



المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية

دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية
دراسة حالة : توظيف الدعاية في الحرب الروسية-الأوكرانية.
(فترة 2022-2023)

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماجستير في العلوم السياسية

تخصص: علاقات دولية

تحت إشراف:

من إعداد الطالبة:

د. إبراهيم تيقموني

قارة دليلا

الصفة	مؤسسة الانتساب	إسم ولقب الأستاذ
رئيس لجنة المناقشة	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	فاتح خننو
الأستاذ الممتحن	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	مليكة هارون
الأستاذ المشرف	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	إبراهيم تيقموني

ذو القعدة 1444 / جوان 2023



شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله العليّ القدير الذي وفقني وأعانني على إتمام هذه المذكرة
يسعدني أن أتقدم بالشكر الجزيل الأستاذ د. إبراهيم تيقامونين على قبوله
تأطيره هذا البحث

وأشكر لجنة المناقشة على قبولهم المناقشة

و أشكر كل من قدم لي يد العون والمساعدة في إنجاز هذه المذكرة.

إهداء

أهدي ثمرة عملي هذا إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما

وأمدهم بالصحة والعافية، وإلى إخوتي وأخواتي.

كما أهدي هذا العمل إلى صديقاتي الغاليات أخواتي التي لم تنجسهن أمني .

وإلى كل من أمد لي يد العون في هذا العمل من قريب أو من بعيد ولو

بكلمة طيبة.

ملخص:

تسلط هذه الدراسة الضوء على دور الإعلام في إدارة الحرب الروسية الأوكرانية، التي اشتعلت في 24 فيفري 2022، وذلك من خلال تناول الدعاية (الحرب النفسية) كأداة إستراتيجية في هذا الصراع، وكيف أثرت على مجرياته، والتأثير على الرأي العام الدولي.

وقد بات موضوع الدعاية يحظى بالمزيد من الاهتمام في الدوائر السياسية والأكاديمية والاستراتيجية، بسبب الاعتماد المتزايد على شبكة الانترنت وانتشارها، وتطور وسائل الإعلام، ومنصات التواصل الاجتماعي، بحيث باتت البنية المدنية والعسكرية وحتى الاجتماعية لأي دولة تعتمد بالضرورة على شبكة الانترنت بشكل كبير، حيث جندت كل دولة جيشها الإلكتروني يختص بالهجوم والدفاع.

وقد أظهرت الدراسة الاهتمام الذي أولته الجهات المتحاربة، لوسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي في توظيف دعايتها، هذا ما يعزز من أهمية الدعاية في المجهودات الحربية، فالدراسة تثبت أن الحملات الدعائية قد شنت على نطاق واسع، باستخدام العديد من الأساليب والتكتيكات المتنوعة، سواء كانت هجومية أو دفاعية، لتحقيق كل من طرفا الصراع أهدافه. ونظرا لما سبق خلصنا في هذه الدراسة إلى أن الحرب الدعائية الإعلامية، هي مجال قائم بحد ذاته، تلعب فيه الدعاية، كأداة إستراتيجية في التأثير على مجريات الحرب. وتحديد انعكاساتها على الطرفين أو قد تصيب أطرافا أخرى.

Summary:

This study sheds light on the role of the media in managing the Russian-Ukrainian war, which raged on February 24, 2022, by addressing propaganda (psychological warfare) as a strategic tool in this conflict, how it affected its course, and influencing international public opinion.

The subject of propaganda has become receiving more attention in political, academic and strategic circles, due to the increasing dependence on the Internet and its spread, and the development of the media, and social media platforms, so that the civil, military and even social structure of any country necessarily depends on the Internet significantly, as each country has recruited its electronic army specialized in attack and defense.

The study showed the attention paid by the warring parties to the media and social media platforms in employing their propaganda, which enhances the importance of propaganda in the war effort, as the study proves that propaganda campaigns have been launched on a large scale, using many diverse methods and tactics, whether offensive or defensive, to achieve each of the parties to the conflict their goals.

In view of the above, we concluded in this study that the media propaganda war is a field in itself, in which propaganda plays as a strategic tool in influencing the course of the war. and determine their repercussions on the parties or may affect other parties.

مخطط الدراسة

المقدمة

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

تمهيد

المبحث الأول: الأزمة الدولية

المبحث الثاني: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية

المبحث الثالث: الدعاية (الحرب النفسية) في الأزمات الدولية

خلاصة الفصل

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية.

تمهيد

المبحث الأول: البعد التاريخي للحرب الأوكرانية

المبحث الثاني: البعد جيو-استراتيجي

المبحث الثالث: الإستراتيجية الإعلامية في الحرب الأوكرانية

خلاصة الفصل

الفصل الثالث: توظيف الأداة الدعائية (الحرب النفسية) في إدارة الحرب الأوكرانية.

تمهيد

المبحث الأول: الدعاية الروسية (حرب مصيرية/ حرب داخلية/ صورة العجوز الروسية

المبحث الثاني: الدعاية الأوكرانية/ الغربية (العدوان/ صورة زيلينسكي/ الدعاية الأمريكية الأوروبية)

المبحث الثالث: تقييم المخرجات الدعائية وأثرها على إدارة الحرب الأوكرانية

خلاصة الفصل

خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

فهرس المحتويات



تعتبر الأزمات من بين الظواهر المهمة والمؤثرة، ومصدر خطر وقلق لقادة المنظمات والمسؤولين لصعوبة السيطرة عليها، فالأزمة لحظة حرجة وحاسمة تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي يصاب بها، ومشكلة تقع على عاتق متخذ القرار، لصعوبتها فأى قرار يتخذه، يرجع إما بالإيجاب أو السلب على المنظمة.

وللأزمة العديد من التأثيرات السلبية، وتشكل حاجز تنموي، ففي نتائج ظروف مفاجئة، ناجمة عن ظروف سواء داخلية أو خارجية فتشكل حالة من التهديد والخطر للفرد أو الجماعة، فتفرض عليهم التعامل معها أو التقليل منها، أو القضاء عليها، والخروج منها بأقل أضرار سواء مادية أو معنوية. ومع زيادة عدد الأزمات في العالم، زاد البحث عن حلول و برامج للحد منها، ولهذا مصطلح "إدارة الأزمات"، ثم تطور ليصبح علم من العلوم الحديثة. ظهر في العالم العربي، وبرز في الساحة الدولية. ليحظى باهتمام واسع من قبل الباحثين في معظم التخصصات، للحد من الأزمات والتقليل من أضرارها، وذلك بالكشف المبكر لها وتحديد نوعها وحجمها باستخدام أساليب وتقنيات إدارية متنوعة.

فعلم إدارة الأزمات يختص باحتواء الأزمة والسيطرة عليها، يتضمن التنبؤ بها مبكراً، وتحديد الإجراءات الممكنة أو المفروضة إتباعها حال حدوثها، ووضع خطة بديلة بهدف التعامل مع وضع مفاجئ أو طارئ يسبب أضرار تخل باستقرار النظام الإداري، والسير الاعتيادي له، وبالتالي العمل على المحافظة على أصول وممتلكات المنظمة وعلى قدرتها على تحقيق الإيرادات والمحافظة على الأفراد والعاملين بها ضد المخاطر المختلفة، بالاعتماد على العديد من الأدوات، ويعد الإعلام كأداة ذات أهمية كبيرة في ذلك. شهدت سنوات العقد الأخير من القرن العشرين ثورة إعلامية، كأحد أسلحة العصر في تغطية وإدارة الأزمات ومواجهتها، نظراً لما يتوفر له من قدرات هائلة تتمثل في انتقاله بسرعة فائقة في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، وقدرته على التأثير النفسي على الأفراد والسيطرة الفكرية والإقناع للجماهير والتحكم في سلوكياتهم وتوجهاتهم.

وعليه فالطريقة التي يتناول بها وسائل الإعلام الأزمة بالتقارير الإخبارية هي إحدى المحددات الكبرى والرئيسية لمستوى تعافي المنظمة من الأزمة التي تمر بها، ويمكن القول أن سمعة المنظمة (التي هي أهم أصول الأزمة)، يمكن أن تنهار بين عشية وضحاها أو تخرج من أزمته، بفعل توحيد مجموعة من الوسائل الإعلامية بنوايا إما إيجابية أو سلبية بإخراجها من الأزمة أو بتحطيم سمعتها.

لوسائل الإعلام دور هام باعتبارها نظام ينشر المعلومات والرسائل ونقلها للجمهور، ومع تنوعها وتطورها بات من الصعب السيطرة على ما تقدمه أثناء وقوع الأزمات من أخبار ومضامين إعلامية تحتمل الصدق أو الكذب والإشاعات، وأخبار مغلوطة أو مصطنعة، وذلك وفق اتجاهات معينة، وفق أشكال مختلفة تتبعها وسائل الإعلام، والدعاية شكل من أشكال الإقناع لدعم نوع من المشاريع في مجالات مختلفة سواء شخصية أو سياسية أو عسكرية وغيرها.

فالدعاية شكل من أشكال التأثير على سلوك ومعتقدات جمهور معين، وذلك باستخدام خطة مدروسة تتضمن رموز تم انتقاءها ونشرها سواء لفظية أو سمعية أم بصرية، أم إدراكية، كما تحمل عامل التعمد والقصد في العرض والتأثير.

تعتبر الدعاية إحدى أسلحة الحرب النفسية الفتاكة، والتي فرضت نفسها في الصراعات الحديثة، هذا ما أدى إلى التفنن في كيفية استخدامها من طرف الدول من أجل تحقيق أعظم فائدة منها، سواء في حالة السلم أو الحرب.

إن أعظم درجات المهارة هي تحطيم مقاومة العدو دون قتال، والقصد من ذلك هو السيطرة على الروح المعنوية للعدو وتدميرها، قبل الحرب العسكرية، فالجانب النفسي مهم وعنصر لا بد منه في ميادين الصراع، لأن استغلاله يساهم في سرعة حسم المعركة بأقل خسائر مادية أو معنوية. وعليه فالدعاية والحرب النفسية كانت تجسيدا حيًا للحرب الروسي-الأوكرانية، حيث حظيت باهتمام عالمي واسع، فقد أصبح أكثر ما تترقبه شعوب العالم وحكوماته اليوم مستجدات هذه الحرب وما ستؤول إليه. إذ يعتبر الإعلام أداة رئيسية من أدوات إدارة هذه الحرب، في سرد مجرياتها والتأثير على الرأي العام العالمي. لذا فالصراع الروسي-الأوكراني قد شهد تواصلًا دعائيًا شاملاً، وظف للتمهيد للحرب بطبيعتها وخصائصها، فهي حرب غزو وليست حرب تحرير أو دفاع، بين خصمين غير متكافئين من حيث القوة (السياسية، العسكرية، والاقتصادية، والجغرافية)، وهي حرب دولتين يجمع بينها إرث حضاري وثقافي وديني، هذا ما استدعى إنتاج الخطاب الدعائي .

فالعالم يشهد أزمة كبرى على خلفية اندلاع الحرب الروسية-الأوكرانية، في ظل الانعكاسات الكبيرة لهذه الحرب والتي تجاوزت أطرافها، لتشمل العالم ككل، فضلاً عن إثارها لديالكتيك حول ما إذا كان النظام العالمي يشهد مرحلة انتقالية، في ظل الصراع بين القوة الأمريكية التي تهيمن حالياً والساعية لفرض نظام القطب الأحادي، والقوى التعديلية الساعية لفرض نظام متعدد الأقطاب

والأخذ في الصعود، وعليه فالولايات المتحدة الأمريكية والغرب تعمل على حشد حلفائهم، من أجل تأييد ودعم أوكرانيا في مواجهة روسيا، ويظهر ذلك في دعمها العسكري لأوكرانيا، وفرض العديد من العقوبات على روسيا خاصة الاقتصادية. بينما فضلت العديد من الدول خاصة منطقة الشرق الأوسط، الوقوف على الحياد في الأزمة الأوكرانية، وعدم الانحياز لأي معسكر.

المشكلة البحثية:

أثارت عودة الحرب الروسية على أوكرانيا في ساحة التنافس الدولي مخاوف الغرب من أطماع روسيا في التوسع، وسياستها الرفضية للخضوع للاستراتيجية الهيمنة الأمريكية والأوروبية، والتي عملت على حصار روسيا والتغلغل في عمقها الاستراتيجي بداية من جورجيا (2008)، وانتهاءه بأوكرانيا، التي تمثل نقطة قوة وضعف لروسيا في نفس الوقت، وعليه فالحرب الإعلامية جسدت الصراع الروسي-الأوكراني الغربي، حيث اعتمد كل منهم الاستخدام المكثف والمتطور للدعاية كدعامة إستراتيجية لمحصلة الوضع العسكري في الميدان العملي، حيث تشكل الآلة الدعائية فرصة تكتيكية لخلق واقع افتراضي على مستوى الإدراكات الإعلامية، بحيث يمكن استغلالها لتدعيم محصلة رصيد القوى في الميدان العسكري والسياسي والدبلوماسي.

من هذا المنطلق تنطلق الدراسة من إبراز أهمية هذه الأداة الإعلامية-الدعائية في إدارة صراع الحرب الأوكرانية، التي استخدمت فيها ولا تزال كل الأدوات الإستراتيجية العسكرية منها والدبلوماسية والسياسية والإعلامية، وعليه تخلص الدراسة إلى طرح المشكلة البحثية التالية:

ما هو دور الدعاية في إدارة وتدعيم محصلة الحرب الأوكرانية بين طرفي النزاع الروسي الأوكراني؟

وللإجابة عن المشكلة البحثية الرئيسية يتطلب تفكيكها إلى الأسئلة الفرعية التالية:

1- كيف وظفت كل من روسيا وأوكرانيا الحرب النفسية الدعائية لتدعيم مكاسبها الإستراتيجية أو استدراك إخفاقاتها في محصلة إدارة النزاع؟

2- ما هي نقاط التوافق والاختلاف بين الآليتين الدعائيتين لكل من روسيا وأوكرانيا؟

3- هل شكلت الأداة الدعائية آلية تدعيمية أم حاسمة لكسب موازين قوى الحرب الروسية الأوكرانية

؟

5- هل شكلت الدعاية الغربية عامة أداة دعم رئيسية لميزان القوى الأوكراني ضد روسيا؟

فرضيات الدراسة:

للإجابة عن الأسئلة الفرعية وضعت مجموعة من الفرضيات:

- 1- شكلت الوسيلة الإعلامية الدعائية لطرفي النزاع الأوكراني-الروسي أداة تكتيكية داعمة ولكن غير حاسمة ، لكسب ميزان قوى الحرب.
- 2- كان اعتماد أوكرانيا على الأداة الدعائية، كسلاح استراتيجي وتكتيكي في إدارة الحرب، في حين أن روسيا اعتمدت أكثر على الجانب العسكري.
- 3- حرصت كل من أوكرانيا وروسيا على استقطاب الرأي العام العالمي، لكسب نقاط تكتيكية في إدارة الحرب.
- 4- سجلت أوكرانيا نقاطا دعائية أكبر من روسيا في ظل استفادتها من الترسانة الإعلامية والدعائية الغربية.

المناهج المتبعة:

اعتمدت الدراسة على توظيف:

منهج دراسة الحالة: لخصوصية حالة الحرب الروسية الأوكرانية، وذلك من خلال التركيز على دور وسائل الإعلام والدعاية في إدارة الحرب. يعتبر منهج دراسة الحالة أحد مناهج البحث النوعي، وببساطة تستخدم دراسة الحالة أكثر ما يمكن من مصادر البيانات للتقصي المنهجي للأفراد، أو المجموعات، أو التنظيمات، أو الأحداث. وتجري دراسات الحالة عندما يكون الباحث بحاجة إلى فهم ظاهرة أو شرحها. بالإضافة إلى المنهج المقارن: وذلك من خلال إجراء مقارنة تحليلية بين خصائص الدعاية الأوكرانية، والدعاية الروسية. تتم بتحديد أوجه الشبه وأوجه الاختلاف بين حادثتين اجتماعيتين أو أكثر تستطيع من خلالها الحصول على معارف أدق وأوقت تتميزها موضوع الدراسة أو الحادثة في مجال المقارنة والتصنيف يقول دور كايم: «هي الأداة المثلى للطريقة الاجتماعية» وهذه الحادثة محددة بزمنها ومكانها وتاريخها يمكن أن تكون كيفية قابلة للتحليل أو كمية لتحويلها إلى كم قابل للحساب .

إلى جانب ذلك تم الاستعانة بأداة تحليل المضمون: لـ"تشریح" مخرجات الأداة الدعائية لكل من روسيا وأوكرانيا في إدارة الحرب. ويعرف بيرلسون تحليل المضمون بأنه "الأسلوب الذي يهدف إلى الوصف

الموضوعي المنظم الكمي للمحتوى الظاهر للاتصال". كما يعرف بأنه "أداة لجمع البيانات تهدف إلى وصف محتوى مادة من المواد، وتحليل مضمونها، للتعرف على الاتجاهات البارزة في محتواها".

وعملية تحليل المضمون هي أداة أو وسيلة ميدانية تمكن الباحث من جمع المعطيات والبيانات الميدانية المتعلقة بالظاهرة المراد البحث فيها أو دراستها.

المجال الزماني والمكاني:

يشمل المجال المكاني للدراسة كلا من روسيا وأوكرانيا، ومجال النزاع بين الطرفين. فيما يشمل الإطار الزمني للدراسة الفترة الممتدة للحرب الأخيرة من سنة 2022 إلى غاية 2023، دون تجاهل الخلفية التاريخية لتراكمات النزاع الأوكراني-الروسي. أهمية الدراسة:

- تتجسد أهمية الدراسة في كونها حالة برز فيها لجوء طرفي النزاع إلى الأداة الإعلامية الدعائية، لتدعيم مكاسب الصراع في الميدان العملي، مما يؤكد أهمية الدراسات النظرية المتعلقة بإبراز دور الإعلام/الدعاية، في إدارة السياسة الخارجية عامة، والأزمات والنزاعات الدولية خاصة.
- فهم دور التأثير الإعلامي في الأزمات الدولية: حيث تساهم الدراسة في فهم كيفية استخدام الإعلام والدعاية في التأثير على الرأي العام وتشكيل الصورة العامة للأزمة الدولية، لفائدة أطراف النزاع، حيث يمكن لهذا الفهم أن يساعد في تطوير استراتيجيات فعالة لإدارة الأزمات المستقبلية..
- تقييم مدى تجاوب الرأي العام الداخلي والدولي لطرفي النزاع مع مخرجات الدعائية للحرب الروسية-الأوكرانية، وهذا ما يمكن من المساهمة في تطوير استراتيجيات إدارة الأزمات الدولية بشكل أكثر فاعلية، وفهم كيفية تأثير الإعلام على قرارات الحكومات والمجتمعات.

-أسباب اختيار الموضوع:

أ) الأسباب الذاتية:

تتمثل الأسباب الذاتية في اختيارنا للموضوع لاهتمام شخصي بالمحاور الدراسية للعلاقات الدولية وما يتفرع عنها من دراسة وتحليل السياسة الخارجية والنزاعات الدولية، وتحديد علاقة الترابط والتوظيف بين الأداة الإعلامية الدعائية ومخرجات السياسة الخارجية والنزاعات الدولية.

ب) الأسباب الموضوعية:

تتمثل الأسباب الموضوعية في فهم بروز حالة الحرب الروسية-الأوكرانية بمخرجاتها الإعلامية التي تستحق الدراسة، من حيث توظيف طرفي النزاع للأداة الإعلامية الدعائية في تدعيم واستدراك ميزان قوى الحرب في الميدان العملي والديبلوماسي السياسي.

أهداف الدراسة:

- سعينا من خلال دراستنا هذه إلى معرفة الدور الذي يلعبه الرأي العام ووسائل الإعلام في الحرب الروسية الأوكرانية وذلك من حيث الاعتماد على الدعاية كوسيلة للتحكم في الرأي العام العالمي.
- التعرف على مجريات الحرب الروسية الأوكرانية والتي تعتبر من أهم الأحداث التي يشهدها النظام العالمي في الفترة الأخيرة.

- إثراء البحث العلمي في مجال إدارة الأزمات الدولية من خلال تركيزنا على أدوات الدعاية المتبعة من كل طرف، وتأثير هذه الأخيرة على توجهات الرأي العام، الذي يعتبر من أهم المحددات في بيئة صناعة القرارات السياسية والديبلوماسية لكلا الطرفين.

الدراسات السابقة:

اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من الأدبيات السابقة وهي:

الدراسة الأولى: أسامة فاروق مخير، تأثير الحرب الروسية الأوكرانية على الأمن الأوربي دراسة للتغيرات في مفهوم قضايا الأمن بعد الحرب الباردة ، مجلة كلية السياسية والاقتصاد. انطلقت هذه المقالة لمعالجة إشكالية، طبيعة التغيرات التي طرأت على مفهوم الأمن الأوربي ، وأهم القضايا التي تصدرت الأولوية بسبب الحرب الروسية الأوكرانية ، توصلت لمجموعة من النتائج مفادها أن الحرب الأوكرانية الروسية أعادت نمط الحرب العسكرية والأمن العسكري، وأن هذه الحرب ستؤدي إلى فقدان الثقة بين الدول.

الدراسة الثانية: أطروحة دكتوراه بعنوان " الصحافة والأزمات: تعامل الصحافة المكتوبة مع الأزمات الأمنية، أزمتا تقننورين وغرداية نموذجاً"، للطالبة "تقية فرحي"، 2017-2018، وقد تم طرح الإشكالية التالية: كيف تعاملت الصحف الجزائرية المكتوبة مع الأزمات الأمنية؟، تناولت هذه الدراسة: دور

مقدمة

الصحف الجزائرية في إدارة الأزمات الأمنية، من خلال الطرح الإعلامية والسياسية التحريرية المتبناة، ودورها في إدارة الأزمات الأمنية إعلاميا .

الدراسة الثالثة: مذكرة ماستر بعنوان "أوكرانيا في الاستراتيجية الإقليمية لروسيا"، للطالب "بورزق زكرياء"، للسنة الجامعية 2011-2012، وقد تم طرح الإشكالية التالية: ما هي الإستراتيجية التي تعتمد عليها روسيا لإبقاء على نفوذها على أوكرانيا باعتبارها ركيزة أساسية للأمن الروسي؟، حيث بين في هذه الدراسة الأهمية الاستراتيجية لأوكرانيا بالنسبة لروسيا، وإبراز التنافس الغربي الروسي حول الفضاء السوفياتي، وتخوف الروس من سيطرة الغرب على أوكرانيا.

الفصل الأول:

دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية
(إطار مفاهيمي/نظري).

تمهيد:

يشهد العالم العديد من الأزمات وتنوعها وتصاعد حدتها، هذا راجع لأهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في إدارة الأزمات سواء من حيث دورها في أحداثها أو الإسهام في تفاقمها أو حلها، فالأجهزة الإعلامية تسيطر على المعلومات، وتعمل على تحديد ما يصل إلى الجمهور من أخبار وكيفية تفسيرها له، ومن خلال تناول الإعلام أو عدم تناوله قضايا يمكن أن تؤثر في السياسات العامة التي تتخذ، وكيفية تنفيذها، والأحداث التي تتم تغطيتها، والطريقة التي يقدمون بها الموضوع، والتي يمكن أن تحدد أو تظهر الأحداث، وتشكل اتجاهات الرأي العام، لذا لا بد من وضع الأسس عند تصميم خطة إعلامية للأزمات من جهة، ومن جهة أخرى نجد الإعلام يمثل بؤرة اهتمام الرأي العام عند حدوث الأزمات، كما يمكن للإعلام أن يؤدي دورًا مهمًا وحيويًا في التوعية بالأزمات المحتملة. ويتمثل دور الإعلام الرئيس في التأكيد على مصلحة المواطن، وتبصيره لكل ما يمكن أن يضره، وإيجاد إحساس بالمسؤولية الجماعية، وتأكيد روح التكامل والتعاون بين المواطنين، ومن جهة أخرى فالتهديدات والأخطار المرتبطة بالأزمة تتصاعد حدتها وترفع من درجة التوتر واللاعقلانية عند الجمهور، ومن ثم يكون أكثر عرضة للوقوع تحت الشائعات والدعاية، فمن الضروري تكرار الرسائل التحذيرية، وكلما زادت المصادر التي يسمع منها الفرد رسالة التحذير والدفاع، زاد الاعتقاد في مصداقيتها، ولذلك فإن استخدام مصادر وقنوات إعلامية متعددة يزيد من احتمال وصول التحذير أو المعلومة بالنظر إلى فئات مختلفة من الجمهور، كما أنه يؤدي إلى التغلب على حالات التشتت المعتاد التي تنتاب بعض فئات الجمهور، لا بد أن يتم إعلام المواطنين وتوعيتهم بالدور المطلوب منهم، والقيام به عند وقوع الأزمة، وهذا يؤدي إلى المساعدة بدرجة كبيرة على مواجهة الأزمة، ومن ثم يتطلب إعداد وتنفيذ خطط إعلامية وتوعوية في أثناء مراحل الأزمة.

وعليه في هذا الفصل سنتطرق إلى ما يلي:

المبحث الأول: الأزمة الدولية.

المبحث الثاني: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية.

المبحث الثالث: الدعاية في الأزمات الدولية 'الحرب النفسية'.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

المبحث الأول: الأزمة الدولية

تعتبر الأزمة ظاهرة عرفت البشرية منذ القدم ورافقها عبر عصورها واستطاعت التعايش معها، فهي تتكرر باستمرار، لكن في الزمن الحاضر عرفت تسارعا في إيقاعها بالموازاة مع تسارع إيقاع الحياة. وإذا كان للأزمة من الآثار السلبية الكثير، إلا أن الأمر نسبي. فمع كل أزمة عالمية هناك متضررون وهناك مستفيدون كذلك، وعليه في هذا المبحث سنتطرق في المطلب الأول إلى تعريف الأزمة ومراحل تطورها وأنواعها وكذا خصائصها وأسباب نشوئها، أما في المطلب الثاني فسننتقل إلى مفهوم الأزمة الدولية ثم إلى النظم الدولية ودراسة الأزمات وأخيرا عوامل نشوب الأزمة الدولية.

المطلب الأول: مدخل إلى مفهوم الأزمة

أولا: تعريف الأزمة ومراحل تطورها

1. تعريف الأزمة:

يعتبر مفهوم الأزمة من المفاهيم التي لقيت رواجاً وانتشاراً واسعاً في المجتمع المعاصر، حيث يعد من المصطلحات التي أصبحت تمس كل جوانب الحياة، بمعنى أن للأزمة مفاهيم متعددة بتعدد الموضوعات المطروحة سياسية، اقتصادية، اجتماعية وإدارية... والأزمة ظاهرة إنسانية وجزء من نسيج الحياة وهي تنشأ في أي لحظة في ظروف مفاجئة نتيجة ظروف داخلية أو خارجية تخلق نوع من التهديد للدولة ويتحتم التعامل معها للقضاء عليها أو التقليل منها وإدارتها للتكيف مع التغيرات التي تحدث قبلها وأثناء حدوثها.

تعد الأزمات جزءاً رئيسياً في واقع الحياة البشرية والمؤسسية، حيث يصعب تحديد مفهوم دقيق وشامل للأزمة وخاصة بعد اتساع نطاق استعماله، وانطباقه على مختلف صور العلاقات الإنسانية، وفي مجالات التعامل كافة. يعد مفهوم الأزمة واحداً من المفاهيم المتغيرة التي يصعب تحديد معنى واحد لها، ويرى معظم المفكرين والباحثين أن ذلك يرجع للعديد من الأسباب أبرزها:

- تعسر حصر وتعريف ما المقصود بالأزمة.

- شمولية المصطلح واتساع نطاق استخدامه (أزمة هوية، أزمة أخلاق، أزمة مسرح، أزمة اقتصادية أو سياسية أو عسكرية).

- تباين آراء المنظرين والمفكرين على حسب كل علم إلى مفهوم الأزمة، خاصة بعد أن جذب مجال دراسة الأزمات العديدة من الباحثين من مجالات علمية مختلفة.

-زيادة إبهام المفهوم راجع لكثرة المعالجات والتعاريف.¹

(1) تعريف الأزمة لغويا:

عرفت الأزمة في قاموس مختار الصحاح: لغة أنها: "تعني الشدة والقحط والضيقة، وتأزم الأمر إذا اشتد وصعب على أهله". وفي القواميس العربية المتخصصة في مجالات العلوم السياسية و الاقتصاد والاجتماع تعرف الأزمة بأنها "نقطة تحول وحالة متوترة للانتقال".²

ومصطلح الأزمة (Crisis) مشتق أصلا من الكلمة اليونانية (KIPVEW) أي بمعنى لتقرر (to decide).³

والأزمة من المصطلحات الطبية الإغريقية القديمة، وتعني: "لحظة قرار حاسمة في حياة المريض".⁴ وقد عرف المؤرخ الإغريقي تيوديدس الأزمة حسبما ذكرها رجب بأنها "المحك الدقيق لمعادن الرجال وحقيقة الأحداث".⁵

في حين يحدد قاموس Webster معنى الأزمة على أنها "فترة حرجة أو حالة غير مستقرة تنتظر تغيير حاسم وهجمة مبرحة من الألم أو الخلل الوظيفي".⁶

(2) الأزمة اصطلاحا:

وتشير الأزمة كما يراها بدر شهاب إلى "خلل جوهري في المسيرة العادية لحياة فرد أو جماعة أو منظمة، وتنشأ الأزمة عند حدوث موقف غير متوقع يكون الفرد أو الجماعة غير مستعدين له".⁷ كما ويعرف عز الدين الرازم الأزمة بأنها "عبارة عن حالة غير عادية تترك أثرا قاطعا على

¹ أديب خضور، الإعلام والأزمات، (سورية /دمشق، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية--ط1-1999)، ص 7.

² تقيية فرجي، الصحافة والأزمات، أطروحة دكتوراه غير منشورة (جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2018/2017) ص 18،

³ صلاح عبد الحميد، الإعلام وإدارة الأزمات، (القاهرة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1 2013)- ص12

⁴ فرجي، مرجع سابق، ص180

⁵ عبد الرزاق محمد الدليبي، الإعلام وإدارة الأزمات، (عمان/الأردن -دار المسيرة- ط1 2012)- ص90

⁶ سارة ابراهيم العقيل، التعامل مع الأزمات، (مركز الأبحاث الواعدة في البحوث الاجتماعية ودراسات المرأة-جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن-السعودية-2017)، ص6.

⁷ أحلام أزوتار، إدارة الأزمات، الموسوعة السياسية- 2017/01/11- تاريخ آخر دخول: 2023/04/12 2:42

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

مجريات الأمور العادية، فترك روتين الحياة والعمل وتخل بالقواعد والنظم والبنيان الأساسي للعمل".¹ ويعرف تييري ليبيرت **Thierry Libaert** المتخصص في إعلام الأزمات، بأن الأزمة "حدث متوقع يعرض وجود وسمعة المنظمة للخطر، وهي اختلال في أسلوب العمل وشلل النظام". ويضيف أن "الأزمة ليست دائما خطيرة ويمكن أن تكون الإدارة الجيدة لها فرصة حقيقية".²

ويتفق معه في ذلك كرسstof روديفور **Christophe Rouxduffort** معتبرا إياها "تطور يوقظ سلسلة من الاضطرابات الوظيفية تحت تأثير حادث يكون نقطة الانطلاق"، وبالتالي فإن الأزمة هي كل ما يعبر عن مرحلة خطيرة في تطور الأشياء، الأحداث و الأفكار، التي يميزها اضطراب، اختلال التوازنات وضغوطات ونزاعات".³

يقصد بالأزمة من الناحية الاجتماعية: توقف الأحداث المنظمة والمتوقعة و اضطراب العادات مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن، ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة. أما الأزمة من الناحية السياسية: حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد النظام السياسي وتستدعي اتخاذ قرار لمواجهة التحدي الذي تمثله سواء كان إداريا، أو سياسيا أو نظاميا، أو اقتصاديا، أو ثقافيا. ومن الناحية الاقتصادية فهي تعني: انقطاع في مسار النمو الاقتصادي حتى انخفاض الإنتاج أو عندما يكون النمو الفعلي أقل من النمو الاحتمالي.⁴

ومن الناحية الإعلامية: فهي موقف أو حادث خطير يتسبب في جعل المنظمة محل اهتمام سلبي واسع النطاق من وسائل الإعلام المحلية والعالمية، ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين والسياسيين، ويمكن أن نقول أيضا أنها نشر سئ غير متوقع يؤدي إلى تهديد سمعة المنظمة كلما اتسع انتشاره.

وعليه يمكن أن نقول بأن الأزمة هي نتاج لحادث أو خطر مفاجئ يصيب جوانب المجتمع، في وقت قصير أو طويل، فيهدد الاستقرار والأمن المجتمعي، والأزمة تحتاج لسرعة اتخاذ القرار لمواجهتها. ومنه فمفهوم الأزمة في علم السياسة هي: حالة يجابهها متخذ القرار السياسي في الدولة لإيجاد حل لها، عندما تتلاحق فيها الأحداث وتتشابك، فالأزمة هي لحظة صعبة وفاصلة تتعلق ظهورها في مستقبل الدولة والحكومة السياسية المسؤولة عن الدولة لمواجهة الأزمات. وعليه فلا بد من وضع خطة أو أكثر يتم العمل بها أثناء

¹ أحلام أزوتار، المرجع نفسه

² بداني أمينة نزهة، "الإعلام وإدارة الأزمات"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، (م، 2، ع7 جوان 2018) ص3.

³ المكان نفسه.

⁴ عبد الحميد مرجع سابق، ص9.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

حالة الطوارئ، وذلك تفادياً لكل وضع مآله الهلاك، وبرنامج من هذا القبيل هو عبارة عن منهج يمثل تقنية تستخدم لمواجهة الحالات الطارئة التي لا يمكن تجنبها وإجراء التحضيرات اللازمة لها قبل وقوعها. بمعنى أكثر دقة أشبه بمحاولة تجميع المعلومات اللازمة عن مسببات الأزمة ومن ثم تحليلها واتخاذ القرار المناسب لحلها فوراً.

2-1: مراحل تطور الأزمة:

تمر الأزمة بدورة حياة تمثل أهمية قصوى في متابعتها والإحاطة بها من جانب متخذ القرار الإداري، وعليه هذا الأخير كلما كان سريع الانتباه في الإحاطة ببداية ظهورها كلما كان علاجها والتعامل معها والحد منها وكل ما يترتب عنها من سلبيات. وتتمثل مراحل تطور الأزمة حسب الخضير في خمسة مراحل أساسية وهي:

1-مرحلة الميلاد

2-مرحلة النمو والانتعاش

3-مرحلة النضج (القوة)

4-مرحلة الانحسار والتقلص

5-مرحلة الاختفاء (الاضمحلال)

مرحلة الميلاد:

تتميز هذه المرحلة بالاهتمام وقلة الوضوح، وتقلص البيانات والمعلومات الكافية عن الأزمة، وتظهر في شكل إحساس مبهم وينذر بالخطر غير معلوم، والأزمة لا تنشأ من فراغ وإنما هي نتيجة تراكم لمشاكل لم يتم معالجتها، وفي المرحلة الملائمة للتخلص من الأزمة وتنفيذها وإفقادها مرتكزات النمو والقضاء عليها، وتكون عملية تنفيذ الأزمة في:

- خلق محور اهتمام جديد يغطي على الاهتمام بالأزمة، ويحولها إلى شيء ثانوي لا قيمة له.

- التعرف على عواملها والتعامل معها بالعلاج الناجح للقضاء على أسباب التوتر الذي أنشأ الأزمة.

- امتصاص قوة الدفع المحركة للأزمة وتشتيت جهودها في نواح أخرى.¹

مرحلة النمو والتسارع:

تبدأ هذه المرحلة عندما يتم عدم معالجة المرحلة السابقة-مرحلة الميلاد-أي تجاهل متخذ القرار لمؤشرات المرحلة الأولى وبذلك يزيد من قوة الأزمة ويغذيها، حيث تأخذ الأزمة في النمو والتسارع

¹عبد الحميد، المرجع نفسه، ص20/19.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

لوجود محفزات ذاتية مستمدة من ذات الأزمة، تكونت معها في الأزمة الأولى، ومحفزات خارجية استقطبتها الأزمة وتفاعلت معها، فأضافت لها قوة دفع محرّكة جديدة، وفي هذه المرحلة لا يستطيع متخذ القرار إنكار وجود الأزمة، أو حتى تجاهلها بسبب الضغط المتزايد كل يوم، وبذلك على متخذ القرار أن يفقد الأزمة ركائزها المقوية لها بـ:

- تحييد وعزل العناصر الخارجية المدعمة للأزمة سواء باستقطابها أو خلق تعارض مصالح بينها وبين استفحال الأزمة.

- تجميد نمو الأزمة بإيقافها عند المستوى الذي وصلت إليه وعدم السماح بتطورها، وذلك عن طريق استقطاب عوامل النمو الذاتي التي حركت الأزمة.¹

مرحلة النضج (القوة):

تظهر هذه المرحلة عندما يكون متخذو القرار على درجة كبيرة من الجهل و الاستبداد بالرأي، حيث تزداد قوة الأزمة وتغذيها قوى المجتمع المتفاعلة معها، وتزداد عوامل تفاقمها، التي تمدّها بالقوة المؤثرة اللازمة لبلوغها أقصى درجاتها شدة وعنقًا، وتعد من أخطر مراحل الأزمة، ومن النادر أن تصل إلى هذه المرحلة حيث تصبح السيطرة عليها مستحيلة ويصعب مواجهتها، وقد تكون بالغة الشدة لدرجة أنها تُطيح بمتخذ القرار و بالمؤسسة أو المشروع الذي يعمل فيه أو أن يكون مُتخذ القرار ذو حنكة يغير مسار الأزمة إلى اتجاه آخر وذلك باستقطاب عناصر قوتها والسيطرة عليها.²

مرحلة الانحسار والتقلص:

تبدأ هذه المرحلة بعد الصدام العنيف الذي تم اتخاذه والذي يفقدها جزءاً هاماً من قوتها والذي يؤدي إلى تفكك الأزمة، ثم بداية تقلصها و انحسارها. وإن فشل الاصطدام في تبديدها أو تقليصها فقد تتجدد. تسمى أحياناً بالأزمة المزمّنة لما يترتب عنها من آثار و عواقب قد تستمر لعدة سنوات، وتأخذ شكل موجات متلاحقة تزعزع استقرار الكيان الذي يدخل مرحلة الانكماش والتقلص.³

مرحلة الاختفاء (الاضمحلال):

في هذه المرحلة تفقد الأزمة قوتها بشكل عام، وتتلاشى مظاهرها وينتهي الحديث عنها، وتصبح مجرد حدث تاريخي، ويبدأ بعدها تقييم الخسائر والأضرار، لبدء استعادة الكيان لعافيته وعلاج الآثار المترتبة عنها، ويستعيد فاعليته و أداءه و إكسابه المناعة و الخبرة للتعامل مع أسباب و نتائج مثل هذا

¹ علي فلاح الضلاعين وآخرون، الإعلام وإدارة الأزمات، (دار الإصدار العلمي-الأردن/عمان-ط1-2015) ص34.

² فرحي، مرجع سابق، ص 199.

³ عبد الحميد، مرجع سابق، ص21.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

النوع من الأزمات، وبالتالي الاستفادة من الدروس الناجمة عنها لتفادي ما قد يحدث مستقبلا من سلبيات.¹

ثانياً: أنواع الأزمات

تتعدد وتباين أسس تصنيفات الأزمات ويعود سبب هذا الاختلاف إلى المعيار المعتمد للتصنيف ومن أبرز هذه التصنيفات:

من حيث طبيعة حدوثها:

إما أن يكون الإنسان سبباً فيها كالتهديد بالغزو العسكري أو عمليات الإرهاب.. أو أن تكون بفعل الطبيعة لا دخل للإنسان فيها كالزلازل والبراكين...

من حيث الهدف:

فتكون إما بالاعتداء على شخصيات أو على ممتلكات.

من حيث المصدر:

- أزمة مصدرة كتفجير معين في بلد ما ذو أهمية في بلد آخر.

- أزمة لها جذور في بلد الحادث وتكون إما سياسية أو غيرها .

من حيث العمق:

- أزمة سطحية غير عميقة هامشية التأثير.

- أزمة عميقة متغلغلة جوهرية هيكلية التأثير.

من حيث تكرار حدوثها:

- أزمة ذات طابع دوري متكرر الحدوث كالأزمات السنوية أو الموسمية.

- أزمة ذات طابع فجائي وعشوائي وغير متكررة ليس لها طابع زمني متحكم في ظهورها.

من حيث المدة:

- أزمات قصيرة الأمد يتم إخمادها والقضاء عليها بسرعة وفي مدة زمنية قصيرة.

- أزمات متوسطة الأمد يتم التعامل معها في إطار زمني متوسط لا يتعدى بضعة أشهر.

- أزمات طويلة الأجل وهي التي تستمر معالجتها مدة أطول.

من حيث الشدة:

- أزمات عنيفة جامحة وساحقة يصعب مواجهتها كالثورات والانتفاضات.

¹ الضلاعين، مرجع سابق، ص36/35.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

- أزمات هادئة خفيفة وسهلة المعالجة كالمطالبات الحقوقية والفئوية.
من حيث مستوى المعالجة:

- أزمة محلية تتعلق بدولة واحدة تتطلب معالجة محلية.
 - أزمة إقليمية تتعلق بعدة دول في منطقة واحدة تتطلب تنسيقاً من دول الإقليم لمواجهتها.
 - أزمة دولية تتعلق بعدة دول أجنبية تتطلب تنسيقاً و جهوداً دولية.
- من حيث الآثار:

- أزمات ذات آثار وخسائر بشرية (مدنية/عسكرية).
- أزمات ذات آثار وخسائر مادية (المباني/المعدات/الأموال...).
- أزمات ذات آثار وخسائر معنوية (آثار معنوية ونفسية كالاكتئاب تعود على من تعرض للأزمة).
- أزمات ذات آثار وخسائر مختلطة (مزيج بين نوع أو أكثر من الآثار والخسائر السابقة).¹

ثالثاً: خصائص الأزمات

يرى بعض العلماء أن الأزمات تتسم بالخصائص التالية:

1 - حسب لويس كمفورت Komfort - فإن هناك ثلاث خصائص للأزمة تعرقل معالجتها والتعامل معها:

- عامل الشك أو التأكيد: Uncertainty

- عامل التفاعل: Interaction

- عامل التشابك والتعقيد: Complexity²

2- حسب علي رجب تكمن خصائص الأزمات في:

من أهم خصائص الأزمة نجد ما يلي:

- أ- تقع فجأة ودون سابق إنذار، فهي حدث غير متوقع وغامض يحدث بسرعة، بحيث يعقد العوامل ويثير القلق والاضطراب في حياة الأفراد ولا يترك الوقت الكافي للإدارة المنظمة لتجنب وقوعها.
- ب- جسامة التهديد الفعلي للمصالح والأهداف من المصير المجهول، حيث تتسم الأزمة على عكس المشكلات العادية بجسامة خطورتها الفعلية واتساع نطاقها وبذلك تخلق نوع من الصعوبات في السيطرة على الموقف وإدارته.

¹ عبد الحميد، مرجع سابق، ص31-33.

² الضلاعين، مرجع سابق، ص31.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

ج- فقدان السيطرة والتوازن، حيث تسود فيها ظروف عدم التأكد وتحدث حالة من الارتباك والضياع مما يضعف إمكانية رد الفعل السريع لمواجهتها.

د- ضغط الوقت المتاح للتعامل مع الأزمة وعدم توفر حلول فورية، الأمر الذي يفقد أطراف الأزمة القدرة على السيطرة على الموقف واستيعابه جيدا، ومنه فلا بد من تركيز الجهود لاتخاذ قرارات حاسمة وسريعة للسيطرة عليها في وقت يتصف بالضغط والضييق.

هـ- نقطة تحول أساسية بانتقال خطر الأزمة من الحاضر وتأثيرها على مجريات المستقبل. و- تتسبب الأزمة ترك آثار وخسائر مادية أو معنوية أو بشرية، تهدد بذلك النظام، بخلق حالة من القلق و التوتر لعدم كفاية المعلومات اللازمة عن أسباب الأزمة ومدى انتشارها وتأثيرها، الأمر الذي يؤدي على المزيد من الضغط على الإدارة ويضيق فرص الانفراج.

ز- الأزمة تفرض نفسها وتخلق واقعا مرعبا ويمكن أن تساهم التغطية الإعلامية السلبية في تعميق الأزمة، مما يتطلب تدخلا سريعا لإنهاءها أو التخفيف من تأثيرها، حيث تتطلب مهارات إدارة الأزمة القيادة، واتخاذ القرارات وإدارة الموارد البشرية إلى جانب مهارات الاتصال و مهارات التفكير الإبداعي.¹

رابعا: أسباب نشوء الأزمات

تعددت أسباب نشوء الأزمات وتنوعت، فلكل أزمة ملامحها وأسبابها الخاصة ومقدمات وشواهد تشير إلى حدوثها. ولعل دراسة وتحليل كل أزمة على حدة تعتبر الوسيلة الفعالة لتحديد أسبابها المباشرة وغير مباشرة. وهذا لا يمنع من محاولة إيجاد مقارنة عامة لأهم الأسباب المولدة للأزمات. ويمكن تناول أسباب نشوء الأزمات كالتالي:

1- سوء الفهم: وينشأ عادة من خلال جانبيين، إمّا:

المعلومات المبتورة-الخاطئة-أي تكون المعلومات غير متاحة أو قاصرة أو بها أخطاء مما يؤدي إلى الاستنتاج والتقييم الخاطئ للأمور والقرارات والإجراءات التالية. وإمّا التسرع في إصدار القرارات أو الحكم على الأمور قبل اتضاح حقيقتها.²

2- سوء الإدراك: تحدث الكثير من الأزمات رغم توافر المعلومات و البيانات لعدم استيعابها بدقة، أو نتيجة لخطأ في تفسيرها، فإذا كان هذا الإدراك غير سليم نتيجة للتشويش الطبيعي أو المتعمد يؤدي إلى

¹ الدليبي، مرجع سابق، ص106/107.

² الضلاعين، مرجع سابق، ص37.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

انفصام العلاقة بين الأداء الحقيقي للكيان الإداري وبين القرارات التي يتم اتخاذها، مما يؤدي إلى حدوث الأزمة.¹

3- سوء التقدير و التقييم: يعد من أبرز أسباب نشوء الأزمات في جميع المجالات، ويمس على وجه الخصوص الجانب العسكري، حيث يبرز من خلال سوء التقدير الأزموي ما يلي:

- المغالاة والإفراط في الثقة (النفسية/الذاتية) على مواجهة الطرف الآخر والتغلب عليه.

- سوء تقدير قوة الطرف الآخر والاستخفاف به واستصغاره والتقليل من شأنه.²

4- الإدارة العشوائية: هي ضعف المهارات القيادية وغياب النظرة العلمية وعدم القدرة على تولي زمام الأمور من طرف المعنيين وتحمل المسؤولية وكذا التنبؤ بالأحداث المستقبلية، حيث تعتبر الإدارة العلمية القادرة على اتخاذ القرارات السليمة الدرغ الواقي للمؤسسة لحمايتها من الوقوع في الأزمات.³

5- الإشاعات: سلاح فعال في نشوء الأزمات، بل إن الكثير من الأزمات عادة ما يكون مصدرها الوحيد هو إشاعة أطلقت بشكل معين وتوظيفها بشكل وفي وقت معين وفي بيئة ومن خلال حدث معين يؤدي إلى

وقوع الأزمة، حيث أن الإشاعة تحطم الإدارة والقوى وتحمل الإدارة المسؤولية انتشارها.⁴

6- الأخطاء البشرية: وهي أحد أسباب نشوء الأزمات سواء كانت في الماضي أو الحاضر أو المستقبل، وتتمثل تلك الأخطاء في عدم كفاءة العاملين، واختفاء الدافعية للعمل، وتراخي المشرفين، وإهمال

الرؤساء... وما إلى ذلك، حيث تسبب هذه الأخطاء مشاكل وأزمات تصل أحيانا إلى كوارث.⁵

7- تعارض الأهداف والمصالح: فمن بين ما يسبب حدوث أزمات هو تعارض الأطراف في الأهداف وخصوصا إذا امت بينهم أعمال مشتركة ينظر لها كل طرف من ما يخدمه، وقد تعارض الطرف الآخر.

أما تعارض المصالح تكمن في عمل كل طرف على إيجاد وسيلة من وسائل الضغط لما يتوافق مع مصالحه، هذا ما يزيد من قوة تيار الأزمة.⁶

المطلب الثاني: الأزمة الدولية

أولا: مفهوم الأزمة الدولية

¹ الدليبي، مرجع سابق، ص 105.

² عبد الحميد، مرجع سابق، ص 27.

³ الضلاعين، مرجع سابق، ص 38.

⁴ عبد الحميد، مرجع سابق، ص 28.

⁵ الدليبي، مرجع سابق، ص 105.

⁶ فرجي، مرجع سابق، ص 195.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

بما أن الأزمة الدولية باعتبارها مصطلحا سياسيا، فإنها كانت محل اهتمام الباحثين في مجال العلاقات الدولية و الذين حاولوا وضع تعريف محدد وواضح لها، ولكن اختلاف الرؤى الفكرية للباحثين أدى على تعدد التعريفات الموضوعية لمصطلح الأزمة الدولية لصعوبة إيجاد تعريف شامل لها.

فقد عرف أنصار مدرسة النظم (مدرسة النسق) الأزمة الدولية بالتركيز على الهيكل التنظيمي كمنهج مهم لدراسة السياسة الدولية، فالأزمة الدولية بالنسبة لهذه المدرسة نتيجة حتمية للتفاعلات بين الدول من خلال سياق التطور التدريجي للأحداث الدولية، ومن رواد هذه المدرسة كورال بيل **KORAL BELL** الذي يرى بأنها: نقطة تحول في طبيعة العلاقات بين أطراف ما، حيث ترتفع الصراعات إلى مستوى يهدد بتغيير طبيعة العلاقات بين الدول، أي في حالة وجود أزمات بين الأعداء مثلا تتحول العلاقات من سلمية إلى عدوانية (حربية)، ومن تعاونية إلى صراعية، ومن التحالف إلى الانشقاق.¹ أما أوران يونج **ORAN YOUNG** فيرى بأن الأزمة الدولية عبارة عن "مجموعة أحداث تكشف عن نفسها بسرعة محدثة بذلك إخلالا في توازن القوى القائمة في ظل النظام الدولي، أو أيا من نظمه الفرعية، بصورة انسيابية وبدرجة تفوق في الدرجات الاعتيادية مع زيادة احتمال تصعيد الموقف إلى درجة العنف داخله".²

يركز أصحاب مدرسة صنع القرار في تعريفهم للأزمة الدولية على حالة التهديد المفاجئ ولها تأثير مهم على الوظيفة القرارية باعتبارها حدث مفاجئ لوحدة صنع القرار. ومن أبرز رواد المدرسة تشارلس هيرمان **Herman Charles** فيرى أن الأزمة الدولية: "موقف يسبب تغيرا مفاجئا في واحد أو أكثر من المتغيرات الأساسية المنتظمة" أو بعبارة أخرى أن الأزمة تهز النظام السياسي أو جزءا منه وأن الأزمة هي موقف مفاجئ في احد متغيرات النظام.³ ويذهب جيمس روبنسون **James Robinson** إلى اعتبار الأزمة موقفا بين دولتين أو أكثر يتم إدراكه من قبل صانع القرار. وفي هذا السياق يعرفها ويليام كونت **William Kent** بقوله: "أن الأزمات بطبيعتها تطرح اقتراحات سائدة عن الواقع بطريقة خاصة وحادة وعندما يواجه صانعي القرار السياسي بهذا الواقع بطريقة مفاجئة تتم بوجود خطر محقق وعدم يقين لما سيحدث"⁴

¹ مريم مخلوف "مفهوم الأزمة الدولية"، (الموسوعة السياسية-10-06-2017 آخر دخول: 27-04-2023، - political-encyclopedia.org)

² طارق المغربي، منى المطردي، إدارة الأزمات في العلاقات الدولية، (المكتب العربي الحديث، الاسكندرية 2010)، ص 81/82

³ غيث سفاح متعب الربيعي، ماهية الأزمة الدولية، مجلة العلوم السياسية، (ع 42، 2022)، ص 4.

⁴ فرجي، مرجع سابق، ص 184.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

وفي المدرسة التوفيقية تقوم التعريفات على أساس الجمع بين ما جاءت به المدرستين، ومن رواد المدرسة مايكل بريشر **Michael Brecher** الذي عرف الأزمة على أنها: حالة ترافقها ظروف أربعة ضرورية تفي بغرض قيامها. هي:

-تهديد القيم والمصالح العليا.

-تغيير في البيئة الداخلية والخارجية.

-احتمالية استخدام العنف والقوة العسكرية..

-ضيق الوقت ومحدوديته عند الاستجابة.

ويعرف اري اوفري الأزمة بأنها: حالة التغير في المحيط الخارجي والتي سوف تدرك في إطار وقت محدود، وكذلك مع اتخاذ وضع لمواجهة تهديد القيم والمصالح القومية.¹

ثانياً: النظم الدولية ودراسة الأزمات

مما سبق فإن التعمق في دراسة الأزمات التي تمر بها النظم الدولية يؤدي إلى التعرف على حقائق هامة، وحسب مكلياند **McClelland** يمكن تحديدها فيما يلي:

1- إن الأزمات الدولية هي حالة من التصعيد المؤقت ويصاحبها مستوى من التوتر والعنف.
2- يكون الاتجاه السائد لمعالجة الدولية الحادة عن طريق نزع الفتيل أو خفض التوتر الذي يصاحبها ومحاولة الرجوع للوضع السابق لا تؤدي إلى إفراز تغييرات مهمة بسبب انهيار النظام الدولي وتدميره.
تناول تعريف سنايدر وديك للأزمة احتمالية عالية للحرب، حيث عدت كسلسلة متعاقبة من التداخلات بين حكومتين أو أكثر ذات سيادة ودخولها في صراع عنيف يحوي بين طياته الإدراك العالي لاحتمالية نشوء الحرب.²

وقد عرف الأزمة جارلس هيرمان بأنها: موقف يشتمل على درجة عالية من التهديد لأهداف وقيم ومصالح ووحدة اتخاذ القرار. أما هولستي فيرى أنها: أحد مراحل الصراع وأن أبرز وجوهها المميّزة هو إحداث مفاجأة من قبل أحد الأطراف تؤدي إلى رفع التوتر والتهديد إلى درجة ترغم صانعي القرار لاختيار أحد البديلين الحرب والاستسلام.³ وعليه فالأزمة تتوجب سرعة في اتخاذ القرار، لشدة

¹الربيعي، مرجع سابق، ص4.

²الدليبي، مرجع سابق، ص144.

³نفس المرجع، ص145.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

خطورتها التي تهدد مصلحة وأمن أحد الأطراف، وقد حدد مفهوم الأزمة من وجهة النظر الأمريكية بأنها: -تشمل المصالح الأمريكية.

-تحدث في المناطق غير المستقرة سياسيا في العالم على العموم.

-تواجه ضمن مدة زمنية قصيرة نسبياً.

-الشك وعدم التأكد وربما تنشأ من مصادر مختلفة.

من خلال ما تم تناوله من تعاريف يمكننا القول أن الأزمات الدولية هي نتاج لتواجد صراعات أو علاقات متضادة بين الأفعال السياسية للنظام الدولي ومن المستبعد أن تكون هناك أزمة في ظل العلاقات التعاونية المستقرة بين الدول.

ثالثاً: عوامل نشوب الأزمة الدولية

تعددت عوامل نشوب الأزمة الدولية، إذ ترتبط إلى حد بعيد بنوع الأزمة وعادة تكون على شكل ظواهر لحالة أساسية واحدة هي مساسها بالأمن القومي والمصالح الحيوية وقد يكون الفعل أكثر حدة مثل سحب السفراء أو التهديد بفرض الحصار أو اتخاذ إجراءات عسكرية معينة، وعليه يمكن الإشارة بشكل عام إلى أهم هذه العوامل نذكر منها:

1- النزاع والخلاف حول الحدود:

إن النزاعات والمشكلات الحدودية يمكن أن تنشأ عن أحداث صغيرة أو تكون ناجمة عن السياسات الخاطئة التي خلفها الاستعمار أي أنها واحدة من عناصر الإرث الاستعماري، وغالبا ما تكون بؤرة خلاف متجدد ومصدر لاشتعال فتيلة حرب، وعادة ما تتسم بكونها نزاعات ثنائية الأطراف حول الحدود المشتركة بين دولتين متجاورتين بحيث يدعي كل طرف من أطراف الأزمة أحقيته في منطقة حدودية مشتركة، وأن عدم الاتفاق على حسم مشكلات الحدود سبب في نشوب الأزمة بشكل متكرر ومثلما هو الحال في أزمة أوكرانيا وروسيا.

2- التمسك بالأهداف و المصالح الاقتصادية:

تعد المصالح الاقتصادية من أهم المصالح لدى الدول والتي لا يمكن المساومة أو التفاوض عليها، وقد أصبحت تزداد بشكل ملحوظ، ومن الممكن أن تتحول بعض صراعات المصالح إلى أزمات باستخدام القوة العسكرية وترتفع فيها حدة العداء لدرجة احتمالية وقوع حرب في ظل تطورات

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

النظام الدولي. والتاريخ مليء بالتجارب الدالة على ذلك فالمصالح الاقتصادية كانت سبب الصراع بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي سابقا على أوروبا الشرقية بعد 1945.

3-التدخل في الشؤون الداخلية:

يقصد بالتدخل (تدخل دولة في شؤون دولة أخرى من أجل تحقيق أهداف سياستها الخارجية)، ويكون السبب في هذا التدخل هو نشر أيديولوجية معينة أو الحفاظ على قيم إنسانية عليا أو نشر عقيدة دينية معينة، وذلك باستخدام القوة المسلحة أو استخدام التأثير السياسي والاقتصادي والثقافي. وبذلك تكون مثل هذه الأفعال سببا في نشوب الأزمات الدولية وهذا الأسلوب قد تم إتباعه من طرف القوى العظمى أو الكبرى تجاه دول أخرى اقل منها قوة وحجما كالتدخل الأمريكي في لبنان عام 1958.

4-التناقض والصراع الأيديولوجي:

يعتبر الصراع الأيديولوجي من أخطر الأسباب الفاعلة في حدوث الأزمات الدولية، بسبب شموليته وإثارته للمشاعر، ويمكن أن نقول بأن هذا العامل ظهر بشكل واضح في فترة الحرب الباردة بين الأيديولوجيتين الاشتراكية والرأسمالية بقيادة كل من الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة الأمريكية، ويعد مصدر كبير وخصب للأزمات الدولية، ومثال ذلك نشوب أزمة بعد أزمة الرهائن بين إيران والولايات المتحدة منذ 1979.

المبحث الثاني: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية

يشهد العالم العديد من الأزمات المختلفة والمتطورة بتدخل العديد من الظروف في نطاق ما يسمى بالعمولة والتكنولوجيا الحديثة، في ظل التطورات الراهنة، حيث يلعب مجال الإعلام دورا هاما في إدارة الأزمات، يتضح بشكل جلي أن الإعلام له تأثير بالغ الأهمية في مجرى الأحداث، وبفضل التطور الاتصالي المتسارع وما أنتجته الثورة التكنولوجية من وسائل ووسائط ذكية ومتعددة أصبحت العلاقة بين الإعلام والسياسة تلازمية تقوم على تبادل الأدوار وتكاملها، وهو ما جعل وسائل الإعلام في عصرنا الحالي -الذي بات يعرف بعصر الاتصال والصورة- قادرة على الفعل بشكل مباشر أو غير مباشر في الأزمات، وتشكيل رؤية لدى الجماهير نحو واقعها، وتحديد نمط تفكيرها وتصوراتها تجاه القضايا المطروحة والمستجدة بما يخدم أهداف العملية السياسية في نهاية المطاف. وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى التعريف بإدارة الأزمات، وإلى نشأتها و مراحل إدارتها وكذلك نقوم بذكر أهم مقومات إدارة الأزمة، بالنسبة للمطلب الأول، أما في المطلب الثاني فسنتطرق إلى تعريف الإعلام وتطوره وأشكاله مع

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

ذكر علاقة وسائل الإعلام بالأزمات، وكيف تتم التغطية الإعلامية للأزمة، وفي الأخير نذكر دور الإعلام قبل وأثناء وبعد الأزمة.

المطلب الأول: إدارة الأزمات

إن اهتمام الباحثين والسياسيين بدراسة إدارة الأزمة الدولية جاء متأخرا نسبياً، حيث يعد التعامل مع الأزمات أحد محاور الاهتمام في الإدارة، يقتضي وجود صفات يتسم بها المدراء كالشجاعة والثبات والالتزان الانفعالي، والقدرة على التفكير الإبداعي والقدرة على الاتصال والحوار وصياغة ورسم التكتيكات اللازمة للتعامل مع الأزمة.

وتعد أزمة الصواريخ الكوبية عام 1962 الدافع الذي أدى إلى اهتمام الباحثين بدراسة إدارة الأزمات الدولية، حيث يقول وزير الدفاع الأمريكي الأسبق روبرت ماكنامارا **Robert McNamara** بعد انتهاء الأزمة الكوبية أنه: "لم يعد هناك بعد الآن مجال للحديث عن الاستراتيجية العسكرية وإنما عن إدارة للأزمات فقط"¹. وذلك تجنباً للدخول في حرب نووية مدمرة وشاملة، لأن سوء إدارة الأزمة تؤدي إلى حدوث مشاكل للنظام السياسي الدولي وهذا الخصوص يمكن القول بأنه توجد علاقة تفاعل بين هيكل النظام السياسي الدولي وكيفية إدارة الأزمات .

أولاً: مفهوم إدارة الأزمات

1-1: المفهوم:

يعد مفهوم إدارة الأزمة من المفاهيم الحديثة والتي لاقت اهتمام الباحثين في إيجاد تعريف لها، حيث يشير مفهومها إلى كيفية التغلب على الأزمة باستخدام الأسلوب الإداري العلمي من أجل تدارك سلباتها ما أمكن، وتعظيم إيجابياتها.

ويرى الباحثين أن إدارة الأزمة: "عملية إدارية متميزة لأنها تتعرض لحد مفاجئ، ولأنها تحتاج لتصرفات حاسمة سريعة تتفق مع تطورات الأزمة وتوجيهها وفقاً لمقتضيات الأمور"²

ويعرفها آخرون بأنها: عملية إدارة خاصة من شأنها إنتاج استجابة إستراتيجية لمواقف الأزمات من خلال مجموعة من الإداريين المنتقنين مسبقاً والمدربين تدريباً خاصاً والذين يستخدمون مهاراتهم بالإضافة إلى إجراءات خاصة من أجل تقليل الخسائر إلى الحد الأدنى.¹

¹ عباس رشيد العمري، إدارة الأزمة في عالم متغير، (مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، 1993) ص 213

² عسماوي، سعد الدين، إدارة الأزمة، مجلة الفكر الشرطي، (الإمارات، م 5، ع 2، 1996) ص 199.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

بينما عرف فيليب وليامز إدارة الأزمة بأنها تتضمن السيطرة على الأزمة أو ضبطها كي لا تخرج عن اليد وتعود إلى الحرب، هذا من جهة ومن جهة أخرى للتأكد من أن الأزمات تحل بالشكل المقبول الذي يسهم في الحفاظ على أمن الدولة ومصالحها الحيوية²

وعليه وبشكل عام يمكن تعريف إدارة الأزمات على أنها:

عملية إدارية تتضمن كافة الاستراتيجيات و العمليات والبرامج المخططة والتي توضع موضع التنفيذ لتجنب أو منع حدوث الأزمات، والتقليل من أضرارها في حالة حدوثها، مع استخدام الأسلوب العلمي في اتخاذ القرارات.

2-1: مناهج دراسة الأزمات:

يمكن دراسة الأزمات بمناهج علمية يمكن تلخيصها في:

المنهج الوصفي التحليلي: من خلال تشخيص الأزمة وفقا للمرحلة التي وصلت إليها، وبالتالي تحديد ملامحها ومظاهرها العامة، والنتائج التي تترتب عليها.

المنهج التاريخي: تتم دراسة الأزمة وفق المنهج التاريخي على تتبع الأزمة وتطورها.

منهج النظم في تشخيص الأزمات: يتناول هذا المنهج الأزمة كنظام متكامل له مدخلات ونظام تشغيل ومخرجات وتغذية مرتدة، أي مجموعة من العمليات المتكاملة لتحقيق هدف معين. المنهج البيئي: يقوم هذا المنهج عند تشخيصه للأزمة بتحليل القوى البيئية المؤثرة في صنع الأزمة، وفي نموها واتساع نطاقها.

منهج دراسة الحالة: يقوم هذا المنهج على دراسة كل أزمة على حدة، ويركز على كل ما يتعلق بالأزمة باعتبارها حالة مستقلة، وتحليل كل العوامل والعناصر والمتغيرات المؤثرة فيها بصورة شاملة.

منهج الدراسات المقارنة: ويقوم على أساس دراسة الأزمات السابقة ومقارنتها موضوعيا بالأزمات التي تواجهها في الوقت الحاضر لمعرفة أوجه الاختلاف والتشابه، ومن ثم تحديد طرق العلاج.

منهج الدراسة المتكاملة: يعتمد على استخدام جميع المناهج السابق ذكرها.³

ثانيا: نشأة ومراحل إدارة الأزمات

1-نشأة إدارة الأزمة كمصطلح:

¹فرحي، مرجع سابق، 215.

²فيليب وليامز، إدارة الأزمات والمجاهة الدبلوماسية في العصر النووي، (ترجمة مركز البحوث والمعلومات، بغداد، 1986) ص 89.

³شهرزاد مسعود لمجد، الإعلام وإدارة الأزمات، (دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013) ص 44\45.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

على الرغم من أن حدوث الأزمات من الأمور القديمة في الساحة الدولية، فإن الوعي بأهمية إدارتها لم يعرف اهتماما إلا في السنوات الأخيرة، فالتغيرات الحاصلة مع تراكم التجارب الأزموية في العصر الحديث، دفع الباحثين إلى التعمق في مفهوم الأزمة وتحليلا وتأصيلا وصولا إلى بلورة ملامح علم متكامل ومستقل لإدارة الأزمات، ويمكن أن نشير إلى بعض الدلائل التي تشير إلى الاتجاهات العلمية في تكوين ودراسة علم إدارة الأزمات في مسارين:

المسار الأول: يهتم بمفهوم علم الأزمات على وجه العموم، بداية من تحديد مفهوم الأزمة وتطوره ومجالات دراسته، ثم اتسع ليشتمل بذلك بجانب الأزمات الكوارث الطبيعية، أي أضيف البعد الاجتماعي لمفهوم الأزمة الذي أضاف لهذا العلم مجالات أخرى للدراسة تضمنت قضايا اجتماعية واقتصادية وبيئية بجانب القضايا السياسية والعسكرية، زيادة على ذلك إسهامات نظرية وعلمية في مجال مداخل ومناهج تشخيص الأزمات ووضع إطار نظري لدراستها.

المسار الثاني: يركز على علم إدارة الأزمات ومداخله المختلفة بالتطبيق على بعض الأزمات ذات طبيعة مختلفة، وفي هذا الإطار تناول الباحثون إدارة الأزمات من منظور علم العلاقات الدولية. وقد تبلور مصطلح علم إدارة الأزمة من خلال مجالين محددتين وهما:

1- مجال الإدارة: فثمة اتفاق عام بين الباحثين على أن النشأة الحديثة لبحوث ودراسات الأزمات ترجع إلى الثمينات من القرن العشرين وإن كان ذلك لا ينفي أنه كانت هناك بدايات أخرى ضئيلة ترجع إلى العشرينات القرن الماضي، حيث يشار إلى دراسة برنس **Prince.S** التي تعد من أوائل الدراسات التي تناولت إدارة الأزمات الاجتماعية، ثم توترت الدراسات بعد ذلك ولم يكن لها صفة الاستمرارية حتى نهاية الثمانينات من القرن العشرين.¹

2- أما في مجال العلاقات الدولية، فأُن دراسة الأزمات الدولية مرت بمرحلتين تاريخيتين:

المرحلة الأولى:

وتتمد من نهاية القرن التاسع عشر وحتى نهاية الخمسينيات، حيث كانت دراسة الأزمات الدولية تتم بشكل غير علمي بالمعنى الدقيق، واعتمدت على الروايات التاريخية كما في حالة حروب البلقان، والحروب النابليونية والحرب العالمية الأولى.

المرحلة الثانية:

¹ فرجي، مرجع سابق، ص 218/219.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

وتبدأ من بداية عقد الستينات، وحتى الوقت الراهن حيث تخطت البحوث والدراسات مرحلة السرد والوصف التاريخي للأحداث المؤدية للازمات الدولية، إلى البحث والنظر في تحليل هذه الأزمات مستخدمة في ذلك المناهج والأدوات التحليلية العلمية والبحثية الحديثة في علم السياسة¹. وكان للولايات المتحدة الأمريكية الأسبق في مجال نشأة علم إدارة الأزمات، وذلك من خلال الاهتمام بإنشاء العديد من المراكز والهيئات المتخصصة في بحوث إدارة الأزمات والكوارث، خاصة بعد نجاحها في إدارة أزمة كوبا 1962، وما تفادته من حرب نووية تدفع العالم للهاوية، ومن خسائر محتملة قدرت بـ50 بالمئة من تعداد سكان المعسكرين المتنازعين.

أما دراسات الأزمة من المنظور الإعلامي قد تشكلت ملامحها في إطار تناول وسائل الإعلام للأزمات ذات الصبغة السياسية والعسكرية، والتي تركز في الغالب على قضايا الصراعات العرقية وحوادث العنف والإرهاب والأزمات السياسية الداخلية والحروب الأهلية وتعتمد في تحليلها العلمي على منهج دراسة الحالة وتحليل المحتوى لوسائل الإعلام المكتوبة².

ثانياً: مراحل إدارة الأزمات

تمر معظم الأزمات بخمس مراحل أساسية، يمكن من خلالها أن يتجنب متخذ القرار الوقوع في الأزمة وبذلك يصبح مسؤولاً عن إدارتها، وعليه تكمن هذه المراحل في:

أ- اكتشاف إشارات الإنذار المبكر **Signal Detection**:

عادة ما يكون لأي أزمة مؤشرات تنبئ باحتمال حدوثها، لذلك وجب الاهتمام بهذه الإشارات بالشكل الكافي من أجل تجنب وقوع الأزمة، وبالإضافة إلى ذلك فإن لكل أزمة ترسل إشارات خاصة بها، وقد يصيب التفرقة بين الإشارات الخاصة بكل أزمة على حدة، ونذكر على سبيل المثال الكتابة على الجدران مثلاً تعبيراً عن غضب الشعب أو عاملين في مؤسسة ما، وربما لا تعني شيئاً³.

ب- الاستعداد والوقاية: **Preparation\Prevention** :

يجب أن يتوافر لدى المجتمع الاستعدادات والأساليب الكافية للوقاية من الأزمات، ويؤكد ذلك على أهمية إشارات الإنذار المبكر، لأنه من الصعب تفادي أزمة لم تتنبأ أو تنذر باحتمال وقوعه، لوجود

¹ المرجع نفسه، ص 219 ص/220.

² المرجع نفسه، ص 221/223.

³ الضلاعين، مرجع سابق، ص 74.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

علاقة بين التنبؤ بالأزمة وبين الوقاية منها والاستعداد لها، ويبرز ذلك في خطط الاستعداد والوقاية من الأزمات خاصة الطبيعية منها، بما تتضمنه من تدريب للأفراد واختيار المعدات وما إلى ذلك من أجل تفادي المخاطر المحتملة. ولذلك من الضروري تصميم سيناريوهات مختلفة ودراسة ذلك حتى يصبح لكل فرد دور يعرفه.¹

ج- احتواء الأضرار والحد منها: Containment\Damage Limitation :

من المستحيل منع الأزمات من الوقوع طالما أن الميول التدميرية تعد خاصية طبيعية لكافة النظم الحية، على ذلك فإن المرحلة التالية في إدارة الأزمات تتلخص في إعداد وسائل للحد من الأضرار ومنعها من الانتشار لتشمل الأجزاء الأخرى في أي مجال للحماية من الأزمة، وتتوقف هذه المرحلة في إدارة الأزمات على طبيعة الحادث الذي وقع.²

د- استعداد النشاط: Recovery:

تتمثل هذه الاستعدادات في إعداد أنشطة وبرامج (جاهزة واختبرت بالفعل) قصيرة و طويلة الأجل، والهادفة إلى تعظيم الإمكانيات والقدرات، وكذلك محاولة استعادة الأصول الملموسة والمعنوية التي فقدت وتدريب الأفراد والجماعات على كيفية التعامل مع الأزمة، اللذين لهم دور فعال في إنجازهم لهذه المرحلة.

ج- التعلم Learning :

في المرحلة الأخيرة وجب التركيز على التعلم المستمر وإعادة التقييم من أجل تحسين ما تم إنجازه في الماضي، وبهذا يتم الوصول إلى استخلاص مجموعة من الدروس مستفادة من كارثة أو أزمة ما، وعليه تعد هذه المرحلة نقطة حساسة في دراسة الماضي واجتناب الأخطاء في المستقبل.

ثالثاً: مقومات إدارة الأزمة

إن التعامل مع الأزمة وإدارتها يستند على مجموعة من الأساليب الإدارية متقدمة تصب في تحقيق مناخ مناسب للتعامل معها، ومن هنا فالأزمة تحتاج إلى مهارات واحتياجات إدارية خاصة، وفريق عمل يتمتع بكافة الصلاحيات والمسؤوليات للتعامل مع الأزمة. وتتمثل أبرز مقومات الإدارة الفعالة للأزمة فيما يلي:

¹ عبد الحميد، مرجع سابق، ص 75\76.

² فرحي، مرجع سابق، ص 225.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

-تبسيط الإجراءات وتسهيلها:تتطلب الأزمة التدخل السريع والحاسم من خلال تبسيط الإجراءات مما يساعد على التعامل مع الحدث الأزموي ومعالجته.

-إخضاع التعامل مع الأزمة للمنهجية العلمية:يتطلب التعامل مع الأزمة الخضوع لمنهج إداري سليم لتأكيد عوامل النجاح، حيث يقوم المنهج الإداري على أربعة نقاط وهي:
التخطيط/التنظيم/التوجيه/المتابعة.

-تقدير الموقف الأزموي:يشترط تقدير الموقف الأزموي التحليل الكامل لأسباب الأزمة وتطورها وتحديد دقيق وشامل للقوى الصانعة للأزمة والمساعدة لها، والمؤثرة فيها، ثم تقدير القدرات والإمكانات المتاحة لدى الجهة المسؤولة عن إدارة الأزمة والتنبؤ باحتمالات تطور الأحداث وإمكانية السيطرة عليها.¹

-تحديد الأولويات: بناء على تقدير الموقف الحالي والمستقبلي لأحداث الأزمة، توضع الخطط والبدائل التي تم ترتيبها في ضوء الأولويات التي تم تحديدها وفق معايير معينة.²

-تفويض السلطة:تعتبر هذه المرحلة القلب النابض للعملية الإدارية، ومحورها في كل من إدارة الأزمات أو في نطاق فريق المهام الأزموية، ويترتب عن تفويض السلطة منح كل فرد من أفراد الفريق معالجة الأزمة السلطة الضرورية لتحقيق عمله المحدود، وفي الوقت نفسه على الفرد أن يعرف المهام و الأنشطة التي يتوقع منه إنجازها.³

-فتح قنوات الاتصال والإبقاء عليها مع الطرف الآخر:

تحتاج إدارة الأزمة إلى كم مناسب من المعلومات وإلى متابعة فورية لتداعيات أحداث الأزمة، سلوكيات أطرافها، ونتائج هذه السلوكيات ومن ثم فإن فتح الاتصال مع الطرف الآخر يساعد على تحقيق هذا الهدف.⁴

-الوفرة الاحتياطية الكافية:

الأزمة تحتاج إلى الفهم الكامل لأبعاد الموقف الناشئ عن التواجد في موقع الأزمة، كما تحتاج إلى الدعم المادي والمعنوي الذي يساعد على سرعة التصدي للأحداث، إضافة إلى ما يمتلكها لقطاع الخاص من معدات وإمكانات كثيرة تمكن توظيفها، والاستفادة من القوى البشرية المخلصة والتي من

¹ ضلاعين، مرجع سابق، ص.72.

² عبد الحميد، مرجع سابق، ص.91.

³ المكان نفسه.

⁴ ضلاعين، مرجع سابق، ص.73.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

الممكن أن تساعد في عمليات إدارة الأزمة وإتاحة فرصة العمل التطوعي وفق أسس مدروسة¹.
-التواجد المستمر في مواقع الأحداث:

ويتمثل ذلك في التواجد السري في موقع الأحداث،بالإضافة إلى الحصول على أكبر عدد ممكن من البيانات الكافية لمتخذ القرار لإدارة الأزمة،حيث يصعب معالجة الأزمة في حالة تغييب المعلومات الخاصة بها.²

-إنشاء فرق مهمات خاصة:يكون ذلك بتكوين فرق لإدارة الأزمات يخضع لتدريب خاص وعال حسب نوع وحجم المهمة،ويتطلب ذلك وجود أكثر من خبير ومختص وفني في مجالات مختلفة،من أجل التدخل السريع،شريطة أن يتصف الفريق بمجموعة من الصفات وهي:

- الفهم الجيد للأهداف المطلوب تحقيقها.

-وضوح أدوار أعضاء فريق العمل.

-تحديد أسلوب اتخاذ القرارات وتنفيذها وتقويم نتائجها.

-التكامل بين أعضاء فريق العمل.³

-توعية المواطنين:يلعب الإعلام دورا مهما في توعية المواطنين في كيفية تجنب الأزمة،والمطلوب منهم القيام به،وذلك يؤدي إلى المساعدة في مواجهة الأزمة،مما يتطلب إعداد وتنفيذ خطط إعلامية وتوعوية في هذا الإطار،باستعمال العديد من وسائل وأساليب الاتصال الجماهيري من أجل توضيح كيفية سير الإجراءات المستخدمة في التصدي للأزمة.

-الخطة الإعلامية في الأزمة:كما ذكرنا سابقا أن للإعلام دور مهم في إدارة الأزمات،وأن تهميشه يعود بالسلب على عملية إدارة الأزمة،هذا ما يتوجب خطة إعلامية مدروسة قبل وأثناء وبعد الأزمة.يدلي بها متحدث رسمي ذو كفاءة وتأهيل وخبرة .

المطلب الثاني:الدور الإعلامي في إدارة الأزمات

يعيش الإنسان المعاصر في عالم اليوم في بيئة مشبعة بالمواد الإعلامية، تتميز بالتعدد الهائل، والتنوع الكبير، في وسائل الإعلام المختلفة . واتسعت دائرة الإعلام في هذا العصر،وأصبحت تشمل

¹ المكان نفسه.

² فرحي، مرجع سابق، 252.

³ الدليبي، مرجع سابق، ص126.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

أنواعاً عديدة ومختلفة من وسائل الإعلام، المرئية والمسموعة والمقروءة، فالإعلام يلعب أيضا دورا في إدارة الأزمات باستعمال العديد من الأدوات وفي مراحل مختلفة .

أولا: تعريف الإعلام وتطوره وأشكاله

1- تعريف الإعلام:

أصبح الإعلام لغة عصرية وحضارية لا يمكن الاستغناء عنها أو تجاهلها، ما يتطلب فهمها واستيعابها من خلال امتلاك مقوماتها ومعرفة أشكالها، والسير مع التطورات الحاصلة لوسائله المختلفة، هذا ما أدى إلى تعدد تعاريفه.

ونذكر من بين ما عرف به الإعلام ما يلي:

إن كلمة إعلام من مصدر أعلم وتعني أساسا الإخبار وتقديم المعلومات، نقول لابد من إعلام الجمهور بالحقيقة أي إخباره، أن يكون على علم ومعرفة.

والإعلام باللغة الإنجليزية Media، ويعني عملية نقل الخبر من طرف إلى طرف آخر.

كما يعنى المصطلح: تقديم الأخبار والمعلومات بشأن حدث ما، ويتضح في هذه العملية، عملية الإخبار، وجود رسالة إعلامية (أخبار-معلومات-أفكار-آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، أي حديث من طرف واحد، وبذلك فهو في نفس الوقت يشمل إشارات وأصوات وكل ما يمكن تخزينه من أجل استرجاعه مرة أخرى.

والإعلام هو: وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات، إلا أن الإعلام يتناول مهامها متنوعة أخرى، تعدت موضوع نشر الأخبار إلى موضوع الترفيه والتسلية خصوصا بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع، تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الإعلام.¹ ويعرف أوتوجروت الألماني الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه.²

ويعرف الإعلام بأنه: التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه.³

¹ فيصل محمد أبو عيشة، الدعاية والإعلام (الأردن، عمان دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011)، ص25.

² محمود خضر، الإعلام والمعلومات والانترنت (الأردن، دار مكتبة الكندي للنشر والتوزيع، ط1، 2015)، ص12.

³ الدليبي، مرجع سابق، ص69.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

وكذا الباحث فرانسيس بال Francis Balle عرف الإعلام بأنه: تبادل للمعلومات بين الأفراد وأضاف له عامل الوسيلة والتجهيزات التي تجعل هذا التبادل ممكنا. لكنه لم يحدد طبيعة هذه الوسائل إذ تركها عامة إذ أصبحت هذه الوسائل التي تدخل في الإعلام معنية بهذا التعريف غير الدقيق ما جعل المدرسة الأنجلوساكسونية تتدخل لتصحيح التعريف السابق إذ نقول: أن هذه الوسائل التي أشار إليها فرانسيس بال هي وسائل الاتصال الجماهيري وبذلك فإن وسائل الإعلام هي وسائل الاتصال على النطاق الجماهيري. أما المدرسة الفرنسية في تعريفها لوسائل الإعلام استخدمت ما يسمى ب: **entreprise de diffusion** أي مؤسسات النشر وهو تحديد أكثر دقة من التعريف السابق¹. وبناء على ما سبق فالإعلام هو: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، بقصد التأثير، وإيصال فكرة ما سواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها².

2- تطور الإعلام:

إن التطور الحضاري في المجتمعات، يحمل بين طياته العديد من التغيرات والابتكارات والإبداعات التي تسمح للفرد بمواكبة عصره، فمنذ وجد البشر وجد الإعلام، ووجدت الحاجة لتبليغ ما يقوله الآخرون وما يعلمون به وما يفكرون فيه، وكان يدور الإعلام في تلك العصور الأولى حول تنقلات الطرائد ثم تنقلات العدو...، وكانت الأنباء تنتشر أولا عن طريق الإشارات المنظورة من الأعالي أو المسموعة، ثم عن طريق الرسائل المكتوبة، وفي القرن العاشر استخدم الحمام الزاجل في العالم الإسلامي، ولما شاعت تربية الخيول ازداد البريد على طرق الإمبراطورية الرومانية. و أما إبداعاتنا في الوقت الحاضر فهي الإبداعات الصناعية والكهربائية و الكمبيوتر و اكتشاف المطبعة الحديثة... الخ. هذه كلها تكون حضارة شعب من الشعوب، و دور الإعلام هنا هو الترويج لكل هذه الإبداعات بتطورها وتجسيدها وتقديمها للعالم.

و الإعلام كما ينقل تلك الحضارة ، فهو أيضا يتطور بتطورها فللإعلام علاقة وطيدة بمجتمعه و المجتمعات كلها . و لقد أصبحت عملية الإعلام في المجتمع الإسلامي من العمليات الأكثر تنظيما و إحكاما ، و لعلها ظاهرة قل وجودها عند الحضارات الأخرى، وحتى في يومنا فإن الحضارات الغربية لا زالت لم تتمكن من تنظيم عملية الاتصال بوسائلها العصرية المختلفة أحسن مما رأيناها في المجتمع

¹ هالة بن علي برنات، مقدمة في الإعلام والاتصال (المملكة العربية السعودية، جامعة الملك سعود، بقسم الإعلام، 2016\2017) ص 1، 2.

² أبوعيشة، مرجع سابق، ص 25.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

الإسلامي عند ازدهاره، وإن كانت الدعوة الإسلامية قد أدخلت تطورا هاما في مفهوم الاتصال فهي لم تعرف تطورا جذريا في وسائل الاتصال والإعلام.

وكانت أوروبا هي التي أدخلت على وسائل الاتصال تطورا باكتشاف الطباعة على يد غوتنبرغ عام 1436 م، فاعتبر اكتشافه ثورة في الإعلام لأنه سهل الطبع، ولأن الطباعة جعلت الكتابة متوفرة كَمَا، فابتدأ الإعلام في هذه المرحلة يخرج من مرحلة الفوضى إلى مرحلة صناعة متقدمة، والإبداعات في هذا المجال كثيرة و متوفرة: كان الخبر مثلا بواسطة بيانات أو بالإعلان الشفوي حتى اكتشفت وكالات لتجميع ونقل الأخبار و تعميمها , وكانت البدايات الإخبارية تجارية من ناحية الأهمية ليس كما اليوم تأتي سياسية بالدرجة الأولى¹.

وفي أواخر القرن التاسع عشر ومع تطور العالم ككل اكتشفت الوسائل الإعلامية الحديثة مثل الصور المتحركة والتلبرنتر " أي نقل الأخبار عبر الخط اللاسلكي" وقد اكتشف التلبرنتر **Teleprinter** عام 1913 م، ولكن تعميم الأخبار بواسطته كانت محدودة ضمن نطاق البلد الواحد ثم تطور إلى أنعم معظم دول العالم².

وتعتبر هذه المرحلة مرحلة التطور الإعلامي والحضاري، حيث أصبح العالم سوق الإعلام الحديث واستعمال الصحافة كوسيلة إعلامية للاتصال أحدث ثورة في هيكل الإعلام. والجدير بالذكر أن حرية التعبير لم تتحقق في أوروبا إلا في القرن التاسع عشر بكثير منا لتعثر، غير أن تحقيق هذا الهدف أعطى العملية الاتصالية بعدا كبيرا، فعرفت الصحافة ازدهارا عظيما وصارت الأخبار والأفكار تنتقل بكل حرية وبسرعة فائقة، حتى أن حرية التعبير أصبحت من المقدرات التي لا تمس بسوء عند عدد كبير من الدول الغربية، غير أن مفهوم الحرية عند الغربيين كان ضيقا، وتطور وسائل الاتصال والإعلام مكنه ممن أن يستعملوها في مصلحتهم الخاصة، حتى ولو كان على حساب حرية غيرهم .

فاستفادت طبعا تدون الأخرى من تطور هذه الوسائل، واستعمرت شعوب أخرى باسم الحرية. وقد أصبح المفهوم الاقتصادي للاتصال والإعلام يطغى على جميع المفاهيم الأخرى، بحيث أصبحت الوسائل الإعلامية خاصة الصحافة في خطر مهددة بالتقلص، وهذا يعني المس بقداسة حرية الرأي والتعبير.

¹ معزوز فاطمة الزهراء، دور الإعلام البيئي في حماية البيئة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بسكرة-2010\2011) ص37.

² المكان نفسه

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

إذن فقد شهدت القرون الوسطى مرحلة الإعلام الكتابي، وكانت للثورات الصناعية المتعددة الأثر الكبير في اكتشاف الكهرباء طوّر الآلة. ومن المخترعات التي تولدت عن الثورة الإلكترونية السينما، وتعتبر السينما فاتحة عالم الوسائل السمعية البصرية، وذلك بعد السيطرة الطويلة للوسائل المطبوعة، والبروز المتزامن تقريبا للراديو على الساحة الإعلامية كمنافس قوي، وعرفت الإذاعة الجديدة في العالم سنة 1920 م، ليظهر فيما بعد أول شريط إخباري تلفزيوني في 1949 م.¹

3- أشكال الإعلام: أصبحت وسائل الإعلام بمختلف أنواعها المصدر الأكبر للأخبار هذه الأيام، وتقدمها إلى الجمهور بشكل كثيف، إلى جانب الكثير من المصادر التي يلعب فيها الإعلام دورًا حيويًا، حيث بإمكاننا مشاهدة كل النشرات الأخيرة من خلاله، ويعتبر الإعلام السلطة الرابعة بعد السلطة التشريعية والتنفيذية والقضائية.

أصبحت تشمل أنواعاً عديدة ومختلفة من وسائل الإعلام، المرئية والمسموعة والمقروءة، ومن هذه الوسائل نذكر:

أ. الإعلام المرئي: التلفزيون والقنوات الفضائية، عبر البث الأرضي والأقمار الصناعية والانترنت وكوابل الألياف البصرية.

ب. الإعلام المسموع: المحطات الإذاعية، الأرضية والفضائية والرقمية .

ج. الإعلام المكتوب: الصحف والمجلات، الشاملة والمتخصصة، المحلية والعالمية .

د. الإعلام الإلكتروني: مواقع الانترنت، الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي: المنتديات والمدونات ومواقع الشبكات والتواصل الاجتماعي والشخصي والمجموعات البريدية.²

4- أهميته وسائل الإعلام:

أ- التثقيف العام وتكوين الآراء والاتجاهات: وذلك بتقديم الخدمات الإخبارية والحقائق الصادقة والدقيقة، وزيادة المعلومات لدى الجمهور في شتى المجالات: السياسة، العسكرية، الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والفكرية.

ب- توثيق المعلومات والبيانات: بشكل كلي أو جزئي أو انتقائي، وفق ما تحدده المؤسسة الإعلامية الخاصة أو الحكومية أو العامة أو الحزبية.

¹ معزوز، مرجع سابق، ص38.

² برناط، مرجع سابق، ص1.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

ج-التعليم العام المفتوح: حيث تهدف إلى زيادة نشر المعلومات العامة والمتخصصة لمساعدة الجمهور على التفكير السليم .

د-بث ونقل الشعائر الدينية:إيماننا منها في كسب ود السواد الأعظم من المتلقين للمواد الإعلامية المختلفة،تسعى معظم وسائل الاتصال الجماهيري إلى تغطية وبث الشعائر الدينية وفق السياسة العامة لوسيلة الإعلام.

هـ-التسلية والإمتاع والترفيه:يسعى القائمون على وسائل الإعلام المختلفة لتضمين مواد مسلية للترفيه والترويح والتنفيس عن المتلقين قراء أو مشاهدين أو مستمعين لتمضية أوقات فراغهم،بمختلف أعمارهم وأنواعهم.¹

ثانيا:علاقة وسائل الإعلام بالأزمات

إن اختلاف الأزمات وتنوعها وتصاعد حدتها،تبرز دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات،وعلاقته بها،سواء من حيث دورها في أحداثها أو الإسهام في تفاقمها أو حلها،فالأجهزة الإعلامية تسيطر على المعلومات، وتعمل على تحديد ما يصل إلى الجمهور من أخبار وكيفية تفسيرها له، ومن خلال تناول الإعلام أو عدم تناوله قضايا يمكن أن تؤثر في السياسات العامة التي تتخذ،وكيفية تنفيذها،والأحداث التي تتم تغطيتها، والطريقة التي يقدمون بها الموضوع،والتي يمكن أن تحدد أو تُظهر الأحداث،وتشكل اتجاهات الرأي العام،لذا لا بد من وضع الأسس عند تصميم خطة إعلامية للأزمات.²

كما نجد أن الرأي العام يلقي اهتماما كبيرا بوسائل الإعلام،عند حدوث الأزمات،لأنه يؤدي دورا مهما وحيويا في التوعية بالأزمات المحتملة،فالتأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في الأفراد والمجتمع محل خلاف بين المهتمين بها بصفة عامة،وبشأن ما تحدثه من تأثيرات أثناء الأزمات بصفة خاصة. فمن جهة يمكن لوسائل الإعلام أن تزيد من تفاقم الأزمات أكثر من المساعدة في مواجهتها،وذلك حينما يفع الجمهور تحت تأثير الشائعات و الدعاية والأخبار الكاذبة ،ومن ثم يكون عرضة للاستهواء مما يزيد الأمور تعقيدا ويرفع من درجة التوتر واللاعقلانية لديهم،ومن جهة أخرى يمكن أن تؤثر وسائل الإعلام تأثيرا إيجابيا في كشف الفساد والانحراف،وتزويد الأفراد بالأخبار والأحداث العالمية،والتي تساعد بشكل كبير في إدارة الأزمات والتغلب عليها،هنا يتمثل دور الإعلام في التأكيد على مصلحة المواطن، وتبصيره لكل ما يمكن أن يضره،وإيجاد إحساس بالمسؤولية الجماعية،وتأكيد روح التكامل والتعاون بين المواطنين،كما أنه يؤدي إلى التغلب على حالات التشتت المعتاد التي تنتاب بعض فئات الجمهور.

¹أبو عيشة، مرجع سابق،ص34\35.

²صالح بن حمد التويجري، " دور الإعلام أثناء الأزمات والكوارث "مجلة معكم(ع17-23ماي2019-<https://www.maacom.org>)

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

لابد أن يتم إعلام المواطنين وتوعيتهم بالدور المطلوب منهم، والقيام به عند وقوع الأزمة، وهذا يؤدي إلى المساعدة بدرجة كبيرة على مواجهة الأزمة، ومن ثم يتطلب إعداد وتنفيذ خطط إعلامية وتوعوية في أثناء مراحل الأزمة.¹

وعليه يمكن القول بأن للإعلام دور حيوي وفعال في المجتمعات الدولية، وفي شتى ميادين الحياة، فهو ضرورة حضارية لا يمكن الاستغناء عنه، في تنظيم الحياة الاجتماعية واستقرارها، وهو من بين العوامل التنموية الفعالة في مختلف المجالات. كما أن وسائل الإعلام ترتبط بشكل وثيق بالأزمات وذلك لاهتمام الجمهور بالأزمات وتتبع أحداثها وتطوراتها، وبالتالي فإن الجمهور يرتبط بوسائل الإعلام ويعتمد عليها وفق التزامها بالحقائق والموضوعية في تقديم المعلومات.

ثالثاً: التغطية الإعلامية للأزمات

يتحدد موقف وسائل الإعلام من المؤسسة والأزمة التي وقعت من خلال التغطية الإعلامية وما قدمته من أخبار ومعلومات عبر توجهاتها في هذا الشأن. والأصل في أي تغطية إعلامية هي البحث عن الحقيقة ونقلها للجمهور، مما تستلزم صرامة أكثر في الالتزام بقواعد المهنة الصحفية وأخلاقياتها مقارنة بالكيفية التي تغطي بها الأحداث في الأوقات العادية.

وعليه يجب الحذر من تأثير الرسالة الإعلامية على المتلقين في حالة وقوع الأزمات، والتي تجلب نتائج كارثية من وجهتين: إما مبالغة الصحافة في إثارة الموضوع فتبث الذعر في قلوب الناس وتسبب لهم أضراراً كان من الممكن تفاديها، وإما أن تقلل الصحافة من شأن حجم الخطر، أو نظراً لتستر المسؤولين عنه وبالتالي تهاون الناس في أخذ الاحتياطات اللازمة مما يؤدي إلى تفاقم الأزمة أكثر فأكثر. وبما أن الصحفيون هم أول من يقف على الأحداث ميدانياً وينقلون الأوضاع والوقائع للجمهور، والذي يبني مواقفه وخياراته بناءً على ما تم التصريح به من طرف الصحافة. فالإعلام في وقتنا الحاضر أصبح مؤشراً أساسياً لتوضيح أهداف الأمة وتوجهاتها، فمن خلاله تتشكل القناعات والمفاهيم والسلوكيات ويقدم أدلة ومؤشرات على ما وصلت إليه الأمة من تقدم، والإعلام هو أحد الجهود المتخصصة التي تتوفر على تقديم خدمات عامة لتحقيق أهداف محددة.

¹ المكان نفسه

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

وعليه تركز بعض الدراسات الإعلامية حسبما يشير د. معتر مجي عبد الحميد على تحليل المراحل التي تمر بها التغطية الإعلامية للأزمات وهي:

مرحلة التغطية العشوائية: أي أن الوسيلة الإعلامية لم تصل بعد إلى مستوى التنسيق المتكامل والسبب هو أن الأزمة ما تزال في مراحلها الأولى.

مرحلة التعبئة المنظمة: وذلك بعد أن تعرف وسائل الإعلام أهمية الأزمة توجه مجموعة من الفنيين والإعلاميين إلى موقع الحدث للعمل على بث الأخبار أولاً بأول والتعليق عليها وتصل التغطية الإعلامية فيها على أعلى درجات التنسيق المنظم.

مرحلة التكيف مع واقع ما بعد الأزمة: وفيها تضع وسائل الإعلام إستراتيجية جديدة تناسب مع ما آلت إليه الأمور في مجتمع الأزمة، تعمل على المشاركة ببلورة المفاهيم الجديدة للمتغيرات وتقريبها للرأي العام ومساعدته على تقييمها.¹

رابعاً: دور الإعلام قبل و أثناء و بعد الأزمة

1- قبل انفجار الأزمة:

من خلال تسليط الضوء على المخاطر التي من شأنها أن تؤدي إلى أزمات، وذلك بشكل دائم وليس بشكل موسمي مؤقت، فقبل جائحة كورونا كانت القضايا السياسية والاقتصادية والأمنية هي محور اهتمام وسائل الإعلام في كل دول العالم مع اهتمام ضئيل بالقضايا الطبية سوى نشر معلومات طبية بشكل أسبوعي، إلا أن تلك الجائحة قد أظهرت مدى الحاجة إلى الإعلام الطبي لما له من دور توعوي مهم.²

2- أثناء الأزمة:

من خلال صياغة استراتيجية متكاملة لعمل وسائل الإعلام الرسمية للدولة في أثناء الأزمات، سواء من خلال تحديد المتحدث الرسمي في كل المجالات أو كيفية إدارة الأزمة في ظل التنافس المحتدم مع وسائل التواصل الاجتماعي التي ربما تروج شائعات قد تزيد من حدة الأزمة بما يزيد العبء على وسائل الإعلام سواءً لمتابعة مستجدات الأزمة وتقديمها للجماهير أو التصدي للشائعات التي أضحت

¹ فرحي، مرجع سابق، ص 324\325.

² وجدان فهد، إعلام الأزمات بين الحرية والمسؤولية (جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، 31\12\2020- تاريخ الإطلاع: 05\05\2023- في: <https://gcc-grt.org>).

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

جزءًا من الحروب النفسية بين الدول، بل إن هناك دولاً تخصص قنوات وميزانيات لتلك الحروب.¹
3- ما بعد الأزمة:

لوحظ أن وسائل الإعلام في بعض الدول ينتهي عملها بانتهاء الأزمات، وإذا كان ذلك يُعد أمرًا جيدًا لأنه من مهام الإعلام عدم التهويل، والمقصود هو كيفية استثمار وسائل الإعلام لنتائج الأزمة، وربما قدمت وسائل الإعلام الصينية نموذجًا لذلك من خلال الترويج للمساعدات التي قدمتها لكثير من دول العالم خلال جائحة كورونا، بل حتى على مستوى الرأي العام الداخلي في الصين من خلال إرسال صور وشهادات موثقة وتقارير شاملة عن وحدة الشعب الصيني في مواجهة تلك الجائحة.²

المبحث الثالث: الدعاية (الحرب النفسية) في الأزمات الدولية

ما يمكن قوله في هذا السياق هو أن الممارسة الإعلامية في زمن الحروب والأزمات لا تختلف من نظام إعلامي إلى آخر، ولا من نظام سياسي إلى آخر وتصبح متشابهة، حيث يتحول الإعلام إلى مزيج من الإعلام والعلاقات العامة والحرب النفسية والدعاية والتلاعب والتضليل والتشويه سواء، تعلق الأمر بالدول الديمقراطية أو الدول الديكتاتورية أو الدول المتقدمة أو الدول النامية أو غيرها من الأنظمة السياسية المتواجدة في هذا الكون. وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى مطلبين الأول نذكر فيه مفهوم الدعاية ونشأتها وأساليبها وكذلك وسائلها، أما في المطلب الثاني فسنتكلم عن علاقة الدعاية بالأزمات، وفيه سنتطرق لتعريف الدعاية السياسية و الإعلام السياسي ثم إلى دور الإعلام الحربي ووسائله، وفي الأخير نتطرق لاستعمال الدعاية السياسية والدعاية المضادة أثناء الأزمات.

المطلب الأول: مفهوم الدعاية السياسية

يعد مفهوم الدعاية من بين المفاهيم التي يصعب حصر معنى واحد لها وعليه:
فالدعاية لغة: هي الدعاء للشئ والحث على إتباعه.
أما اصطلاحًا: فقد وجدنا عددا من التعريفات منها:
حسب معجم مصطلحات الإعلام فالدعاية هي:

¹ المكان نفسه.

² المكان نفسه.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

التأثير على آراء ومعتقدات الجماهير لجعلها تتخذ اتجاهها معيناً نحو نظام أو مذهب بصورة إيجابية أو سلبية كما تحاول تهيئة نفسيات الأفراد لقبول وجهات النظر التي تدعو لها والتشبع بها، وتلجأ إلى تشويه الحقائق وتحريفها.¹

يعرف هارولد لاسويل العالم السياسي الأمريكي الدعاية: "إنها التعبير عن الآراء أو الأفعال التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات عمداً على أساس أنها ستؤثر في الآراء أو أفعال الآخرين أو جماعات أخرى لتحقيق أهداف محددة مسبقاً وذلك من خلال مراوغات نفسية".²

ويعرف جاك أيلول العالم الفرنسي الدعاية: "إنها مجموعة من الطرق يتم استخدامها بواسطة مجموعة منظمة تريد أن تحقق مشاركة إيجابية نشطة أو سلبية في أعمالها، على مجموعة كبيرة من الأفراد متشابهين من الناحية النفسية وذلك عن طريق مراوغات نفسية تتم في نطاق تنظيبي".³ ويعرف جوزيف غوبلز وزير الدعاية في عهد القائد الألماني "هتلر" يقول: "إنه ليس للدعاية في حد ذاتها طريقة أساسية، فهي لها هدف واحد فقط وهو إخضاع الجمهور، وتعتبر كل الوسائل التي تخدم هذا الهدف وسائل جيدة".⁴

وعليه فالدعاية هي محاولة السيطرة أو التحكم في اتجاهات الجمهور، والتأثير في نفسياتهم وسلوكهم بغية الوصول إلى أهداف معينة.

الدعاية السياسية:

يعرفها لاروس: بأنها نشاط منظم يمارس على الرأي العام لجعله يقبل بعض الأفكار أو المذاهب في المجال السياسي. وفي التعريف الرسمي ل حلف شمال الأطلسي: فإن الدعاية السياسية هي كل الأخبار والأفكار والمذاهب الهادفة إلى التأثير على الرأي العام وعلى مشاعر وسلوك كل مجموعة محددة بهدف تحقيق فائدة مباشرة أو غير مباشرة.⁵

كذلك ذكر تعريف الدعاية السياسية في المعجم الإعلامي على أنها: أداة السياسة الخارجية وتعني ترابط أدوات السياسة من دبلوماسية واقتصادية وعسكرية ومن الحرب وتهدف إضعاف العدو بواسطة استخدام المناورات الدبلوماسية والضغط الاقتصادي أو المقاطعة الاقتصادية الصحيحة

¹ نبيلة بن يوسف، "الدعاية السياسية أثناء الحروب" مجلة دفاتر السياسة والقانون (4-جانفي 2011) ص6.

² محمد مصطفى كمال، الإعلام الدولي والرأي العام (بيروت، لبنان، دار المنهل اللبناني، ط1-2012) ص17.

³ المكان نفسه.

⁴ المكان نفسه.

⁵ المكان نفسه.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

أو المضللة والإثارة والتخويف والتخريب والإرهاب وعزل العدو من أصدقائه ومؤيديه¹. وبذلك فالدعاية السياسية من المفاهيم الواسعة، التي لاقت انتقادات عدة لأنها تقوم بتوجيه الرأي العام تبعاً لمصالح القائمين بالدعاية، وعليه فإن وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة ساهمت في الترويج للدعاية السياسية التي تكون أكثر تأثيراً.

ثانياً: نشأة الدعاية السياسية وتطورها

عرفت الدعاية منذ آلاف السنين، فقد عرفت عند الرومان و اليونان منذ فجر التاريخ وكانت الخطابة اليونانية القديمة وسيلة من وسائلها، واعترف أفلاطون بقيمة الخطابة في ميدان الدعاية السياسية، وكذلك اعتمد اليونان والرومان القدماء على الشعر، واتخذوا من الشعر الحماسي في كل من الإلياذة والأوديسا وسيلة لإثارة الجماهير وإلهاب مشاعرهم.

أما في المجال الديني فقد لعبت الدعاية دوراً في غاية الخطورة، ويرجع أصل كلمة دعاية إلى العصور الوسطى وبالتحديد عام 1622م، وفي عهد البابا غريغوري السابع عقد مؤتمر لنشر الدعاية للمذهب الكاثوليكي، ويقال أن من هذا المؤتمر أخذت كلمة الدعاية معناها في اللغات الأوروبية الحديثة.

أما في تاريخ العرب و الإسلام فقد كان اعتماد العرب على الشعر في الدعاية أكبر من اعتماد غيرهم باستثناء اليونان والرومان القدماء، وفي التاريخ الإسلامي، وفي الحروب الصليبية، بنوع خاص من الدعاية دوراً أهم وأخطر من جميع الأدوار السابقة، ذلك أن فكرة الحرب من حيث هي اشترك في الترويج فقد انبرى لها فقهاء الدين عن طريق القصص الديني الذي كان يلقي على الجنود في الميدان. أما في القرن العشرين ومنذ بداية الحرب العالمية الأولى وفي أثناء هذه الحرب فقد ظهرت الحاجة الماسة إلى الدعاية السياسية ذاتها حتى أصبحت علماً من العلوم له قواعده وأصوله². بالإضافة إلى تعاظم الدعاية السياسية مع انتصار الثورة البولشيفية ووصول الحركات النازية والفاشية. وكذلك خلال الحرب العالمية الثانية، وما زالت تتطور آلياتها مع تطور وسائل الاتصال مع الجماهير في العالم المعاصر.

ثالثاً: أساليب الدعاية السياسية

¹ الهام ناصر، "الدعاية السياسية Political Propaganda"، (الموسوعة السياسية، 05-10-2021، تاريخ آخر دخول: 07-05-2023

political-encyclopedia.org/dictionary 16:02

² أبو عيشة، مرجع سابق، ص14.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

للدعاية السياسية العديد من الأساليب التي تحاول من خلالها الوصول إلى أهدافها نذكر:

- 1- أسلوب النكتة.
- 2- أسلوب التكرار.
- 3- أسلوب الشعارات.
- 4- الأسلوب الديني.
- 5- أسلوب الكذب والاختلاق.
- 6- أسلوب الاستضعاف والاستعطاف.
- 7- أسلوب الأناشيد والأغاني.
- 8- أسلوب منطاد الاختبار أو جس نبض الرأي العام.
- 9- أسلوب الاحتواء.
- 10- الأسلوب العلمي.
- 11- الأسلوب الاستنكاري.
- 12- أسلوب التربية والتعليم.
- 13- الصور الكاريكاتيرية¹

رابعاً: وسائل وأنواع الدعاية السياسية

أولاً: الوسائل:

تعتمد الدعاية السياسية على وسائل الإعلام وتتمثل في:

- أ- المطبوعات: كالصحف والمجلات والجرائد والملصقات وغيرها.
- ب- الوسائل السمعية أو المنطوقة: كالأنشيد الوطنية-الدينية، الأغاني، شائعات وحملات الهمس.
- ج- الوسائل البصرية المرئية: التماثيل والصور الفوتوغرافية وأشرطة الفيديو.
- د- الوسائل السمعية والبصرية: والتي تجمع بين الصوت والصورة، كالسينما والتلفاز والمسرح...، والتي لها تأثير أكبر من الوسائل المذكورة سابقاً.²

ثانياً: أنواع الدعاية:

هناك ثلاث صور رئيسية للدعاية وهي:

¹ أبو عيشة، مرجع سابق، ص 14، 16.

² نفس المرجع، ص 16، 17.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

1- الدعاية البيضاء: وهي الدعاية الواضحة الشفافة والتي تخاطب العقل والعواطف السامية وتعتمد على المنطق في عرض الحقائق وتكشف عن مصدرها واتجاهها وأهدافها، وتسمى هذه الدعاية بالدعاية المكشوفة أو المباشرة.

2- الدعاية الرمادية: وهي أكثر ذكاء وخطورة من الدعاية السوداء، فهي مقنعة وفي خطابها وعناصرها تخفي أمورًا غير ذلك المعلنة، غير أنه من الممكن الوقوف على غايتها الحقيقية، وذلك من خلال التدقيق في أهدافها وطبيعة الجماعات أو القوى التي تقف ورائها وبالتالي فضحها والكشف عن غايتها الحقيقية وتضيف إليها بعض الأكاذيب بحرص شديد، بحيث يصعب على المتلقي غير المدقق كشف ما فيها من تضليل وخداع، لمزجها بين مخاطبة العقل والغرائز.

3- الدعاية السوداء: تلجأ إلى مخاطبة الغرائز والانفعالات، وحشد الأكاذيب والأوهام، وهيدعاية خفية تقترب من الإشاعات المجهولة المصدر هذه الدعاية تقوم بها أجهزة المخابرات والعملاء السريون، وهذه الدعاية تنمو وتتوالد بطرق خفية، وتسمى هذه الدعاية بالدعاية المستورة أو الدعاية غير المباشرة.¹

المطلب الثاني: علاقة الدعاية السياسية بالأزمات الدولية

تعد الدعاية السياسية أداة مهمة لإدارة الأزمات والحروب المرتبطة العسكرية، بل يجب أن يسبق الأزمات أو الحروب ما يسمى الحرب النفسية، لأنها تترك تأثيرات كبيرة على تغيير السلوك وأفكار الجمهور المعادي لإقناعهم، وبالتالي تحقيق الأهداف السياسية الداخلية والخارجية.

أولاً: الإعلام السياسي

يعد الإعلام السياسي تعبير مجازي عن حالة بعض وسائل الإعلام المُسيَّس الذي يعبر عن توجهات دولة ما أو حزب سياسي، فهو يستهدف خلق أو تأكيد أو تثبيت أو تحييد اتجاهات الجماهير، فهدفه المركزي هو تشكيل الرأي العام، وإعادة صياغته بما يتفق وقناعات المتحكمين في هذه الوسائل أو على الأقل التأثير فيه، هذا ما تبرز ملامحه في الحروب النفسية وكذا في الإعلام الحربي.

1- الحرب النفسية:

يقول الاستراتيجي الصيني سان تزو Sun tzu في كتاب فن الحرب: "التفوق الأعظم هو كسر مقاومة العدو دون أي قتال".² والمقصود أن الجانب النفسي للجندي يلعب دوراً في خوضه للحرب، حتى

¹ نفس المرجع، ص 111.

² سون تزو، ترجمة: رؤوف شبايك، فن الحرب (مصر، مدونة شبايك، shabayek.com، 2002)، ص 21.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

ولو كان مدججا بالأسلحة وتنعدم لديه الرغبة في القتال لن يكون له أي قيمة مضافة. وصنفت بأنها عامل أساسي في نجاح/فشل الاستراتيجية العسكرية بمسماها الأولي "الروح المعنوية". وردت عبارة «الحرب النفسية» لأول مرة في مؤلف الكاتب الألماني الكولونيل بلاو، وكان رئيساً للمعمل النفسي بوزارة الدفاع، وقد أصدره عام 1930 بعنوان «Propaganda ale wathe»، حيث وضع فيه أسس الحرب النفسية، عندها شاعت في الحرب العالمية الثانية من قبل الحلفاء ودول المحور، وكانت تعبر عن الدعاية المبنية على الاستفادة من دروس علم النفس، ومن بين أولى التعريفات للحرب النفسية في الجيش الأمريكي، التعريف القائل بأنها: استخدام أي وسيلة بقصد التأثير على الروح المعنوية وعلى سلوك أي جماعة لغرض عسكري معين، ثم عُرفت في معجم المصطلحات الحربية للجيش نفسه بأنها: استخدام مخطط من جانب الدولة في وقت الحرب أو في وقت الطوارئ لإجراءات دعائية بقصد التأثير على آراء وعواطف ومواقف وسلوك جماعات أجنبية عدائية أو محايدة أو صديقة، بطريقة تعين على تحقيق سياسة الدولة وأهدافها.¹

وتعرف الحرب النفسية أنها الحرب التي تستخدم فيها أساليب الدعاية والوسائل السيكولوجية والمعنوية الأخرى للتأثير في معنويات العدو واتجاهاته، لخلق حالة من الانشقاق والتدمير بين صفوفه، ويقصد بها المساعدة في كسب المعارك الحربية وإلحاق الهزيمة بالخصم.²

أما في الإسلام قال النبي عليه الصلاة والسلام "جَاهِدُوا الْمُشْرِكِينَ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ وَأَلْسِنَتِكُمْ". رواه أبو داود.

فالنبي يقصد بألسنتكم الكلام، أي فبالدعوة إلى دين الله تعالى ونشره، والدخول إلى الإسلام ومجادلة الملحد، والرد عليهم، وبث الدعوة بكل وسيلة من وسائل الإعلام، لإقامة الحجّة على المعاندين وبالأصوات عند اللقاء والزجر وما إلى ذلك.

2-الإعلام الحربي:

يعتبر الإعلام الحربي من فروع الإعلام العام للدولة، فهو يعبر عن الدور الذي تقوم به القوات المسلحة من أجل تنفيذ الأهداف السياسية العسكرية للدولة، وكذا لمواجهة الدعاية المعادية من القوى الخارجية المناهضة للدولة.

¹ رنيم طباع، أسماء فراج، الحرب النفسية Psychological Warfare - (الموسوعة السياسيّة، 16-03-2017، تم الاطلاع: 09-05-2023) <http://political-encyclopedia.org/dictionary/>:23:26 (الحرب النفسية).

² عمر جواد علي، الدعاية والحرب النفسية، (العراق، جامعة الأنبار، كلية الإعلام) ص1.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

ويعرف اللواء حسن الجريدي الإعلام الحربي بأنه "تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصراحة، ومخاطبة الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي".

بمعنى أن الإعلام الحربي والعسكري منوط بتقديم المعلومات الدقيقة والصادقة، والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري فيه، وتكوين آراء صائبة في الأمور الهامة المعنية به، وبحيث لا تتعارض تلك الحقائق والمعلومات مع الأهداف العسكرية العليا، التي تخدم قضايا القوات المسلحة والدولة في آن واحد.¹

ومن ثم يمكننا القول بأن الإعلام الحربي، هو الإعلام الذي يمثل أوجه النشاطات الاتصالية والتي تستهدف تزويد الجمهور الداخلي والخارجي بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة عن القوات المسلحة من أجل تكوين رأي صائب لدى الجماهير عن مدى كفاءة وقدرات هذه القوات، وفي الوقت نفسه مواجهة الإعلام المعادي لمناهج الإعلام الحربي.²

ثانياً: دور الإعلام الحربي ووسائله

1- دوره:

للإعلام الحربي رسالة ممتدة، يتسم بالاستمرارية، هدفها توعية الفرد جندياً كان أم مدنياً، وثقافته حربياً.

وللإعلام الحربي دور هام في تنفيذ الاستراتيجية الإعلامية للقوات المسلحة والدولة، ويتمثل هذا الدور من خلال ما يلي:

أ- غرس عقيدة التضحية والبذل والعطاء والتهيئة النفسية والمعنوية، هذا ما يعد منبع القوة الحقيقية للأمم والشعوب، باعتبار أن التوعية بمفهومها الشامل تعتبر ركيزة أساسية لتثبيت الروح القتالية.³

ب- الإعداد السياسي من خلال التعريف بأهداف الحرب وشرح أبعاد قضية الصراع.

ج- الإعداد النفسي والمعنوي من خلال تأكيد الثقة المتبادلة بين الشعب والقوات المسلحة، وتذكير المواطنين بالأمجاد التاريخية للدولة، والعمل على إزالة الرهبة لدى المواطنين.

¹ علي عبد الفتاح، الإعلام الحربي والعسكري (عمان، الأردن، دار البازوري، ط. 2014)، ص 17.

² أحمد شاهين وآخرون، الإعلام الحربي (مصر، دار المعارف، ط. 2011)، ص 9.

³ المكان نفسه.

الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).

د-المشاركة عند الإنذار بالتعبئة ببث الشفرة الخاصة بها من خلال أجهزة الإذاعة والتلفزيون.
ه-إبراز قيمة مشاركة الشعب وقواته المسلحة داخليا،والتي تمثل أحد أهداف الدولة وركائزها السياسية في الدفاع عن الحق وفرض السلام في ظل الشرعية الدولية.

و-الالتزام بالمصداقية خلال إذاعة الموقف الفعلي للعمليات والدور الذي تقوم به القوات المسلحة.
ز-الإسهام في شن الحرب النفسية ضد العدو،وذل من خلال خطط الخداع الاستراتيجي وخطط العمليات النفسية.

ح-حظر نشر أي معلومات حربية إلا من مصادرها المعترف بها من الأجهزة العسكرية المختصة،وعند التصريح بنشرها،وذلك تحقيقا لمقتضيات الأمن القومي.¹

2-وسائله:

يعتمد الإعلام الحربي كغيره على وسائل الإعلام المعروفة، كالإذاعة والصحافة والتلفزيون،وذلك كالتالي:
أ-الإذاعة:

تهدف إلى:

-توعية الشعب بمسؤولياته تجاه القوات المسلحة.

-التعريف بدور القوات المسلحة في المجالات المختلفة.

-التعريف بأجهزة القوات المسلحة التي يتعامل معها الشباب والتي تقوم بتقديم خدمات للشباب "إدارة التجنيد"

-نشر الوعي الثقافي والعلم الحربي وتنميته،لدى الجماهير بصفة عامة والشباب بصفة خاصة.
ب-الصحافة:

تهدف إلى:

-التعريف بوسائل الصراع المسلح وتطورها،وأهمية أن يتوفر للقوات المسلحة تسليح متطور من أجل إحداث التوازن الحربي ضد الأعداء.

-التوعية بدور وواجبات المواطن من أجل المشاركة في إعداد الدولة للدفاع وتبصيره بأهمية إعداد قوات مسلحة قوية.

-مناقشة القضايا ذات الاهتمام الوطني ودور القوات المسلحة في تأمين هذه القضايا سواء كانت ذات مدلول اقتصادي أم اجتماعي أم أممي.

¹أبو عيشة،مرجع سابق،ص174\175

ج-التلفزيون:

يهدف إلى:

-التأكيد على قيمة الفرد وأن الإنسان هو الأساس، وهو الذي يسخر السلاح بل والعلم بمختلف مجالاته في سبيل تحقيق النصر، وليس العكس، ومن هنا فإن الاهتمام بالفرد في برامج الإعلام الحربي يأخذ أسبقية متقدمة.

-مخاطبة الرأي العام إقناعه بدور قواته المسلحة على مر التاريخ، وربط أواصر الانتماء بين الجيش والشعب.

-استخدام الإمكانيات الكبيرة للتلفزيون في نقل البرامج بأسلوب مشوق وفعال ومفيد.¹

¹المرجع نفسه، ص179، 177.

خلاصة الفصل الأول

يخلص هذا الفصل إلى أن:

- ✓ الأزمة هي حدث مفاجئ، يحدث بفعل عوامل متعددة، على نحو يفاجئ صناع القرار، وللأزمة أنواع كثيرة، تختلف باختلاف نطاقها الزمني والمكاني، وتتطور وفق مجموعة من المراحل. الهدف من إدارة الأزمات الدولية هو تجنب القتال المباشر باستخدام القوات المسلحة، والعمل على إيجاد سبل علمية وعملية للتعامل معها والتخفيف من أضرارها، ووضع بدائل تمكن من التعامل مع الأزمات التي يمكن أن تشكل خطراً على الفرد أو الجماعة.
- ✓ أما التخطيط الإعلامي لإدارة الأزمة فهو ركن أساسي، يتطلب مشاركة جميع الأنظمة والجهات وكذا الأفراد، لتقليل نسبة الخسائر إلى أقصى درجة ممكنة مع الحفاظ على صورة ذهنية جيدة لدى الرأي العام، بالإضافة إلى التخطيط الناجح الذي يتطلب إتباع إجراءات تبدأ بتحديد الهدف من الخطة والإمكانيات المطلوبة مادياً وبشياً.
- ✓ يمكن النظر إلى الدعاية والإعلام على وجه التحديد على أنهما نظام متصل، أحد طرفيه الإعلام كعملية قائمة على نشر الأخبار والمعلومات والآراء بصورة محايدة وموضوعية، بينما تقع الدعاية على الطرف الثاني كعملية قائمة على التشويه والتدخل وحجب المعلومات والآراء أو تلوينها بحسب أهداف ومصالح الأشخاص والقوى الاجتماعية التي تتحكم في وسائل الإعلام وتسيطر عليها، وبمقدار اقتراب أو ابتعاد الرسالة الإعلامية من أحد طرفي هذا النظام المتصل يمكن أن نحكم عليها إذا ما كانت تنتمي إلى الإعلام أم الدعاية.

الفصل الثاني:
الحرب الأوكرانية في المعالجة
الإعلامية

تمهيد:

تعتبر أوراسيا من بين أحد المناطق التي نلاحظ أنها نالت اهتمام مختلف علماء الجيوبولتيك وجذبت اهتمامهم بحيث أقرّوا أنها منطقة غنية ومهمة جيوبوليتيكا، ونجد أن البعض سماها قلب العالم والبعض سماها رقعة الشطرنج بل أن البعض تنبأ أنها ستكون سببا لاندلاع الحروب بين العديد من الدول، حيث يعد الصراع الروسي الأوكراني من بين الصراعات الحساسة، خاصة وأن أوكرانيا تعتبر ذات موقع استراتيجي حساس بالنسبة لروسيا مما جعل هذه الأخيرة حريصة التعامل مع كل ما يتعلق بأوكرانيا، حيث أنها اتبعت معها سياسة خاصة بهدف السيطرة عليها وعدم السماح للخصوم بالوصول إليها، وهو الأمر الذي أدى إلى نشوب العديد من النزاعات والصراعات بين الدولتين، وعليه شكلت الحرب الروسية الأوكرانية فرصة لمراجعة الكثير من النظريات التي تفسر دور وسائل الإعلام ووظائفها، كما أنها يمكن أن تفتح المجال لمرحلة جديدة من الكفاح ضد السيطرة الأمريكية على النظام الإعلامي العالمي. ذلك أن هذه الحرب ستؤدي إلى تغيير النظام العالمي كله، وستصيب شظاياها كل الدول التي ينزف الكثير منها الآن دماء ساخنة، دون أن تهتم بذلك وسائل الإعلام التي تركز على التغطية السريعة للأحداث، وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى مايلي:

المبحث الأول: البعد التاريخي للحرب الأوكرانية.

المبحث الثاني: البعد الجيو-استراتيجي

المبحث الثالث: الإعلام كأداة إستراتيجية في الحرب الأوكرانية

الفصل الثاني: المعالجة الإعلامية في الحرب الأوكرانية

المبحث الأول: البعد التاريخي للحرب الأوكرانية

سنتناول في هذا المبحث ثلاث مطالب، الأول سنتطرق فيه إلى التعريف بأوكرانيا، وفي المطلب الثاني سنتطرق فيه إلى العلاقات الدولية بين أوكرانيا وروسيا، أما في المطلب الأخير فسنذكر فيه الخلفية التاريخية للحرب الروسية الأوكرانية.



المطلب الأول: التعريف بأوكرانيا

الاسم: أوكرانيا

العاصمة: كييف

اللغة:

الأوكرانية (رسمية)، الروسية، الرومانية، البولندية، المجرية.

النظام السياسي: جمهوري

الشكل 1: علم جمهورية أوكرانيا العربية [/https://www.alarabiya.net](https://www.alarabiya.net)

تاريخ الاستقلال: 24 أوت 1991 إثر إعلان

الانفصال عن الاتحاد السوفياتي السابق

العملة: هريفنا.

التعداد: 43,733,762 نسمة (عام 2020).

نسبة النمو: ناقص 0.64% (تقديرات 2014)

التوزيع العرقي: 77.8% أوكرانيون، 17.3% روس، 0.6% بيلاروسيون، 0.5% مولداف، 0.5% تاتار

القرم، 0.4% بلغار، 0.3% مجريون، 0.3% رومانيون، 0.3% بولنديون

الديانة: 83% أرثوذكس، 10.2% كاثوليك، 2.2% بروتستانت، 0.6% يهود 3.2% آخرون.

الناتج المحلي الإجمالي: 175.5 مليار دولار

الناتج الفردي السنوي: 7400 دولار

نسبة النمو: 0.4%

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

نسبة البطالة: 8%

نسبة التضخم: 0.7%

الدين الخارجي: 138.3 مليار دولار

أهم المنتجات: الفحم، الطاقة الكهربائية، الآليات، معدات النقل، الحبوب، الخضراوات¹.



الخريطة1: خريطة أوكرانيا وتظهر الدول المجاورة لها وإطلالتها على بحر أزوف والبحر الأسود
(الجزيرة) <https://www.aljazeera.net/>

-معلومات عامة:

كان يطلق اسم أوكرانيا على أقصى المناطق الجنوبية الغربية من الأراضي الروسية القديمة، ثم اتسع مدلول هذا الاسم ليضم كل الأراضي الأوكرانية الحالية، بعدها اتخذت التسمية مدلولاً عرقياً يقصد به جزء من القبائل السلافية الشرقية التي كانت تتواجد في المنطقة الممتدة من البحر الأسود جنوباً على بحر البلطيق شمالاً².

تقع أوكرانيا في أوروبا الشرقية، عاصمتها كييف، لديها حدود مع الاتحاد الروسي من الشمال الشرقي إلى الشرق، وروسيا البيضاء من الشمال، وبولندا وسلوفاكيا والمجر من الغرب، ورومانيا

¹أوكرانيا، الجزيرة- www.aljazeera.net/encyclopedia/ نُشر في: 15/12/2010 تم الاطلاع: 29-05-2023.

²أسماء حداد، الاستراتيجية الروسية في إدارة الأزمة الأوكرانية، أطروحة دكتوراه، (جامعة الجزائر3-كلية العلوم السياسية، 2018/2019) ص78

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

ومولدا فيا من الجنوب الغربي، والبحر الأسود و بحر أزوفمن الجنوب إلى الجنوب الشرقي، على التوالي. وتبلغ مساحتها 603628 كيلومتر مربع، مما يجعلها أكبر دولة بالكامل داخل أوروبا والمرتبة 44 عالمياً.¹

العلاقات الدولية: في الفترة ما بين 1999- 2001م كانت أوكرانيا كعضو غير دائم في مجلس الأمن الدولي:

تاريخياً: انضمت أوكرانيا السوفيتية الأمم المتحدة في عام 1945 باعتبارها واحدة من الأعضاء الأصليين في الاتحاد السوفياتي، كان لها مقعد من بين المقاعد الـ15 من جمهوريات السوفيتية المتحدة دعمت أوكرانيا باستمرار السلام في العالم، وحثت على مستوطنات التفاوضية للنزاعات، وقد شاركت في المباحثات الرباعية حول النزاع في مولدوفا والتوصل إلى حل سلمي للصراع في ما بعد السوفييتية في جورجيا، قدمت أيضا مساهمة كبيرة في عمليات حفظ السلام للأمم المتحدة منذ عام 1992.

المناطق: أوكرانيا هي دولة موحدة تتألف من 24 إقليم (محافظات)، الجمهورية الوحيدة ذات حكم ذاتي (القرم)، واثنين من المدن بمركز خاص: كييف العاصمة وأكبر مدينة وسيفاستوبول، تقع على البحر الأسود الروسي في إطار اتفاق التاجير. أوكرانيا هي جمهورية ذات نظام نصف رئاسي مع فصل السلطات التشريعية والتنفيذية والقضائية. منذ تفكك الاتحاد السوفياتي، تمتلك أوكرانيا الجيش الثاني الأكبر في أوروبا، بعد روسيا. عدد السكان في أوكرانيا 44 مليون نسمة، 77.8% منهم من أصل أوكراني، مع أقليات كبيرة من الروس (17%)، والبيلاروس والرومانيين، اللغة الرسمية في أوكرانيا هي الأوكرانية، كما يتحدث على نطاق واسع باللغة الروسية، أما الدين السائد في البلاد هو المسيحية الأرثوذكسية الشرقية، والتي أثرت بقوة في العمارة والأدب والموسيقى الأوكرانية.²

المطلب الثاني: العلاقات الدولية بين روسيا وأوكرانيا.

تعتبر روسيا أهم شريك لأوكرانيا، وتعتبر علاقات أوكرانيا مع موسكو (روسيا) القضية الأساسية في سياستها الخارجية لدرجة أنّ كل خيار من خيارات السياسة الخارجية الأوكرانية هو أولاً وقبل كل شيء خيار لشكل علاقاتها مع روسيا، يرتبط في الأساس نتيجة للوضع الجغرافي والجيوسياسي لأوكرانيا، وكذلك للعديد من الروابط السياسية والاقتصادية والثقافية بين هذين البلدين. تجمع روسيا و أوكرانيا علاقات تاريخية، عرقية ولغوية ودينية ودبلوماسية. فبالرغم من أن اللغة الرسمية في أوكرانيا هي الأوكرانية، إلا أن حوالي 30% من الأوكرانيين يتحدثون اللغة الروسية، وأكثر من 50% من

¹ معلومات عن أوكرانيا، خاركوف، أوكرانيا ar.uesukraine.com/about-ukraine / نم الإطلاع: 2023-05-29.

² المكان نفسه.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

سكان شرق أوكرانيا يتحدثون اللغة الروسية باعتبارها اللغة الأم، كذلك فالديانة الرسمية المعتمدة في أوكرانيا هي المسيحية الأرثوذكسية جزءاً من موسكو التابعة للكنيسة الأرثوذكسية الروسية حتى عام 2019.¹

بعد الحرب العالمية الأولى، خسرت أوكرانيا أجزاء من أراضيها لصالح رومانيا وتشيكوسلوفاكيا وبولندا، فيما بعد اندمجت روسيا السوفيتية وأوكرانيا السوفيتية وبيلاروسيا السوفيتية وجمهورية الاتحاد السوفياتي الاشتراكية رسمياً لتصبح اتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفيتية (اتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفيتية) في عام 1922، وبعد انتصار الاتحاد السوفيتي في الحرب العالمية الثانية، استعادت أوكرانيا المزيد من الأراضي التي كانت قد خسرتها في الحرب العالمية الأولى.² تنازل الإتحاد السوفيتي بزعامه خرتشوف عن شبه جزيرة القرم لأوكرانيا عام 1954، احتفالاً بذكرى مرور 300 عام على الإنفاق الروسي مع السلاف الشرقيين، وقد وصف هذا التنازل بأنه "خطأ تاريخي"، رغم أن أوكرانيا كانت لا تزال جزءاً من الاتحاد السوفيتي، وبالتالي فقد كان التنازل عن شبه جزيرة القرم، بمثابة تنازل رمزي ليس له تداعيات في الواقع الفعلي، وبالنسبة لسكان شبه جزيرة القرم، فهم في الأساس روس، ولذلك لم يكن لديهم أي مخاوف من انضمامهم لروسيا في أي وقت، خاصة وأن المستوى المعيشي في روسيا أعلى من نظيره في أوكرانيا، كانت أوكرانيا الأكثر تصنيحاً بعد روسيا. من بين جميع البلدان التي شكلت الاتحاد السوفيتي، فقد بُنيت بها مصانع لتصنيع الرؤوس الحربية النووية لصالح اتحاد الجمهوريات الاشتراكية السوفيتية.

وكشروط انضمام أوكرانيا لمعاهدة حظر انتشار الأسلحة النووية لعام 1968، فقد وقعت أوكرانيا مع روسيا مذكرة بودابست عام 1994. التي وافقت أوكرانيا بموجبه على نقل ثالث أكبر رؤوس حربية نووية في العالم لديها، وعدد من الصواريخ الباليستية العابرة للقارات وقاذفات إستراتيجية إلى روسيا لتفكيكها، وقد تم ذلك بالفعل، من ثم نظمت أوكرانيا لمعاهدة عدم انتشار الأسلحة النووية لعام 1968، وكصفقة خاصة، طلبت أوكرانيا ضمانات أمنية من الموقعين على مذكرة بودابست، انعكست في نص المادة الثانية من المذكرة التي نصت على التزام جميع الأطراف المعنية، بالامتناع عن التهديد

¹ سلوى يوسف الإكبابي "أثر الحرب الروسية الأوكرانية على تفسير وتطوير قواعد القانون الدولي"، المجلة الدولية للفقهاء والقضاء والتشريع (م4-1ع-2023) ص7.

² المرجع نفسه، ص7،8.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

بالقوة أو استخدامها ضد وحدة أراضي أوكرانيا أو استقلالها السياسي وعدم استخدام أي من أسلحتها ضد أوكرانيا إلا بهدف الدفاع عن النفس أو بطريقة أخرى وفقاً لميثاق الأمم المتحدة.¹ مع زيادة توسع الاتحاد السوفيتي نحو الغرب، بدأت الدول الغربية في عام 1949، بتشكيل تحالف عسكري، أُطلق عليه اسم منظمة حلف شمال الأطلسي (الناتو) وقد نصت المادة 5 من معاهدة إنشاء الحلف على أن أي اعتداء على أي دولة عضو في الناتو يعتبر عدواناً على جميع أعضائها، وفي مقابل إنشاء هذا الحلف، قام الاتحاد السوفياتي والدول الشيوعية في أوروبا الشرقية بتوقيع معاهدة عام 1955، لإنشاء حلف وارسو العسكري. كذلك وبعد انهيار الاتحاد السوفيتي عام 1991. ونهاية الحرب الباردة، قامت ست من الدول السابقة في الاتحاد السوفياتي بتوقيع معاهدة الأمن الجماعي CSTO في 10ماي 1992، وعلى غرار المادة 5 من معاهدة حلف الشمال الأطلسي، نصت المادة 4 من معاهدة الأمن الجماعي على أن أي عدوان على دولة عضو في منظمة معاهدة الأمن الجماعي يعتبر عدواناً على جميع أعضائها.

ونظراً للقرب الجغرافي والأهمية الجيوسياسية لأوكرانيا، فلطالما كانت الحكومة الأوكرانية موالية لروسيا، وآخرها حكومة الرئيس الأوكراني الأسبق فيكتور يانوكوفيتش Viktor Yanukovych ، الذي رفض التوقيع على اتفاقية الاتحاد الأوروبي عام 2013 حفاظاً على علاقاته مع روسيا، وكان ذلك من ضمن أسباب اندلاع احتجاجات الميدان الأوروبي ضده في عام 2014، وعلى الرغم من محاولة الحكومة قمع هذه الاحتجاجات إلا أنها نجحت في عزل الرئيس الأوكراني، واضطر يانوكوفيتش إلى الفرار إلى روسيا.²

المطلب الثالث: الخلفية التاريخية للحرب الروسية الأوكرانية

هناك ترابط تاريخي وثيق بين الدولتين: روسيا وأوكرانيا، وهذا ما يدركه الروس والأوكرانيين الانفصاليين على السواء، فالعاصمة (كييف) كانت عاصمة روسيا القديمة سنة 988م، كما أن الدولتين توحدتا سنة 1654م تحت حكم القيصر الروسي، جغرافيا وسياسيا واقتصاديا، وكذا عرقيا ولغويا ودينيا ودبلوماسيا، حيث أن أوكرانيا كانت من إحدى الجمهوريات المكونة للاتحاد السوفيتي سابقا في سنة 1922م، إلى غاية تفككه في سنة 1991م، حيث كان يطلق عليها جمهورية أوكرانيا الاشتراكية السوفيتية، وعليه فروسيا تعتبر أوكرانيا حديقته الخلفية، فبعد استقلال أوكرانيا من

¹ المرجع نفسه، ص 9.

² المرجع نفسه، ص 10.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

الاتحاد السوفييتي كان هناك ميل لهذه الدولة نحو الغرب، وانضمت إلى مجلس التعاون الأطلسي في سنة 1992، وتصدرت قائمة الموقعين في رابطة الدول المستقلة على اتفاقيات إطارية مع الحلف عنونها "الشراكة من أجل السلام"، لكن المنعطف الأول في العلاقات كان في عام 2005 بعد نجاح "الثورة البرتغالية"¹، بإيصال المواليين للغرب إلى سدة الحكم لأول مرة منذ الاستقلال.¹ ترجع جذور الحرب الحالية إلى عام 2014، عندما انفصلت شبه جزيرة القرم عن أوكرانيا وانضمامها لروسيا، وما عقب ذلك من انفصال أجزاء من إقليم دونباس.

1- شبه جزيرة القرم:

تعود الجزيرة تاريخيا إلى روسيا، قبل التنازل عنها لأوكرانيا عام 1954م، وبالتالي فإن سكان شبه جزيرة القرم ناطقين باللغة الروسية، وينتمون للعرق الروسي، عقب اندلاع احتجاجات الميدان الأوروبي عام 2014م، والتي قام بها قوميون متطرفون بدعم من الولايات المتحدة الأمريكية، تمت الإطاحة بالرئيس الأوكراني فيكتور يانوكوفيش، ويرجع البعض هذه الأحداث إلى تدخل الولايات المتحدة الأمريكية بصفة خاصة كمنسق أساسي لاحتجاجات الميدان الأوروبي، وذلك بهدف احتواء روسيا. وبعد ذلك انتخب بوترو بوروشنكو الموالي للغرب رئيسا لأوكرانيا والذي عمل على اجتثاث الشيوعية، وتعزيز القومية الأوكرانية على حساب الروسية، كان على رأس التعديلات التشريعية أن ألغى البرلمان الأوكراني RADA في 23 فيفري 2014، أحد التشريعات الذي كان يقرب بأن اللغة الروسية لغة رسمية، مما أثار غضبا شعبيا كبيرا، هذا ما زاد من ارتباط وولاء سكان شبه جزيرة القرم لروسيا. وعليه قام سكان العاصمة بإنشاء حركة احتجاجية تحمل لافتات "لا للتطرف"، "لا للتدخل الأجنبي"، وطالبت بالحكم الذاتي لشبه جزيرة القرم، وعليه أعلنت قيادة القرم أنها ستجري استفتاء على الانفصال عن أوكرانيا، وكان الاستفتاء في مارس 2014م، صوت فيه سكان القرم (96.77%) على الانضمام إلى الاتحاد الروسي، ومع ذلك فقد رفضت أوكرانيا ومعظم دول العالم الاعتراف بالاستفتاء على الانفصال عن أوكرانيا أو انضمامها اللاحق لروسيا، كما وصف ذلك بأنه انتهاكاً لمذكرة بودابست ولقواعد القانون الدولي، وطبقت على روسيا عقوبات دولية.²

¹ حميد شهاب أحمد، الأزمات المهددة للأمن العالمي في سنة 2022 (الأزمة الروسية-الأوكرانية ما قبل الحرب) - Sprin Journal of Arabic-English studies (2022\07\10 ع 114-92) ص 5.

* الثورة البرتغالية: ثورة شعبية اندلعت يوم 22 نوفمبر 2004 في أوكرانيا للمطالبة بوقف التدخل الروسي في شؤون البلد، محاربة الفساد المالي والإداري والسياسي، وإنشاء مؤسسات ديمقراطية قادرة على تحقيق آمال الشعب الأوكراني في الكرامة والتنمية.
² الإكياي، مرجع سابق، ص 10.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

الخريطة 2: توضح موقع شبه جزيرة القرم بين روسيا وأوكرانيا.



المصدر: <https://www.aljazeera.net/news/2014/3/2>

2- دونباس:

اندلعت منذ بداية مارس 2014 احتجاجات مناهضة للحكومة الأوكرانية في شرق أوكرانيا، وتحديدًا في أوبلاست دونيتسك Donetsk ولوغانسك Luhansk ، والتي يطلق عليهما معا "دونباس" حيث ينطق معظم السكان باللغة الروسية، ومعظمهم كان قد صوّت للرئيس الأوكراني المخلوع يانوكوفيتش أدى ذلك إلى تعبئة المنظمات اليسارية واليمينية في شرق أوكرانيا، تطورت الاحتجاجات إلى أن اتخذت شكل النزاع المسلح بين القوات الانفصالية المدعومة من روسيا في دونيتسك ولوغانسك والحكومة الأوكرانية، وقد أدان المجتمع الدولي روسيا مرة أخرى وفرضت عليها عقوبات دولية. استمر النزاع إلى أن سيطرت ما يعرف بجمهورية دونيتسك الشعبية، وجمهورية لوغانسك الشعبية على ثلث أراضي الدونباس تقريبا، وأعلنتا نفسيهما في 12 ماي 2014 مستقلتين، واعترفت روسيا بالجمهوريتين في 21 فيفري 2022¹.

3- الغزو الروسي لأوكرانيا عام 2022:

حصلت أوكرانيا على استقلالها عن روسيا بموجب معاهدة بريست ليتوفسك-Brest عام 1918، التي صاغتها ألمانيا، إلا أن هذا الاستقلال لم يدم طويلا بعد أن تم ضم أوكرانيا إلى الاتحاد السوفيتي عام 1920 ، ومنذ ذلك الوقت وحتى اعتراف روسيا باستقلال أوكرانيا في أعقاب

¹ المرجع نفسه، ص 11\12.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

تسليم الأسلحة النووية بموجب مذكرة بودابست لعام 1994 ، كانت أوكرانيا تحت سطوة الاتحاد السوفيتي. ولطالما كانت الحكومة الأوكرانية موالية دائماً لروسيا، إلى أن اندلعت احتجاجات الميدان الأوروبي التي أتت بحكومة موالية للغرب، تلاها اتجاه أوكرانيا للانضمام لحلف الناتو كما يذهب البعض، فإن توجه أوكرانيا للانضمام لحلف الناتو يعيد التوتر الإيديولوجي التاريخي المشترك القائم بين روسيا والحلف فبالرغم من أن حلف الناتو وحلف وارسو لم يدخل في نزاع مباشر قط، لاسيما في أوروبا إلا أن الولايات المتحدة والاتحاد السوفييتي مافتتا الاقتتال من أجل النفوذ على الساحة الدولية من خلال تطبيق سياسات إستراتيجية تهدف إلى احتواء بعضهما البعض في أوروبا. وفي خلال العقد الماضي، اتجهت أوكرانيا إلى التحالف مع الغرب، وفي المقابل، فقد عانت من انقسامات داخلية فشلت في احتوائها جميعاً، وأدت إلى انفصال شبه جزيرة القرم وانضمامها لروسيا عام 2014 وما تلاها من إعلان جمهوريتي لوغانسك ودونيسك في شرق أوكرانيا، والذي كان يهيمن عليه الناطقون باللغة الروسية، والذين يفضلون العلاقات الوثيقة مع روسيا ويرفضون اتجاه الحكومة الأوكرانية لموالاته الغرب. في حين أن المنطقة الغربية من أوكرانيا أكثر ولاء للحكومة الأوكرانية. وفي 24 فبراير 2022، غزت روسيا أوكرانيا، وتزامن ذلك مع خطاب أصدره الرئيس الروسي فلاديمير بوتين يتضمن مبرراته لغزو أوكرانيا، ويُعلن فيه استخدام القوة العسكرية في الأراضي الأوكرانية تحت مسمى "عملية عسكرية خاصة" ومع استمرار أوكرانيا في تحالفها مع المؤسسات الغربية مثل حلف الناتو والاتحاد الأوروبي، واصلت روسيا حربها ضد أوكرانيا، مدعية أنه ليس احتلالاً لأوكرانيا، ولكنها جهود لحماية أمنها الوطني في المقام الأول ولإنقاذ وحماية السكان الناطقين بالروسية في شرق أوكرانيا، الذين يتعرضون لإبادة لغوية في شرق أوكرانيا، بالإضافة إلى نزع السلاح ونزع النازية من أوكرانيا.¹

المبحث الثاني: البعد الجيو-استراتيجي

تمتلك أوكرانيا أهمية جيواستراتيجية ضمن قارة أوروبا، إذ تتميز بموقع حيوي مهم، ما منحها ميزة إستراتيجية فهي بين روسيا الاتحادية وأوروبا، كما أنها تتمتع بقدرات اقتصادية كثيرة لاحتواء أراضيها على مجموعة وفيرة من المعادن والموارد الأولية، فضلاً عن الجوانب الديموغرافية، إذ تتميز أوكرانيا بعدد سكاني كبير، الذي يتميز بتنوع لغوي وعرقي وقومي، بالإضافة إلى ترسانة عسكرية قوية، سواء التي ورثتها من روسيا سابقاً، أم التي قامت بصناعتها، ومن أجل معرفة البعد الجيو-استراتيجي سنتناول في هذا المبحث وفق المطالب الآتية: المطلب الأول: الخصائص الجغرافية والأهمية

¹ المكان نفسه.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

الجيوبوليتيكية لجمهورية أوكرانيا، وفي المطلب الثاني: التركيب الديموغرافي والحالة الاجتماعية لجمهورية أوكرانيا، وفي المطلب الثالث: الأهمية الاقتصادية والقدرات العسكرية لجمهورية أوكرانيا.

المطلب الأول: الخصائص الجغرافية والأهمية الجيوبوليتيكية لجمهورية أوكرانيا

لطالما تنافست الأمم على مدى العصور على المكان الجغرافي، الذي يعد من العوامل المهمة في السياسة الدولية بوصفها العنصر الدائم والثابت، ولهذا تعد الخصائص الجغرافية و الجيوبوليتيكية من العوامل التي تحدد قوة وأهمية الدولة، فيمنحها بذلك مركزا ومكانة إستراتيجية مهمة إقليميا ودوليا، ضمن ما عرف بعلم الجيوبولتكس الذي يرتبط بشكل وثيق بالجغرافيا الاستراتيجية التي تهتم بالسيطرة على المناطق المؤثرة في أمن الدول ورفاهيتها وتأمين الوصول إليها.¹

1- الحدود البرية والبحرية:

تقع جمهورية أوكرانيا في النصف الشمالي الشرقي للكرة الأرضية، في شرق أوروبا بين خطي عرض 30°/50° شمالا، و 28°/30° شرقا.²

وكما ذكرنا سابقا لها حدود مع 7 دول (روسيا، بيلاروسيا، سلوفاكيا، بولندا، المجر، رومانيا، ومولدافيا) وبحرين (الأسود، أزوف)، وبذلك لها طول حدود مع الدول المجاورة: 891 كم مع روسيا البيضاء، 103 كم مع المجر، 940 كم مع مولدافيا، 428 كم مع بولندا، 538 كم مع رومانيا، 1576 كم مع روسيا الاتحادية، 90 كم مع سلوفاكيا. وبذلك يكون إجمالي الحدود البرية 4566 كم، أما طول الشريط الساحلي فيقدر بـ 2782 كم.³

2- التضاريس:

تضاريس أوكرانيا هادئة ذات سطح سهلي عام يدخل في السهل الأوروبي الكبير المتسع شرقاً، ومعظم أراضي الجمهورية (نحو 70% من مساحتها)، مناطق سهلية قليلة الارتفاع (بين 100-200 متر فوق سطح البحر)⁴ وتؤلف الهضاب والتلال المنخفضة فيها نحو 25% من أراضيها، التي يراوح ارتفاعها بين

¹ عماد قدورة "محورية الجغرافيا والتحكم في البوابة الشرقية للغرب: أوكرانيا بؤرة الصراع"، مجلة سياسات عربية ع9، (جويلية 2014) ص45.

² محمد الجابري، موسوعة دول العالم حقائق وأرقام (القاهرة / مصر، مجموعة النيل العربية، ط1-2000) ص82.

³ خالد بن سلطان بن عبد العزيز، السمات الجغرافية-أوكرانيا(الكويت، موسوعة مقاتل من الصحراء- فيفري 2020) www.moqatel.com

⁴ هيثم ناعس، جغرافيا أوكرانيا، في: m.marefa.org، 2014/02/28، تم الإطلاع: 2023/05/29.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

300 و400م. في حين لا تؤلف المناطق المرتفعة والجبلية أكثر من 5% من مساحتها، وتتركز في الغرب حيث تمتد السلاسل الشرقية لجبال الكاربات، وفي الأطراف الجنوبية حيث ترتفع سلاسل جبال القرم. تؤلف الصخور البلورية ركيزة السهول الأوكرانية، وهي تظهر على السطح في بطون الأودية والمجاري النهرية العميقة، ولكن أكثرها مغطى برواسب سميكة من عصري الباليوجين والنيوجين (الحقب الثالث) وتغطي القسم الشرقي منها (منطقة الدونباس أي حوض الدون) رواسب سميكة من العصر الكربوني (الحقب الأول) تحتوي ثروة مهمة من الفحم الحجري.

تقع مرتفعات فولين بودول بين جبال الكاربات ونهر الدنيبر، وتؤدي هذه المرتفعات ذات القاعدة البلورية إلى تغيير مجرى الدنيبر ودفعه نحو الشرق، كما أدت الصخور الغرانيتية هنا إلى تكوّن الشلالات الكثيرة على النهر نفسه. وإلى الجنوب الشرقي من تلك المرتفعات يمتد منخفض البحر الأسود في منطقة واسعة بمحاذاة شواطئ البحر الأسود وبحر آزوف. وهو سهل منبسط، لا يزيد ارتفاعه على 10-25 متراً، تعترضه أحياناً منخفضات واسعة، ويستمر امتداد هذا المنخفض جنوباً ليضم الرحاب السهلية لشبه جزيرة القرم. وترتفع هضبة الدونيتس بين نهر الدونيتس الشمالي من الشمال وبحر آزوف في الجنوب، وهي بقايا الجبال القديمة، المكوّنة من صخور رمال الفحم الحجري والطين (الغضار) والصخور الكلسية، التي حُتّت وخُرِبَت بتأثير العوامل الطبيعية، حتى أصبحت اليوم سهلاً تلياً. تدخل سلاسل جبال الكاربات الشرقية حدود أوكرانيا، على امتداد 270 كم، من الشمال الغربي إلى الجنوب الشرقي، وتتألف من بضع سلاسل جبلية متوازية، وهي عموماً متوسطة الارتفاع (1200-1500م)، ترتفع تدريجياً باتجاه الجنوب الشرقي إلى (1700-2000) متر، وأعلىها يكون في جبل كوقرلا (2061م)، وجبل سيقوليا (1818م).¹

وبمحاذاة شاطئ شبه جزيرة القرم الجنوبي تمتد جبال القرم على ثلاث سلاسل: جنوبية وشمالية ووسطى (أو داخلية) بطول 130 كم، ويعد القسم الجنوبي الرئيسي بينها وأعلىها، إذ يصل الارتفاع في هذا القسم إلى 1545م في جبل رومان. كوش، وجبل تشاتيرداغ (1525م) الذي ينحدر بشدة نحو البحر الأسود. تتكون جبال القرم أساساً، من صخور كلسية، وبارتفاع كميات الهطول تزداد عمليات التحلل الكارستي (عملية تحلل الصخر الكلسي وغيره بالمياه الحامضة) فيها، فتتكون الحفر والمغاور المختلفة الأحجام. وتتوافق جبال الكاربات وجبال القرم في تركيبها وتكوينها مع جبال الألب، إلا أن الكاربات والقرم ذات عمر ونمط بنائي (تكتوني) مختلف، ففي جبال فتية حديثة العهد، مما يؤدي

¹ جباغ قابو، جغرافيا أوكرانيا-في: m.marefa.org، 2014/02/29، تم الاطلاع: 2023/05/29.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

إلى وجود مناطق غير مستقرة فيها، تتعرض لحركات وهزات أرضية مدمرة في بعض الأحيان.¹

3- المناخ:

أما بالنسبة للمناخ في أوكرانيا فهو مناخ قاري، مع فصول شتاء متجمدة وصيف دافئ، والتي تصبح أكثر دفئًا مع تقدمك نحو الجنوب، حيث تتمتع المنطقة الجنوبية التي تطل على البحر الأسود، بطقس أكثر اعتدالًا في الشتاء، لكن لا يمكننا التحدث عن مناخ البحر الأبيض المتوسط (الشتاء بارد على أي حال)، باستثناء الساحل الجنوبي لشبه جزيرة القرم (بالطا)، حيث يتكرر هطول الأمطار في أوكرانيا على مدار العام، ولكنه ليس وفيرًا في معظم أنحاء البلاد، حيث إنه يتراوح بين 500 و 600 ملم (20 و 23.5 بوصة) سنويًا في المنطقة الداخلية الشاسعة التي تحتلها السهول والتلال.

أكثر موسم ممطر هو الصيف نتيجة العواصف الرعدية بعد الظهر، ومع ذلك الشتاء ليس جافًا؛ لأن تساقط الأمطار في هذا الموسم ليس كثيفًا ولكنه متكرر جدًا، وغالبًا ما يحدث على شكل ثلوج خفيفة، ففي منطقة البحر الأسود، يكون هطول الأمطار أكثر ندرة، حيث يقل عن 500 مم (20 بوصة) سنويًا، وفي الشتاء يكون المناخ بارد في أغلب أنحاء أوكرانيا، متوسط درجات الحرارة أقل من درجة التجمد (0 درجة مئوية أو تستثنى من ذلك المناطق الأكثر حماية في شبه جزيرة القرم، وفي اتجاه الجنوب ترتفع درجة الحرارة قليلاً، لكنها تظل أقل من درجة التجمد في المناطق الداخلية، ويغطي الثلج كييف حوالي 80 يومًا في السنة، أما في فصل الربيع تنمو درجات الحرارة وساعات سطوع الشمس بسرعة، وفي شهر مارس يذوب الثلج في المناطق القارية، ويتحول إلى طين ويمكن أن يجعل من الصعب السفر على الطرق الريفية، وفي أبريل تحدث الأيام الدافئة الأولى، على الرغم من أنه يمكن أن يتبعها عودة الطقس البارد، مع احتمال تساقط الثلوج والصقيع، وبحلول شهر ماي تبدأ درجات الحرارة بشكل عام في أن تصبح لطيفة بشكل دائم، خاصة في الجزء الثاني. الصيف في أوكرانيا دافئ ومشمس جدًا، مع احتمال حدوث عواصف رعدية، والتي من المرجح أن تكون في الوسط الشمالي، ودرجات الحرارة القصوى في يوليو حوالي 25 درجة مئوية في أقصى الشمال (تشيرنوبيل) و 26 درجة مئوية في الشمال (كييف)، بينما تصل إلى 28/27 درجة مئوية في الجنوب وعلى ساحل البحر الأسود (أوديسا)، أما في فصل الخريف تنخفض درجة الحرارة بسرعة، فلا يزال شهر سبتمبر ممتعًا في منطقة البحر الأسود، حيث تبلغ درجات الحرارة المرتفعة حوالي 23 درجة مئوية، بينما يكون الشمال باردًا بالفعل، مع ارتفاعات تبلغ حوالي 19/18 درجة مئوية، وفي بعض الأحيان يمكن أن يصبح الجو باردًا مع

¹ المكان نفسه.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

أول تساقط للثلوج بالفعل في أكتوبر، ومع ذلك تحدث نقطة التحول في نوفمبر عندما يبدأ الطقس في البرودة في جميع أنحاء البلاد، ويصبح ضوء الشمس أيضاً نادراً.¹

-وعليه ومما سبق: فإن المقومات الجغرافية لأوكرانيا المتمثلة بالمساحة الشاسعة التي تتمتع بها جعلها دولة مهمة استراتيجياً فضلاً عن تضاريسها المميزة وإطلالتها على البحر الأسود وبحر آزوف التي يمنحها الوصول إلى المياه الدافئة فضلاً عن امتلاكها مجموعة كبيرة من البحيرات والأنهار، كما تمتاز بإمكانيتها الجيو-اقتصادية لاحتوائها على 40% من التربة السوداء التي تعد أفضل أنواع الترب في العالم، فضلاً عن تنوعها السكاني جعلها ذا أهمية رئيسة تؤثر على امن واستقرار ازدهارا للقارة الأوروبية بأكملها.

لكن ورغم الأهمية الكبيرة للموقع الجيوستراتيجي لأوكرانيا، إلا أنه لم يتبلور عندها مفهوم التخطيط الاستراتيجي لعدم قدرتها على مواجهة نفوذ القوى الكبرى المتنافسة عليها. فنتيجة امتلاك أوكرانيا هذه المقومات منحها قوة جيوبوليتكية مهمة في المنطقة وهذا الموقع الاستراتيجي المتميز لأوكرانيا جعلها محط أنظار القوى الخارجية الكبرى.

المطلب الثاني: التركيبة الديموغرافية والاجتماعية لأوكرانيا.

1- التركيبة الديموغرافية:

بالنسبة للتركيبة الديموغرافية في أوكرانيا فمنذ تفكك الاتحاد السوفييتي بلغ عدد سكان أوكرانيا 44 مليون نسمة، يمثل 77.8% من الأوكرانيين مع وجود أقليات-مع القول أقليات إلا أنها كبيرة العدد نسبياً- من الروس والبيلاروس والرومانيين (تم شرحها مسبقاً)، أما اللغة الرسمية والوحيدة في أوكرانيا فهي اللغة الأوكرانية مع وجود تداول واستخدام اللغة الروسية، وفيما يتعلق بالديانة في أوكرانيا فهي الديانة المسيحية الأرثوذكسية الشرقية والتي أثرت في الأدب والعمارة في أوكرانيا بشكل واضح².

2- الصحة:

فيما يتعلق بالأوضاع الصحية في أوكرانيا فقد نصت المادة (3) من الدستور الأوكراني الصادر عام 1996 والمعدل عام 2014 أن حياة الإنسان وصحته وكرامته وأمنه وحصانته معترف بها في أوكرانيا كحقيقة اجتماعية عليا، إلى جانب ذلك تنص المادة (49) من الدستور الأوكراني إن لكل شخص الحق في

¹ ربي بوريني- مناخ أوكرانيا(اي عربي)3arabi.com في: 2012/09/08 تم الاطلاع: 2023/05/28).

² نوار محمد ربيع الخيري، الأزمة السياسية في أوكرانيا وتجاذبات الشرق والغرب، ص.3.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

الحماية الصحية والرعاية الطبية والتأمين الصحي، ويتم تمويل الحماية الصحية من خلال موارد الدولة من البرامج الصحية والطبية والاقتصادية-الاجتماعية وبرامج تحسين الصحة والوقائية. رغم ذلك عانت الرعاية الصحية في أوكرانيا نقص التمويل اللازم للقطاع الصحي وكذلك نقص عدد العاملين في هذا المجال، الأمر الذي جعل الحكومة الأوكرانية تسعى لتحسين الجانب الصحي والاهتمام به كثيرا، إذ أوضحت بيانات وزارة الصحة الأوكرانية عام 2012 تحسن في انخفاض معدل وفيات الأمهات وزيادة نمو الأطفال.¹

3-التعليم:

أما بالنسبة للمستوى العلمي للشعب الأوكراني، إذ أن التعليم في أوكرانيا واحد من أعلى المعدلات بين دول أوروبا الوسطى والشرقية، إذ تنفق الدولة الأوكرانية ما يقارب 7% من الناتج المحلي الأوكراني على مستوى التعليم، وفقا للتعداد السكاني للشعب الأوكراني في عام 2010، ويقدر معدل تعلم القراءة والكتابة ب 99.4% من الأوكرانيين.² يوجد في أوكرانيا نظام تعليمي عالي التطور، يتم توفير التعليم العالي من قبل مؤسسات التعليم العالي والهيئات الخاصة والمرافق العلمية والمنهجية للحكومة، يشمل هذا النظام أيضًا برامج الدراسات العليا والدكتوراه وكذلك التعليم الذاتي، تعتمد مستويات الاعتماد على حالة معاهد التعليم العالي، يشمل المستوى الأول المدارس المهنية وما شابه ذلك الذي يدرّب المتخصصين المبتدئين، المستوى الثاني هي الكليات والمنظمات المماثلة التي تقوم بتدريس البكالوريوس يتكون المستوى الثالث من الجامعات والمعاهد والأكاديميات والمعاهد التي توفر التعليم للبكالوريوس والمتخصصين، المستوى الرابع يشمل الجامعات والمعاهد والأكاديميات التي تقوم بتعليم المتخصصين والمجستير.³

المطلب الثالث: الأهمية الاقتصادية والقدرات العسكرية لجمهورية أوكرانيا

1- المكانة الاقتصادية: بلغ مساحة أوكرانيا نحو 603.5 آلاف كم²، بعدد سكان يصل إلى 44 مليون نسمة، وبناتج محلي بلغ نحو 200 مليار دولار في العام 2021، ونحو 155 مليار دولار وفق تقديرات دولية، واحتياطي نقدي بنحو 31.6 مليار دولار، بينما بلغت الصادرات نحو 68.24 مليار دولار في العام الماضي، وبلغ معدل النمو نحو 3.4% وفق التقديرات الدولية، تتمثل قوة أوكرانيا فضلا عن موقعها

¹ زينب سالم علي خضير، التنافس الاستراتيجي الإقليمي والدولي في جمهورية أوكرانيا بعد الحرب الباردة (الأردن، داركفاءة المعرفة، ط1-2021) ص35/35.

² خضير، مرجع سابق، ص35

³ التعليم في أوكرانيا-في: www.fdstudy.com تم الاطلاع: 2023/05/28.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

الاستراتيجي في مواردها الطبيعية في القطاعين الزراعي والتعديني، إضافة إلى بعض القوة الصناعية الموروثة من الاتحاد السوفييتي السابق¹.

2- قوة زراعية وصناعية كبرى:

تمتلك أوكرانيا قدرات زراعية كبرى تمثل أهمية على المستوى العالمي في عدد من المنتجات، حيث تمثل صادرات القطاع نحو 45% من إجمالي الصادرات الأوكرانية، بينما تصل مساحة الأراضي الصالحة للزراعة إلى أكثر من 40 مليون هكتار، أما في ما يخص إنتاج الحبوب بلغ إجمالاً نحو 50 مليون طن، من بينها 28 مليون طن من القمح وصادرات بلغت نحو 18.1 مليون طن جعلتها تحتل المركز السادس عالمياً في صادرات القمح والرابع في صادرات الذرة، بينما احتلت المرتبة الثالثة من حيث كمية الإنتاج، والمركز الثاني عالمياً في إنتاج الشعير والرابع في صادراته. كما تحتل المركز الأول عالمياً في صادرات زيت دوار الشمس، والثالثة عالمياً في إنتاج وتصدير العسل بنحو 81 ألف طن سنوياً. بينما بلغت صادرات الفواكه نحو 55 ألف طن، واللحوم 450 ألف طن، والدواجن 431 ألف طن. وفي قطاع التعدين أنتجت نحو 60 مليون طن من الحديد تحتل بها المرتبة السادسة عالمياً والثانية عالمياً من حيث الاحتياطي بنحو 30 مليار دولار، كما تحتل المرتبة الثانية أوروبا في الاحتياطي من الزئبق، والأولى في الكبريت والعاشر عالمياً في احتياطيات خام التيتانيوم. أما صناعياً فتحتل أوكرانيا المرتبة الرابعة عالمياً في تصدير توربينات محطات الطاقة النووية وال12 في مجال صادرات السلاح بنحو مليار دولار، حيث ورثت عن الاتحاد السوفييتي السابق نحو 30% من مصانعه توظف فيها نحو 700 ألف شخص².

3- القدرات العسكرية:

أعدت جمهورية أوكرانيا تأسيس قواتها العسكرية المسلحة بعد استقلالها عام 1991، والتي تتكون من القوات البرية والبحرية والجوية، حيث يعد الرئيس الأوكراني القائد العام للقوات المسلحة، وله كل الصلاحيات في إدارتها، كما له الحق بإعلان حالة الحرب بعد عرضه على البرلمان،

¹ اقتصاد أوكرانيا، إمكانات هائلة وقدرات ضعيفة، صحيفة العربي الجديد (لندن 2022/02/23 في: <https://cutt.us/lfej>) تم الاطلاع: 30-2023-05.

² المرجع السابق.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

فالوظيفة الرئيسية للقوات المسلحة الأوكرانية هي الدفاع عن سيادة الجمهورية وسلامة حدودها، والدفاع عن مصالحها.¹

أ-القوة البرية: يعد الجيش الأوكراني ثاني أكبر قوة عسكرية في قارة أوروبا بعد روسيا الاتحادية، حيث يبلغ 240000 فردا وفقا لتقديرات 2015، وتنفق عليه الدولة ما يقارب 4,4 مليار دولار سنويا.² لدى الجيش الأوكراني أكثر من 2596 دبابة و 12303 مدرعة و 1067 مدفعا ذاتي الحركة وأكثر من 2040 مدفعا ميدانياً، إضافة إلى 490 راجمة صواريخ.³

ب-القوة الجوية: يمتلك الجيش الأوكراني 318 طائرة حربية فقط، بينها 69 مقاتلة، و 29 طائرة هجومية، و 32 طائرة شحن عسكري، إضافة إلى 71 طائرة تدريب، و 112 مروحية عسكرية منها 34 مروحية هجومية.

ج-القوة البحرية: يضم الأسطول البحري الأوكراني 38 قطعة بحرية فقط في تأخر كبير أيضاً في هذا الجانب عن نظيره الروسي.⁴

بناء على ما تقدم أسهمت المقومات العسكرية الأوكرانية من زيادة قوة أوكرانيا، وامتلاكها ثاني أكبر جيش في أوروبا بعد روسيا الاتحادية، والمرتبة 22 عالمياً، هذا ما أدى إلى بروز المحور العسكري المتميز لأوكرانيا في المنطقة واستخدامها لحماية أمن أوكرانيا من التدخلات الخارجية ولتحقيق استقرار المجتمع الأوكراني.

المبحث الثالث: الإعلام كأداة إستراتيجية في الحرب الأوكرانية

شكلت الحرب الروسية-الأوكرانية الحدث الأبرز خلال عام 2022، بوصفها أزمة عالمية أثرت في مستوى العلاقات الدولية، حيث لعب الإعلام فيها أداة رئيسية، سواء كوسيلة من وسائل الحشد والتجنيد والتحفيز لجنود وشعب البلد الذي ينتهي إليه، أو كوسيلة للحرب النفسية وتزييف الحقائق وإضعاف الروح المعنوية لجنود وشعب البلد العدو، هذا ما زاد من أهمية الإعلام بصورة كبيرة خاصة في ظل التطور التكنولوجي الحديث الذي مكّنها من رفع مستوى أداء ممارسة الحرب النفسية الرقمية، وبالتالي زاد من اشتعالها وتفاقمها، وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى ما يلي:

¹ خضير، مرجع سابق، ص 49.

² المكان نفسه.

³ مقارنة بين قوة الجيش الروسي والأوكراني-CNN (في: <https://cutt.us/Q4tn6> نشر في: 2022-02-24- تم الاطلاع: 2023-05-30).

⁴ المكان نفسه..

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

المطلب الأول: الإعلام الغربي والحرب الروسية-الأوكرانية،

والمطلب الثاني: الإعلام الروسي والحرب

وأخيرا: الإعلام الأوكراني والحرب الروسية-الأوكرانية.

المطلب الأول: الإعلام الغربي والحرب الروسية-الأوكرانية

بطبيعة الحال كانت الحرب الروسية-الأوكرانية تجسيدا حيا لكيفية استغلال وتوظيف أدوات الإعلام وكبرى شركات التواصل الاجتماعي في الأزمات والقضايا السياسية والاقتصادية والإنسانية، إلا أن الحرب الروسية-الأوكرانية كشفت عن جانب جديد وأكثر خطورة من توظيف تلك الأدوات، حيث لعبت فيه وسائل الإعلام التقليدية وغير التقليدية في ظل تطورها الحالي- دورا مؤثرا وفريدا في نقل هذه الحرب إلى العالم الافتراضي، وكذا إدارة الإعلام للحرب والصراع بين الجانبين الروسي والغربي الداعم لأوكرانيا.

يقول هيرمان جونسون **Johnson Herman** أن الحقيقة هي أول ضحايا الحرب، وهو قول تؤكده أيام هذه الحرب، ويزداد وضوحا مع تقدمها وازدياد عددها، إذ يبرز دور الإعلام الأمريكي في تكريس الرواية الأمريكية وفرضها دون نقاش أو حوار على كافة وسائل الإعلام الغربية بما فيها الإسرائيلية ومعظم وسائل الإعلام في الدول العربية¹، حيث تعامل الإعلام الغربي مع الحرب باعتبارها فرصة سياسية يمكن توظيفها في التحريض ضد روسيا ورئيسها فلاديمير بوتين من أجل عزلها دوليا. والتي عملت على تشويه صورة الرئيس الروسي وتضخيم خسائر الجيش الروسي من ناحية، وكذا حجم الدمار الذي خلفته الحرب على أوكرانيا وشعبها من جهة أخرى، كل هذا يصب في صورة تعكس فشل الجيش الروسي في عملياته العسكرية في أوكرانيا وبالتالي إصابة الرأي الشعب الروسي باليأس و الإحباط، إضافة إلى إبراز أن الجرائم التي ترتكبها القوات الروسية غير مبررة في حق الأوكرانيين². وعليه تم نشر العديد من الصحف والمواقع الإلكترونية والمحطات التلفزيونية الغربية مقابلات وتحليلات ومقالات رأي للعديد من الكتاب، ركزت أغلبها على تشويه صورة روسيا ورئيسها بوتين والتشكيك في سياساتها الخارجية وأسباب ودوافع حربها على أوكرانيا، وبدت شبكات إعلامية ضخمة

¹ زكي كمال، الإعلام والحرب الأوكرانية بين تصوير الواقع وتزوير الوقائع، جريدة الدستور (الأردن، نشر في 2022/03/12، تم الإطلاع: 31-05-2023).

² يوسف جمعه الحداد "الإعلام كوسيلة من وسائل الحرب الروسية-الأوكرانية"، مجلة درع الوطن (www.nationshield.ae الإمارات العربية المتحدة، 2022/04/03، تم الإطلاع: 31/05/2023).

مثل :

سي إن إن الإخبارية

CNN

فوكس نيوز

FOX NEWS

نيويورك تايمز THE NEW YORK TIMES

واشنطن بوست THE WASHINGTON POST

دايلي نيوز DAILY NEWS

وغيرها وكأنها تقود حملة منظمة للنيل من روسيا وشحن الرأي العام العالمي ضدها بما يتجاوز الهدف الخاص بدفعها لوقف الحرب في أوكرانيا أو حتى التعاطف مع أوكرانيا وشعبها في مواجهة ما تصفه بالعدوان الروسي الذي تتعرض له. وهذا يمكن تفهمه في ضوء السياسة الأمريكية خاصة، والغربية عامة (مع بعض التباينات) والتي تستهدف إضعاف مكانة روسيا الدولية وإخراجها من دائرة التنافس على قيادة النظام الدولي القائم والمستقبلي، ولاسيما بعدما أظهرت تحدياً لواشنطن والغرب في أكثر من مشهد عالمي مؤثر.¹

الإعلام الغربي صانع مناخ الحرب الروسية الأوكرانية :

لقد لعب الإعلام الغربي دوراً كبيراً في إشعال فتيل الحرب الروسية الأوكرانية الأخيرة وذلك من خلال خلق مناخ يسود فيه التنافس والتوتر، والتهديد ثم الصراع والحرب، وتجسد ذلك فيما يلي: الرغم من إعلان روسيا في نوفمبر 2021 أنها لا تنوي غزو أوكرانيا، إلا إذا تم استفزازها من جانب أوكرانيا، هنا أعلن ممثل روسيا ديمتري بولونسكي **Дмитрий Полонский** في الأمم المتحدة أعلن وجود استفزازات أمريكية وذلك من خلال تحركات سفن حربية بالبحر الأسود، وقد رد الإعلام الغربي على هذا الإعلان بتسريبات مخبرية مفادها بأن الرئيس الروسي فلاديمير بوتين يخطط للهجوم على أوكرانيا وذلك بتاريخ 2022/02/17، صرحت صحف غربية أخرى أنه يوجد هناك غزو روسي لأوكرانيا لتطالب الدول الأوروبية من رعاياها أن يغادروا أوكرانيا، وفي 21 من فبراير 2022 بدأت روسيا فيما أطلقت عليه باسم عملية عسكرية وليس حرب ثم أعلنت الاعتراف بجمهورية دونتيستيك، وبهذا نلاحظ الدور الذي لعبه الإعلام الغربي في خلق جو متشاحن ومضطرب أدى في الأخير

¹ حداد، المرجع السابق.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

إلى نشوب صراع بين الطرفين حيث بدأ كل طرف بتشويه صورة الطرف الآخر، فمثلاً أطلق الإعلام الغربي وصف غزو روسيا لأوكرانيا بأنه عدوان على استقلالية دولة وعلى حدود دولة، في حين أن الإعلام الروسي أعلن أنها عملية عسكرية مؤقتة لمنع الانفصاليين من السيطرة على أوكرانيا. كما قام الإعلام الغربي بتشويه صورة روسيا على ألسنة أكبر المسؤولين وداخل أكبر الصحف والمجلات العالمية الكبرى، كما تم وقف قناة روسيا اليوم وسبوتنك لأي منطقة أوروبية، بل لقد وصل الأمر في أنهم أجبروا أصحاب الشركات التي تحمل التكنولوجيا العالمية والمثلة في الفيس بوك والتويتر، وذلك حينما صرح الناطق باسم شركة ميتا **Meta** في بيان له عبر تويتر بأن شركة ميتا ستتيح عبر منصاتها الإلكترونية المختلفة استخدام أشكال التعبير السياسي العنيفة التي لطالما كانت تمثل انتهاكا لقواعدها، وكذلك المتاح للمستخدمين بالتعبير المعارض لروسيا بكلمات مثل: "موت الغزاة الروس"، و"الدعوة لقتل القادة الروس".¹

المطلب الثاني: الإعلام الغربي والحرب الروسية-الأوكرانية.

قام الإعلام الروسي هو الآخر بنفس الدور، وذلك من خلال تصوير الحرب الأوكرانية "بحرب عسكرية خاصة" ونفى وجود الحرب، ووصفها بأنها ضرورية لوقف توسع الناتو شرقاً، وتقليل التهديد الأمني للناتو، بالإضافة إلى إبراز جوانب التفوق الروسي في الحرب، كما وظفت التضليل الإعلامي وتغيير معطيات خسائر موسكو الكبيرة، كما حذرت السلطات الروسية من حظر أي وسيلة إعلام روسية مستقلة من نقل الحقائق بل تغطية الحرب بالطريقة التي تريدها موسكو وسلطاتها العسكرية،² فكما ذكرنا سابقاً ما صرحت به شركة "ميتا"، الأمر الذي ندد به الجانب الروسي، وصنف الشركة "كمنظمة متطرفة"، مع الإعلان عن حجب الوصول إلى انستجرام داخل روسيا اعتباراً من يوم 14 مارس 2022، حيث صرح مكتب المدعي العام الروسي بأن "مثل هذه التصرفات من قبل إدارة شركة ميتا تهدف إلى التحريض على الكراهية والعداء تجاه مواطني روسيا"³، كما أعلنت موسكو أنها فرضت «قيوداً على الوصول» إلى فيسبوك في روسيا. لم يتوقف الأمر عند هذا الحد بل إن المواطن الروسي قد يواجه السجن لمدة 15 سنة فقط لنشره مادة أو منشوراً يخالف الرواية الرسمية لما يجري في أوكرانيا، حيث قال موراتوف: "إن الرقابة العسكرية على الإعلام في روسيا انتقلت إلى مرحلة جديدة:

¹ محمود محمد علي، كيف تم توظيف الإعلام في الحرب الروسية-الأوكرانية، (مصر، جامعة أسيوط، كلية الآداب، 2023)، ص 5-10.

² الحداد، مرجع سابق.

³ محمد علي، مرجع سابق، ص 10.

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

من مرحلة التهديد بإغلاق وسائل الإعلام إلى الملاحقة الجنائية للصحفيين أو المواطنين الذين ينشرون معلومات عن الاشتباكات العسكرية التي تجري في أوكرانيا لا تتوافق مع بيانات وزارة الدفاع الروسية".¹

وبعد صدور القرارات الأخيرة التي قيدت الحريات الإعلامية بشدة إلى جانب تقييد الوصول إلى منصات مثل فيسبوك وتويتر وغيرها في روسيا بات من الصعوبة بمكان سماع ما يناقض الرواية الرسمية عما يجري في أوكرانيا، كما أنه في ظل التحكم والرقابة الشديدة على وسائل الإعلام غابت تماما الرواية التي تناقض رواية الكرملين عن المشهد الإعلامي في روسيا التي تسيطر عليها بروبوغاندا الحرب التي يديرها الكرملين.²

المطلب الثالث: الإعلام الأوكراني والحرب الروسية-الأوكرانية.

أما من الجانب الأوكراني، فقد اندلعت حرب من نوع آخر قبل يوم من الغزو الروسي لأوكرانيا، والتي أصابت شلل مواقع حكومية مهمة في العاصمة كييف، كذلك مقر الحكومة والبرلمان والوزارة الخارجية، ومؤسسات الدولة الأخرى. وهذا ما يعرف بالحرب السيبرانية*. القراصنة استعملوا ما يطلق عليه بهجمات من نوع "DDos" (الحرمان الموزع من الخدمة)، حيث أغرقت الخوادم بطلبات غير مشروعة، من خلال تحميل البنية التحتية للخوادم بشكل مرتفع، ما أدى إلى توقفها عن العمل. أوكرانيا حملت موسكو مسؤولية الهجوم السيبراني. كما عثر المتخصصون على برامج تسمى "Wiper" (ماسح) وهو برامج ضار يمكنه حذف الكثير من البيانات من دون ملاحظة ذلك. مثل هذا الهجوم الروسي حدث في عام 2017 على أوكرانيا ببرنامج ماسح "NotPetya"، ما تسبب بأضرار اقتصادية كبيرة³.

أوكرانيا والفضاء السيبراني:

¹ روسيا وأوكرانيا: هل وقعت حرية الإعلام والموضوعية ضحية للحرب؟، (بريطانيا/الشرق الأوسط، بي بي سي نيوز عربي www.bbc.com/arabic 2022/03/13، تم الإطلاع: 2023/06/03).

² المكان نفسه.

*الحرب السيبرانية: هجوم متعمد بغرض تعطيل عمل أو خداع أو إضعاف أو تدمير أنظمة الكمبيوتر وشبكات الاتصالات والمعلومات والبرامج الموجودة في تلك الأنظمة أو الشبكات التي تمر من خلالها.

³ فريدل تاوبه، "الحرب في أوكرانيا... أي دور تلعبه الهجمات السيبرانية؟"، (DW من: dw.com/p/47jZ0، نشر: 2022/03/01، تم الإطلاع: 2023/06/04).

الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية

لم تقم أوكرانيا بتعبئة جيشها فقط، وإنما تعبئة خبراء تكنولوجيا المعلومات في البلاد أيضا. فحسب وكالة رويترز للأنباء، كانت الحكومة في كييف تبحث عن متطوعين قادرين على صد هجمات القراصنة الروس والتحضير لهجماتهم الخاصة على البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات الروسية المهمة، كما تحصلت أوكرانيا على مساعدة خارجية من مجموعة قراصنة Anonymous والتي أعلنت الحرب الرقمية على الكرملين، كما أنهم اتهموا بتورطهم في إغلاق العديد من المواقع الحكومية في روسيا، كما تعرض موقع قناة rt.com التي تعتبر أداة بروباجاندا* للكرملين.¹

خلاصة الفصل الثاني:

لقد بات الإعلام في عصر الأزمات أهم أدوات إدارة الحروب والخلافات السياسية بين الدول، وتهديد أمنها القومي، لهذا من الضروري أن يلتفت القائمون على الإدارة الإعلامية للأزمات، إلى هذه الحقيقة من خلال الإعلام الخارجي، وبناء إطارات متخصصة فيه تستطيع مخاطبة الخارج والتواصل مع الرأي العام الدولي والتأثير فيه.

فالأزمة الأوكرانية تعد تجسيدا حيا للحرب الإعلامية، ولعب الإعلام فيها كأداة إستراتيجية، دارت مجريات أحداثه بين الغرب المؤيد لأوكرانيا وروسيا .

¹ المكان نفسه.

*بروباغندا: Propaganda دعاية أو ترويج منظم و مدروس لفكرة أو سياسة أو إيديولوجية أو معلومات معينة تعكس اتجاهات و اهتمامات أصحابها للتأثير على غيرهم لكسب تأييدهم أو على خصومهم لإصابتهم بإحباط أو على طرف ثالث للتشهير بالخصوم.

الفصل الثالث:
الدعاية في الحرب الأوكرانية

الفصل الثالث: الدعاية في الحرب الأوكرانية

تمهيد:

تعتمد الدول المتحاربة على حملات دعائية مكثفة لتحقيق أهدافها السياسية والعسكرية، وتصبح الحرب الإعلامية جزءًا لا يتجزأ من الصراع العسكري.

يستخدم كلا الجانبين في الصراع الدعاية والإعلام كوسيلة للتأثير على الرأي العام العالمي وتشكيل الصورة العامة للصراع. تنشر كل من روسيا وأوكرانيا أخبارًا ومعلومات تعكس وجهات نظرها وتبرز إنجازاتها وتبريراتها. تستخدم روسيا وسائل الإعلام الرسمية وغير رسمية، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، للترويج لسياستها وتبرير انتهاكاتهما للقانون الدولي.

من جهة أخرى، تحاول أوكرانيا توثيق الجرائم والانتهاكات التي ترتكبها القوات الروسية في الحرب، وتستخدم الدعاية والإعلام لجذب الدعم الدولي وإبراز الظلم الذي تتعرض له. تسعى أوكرانيا لتوجيه الرأي العام العالمي باتجاه دعمها والتنديد بالعدوان الروسي، وتعمل على نشر الأخبار والمعلومات التي توضح انتهاكات حقوق الإنسان والخرق الواضح للقوانين الدولية.

علاوة على ذلك، تستخدم الجانبين تقنيات الإعلام الحديثة ووسائل التواصل الاجتماعي لتكوين آراء الناس وتأثيرهم. يتم استخدام الحملات الإعلانية والترويجية والأخبار المغلفة بطرق تربط بين العواطف والانتماء القومي والديني لجذب دعم الجماهير وزرع الانتماء الوطني والتأثير على القرارات الشخصية والسياسية. بشكل عام، يمكن القول إن الدعاية في الحرب الروسية الأوكرانية أصبحت جزءًا مهمًا لا يتجزأ من الصراع، حيث تسعى الأطراف المتحاربة للتأثير على الرأي العام وتشكيل الصورة العامة للصراع. ومع استمرار التطورات في المنطقة، فإن الدعاية والإعلام ستظل أدوات حاسمة لتعزيز الأجندات السياسية والعسكرية وتشكيل الرأي العام في هذه الحرب المستمرة.

وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث، في المبحث الأول سنتناول الدعاية الروسية: الأهداف، الأدوات، وكيف أثرت الدعاية على الحرب، أما المبحث الثاني: الدعاية الأوكرانية/الغربية: الأهداف، الأدوات وتأثيرها على صورة روسيا، أما في المبحث الأخير تقييم المخرجات الدعائية وأثرها على إدارة الحرب الأوكرانية: نظرة الرأي العام العالمي لروسيا، ولأوكرانيا وتقييم ذلك وإبراز أثرها.

المبحث الأول: الدعاية الروسية

على مدار أشهر الحرب وما قبلها، اعتمدت الحكومة الروسية ومسؤوليها على التلاعب بالحقائق والمعلومات من أجل نشر سردهم ورواياتهم الرسمية على نحو يتسق مع مصالحهم للتأثير على الناس وأفكارهم، ومن ثم توجهاتهم، سواء على الصعيد الداخلي أو الخارجي، مستغلة قنواتها الدبلوماسية وما توفره وسائل التواصل الاجتماعي من شبكات وكذلك الوسائل الإعلامية الحكومية في التضليل الإعلامي ونشر الدعاية، وعليه سنتناول في هذا المبحث ثلاث مطالب الأول: الأهداف الروسية من الدعاية، والمطلب الثاني: أدوات الدعاية الروسية، أما في المطلب الثالث: تأثير الدعاية الروسية على الحرب.

المطلب الأول: الأهداف الروسية من الدعاية.

تعد الجهات الفاعلة الروسية من أقوى الدول توظيفا للعمليات النفسية ونشر الدعاية والمعلومات المضللة عبر وسائل التواصل الاجتماعي الذي يسميه الروس "التحكم الانعكاسي"، حيث كانت المعلومات المضللة جزءا أساسيا من إستراتيجية السياسة الخارجية لروسيا. وعليه كانت هذه الإجراءات تقود إلى مجموعة من الأهداف وهي:

1- إضعاف معنويات السكان والجيش الأوكرانيين:

عملت روسيا على إضعاف معنويات الأوكرانيين، والتحريض على الاضطرابات داخل أوكرانيا، والانقسام بين تيارات المجتمع، وبينه وبين قيادته. وذلك بالاعتماد على الادعاءات، والتي لم تثبت صحتها لاحقا، باستسلام الحكومة الأوكرانية والجيش الأوكراني، ففي شهر مارس 2022، نشرت روسيا مقطع فيديو على مواقع أوكرانية يوضح أن أوكرانيا استسلمت لروسيا، وقامت باختراق موقع قناة "أوكرانيا 24" وإظهار الخبر على الشريط الإخباري في بث تليفزيوني، ما يعد نجاحا روسيا في اختراق القناة الأوكرانية.¹ هدفت هذه العمليات المعلوماتية إلى تعظيم النجاحات العسكرية الميدانية للقوات الروسية وإضعاف معنويات الجيش والشعب الأوكراني، كما قامت بإرسال تهديدات إلى السكان

¹ أحمد بن ضيف الله القرني، حرب المعلومات في الأزمة الأوكرانية، (الرياض، المعهد الدولي للدراسات الإيرانية، 2022)، ص5.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

الأوكرانيين ورسائل نصية إلى الجنود الأوكرانيين لتشجيعهم على إلقاء السلاح والاستسلام، فضلا عن نشر معلومات تفيد باستسلام عدد كبير من القوات الأوكرانية لحث الجنود على الاستسلام.¹

2- إبقاء أوكرانيا وحيدة دون دعم غربي:

عملت الروس أيضا على فصل أوكرانيا عن حلفائها الغربيين وباقي دول العالم، واستهدفت ضرب العلاقة بين أوكرانيا وبولندا بنشر مقالات رأي لكتاب شبحيين (Ghostwrite)، يدعون أنهم ينتمون إلى الحزب الوطني الديمقراطي في روسيا، حيث تضمنت هذه المقالات أن عصابة إجرامية بولندية كانت تمارس الاتجار غير المشروع باللاجئين الأوكرانيين، وأن هذه العملية يقف وراءها مسؤولون بولنديون رفيعو المستوى، وأن اللاجئين يثقلون الاقتصاد البولندي ونظام الرعاية الصحية بشكل مفرط، ونشرت خريطة توضح المواقع التي ستمركز فيها القوات المسلحة البولندية، زاعمة أنها ستحتل مساحات شاسعة من أوكرانيا وستبقى لسنوات.²

كما استخدمت روسيا التشكيك في مبررات الدعم الغربي لأوكرانيا، والترويج لارتباط هذا الدعم بالحسابات السياسية الداخلية في الولايات المتحدة، وغيرها من الدول الغربية، وهو الأمر الذي استهدفت فيه روسيا إضعاف العلاقة بين كييف وحلفائها، لإقناع أوكرانيا بأن الغرب لا تهتم بدعمها، بل تهتم بمصالحها الشخصية، وذلك كما تم نشره بتاريخ 19 فيفري من طرف روسيا، والذي تضمن هجومات على الدول الغربية، وذكر فيها أن القادة الغربيين مثل "بوريس جونسون" و"جو بايدن"، يستخدمون موضوع الغزو الروسي لأوكرانيا، من أجل إلهاء الناخبين إعلاميا، هذا ما يمكن أن ينقذهم من الإطاحة بهم في صناديق الاقتراع.³

3- تعزيز التصورات الإيجابية عن روسيا ومكافحة السرد الغربي:

عملت روسيا على التعظيم من شأنها، وتعزيز صورتها إيجابيا، وتلميع صورتها الذهنية لرأي العام العالمي، وإضفاء الشرعية في عملياتها العسكرية وتبريرها، ودحض الدعايات الغربية التي تقول بأن الجيش الروسي ارتكبها في أوكرانيا، ووجهت روسيا أصابع الاتهام للقوات الأوكرانية، ومن أمثلة ذلك أن قناة "Z Front Cyber" على وسيلة التواصل الاجتماعي "تيليجرام" روجت لفكرة أن النازيين

¹ هبة الله نصر حسن مصطفى، "آليات توظيف سرديات الخطاب الدعائي الروسي في المواقع الإخبارية الروسية خلال الصراع الأوكراني" المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، (مصر، جامعة أسوان-كلية الإعلام، 01-01-2023) ص38.

² القرني، مرجع سابق، ص8.

³ مصطفى، مرجع سابق، ص41/40.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

الأوكرانيين أجبروا المدنيين على دخول مسرح في ماريوبول ثم فجره بعد ذلك، مستعملة الأسلحة الكيميائية، كما اهتمت روسيا أوكرانيا بالشروع في استعمال القنبلة القذرة، لكن كييف و الغرب ردوا عن هذا قائلين إنه ليس سوى ذريعة للتصعيد، وروسيا تريد استخدام القنابل النووية التكتيكية تحت ذريعة أن أوكرانيا هي المبادرة في ذلك.¹

كما عملت روسيا على كسب تأييد دول آسيا وإفريقيا والشرق الأوسط، يظهر ذلك لاستهدافها في السنوات الأخيرة الفضاء الإلكتروني في تلك المناطق، ونشر رواياتها الخاصة ما جعل هذه الجماهير لا ترى الحرب التي يراها الغرب. فمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا طالما كانت هدفا لعمليات المعلومات الروسية، فمنذ عام 2007 مبدأ الكرملين التواصل مع الجماهير الناطقة بالعربية من خلال بث قناة "روسيا اليوم" وكان الربيع العربي والتدخل الروسي في سوريا عام 2015 محدثين رئيسيين في تعزيز وسائل الإعلام الروسية وسرديات الكرملين في المنطقة.²

ومن جانب آخر عملت روسيا على مكافحة الدعاية الغربية حول أوكرانيا، بوضع إستراتيجية تضم مجموعة من برامج التحقق والمنظمات لتفنيد أي أخبار تتعارض مع سردها الخاص، ومن بين هذه البرامج برنامج "مكافحة التزييف" (AntiFake)، على القناة الأولى في روسيا أكبر قناة رسمية في البلاد، فوسائل الإعلام الغربي كانت تشكك في تحقيق الجيش الروسي انتصارات عسكرية، وتقدم إحصائيات عن إحصائيات عن الخسائر الروسية، وفي المقابل فالقناة الأولى الروسية كانت تدحض المعلومات الغربية، وتُصوّر العمليات الروسية على أنها ناجحة للغاية. حيث ذكرت هذه القناة تقارير إخبارية ورد فيها أن 1100 منشأة للبنية التحتية العسكرية الأوكرانية جرى تعطيلها، لكن لم تذكر حجم الخسائر التي تعرضت لها روسيا.³

4- تشويه الصورة الذهنية الأمريكية والغرب دوليا:

استهدفت الحكومة الروسية مكانة الولايات المتحدة الأمريكية والغرب، سعيا منها في تشويه صورتها وإضعاف مكانتها عالميا، وكذلك لإقناع الجماهير بعدالة ما تقوم به روسيا من دور للحد من ذلك، وهذا ما عبر عنه وزري خارجية روسيا سيرغي لافروف وذلك خلال الاجتماع الوزاري المشترك الخاص للحوار الاستراتيجي بين مجلس التعاون الخليجي وروسيا، بقوله "نعمل لوضع حدّ للهيمنة الغربية على العالم" ولتحقيق هذا الهدف صمّمت روسيا حملات عمليات معلوماتية تدار من جهات

¹ القرني، مرجع سابق، ص9

² المكان نفسه.

³ المرجع السابق، ص11/10.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

فاعلة روسية وبيلاروسية وموالية لروسيا، باستخدام مجموعة واسعة من التكتيكات والتقنيات والإجراءات، لدعم الأهداف التكتيكية والاستراتيجية المرتبطة ارتباطاً مباشراً بالنزاع نفسه. وتجلى ذلك في رسائل حملة **DRAGONBRIDGE** بشأن الغزو تستهدف السياسة الخارجية للولايات المتحدة وعلاقتها مع الدول الأخرى، من خلال ادعاءات بأن الولايات المتحدة لا تسعى إلا لمصالحها، وأنها شريك غير موثوق به في تحالفاتها، وأنها تسعى إلى تأجيج نيران الصراع في كل مكان في العالم، من أجل زيادة مبيعات أسلحتها. هذه الحملة الإعلامية الروسية شكّكت كذلك في التوافق بين سياسة الولايات المتحدة وأوروبا حول إجراءات العقوبات ضد روسيا، مشيرةً إلى أن الولايات المتحدة أرهبت وأجبرت أوروبا على فرض تلك العقوبات، على الرغم من مشكلات الطاقة المتفاقمة في القارة الأوروبية.¹

المطلب الثاني: أدوات الحرب المعلوماتية الروسية.

اعتمدت روسيا في سياستها الدعائية على العديد من المنافذ الإعلامية تقليدية ورقمية داخلية أو خارجية، لشن حملات التأثير في الجماهير بروايات متعددة منها ما هو حقيقي، والآخر مزيف، بالاعتماد على بنية تحتية متطورة للحملة، ومجموعة من النواقل التي استعانت بها الجهات الفاعلة المحددة والمتحالفة مع روسيا، تمثل هذه الأدوات فيما يلي:

وسائل الإعلام الرسمية: تعتمد روسيا على وسائل الإعلام الرسمية مثل قنوات التلفزيون والإذاعة التابعة للحكومة لنشر رؤيتها والتحكم في الأخبار والمعلومات المنتقاة، والتي تعمل على الترويج للنظرة الروسية للصراع ولتبرير التدخل العسكري، وتعتبر قناة **RT** طرف فاعل وحاسم في الدبلوماسية العامة حيث تتوافق الموضوعات الموجودة في محتواها مع أجندة السياسة الخارجية الروسية بصفتها ممثلاً في الدبلوماسية العامة، وقد تم البث بستة لغات للقناة منها العربية والإنجليزية والإسبانية والصينية والألمانية.²

وسائل التواصل الاجتماعي:

APT28: وهي عبارة عن قنوات على تطبيق تيليغرام، تابعة لمديرية المخابرات الرئيسية التابعة لهيئة الأركان العامة الروسية، يعمل على إضعاف ثقة الأوكرانيين بحكومتهم، وباستجابتها للغزو. كما سلطت قنوات **Telegram** بدعم من الاستخبارات العسكرية الروسية **GRU** الضوء على الفساد المزعوم وعدم

¹ المرجع نفسه، ص 14.

² مصطفى، مرجع سابق، ص 7/6.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

الكفاءة من جانب الحكومة الأوكرانية، مثل الادعاءات بأن أوكرانيا لم تكن مستعدة للصراع، وأن الأوليغارشية الأوكرانية تدفع بزيلينسكي لمغادرة البلاد. واستطاعت قناتا "روسيا اليوم" و"سبوتنيك" الالتفاف على الحظر الغربي، عبر البث على تيليجرام بدلًا من تويتر وفيسبوك.¹

ب:الكاتب الشيخ: جنّدت روسيا مجموعة من الكتاب للكتابة في مواقع ويب مُختَرقة، وفي عديد حسابات وسائل التواصل الاجتماعي المُشْتَبَه بها. ففي شهر أبريل الماضي جرى نشر محتوى ملف قتل ترويج لسرد يبدو أنه يهدف إلى إثارة عدم الثقة بين الأوكرانيين والحكومة البولندية. استمرت أيضًا الشخصيات الشبعية هذه في نشر وترويج مقالات الرأي، التي تنتقد حلف الناتو ووجوده في دول البلطيق، مع إشارات متزايدة إلى أوكرانيا في هذا السياق.

قيّمت شركة Mandiant أنبيليا روسيا، وبالتحديد مجموعة التجسس البيلاروسية UNC1151، كانت المسؤولة على الأقل جزئيًا عن حملة "الكتاب الأشباح"، وأنها قامت كذلك بحملات مماثلة استهدفت البلدان الأوروبية.²

ج:اختراق المنصات المعادية: جنّدت روسيا "قوّات إلكترونية" لمواجهة رواية الحرب من الطرف الأوكراني. قالت صحيفة فونتانكا الروسية إنها أرسلت أحد مراسليها للتسلل إلى منصة هجوم إلكتروني أوكرانية تُدعى Cyber Z Front، وتمكنت من لقاء القوّات الإلكترونية، واكتشاف كيفية عملهم عبر منصّات التواصل الاجتماعي، بما في ذلك "يوتيوب" و"تيك توك" و"تويتر". وقال مراسل "Fontanka" إنهم جمعوا عديدا من المراسلين والمعلقين ومحلي المحتوى والمصممين والمبرمجين، لتكوين جبهة إلكترونية ضد المواقع الإلكترونية الأوكرانية المدعومة من الغرب، وكتابة تعليقات تدحض الرواية الأوكرانية للحرب، على كل هذه المنصات.³

د-الانترنت: حلل المعهد الأسترالي للسياسة الاستراتيجية ASPI عمليات المعلومات المرتبطة بروسيا على شبكة الإنترنت منذ عام 2018م، فلاحظ أن أغلب الهاشتاغات والتغريدات الأكثر استخدامًا كانت تركّز بشدة على نقد وإثارة القضايا السياسية الأمريكية الساخنة، وتشويه سمعة المرشّحين في الانتخابات الأمريكية والأوروبية. تضمّنت التغريدات كذلك جهودًا لتقويض "الناتو" أمام الجماهير الأوروبية، وتشويه سمعة الزعماء الأوكرانيين، والترويج للسياسة الخارجية والعسكرية الروسية في

¹ القرني، مرجع سابق، ص18/17.

² المرجع نفسه، ص18.

³ المرجع نفسه، ص19/18.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

سوريا. ربما كان موقع "تويتر" حالياً هو الكيان الأكثر تأثيراً في وسائل التواصل الاجتماعي من حيث مشاركتها لعامة في عمليات المعلومات.¹

هـ-الهجمات السيبرانية:

إن جوهر العمليات السيبرانية هو المعلومات، فهي عمليات تشن باستخدام الشبكات المعلوماتية للحصول على البيانات أو إتلافها أو حجها، أو هي عمليات تشن بواسطة المعلومات لحرمان الخصم من الاستفادة من مصادر قوته والنيل من عزمته. وفي الوقت الذي كانت العديد من منطلقات فهم العمليات السيبرانية تبنى على افتراضات وسيناريوهات متوقعة، فإن الحرب الدائرة بين روسيا وأوكرانيا توفر مثلاً تجريبياً لاختبار هذه الافتراضات ومعرفة مدى أهليتها النظرية، حيث كلفت الجرائم الإلكترونية وهجمات القرصنة بأنواعها المختلفة الاقتصاد العالمي أكثر من 6 تريليون دولار في عام 2021 فقط، بمعدل هجوم إلكتروني في كل 11 ثانية في مكان ما من العالم.

استغلت روسيا سلاح الهجمات السيبرانية في نزاعاتها الأخيرة، كغزوها لجورجيا في 2008م، وللقرم في 2014م، ومنذ ذلك أصبحت أوكرانيا "ساحة تدريب" لعمليات الحرب الروسية السيبرانية، فقبل يوم الغزو بساعات، تفشي نوع من البرامج الخبيثة يسمى الماسح Wiper في الأنظمة الحوسبية الخاصة بالحكومة الأوكرانية متلفاً بياناتها، وأغرقت هذه الهجمات المواقع الإلكترونية للبنوك الأوكرانية بالبيانات والإشارات، ما أدى إلى تعذر الوصول إلى تلك المواقع .

لم تكن هذه الاعتداءات مفاجئة، فقد واجهت أوكرانيا وإبلاً من الهجمات السيبرانية، منذ احتد النزاع بينها وبين روسيا في 2014 م، لكن على الرغم من هذا العدد الكبير من الهجمات السيبرانية منخفضة المستوى، فإنّ البنى التحتية الأساسية في أوكرانيا مثل خطوط التلفون والإنترنت والكهرباء وأنظمة الرعاية الصحية -لا تزال سليمة.²

المطلب الثالث: تأثير الدعاية الروسية على الحرب.

تأثرت مجريات الحرب مع أوكرانيا بشكل كبير بتدخل الدعاية الروسية. يمكن تفسير ذلك على أنها جزء من حملة معلوماتية تهدف إلى تأثير الرأي العام ونشويه الحقائق وتشكيل الاتجاه العام للتفكير والمواقف تجاه الصراع وعليه يمكن تحديد ذلك في:

¹ المرجع نفسه، ص19.

² القرني، المرجع السابق، ص20.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

تشويه الحقائق وخلق الارتباك: من خلال نشر أخبار مضللة ومعلومات غير دقيقة، ساهمت الدعاية الروسية في تشويه الحقائق المتعلقة بالحرب في أوكرانيا. وهذا يؤدي إلى انعكاس غير دقيق للأحداث وإثارة الارتباك بين الجمهور العام والمجتمع الدولي.

تأثير على الرأي العام الدولي: استخدمت روسيا الدعاية لتشكيل الرأي العام الدولي وتوجيهه فيما يتعلق بالحرب في أوكرانيا. عن طريق نشر روايات تروج لصالح روسيا وتلقي باللوم على الأوكرانيين، تمكنت الدعاية الروسية من إنشاء صورة إيجابية لتدخلها وإشاعة المزيد من الشكوك حول الجانب الأوكراني.

إثارة الانقسامات وتعميق الصراع: تستخدم الدعاية الروسية استغلال الانقسامات القومية والعرقية والثقافية في أوكرانيا لتعميق الصراع وإثارة المزيد من التوترات. عن طريق الترويج للمصالح الروسية وتأجيج الأحقاد والمشاعر العدائية بين المجموعات المختلفة، تسعى روسيا لتعزيز التفرقة وعرقلة أي محاولات للتوافق والسلام.

تأثير على القرارات السياسية: يُعتقد أن الدعاية الروسية تسعى أيضًا إلى التأثير على القرارات السياسية في الدول الأخرى بشأن الصراع. من خلال التلاعب بالمعلومات وتقديم رؤية مشوهة للصراع، قد يتم تأثير القادة السياسيين والمسؤولين في الدول الأخرى وتحفيزهم على اتخاذ قرارات تتفق مع مصالح روسيا. قد تشمل ذلك تأثير في قرارات المساعدة العسكرية، فرض العقوبات، التوسط في المفاوضات، أو التدخل العسكري الذي يدعم الأهداف الروسية في الصراع. تأجيج التوترات العرقية والثقافية: استخدمت روسيا الدعاية لإثارة التوترات العرقية والثقافية في أوكرانيا، خاصة المناطق الناطقة بالروسية في شرق البلاد. قدمت روسيا نفسها كمدافعة عن الروس في أوكرانيا وحامية لحقوق الأقليات الروسية. هذا ما أدى إلى تصاعد التوترات العرقية وتصاعد الصراعات في المنطقة.

ومن المهم أن نلاحظ أن تأثير الدعاية الروسية لا يقتصر على النقل الإعلامي فحسب، بل يتعداه ليشمل الجوانب السياسية والدبلوماسية والاستراتيجية أيضًا. إن قدرة روسيا على تشكيل وجهات النظر وتوجيه التفكير في المجتمع الدولي تعتبر جزءًا هامًا من استراتيجياتها في الحرب مع أوكرانيا.

المبحث الثاني: الدعاية الأوكرانية/الغربية.

ارتكزت أوكرانيا على بعض الاستراتيجيات الهجومية، كما هو الحال في إنشاء جيش أوكرانيا السيبراني، فإن غالبية عملياتها أخذت طابع الدفاع والردع. وكذا العمل بالقالب الدعائي، وقد أثبتت أوكرانيا أن مفهوم الردع الشامل، الذي يتبني تكتيكات تعزيز قدرات الدفاع الذاتية، وبناء تحالفات بين القطاعات الخاصة والحكومية من جهة، وتحالفات مع حكومات ومنظمات دولية كالغرب، قابلٌ للتطبيق ويمنح الأطراف مرونةً في التعاطي مع الهجمات السيبرانية، وردع الدعاية الروسية أيضاً. وعليه سنتناول في هذا المبحث ما يلي: المطلب الأول: أهداف الدعاية الأوكرانية/الغربية، والمطلب الثاني: أدوات الدعاية الأوكرانية/الغربية، وأخيراً: تأثير الدعاية الأوكرانية الغربية على الحرب.

المطلب الأول: أهداف الدعاية الأوكرانية /الغربية.

منذ بداية الحرب خاض الجيش الإلكتروني الأوكراني حرباً معلوماتية ضد الرواية الروسية، بتنفيذ هجمات الكترونية، حيث حققت الاستراتيجية المتبعة من طرف الأوكرانيين ورئيسهم فولادمير زيلينسكي نجاحاً ملموساً في جذب التعاطف والدعم الغربي، باعتبار أن هذه الاستراتيجية عززتها واشنطن والعواصم الأوروبية، وذلك منذ ضم روسيا لشبه جزيرة القرم في 2014. وما أدى إلى تعاطف الرأي العام الغربي مع الشعب الأوكراني المقاومة العسكرية لجنود الجيش الأوكراني في مواجهة الهجوم الروسي وسائل الإعلام.¹

برعت أوكرانيا في تكتيكات حروب الدعاية والتأثير، حيث وظفت هذه التكتيكات في دعم سرديتها عن الحرب من جهة، وبث روح العزيمة والصمود في الحاضنة الأوكرانية من جهة أخرى. وقد كان ذلك واضحاً من خلال الدخول الكثيف للرئيس الأوكراني على خط هذه التكتيكات من خلال الفيديوهات التي كان يخرج بها على شعبه بشكل مباشر من شوارع العاصمة كييف عبر تطبيقات منصات التواصل الاجتماعي، مثل تيك توك. هذا فضلاً عن عدد المتطوعين السيبرانيين الذي أبدوا استعدادهم للإسهام في تنفيذ هجمات سيبرانية نيابةً عن الجانب الأوكراني.²

بدأت أوكرانيا في إنشاء العديد من الوكالات السيبرانية المتخصصة، التي بدأت بدورها في نسج مجموعة من التحالفات مع نظيراتها في الدول الأوروبية والولايات المتحدة، وهو الأمر الذي زود

¹القرني مرجع سابق، ص21.

²تبيل عوده، العمليات السيبرانية في الحرب الروسية الأوكرانية طبيعتها وأنماطها، (اسطنبول، الشرق للأبحاث الاستراتيجية، 20/09/2022) ص06.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

الجهات الأوكرانية بالعديد من الخبرات، فضلا عن سهولة وسرعة التواصل في التعاطي مع التهديدات المباشرة من هذه الوكالات كان فريق الاستجابة لطوارئ الكمبيوتر الأوكراني المعروف بـ **CERT**، الذي أسهمت شراكته مع الكيانات الدولية مثل ميكروسوفت في رصد فيروس **Foxblade** وإبطال مفعوله، وإدارة الأمن السيبراني بوكالة الاستخبارات الأوكرانية. ولكن الأهم هو إنشاء وزارة خاصة عام 2019، تعنى بقضايا الانترنت والحماية الرقمية، سميت وزارة التحول الرقمي، التي يرأسها الوزير ميخايلو فيدوروف. وحسب نائب وزير التحول الرقمي الأوكراني، فإن إنشاء هذا الجيش في السياق الرقمي في أوكرانيا كان لعدة عوامل، أهمها: البنية الرقمية الأوكرانية التي أبانت عن تطورات ملحوظة في الآونة الأخيرة من خلال الأنظمة الإلكترونية ورأس المال البشري المدرب. وثانيا: عدالة القضية الأوكرانية، حيث عبر الآلاف من المبرمجين و الهاكرز والمتخصصين عن رغبتهم في التطوع لتقديم المساعدة لأوكرانيا في حربها مع روسيا.¹

ضف إلى ذلك نجاح أوكرانيا في حرب المعلومات عن طريق حملات التواصل القوية التي أدت إلى فرض عقوبات اقتصادية غير مسبوقه ضد روسيا والتبرعات الغربية بالأسلحة. كما ركز زيلينسكي في خطابه أمام الكونغرس على القيم الأوكرانية المشتركة مع الغرب، وعلى بناء الشعور بالهوية بين الأمريكيين وأوكرانيا، من خلال تأكيده على الديمقراطية والاستقلال والحرية. حيث نجح تأثير الرئيس الأوكراني زيلينسكي بموافقة الولايات المتحدة لدعم أوكرانيا بأسلحة متنوعة بقيمة 800 مليون دولار.²

المطلب الثاني: أدوات الدعاية الأوكرانية الغربية.

في الصراع الروسي الأوكراني، اعتمدت أوكرانيا على الدعاية الغربية للحصول على الدعم والتأييد الدولي، وظفتها في سرد دعايتها ضد الروس، كذا توثيق جرائم القوات الروسية في أوكرانيا وعليه اعتمد في ذلك على ما يلي:

وسائل الإعلام الرسمية: تعتمد أوكرانيا على الوسائل الإعلامية الرسمية مثل التلفزيون والصحف والمجلات لنشر الأخبار والمعلومات التي تبرز الانتهاكات الروسية وتوثيق الجرائم التي ترتكبها القوات الروسية في أوكرانيا، كما تستخدم هذه الوسائل لنشر القصص الإنسانية والمعاناة التي يعاني منها الشعب الأوكراني، ومن بين هذه الوسائل: التلفزيون الوطني الأوكراني **UT**، وكالة الأنباء الأوكرانية **Ukrinform**.

¹ المرجع نفسه، ص 14.

² القرني، مرجع سابق ص 21.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

وسائل التواصل الاجتماعي:

أ. منصة "تيليجرام" المشفرة: حيث أصبحت هذه المنصة ساحة المعركة الرقمية الرئيسية في الحرب المعلوماتية بين الروس والأوكرانيين. ويمتلك زيلينسكي قناة على "تيليجرام" يتحدث من خلالها مباشرة إلى الشعب الروسي باللغة الروسية، وما ساعد الحملات الإعلامية الأوكرانية هو انحياز المنصات الاجتماعية "كالفيسبوك" و"تويتر" و"سبوتنيك" إلى الجانب الأوكراني من خلال حظر وسائل الإعلام الروسية الرسمية ك"روسيا اليوم" وكل الرسائل الروسية.¹

ب. "نلسيكتور-SectorNull": في فبراير 2014 تم إنشاء مجموعة المتسللين بعد سقوط الرئيس الأوكراني السابق يانوكوفيتش، إذ يستخدمون في الغالب الهجمات الموزعة للحرمان من الخدمات (DDoS) ضد مواقع الويب الروسية، ومن خلال تحميل البنية التحتية للخوادم بشكل مرتفع تم إغراق الخوادم بطلبات غير مشروعة وهو ما أدى إلى توقفها عن العمل.²

ج-سايبير هنتا HuntaCyber-": وهي بمثابة القراصنة المؤيدة لأوكرانيا المؤلفة من عدة متطوعين يهدفون إلى كشف تورط موسكو في الصراع في أوكرانيا، وإزالة المتصيدين المؤيدين لروسيا من المواقع الأوكرانية. اخترقت سابقا هذه المجموعة مواقع الكترونية حكومية روسية من بينها إدارة الرئاسة الروسية والبرلمان ووزارة الخارجية.³

د-سايبير هندرد Hundred8 Cyber-: تركز هذه المجموعة الناشطة في مجال القرصنة الالكترونية على إزالة المتصيدين المؤيدين لروسيا من المواقع الالكترونية الأوكرانية، وحماية المواقع الالكترونية لأوكرانيا.⁴

هـ-الجيش السيبراني الأوكراني/الجيش (Army\Troops Cyber Ukrainien): تستهدف مجموعة القراصنة هذه التي أسسها مستشار الأمن السيبراني السابق يوجين دوكوكين والمبرمج ماهيشواري، الانفصاليين المواليين لروسيا والقوات الروسية في أوكرانيا، بالإبلاغ عن حسابات المسؤولين المواليين

¹ المرجع نفسه، ص 23.

² القرني، المرجع نفسه، ص 23.

³ المرجع السابق، ص 24.

⁴ المكان نفسه.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

لروسيا بمختلف المواقع المصرفية، وعلى وسائل التواصل الاجتماعي، من أجل إغلاق الحسابات.¹
حملات الدعاية الغربية:

سلطة الإعلام الغربية: في ظل هذا الصراع الروسي الأوكراني، تتنافس الدول الغربية مع روسيا في استخدام الوسائل الإعلامية لحملات الدعاية والتنديد بالتدخل العسكري الروسي وإبراز الانتهاكات الحقوقية والأزمة الإنسانية في أوكرانيا. تسعى هذه الحملات إلى جذب الرأي العام العالمي وتعزيز الدعم لأوكرانيا في مواجهة روسيا. ومن بين الوسائل المستعملة في ذلك القنوات التلفزيونية مثل: CNN، BBC France24.

وسائل الإعلام الرقمية: قامت الحملة على حظر كل من فيسبوك و يوتيوب و تويتر و قوقل الرسائل الروسية بشكل أساسي ، وقيدت الوصول إلى قنوات المعلومات الروسية الرسمية، وتحليل الحملة الإعلامية الغربية ضد روسيا تتضح المبالغة الكبيرة في وصف الأحداث، والانتقائية في تسليط الضوء على بعض الحوادث دون غيرها، وقد سعت الدعاية الغربية إلى وصف العمليات الروسية بأنها "غزو غير مبرر" وألقت الضوء على أي مظاهر معارضة لغزو أوكرانيا داخل روسيا. ويسوق الغرب صورة قاتمة عن "الكارثة الاقتصادية" التي ستدمر اقتصاد روسيا وتشله، لكنهم تغافلوا عن أن روسيا تمتلك

احتياطية، حتى في مجال البنوك، فهي والصين سعتا إلى إقامة شبكتي تحويل بين البنوك بعيداً عن الشبكة الغربية، فضلاً عن اعتماد موسكو ونظام "الصفقات المتكافئة"، وبيع النفط بالروبل الروسي، وغيرها من الإجراءات الحمائية التي يبدو أن موسكو أعدت لها بشكل مسبق. وعليه قامت وسائل الإعلام الغربية بتفنيد كل ما يقوله الرئيس الروسي فلاديمير بوتين من مبررات للعملية العسكرية في أوكرانيا، للوصول إلى أن غزو روسيا غير مبرر لدولة لا تهددها إطلاقاً، بل روسيا من تهدد هذه الدولة.²

المطلب الثالث: تأثير الدعاية الأوكرانية/الغربية على روسيا:

قال الكاتب الأميركي ألان كينغهام إن "العمليات النفسية الغربية ضد روسيا حققت أثراً مذهلاً في تعرض موسكو، ليس فقط لانتقادات واضحة على مستوى العالم، بل أيضاً تتعرض الحكومة الروسية إلى انتقادات داخلية شديدة"، موضحاً أن "الولايات المتحدة منخرطة في هذه الأنشطة ليس فقط في حرب المعلومات السرية، ولكن بشكل علني من خلال حديث ومناشدة وزير

¹ المكان نفسه.

² القرني، مرجع سابق، ص 26، 25.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

الخارجية أنطوني بلينكن والرئيس جو بايدن إلى المواطنين الروس، حيث تكررت عبارات في خطبه مثل "إلى مواطني روسيا... أنتم لستم أعداءنا. ولا أعتقد أنكم تريدون حرباً دموية ومدمرة ضد أوكرانيا، البلد والشعب الذين تتقاسمون معهم هذه الروابط العميقة من العائلة والتاريخ والثقافة". وأوضح الكاتب في مقال له بموقع "مودرن دبلوماسي" أن الجانب الغربي استخدم ما يُعرف بـ"الدعاية الرمادية والبيضاء" والتي تشمل بثّ مضمون به جزء من الحقيقة، وليس الدعاية السوداء التي تعتمد على التشويه على الرغم من كونها أكثر فعالية، لكن يعيها رد الفعل العكسي الذي تُحدثه عندما يتم دحضها وكشف أكاذيبها.¹

ويقول الكاتب المصري محمد أمين إنه "بالنظر إلى حقيقة الحرب غير المتكافئة بين الجانبين الروسي والأوكراني، استخدم الطرفان الكثير من أساليب الحرب النفسية للتأثير في سير المعارك، ومن بينها البروباغندا والدعاية السوداء ونشر الإشاعات والبيانات الرسمية التي استهدفت التأثير في الخصم، حيث أكدت كيف جاهزية جيشها واستعداد الشعب بأكمله للحرب لمواجهة الجيش الروسي، وأطلقت عبارات مثل "أهلاً بكم في الجحيم" من أجل التأثير في الروح المعنوية للجيش الروسي، ونشرت مشاهد للمتطوعين الأوكرانيين في مراكز التدريب وعملت على بث الثقة لدى الشعب الأوكراني، فضلاً عن نشر منصات مواقع التواصل الاجتماعي مشاهد تدل على فظائع وتجاوزات للقوات الروسية من أجل كسب الرأي العام العالمي". وأضاف أمين أن "أوكرانيا هدفت من الحرب النفسية، تعويض جزء من فارق القدرة العسكرية بين الجانبين، حيث تتفوق روسيا بطبيعة الحال".² وعليه يمكن أن نلخص تأثير الدعاية الأوكرانية الغربية على روسيا فيما يلي:

تسليط الضوء على سلوك روسيا السليبي: تستخدم الدعاية الأوكرانية والغربية لتسليط الضوء على سلوك روسيا السليبي، مثل تدخلها في شؤون دول أخرى، والتلاعب بالمعلومات، وانتهاكات حقوق الإنسان. يتم تسليط الضوء على هذه الجوانب السلبية لروسيا لتشكيل صورة سلبية وللضغط على البلد الروسي في المجتمع الدولي.

¹ بهاد الدين عياد، كيف أصبحت "الحقيقة" أول ضحايا الحرب الروسية ضد أوكرانيا؟ (independent، عربية، www.independentarabia.com، نشر في: 2022-04-21، تم الإطلاع: 2023-06-07).

² عياد، المرجع السابق.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

نشر الأخبار والتقارير النقدية: تقوم الدول الأوكرانية والغربية بنشر الأخبار والتقارير النقدية التي تسلط الضوء على قضايا مثل انتهاكات حقوق الإنسان والقمع السياسي في روسيا.

تستخدم هذه الأخبار والتقارير لتعزيز الصورة السلبية عن روسيا وللضغط على الحكومة الروسية لتغيير سلوكها.

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الحديثة:

تستخدم الدول الأوكرانية والغربية وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الحديثة لنشر رسائلها وآرائها حول روسيا. يمكن أن يكون للحملات الإعلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي تأثير كبير في تشكيل صورة عامة عن روسيا وتعزيز النظرة السلبية لدى الجمهور.

من المهم أن نلاحظ أن هذه الوصفة لتأثير الدعاية الأوكرانية والغربية ليست نهائية أو شاملة، وأن هناك آراء متنوعة حول روسيا وتتأثر بالعديد من العوامل السياسية والثقافية والاقتصادية. لذلك، يوصى دائمًا بالاطلاع على مصادر متعددة وتحليل وتقييم الأدلة بعناية قبل اتخاذ أي قرارات أو تشكيل آراء.

المبحث الثالث: تقييم المخرجات الدعائية وأثرها على إدارة الحرب الأوكرانية

لقد جذبت الحرب الروسية الأوكرانية انتباه الرأي العام العالمي بشكل كبير نظرا للتداعيات الجيوسياسية والإنسانية الكبيرة التي ترافقها، حيث تتفاوت بين مختلف المجتمعات والدول، هناك تيارات رأي مختلفة ومتضاربة تتعلق بطبيعة الصراع والأطراف المتحاربة والمسؤولة عن تصاعد العنف والانتهاكات. وعليه سنتطرق في المبحث المطلب الأول إلى: نظرة الرأي العام العالمي لروسيا. وفي المطلب الثاني: نظرة الرأي العام العالمي لأوكرانيا، وأخيرا نتناول تقييم لمخرجات الدعاية وأثرها على إدارة الحرب الأوكرانية.

المطلب الأول: نظرة الرأي العام العالمي للحرب الروسية الأوكرانية.

تعكس نظرة الرأي العام العالمي للحرب الروسية الأوكرانية تنوعا كبيرا من المواقف والآراء يتأثر هذا التنوع بالعديد من العوامل المختلفة، بما في ذلك الأحداث الجارية والتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المنطقة وخارجها، فنظرة الرأي العام العالمي للحرب يعتبر أمرا مهما لفهم

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

التحديات الدولية المرتبطة بهذا الصراع العسكري، وفقا لتجارب وتحليلات هذه المواقف، يمكن التعرف على التوجهات والأولويات المختلفة للدول والمجتمعات والمؤسسات الدولية.

وعليه اعتمدنا في هذه الدراسة على استطلاعات رأي حول القضية الأوكرانية، قامت بها مجموعة من المراكز والمؤسسات الاستطلاعية على فئة بالغة من الناس، ومن بينها نذكر:

1-الرأي العام العربي حول الحرب الروسية الأوكرانية حسب مركز تريندز:

قام مركز تريندز للبحوث والاستشارة بإجراء استطلاعات للرأي تم إجراء في كل من دولة الإمارات العربية وفلسطين وذلك لتحديد إجراءات الرأي العام العربي اتجاه الحرب الروسية الأوكرانية وتوصل هذا الاستطلاع للنتائج التالية:

الجدول رقم 01: جدول يوضح رأي المشاركين في الاستطلاع حول الحرب الروسية الأوكرانية.

الرأي	محايد	معارض	مؤيد
النسبة	49%	35%	16%

المصدر: من إعداد الطالبة

ونلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 49% من المشاركين في الاستطلاع محايدون للحرب، في حين ان نسبة 35% معارضون لها، أما نسبة 16% مؤيدون، وبهذا فإن نسبة المؤيدون للحرب هي أقل نسبة بالمقارنة من النسب الأخرى وهذا إن دل على شيء إنما يدل على ضعف وسائل الدعاية لروسية في الدول العربية.

الجدول رقم 02: جدول يوضح وسائل الإعلام المتابعة من قبل المشاركين في الاستطلاع:

الفئات	النسبة
عربية	76%
غربية	66%
روسية	40%
أوكرانية	23%

المصدر: من إعداد الطالبة.

نلاحظ من خلال الجدول المتضمن تصويت المشاركين في الاستطلاع على أسئلة متعددة الخيارات، أن نسبة 76% يعتمدون على قنوات عربية في متابعة أخبار الصراع الأوكراني الروسي على

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

وسائل إعلام غربية وتركز هذه الأخيرة في تغطية الأخبار على الانعكاسات المحتملة التي تنشأ عن الحرب، أما نسبة 66 % تتابع أخبار الحرب في وسائل الإعلام الغربية والتي تعتمد في إذاعتها بإنجازها لصالح أوكرانيا على حساب روسيا، إما نسبة 40 % تتابع وسائل إعلام روسية ونسبة 23% تتابع وسائل إعلام أوكرانية، ونلاحظ من خلال الجدول اعتماد السكان في الدول العربية على قنوات مختلفة للحصول على معلومات حول الحرب الروسية الأوكرانية.

الجدول رقم 03: جدول يوضح رأي المشاركين حول الإجراءات التي يجب أن يتخذها المجتمع الدولي من أجل إيقاف الحرب.

الحل	التفاوض	مزيد من العقوبات	التدخل العسكري
النسبة	95%	21%	10%

المصدر: إعداد الطالبة.

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم الدول العربية صوتت لصالح التفاوض وحل النزاع بطرق سلمية، بفارق كبير عن الحلول الأخرى، وذلك تخوفاً لما ستؤول له الحرب من انعكاسات تضر بالدرجة الأولى المجتمعات العربية، خاصة في مجال الطاقة والنفط والغاز، وبالتالي سينعكس ذلك على اقتصاد العالم، وكذا تأثير تلك الحرب على إمدادات القمح الذي يعتبر المصدر الرئيسي للغذاء في العالم العربي.

2- الرأي العام الغربي حول الحرب الروسية الأوكرانية:

الرأي العام الأمريكي:

الجدول رقم: يتضمن رأي الأمريكيين حول كل رؤساء روسيا وأوكرانيا.¹

الرأي العام	مؤيد	معارض	بدون رأي
حول رئيس روسيا	13%	74%	13%
حول رئيس أوكرانيا	64%	7%	29%

المصدر: من عداد الطالبة

نلاحظ من خلال الجدول قبول وتأييد الشعب الأمريكي لرئيس أوكرانيا حيث أن نسبة 74% صرحت أنهم معارضو للرئيس و13% معارضون أما الرئيس الأوكراني فكانت نسبة 64% مؤيدين له أما المعارضين فقدرت بنسبة 7% فقط، ويرتبط هذا أساساً بالعلاقة المضطربة منذ القديم التي جمعت

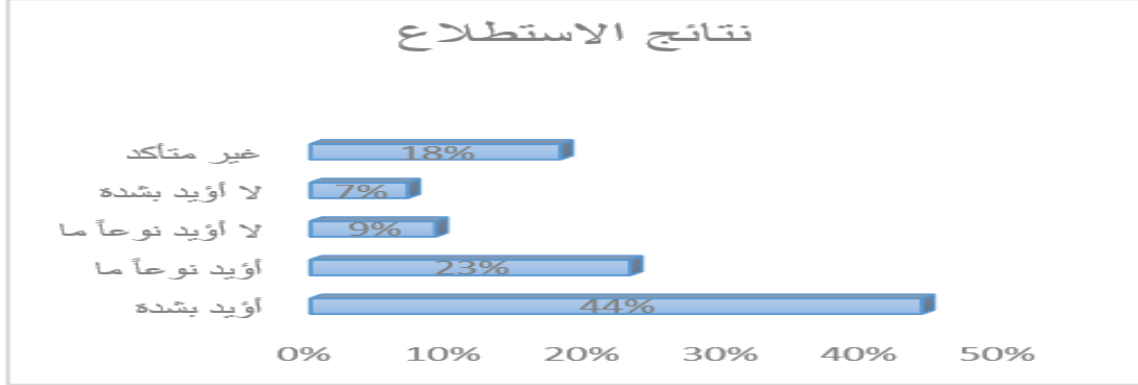
¹ ريم إبراهيم الحوشي، قراءة في استطلاعات الرأي العام العالمي حول الحرب الروسية

الأوكرانية: <https://trendsresearch.org/ar/insight/15-05-2022>

تم الاطلاع يوم: 2023-06-10

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

روسيا وأمريكا منذ القديم خلال فترة الحرب الباردة بالإضافة إلى تشويه صورة روسيا ورئيسها من قبل وسائل الإعلام الأمريكية و التصريحات التي تصرح بها والتي تؤثر في الرأي العام الأمريكي ومن بينها تصريح نائبة رئيس أمريكا أن روسيا ارتكبت جرائم شنيعة من القتل والتعذيب والاعتصاب، بل أنهم وصفو رئيس روسيا بوتين بأنه غير مستقر عقليا.



ويدعم الشعب الأمريكي أوكرانيا حيث أن نسبة 42 من إجابات المشاركين في استطلاع أجراه معهد غالوب للشؤون العالمية بأنه يجب على أمريكا أن تقوم بتقديم المزيد من الدعم لأوكرانيا، ويطالبون من أمريكا أن تقوم بمعاقبة روسيا اقتصاديا حيث قام مركز يوقوف بإجراء استطلاع للرأي الأمريكي حول فرض عقوبات اقتصادية على روسيا، توصل للنتائج التالية:

الشكل رقم 01: مخطط يوضح نتائج استطلاع مركز يوقوف¹:

المصدر: مركز يوقوف.

ونلاحظ من خلال الجدول الأغلبية من المشاركين يؤيدون فرض العقوبات وذلك للضغط عليها لإيقاف الحرب حيث أن نسبة 44 تؤيد وبشدة قرار معاقبة روسيا.

الرأي العام الأوروبي:

إن الأوروبيين يرون أن الهجوم على أوكرانيا ليس هجوم على دولة مجاورة فقط، بل هو هجوم على أوروبا في حد ذاتها، حيث حسب استطلاع تم إجرائه من قبل المجلس الأوروبي للعلاقات الخارجية والذي شمل كل من " فنلندا، فرنسا، ألمانيا، بولندا، السويد، والذي توصل إلى أربع نتائج نهائية، وهي:

- الحرب الروسية والأوكرانية يمكن أن تمتد إلى أوروبا.

¹ إبراهيم الحوشي، المرجع نفسه.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

- أنه يجب الرد من أوروبا على العدوان الروسي.
- خوف أوروبا من النتائج الصادرة عن الحرب يختلف من دولة إلى أخرى.
- يجب على أوروبا التخطيط لحالة الطوارئ، وذلك للتخفيف من الآثار المحتملة على المواطنين العاديين.

ونلاحظ اضطراب وتخوف لرأي العام الأوروبي من الحرب والكيفية التي ستؤثر بها على أوروبا، مما جعله يطالب الدول الأوروبية بالاستعداد الجيد للحرب، ويرتبط هذا الخوف بالتصريحات التي خرج بها بوتين والتي هدد فيها أوروبا بقطع الغاز عنها.الرأي العام الروسي حول الحرب:

قامت روسيا بنشر استطلاعين من قبل هيئة الاستطلاع الروسية والذي هدفت من خلاله على معرفة الرأي العام الروسي حول بوتين قبل وبعد الحرب وتوصلت إلى النتائج التالية:

الجدول يوضح إجابة بعض الروسيين على استطلاع حول ثقتهم في الرئيس الروسي بوتين وقراراته¹

الثقة الروسيين في قرارات الرئيس	ثقة الروسيين في الرئيس الروسي	رأي الروسيين	
		معارضين للقرارات	مؤيدين للقرارات
%12,9	%78,9	قبل الحرب مع أوكرانيا	%67,2
%24,4	%64,3	بعد الحرب مع أوكرانيا	%81,6

المصدر: من إعداد الطالب

نلاحظ من خلال الجدول ارتفاع قبول الشعب الروسي لبوتين بالمقارنة مع فتوة ما قبل إعلان الحرب على أوكرانيا وقد يرتبط ذلك القبول بالتصريحات التي خرج بها، والتي مفادها أن الحرب لن يشارك فيها إلا الخبراء والمحترفين العسكريين فقط، وأنها لن تمس جنود الخدمة العسكرية الإلزامية، وقد هدف من هذه التصريحات لطمأنة أهالي الجنود المشاركين في الحرب².

¹ استطلاع 80% من مواطني روسيا يثقون في روسيا ببوتين ويدعمون أنشطته، 13 أيار:

<https://www.almayadeen.net/news/politics>

تم الاطلاع يوم : 2023-06-10.

² بوتين يطمئن أقارب جنود وسيا المشاركين في عملية أوكرانيا... لأن نستدعي الإحتياط، 07.03.2022:

Aden-hura\news\

تم الاطلاع : يوم 2023-06-10.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

وإلى جانب ذلك فقد خرج حلفاء بوتين بتصريحات مفادها أن التهديدات النووية يتم تفسيرها بشكل مبالغ فيه، وأن روسيا ستتردد فقط على الهجوم الذي سيطالها¹، ولهذا فإن العديد من المواطنين أعربوا أنهم يفهمون سبب اتجاه روسيا للحرب وأنها فرضت عليها إذ أنها تسعى للحماية أمنها، وموقعها ودورها الجيوسياسي فقط².

ولكن على الرغم من ذلك فإن بعض الأوكرانيين أعربوا عن تخوفهم من الحرب، لتي أصبحت أكبر مما كانوا يتصورونها، وأنها ليست لصالح روسيا وتطورها الديمقراطي وانفتاحها على دول العالم، إذ صرح بعض المواطنين أن الحرب ليست ضرورة حتمية، وهذا الأمر دفع ناشطين في مدن عدة إلى إقامة مظاهرات للتنديد بالحرب، وذلك لكون هذي الأخيرة لن تؤدي إلا لزيادة عزلة روسيا ووضعها تحت العقاب الدولي³.

الرأي العام الأوكراني:

قامت مؤسسة كالوب الدولية وشركة ORB العالمية المختصة بالاستطلاعات، بنشر استطلاع هاتفي لعينة أوكرانية مجموعة على كل المناطق الأوكرانية، وضمت العينة حوالي 1100 مواطن وتوصلت للنتائج التالية:

قام الاستطلاع بطرح سؤال للمشاركين حول مدى رضا الأوكرانيين على الرئيس الأوكراني:

الجدول جدول يوضح موافقة الأوكرانيين على الرئيس الأوكراني:

الفئة	الموافقين	معارضون
الأوكرانيين	%92	%8
الأثنية الأوكرانية الروسية	%75	%25

المصدر: من إعداد الطالبة

¹ بندر الدوشي، تقرير الروس مرعوبون ي وبأوايدركونأن بوتينقديستخدمنووي، 2022-10-07:

<https://www.alarabiya.net/arab-and-world/>

تم الاطلاع يوم، 2023-06-10.

² قناة الجيرة ، تقرير كارمن جوخدار، انقسام الشارع الروسي بين مؤيد ومعارض لحرب روسيا على أوكرانيا، 2023-03-23.

<http://youtu.be/H7LjKVasK>

تم الإطلاع يوم 2023-06-10.

³ قناة العربية، روسيا..آراء الشارع الروسي حول الهجوم على أوكرانيا ، 2022-02-24 :

<https://youtu-be/r1tq8z20tbs>

تم الاطلاع 2023-06-10.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة كبيرة من المواطنين الأوكرانيين يؤدون الرئيس الأوكراني، أما نسبة قليلة فقط هي التي تعارض عليه وترفض قراراته، ولم تقتصر النسب على الفئات الأوكرانية فقط حيث أنه حتى الفئات الإثنيات الروسية الأوكرانية تدعمه، ويعود هذا للدور الكبير للدعاية لصالح زيلينسكي.

وطرح على المشاركين في الاستطلاع سؤال آخر حول استسلام أوكرانيا مقابل تقديم تنازلات وتوصل للنتائج التالية:

الجدول جدول يتضمن آراء المشاركين في الاستطلاع حول تقديم أوكراني للتنازلات لإيقاف الحرب.

القبول	الرفض	الاقتراح
%20	%80	الاعتراف بجزيرة القرم كجزء روسي
%30	%70	حظر انضمام أوكرانيا للناتو
%2	%98	اعتبار بعض أجزاء أوكرانيا جزء من روسيا تاريخيا

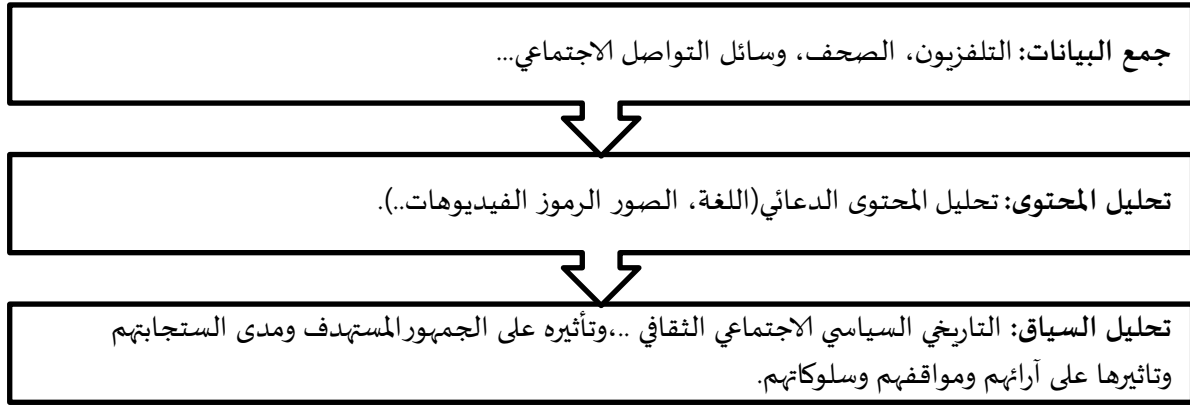
نلاحظ من خلال الجدول رفض الأوكرانيين لنهاية الحرب على حساب تنازلهم لصالح روسيا ويعود ذلك لثقتهم الكبيرة برئيسهم زيلينسكي، وبقراراته وأنه قادر على قيادة أوكرانيا للفوز بالحرب. بالإضافة إلى تصريحات الكبيرة التي خرجت بها العديد من الدول باستعدادها لدعم أوكرانيا في حربها مع روسيا.

وبناء على ما سبق نلاحظ أن معظم وهذا إن دل على شيء إنما يدل على الدور الذي تلعبه الدعاية الأوكرانية في نيل الدعم العالمي حيث أن معظم الاستطلاعات التي أقيمت لإحصاء رأي العام العالمي توصلت إلى نتائج داعمة لأوكرانيا.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

المطلب الثاني: تقييم المخرجات الدعاية على إدارة الحرب الأوكرانية.

تعتبر الحرب الروسية الأوكرانية حالة تصاعدية للنزاع المسلح بين روسيا وأوكرانيا، وقد لعبت الحرب النفسية (الدعاية) دورا مهما في تشكيل الرأي العام وتأثير التوجهات السياسية والعسكرية والاقتصادية، وعليه سنسلط الضوء في هذه الدراسة على أهمية الإعلام والدعاية في تشكيل النقاش العام، وتأثير القرارات الحكومية والتفاعلات الاجتماعية، يستند التحليل إلى دراسة محتوى الدعاية ووسائل الإعلام التي تناولت القضية الأوكرانية، بما في ذلك النشرات الإخبارية والمقابلات والمواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي، بإتباع مخطط التحليل الآتي:



1-الدعاية الروسية:

تملك الدعاية الروسية نموذج دعائيا وصف بـ: "خرطوم الأباطيل" لأن فيه سمتين مميزتين: العدد الكبير للقنوات والرسائل، والاستعداد الوقح لبث الحقائق المجتزأة أو الاختلاقات الصريحة. اقتباسا من كلام أحد المراقبين، "الدعاية الروسية الجديدة ترفه وتربك وتستحوذ على الجمهور"، كما تملك سمتين إضافيتين، فهي أيضا سريعة و متواصلة وتكرارية، كما يغيب فيها الالتزام بالاتساق. ولكن كل هذه السمات تتناقض بصورة مباشرة مع الحكمة المتعارفة حول إحداث التأثير والتواصل من جهة الحكومة أو مصادر الدفاع، التي تركز تقليديا على أهمية الحقيقة والمصداقية وتفادي التضارب في المعلومات. لكن رغم ذلك حظيت الدعاية الروسية ببعض النجاح في نموذجها المعاصر. ويتمثل ذلك طريق الإقناع أو التأثير ذي الطابع المباشر بشكل أكبر، باستخدام أساليب التشويش والإرباك وتعطيل أو تقليص النقل النزيه للتقارير أو الرسائل الصادقة.¹

¹ كريستوفر بول-ميريام ماثيوز، نموذج الدعاية الروسي: "خرطوم الأباطيل"، (راند www.rand.com، 2023) ص1.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

أ- فلاديمير بوتين يلقي نكتة: روى الرئيس بوتين قصة يقول فيها : بأن طفلا ألمانيا سأل أباه " أبي لماذا منزلنا بارد؟" فرد عليه الأب قائلا: "لأن روسيا غزت أوكرانيا"، رد عليه الطفل "وما علاقتنا بذلك؟" أجاب الأب: "لقد فرضنا عقوبات على روسيا"، رد الطفل: "لماذا؟"، أجابه الأب: "حتى يشعرون بالسوء"، فسأله الطفل: "هل نحن روس إذن؟".

ألقى بوتين هذه النكتة خلال المقابلة التي تمت في الجلسة العامة لمنتدى فالداي الدولي، حول الوضع في ألمانيا بدون الغاز الروسي، التي أثارت ضحك الجمهور وسخرية بوتين، وتم عرض هذا الفيديو في تطبيق اليوتيوب على "قناة الجزيرة".

استخدم بوتين الدعاية البيضاء في سرده للنكتة، متكلما باللغة الروسية، لكي يبرز قوة لغته و يفرضها عليهم، وقد وظف أسلوب النكتة، والاستهزاء والاستضعاف في نفس الوقت، في السياق الاجتماعي، حيث أراد أن يوصل رسالة لجمهور الأوروبيين، مفادها أن العقوبات طبقت على من فرضها، أي أن جميع المشاكل التي تواجهها أوروبا حاليا هي من اختلقها وليست روسيا. وأشار بوتين خلال حديثه إلى أن روسيا ليست عدوا لأوروبا وليس لديها أي نوايا سيئة تجاه الغرب، داعيا الأوروبيين لعدم الاعتقاد بأن روسيا عدوة لهم. وكان الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة ودول أخرى فرضوا سلسلة من العقوبات -شملت قطاعي النفط والمصارف الروسيين- ردا على الحرب التي تشنها موسكو على أوكرانيا منذ 24 فيفري 2022.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

ب- بابوشكا زد(قصة المرأة التي أصبحت رمز الدعاية الروسية).

صورة رقم 02: صورة تمثل الإمراة الأوكرانية أنا إيفانوفنا، الملقبة "بابوشكا زد" ترفع العلم السوفيتي السابق.



المصدر: BBC News عربي-2022/06/17.

أصبحت امرأة أوكرانية مسنة كانت ترفع العلم السوفيتي السابق، وهي تواجه جنوداً أوكرانيين، رمزاً للدعاية الروسية بعد أن انتشر مقطع فيديو لها على نطاق واسع. ويظهر في الفيديو وهي تسير باتجاه جنديين أوكرانيين حاملة العلم السوفيتي الأحمر. قول الجنود إنهم وصلوا لمساعدتها وقدموا لها كيساً من المواد الغذائية، ثم يأخذون منها العلم ويلقون به على الأرض ويدوسون عليه. تشعر المرأة بالإهانة وتعيد لهم كيس الطعام قائلة بسخط: "مات والداي من أجل هذا العلم في الحرب العالمية الثانية".¹

وظفت روسيا قصة هذه المرأة ، كنوع من الدعاية البيضاء، فالبروبوغاندا الروسية نادراً ما تتمكن من التركيز على الأفراد، ورأت أن هذه المرأة مثال نادر لشخص أوكراني يتحسر على انهيار الاتحاد السوفيتي ويعتبر الروس محررين، حيث استهدفت روسيا الجمهور الأوكراني بالدرجة الأولى، واستخدام صورة تلويع العجوز بالعلم السوفياتي كدليل على أن العملية العسكرية لروسيا تحظى بدعم السكان المحليين من قبل أوكرانيا، وتحليل الرؤية الدعائية فقد استندت على السياق التاريخي،

¹صوفيا بيتيزا-سفياتوسلاف خومينكو، الحرب في أوكرانيا: قصة المرأة التي أصبحت رمز الدعاية الروسية، BBC NEWS عربي، www.bbc.com، 2022-06-17.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

إذ أن هذه الصورة تعيد إلى ذاكرة كل روسي البطاقة البريدية الخاصة بالحرب العالمية الثانية التي حملت عبارة "روسيا الأم"، كما بدأت الدعاية الروسية بعد قصة المرأة بأيام، حيث تم تخليدها كرمز في الجداريات واللافتات والمنحوتات والملصقات...، وعليه أرادت روسيا أن تؤثر على نفسية الأوكرانيين بهذه الدعاية، وإبراز أن الشعب الروسي والأوكراني شعب واحد تاريخياً، وأن أوكرانيا جزء من روسيا الأم.

2-الدعاية الأوكرانية:

تتصدى أوكرانيا لآلة الدعاية الروسية بالإستراتيجية الشعبية، حيث يكتسب التوجه الدعائي أهمية بالغة، إذ باتت الدعاية الإعلامية جزءاً من الآلة العسكرية الأوكرانية في الحرب الجارية مع روسيا، حيث اتبعت كافة الوسائل الإعلامية، من أجل إيصال صوتها للمجتمع الدولي.

أ-عارضه أزياء أوكرانية بدماء مزيفة تقتحم السجادة الحمراء في مهرجان كان السينمائي:

صورة الفتاة الأوكرانية ملطخة بدماء مزيفة في السجادة الحمراء بمهرجان كان.



المصدر: القدس العربي، 22ماي 2023، www.alquds.co.uk

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

تداول مواقع التواصل الاجتماعي فيديو تم تصويره في مهرجان كان السينمائي لعام 2023، المقام بمدينة كان الفرنسية، صورة من صور الدعاية الأوكرانية، تمثلت في اقتحام المؤثرة وعارضة الأزياء الأوكرانية إيلونا تشيرنوباي، حيث ظهرت على السجادة الحمراء وهي ترتدي فستانا طويلا يحمل ألوان العلم الأوكراني، بعد أن قامت بسكب أكياس من الدماء المزيفة كانت تحت ثوبها على نفسها احتجاجا على الحرب الروسية في أوكرانيا.¹

نشرت وسائل الإعلام الأوكرانية هذا الفيديو، كشكل من أشكال الدعاية الاستفزازية أو الدعاية الصادمة، يتم استخدام هذا النوع من الدعاية لجذب الانتباه وإثارة الشعور بالصدمة والغضب وفي نفس الوقت كسب تعاطف الجمهور- المجتمع الدولي- مستخدمة في ذلك العناصر المؤثرة بصريا كاللباس الذي يحمل ألوان العلم الأوكراني، والدماء المزيفة التي ترمز للحرب أو الجرائم، وذلك لإيصال رسالة وفكرة قوية بأن أوكرانيا تنزف، يهدف ذلك إلى تسليط الضوء على العنف والقمع والجرائم التي ترتكبها روسيا ضد الأوكرانيين، وعليه مثل هذه الدعاية قد تثير ردود فعل متباينة بين الأفراد، فنجد من يشعر بالتعاطف مع القضية الأوكرانية، في حين قد يشعر البعض الآخر بالغضب أو الاستياء من روسيا.

¹ قناة CNN arabic، سكبت على جسدها دمًا مزيفًا.. شاهد لحظة إبعاد عارضة أزياء عن السجادة الحمراء في مهرجان كان السينمائي، 2023-05-25، <https://arabic.cnn.com/style/video>.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

-ملابس زيلينسكي تثير الجدل:



المصدر: قناة الحرة [/https://www.alhurra.com](https://www.alhurra.com)

3:صورة للرئيس الأوكراني زيلينسكي بالزي العسكري .

تداول مستخدمون لمواقع التواصل الاجتماعي صورة يدعي ناشروها أنها تظهر الرئيس الأوكراني فولوديمير زيلينسكي وقد ارتدى الزي العسكري ليواكب التطورات الميدانية، بعد أن شنت القوات الروسية هجوما عسكريا واسع النطاق على أوكرانيا، لاسيما بعد أن خلع الرجل بدلته الرسمية وحذاه الأنيق منذ بدء العمليات العسكرية الروسية في بلاده، وبدأ بارتداء ملابس اتسمت بالبساطة مع لون يتيم ألا وهو الأخضر أو "الزيتي العسكري"، يشار إلى أن اللباس لطالما استخدم، كما الموسيقى والأفلام والأدب،

لإيصال رسائل سياسية والتأثير في الرأي في مختلف المحطات العسكرية والنزاعات، فالكثير من الأمثال حاضرة عبر التاريخ، لتؤكد أهمية الخطاب والمظهر في "البروباغندا الحربية"¹.

يمكن تصنيف الدعاية التي تم استخدامها من طرف وسائل الإعلام الأوكراني، عند ارتداء الرئيس الأوكراني للباس ذو لون زيتي عسكري أثناء فترة الحرب على أنها "دعاية رمزية سياسية"، بهدف التأثير والإقناع، وقد تحظى بتفسيرات مختلفة لدى الأفراد. بعض الأشخاص قد يرى استخدام هذا اللون العسكري كتعبير عن الوحدة والتصميم على مواجهة التحديات، وعدم الإستسلام، في حين قد يراه البعض الآخر بمثابة رمز للتصعيد العسكري أو العنف، يمثل القوات المسلحة والوحدة الوطنية في وجه التحديات الحربية. يهدف استخدام هذا اللون في الدعاية إلى تعزيز

¹العربية.نت، ملابس زيلينسكي تشعل عاصفة.. ما سر ارتدائه الأخضر؟، www.alarabiya.net، نشر في: 15-04-2022، تم الاطلاع: 10-06-2023.

الفصل الثالث: توظيف الدعاية 'الحرب النفسية' في إدارة الحرب الأوكرانية

الوحدة والتصميم على مواجهة التحديات العسكرية التي تواجهها أوكرانيا. استهدفت به الجمهور الوطني الأوكراني، الذين يشعرون بالانتماء الوطني والولاء لأوكرانيا. لتعزيز الوحدة الوطنية والروح القومية في وجه التحديات الحربية، وكذا الجمهور العسكري يشمل القوات المسلحة والعسكريين الذين يشاركون في الصراع يهدف الدعاية إلى دعم وتعزيز روح المقاتلة والتضحية والشرف العسكري بين هذه الفئة. وكذا الجمهور السياسي والدولي، يشمل هذا الجمهور المؤيدين للحكومة والقيادة السياسية في أوكرانيا، أما المجتمع الدولي والمنظمات الدولية والشركاء الدوليين الذين يهتمون بالصراع الأوكراني، يهدف تعزيز الدعم والتأييد للسياسة الحكومية فيما يتعلق بالحرب، وكذا جذب الانتباه والتأييد من الجمهور الدولي وتعزيز التضامن والتعاون الدولي في التصدي للتحديات الحربية.

خلاصة الفصل :

في الحرب الروسية والأوكرانية، لعبت الدعاية دورا هاما في تشكيل الرأي العام الدولي وتأثيره في الحرب الأوكرانية، فالدعاية الروسية تركزت على تبرير تدخلها وتصوير نفسها كقوة حامية للمجتمع الروسي والمجتمع الروسي في أوكرانيا. استخدمت أساليب الإعلام والتلاعب بالمعلومات لنشر رؤيتها وتأثير الرأي العام. سعت الدعاية الأوكرانية لجذب الاهتمام العالمي والتأثير على الرأي العام الدولي بشكل إنساني وإبراز الانتهاكات التي ترتكبها روسيا. هدفت أوكرانيا إلى الحصول على الدعم الدولي والتضامن في مواجهة التحديات التي تواجهها. تأثير الدعاية الروسية والأوكرانية على الرأي العام الدولي كان متنوعاً. تمكنت روسيا من نشر رؤيتها بشكل فعال وإشاعة الشكوك والتأثير على بعض الجماهير العالمية. بالمقابل، حظيت أوكرانيا بتعاطف العديد من الدول والمنظمات الدولية الذين أدانوا التدخل الروسي ودعموا استقلال وسيادة أوكرانيا. بصفة عامة، يعكس دور الدعاية الروسية والأوكرانية أهمية تأثير الرأي العام الدولي في موقف المجتمع الدولي من الحرب الأوكرانية ويعزز الضغوط الدبلوماسية والتأثير السياسي في مواجهة التحديات وتحقيق الدعم لأوكرانيا.

يعد دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية أمرًا حيويًا، حيث يمكن أن يكون له تأثير كبير في شكل تلك الأزمات وكيفية فهمها من قبل الجمهور العام. واحدة من الأمثلة البارزة على ذلك هي الحرب الأوكرانية، حيث تم توظيف الدعاية بشكل مكثف لتأثير الرأي العام وتوجيه النقاشات العامة.

في سياق الحرب الأوكرانية، تعتبر الدعاية وسيلة فعالة استخدمتها الأطراف المتحاربة والقوى الدولية المعنية لتعزيز أجنداتها السياسية والإيديولوجية. استخدمت وسائل الإعلام المختلفة، بما في ذلك وسائل الإعلام الاجتماعية والتلفزيون والصحف وغيرها، لتوجيه الانتباه وتشكيل الرأي العام الدولي.

تم تنفيذ حملات إعلامية متطورة بهدف تشويه صورة الأعداء وتبرير الأفعال العسكرية. على سبيل المثال، قد تم تبني سردية معينة لتفسير الأحداث الميدانية، وتعمدت بعض الأطراف إلى نشر أخبار مضللة أو مزيفة لتوجيه الرأي العام وتحقيق أهدافها السياسية.

وفي مثل هذه الظروف، يصبح من الصعب على الجمهور العام تمييز الحقيقة من الأكاذيب وفهم الحقيقة الكاملة للأحداث. وهنا تأتي أهمية وجود وسائل إعلام مستقلة وموثوقة التي تعمل على توفير تحليلات وتقارير موضوعية وموثوقة للمساعدة في فهم الواقع المعقد للأزمة.

بالإضافة إلى ذلك، ينبغي أن يتحمل الإعلام المسؤولية الأخلاقية في ضمان نقل الأحداث والمعلومات بشكل دقيق وعادل. يجب أن يكون للصحفيين والمراسلين القدرة على التحقق من الحقائق والمصادر الموثوقة قبل نشر الأخبار، وعدم الانجرار نحو تأثيرات الدعاية والتلاعب الإعلامي.

في النهاية، يمكن أن يكون للإعلام دور إيجابي في إدارة الأزمات الدولية عندما يعمل على توفير معلومات موثوقة وتحليلات موضوعية للجمهور. وعلى الجمهور أن يتبنى موقفًا نقديًا ويسعى لفهم الأحداث من خلال مصادر متعددة وموثوقة، وذلك لتجنب الانجراف وراء الدعاية والتأثيرات السلبية التي قد تنتج عنها.

في خضم الحرب الأوكرانية، أظهرت وسائل الإعلام دورًا حاسمًا في توجيه الرأي العام وتشكيل الصورة العامة للنزاع، واستخدمت الدعاية والإشاعات بشكل واسع لتحقيق أهداف سياسية وتأثير على مسار النزاع. تعمل وسائل الإعلام كأداة قوية للتأثير في العقول والمشاعر، وتستطيع بسهولة تغيير المفاهيم والاعتقادات العامة.

تم توظيف الدعاية في الحرب الأوكرانية على نطاق واسع من قبل الجانبين المتحاربين، حيث استخدمت روسيا وسائل الإعلام الحكومية والمنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار الملونة والتلاعب بالحقائق. تم تصوير الأوكرانيين بصورة سلبية وتسويق فكرة التدخل العسكري الروسي كإجراء وقائي لحماية المواطنين الروس في أوكرانيا، في حين تم تصوير القوات الأوكرانية بأنها مجموعات متطرفة وفاشية.

وفي المقابل، استخدمت أوكرانيا وسائل الإعلام للتعبير عن الاستغائة والتضحية والضرورة العاجلة للمساعدة الدولية. وقد قامت بتوجيه حملات إعلامية قوية لجذب اهتمام المجتمع الدولي ولبناء تحالفات ودعم سياسي وعسكري. تم استخدام الأدلة والشهادات والتقارير الوثائقية لتسليط الضوء على الانتهاكات الروسية وأعمال العنف الوحشية.

إن توظيف الدعاية في الحرب الأوكرانية أثر بشكل كبير على تشكيل الرأي العام الدولي والتأثير على قرارات الحكومات والمنظمات الدولية. قد تمكنت بعض وسائل الإعلام من استخدام الأدلة الموثوقة والتحقق من المصادر وتقديم تقارير متوازنة ومهنية، وذلك لتصحيح الأخبار المضللة ونشر الحقائق.

في النهاية، يجب أن ندرك أن دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية يجب أن يستند إلى المبادئ الأخلاقية والمهنية. يجب على الوسائل الإعلامية السعي لتقديم معلومات دقيقة وموثوقة والابتعاد عن الميل إلى التحيز والتحيز. يجب أن تعمل الصحافة كرابط للتواصل والتفاهم بين الشعوب وتعزز قيم الحوار والسلام والعدالة. عندما يتم استخدام الإعلام بشكل مسؤول ومهني، يمكنه أن يلعب دورًا فعالاً في ترويض الأزمات الدولية وتحقيق السلام والاستقرار.

اختبار صحة الفرضيات:

انطلاقاً مما تم تقديمه في متن الدراسة، يمكن اختبار صحة الفرضيات على النحو التالي:

- إن الفرضية القائلة بأن أوكرانيا اعتمدت على وسائل الإعلام كسلاح إستراتيجي في الحرب فرضية خاطئة، حيث أن كل من روسيا وأوكرانيا اعتمدتا على الجانب الإعلامي/الدعائي، فروسيا بدورها سعت بدورها إلى توظيف الدعاية وذلك لاكتساب تأييد الرأي العام العالمي بشكل عام والرأي العام الروسي بشكل خاص، وإقناعهم بأن الحرب الروسية هي حرب داخلية تمس أمن روسيا ولهذا من واجهم حماية أمنهم حتى لو تطلب ذلك فرض حرب.

- إن كل من روسيا وأوكرانيا اعتمدتا على الدعاية، إلا أن الدعاية الخاصة بأوكرانيا سعت إلى كسب استعطف الرأي العام العالمي من خلال إظهار وحشية وأثار الحرب الروسية، في حين أن روسيا سعت إلى كسب تأيده من خلال تقديم مجموعة من المبررات لضرورة شن الحرب على أوكرانيا، وبهذا فإن الفرضية القائلة أن أوكرانيا هدفت لنيل تعاطف العالم في حين أن روسيا سعت لنيل تأيده فرضية صحيحة.

- على الرغم من كون كل من روسيا وأوكرانيا قد وظفا الدعاية. إلا أن أوكرانيا هي التي تمكنت من الحصول على أكبر قدر من التأييد وذلك لأن أغلبية الاستطلاعات والتي تم إجرائها في مجموعة من الدول كانت لصالح أوكرانيا على حساب روسيا وبهذا فإن الفرضية القائلة بأن الدعاية وظفت من قبل روسيا وأوكرانيا إلى أنها خدمت أوكرانيا فرضية صحيحة.

نتائج الدراسة :

استناداً لما تم تقديمه سابقاً وبعد اختبار الفرضيات تم التوصل للنتائج التالية:

- تعتبر الدعاية والأسلوب المعتمد فيها من حيث كونه استعطف، نكتة ، دعاية... وغيره، محدد أساسي لاستقطاب الرأي العام في قضايا الأزمات.
- شكلت الوسيلة الإعلامية/الدعائية، أداة تكتيكية غير حاسمة في إدارة محصلة الحرب الروسية-الأوكرانية، ولم تكن أداة إستراتيجية رئيسية في إدارة النزاع على الأرض العملياتية والعسكرية.
- كانت أوكرانيا بحاجة أكبر لتوظيف الأداة الإعلامية/الدعائية، لاستدراك ضعفها النسبي على المستوى العسكري الميداني في أرض الحرب.

- ومن جانب آخر، ورغم تقدمها العسكري في إدارة الحرب الأوكرانية وجدت روسيا نفسها مضطرة لتوظيف الأداة الدعائية في مواجهة التفوق الدعائي الغربي والأوكراني في مجال صناعة الرأي العام المحلي الدولي والعالمي.
- تشكل معركة كسب الرأي العام على عدة مستويات رهانا معتبرا في إدارة النزاع والحروب، حيث يمكن أن يشكل الرأي العام أداة ضغط على أطراف النزاع، بحيث قد يشوش على مكاسب أي طرف في ميدان العمليات.



قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- 1) أبو عيشة فيصل محمد، الدعاية والإعلام (الأردن، عمان دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2011).
- 2) أديب خضور، الإعلام والأزمات، (سورية /دمشق، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية--ط1-1999).¹عبد الرزاق محمد الدليبي، الإعلام وإدارة الأزمات، (عمان/الأردن -دار المسيرة- ط1-2012).
- 3) بن ضيف الله القرنياًحمد، حرب المعلومات في الأزمة الأوكرانية، (الرياض، المعهد الدولي للدراسات الإيرانية، 2022).
- 4) الجابري محمد ،موسوعة دول العالم حقائق وأرقام(القاهرة /مصر، مجموعة النيل العربية، ط1-2000).
- 5) رشيد العماري عباس ، إدارة الأزمة في عالم متغير، (مركز الأهرام للترجمة والنشر، القاهرة، 1993).
- 6) سارة ابراهيم العقيل، التعامل مع الأزمات، (مركز الأبحاث الواعدة في البحوث الاجتماعية ودراسات المرأة-جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمان-السعودية-2017).
- 7) سالم زينب خضر علي، التنافس الاستراتيجي الإقليمي والدولي في جمهورية أوكرانيا بعد الحرب الباردة(الأردن، دار كفاءة المعرفة، ط1-2021).
- 8) سون تزو، ترجمة:رؤوف شبايك، فن الحرب(مصر، مدونة شبايك، shabayek.com، 2002).
- 9) شاهين أحمد وآخرون، الإعلام الحربي(مصر، دار المعارف، ط1، 2011).
- 10) طارق المغربي، منى المطردي، إدارة الأزمات في العلاقات الدولية، (المكتب العربي الحديث، الاسكندرية2010).
- 11) عبد الحميد، الإعلام وإدارة الأزمات، (القاهرة ،مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1 2013).
- 12) عبد الفتاح علي، الإعلام الحربي والعسكري(عمان، الأردن، دار اليازوري، ط1، 2014).
- 13) فلاح علي الضلاعين وآخرون، الإعلام وإدارة الأزمات، (دار الإعصار العلمي-الأردن/عمان-ط1-2015).
- 14) فيليب وليامز، إدارة الازمة والمجابهة الدبلوماسية في العصر النووي،(ترجمة مركز البحوث والمعلومات ،بغداد، 1986).
- 15) محمود خضر، الإعلام والمعلومات والانترنت(الأردن، دار مكتبة الكندي للنشر والتوزيع، ط1، 2015).
- 16) محمود محمد علي، كيف تم توظيف الإعلام في الحرب الروسية-الأوكرانية، (مصر، جامعة أسيوط، كلية الآداب، 2023).

17) مسعود لمجد شهرزاد، الإعلام وإدارة الأزمات، (دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013، 1).

مصطفى كمال محمد مصطفى، الإعلام الدولي والرأي العام (بيروت، لبنان، دار المنهل اللبناني، ط1-2012).

ثانياً: المقالات والمجلات

1) بداني أمينة نزيهة، "الإعلام وإدارة الأزمات"، مجلة الرسالة للدراسات و البحوث الإنسانية، (م2، ع7 جوان 2018).

2) بن يوسف نبيلة، "الدعاية السياسية أثناء الحروب" مجلة دفاتر السياسة والقانون (ع4-جانفي 2011).

3) حميد شهاب أحمد، الأزمات المهددة للأمن العالمي في سنة 2022 (الأزمة الروسية-الأوكرانية ما قبل الحرب) - Sprin Journal of Arabic-English studies (10\07\2022-ع 92-114).

4) عشموي، سعد الدين، إدارة الأزمة، مجلة الفكر الشرطي، (الإمارات، م5، ع2، 1996).

5) غيث سفاح متعب الربيعي، ماهية الأزمة الدولية، مجلة العلوم السياسية، (ع42، 2022).

6) قدورة عماد "محورية الجغرافيا والتحكم في البوابة الشرقية للغرب:أوكرانيا بؤرة الصراع"، مجلة سياسات عربية ع9، (جويلية 2014)

7) نصر حسن مصطفى هبة الله، "آليات توظيف سرديات الخطاب الدعائي الروسي في المواقع الإخبارية الروسية خلال الصراع الأوكراني"المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، (مصر، جامعة أسوان-كلية الإعلام، (جانفي 2023).

8) يوسف الإكياي سلوى "أثر الحرب الروسية الأوكرانية على تفسير وتطوير قواعد القانون الدولي"، المجلة الدولية للفقه والقضاء والتشريع (م4-ع1-2023).

9) يوسف جمعه الحداد "الإعلام كوسيلة من وسائل الحرب الروسية-الأوكرانية"، مجلة درع الوطن الإمارات العربية المتحدة، 2022/04/03.

ثالثاً: الجرائد

1) زكي كمال، الإعلام والحرب الأوكرانية بين تصوير الواقع وتزوير الوقائع، جريدة الدستور (الأردن، نشر في 2022/03/12).

رابعاً: المذكرات والرسائل الجامعية

- 1) تقية فرحي، الصحافة والأزمات، أطروحة دكتوراه غير منشورة (جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2018/2017)¹ صلاح
- 2) حداد أسماء، الاستراتيجية الروسية في إدارة الأزمة الأوكرانية، أطروحة دكتوراه، (جامعة الجزائر 3-كلية العلوم السياسية، 2019/2018).
- 3) معزوز فاطمة الزهراء، دور الإعلام البيئي في حماية البيئة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة بسكرة-2010\2011).

خامساً: المواقع الإلكترونية

- 1) صالح بن حمد التويجري، " دور الإعلام أثناء الأزمات والكوارث " مجلة معكم (ع17-23 ماي 2019-
<https://www.maacom.org>)
- 2) وجدان فهد، إعلام الأزمات بين الحرية والمسؤولية (جهاز إذاعة وتلفزيون الخليج لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، 31\12\2020- في: <https://gcc-grt.org>).
- 3) ناصر الهام، "الدعاية السياسية Political Propaganda"، (الموسوعة السياسية، 05-10-2021، تاريخ آخر دخول: 07-05-2023 political-encyclopedia.org/dictionary).
- 4) طباع رنيم، أسماء فراج، الحرب النفسية Psychological Warfare - (الموسوعة السياسية، 16-03-2017، تم الاطلاع: 09-05-2023، political-encyclopedia.org/dictionary: الحرب النفسية).
- 5) أوكرانيا، الجزيرة- www.aljazeera.net/encyclopedia/ نشر في: 15/12/2010.
- 6) معلومات عن أوكرانيا، خاركوف، أوكرانيا ar.uesukraine.com/about-ukraine
- 7) بن سلطان بن عبد العزيز خالد، السمات الجغرافية-أوكرانيا(الكويت، موسوعة مقاتل من الصحراء-فيفري 2020) www.moqatel.com
- 8) جباغ قابو، جغرافيا أوكرانيا-في: 2014/02/29، m.marefa.org.
- 9) التعليم في أوكرانيا-في: www.fdstudy.com.
- 10) اقتصاد أوكرانيا، إمكانات هائلة وقدرات ضعيفة، صحيفة العربي الجديد (لندن 2022/02/23 في: <https://cutt.us/jfejr>)
- 11) مقارنة بين قوة الجيش الروسي و الأوكراني-CNN (في: <https://cutt.us/Q4tn6>) نشر في: 02-24-2022.

12) عياد بهاد الدين ،كيف أصبحت "الحقيقة" أول ضحايا الحرب الروسية ضد أوكرانيا؟(،independentعربية،www.independentarabia.com، نشر في:2022-04-21.

13) إبراهيم الحوشي ريم، قراءة في استطلاعات الرأي العام العالمي حول الحرب الروسية الأوكرانية:2022-05-15/ar/insight/15-05-2022: <https://trendsresearch.org>

14) استطلاع 80% من مواطني روسيا يثقون في روسيا ببوتين ويدعمون أنشطته. 13 أيار: <https://www.almayadeen.net/news/politics>

15) بوتين يطمئن أقارب جنود وسيا المشاركين في عملية أوكرانيا... لأن نستدعي الإحتياط، 07.03.2022 :

Aden-hura\news\

16) بندر الدوشي ،تقريرالروسمرعوبون ي وبأوايدركونأن بوتينقد يستخدمالنووي ، 2022-10-07: <https://www.alarabiya.net/arab-and-world/>

17) قناة الجيرة ، تقرير كارمن جوخدار، انقسام الشارع الروسي بين مؤيد ومعارض لحرب روسيا على أوكرانيا، 2023-03-23.

<http://youtu.be/H7LjKVasK>

18) قناة العربية، روسيا.. آراء الشارع الروسي حول الهجوم على أوكرانيا ، 2022-02-24 : <https://youtu-be/r1tq8z20tbs>

19) كريستوفر بول-ميريام ماثيوز، نموذج الدعاية الروسي: "خرطوم الأباطيل"، (راند www.rand.com، 2023).

20) صوفيا بيتيزا-سفياتوسلاف خومينكو، الحرب في أوكرانيا: قصة المرأة التي أصبحت رمز الدعاية الروسية، BBC NEWS عربي، www.bbc.com، 2022-06-17.

21) قناة CNN arabic، سكبت على جسدها دمًا مزيّفًا.. شاهد لحظة إبعاد عارضة أزياء عن السجادة الحمراء في مهرجان كان السينمائي، 2023-05-25- <https://arabic.cnn.com/style/video> .

22) العربية.نت، ملابس زيلينسكي تشعل عاصفة.. ما سر ارتدائه الأخضر؟، www.alarabiya.net، نشر في: 2022-04-15.

23) روسيا وأوكرانيا: هل وقعت حرية الإعلام والموضوعية ضحية للحرب؟، (بريطانيا/الشرق الأوسط، بي بي سي نيوز عربي www.bbc.com/arabic 2022/03/13

24) نبيل عوده، العمليات السبيرانية في الحرب الروسية الأوكرانية طبيعتها وأنماطها، <https://research.sharqforum.org/>

25) ربي بوريني- مناخ أوكرانيا (اي عربي) e3arabi.com في: 2012/09/08

26) ناعس هيثم، جغرافيا أوكرانيا، في: m.marefa.org 2014/02/28

27) أزوتار أحلام ، إدارة الأزمات، الموسوعة السياسية- 2017/01/11--political-
encyclopedia.org/dictionary

28) مخلوف مريم " مفهوم الأزمة الدولية"، (الموسوعة السياسية-10-06-2017 آخر دخول: 27-04-2023، -political-encyclopedia.org)

سادسا: المحاضرات العامة

1) بن علي برناط هالة ، مقدمة في الإعلام والاتصال (المملكة العربية السعودية، جامعة الملك سعود، بقسم الإعلام، 2016\2017).

2) جواد علي عمر، الدعاية والحرب النفسية، (العراق، جامعة الأنبار، كلية الإعلام).

3) نوار محمد ربيع الخيري، الأزمة السياسية في أوكرانيا وتجاوزات الشرق والغرب

فهرس المحتويات:

	شكروعرفان
	إهداء
	ملخص الدراسة
01	المقدمة
08	الفصل الأول: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية (إطار مفاهيمي/نظري).
09	تمهيد
10	المبحث الأول: الأزمة الدولية
10	المطلب الأول: مدخل إلى مفهوم الأزمة
18	المطلب الثاني: الأزمة الدولية
22	المبحث الثاني: دور الإعلام في إدارة الأزمات الدولية
23	المطلب الأول: إدارة الأزمات
29	المطلب الثاني: الدور الإعلامي في إدارة الأزمات
37	المبحث الثالث: الدعاية (الحرب النفسية) في الأزمات الدولية
37	المطلب الأول: الدعاية
41	المطلب الثاني: علاقة الدعاية بالأزمات الدولية
46	خلاصة الفصل
47	الفصل الثاني: الحرب الأوكرانية في المعالجة الإعلامية.
48	تمهيد
49	المبحث الأول: البعد التاريخي للحرب الأوكرانية
49	المطلب الأول: تعريف بأوكرانيا
51	المطلب الثاني: التركيبة الديموغرافية والاجتماعية لأوكرانيا.
53	المطلب الثالث: الخلفية التاريخية للحرب الروسية الأوكرانية
56	المبحث الثاني: البعد جيو-استراتيجي
57	المطلب الأول: الخصائص الجغرافية والأهمية الجيوبوليتيكية لأوكرانيا
60	المطلب الثاني: التركيبة الديموغرافية والاجتماعية لأوكرانيا
61	المطلب الثالث: الأهمية الاقتصادية والقدرات العسكرية لأوكرانيا
63	المبحث الثالث: الإستراتيجية الإعلامية في الحرب الأوكرانية
64	المطلب الأول: الإعلام الغربي والحرب الروسية الأوكرانية

66	المطلب الثاني: الإعلام الروسي والحرب الروسية الأوكرانية
67	المطلب الثالث: الإعلام الأوكراني والحرب الروسية الأوكرانية
68	خلاصة الفصل
69	الفصل الثالث: توظيف الأداة الدعائية (الحرب النفسية) في إدارة الحرب الأوكرانية.
70	تمهيد
71	المبحث الأول: الدعاية الروسية (حرب مصيرية/ حرب داخلية/ صورة العجوز الروسية
71	المطلب الأول: أهداف روسيا من الدعاية
74	المطلب الثاني: أدوات الدعاية الروسية
76	المطلب الثالث: تأثير الدعاية الروسية على الحرب الأوكرانية.
78	المبحث الثاني: الدعاية الأوكرانية/ الغربية (العدوان/ صورة زيلينسكي/ الدعاية الأمريكية الأوربية)
78	المطلب الأول: أهداف روسيا من الدعاية
79	المطلب الثاني: أدوات الدعاية الأوكرانية-الغربية
81	المطلب الثالث: تأثير الدعاية الأوكرانية الغربية على صورة روسيا
83	المبحث الثالث: تقييم المخرجات الدعائية وأثرها على إدارة الحرب الأوكرانية
83	المطلب الأول: موقف الرأي العام العالمي إزاء الحرب الروسية-الأوكرانية
90	المطلب الثاني: تقييم مخرجات الدعاية وأثرها على إدارة الحرب الأوكرانية
97	خلاصة الفصل
98	خاتمة
103	قائمة المصادر والمراجع
108	فهرس المحتويات