل، وتكرارها عبر صيغ متعددة تعزز رسوخ السردية البديلة، وتمنحها قابلية الانتشار، والاستدامة، ويظل الاتساق بين الخطاب والممارسة العامل الحاسم في بناء الصورة الذهنية المستقرة؛ فكلما عكست السياسات الواقعية أنماطاً واضحة من التعاون، والتكامل، والتنمية المشتركة تراجعت قدرة السرديات السلبية على التأثير، وتعززت مصداقية الصورة الوطنية في الوعي الدولي، وفي هذا السياق تتجاوز الصورة المرئية كونها أداة إعلامية؛ لتصبح عنصراً إستراتيجياً في بناء الهوية البصرية العالمية من خلال توظيف رموز لونية، وجمالية عابرة للغات، والثقافات، واستخدام ومضات بصرية سريعة تتوافق مع إيقاع العصر الرقمي، وتحويل المواقع الطبيعية، والتنمية إلى خلفيات بصرية مألوقة عالمياً، إضافة إلى دمج المعالم الوطنية داخل البيئات التفاعلية، ومنصات الألعاب الرقمية لصناعة ذاكرة بصرية ممتدة لدى الأجيال الجديدة، كما يسهم تحسين المشهد الحضري، والحدّ من التلوث البصري في تعزيز مصداقية الصورة المتداولة عالمياً؛ بحيث تنشأ الصورة الذهنية من التجربة المباشرة، والجمال المشاهد، لا من الخطاب التلقيني؛ وبذلك يتحقق توطين الصورة الذهنية للمملكة عبر التفاعل الحي، والتجربة الواقعية؛ بوصفها الأساس الأكثر استدامة في صناعة الإدراك الدولي المعاصر.

#### 4 - إدارة الإدراك الإستراتيجي عبر الصورة المرئية: تفكيك السرديات الاختزالية:

لا تتمثل المواجهة الفاعلة للسرديات السلبية في الخطاب الدفاعي المباشر؛ بل في إعادة تشكيل قواعد الإدراك التي تُبنى من خلالها الصورة الذهنية؛ فالإشكالية الأساسية تنشأ حين يُسمح للسرديات الثنائية المختزلة، مثل: ثنائية «الأخ الأكبر/التابع» بأن تتحول إلى إطار تفسيري مهيم يحدد طبيعة فهم العلاقات الإقليمية، ويؤدي القبول الضمني بهذه الثنائيات إلى منح الأطراف الأخرى القدرة على تأطير الواقع؛ وفق تصورات ميسرة لا تعكس تعقيداته الفعلية، ويقتضي تفكيك سردية الهيمنة المختلقة الانتقال من لغة النفي التقليدية إلى منطق الفرض الواقعي القائم على تقديم بدائل تفسيرية أكثر اتساقاً مع الوقائع، ويمكن تحقيق ذلك عبر ثلاثة مسارات تكاملية مترابطة؛ وذلك على النحو الآتي:

#### أولاً - الانتقال من الخطاب الإنشائي إلى البرهان الوظيفي:

لا تتحقق مواجهة الاتهامات الرمزية عبر الإنكار اللفظي؛ بل عبر ترسيخ سردية الشراكة السيادية القائمة على المصالح المتبادلة؛ فالمشروعات الاقتصادية، والتنمية التكاملية التي تقودها المملكة تمثل دليلاً عملياً على نمط علاقات يقوم على التعاون، والتنمية المشتركة، وتحويل هذه الوقائع إلى محتوى بصري استباقي يسهم في بناء إدراك إيجابي قبل تشكّل السرديات المنافسة؛ بحيث تصبح الصورة المرئية أداة وقائية لإدارة الانطباع العام، لا وسيلة رد لاحق.





### ثانيًا - فلتره الفضاء الرقمي، وضبط الإيقاع الاتصالي:

يشكل الطرح الانفعالي منخفض القيمة داخل الفضاء الرقمي أحد أبرز الثغرات الإدراكية التي يمكن استثمارها لتعزيز الصور النمطية السلبية؛ فالتفاعل العاطفي المكثف يشنت الرسالة الاتصالية، ويضعف وضوح السردية الوطنية، وتبرز الحاجة إلى وعي رقمي جمعي يدرك أن الرد الرصين، أو الصمت الإستراتيجي في بعض السياقات قد يكون أكثر تأثيرًا من الضجيج الإعلامي الذي يضاعف الانتشار غير المقصود للاتهامات.

### ثالثًا - الاستباقية الإعلامية؛ بوصفها آلية حماية إدراكية:

يتسم الفضاء الرقمي المعاصر بتشعب سردي مرتفع؛ حيث تميل الجماهير إلى تبني الرواية الأولى القادرة على تقديم تفسير مقنع، وسريع للأحداث؛ ومن ثَمَّ فإن امتلاك زمام المبادرة الإعلامية عبر تنسيق منهجي بين المؤسسات الرسمية والنخب الفكرية، وصنّاع المحتوى، والمؤثرين يَجِدُّ من قدرة السرديات المضللة على إيجاد مساحة انتشار؛ فالمحتوى المرئي الاستباقي لا يكتفي بتصحيح الصورة بعد تشوهها؛ بل يمنع تشكل التشويه من الأساس، ويبرز الاتساق بين الخطاب والممارسة؛ بوصفه العامل الحاسم في ترسيخ الصورة الذهنية المستقرة؛ إذ كلما عكست السياسات الواقعية نماذج واضحة من التكامل، والتعاون الإقليميين تراجعت قابلية الجمهور لتصديق القوالب الذهنية الاختزالية، وفي هذا الإطار تتحول الصورة المرئية إلى وسيط دلالي، ووجداني يعزز إدراك المملكة؛ بوصفها قوة استقرار وشريكًا تنمويًا، لا فاعلاً مهيمناً؛ وعليه فإن بناء الصورة الذهنية للمملكة لا يعتمد على تبرير المكانة، أو الدفاع عنها؛ بل على إدارة الإدراك الدولي من خلال سرديات بصرية واقعية متسقة مع الممارسة الفعلية؛ بما يعزز حضور المملكة كفاعل إقليمي يقوم دوره على الشراكة، والتوازن، وتحقيق المصالح المشتركة.

### • نماذج دولية لإدارة الصورة الذهنية:

تُظهر تجارب عدد من الدول، مثل: تركيا، واليابان، وماليزيا، وإندونيسيا، وحتى الكيان الإسرائيلي أن بناء صورة ذهنية إيجابية لدى الجمهور الخارجي لا يعتمد على التماهي القيمي مع المعايير الغربية؛ بل على إدارة واعية للتوازن بين الثبات على المرجعيات الدينية، والأخلاقية، والانفتاح البراغماتي على العالم، ولقد أدركت هذه الدول أن الصورة الذهنية لا تُبنى عبر الخطاب الدفاعي، أو التنازلات القيميّة، بل من خلال تقديم نموذج تنموي مستقر، وواقعي يعكس كفاءة الدولة، وقدرتها على تحقيق الرفاه، والاستقرار؛ مما يخفف من حدة التحيزات الإدراكية التاريخية.



ولم تتشكل هذه الصورة الإيجابية على الفور؛ بل تراكمت عبر سياسات متسقة، وممارسات واقعية على مدى عقود؛ بحيث أصبح الواقع الملموس يتعارض مع الصور النمطية السلبية، ويعيد تشكيل الإدراك الغربي تدريجيًا، وتركزت هذه الإستراتيجية على تقديم أدلة واقعية مستمرة أكثر من مجرد سرديات إعلامية مع تأكيد اتساق الخطاب مع الواقع الداخلي؛ وذلك لتقليل التناقض الدلالي في الرسائل، ولم تحاول هذه الدول تقديم نفسها كنموذج غربي، كما لم تتنازل عن المحرمات الدينية، والخصوصية الثقافية، وفي الوقت ذاته حافظت على قدرة التفاعل الإيجابي ضمن النظام الدولي.

وعزز هذا الاتساق المصادقية، وجعل الصورة المرئية امتدادًا طبيعيًا للواقع، وليس مجرد أداة تزيين، أو تحسين، كما استثمرت هذه الدول أدوات القوة الناعمة عبر التراث المحلي، والقيم الوطنية، والسياحة، والتعليم، والصناعات الثقافية لتقديم سرديّة بصرية، وإنسانية متماسكة تعكس تنوعها، واستقرارها مع تأكيد الثقة بالنفس، وأسهمت هذه الممارسات في نقل النقاش من القضايا الخلافية إلى مساحات الاهتمام المشترك؛ مما وفر قبولًا أوسع على الرغم من استمرار الاختلافات القيمية، وتشير هذه التجارب إلى أن بناء صورة ذهنية إيجابية لا يتطلب التنازل عن الثوابت؛ بل تحويلها إلى جزء من سرديّة متماسكة مدعومة بإنجازات واقعية، وفي السياق السعودي يتطلب تعظيم أثر الصورة الذهنية الاتساق بين التحول التنموي والخطاب المرئي مع إبراز الخصوصية الدينية، والحضارية للمملكة، خصوصًا فيما يتعلق بالقيم الأخلاقية، مثل: موقف المملكة من المثلية الجنسية، والمخدرات، والخمر، والدعارة، وهذا الموقف المبدئي يعزز الثقة، ويحدّ من تأثير الصور النمطية المتحيزة ضد المملكة، ويجعلها عنصر قوة في الخطاب الدولي.

#### • القوة الرمزية للصورة المرئية في التجربة السعودية: الحج، والعمرة - نموذجًا إدراكيًا عالميًا:

لم تعد الصورة المرئية- في العصر الاتصالي الحديث- مجرد وسيلة لنقل الحدث، أو توثيقه؛ بل تحولت إلى أداة مركزية في إنتاج المعنى، وتشكيل الوعي الجمعي لدى الجماهير العالمية، ويمكن قراءة تجربة المملكة العربية السعودية في إدارة الحج، والعمرة؛ بوصفها نموذجًا تطبيقيًا متقدمًا يجسد الدور الدلالي، والوجداني للصورة في بناء الصورة الذهنية للدول؛ فالمشاهد البصرية القادمة من الحرمين الشريفين، والمشاعر المقدسة لا تعكس فقط مستوى التنظيم، والخدمات المقدمة لضيوف الرحمن؛ بل تحمل منظومة رمزية عميقة ترتبط بمعاني العناية، والمسؤولية، وشرف الخدمة.



وُستقبل هذه الصور عالميًا بوصفها خبرة وجدانية قبل أن تكون معلومة إعلامية؛ إذ تتحول المشاهد المنظمة للحشود، والخدمات الإنسانية، والتقنيات الحديثة إلى مشاعر جماعية من الطمأنينة، والثقة، والانبهار، ويتجلى البعد السردى للصورة- بوضوح- خلال مواسم الحج، والعمره؛ حيث يمثل كل مشهد مرئي خلاصة عملية مؤسسية طويلة تشمل التخطيط الإستراتيجي، والاستثمار في البنية التحتية، والتطوير التقني، والعمل الإداري المتكامل، وما يصل إلى الجمهور العالمي هو اللحظة المكتملة بصريًا، بينما يشكّل الجهد المؤسسي غير المرئي النص العميق الذي يمنح الصورة قوتها التأثيرية، واستدامتها الإدراكية، وعندما يتكامل البعد الديني مع البعد التنموي في إدارة هذه الشعيرة العالمية تتحول الصورة المرئية إلى تجسيد لهوية وطن، ورسالة دولة في آنٍ واحد؛ فالمشهد البصري للحج، والعمره يعيد إنتاج صورة ذهنية عن المملكة تجمع بين كفاءة الإدارة الحديثة والبعد الإنساني في الخدمة، والعمق الروحي المرتبط بالمكانة الدينية.

وبهذا المعنى لا يُنظر إلى نجاح إدارة الحشود، وخدمة الحاج، والمعتمرين، باعتباره إنجازًا تشغيليًا فحسب؛ بل باعتباره موردًا بصريًا إستراتيجيًا يسهم في تشكيل إدراك عالمي إيجابي للمملكة، ويتحقق هذا التأثير من خلال التفاعل بين الدلالة التي تحملها الصورة، والأثر الوجداني الذي تتركه لدى المتلقي، وهو ما يمنح التجربة السعودية قدرة استثنائية على التأثير العابر للثقافات، واللغات، ويفرض هذا الواقع تحولًا في فهم دور الاتصال المؤسسي؛ إذ لم تعد القضية محصورة في إنتاج الصورة، أو تحسين جودتها التقنية؛ بل في إدارة معناها بعد انتشارها عالميًا، وفهم كيفية توظيف أثرها الإدراكي طويل المدى؛ فالصورة تُلتقط في لحظة زمنية محدودة، لكنها تسهم في إعادة تشكيل التصورات الدولية لسنوات ممتدة؛ وعليه يبرز سؤال إستراتيجي يتجاوز البعد الإعلامي التقليدي هو: هل تقتصر الحاجة على تطوير الصورة المرئية ذاتها، أم تمتد إلى بناء وعي مؤسسي قادر على قراءة دلالات الصورة، وإدارة تأثيرها في تشكيل إدراك العالم للمملكة العربية السعودية؟ إن الإجابة عن هذا السؤال تمثل مدخلًا أساسيًا للانتقال من مرحلة إنتاج الصورة إلى مرحلة إدارة الإدراك العالمي القائم على توظيف القوة الرمزية، والوجدانية للصورة المرئية ضمن رؤية إستراتيجية متكاملة.

## • استدامة الأثر الوجداني للصورة المرئية، وبناء السردية الوطنية للمملكة العربية السعودية:

لم يَعدّ التحدي المرتبط بالصورة المرئية للمملكة العربية السعودية مقتصرًا على جودة الإنتاج البصري، أو كفاءة عرض المشهد العام؛ بل بات يتمثل بصورة أعمق في بناء وعي إستراتيجي قادر على ضمان استدامة الأثر الوجداني للصورة، وتحويلها من حدث إعلامي لحظي إلى سردية وطنية عالمية مستقرة تسهم في تشكيل الإدراك الدولي طويل المدى تجاه المملكة، ويبرز في هذا السياق تحدّ محوري يتمثل في الفجوة المحتملة بين مستوى الوعي المجتمعي وتباين الأداء المؤسسي؛ إذ أصبح المواطن السعودي فاعلاً رئيساً في عملية التقييم، والرقابة المجتمعية يمارس دور العين الناقدة القادرة على التمييز بين التجارب الرقمية الناجحة التي عززت الثقة المؤسسية- مثل منصتي: (أبشر)، و(صحتي)- وأوجه القصور في بعض القطاعات الخدمية التي قد تنعكس بصورة مباشرة على بناء الصورة الذهنية العامة للدولة، وفي إطار التحول الوطني الذي تقوده رؤية المملكة 2030م أخذت الرقابة على الصورة الذهنية طابعاً تكاملياً متعدد المستويات؛ حيث تضطلع الهيئة العامة لتنظيم الإعلام بمتابعة المحتوى الإعلامي، وتنظيمه، في حين يتولى مركز التواصل الحكومي مهمة رصد الانطباعات العامة، وتحليلها، وتنسيق الرواية الرسمية للدولة، كما أسهمت منصات المشاركة المجتمعية، مثل: (استطلاع)، و(تواصل) في تعزيز قنوات الاتصال المباشر بين المواطن وصانع القرار؛ بما يدعم آليات التصحيح المستمر، ويحافظ على المكتسبات الوطنية، ويعزز موثوقية الصورة الذهنية للمملكة داخلياً، وخارجياً.

### التوصيات:

- 1- إعداد إستراتيجية وطنية شاملة لإدارة الصورة المرئية للمملكة تضبط توجهات العمل المؤسسي، والفردية، وتحدد المستهدفات الاتصالية، وتحفّز إنتاج محتوى إبداعي موجّه يعكس القيم، والمبادئ الوطنية، ويعزز تحقيقها.
- 2- تطوير سردية إستراتيجية متكاملة تعكس هوية المملكة، وقيمها، وتحولاتها التنموية مع ضمان الاتساق بين الخطاب الداخلي والخارجي، وتقديم المملكة كنموذج حضاري متكامل.
- 3- تعزيز إنتاج المحتوى الاستباقي القائم على سرد قصص النجاح الواقعية بلغة عالمية، والتركيز على المحتوى الإبداعي القابل للنشر، والمشاركة في المنصات الرقمية؛ بدلاً من الاكتفاء بردود الفعل تجاه الحملات الإعلامية السلبية.



- 4-توظيف الصورة المرئية باحترافية عبر الأفلام، والوثائقيات، والمنصات الرقمية لإبراز التحولات الاقتصادية، والثقافية، وربطها بقصص إنسانية سعودية مؤثرة تعزز الجاذبية الدولية للمملكة.
- 5-بناء منظومات مؤسسية متكاملة لحوكمة المحتوى الرقمي، ووضع آليات لتقييم الرسائل الإعلامية، والمحتوى الدعائي؛ وذلك لضمان إسهامها في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمملكة.
- 6-تكثيف برامج تدريب المتحدثين الرسميين، وتأهيلهم، وكذلك الأمر مع المسؤولين عن التواصل الحكومي، والطواقم الإعلامية؛ بما يشمل إدارة الأزمات الإعلامية، والتعامل الاحترافي مع الأحداث، والمواسم الدينية، والسياحية، والثقافية قبل الحدث، وأثناءه، وبعده، وبمختلف اللغات.
- 7-رفع الوعي المجتمعي بالمسؤولية الرقمية، وضبط الممارسات الفردية ذات الأثر العام؛ بوصف السلوك الفردي في الفضاء الرقمي عاملاً مؤثراً في تشكيل الصورة الذهنية الجماعية.
- 8-إعداد دراسات علمية متخصصة لتشخيص أسباب الصور النمطية، والسلبية عن المملكة، وقياس أثر الصورة المرئية المتداولة في وسائل التواصل الاجتماعي خلال السنوات الماضية، وتحليل التحديات الإعلامية، واقتراح آليات التعامل معها؛ وفق الأطر العلمية الحديثة.
- 9-تطوير منظومة بحثية وطنية للصورة الذهنية؛ وذلك من خلال إنشاء مراكز متخصصة لرصد الاتجاهات الدولية، وتحليل التصورات العالمية اعتماداً على أدوات علمية تدعم صناعة القرار الإعلامي.
- 10-تبني سياسات وطنية لرصد التضليل الإعلامي، والتزييف العميق، ومعالجتهما؛ بما يحافظ على مصداقية الصورة الذهنية للمملكة لدى المتلقين.
- 11-تمكين حضور شخصيات سعودية مؤثرة في المنصات العالمية بلغات متعددة قادرة على تمثيل المملكة بسردية مهنية واثقة، ودعمهم للوصول إلى جماهير دولية متنوعة.
- 12-تضمين مفاهيم القوة الناعمة، والدبلوماسية الثقافية في المناهج التعليمية، خصوصاً في المرحلة الجامعية؛ بوصفها أدوات إستراتيجية للتواصل الدولي، وتعزيز الجاذبية الحضارية.
- 13- استقطاب المتخصصين في علم اللغة الإشهاري، وسيميائيات الصورة لبناء المحتوى الإعلامي، وإنتاجه على أسس علمية معاصرة تعزز الصورة الإعلامية المستهدفة.
- 14-مواجهة الخطابات الاختزالية حول المملكة عبر إعادة تأطير العلاقات الإقليمية، والدولية ضمن مفاهيم الشراكة، والتكامل، وتقديم سرديات تفسيرية تعكس تعقيد الواقع، وتُجَدُّ من التيسير المضلل.





### المصادر، والمراجع:

- 1- خلف، حسام مبارك. (2025م). الصورة التلفزيونية المرئية، وآثارها المعنوية، والنفسية في التأثير على الرأي العام. مجلة دراسات، وبحوث إعلامية، 1(3).
- 2- الشهري، أحمد بن جابر. (2019م). الصورة الذهنية للمجتمع السعودي لدى الطلبة الدوليين من منظور الاتصال، والثقافة. مجلة العلوم الإنسانية، والاجتماعية، 3(7)، 92-105.
- 3- طر، صابر حسن محمد. (2023م). الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية لدى الطلاب، والطالبات الوافدين في الجامعات السعودية الحكومية. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام، وتكنولوجيا الاتصال، 11(1)، 71-132.
- 4- العتيبي، حنان، والصيعري، هند، ومكي، زكية. (2025م). سيميائية الصورة لدى مركز التواصل الحكومي، ودورها في بناء الصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية. مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية، والاتصالية، 5(2)، 48-100.
- 5- كاتب، سعود، ومدني، نزار (2026م). القوة الناعمة السعودية: دراسة حول مفهوم الدبلوماسية العامة. الرياض: تشكيل.
- 6-Gilboa, E. (Eds) (2023). A Research Agenda for Public Diplomacy” Elgar.
- 7-Lippmann, W. (1998). Public Opinion. Transaction Publishers
- 8-Nye, J. S. (2004). Soft power: The means to success in world politics. New York: PublicAffairs.
- 9-Walter, E., & Gioglio, J. (2014). The Power of Visual Storytelling: How to use Visuals, Videos, and Social Media to Market your Brand. McGraw Hill Education.
- 10-Walter, E., & Gioglio, J. (2014). The Power of Visual Storytelling: How to use visuals, videos, and social media to market your brand. New York: McGraw-Hill



## المشاركون

الورقة الرئيسة: أ. حمد السمرين  
التعقيب الأول : د. سعود كاتب  
التعقيب الثاني : د. مساعد المحيا  
إدارة الحوار: د. سعيد الغامدي

### المشاركون بالحوار، والمناقشة\*:

- د. أماني البريكان
- أ. حمد السمرين
- د. خالد آل دغيم
- د. خالد بن دهيش
- د. سعود الغربي
- د. سعيد مزهر
- الفريق د. عبد الإله الصالح
- أ. د عبد العزيز العثمان
- م. عبد الله الرخيص
- أ. د عبد الله المفلح
- أ. فائزة العجروش
- أ. فهد الأحمري
- أ. محمد الأسمري
- د محمد الغامدي
- أ. د. نوال الثنيان



# ملتقى أسبار

## Asbar Council

(نادي تفكير)

تأسس الملتقى في 28 يونيو 2015م



@MultaqAsbar



@Multaq\_Asbar



<https://cutt.us/U0nnC>



00966114624229



[www.asbar.com](http://www.asbar.com)