الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية

جيوبوليتيك الإعلام: دور الإعلام في توجيه خرائط النفوذ

دراسة حالة قناة الجزائر الدولية AL 24 NEWS

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم السياسية

تخصص العلاقات الدولية

إعداد الطالبة

بن يطو خديجة أحلام

إشراف الأستاذ

أ.د ناصر عامر

أعضاء لجنة المناقشة

الأستاذ	مؤسسة الانتساب	الصفة
أ.د سامي كعبش	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	رئيسًا
أ.د ناصر عامر	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	مشرفًا ومقررًا
أ.آيت واعراب مسيفة	المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية	ممتحنًا

السنة الجامعية:

2026-2025م / 1448-1447هـ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

إلى تلك التي خاضت المعارك بصمت وواصلت الطريق رغم التعب وبقيت متمسكة بالحلم حين كان كل شيء يدعوها للاستسلام

إلى نـفـسـي

إلى امرأة آمنت بالعلم وأن الأحلام لا تقاس بطول الجلوس في المقاعد الدراسية بل بصدق السعي وقوة الإيمان

إلى أمـي

التي دعواتها سبقت خطايا والتي جعلت من تعبها وصبرها جسرا نعبر به لنحقق ما نريد

إلى أبــي إلى رجل علمني معنى الصلابة والقوة إلى من كان الداعم دوما في هذه الطريق

إلى إخــوتـي إلى ملائكة البيت إلى أرواح تشبه الطمأنينة كنتم دوما حافزة كي أكون لكم خير قدوة

إلى روح عائش الغائبة الحاضرة في القلب إلى روح كنت أتمنى لو أنها كانت شاهدة على هذه الطريق وانتصاراته رحمك الله رحمة واسعة وجعل لك من النور بقدر ما تركت في الروح من أثر لا يغيب

إلى صديقة العمر إلى من كانت الشاهدة على كل ما مر طيلة خمس سنوات وكانت الضلع القائم الذي لا يميل

آيــة

إلى شهداء الكلمة والحقيقة إلى الذين جعلوا من الميكروفون موقفا ومن صورة شهادة ومن القلم مقاومة إلى من كتبوا الحقيقة بقلوبهم قبل أقلامهم ودفعوا أعمارهم ثمنا لصوت الحقيقة نمتم شهداء لكن أصواتكم ما زالت أعلى من الرصاص وبقيت لا تنسى...

إلى الصحفي "الشهيد أنس الشريف" إلى من واصل التغطية في سبيل الحقيقة وسط الركام إلى من آمن بأن الرسالة لا تسقط وإن سقط الجسد.

شكر وعرفان

«لا يَشْكُرُ اللَّهَ مَن لا يَشْكُرُ النَّاسَ»

وإن كانت الكلمات تعجز أحياناً عن الإحاطة بجميل الصنيع فإن الشكر يبقى أقل ما يمكن تقديمه لمن أمدوا لنا يد العلم والدعم وآمنوا بخطواتنا في لحظات التردد والتعب. أتقدم لكم بخالص الشكر والتقدير.

وأخص بالشكر الكبير أستاذي المشرف الدكتور **ناصر عامر** الذي كان نعم الموجه وصاحب الفضل في حرصه الدائم على توجيهي ومهما امتد القول تبقى الكلمات عاجزة عن الوفاء بحقه فجزاه الله خير الجزاء وجعل ما قدمه في ميزان حسناته.

كما أتوجه بالشكر والامتنان إلى أساتذتي الكرام بالمدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية الأستاذ **حمزاوي ميلود** كذلك الأستاذة **فلة قصدلي** و الأستاذ **جلال عيمر** الذين لم يبخلوا يوماً بعلمهم وتوجيههم وأسهموا طيلة خمس سنوات في تكويننا العلمي والفكري وغرسوا فينا روح التحليل والنقد والبحث الرصين.

ولا يفوتني أن أعبر عن امتناني العميق لكل أفراد الطاقم الإداري والبيداغوجي ولكل من أسهم من قريب أو بعيد في دعم ومرافقتي خلال هذه المسيرة الجامعية

وختاماً أتوجه بجزيل الشكر إلى إدارة المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية التي وفرت لنا فضاء علمي ساهم في سقل معارفنا وتوسيع آفاقنا الفكرية.

وأسأل الله أن تكون هذه المذكرة ثمرة علم نافع وخطوة متواضعة في سبيل البحث الأكاديمي الجاد وأن تظل شاهدة على رحلة كان أساسها الاجتهاد.

الملخص

الملخص

تندرج هذه الدراسة ضمن حقل العلاقات الدولية والجيوبوليتيك المعاصر، وتنطلق من مسلمة مفادها أن خرائط النفوذ الدولي لم تعد ترسم بالجيوش والحدود فحسب، بل اصبحت تصاغ في غرف التحرير وعبر شاشات البث الفضائي.

على المستوى النظري، تكشف الدراسة أن الفكر الجيوبوليتيكي الكلاسيكي الذي ربط القوة بالجغرافيا والموارد والإقليم قد تحول في القرن الحادي والعشرين، إذ أن الفضاء المعلوماتي اصبح امتدادا حقيقيا للإقليم الجيوسياسي للدول. فالقوى الكبرى كالولايات المتحدة والمملكة المتحدة وفرنسا وروسيا والصين لا توظف إعلامها الدولي لمجرد نقل الأخبار، بل لتأطير الوعي الجمعي على المستوى العالمي، وتثبيت روايات بعينها حول النزاعات والأزمات والتحالفات، بما يخدم أجنداتها السياسية ويضعف الخصوم قبل أن تطلق رصاصة واحدة. وعلى المستوى التطبيقي، تقف الدراسة عند الحالة الجزائرية بوصفها نموذجا بالغ الدلالة. فالجزائر دولة تمتلك من عوامل القوة ما يجعلها لاعبا محوريا في محيطها الإقليمي المغاربي والإفريقي والمتوسطي، وجاء تأسيس قناة AL24 NEWS في هذا السياق كقرار سياسي قبل أن يكون قرار إعلامي، إذ يجسد إدراكا متأخرا ولكن ضروريا بأن الدولة التي لا تملك صوتا دوليا تظل رهينة صوت غيرها. وتخلص الدراسة إلى أن القناة تمثل أداة واعدة في منظومة الدبلوماسية الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: جيوبوليتيك الإعلام _ الاعلام الدولي _ القوة الناعمة _ السيادة الإعلامية _ الدبلوماسية الإعلامية _ حروب السرديات _ قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS _ السياسة الخارجية الجزائرية _ خرائط النفوذ.

Abstract

This study falls within the field of international relations and contemporary geopolitics, and is based on the premise that the maps of international influence are no longer drawn solely by armies and borders, but are now shaped in newsrooms and via satellite broadcasts. At a theoretical level, the study reveals that classical geopolitical thought, which linked power to geography, resources and territory, has undergone a transformation in the 21st century, as cyberspace has become a genuine extension of states' geopolitical territory. Major powers such as the United States, the United Kingdom, France, Russia and China do not use their international media merely to report the news, but to shape global collective consciousness and establish specific narratives regarding conflicts, crises and alliances, thereby serving their political agendas and weakening their adversaries before a single shot is fired. At a practical level, this study focuses on the Algerian case as a highly significant example. Algeria is a state possessing factors of strength that make it a pivotal player in its Maghreb, African and Mediterranean regional environment. The establishment of the AL24 NEWS channel in this context was a political decision rather than a media one, embodying a belated but necessary realisation that a state without an international voice remains hostage to the voices of others. The study concludes that the channel represents a promising tool within the Algerian diplomatic system.

Keywords: Media geopolitics _ International media _ Soft power _ Media sovereignty _ Media diplomacy _ Narrative wars _ AL24 NEWS _ Algerian foreign policy _ Maps of influence.

خطة الدراسة

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري لجيوبوليتيك الاعلام

المبحث الأول: مفهوم الجيوبوليتيك

1.المطلب الأول: السياق التاريخي والجذور الفكرية للجيوبوليتيك

2.المطلب الثاني: تعريف الجيوبوليتيك والمفاهيم المتداخلة

3 .المطلب الثالث: أهم مدارس الجيوبوليتيك

4.المطلب الرابع: المكانة الجيوبوليتيكية للجزائر

المبحث الثاني: مفهوم الإعلام الدولي

1.المطلب الاول: تعريف الإعلام الدولي وأهم سماته

2.المطلب الثاني: الأطر النظرية للإعلام الدولي وعلاقته بالسياسة الخارجية

3.المطلب الثالث: واقع الإعلام الدولي الجزائري

المبحث الثالث: مفهوم جيوبوليتيك الإعلامGeopolitics Of Media

1.المطلب الاول: تعريف جيوبوليتيك الإعلام ونشأته

2.المطلب الثاني: النظريات المؤطِّرة لجيوبوليتيك الإعلام

3.المطلب الثالث: الفاعلون في جيوبوليتيك الإعلام

4.المطلب الرابع: جيوبوليتيك الإعلام والجزائر

الفصل الثاني: آليات توظيف الإعلام في توجيه خرائط النفوذ الجيوسياسي

المبحث الأول: الإعلام كأداة بناء للنفوذ الجيوسياسي

1.المطلب الأول: الإعلام وتحويل القوة الناعمة إلى نفوذ فعلي

2.المطلب الثاني: الدبلوماسية الإعلامية وإدارة التصورات الدولية

3.المطلب الثالث: صناعة الصور الذهنية للدول وأثرها على موازين القوى

4.المطلب الرابع: الهيمنة على تدفق المعلومات كرافعة للنفوذ الهيكلي

المبحث الثاني: الحروب الإعلامية كأداة لإعادة رسم خرائط النفوذ

1.المطلب الأول: ماهية الحرب الإعلامية

2.المطلب الثاني: حروب السرديات وآليات التنافس على تأطير الواقع الدولي

3.المطلب الثالث: الإعلام في أطوار النزاعات الدولية من التصعيد إلى إعادة بناء الشرعية

4.المطلب الرابع: الحروب الإعلامية الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي كساحة نزاع جيوسياسي

المبحث الثالث: جيوبوليتيك الإعلام وإعادة توزيع النفوذ الدولي

1.لمطلب الأول: خرائط النفوذ الإعلامي و التوزيع غير المتكافئ للقوة الإعلامية عالمياً

2.المطلب الثاني: التحول من السيطرة العسكرية إلى السيطرة الإدراكية

3.المطلب الثالث: الجنوب الإعلامي بين التبعية والسعي نحو السيادة الإعلامية

الفصل الثالث: جيوبوليتيك الإعلام: القناة الجزائرية الدولية AL24NEWS و أنموذجاً

المبحث الأول: نشأة قناة الجزائر الدولية AL24NEWS وسياقها الإعلامي والسياسي والمؤسسي

1.المطلب الأول: التحولات الدولية في منظومة الإعلام الدولي وبروز نموذج القنوات الإخبارية الدولية

2.المطلب الثاني: السياق السياسي والإعلامي الجزائري لنشأة قناةAL24 NEWS

3.المطلب الثالث: التأسيس والأهداف الإستراتيجية لقناة الجزائر الدوليةAL24NEWS

المبحث الثاني: البنية التقنية والتحريرية لـ AL24 NEWS وتحليل محتواها الإعلامي

1.المطلب الأول: البطاقة التقنية والتنظيمية للقناة

2.المطلب الثاني: الخطة التحريرية وتحليل التغطية الإخبارية للقضايا الدولية

3.المطلب الثالث: تحليل سرديات الخطاب الإعلامي وأدوات بناء الرسالة

المبحث الثالث: الميزان الجيوبوليتيكي لقناة الجزائر الدوليةAL24 NEWS

1.المطلب الأول: القناة الجزائر الدولية AL24 NEWS بوصفها أداة للقوة الناعمة والدبلوماسية الإعلامية الجزائرية

2.المطلب الثاني: المنافسة الإعلامية الدولية والإقليمية

3.المطلب الثالث: تقييم أداء القناة وتحدياتها وآفاقها

المقدمة

مقدمة

توطئة

في عالم أصبحت فيه الصورة أكثر فتكاً من الرصاصة، والأبعد أثراً من القرار الدبلوماسي، لم يعد الإعلام الدولي قناة لنقل الوقائع والأحداث فقط، بل أصبح أداة تصنعها و توجهها فحين تم إدراك أن من يصنع الرواية ويمتلكها هو من يملك صناعة القرار، تحول الفضاء الاتصالي الإعلامي إلى ساحة للتنافس الجيوسياسي، وإن كان الجغرافيون والسياسيون الأوائل من "ماكندر" إلى "ماهان" إلى "سبكمان" قد عملوا على بناء نظرياتهم على الأرض والموارد والبحر بوصفها محددات أولية للنفوذ الدولي، فإن القرن الواحد والعشرين أضاف لهذه النظريات الكلاسيكية الفضاء الإعلامي بوصفه خارطة للقوة، لا تقل أهمية عن الخارطة الجغرافية. وقد ظهر هذا الموضوع وبرز الاهتمام الكبير به تبعا لأحداث تاريخية فاصلة شكلت مساره بداية بانهيار الاتحاد السوفيتي عام 1991 الذي كشف بأن الحرب الباردة لم تكسب بالطرق التقليدية العسكرية ولا على الحدود الدبابات بل امتدت لتشمل شاشات التلفزيون والمحطات الإذاعية التي نجحت في قتل إيديولوجية كاملة وكسب الرأي العام. والحدث الآخر تمثل في انفجار قنوات الفضائية التلفزيوني في تسعينات القرن الماضي وميلاد CNN وBBC وتأتي بعدهم الجزيرة عام 1996 التي قامت بكسر الاحتكار الغربي وبعدها ميلاد ثورة المنصات الرقمية الدولية التي فتحت الباب أمام التعددية الإعلامية وكان لها تداعيات جيوسياسية منذ منتصف العقد الأول من الألفية الثالثة التي عملت على اسقاط الحواجز التقنية أمام أي فاعل دولي طموح يريد الوصول للرأي العام العالمي دون الخوض في التكاليف الباهظة لشبكات البث التقليدي. وفي هذا السياق الدولي المتحول، تمثل الجزائر موقع إستراتيجي بالغ الدلالة ولا تغيب عن خارطة الإعلام الدولي، فهي دولة تمتد على مساحة تفوق مليوني كيلومتر مربع لتصبح أكبر دولة في العالم العربي والإفريقي وتتوسط تقاطع ثلاث مناطق جيوسياسية بالغة الحساسية، بداية من البحر الأبيض المتوسط والجهة المطلة على الواجهة الأوربية والمغرب العربي بتوتراته الإقليمية والساحل الإفريقي وما يشهده من إعادة لرسم خرائط النفوذ الدولي وتسعى الجزائر جاهدة لتقديم صورة للرأي العام الإقليمي والدولي وفق أجنداتها الخاصة. وفي هذا الإطار بالتحديد ولدت قناة الجزائر الدولية AL24NEWS بوصفها المحاولة الجزائرية الأولى الجادة لاقتحام الفضاء الإعلامي الدولي بقناة إخبارية متعددة اللغات و يمكن القول أنها ليست مجرد قناة بل هي امتداد لتجسيد الدبلوماسية الإعلامية الجزائرية ، فهي تعبير مؤسسي عن إرادة جيوسياسية جزائرية من أجل بناء سيادة في الفضاء الرمزي الذي احتكرته القوى الأجنبية والشركات الكبرى.

أهمية الدراسة :

يعد موضوع الجيوبوليتيك الإعلام في الحالة الجزائرية يقف عند تقاطع ثلاث تحولات متزامنة تجعل البحث فيه ضرورة معرفية ليست خيارا أكاديمي وفقط وهذا التحول الإعلام الدولي من أداة إعلامية إلى سلاح جيوسياسي وتصاعد التنافس الإقليمي على الفضاء المغاربي وتنامي الوعي الجزائري بمسألة السيادة في أبعادها الثقافية وقوتها الناعمة وتتجلى أهمية الدراسة من خلال إطارين متكاملين لا يقوم أحدهما دون الآخر إطار علمي يساهم في بناء المعرفة الأكاديمية وسد ثغراتها وإطار عملي يغذي صانع القرار بأدوات تحليلية راسخة في صميم الواقع الاستراتيجي:

1) الأهمية العلمية :

أولا، تحاول إعادة بناء نظرية قائمة بذاتها في الأدبيات العربية والجزائرية، حيث أنه يوجد شح كبير وقلة في الدراسات التي تتناول الإعلام في إطار تحليلي جيوبوليتيكي صريح، هذا لأن الباحثون العرب اتجهوا دوما إلى دراسة الإعلام الدولي من منظور الاتصال أو التأثير أو السياسات الإعلامية. هذا جعل لنا بعد رسم الخرائط الجيوسياسية عبر الإعلام ميدانا شبه خالي من الميدان الأكاديمي المنهجي.

ثانيا، لا تقدم الجزائر في الأدبيات الدولية بعمق الذي يقوم عليه الثقل الجيوسياسي الفعلي، والجزائر تمثل بموقعها المتوسط والمغاربي والإفريقي والعربي والإسلامي، ومخزونها الطاقوي وتاريخها الاستعماري الخاص، نموذجا استثنائيا لدراسة كيفية تشابك خطوط النفوذ الدولية الإعلامية في فضاء متعدد الاستهدافات. هذا التحليل يقوم بإثراء عمق الأدبيات الدولية بالمعطيات التي تحتاجها والغائبة عنها.

ثالثا، تقوم الدراسة بتقديم تحليل للحالة الجزائرية ولا تتوقف هنا بل تسعى إلى استخلاص نموذج تحليلي مركب قابل للتطبيق على الحالات المشابهة في الفضاء المغاربي والإفريقي، هذا ما يمنحها قيمة علمية تتجاوز الحالة الوحيدة وتشمل إسهاما نظريا ممتد .

2) الأهمية العملية :

أولا، تعمل الدراسة على تزويد صانع القرار الجزائري بأدوات تشخيصية، إذ أن صناع القرار والنخب الإعلامية في الجزائر والنخب السياسية أيضاً تعاني من غياب أطر تحليلية تمكنهم من قراءة المشهد الإعلامي الخارجي قراءة جيوسياسية وليست قراءة إدارية تقنية، وهذا ما يجعل هذه الدراسة تقدم مادة استراتيجية تعمل على تشخيص طبيعة التنافس الإعلامي في الفضاء الجزائري والاستشراف على طبيعة التهديدات في مرحلة تتصاعد فيها الرهانات الجيوسياسية بمنطقة المغرب العربي والساحل الإفريقي.

ثانيا، إسناد النقاش الوطني للسيادة الإعلامية بمعطيات علمية وهذا راجح لأن الجزائر تشهد في السنوات الأخيرة نقاشا وطنيا حول مسألة السيادة في أبعادها الثقافية والاتصالية، لأنه يفتقر إلى تأسيس الأكاديمي الذي يعمل على رفعه من مستوى العمل إلى مستوى التطبيق في السياسة العامة ولعل هذه الدراسة تعمل على تزويد النقاش بمعطيات موثقة ومفاهيم علمية.

ثالثا، يبقى الهدف العملي الأبعد لهذه الدراسة هو المحاولة في إسهام من أجل رسم ملامح الاستجابة الاستراتيجية الوطنية الجزائرية من أجل مواجهة الاختراق الإعلامي الخارجي، فإن تشخيص الدقيق لطبيعة التنافس الإعلامي وأدواته هو الاستجابة الأولى الناجحة وهذا سواء على مستوى تطوير المؤسسات الإعلامية الوطنية أو بناء سياسات اتصالية دولية تعزز الحضور الجزائري في الفضاء الإعلامي الإقليمي والدولي.

مبررات اختيار الموضوع:

تقوم أسباب ومبررات اختيار الموضوع على دوافع شخصية ودوافع علمية، وهي كالتالي:

1) **المبررات الموضوعية:**

- اكتساب هذا البحث حدة في التنافس الإعلامي في المنطقة المغربية،
- تنامي حضور فاعلين إقليميين في الفضاء الإعلامي الجزائري.
- قلة الأبحاث الأكاديمية العربية والجزائرية جامعة بين الجيوبوليتيك والإعلام،
- تصاعد رهانات المغرب العربي والساحل الإفريقي جعلت الجزائر في قلب صراعات نفوذ دولية من أطراف متعددة غربية وخليجية وروسية وصينية، وهذا يجعل الإعلام ميدان يوازي التنافس العسكري والاقتصادي.

2) **المبررات الذاتية :**

- القناعة بأن السيادة الإعلامية ما هي إلا مرآة عاكسة للسيادة الوطنية، وهذا راجع لقناعتي المبكرة أن الدول التي تختار فضائها الإعلامي لصالح قوى خارجية هي تقايض جزء من سيادتها دون أن تشعر بذلك وهذا ما دفعني للبحث عن إطار علمي يثبت هذه القناعة أو يصححها.
- الاهتمام المبكر بتقاطع السياسة والإعلام وهذا لمتابعتي كثيرة في الشأن الإعلامي الدولي وملاحظة الكيفية التي تتفاوت بها تغطية نفس الأحداث من قناة لأخرى ومن مؤسسة إلى أخرى وبين مرجعية ثقافية وأخرى، وهذا التفاوت لا يترجم بالمهنية وحدها بل بما وراء الكاميرا من توجهات وتمويل وأجندات جيوسياسية.
- الانتماء لجيل يصنع رأيهم من إعلام رقمي الذي يشكل الوعي السياسي وهذا راجع لهشاشة الجيل الحالي أمام توجيه الإعلامي الخارجي وانحلاله وفق سرديات خارجية وتبنيه لثقافات تنافي المنظومة الثقافية الجزائرية وتعمل على تأطير إدراكه وفكره وفق ما يريده.

أهداف الدراسة:

انطلاقا من الأهمية التي تعمل هذه الأطروحة لاكتسابها تأتي بعض النقاط التي تعمل على تحقيق مجموعة من الأهداف وهي على النحو التالي:

- بناء إطار نظري محكم يجمع بين الجيوبوليتيك الذي هو حقل معرفي والإعلام الدولي الذي أصبح فاعلا استراتيجيا.
- رصد تطور تاريخي لاستخدام الإعلام كأداة للنفوذ منذ الحرب الباردة حتى عصر المنصات الرقمية.
- القيام بتحليل بنية الفضاء الإعلامي الجزائري والكشف عن حجم النفوذ الخارجي الممارس عليه.
- المساهمة من أجل بناء نموذج تحليلي قابل للتطبيق على حالات مشابهة يمكن للباحث قياس درجة التبعية الإعلامية .

الدراسات السابقة :

تقوم هذه الدراسة في بنائها النظري والتحليلي على منظومة من الدراسات التي تجمع بين فهم العلاقة المتعلقة بالإعلام الدولي وتوزيع القوة وبين القوة في النسق الجيوسياسي وقد جرى الاعتماد على هذه المصادر الأساسية وفق معيارين متكاملين:

- زخم الإطار المفاهيمي الذي يقدمه كل مصدر وقابلية توظيفه في التحليل.
- قدرات الكشف عن الفجوة البحثية التي تأتي هذه الأطروحة لسدها وتجدر الإشارة إلى أن المصادر وخاصة الأجنبية منها لم تقم بالعمل أو توظيف الحالة الجزائرية صراحة، وهذا يشكل دليلا على القصور الذي تعمل هذه الدراسة من أجل معالجته.

1) **كتاب "جوزيف ناي" "Soft Power: The Means to Success in World Politics"(2004)**

هو أمريكي الجنسية وهو أستاذ أكاديمي في مدرسة كينيدي للحكومة بجامعة هارفرد .عمل في منصب مساعد وزير الدفاع الأمريكي وهذا خلال فترة حكم الرئيس "كلينتون" وقد ترأس المجلس الوطني للاستخبارات ويعد صاحب مفهوم القوة الناعمة الذي صاغه أول مرة في 1990 وهذا قبل أن يطوره في هذا الكتاب الذي أصبح مرجعا في حقل دراسات النفوذ الدولي يعمل "جوزيف ناي" على التمييز بين القوة الصلبة التي تقوم على الإجبار والقوة الناعمة التي تقوم على الاستمالة بالترغيب وليس الترهيب وهذا بواسط الثقافة والإعلام والدبلوماسية العامة . مقدما الإعلام الدولي بوصفه الأداة المثالية التي تبني الصورة الذهنية وتنشر القيم والتأثير في الرأي العام الأجنبي نجد أن "جوزيف ناي" لم يتناول الحالة الجزائرية إذ أن كل أمثلته تنصب على السياسة الخارجية الأمريكية والمقاربة المنهجية تستوجب إسقاط هذه الأطر الكبرى على حالات مقايسة منطقية وهذا لأن الإعلام الفرنسي والخليجي الموجه نحو الجزائر هو في ذاته ممارسة للقوة الناعمة بامتياز . وتكمن الفجوة البحثية هنا من خلال أن جوزيف ناي لم يعالج تنافس قوتين ناعمتين

إقليميتين على نفس الفضاء المستهدف وأيضا لا يأخذ بعين الاعتبار خصوصية الفضاءات ذات الموروث الاستعماري كالجزائر .

2) مقال "روبرت ويليام كوكس" (1983) " Gramsci, Hegemony and International Relations "

مفكر كندي (1926_2018) يعد مع "سوزان سترانج" أحد مؤسسي الاقتصاد السياسي الدولي النقدي . في هذه المقالة يقوم "كوكس" بإدخال الفكر الغرامشي إلى حقل العلاقات الدولية .في هذه المقالة محاولا تقديم الهيمنة على أنها سلطة تعمل من خلال تصنيع القبول الفكري والثقافي وليس عبر الإكراه المباشر وميز بين النظرية التقليدية التي تقبل الواقع كما هو والنظرية النقدية التي تعمل على فضح البنى الخفية للسلطة ولم يتناول الإعلام إلا أن المنطق الغرامشي الذي عمل على تقديمه يمنح الدراسة أداة نقدية لفضح كيف تقدم القنوات الخارجية الموجهة للجمهور الجزائري على أنها محايدة وهي تعمل جاهدة على إعادة إنتاج علاقات نفوذ نجد أن الفجوة البحثية تتمثل في أن "كوكس" يقوم بافتراض هيمنة واحدة كبرى أحادية الاتجاه ولا يعالج قوى متعددة في فضاء واحد كما تغيب عن مقالته المكتوبة 1983 معالجة الإعلام بوصفه الأداة الأكثر فاعلية خلال العصر الحالي.

3) كتاب "لهربرت شيلر" الاتصال والهيمنة الثقافية، ترجمة عالم المعرفة (1984)"

"هربرت إيرفينغ شيلر" (1919_2000) ناقد إعلامي وعالم اجتماع أمريكي وأستاذ في جامعة كاليفورنيا سان دييغو ، يعد مؤسس تيلر الإمبريالية الإعلامية في نظرية الإتصال الدولي ، وهو من ملهمين مشروع النظام العالمي الجديد للمعلومات والاتصال (NWICO) في اليونيسكو . في كتابه الصادر عام 1976 والمترجم للعربية يقدم "شيلر" أطروحة نقدية تقوم على فكرة أساسها أن الإتصال الدولي ما هو إلا امتداد وظيفي للإمبريالية الاقتصادية في شكلها الثقافي ووصفها بأنها الأكثر عمقا وخطرا . إذ أن الشركات الإعلامية الكبرى في العالم هي من تقوم بالهيمنة على التدفق الإعلامي العالمي وهذا لأنها تقدم تبعية ثقافية للدول النامية ذلك أنها تقوم باستهلاك الصور التي لا تعكس واقعها . يتيح لنا هذا الإطار قراءة الحضور الإعلامي الأجنبي في الجزائر بوصفه قوة ناعمة.

4) مقال يحيى زبير (2004)"The Resurgence of Algeria's Foreign Policy"

"يحي زبير" دكتور جزائري الأصل متحصل على الدكتوراه من الجامعة الأمريكية في واشنطن وهو أستاذ للعلاقات الدولية ومدير البحث في الجيوبوليتيك في مدرسة KEDGE للأعمال بفرنسا ، تحلل هذه المقالة المنشورة في المحول الإستراتيجي الكبير في السياسة الخارجية الجزائرية مطلع الألفية الثالثة . وهذا لأنها عملت على توثيق انتقال

الجزائر من مرحلة الانكفاء إلى الانخراط الفاعل في محيطها الإقليمي ، يعمل "يحي زبير" على تقديم قراءة ثاقبة لكيفية توظيف الجزائر لثقلها الجيوبوليتيكي الذي يمثل رصيد إستراتيجي في علاقاتها مع الدول الكبرى نجد هذه المقالة تتميز بأنها تتناول الجزائر مباشرة وبعمق وهذا ما تغفل عنه المقالات الأخرى ، مما يضفي سياق جيوبوليتيكي لتحليل التنافسات الإعلامية الخارجية .نجد أن يحي زبير يهمل البعد الإعلامي كليا في تحليله الجيوبوليتيكي ولا يرى في الإعلام فاعلا مستقلا وهذا الغياب تعمل هذه الأطروحة على اكتشاف هذا الغياب وملأه.

5) مقال لصالح بن بوزة "الإعلام والسياسة الخارجية" (1997)

"صالح بن بوزة" أستاذ جزائري أكاديمي في جامعة ابن خلدون بتيارت وهو من رواد حقل علوم الإعلام والاتصال في الجزائر . وله نتاج علمي في المجلة الجزائرية للاتصال من التسعينات إلى 2023 .يقدم "صالح بن بوزة" في هذه المقالة العلمية التي تدرس العلاقة البنيوية بين الإعلام الخارجي والعمل الدبلوماسي ويركز على أن الإعلام اداة وظيفية تعمل لخدمة السياسة الخارجية للدولة ويوظف الحالة الجزائرية في بناء صورتها في الفضاء الدولي وتناول التحولات الكبرى مطلع التسعينات مبينا كيف قامت الجزائر بتوظيف إعلامها الخارجي من أجل مواجهة التشويه الدولي ونجد أن هذه المقالة تتقاطع مع الموضوع المدروس في بعدها الجزائري الإعلامي في نفس الوقت مما يجعلها تغطي موقعا استراتيجيا بين مصادر الدراسة الا اننا نجد ان الفجوة البحثية تمثلت في أن المقالة نظرت إلى الجزائر فاعلة تقوم بتوجيه إعلامها للخارج ولكنها تغفل عن الزاوية المعاكسة أي كيف توظف القوى الخارجية إعلامها للتأثير في الداخل الجزائري وهذا الانقلاب يمثل جوهر الإضافة العلمية لهذه الأطروحة.

يتضح من خلال استعراض لهذه الأدبيات الخمسة أن الحقل المعرفي يعاني من فجوة مركبة لها أربعة أبعاد متشابكة وتتمثل في أن المصادر الأجنبية تهمل الفضاء المغاربي وبينما نجد "يحي زبير" يهمل الجانب الإعلامي في الحالة الجزائرية وهاذا في سياق الجغرافيا أما عن الجانب الموضوعي فإنه لا توجد دراسة أصيلة تعالج جيوبوليتيك الإعلام الجزائري أو الإعلام كفاعل مستقل مؤثر وأيضا كل هذه النماذج تقوم على افتراض وجود فاعلا واحدا ولا تؤمن بتعدد الأقطاب بالإضافة أنها تهمل دور الفضائيات والمنصات الرقمية التي تعيد رسم خرائط النفوذ.

إشكالية الدراسة:

في ظل تشابك خيوط المصالح الجيوسياسية مع شبكات الإنتاج والبث الإعلامي الدولي وتحول من السيطرة العسكرية إلى السيطرة الإدراكية ورغم ثقل الجزائر الجيوبوليتيكي وإلى الفراغ الذي سعت العديد من القوى الخارجية

بملئه بروايات لا تعكس أصلا المصالح الوطنية الجزائرية وفي سياق ظهور قناة الجزائر الدولية AL24NEWS كأداة إعلامية دولية ناشئة تطرح الإشكالية التالية:

كيف يجسد الإعلام الدولي كفاعل جيوبوليتيكي في توجيه خرائط النفوذ؟ وما الدور الذي تؤديه قناة الجزائر الدولية AL24NEWS في هذا السياق؟

الأسئلة الفرعية :

1) ما هي المفاهيم التي طورت الجيوبوليتيك من الجغرافيا الكلاسيكية إلى جيوبوليتيك الإعلام؟
2) ما الموقع الجيوبوليتيكي للجزائر في خارطة نفوذ الدولي؟
3) كيف يحول الإعلام الدولي قوى ناعمة للدولة إلى نفوذ جيوسياسي فاعل؟
4) ما هي الآلية التي توظف بها الحروب الإعلامية ومنصات التواصل الاجتماعي في إعادة رسم خرائط النفوذ والشرعية الدولية؟
5) ما السياق الإعلامي والسياسي الذي أفرز إنشاء القناة الدولية؟
6) إلى أي حد يمكن نجاح القناة الدولية في أداء دور القنوات الدولية للقوة الناعمة والدبلوماسية الإعلامية؟

فرضيات الدراسة :

1) كلما تعددت المفاهيم النظرية المؤثرة لعلاقة بين الجغرافيا والقوة من القوة الناعمة إلى الهيمنة الثقافية وكلما قد اتسع نطاق الجيوبوليتيك الإعلام بوصفه حقلا معرفيا مستقلا قادرا على تفسير ديناميكية النفوذ الدولي.
2) كلما ارتفع ثقل الجيوبوليتيكي للجزائر من موقع جغرافي متوسط وإفريقي وثروات طاقوية وعمق استراتيجي في الساحل، كلما تصاعد الاستهداف الخارجي لفضائها الجيوسياسي.
3) كلما عملت الدولة على امتلاك قناة إعلامية دولية ذات مصداقية وصدى واسع، كلما ارتفعت قدراتها على توظيف قوتها الناعمة الكاملة إلى نفوذ جيوسياسي فعلي ومؤثر.
4) كلما تصاعد توظيف الحروب الإعلامية ومنصات التواصل الاجتماعي في الصراعات الجيوسياسية، كلما تراجع هامش استقلالية دول جنوب الإعلام وتراجع موقعها في منظومة الإعلام العالمي.
5) كلما اشتد تنافس الإعلامي الخارجي على الفضاء الجزائري وزادت الرغبة في فرض الجزائر لروايتها، كلما تعاظمت الإرادة السياسية الجزائرية في إنشاء قناة دولية وتوجيه مسارها الاستراتيجي.
6) كلما اتسعت الفجوة بين إمكانيات قناة الجزائر الدولية AL24NEWS البنيوية وإمكانيات منافسيها الإقليميين والدوليين كلما تراجع قدرتها على أداء القوة الناعمة والدبلوماسية الإعلامية الجزائرية بصورة صحيحة.

مجلات الدراسة :

من الضروري أن تخضع الدراسة منهجيا إلى مجال معين يحدد فيه حدود الدراسة ولقد جاءت حدود الدراسة كالتالي:

- **الحدود الزمانية :**

الإطار الزماني لهذه الدراسة يمتد بين فترة 2020-2024 وهي فترة كانت شاهدة على العديد من التطورات وعند التدقيق أكثر خلال هذه الفترة نجد أنها تكشف عن زخم جيوسياسي استثنائي ففي 2020عرفت الجزائر موجة من التعديلات الدستورية التي عملت على إعادة تأطير توجهات الجزائر في سياستها الخارجية وفي السنة التي تليها تم إطلاق مسار بث قناة الجزائر الدولية Al24NEWS لتعمل على تشكيل حضورها الدولي كان هذا في ظروف بالغة التعقيد والحساسية وتمثل أيضا هذه المرحلة إعادة ترتيب خرائط النفوذ في منطقة الساحل الأفريقي حيث أن النفوذ الفرنسي بدأ بالتراجع وتمددت تأثيرات روسيا وتركيا بالإضافة إلى قطع الجزائر علاقتها الدبلوماسية مع المغرب في أوت 2021 القرار الذي أشعل حرب الرواية الإعلامية وقد كانت الجزائر بحاجة إلى أداة إعلامية قادرة على تقديم الموقف الجزائري أمام الرأي العام الدولي في مواجهة منظومة اعلامية تريد تقزيم الجزائر.

- **الحدود المكانية:**

تقع الحدود المكانية لهذا الموضوع على الجزائر ليس كحالة عادية تم صياغتها او الاسقاط عليها وإنما لها مبررات على المستوى الجيوسياسي فنجد أن الجزائر تقع في قلب الواجهة الجنوبية بالبحر الأبيض المتوسط وهي بذلك هدف للتنافس الإقليمي وأيضا الجزائر تنتمي للمنظومة المغربية التي تشهد تنافسية جيوسياسية وتنعكس على بنية التدفق الإعلامي وكذلك الجزائر تمتد بحدودها الجنوبية إلى عمق أفريقيا الساحلية التي أصبحت ساحة لتنافس الدولي إن هذا التقاطع الجيوسياسي يجعل من الجزائر حالة دراسية استثنائية تنتج قراءة في أسئلة القوة الناعمة والنفوذ الإعلامي .

الإطار المنهجي :

تقوم هذه الدراسة على توليفة منهجية مصممة فقط من أجل فهم واستيعاب الظاهرة المدروسة والتي يتقاطع فيها أبعاد جيوسياسية وإعلامية و مؤسسية. لا يمكن أن يوظف منهج واحد ومن أجل فهم هذه الدراسة وتحليلها تم

اعتماد ثلاثة مناهج متكاملة ومتميزة في نفس الوقت، إذ يعمل كل واحد فيها على تغطية جانب تحليلي مختلف وهي كالتالي:

1) **المنهج الوصفي التحليلي:**

يعتبر الأهم من بين المناهج إذ أنه وظف في مرحلتين متتاليتين بداية من مرحلة الوصف التي ترصد بنية الظاهرة الإعلامية الجيوبوليتيكية وتعمل على توثيق مكوناتها ومرحلة التحليل التي تتجاوز حدود الوصف إلى تفسير العلاقات بين هذه المكونات والديناميكيات الجيوسياسية المحيطة بها. يتيح هذا المنهج تفكيك الخطاب الإعلامي ويعمل أيضا على كشف القدرة التفسيرية التي تبنى عبرها صورة الجزائر ومواقفها أمام الرأي العام الدولي.

2) **المنهج المؤسسي:**

يركز على دراسة قناة الجزائر الدولية Al24NEWS وهذا بوصفها مؤسسة إعلامية ذات هيكل تنظيمي ومصالح استراتيجية وأداة توظف بها الجزائر وتنقل عبرها دبلوماسيتها الإعلامية ويركز هذا المنهج على تحليل العلاقة البنيوية بين المؤسسة الإعلامية والدولة الراعية لها وكيف تقوم بعكس التوجهات السياسية العليا على قرارات التحرير يمكن هذا المنهج من قراءة وتحليل القناة ليس كفاعل مستقل بل امتداد المؤسسي للسياسة الخارجية الجزائرية

3) **المنهج التاريخ المقارن :**

يستعمل هذا المنهج في بعدين متكاملين ويتمثلان في البعد التاريخي الذي يعمل على تتبع مسار تطور الإعلام الدولي من مرحلة الحرب الباردة إلى عصر التحول الرقمي والمنصات الرقمية والمعلوماتية وربطه بالتحولات في خرائط النفوذ الجيوسياسي ويوظف البعد المقارن من أجل وضع التجربة الإعلامية لقناة الجزائر الدولية مقارنة مع نماذج قنوات دولية راسخة ومن أجل كشف أوجه التشابه والاختلاف في إستراتيجية التأثير والنفوذ

الإطار النظري :

لا يكتمل بناء هذه الدراسة إلا لخضوعها للنظريات العلمية التي تعمل بدورها من أجل تأطير العلاقة بين الإعلام والقوة والجغرافيا السياسية وهي تتيح فهما متعدد الزوايا للجيوبوليتيك الإعلامي الجزائري وهي كالتالي :

1) نظرية القوة الناعمة Nye 1990 -2004

تعمل على تأسيس هذه الدراسة من خلال المقولة الشهيرة "لجوزيف ناي" أن الإعلام الدولي هو أداة استراتيجية للقوة الناعمة وليس مجرد خدمة اتصالية ويميز بين القوة الصلبة التي تقوم على فكرة الإجبار والتعصب ونقيضها القوة الناعمة التي تقوم فكرتها على الاستمالة ويوضح الإعلام في وسط منظومة القوة الناعمة التي يعتبر فيها أداة لبناء صورة ذهنية ونشر القيم واستمالة الرأي العام لصالحه وظفت هذه النظرية بالذات وفي سياق هذه الدراسة هذا فقط لدراسة مدى قدرة ترجمة القناة الدولية للأهداف الجيوسياسية الجزائرية إلى نفوذ ناعم يخدم مصالحها الخارجية .

2) نظريات الهيمنة الثقافية Gramsci / Cox (1983)

تقدم هذه النظرية الهيمنة بوصفها منظومة من القبول الطوعي المصطنع أي أن الجهة المهيمنة تقوم بتشريع والتسويق لقيمها ومفاهيمها التي تريد أن تنشرها والتي هي خدمة لمصالحها بدون إكراه مادي مباشر حتى تصبح الجهة المهيمنة عليها تترجم هذه الهيمنة إلى أنها طبيعة كونية استعملت هذه النظرية في الإطار التحليلي خصيصا لفهم كيف تقدم القناة الأجنبية نفسها في الفضاء الإعلامي للجزائر وادعائها أنها محايدة .

3) نظرية التأطير Framing Theory Goffman 1974 / Entman 1993

تنطلق هذه النظرية من مقولة أن وسائل الإعلام لا تخبرنا ماذا نفكر بل بماذا نفكر أي أنها تحدد أولويات الاهتمام وتراتب القضايا والتي هي تمثل نظرية وضع جدول الأعمال هذا يفسر أن هذه النظرية في فحواها هي امتداد وتطور لها لكنها تتجاوز السؤال الذي يقوم حول ماذا ؟ إلى سؤال كيف؟ أي كيف تبنى الأحداث وتقدم في الخطاب الإعلامي ويحدد "إنتمان" في هذا الصدد أربع وظائف للإطار وهي كالاتي تحديد المشكلة، تشخيص الأسباب والحكم الأخلاقي واقتراح الحلول ويكمن جوهر توظيف هذه النظرية لأنها تعمل على تحليل كيف تؤثر القضايا بما يخدم السردية التي تعمل الجزائر على توظيفها.

الإطار المفاهيمي :

يستدعي بناء هذه الدراسة توظيف منظومة مفاهيمية متداخلة الأبعاد تشكل في مجموعها شبكة اصطلاحية واحدة وليست مجرد قائمة لتعريفات مجردة وقد تم تحديد هذه المفاهيم وفق مركزيتها وأهميتها في بناء هذا الموضوع المدروس، بالإضافة لوجود تداخل مفاهيمي وخلط اصطلاحي يجب التمييز والتحديد بينهم.

1) . الجيوبوليتيك Geopolitics

ارتبط المصطلح ايتمولوجيا باليونانيين قديما حيث تشير كلمة "Geia" إلى آلهة الأرض و" polis" إلى دولة المدينة. لنستنتج أن Geiapolis تعني لليونانيين استكشاف الأشكال الأرضية ومراقبتها وتنظيمها بواسطة البشر أما أبستمولوجيا فهو مكون من جزئين " Geo" والتي تعني الجغرافيا و" Politic" وهي السياسة وهذا يعني أنه هناك علاقة بين الأرض والجغرافيا مع السياسة، ومنه فالجيوسياسة أو جيوبوليتيك هي علم يدرس كيفية تأثير الأرض على السياسة، ويمكن القول إنها هي العلم الذي يساعدنا على دراسة استخدام الجغرافية كقوة للتعبير عن المواقف السياسية

2) الإعلام الدولي: الدولي International Media

هو نشاط اتصالي يقوم بتزويد الجمهور الخارجي، أي خارج حدود الدولة، بالأخبار والحقائق بطريقة موضوعية دون تزييف، وهذا يخلق درجة كبيرة من الإدراك والمعرفة للجمهور، هذا ليكون رأي صائب متكامل حول الوقائع العالمية المطروحة.

3) **جيوبوليتيك الإعلام Media Geopolitics**

هو مصطلح مركب من شقين "الجيوبوليتيك" التي تختص بدراسة التنافس والصراع السلطوي على النفوذ في الفضاء الجغرافي وعلم "الإعلام" الذي يقوم بدراسة وسيلة الاتصال والمعلومات وآثارها في المجتمع وتشكيل الرأي العام، وعند الجمع بينهما، يمكن تحديد جوهره في أنه دراسة تحول وسائل الإعلام إلى وسيلة في ساحة التنافس الجيوسياسي وأداة نفوذ قوية.

4) خرائط النفوذ Maps of Influence

لا يعني هذا المصطلح خرائط جغرافية جامدة وإنما هو استعارة تحديدية تشير إلى النمط التي يتوزع بها التأثير ومناطق الهيمنة والتبعية في الفضاء الدولي وهو أيضا تمثيل لمفهوم كيفية توزع القوى جيوسياسيا وهذا التوزيع غير متكافئ القوى والتأثير.

5) **الدبلوماسية الإعلامية** Diplomacy **Media**

هي توظيف وسائل الإعلام ومنصات تواصل الدولية لخدمة الأهداف الدبلوماسية والسياسية الخارجية والعمل من أجل توجيه الرأي العام الأجنبي لمواقفها أيضا في خدمة مصالح الدولة تختلف عن الدبلوماسية العادية أو

العامة من خلال أنها تقوم بالتركيز على المؤسسات والقوى الإعلامية تحديدا وليست على كل أدوات تأثير نعم ولنجاح الدبلوماسية الإعلامية يجب توفر شرطين أولا الانتشار الجغرافي الواسع بالإضافة للمصداقية التحريرية للجمهور المستهدف.

6) **السيطرة الإدراكية Cognitive Control**

مفهوم يدل على التحكم في تدفق المعلومات والأطر التفسيرية لها ويشير القدرة على التأثير في الإدراك والتصورات والمعتقدات وهو ما يعكس السيطرة المادية المباشرة للأرض أو الموارد ويعد من إشكال القوة الحديثة والأكثر أثرا لأنه يواجه بالمقاومة المباشرة وتمثل منصات التواصل الاجتماعي القنوات الإخبارية لهذا الشكل من السيطرة في العصر الرقمي.

7) **السيادة الإعلامية** — Media Sovereignty

وتعني قدرة الدولة على ضبط الفضاء الإعلامي الوطني الخاص بها والعمل على حماية الثقافة والهوية وتوجهاتها والتدفقات الإعلامية الخارجية. يتكون هذا المفهوم من أبعاد متشابكة وهي تشريعية تمثل القوانين التي تعمل جهد في تنظيم الفضاء الإعلامي ومؤسساتية أي قدرة المؤسسة الإعلامية على المنافسة.

صعوبات الدراسة :

لا يمكن أن تخلو أي دراسة علمية أكاديمية من العقبات المنهجية والعلمية التي تواجه الباحث في مسيرته البحثية، وفي هذه الأطروحة خصوصا واجهتني جملة من الصعوبات التي تعد استثنائية، وهذا راجع لتقاطع الحقلين معرفين يفتقران للتقاليد البحثية الراسخة وهذا من خلال التقاطع الجيوبوليتيكي الإعلامي في السياق الجزائر بالتحديد.

واحدة من أهم الإشكاليات التي واجهتني هي إشكالية المصادر والمراجع، إذ أن المكاتب الأكاديمية العربية والجزائرية تعاني من شح ملحوظ في الدراسات الجامعية بين الجيوبوليتيك والإعلام. مما استلزم مني الاعتماد بشكل كبير وواضح على الدراسات الأجنبية أيضا عدم وجود بيانات دقيقة وموثوقة تخص البينة التمويلي وتوجهية الكامنة لقناة الجزائر الدولية AL24NEWS

هيكلية الدراسة

انطلاقا من الإشكالية والتساؤلات والفرضيات تتكون هذه الدراسة الهيكلية التي تحتوي ثلاثة فصول رئيسية مترابطة فيما بينها منطقيا ومتصاعدة تحليليا تنتقل من التأثير النظري المفاهيمي العام لتنتقل مباشرة الى التحليل الميداني التطبيقي الخاص .يؤسس الفصل الأول للإطار النظري والمفاهيم الجامعة وينقسم لثلاثة مباحث المبحث الأول تحت عنوان مفهوم الجيوبولتيك ويشمل سياقه التاريخي والتعريف والمدارس مع تحديد المكانة الجيوبولتيكية للجزائر والمبحث الثاني الذي يقوم بمعالجة مفهوم الإعلام الدولي وأطره النظرية وعلاقته بالسياسة الخارجية وهذا مع رصد للواقع الدولي الإعلامي للجزائري ويأتي بعد ذلك المبحث الثالث الذي يعالج مفهوم جيوبولتيك الإعلام نشأته وتعريفه والفاعلين و ينهي هذا المبحث بعلاقته بالجزائر تحديدا. أما الفصل الثاني يحدد آليات العملية لتوظيف الإعلام كأداة للنفوذ عبر ثلاثة مباحث وهي على النحو التالي المبحث الأول الذي قام بدراسة الإعلام بوصفه أداة لبناء النفوذ والمبحث الثاني قام بدراسة الحروب الإعلامية بوصفها أداة لإعادة رسم خراطة النفوذ والمبحث الثالث قام بدراسة الحروب الإعلامية أما المبحث الثالث قام بمعالجة جيوبوليتيك الإعلام وإعادة توزيع النفوذ الدولي ليأتي بعدها الفصل الثالث هذا الفصل يمثل السياق التطبيقي للدراسة عبر ثلاثة مباحث تشمل المبحث الأول تناول النشأة والتحولات الدولية في الإعلام و السياق الجزائري لنشأة هذه القناة وأهدافها المعلنة أما المبحث الثاني فقام بتحليل البنية التقنية وتحليل القناة والمحتوى الإعلامي القائمة عليه إلا أن المبحث الثالث قام بوضع القناة في الميزان الجيوبوليتيكي .

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري لجيوبوليتيك الإعلام

تمهيد:

يعتبر موضوع "جيبوليتيك الإعلام" موضوعا بالغ الأهمية في ظل التحولات السريعة الموجودة في النظام الدولي المعاصر، إذ أن القوة المرتبطة حصرا بالأبعاد العسكرية والاقتصادية التقليدية تغيرت وامتدت لتصبح شاملة للفضاء الإعلامي والمعلوماتي الذي أصبح ميدانا للتنافس والهيمنة بين القوى الكبرى، وهذا ما جعل من جيوبوليتيك الإعلام، موضوعا خصبا يستحق الدراسة.

للإحاطة بالموضوع إحاطة أكاديمية علمية رصينة ومنهجية، يأتي هذا الفصل من هذه المذكرة ليشكل الإطار المفاهيمي والنظري الشامل. الذي تنبثق منه كل التحليلات، وترتكز عليه كل الاستنتاجات، وقد تم تقسيمه لثلاث مباحث متكاملة، إذ أن المبحث الأول يتناول مفهومة جيوبوليتيك، وهذا من خلاله أربعة مطالب تستعرض على التوالي السياق التاريخي لهذا العلم، ثم التعريفات المتعددة. التي شملت حقبا تاريخية وزمانية عديدة، ثم المدارس الجيوبوليتيكية المتنوعة الشاملة لكل منطق المنطلقات العلمي ومناهجه. وصولا إلى مكانة التي تحتلها الجزائر، وهذا بوصفها أداة تحليلية لا غنى عنها في فهم الرهانات والتوازنات الدولية، في حين أن المبحث الثاني يشمل مفهوم الإعلام الدولي، مستعرضا تعريفاته المتنوعة والأطر النظرية التي قد أسست من أجل فهم الوقائع الدولية، مع التركيز على الإعلام الدولي الجزائري. هذا لأنه نموذجا تطبيقيا يعكس توجهات الدولة الجزائرية في الفضاء الدولي العالمي. ويأتي بعده المبحث الثالث الذي يجمع بين الحقلين في مفهوم جامع وهو جيوبوليتيك الإعلام الذي يندرج فيه تعريفه وتأطيره للنظريات، وكذلك رصد الفاعلين فيه وتحليل وقائعه على صعيد الإعلام الدولي، وهذا من خلال وصفه. فضاء تنافسيا يقوم بإعادة رسم الخرائط.

المبحث الأول :مفهوم الجيوبوليتيك

يعتبر موضوع جيوبوليتيك حقلا معرفيا هاما. له جذور تاريخية وتشعبات فكرية فالجيوبوليتيك ليس مجرد مصطلح تقني جاء في علم الجغرافيا، بل هو رؤية تحليلية تختص بالعلاقة الجوهرية بين المحيط الجغرافي والسياسة، ساعية إلى فهم كيف تحول الدول والفاعلين الدوليين الأرض والموقع إلى عناصر استراتيجية تخدم مصالحها ومشاريعها وهذا ما يجعلها دائما في حركة مستمرة.

المطلب الأول :السياق التاريخي والجذور الفكرية للجيوبوليتيك

ترجع جذور الجيوسياسية كعلم وممارسة لعلم الجغرافيا، وبالأخص لأحدى فروعه المعروفة بالجغرافيا السياسية. وعند الرجوع إلى ما مضى، نجد أن علاقة السياسة بالأرض أو الفضاء الجغرافي كانت موجودة كذلك في العصور القديمة، وهذا تأكيدا لما جاء به الفلاسفة والمؤرخين القدامى الذين أكدوا ذلك رغم اختلاف أفكارهم وتوجهاتهم، إلا أنهم اتفقوا على العلاقة القوية بين الموقع الجغرافي للدولة وسياستها، وقد ساهمت هذه الفكرة في وضع اللبنة الأولى لما يعرف حاليا بالجيوبوليتيك .وقد كانت البداية. مع الإغريقي "هيرودوتس Herodote" في كتابته التاريخية التي اهتم فيها بعلم التاريخ والأنثروبولوجيا والجغرافيا على حد سواء. وهذا ما اتضح في مقولته المشهورة، حيث قال: "سياسة الدولة تعتمد على جغرافيتها".[1]

خلال فترة (428_347 ق.م) تحدث "أفلاطون" في كتابه الجمهورية، عن وحدة الدول وكيف تتحقق عند ترابط السكان.2 في السياق نفسه، نجد المفكر والفيلسوف "أرسطو" في فترة امتدت بين (384_332 ق.م) تحدث في كتابه "السياسة" عن نجاح ما سماه "بالمدينة"، وأشار فيه إلى أهمية الموقع الجغرافي، وكيف يؤثر عليه سياسة الدولة، وهذا ما اتضح في المثال الذي طرحه على أهمية الموانئ في التبادل التجاري وقد اهتم بالحدود السياسية للدولة، كما أنه ركز

[1] أ.رضوان بوهديل، "الجيوسياسة - الجيوبوليتيك - من الفكر إلى الأداة / La géopolitique: de la pensée à l'outil"،[المجلة الجزائرية للأمن الإنساني]، 2016، ص. 218.

[2] ضياء محمود الدردساوي، "تطور مفهوم الجغرافيا السياسية: من المفاهيم التقليدية إلى التوجهات المعاصرة"، المجلة العربية للنشر العلمي، الإصدار الثامن، العدد 78 (أبريل 2025): 219

بشكل الخصوص على حتمية الموقع الجغرافي والفلكي. حيث ربطهما بالظروف المناخية التي قد تؤثر على السلوك السياسي للإنسان.[1]

في حقبة امتدت ما بين (25_60 ق.م) وفي كتابه المعنون "بالجغرافيا" للمفكر الجغرافي الفرنسي "سترابون Strabon" ربط بين الجغرافيا والحياة السياسية، حيث أكد على أن الحركية البشرية لابد أن تؤثر على الفضاء الجغرافي. فحسب "سترابون" الجغرافيا ترتبط بالممارسات الحكومية، وقد كان كتابه الجغرافيا مكون من 17 مجلد الذي تكلم فيه خصيصا عن وضعية العالم آنذاك. [2] بعد أن بدأت معالم هذا العلم في الوضوح، جاء المفكر العربي "عبد الرحمن ابن خلدون" في القرون الوسطى ما بين (1406_1332م) بكتابيه التاريخ والمقدمة، بحيث ركز على حجم الدول وكيفية تطورها، وهذا من خلال الامتداد الجغرافي وزيادة حجم أراضيها، إذ أنه أكد على أن تحرص الدول على تمديد فتوحاتها وغزواتها. كذلك في فترة امتدت بين(1463_1527م) أشاد الفيلسوف والمفكر الإيطالي "نيكولا ميكيافيلي" عن شرعية استعمال القوة من أجل نجاح الدولة. حيث يعتبر أن هذا ضرورة حتمية. فنجاح ما أطلق عليه إقليم الدولة يُمكن بناء الأمة والدفاع عليها[3].

يمكن القول إن علاقة الجغرافيا بالسياسة اتضحت معالمها مع بروز المفهوم المعاصر للدولة، بداية مع "جون بودان Joannes bodinus"(1530_1596م) في مؤلفه "الكتب الستة للجمهورية". حيث أنه حدد السيادة كسلطة عليا غير قابلة للتجزئة ومرتبطة بالدولة، وقد ربط السيادة بالكيان الإقليمي والجغرافي.[4] تعددت الآراء الخاصة بالمفكرين والفلاسفة القدامى حول أهمية الجغرافيا بالنسبة للسياسة، إلا أن النقلة النوعية في الفكر الجيوسياسي القديم كانت في الفترة الممتدة ما بين(1689_1755م) للمفكر والفيلسوف الفرنسي "مونتسكيو" هذا ما برز في مؤلفه تحت عنوان "روح القوانين" عام 1748 في نظريته حول المناخ. وفي عام 1750. أشار إلى أن صياغة القوانين ووجودها في بلد معين ما هو إلا امتداد وارتباط بالمناخ والبيئة، وهذا في كتابه المعروف "بالدفاع عن روح القوانين" وقد ذكر كيف أن للمناخ أن

[1] نواف السلمي، "الجغرافيا السياسية"، مجلة كلية الحقوق والعلوم السياسية والإدارية، الجامعة اللبنانية ص8-9، متاح على: https://droit.ul.edu.lb/journal/files/44/11.pdf

[2] أ.رضوان بوهديل، المرجع السابق، ص218.

[3] أ.رضوان بوهديل، المرجع السابق، ص219

[4] وليد عتلم، "مبدأ السيادة المطاطة"، مجلة السياسة الدولية، (القاهرة: مؤسسة الأهرام)، متاح على: https://www.siyassa.org.eg/News/18444.aspx

يؤثر على الحياة المعيشية للأفراد فيزيائيا وبشريا.[1] أيضا، أكد "مونتسكيو Montesquieu" في كتابه روح القوانين في جزئه الثالث على أن حاجيات الإنسان بمختلف المناخات هي التي تقوم بتكوين طرق العيش. ثم هذه الطرق هي من تحدد لنا شكل القوانين في الدولة.[2]

في منتصف القرن السابع عشر، جاء "السير ويليام بيتي Sir William petty". وهو طبيب جراح، اهتم كثيرا بالجغرافيا، كتب كتاب حول التشريح السياسي لإيرلندا في عام 1672م. ركز به على الأهمية الكبيرة للأرض والسكاني في الدولة ودرسها مناطق النفوذ الدولي وكيف يكون تشكل الدولة ومساحتها المثالية. كما ركز كذلك على الموقع الجغرافي. ديموغرافيا الدولة، وكيف أن هذين، يؤثران كثيرا على اقتصاد الدولة، كما أنه تحدث عن العلاقة بين الجسور البريطانية وأوروبا، وكذلك أشار إلى الطرق البحرية العالمية، وبهذا يكون قد أبرز أهم الصفات الجغرافية للدولة، ألا وهما موقع الدولة والمساحة. [3] أما المفكر "فوبان Vauban"(1633_1707م) برزت فكرته حول الجغرافيا وعلاقتها بالسياسة من خلال كتابه "انتصار المنهج" في فكرته المركزية أن الجغرافيا أداة لصانعي السياسة، إذ أنه يُعتبر رائدًا في الربط بين الجغرافيا والسياسة. وقد كان أول من رأى أن الحدود لا يجب أن تكون مجرد خطوط تقليدية بل حواجز دفاعية مدروسة. وأيضا التنازل عن الأرض لضمان الأمن، أي التنازل عن بعض الأراضي التي يصعب الدفاع عنها لصالح حدود أكثر استقامة، وأقل عرضة للخطر.[4]

أما المفكر " كارل ريتر Carl ritter"(1779_1859م) اعتبر أن جغرافيا ما هي إلا علم يدرس الترابط بين الظواهر الموجودة داخل إقليم جغرافي معين دون الإغفال عن التأثير المتبادل بين الإنسان والأرض الموجود عليها، وأن الجغرافيا تقوم بتفسير نشاط الإنسان على الأرض.[5]

شهد العالم عدة تحولات جوسياسية قبل ولادة المفهوم، وهذا ما اتضح في الكثير من الممارسات وهي كالاتي:

[1] محمد عبد الغني سعودي، الجغرافية السياسية المعاصرة: دراسة الجغرافيا والعلاقات السياسية الدولية، (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2010)، ص.02.

[2] Montesquieu, De l'esprit des lois, éd. Édouard Laboulaye (Paris : Garnier Frères, 1875), partie III, livre XIV, chapitre X.

[3] رياض، الأصول العامة في الجغرافيا السياسية والجيوبوليتيكا، ص. 45

[4] أ.رضوان بوهديل، المرجع السابق، ص219 .

[5] إدريس سلطان صالح يونس، "نشأة الجغرافيا الحديثة"، المرجع الإلكتروني للمعلوماتية، تاريخ الاطلاع: 19 أبريل 2026، متاح على: https://almerja.com/reading.php?idm=128819

- اهتمام بريطانيا بهونغ كونغ، التي تمثل ميناء طبيعيا عميقا يتيح التحكم في مداخل جنوب شرق آسيا عام 1842.[1]
- عملية شراء آلاسك عام 1867، وقطع التمدد الروسي نحو المحيط الهادي وهذا لقطع أي تمدد روسي محتمل نحو الساحل الغربي لأمريكا الشمالية.[32]
- انفصال تكساس عن المكسيك وضمها إلى الولايات المتحدة الأمريكية لإعادة توزيع الجغرافيا السياسية للقارة الأمريكية عام 1836وهي ليست مجرد ثورة شعبية بل جعلت هذا الحدث نموذجا لأحد المحاور الأساسية في التفكير الجيوسياسي.[4]

المطلب الثاني: تعريف الجيوبوليتيك والمفاهيم المتداخلة

الفرع الأول: تعريف الجيوبوليتيك

الجيوسياسة: حسب قاموس "بنغوين" هي طريقة في تحليل السياسة الخارجية تحاول فهم وشرح التنبؤ بالسلوك السياسي الدولي من حيث التحولات الجغرافية فالهوية السياسية يرى على أنها تحدد بالجغرافيا.[5]

حسب "هارولد سبراوت Harold sprout". في مقال له عام 1963 فإن كلمة "geopollitcs" ما هي إلا ترجمة غير دقيقة للكلمة الألمانية "eopolituk" التي تعني استغلال المعرفة لخدمة أغراض نظام قومي.[6] وحسب " Frédéric Lasserre" و"Emmanuel Gonon "على أنها ماهي إلا تحليل للرهانات الإقليمية[7].

اما الجيوبوليتيك وتعني أثر السياسة على الجغرافيا [8]

ارتبط المصطلح ايتمولوجيا باليونانيين قديما حيث تشير كلمة "Geia" إلى آلهة الأرض و"polis " إلى دولة المدينة. لنستنتج أن Geiapolis تعني لليونانيين استكشاف الأشكال الأرضية ومراقبتها وتنظيمها بواسطة البشر أما

[1] Alfred Thayer Mahan, The Influence of Sea Power upon History, 1660–1783 (Boston: Little, Brown and Company, 1890), 35–36.

[2] Mahan, A. T. (1890). The Influence of Sea Power upon History, p. 83.

[4] Halford John Mackinder, "The Geographical Pivot of History," The Geographical Journal 23, no. 4 (1904): 421.

[5] غراهام إيفانز وجيفري نوينهام، قاموس بنغوين للعلاقات الدولية، ترجمة مركز الخليج للأبحاث (دبي: مركز الخليج للأبحاث، 2004)،ص269

[6] المرجع نفسه،ص270.

[7] آمال علي الهادفي، "الإعلام الرياضي كاستراتيجية لصنع النفوذ الجيو-سياسي: beIN Sports القطرية نموذجاً"، مجلة علمية سنوية محكمة، عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: علوم الأنشطة البدنية والرياضية وتحديات الألفية الثالثة (الجزائر: جامعة الجزائر 03) ص256.

[8] الدردساوي، "تطور مفهوم الجغرافيا السياسية"، ص217.

إبستمولوجيا فهو مكون من جزئين "Geo " والتي تعني الجغرافيا و"Politic " وهي السياسة وهذا يعني أنه هناك علاقة بين الأرض والجغرافيا مع السياسة، ومنه فالجيوسياسة أو جيوبوليتيك هي علم يدرس كيفية تأثير الأرض على السياسة، ويمكن القول إنها هي العلم الذي يساعدنا على دراسة استخدام الجغرافية كقوة للتعبير عن المواقف السياسية.[1]

يمكن تعريفها اجرائيا: هي علم يختص بدراسة العلاقة التي تربط الأرض بقوة الدولة، أي الموقع الجغرافي بالعمليات السياسية. وتدرس التوسع الإقليمي والجوي والبحري.

الفرع الثاني: المفاهيم المتداخلة

يقع الخلط دائما بين المفاهيم وخاصة بين الجغرافيا السياسية والجيوسياسة الا أن كلاهما يختلف عن الآخر وهذا لأن الجغرافيا السياسية للبلاد تقوم بربط وتحليل تفاعل البشر على رقعة معينة من الأرض. أما الجيوبوليتيك فتعتمد على رسم تصورات مستقبلية، وهذا ضمن تفاعلات البشر والجغرافيا. يمكن القول إن علم الجغرافيا السياسية، ينظر إلى الدولة على

أنها وحدة جامدة ترتبط بالواقع الحالي، نجد أن الجيوبولتيك ينظر إلى الدولة ككائن حي ينمو ويربطه أيضا بالمستقبل.[2]

ويمكن توضيح الفرق أكثر في الجدول التالي:

الجدول رقم (1): الفرق بين الجيوبوليتيك والجغر افيا السياسية

الجغرافيا السياسية	الجيوبوليتيك
تمارس الدولة سيادتها داخل حدودها فقط	عدم الاعتراف بالحدود الجامدة
معالجة مشكلات الحاضر وأحيانا الماضي	الدولة كائن عضوي حي ينمو ويتوسع
الموضوعية والشمولية والعالم كتلة جامدة	تتصف بالديناميكية وأنها ليست علمية
ثابتة غير متحركة	رسم خطط لمستقبل الدولة
متجردة من دوافع استعمال القوة	تؤمن بالقوة والسيطرة

المصدر: رتيبة برد، "الفكر الجيوسياسي والقراءات النظرية لترتيبات السيطرة الدولية،" مجلة طبنه للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 04، العدد 46 (2021): 159.

[1] مريم مخلوف، "الجيوبوليتيك - Geopolitics"، الموسوعة السياسية، نشر في: 26 أبريل 2018، تاريخ الاطلاع: 20 أبريل 2026، متاح على: https://political-encyclopedia.org/dictionary/الجيوبوليتيك

[2] الدردساوي، "تطور مفهوم الجغرافيا السياسية"، ص217.

يتضح لنا من هذا الشكل ان الجغرافيا السياسية علم لا يسعى للتوسع بينما الجيوبوليتيك بالنسبة لها التوسع على حساب الأقاليم الأخرى ضرورة لابد منها.

المطلب الثالث: أهم مدارس الجيوبوليتيك

اختلفت الأفكار وتعددت المدارس التي أولت اهتماما كبيرا بهذا الحقل المعرفي الجديد، وهذا راجع لتعدد المفكرين من كل أرجاء العالم، الذين طوروا الجيوسياسة، كل حسب أيديولوجيته وما يخدم توجهاته والبلد الذي ينتمي إليه، إلا أننا يمكن حصرها في أربعة مدارس: المدرسة الألمانية ثم البريطانية فالأمريكية (الاتجاه الأنجلوسكسوني) والاتجاه الفرنسي

بعد حرب 1945. منع استعمال الجيوسياسة في الكثير من الدول، وهذا لارتباطه بالألمان والنازية ومنعت في أوروبا والاتحاد السوفياتي وكذلك الولايات المتحدة الأمريكية، إلا أننا نجد أنه وقع الكثير من التغيرات. وهذا ما وقع في اتفاقية يالطا في فيفري 1945، إذا أنها قسمت ألمانيا وبولونيا، الشيء الذي خلق حدود جديدة وتقسيم الهند بعد الاستقلال وكذلك. كوريا والفيتامين عام 1954 وأيضا فرنسا التي قامت بإبعاد الجيوبوليتيك خاصة في وقت الثورة الجزائرية، وهذه من أجل أن تتفادى أي استغلال أيديولوجي.[1]

المدرسة الألمانية:

لم يكن ظهور هذه المدرسة من قبل المفكرين الألمان إلا من نزعة قومية ووطنية، وهذا السعي لتنمية القوة الألمانية في الصرح الدولي آنذاك من خلال دعم علمي وأكاديمي.

يعتبر " فريدريك راتزل Friedrich Ratzel" (1844_1904) المؤسس الحقيقي للجغرافيا السياسية الحديثة، وهذا راجع للتشبيه الدولة بالكائن الحي، أي أنه يجب على الدولة. أن تنمو وإلا أنها ستموت استنباطا من المدرسة من المدرسة الداروينية الاجتماعية التي سادت في تلك الفترة، وكانت مفاهيمها تصب على التأكيد التشابه بين المجتمع البشري والحيوان، وأنه على الدولة أن تتوسع على حساب المساحات أخرى لا تخص إقليمها، ولكي تحافظ عليها يجب

[1] The Yalta Conference, 1945." Office of the Historian, U.S. Department of State, www.history.state.gov/milestones/1937-1945/yalta-conf. Accessed 19 Apr. 2026

أن تدفع سكانها للعيش فيها، وهذا من أجل ضمها للإقليم. الدولة، سعيا في توسيع حدودها،[1] أطلق قوانين تطور الدول وهي سبعة:

- القانون الأول: إقليم الدولة الجغرافيا ينمو بنمو الحضارة أو الثقافة المتعلقة بتلك الدولة.
- القانون الثاني: عندما تنمو الدولة بشكل واسع فإنها ستقوم بضم وحدات جديدة لها.
- القانون الثالث: لابد على الدولة أن تحافظ على حدودها، فهي التي تقوم بحمايتها.
- القانون الرابع: تقوم الدولة بامتصاص الأقاليم ذات القيمة السياسية أثناء نموها.
- القانون الخامس: دائما ما يأتي الدافع من أجل التوسع خارجيا.
- القانون السادس: الميل إلى توسع ينتقل من دولة إلى أخرى.
- القانون السابع: عملية النمو للدولة ما هي إلا ترجمة لتزايد سكانها. [2]

ورأى أن التوسع لا ينحصر فقط في كونه عسكريا، وإنما يكون دينيا وتجاريا وسياسيا أيضا. ويرى أن التوسع التجاري له الأثر الكبير أكثر من السياسي، وأن طرق التجارية ما هي إلا تمثيل وتمديد للنفوذ السياسي. [3] بناء على "راتزل" إن أفكاره اتضحت في قوانينه فهو يرى أن الجغرافيا السياسية حتمية، وهذا ما يجعلنا نقول انه يؤمن أن حدود الدولة قابلة للتوسع والحركة من مكانها، والدولة تبقى تتوسع إن لم تواجه مقاومة خارجية تمنعها [4]

"رودلف كيلينRudolf kjellen "(1864_1922م) كان يرى الدولة على أساس كائن حي وعاقل، له قدرات عقلية وأخلاقية. وقد جاء "كيلين" بفكرة أن الدولة عندما تتوسع، لا تتبع قوانين عضوية في التطور بل تقنيات حضارية، وهذا لكي تحقيق أهدافها، وضع خمس خطوات في دراسة الدول وهي: الجيوبوليتيك، ديموغرافيا السياسية، والاقتصاد السياسي، وعلم الاجتماع السياسي، والحكومة السياسية.[5]

[1] محمد رياض، الأصول العامة في الجغرافيا السياسية والجيوبوليتيكا: مع دراسة تطبيقية على الشرق الأوسط، (القاهرة: مؤسسة هنداوي، 2012)، ص ص. 45-46

[2] مريم مخلوف، "الجيوبوليتيك - Geopolitics"، الموسوعة السياسية، 26 أبريل 2018، متاح على: https://political-encyclopedia.org/dictionary/الجيوبوليتيك

[3] مريم مخلوف، "الجيوبوليتيك - Geopolitics"، الموسوعة السياسية، 26 أبريل 2018، متاح على: https://political-encyclopedia.org/dictionary/الجيوبوليتيك

[4] عدنان الصافي، الجغرافيا السياسية بين الماضي والحاضر، (عمان: مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع)، ص. 22.

[5] Mahan, The Influence of Sea Power, 83.

ثاني أهم رواد هذه المدرسة هو "كارل هاوس هوفرKarl Haushofer " (1869_1946م) الذي كان عسكريا في الجيش الألماني "لهتلر". قام بإصدار في 1912 كتاب استنبطه من أفكار "راتزل". وقد قسم العالم إلى أربعة. أقاليم كانت كالتالي: الاول أوروبي بالإضافة إلى إفريقيا بزعامة ألمانيا، والثاني فيه الأمريكيتين تحت سيطرة الولايات المتحدة الأمريكية والثالث فيه آسيا الوسطى وشبه الجزيرة الهندية والجزيرة الأسترالية، وهذه كلها تكون بزعامة الاتحاد السوفياتي والاقليم الرابع يكون فيه ما بقي من قارة آسيا الشرقية، ويكون بقيادة اليابان. ركز على دراسة عوامل قوة الدولة وعلاقتها بالموقع الجغرافي، لذلك يكون الألمان قد قاموا بجعل الجيوبوليتيك منهج علمي يقوم بخدمة الحزب النازي الذي يدعو بذلك إلى التوسع الجغرافي.[1]دعا "هاوس هوفر" للتحالف بين ألمانيا، كانت تمثل بالنسبة له القوة البرية، واليابان، من جهة ذلك أنها تمثل القوة البحرية، وهذا لمواجهة توسع بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية آنذاك. ومن جهة ثانية لم يؤيد التوسع من جهة روسيا. وقد قام بمعارضة السياسة الألمانية التي اضطهدت اليهود دائما أن الأرض هي التي توحد الشعوب وليس الدين والأعراق. ويمكن القول إن المدرسة الألمانية قد تأثرت بمقاربة "كارل ريتر" التي مفادها الطبيعة والبيئة والمدرسة الداروينية كل هذا جعل المدرسة تتعرض للانتقادات لاذعة، وهذا لاعتمادها على أفكار النازية التي تعطي الشرعية الكاملة للتوسع على حساب الأطراف الأخرى واستعمال القوة، ولم تعتبر هذه الفكرة ناجحة على أرض الواقع وهذا راجع لخروج ألمانيا مهزومة من الحرب العالمية الثانية. [2]

المدرسة الأنجلوسكسونية:

إن مفهوم الجيوبوليتيك العلمي جاء مع "جاك أنسيلJacques Ancel" في كتابه الجيوسياسية. فقد انتقد الأفكار الألمانية. وهذا في فترة كانت بين الحربين العالميتين. بسبب أن الألمان كان لديهم أطماع توسعية وسلطوية، فظهر البريطانيين والأمريكيين كمفكرين جدد في الساحة من أجل البحث في هذا المفهوم[3]

ويمكن تقسيمها إلى اتجاهين كالتالي:

[1] أ.رضوان بوهديل، المرجع السابق، ص225

[2] "المدرسة الألمانية: الحتمية الجغرافية لراتزل وهاوسهوفر ونظريات القوة البرية"، منصة التعليم الإلكتروني، جامعة سطيف 2، تاريخ الاطلاع: 20 أبريل 2026، متاح على: https://cte.univ-setif2.dz/moodle/mod/book/tool/print/index.php?id=2649

[3] أ.رضوان بوهديل، المرجع السابق، ص222 .

المدرسة البريطانية: اعتمدت المدرسة البريطانية بزعامة "الأميرال هارفورد ما كيندرMackinder" على مفهوم القوة البحرية. وهذا راجع لطبيعة الجغرافية التي اختصت بها بريطانيا وكيف تولي أهمية. قصوى للأسطول البحري الذي يمثل درعا لحماية الدولة وتوسعها، [1]

نظرية "ماكيندر" عن قلب العالم، والتي كانت تصب فحواها حول فكرة من يحكم أوروبا الشرقية، يتحكم في قلب العالم، ومن يحكم قلب العالم، يتحكم الجزيرة العالم، ومن يحكم جزيرة العالم يتحكم بالعالم كله. [2]

تمحورت أفكاره "ماكيندر" في كتابه المحور الجغرافي للتاريخ على خوف بريطانيا من توسع الجغرافي الذي عرفته في الآونة الأخيرة وهذه استنادا لتطوير نظرية الهارتلاند التي تعتبر محور العالم، والتي تشمل أوراسيا أي الاتحاد السوفياتي، إضافة إلى سيبيريا وهيمالايا، وكذلك جنوب شرق آسيا. وعرف بأنه كان معاد لأي عملية تحالف أو تعاون بين الألماني والسوفيات. [3]

المدرسة الأمريكية: كان "الأميرال ألفريد ماهان Mahan" من أوائل من اهتم بالجيوسياسية، وهذا راجع لما قبل 1914، بحيث حط تركيزه على سؤال كان مفاده كيف تصبح الولايات المتحدة الأمريكية قوة عالمية كبيرة؟ ركزوا على دراسة الصراع التاريخية الذي دار بين فرنسا وبريطانيا. هذا ما جعله يصل إلى نتيجة مفادها أن التفوق البريطاني راجع إلى الانتشار الواسع من خلال البحار، وهذا من خلال التحكم في نقاط العبور والممرات البحرية، وهذا ما فشلت فيه فرنسا التي كانت لديها أطماع توسعية استعمارية.[4]

وجاء "سيبكمان" ليؤيد "ما كندر" ونظريته وأوضح بأنه يتفق مع نظريته للدولة التي تسيطر على جزيرة العالم القديم، تستطيع التحكم في العالم [5].أصدر بعد ذلك "نيكولاس سيبكمانSpykman" كتابا عام 1938، الذي أشار فيه إلى الجمع ما بين البر والبحر، وصولا إلى القوة والهيمنة وكتابه كان تحت عنوان "جغرافيا والسياسة الخارجية". وقد عارض أفكار هارتلاند وكذلك "هاوس هوفر" ويعود الفضل في ذلك في وضع القواعد الأساسية للسياسة الأمريكية لنظرية "سيبكمان" وقد نشأ عن أفكاره النظرية المواجهاتية وصاحبها "صامويل هنتنغتون" في كتابه صراع الحضارات

[1] أ.رضوان بوهديل، المرجع السابق، ص227

[2] عبد الله، في أصول الجغرافية السياسية، ص.20.

[3] H.J. Mackinder, "Democratic Ideals and Reality", National Defence University Press, Washington 1996, p. 175-194

[4] .رضوان بوهديل، المرجع السابق، ص229

[5]محمد عبد السلام، الجغرافيا السياسية: دراسة نظرية وتطبيقات عالمية،ص. 74.

فكرته الجوهرية تمحورت حول إعادة رسم خريطة الصراع الكوني على أساس حضاري، إذ أنه أكد على أن الحضارات ليست الدول التي تلعب دور مركزي في القرن الواحد والعشرين .

"زبيقينو بريجينسكي Zbigniew Brzezinski" كتب في كتابه رقعة الشطرنج الكبرى حول الأهمية الكبيرة اللي الفضاء الأوراسي أعتبر أن آسيا الوسطى ما هي إلا نقطة وصل بين الشرق والغرب. وندد على عدم ترك المنطقة اللي تسيطر عليها أطراف أخرى، وإن أمريكا هي التي يجب أن تسيطر عليها، وهذا ما تجسد بالفعل في. أرض الواقع من قبل أمريكا، عبر إقامة القواعد العسكرية الخاصة بها[1]

المدرسة الفرنسية:

"بولفيدال دولابلاش Vidal de la Blache Paul"كتب كتاب الجغرافيا السياسية الصادرة عام 1898، كان من أوائل المفكرين الفرنسيين الذين أولوا اهتماما لهذا العلم في فرنسا، وقد عبر عن مناهضة فرنسا للتوسع الألماني في أوروبا.[2]

ثم أتى "جاك آنسيل" الذي يرى أن الحدود الجغرافية الطبيعية هي لا تشكل بالضرورة حدود حقيقية مفصلية مثل البحار والأنهار والجبال، وحدد الأهمية للعلاقات الإنسانية وتحديد الحدود الجغرافية للدول.

المدرسة الروسية:

لم يكن للمفهوم الجيوبوليتيك مكانة كبيرة عند الروس. إذ إنهم حاربوا المفهوم، وركزوا على فكرته أن الأيديولوجية هي من تقود العلاقات الدولية. وفي عام 1994، عرفه القاموس العسكرية الروسية الجيوبوليتيك بأنها سياسة عسكرية ذات طابع عدواني. جاء "ألكسندر ديسفرسكي" الذي كان بدوره عسكري روسي. بمفهوم جديد ومختلف كليا، وكانت فكرته أن القوة الجوية هي الأساس، وليست الأرض والبحر ومن يتحكم في مجال الجوي والفضاء

[1] Zbigniew Brzezinski, The Grand Chessboard: American Primacy and Its Geostrategic Imperatives, (New York: Basic Books, 1997), pp. 123-135.

[2] Paul Vidal de la Blache, "La géographie politique, à propos des écrits de M. Frédéric Ratzel," Annales de Géographie, t. 7, n°32, (1898), pp. 97-111

قد يتحكم في العالم بأسره.[1] نشر "ألكسندر دوغينAlexander Dugin" مقال بعنوان حرب القارات عام1991 حيث قسم فيه الصراع إلى قسمين:

القوة البرية روما الخالدة التي تنطوي على مبدأ الدولة المستقلة والجماعات المحلية والمثالية. وفي جهة أخرى نجد حضارات البحر التي تتمثل في قرطاج الخالدة، وترتكز على الفردانية. المادية، وكذلك التجارة، وأسقط كلا منهما على الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا.

وقد أشار في كتابه النظرية السياسية الرابعة إلى التلاحم ضد الليبرالية الديمقراطية والقضاء عليها، وتعزيز الثقافة السلافية وكذلك حمايتها من الاختراق الغربي،[2]

الجيوسياسة النقدية:

في ثمانيات القرن الماضي لوحظ على أنه هو التحليل الجيوسياسي الكلاسيكي، أصبح غير كافي، فولدت منطلقات بحثية جديدة في الولايات المتحدة الأمريكية من أجل دراسة والتحليل جيوبوليتيكي كان هذا الفكر مستنبطا من الجغرافيين السياسيين "سيمون دالبي" و"جيرار توال" و"كلاوس دودز". [3]ويعد "جرارGearóid Ó Tuathail" هو المؤسس الفعلي ل جيوبوليتيك النقدية في كتابه نقد "جيرار" الجيوبولتيك بممارسة إمبريالية. وقد قسم تحليل الجيوبولتيك إلى ثلاث مستويات:

- الجيوبولتيك الرسمية (Formal Geopolitics): يختص بها ما أنتجه المفكرين والأكاديميين نظريات الجغرافيا والقوة
- الجيوبولتيك العلمية (Practical Geopolitics): وهذا تعني به الخطاب الجيوسياسي عند صانع القرار والدبلوماسيين

[1] رتيبة برد، "الفكر الجيوسياسي والقراءات النظرية لترتيبات السيطرة الدولية"، مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 40، العدد 46، (2021)، ص ص. 167-168.

[2] برد، "الفكر الجيوسياسي والقراءات النظرية لترتيبات السيطرة الدولية"، ص 169

[3] بن مساهل آلاء الرحمان وشاعة محمد، "جيوسياسية العلاقات الدولية: التحولات المعرفية والانتقالات المفاهيمية"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 06، العدد 01، (2021)، ص ص. 753-762.

- أما الجيوبوليتيك الشعبية (Popular Geopolitics): أي صورة جيوسياسية في الثقافة الجماهيرية والإعلام.[1]

مدرسة ما بعد الدولاتية:

نجد أن " ألفين يوجين توفلر" ينبه في مؤلفه صدمة المستقبل، إلى أن التغيير المتسارع لا يضر بالأفراد فحسب، وإنما يخل بالأمم كذلك، إذ أنه يصل حتى إلى حياتنا الشخصية، ويجبرنا على أداء أدوار جديدة هذا يعني لنا جيوبوليتيكيا، إن الدول التي لا تستطيع استيعاب التغيير المفاجئ، والقدرة على التكيف في النظام الدولي.[2] يقدم أيضا تشخيصا شاملا لصدمة جماعية، وذلك للتغيير المتسارع في أبعاد الحياة الإنسانية، موضحا أن مستوى الحمل المعلوماتي. يساهم في رفع مستوى الضغط الاجتماعي والشخصي. ويعد توفلر أحد الأوائل الذين أخذوا بعين الاعتبار الحدود الجسدية والنفسية لقدرة الإنسان على التكيف، وكيف يصبح التغيير صادما.[3]

يبرز توفلر ثلاث تحولات الرئيسية التحضر السريع، والنمو الاقتصادي، وارتفاع استهلاك الطاقة، حيث اعتبر أن المعرفة هي من تغذي هذه التحولات وأن التكنولوجيا هي من تدفعها. يمكن القول إن البعد الجيوبوليتيكي لصدمة المستقبل. يكمن في أن الدول التي تنتج المعرفة وتتحكم أيضا في تدفق المعلومات هي من تملك القوة الحقيقية في النظام الدولي ما بعد الصناعي.[4]

المطلب الرابع: المكانة الجيوبوليتيكية للجزائر

تحتل الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية موقع جيوبوليتيكيا استثنائيا يجعلها من أكثر دول محورية في البحر الأبيض المتوسط وشمال إفريقيا والساحل. والمحللون الاستراتيجيون على مدار العقود الماضية يقولون بأن الجزائر تعتبر نقطة التقاء حضارات وتقاطع مصالح القوى الكبرى، وهذا راجع لثرواتها الطبيعية وقدراتها العسكرية الكبيرة، وموقعها الجغرافي الهائل [5]

[1] Ó Tuathail, G. & Dalby, S. (1998). "Introduction: Rethinking Geopolitics: Towards a Critical Geopolitics". In: Rethinking Geopolitics. London: Routledge, pp. 1–15.

[2] Alvin Toffler, Future Shock (New York: Random House, 1970), 11.

[3] Toffler, Future Shock, 30.

[4] Toffler, Future Shock, 19.

[5] . Yahia H. Zoubir, "Algeria's Foreign Policy: Between Continuity and Change," The Journal of North African Studies

تمتلك الجزائر موقع جيوستراتيجي يجعلها تتميز في الدراسات الجيوبوليتيكية، فنجدها تمثل أكبر مساحة في القارة الإفريقية وأكبر دولة في العالم العربي بمساحة 2,381,741 كلم مربع، وتكتسب حدود برية مع سبعة دول إذ يحدها شرقا تونس وليبيا وغربا المغرب والجمهورية الصحراوية الغربية وموريتانيا. وفي الجنوب مالي والنيجر ولها إطلالة على البحر الأبيض المتوسط شمالا بساحل يمتد طوله لأكثر من 1200 كلم، هذا لا يجعلها دولة ذات ثقل جغرافي بل يحولها إلى فاعل استراتيجي مؤثر في أي معادلة إقليمية دولية.[1]

البعد العسكري:

تعتبر الجزائر القوة العسكرية الأولى في شمال إفريقيا، وتكمن استراتيجيتها الدفاعية حول حماية الأرض والتصدي للإرهاب وحماية البنية التحتية الطاقوية الحيوية. وتتبنى عقيدة غير انحيازية وتتجنب بها الأحلاف الرسمية كحلف النيتو.[2] تجسد الخارجية الجزائرية نهجا مبدئيا متماسكا يعتمد على عدم التدخل في شؤون الدول الأخرى مع احترام السيادة، وكذلك دعم حركات التحرر والتزامها نحو مفهوم متجدد. لحركة عدم الانحياز، وقد كان الفضل للثورة المجيدة التحريرية المباركة التي كانت نضالا للاستقلالية، رسخت سياسة خارجية ترفضوا التدخل الأجنبي.[3]

جيوبولتيك الطاقة:

لا نستطيع فهم الموقع الجيوبوليتيكي للجزائر بعيدا عن بعدها، الطاقوي، الذي يمثل أهم الركائز الوطنية وأداة فاعلة في سيادتها الخارجية، وتعتبر الجزائر من أكبر المصدرين للغاز الطبيعي في العالم، وتحتل المورد الثالث للغاز الطبيعي في أوروبا، وهذا ما يتجلى في شبكات الأنابيب الرابطة بين إسبانيا وإيطاليا[4] واتضحت أهميته الاستراتيجية أكثر

[1] رحماني رميساء ومحمد السعيد مكي، "المكانة الجيوبوليتيكية للجزائر في الفضاء المتوسطي بين القوة والقدرة،" مجلة السياسة العالمية، المجلد 7، العدد 2 (2023): 522–535.

[2] . Military Power Rankings, Algeria Military Power Ranking 2025 (MPR, 2025), https://www.militarypowerrankings.com/military-power/algeria

[3] . NESA Center for Strategic Studies, The Non-Alignment Posture of Algeria's Foreign Policy (Washington, DC: Near East South Asia Center for Strategic Studies, July 25, 2022)

[4] U.S. Energy Information Administration (EIA), Algeria: Country Analysis, Washington D.C., EIA, 2023.

إبان الأزمة الأوكرانية عام 2022، حيث لجأت دول أوروبية لاستبدال روسيا بالجزائر في الإمدادات المتعلقة بالغاز، وهذا ما جعل الجزائر تحفظ رصيدا دبلوماسيا.[1]

أيضا، واجهت الجزائر العديد من التهديدات تمتد من الإرهاب إلى التهريب. وصولا إلى موجات النزوح القسري، وهذا راجع لأحداث ليبيا 2011 والأزمة المالية 2012 [2]ولكن في مواجهة هذه التهديدات تمسكت الجزائر بمبدأ راسخ يشكل دبلوماسيتها الأمنية، وهو عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول الأخرى، ودائما ما تسعى إلى الوساطة والحلول السياسية. وهذا ما تجلى خلال توقيع اتفاقية الجزائر عام 2015 بشأن الأزمة المالية [3]كذلك تجمع هذه الأبعاد جملة من مشاكل تواجهها الجزائر التي تضعها في فجوة بين ما تملك من إمكانيات وما تحققه من نفوذ دولي. فالجزائر لها موقع استثنائي وجيواستراتيجي بامتياز، ولها ثروات طبيعية وطاقوية كبيرة، وكذلك لها جيش يعتبر من أقوى جيوش قارة، إلا أننا نجد الباحث عبد النور بن عنتر يفسر هذه الفجوة إلى عوامل بنيوية أهمها أن الجزائر تحتاج استراتيجية قوة ناعمة متكاملة، وقد أهملت الأدوات الدبلوماسية والاقتصادية والإعلامية. [4]

إن مكانة الجزائر الجيوبوليتيكية تتمثل مع تضافر عوامل متعددة تتكامل فيما بينها موقع جغرافي استراتيجي يربط ثلاثة فضاءات حضارية وجيوسياسية. وأيضا الاحتياطات الطاقوية التي جعلت منها ركيزة في منظومة الأمن الطاقوي الأوروبي، وأيضا قوة عسكرية قوية وضاربة إقليميا ودبلوماسيا تتصف بالوساطة محورية في النزع النزاعات. إقليمية، وكل هذه العناصر. تجتمع لتجعل من الجزائر فاعلا ل استراتيجيا أساسيا محوريا لا يمكن تجاوزه في أي معادلة إقليمية أو دولية أو محلية تخص شمال أفريقيا والبحر الأبيض المتوسط والقارة الإفريقية.[5]

خلاصة المبحث الأول:

[1] Assel Nurlanovna Dzhaksybekova et al., "Scenarios for Diversification of EU Natural Gas Supplies from Algeria," African Studies Quarterly, vol. 22, no. 1 (December 2023): 14–16.

[2] Abdennour Benantar, "Algeria's Security Policy: Transformations and Dilemmas in the Context of Regional Unrest and Internal Ḥirāk," Almuntaqa, vol. 5, no. 2 (September/October 2022): 65.

[3] Benantar, "Algeria's Security Policy," 69–72.

[4] Benantar, "Algeria's Security Policy," 79–81

[5] Yahia H. Zoubir, "The Resurgence of Algeria's Foreign Policy in the Twenty-First Century," The Journal of North African Studies 9, no. 2 (2004): 180.

نستنتج أن هذا المفهوم ليس وليد الحداثة الغربية وإنما هو امتداد وتراكم معرفي قديم. وان الجيوبوليتيك ليس علم محايد، بل هو خطاب للقوة جاء في سياق الصراع الاستعماري. ثانيا كثرة التعريفات والمدارس هي المفسرة تدل على ان الجيوبولتيك حقل تتجاذب فيه الرهانات الاستراتيجية الجديدة وهو ما يجعله أداة تحليلية. والمدارس الجيوبوليتيكية تشترك في نقطة واحدة وهي اعتبار أن الجغرافيا متغير حاسم في تشكيل القرار السياسي. بالإضافة الى ان الجزائر الدولة تمتلك موقعا جيوبوليتيكيا استثنائيا وبعدا وعمقا وثروة هائلة.

المبحث الثانيأول: مفهوم الإعلام الدولي

الإعلام الدولي من أكثر الظواهر الاتصالية تعقيدا في عالمنا الحالي، إذ أن وسائل الإعلام لم تعد أداة تواصل داخلية وإنما هي فاعل حقيقي واضح، تتحكم في النفوذ الدولي وسلاحا للدبلوماسية الناعمة. فمن له القدرة على تشكيل الرأي العام الدولي، له القدرة على تشكيل ورسم السياسة العالمية. ولفهمه أكثر يجب استيعاب المفاهيم المؤسسة له والتي أطرت توجهاته، من نظام المعلومات والاتصال العالمي، ولا بد الوقوف عند التجربة الجزائرية في الإعلام الدولي التي تحوي تاريخ الكفاح التحرري وطموحات الحضور على الساحة الإعلامية والإقليمية والدولية.

المطلب الأول: تعريف الإعلام الدولي وأهم سماته

أولاً: السياق التاريخي للإعلام الدولي

منذ زمن طويل تم اعتماد عدة أشكال للإعلام الدولي، فنجد الحضارات كالحضارة الفرعونية والفارسية والرومانية وأيضا الصينية. كانت تعتمد هذا الشكل من الإعلام. وكان هذا من خلال منشورات معلقة. في الأماكن العامة أيضا مارست الدولة الإسلامية في عهد سيدنا محمد ﷺ الإعلام الدولي، وكان في شكل خطابات يرسلها إلى القادة والملوك في عدة دول، ويمكن تصنيف الكتاب على أنه أقدم وسيلة للإعلام الدولي، لأنه كان الوسيلة الوحيدة التي تجعل الشعوب تتعرف على ثقافتها من خلال كتب وتعتبر الدعاية الخارجية التي برزت في الحضارة الرومانية. كانت عاملا لقيام الحروب القيصرية المشهورة، وفي القرون الوسطى ومع استبداد الكنيسة في أوروبا، اتسمت هذه الفترة ببروز الإعلام الدولي، وهذا للتغاضي عن كل ما هو داخلي في الدولة، وإبراز فقط أخبار الحروب والانتصارات العسكرية وأخبار الملوك، وقد كان قسم الشؤون الخارجية هو من يتصدر اهتمامات الصحافة آنذاك، وقد برزت بعد ذلك وكالات الأنباء إلى أن صدرت أول صحيفة أمريكية بأمريكا بالولايات المتحدة الأمريكية يوما 25-9-1690م بعنوان الوقائع العامة الخارجية والمحلية.[1] وفي القرن التاسع عشر خلال الثورة الصناعية تشكلت وكالات أنباء عالمية كثيرة وقد مثل الإعلام الدولي في الحربين العالميتين الأولى والثانية. أداة دعائية في خدمة الأهداف السياسية والعسكرية للدول المتحاربة [2] وكذلك مرحلة الحرب الباردة حيث استعملت كل الإذاعات ووكالات الأنباء استعمالا إيديولوجيا، هذا فقط لخدمة الرأي العام العالمي. وكسب التأييد. أما بعد الحرب الباردة، فإن الولايات المتحدة الأمريكية وحلفائها سيطرت على

[1] صالح بن بوزة، «الإعلام والسياسة الخارجية: دراسة في الإعلام الخارجي والدبلوماسية»، المجلة الجزائرية للاتصال (1997): 60-62.

[2] زينب ياقوت، "دور الإعلام الجزائري في السياسة الخارجية"، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والعلاقات الدولية 12، العدد 17 (ديسمبر 2021): 112.

الإعلام الدولي، وأصبحت وسائل الاتصال الحديثة والأقمار الصناعية. قوى كبرى تهيمن عليها. وهذا ما يبرز الأهمية الكبيرة للإعلام الدولي. كأداة أساسية في الصراع الدولي.[1]

ثانيًا: تعريف الإعلام الدولي

الإعلام: يعد تعريف الإعلام من التعاريف التي اختلف عليها الباحثين، نظراً لتشعّب الظاهرة الإعلامية وتداخلها مع حقول معرفية متعددة كعلوم الاتصال والسياسة والاجتماع. غير أن ثمة اتفاقاً عاماً على أن الإعلام في أصله يقوم على نقل المعلومات وتداولها بين المُرسِل والمستقبِل.

أولاً: في اللغة:

الإعلام لغةً مصدر الفعل الرباعي "أَعْلَمَ"، يقال: أعلمتُه بالأمر أي أبلغتُه إياه وأطلعتُه عليه[2]، وهو في أصله العربي يعني نقل الخبر وإيصاله إلى الآخرين.

ثانياً: في الاصطلاح:

ويمكن إجمالها فيما يلي:

يرى "عبد اللطيف حمزة" أن الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة.[3]

أما "محمد منير حجاب" فيعرّف الإعلام بأنه "نقل المعلومات والآراء والاتجاهات من شخص إلى آخر من خلال الوسيلة المناسبة".[4]

وفي السياق ذاته، يذهب "فاروق أبو زيد" إلى أن الإعلام هو "المنتج الإعلامي، أي البيانات والأنباء والأفكار وسائر مضامين ومخرجات وسائل الاتصال".[5]

[1] مجد الهاشمي، الإعلام الدبلوماسي والسياسي (عمان: دار أسامة، 2011)، ص. 202

[2] ابن منظور، لسان العرب، تنسيق وتعليق علي شيري، ط. 1 (بيروت: دار إحياء التراث العربي، 1988)، ج. 9، ص. 371.

[3] عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية (القاهرة: دار الفكر العربي، 1984)، ص. 23.

[4] محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، ط. 1 (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)، ص. 61.

[5] فاروق أبو زيد، مدخل إلى علم الصحافة، ط. 2 (القاهرة: عالم الكتب، 1998)، ص. 80.

الإعلام الدولي:. هو نشاط اتصالي يقوم بتزويد الجمهور الخارجي، أي خارج حدود الدولة، بالأخبار والحقائق بطريقة موضوعية دون تزييف، وهذا يخلق درجة كبيرة من الإدراك والمعرفة للجمهور، هذا ليكون رأي ه صائب متكامل . حول الوقائع العالمية المطروحة.[1]

يعرفه "محمد سيد محمد" بأنه الإعلام الذي يسهم به المجتمع او جماعة أو هيئة أو مؤسسة في الساحة الإعلامية بحيث يستجيب لتلقيه رجل الشارع العالمي أي المستمع أو المشاهد أو القارئ بصفة عامة في العالم.[2]

التعريف الإجرائي للإعلام الدولي:_هو عملية اتصال بين فئات جماهيرية قصد تبادل الأخبار والمعلومات والحقائق الثابتة هذا لتكوين رأي صائب موضوعي حول وقائع الموجودة في الوسط الدولي.

وقد ساعد على ظهور الإعلام الدولي عدة عوامل منها التكنولوجيا الحديثة، خاصة الإنترنت مع توفر العتاد والخبرات العلمية أو الإعلامية، مما جعل الدول الغنية هي من تستحوذ عليه، نجد أن الإعلام الدولي ظهر. طبعا بمفهومه الجديد إبان الحرب الباردة في المعسكر الشرقي والغربي، الذي يمثل كل من الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفياتي، وبعد سقوط الاتحاد السوفياتي، أصبح الإعلام الدولي تسيطر عليه كل من أوروبا وأمريكا وحلفائهما، مما انبثق منه وكالات أنباء عالمية وفضائيات هائلة للسيطرة على الأخبار.[3]

ثالثًا: خصائص الإعلام الدولي ووظائفه:،

- أو لا: يمثل حلقة وصل بين الحضارات والثقافات، مما يؤدي إلى تبادل المعلومات مماالذي يح اي الذي يحرز تقدما للشعوب.
- ثانيا: ، الإعلام الدولي أحد وسائل السياسة الخارجية.،
- ثالثا ا: الإعلام يخترق ي امم. يختار ق الحدود بين الدول والشعوب.
- ااا رابعا: ، الإعلام الدولي ي، وركز على الجماعات المؤثرة في النظرة السياسية.
- خامسا: ، يتصف الإعلام الدولي بأنه موجه لدول أخرى، آه، فذلك هو. لدول أخرى، فذلك هو يتم بطريقة مدروسة ومقصودة.[4]كثير، توها تهميش، آه سبعة، عبد الرزاق دمي، دليمي، عبد الرزاق الدليمي أيضا يقصد

[1] محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية (عمّان: نبلاء ناشرون وموزعون — دار أسامة للنشر، 2014)، 28–29.

[2] ياسمين مصطفى عبد المنعم وإبراهيم أحمد، الدبلوماسية الإعلامية، ط1 (الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، 2015)، 63.

[3] زينب ياقوت، "دور الإعلام الجزائري في السياسة الخارجية: العلاقات الجزائرية الإفريقية أنموذجاً"، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والعلاقات الدولية، المجلد 12، العدد 17 (ديسمبر 2021): 115.

[4] عبد الرزاق الدليمي، الإعلام المتخصص، ط. 1 (عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015)، 67

إيوصح دي ليلة التعريف الإجرائي للإعلام الدولي هو عملية اتصال بين فئات. جماهيرية. آه. قصده تبادل الأخبار والمعلومات والحقائق، الذهب الثابتة، هذولي، تكوين رأي صائب موضوعي حول وقائع موجودة. صح، أوكي، خطي مثلا مشوش؟

أما عن وظائف الإعلام الدولي فتتمثل أبرزها في:

الوظيفة التربوية والتنشيئية: أصبح الاعلام الدولي المؤسسة التربوية والتعليمية التي حلت في مكان المدرسة والأسرة اذ يلعب دور أساسي في جعل الأجيال الجديدة تتلقن منظومة معرفية مجردة من سياقها التاريخي وذات نزعة استهلاكية ومن هذا نجد أنه يمارس أخطر دور في المجتمع اذ أنه يعمل على إحداث ثورة في الإدراك المجتمعي التي تتكيف مع العولمة.

وظيفة الاختراق الثقافي: وهذا يتم من خلال الاختراق الثقافي للمنظومة الفكرية من خلال جعل المسلسلات والأفلام. وقد نجحت أمريكا في ذلك من خلال التسويق للنموذج الثقافي الأمريكي كنموذج مثالي.

وظيفة استقطاب النخب وترويج لإيديولوجيا العولمة: تعمل وسائل الاعلام الدولي دائما من أجل استقطاب النخب المثقفة من أجل فكرة العولمة وذلك من خلال الحوارات التلفزيونية والمقالات والمؤتمرات وهذا من أجل إضعاف الثقافات والسياسات الأخرى دون الإغفال عن تكثيف الجهود لمساندة السياسات الاقتصادية المتعلقة بالبنك الدولي وصندوق النقد الدولي وأيضا منظمة التجارة العالمية.[1]

وظيفة جعل النظام العالمي غير متوازن: الدراسات تقول بأن العولمة هي أكبر مستفيد من النظام الإعلامي العالمي الحالي الذي من سماته عدم التوازن. أي أن المعلومات تأتي للدول المتفوقة فيها ثم تذهب الى الدول الأطراف بشكل عمودي من الشمال للجنوب.[2]

المطلب الثاني: الأطر النظرية للإعلام الدولي وعلاقته بالسياسة الخارجية

الفرع الأول: أهم النظريات

أولاً: نظريات هيمنة النخبة على الإعلام

[1] [1] الإعلام والاتصال الدولي (المرجع الإلكتروني للمعلوماتية)، ص 31–32، شوهد في 30 أبريل 2026، https://ns1.almerja.com/more.php?idm=264482.

[2] Ibid.32–31 ص ،.

1. نظرية صناعة المو افقة Manufacturing Consent: وتنقسم إلى:

النسخة التنفيذية: ترى أن المحتوى الإعلامي يتوافق مع أجندات المسؤولين الحكوميين في السلطة التنفيذية وإطاراتهم المرجعية، وخير مثال: هو تحليل "روبرت إنتمان" (Robert M. Entman) للتغطية الإعلامية الأمريكية، وهذا خلال حادثتي إسقاط الطائرة الكورية والطائرة الإيرانية. إذ أن التغطية انحازت في كل شيء لكفة الولايات المتحدة الأمريكية [1]

النسخة النخبوية: قام بصياغتها "دانيال تشارلز هالين" (Daniel Charles Hallin) وهذا انطلاقا من دراسته ل حرب الفيتنام وتقوم على ثلاثة دوائر وهي كالاتي: دائرة الإجماع، دائرة الجدل، المشروع ودائرة الانحراف. ويرى أن التغطية الإعلامية النقدية لا تظهر إلا حين تنقسم النخبة السياسية حول القضية.[2]

2. نظرية الفهرسة (Indexing): عمل "وليام لانس بنيت"(William Lance Bennett) على تأكيد هذه النظرية يؤكد أن وسائل الإعلام الجماهيرية تقوم بعمل تغطيات وفق النقاش الحكومي، وأن نقد الإعلام للسياسة التنفيذية. لا يعني استقلاليته، بل يبين الصراعات داخل مراكز القوى، وهذه النظرية لا تلغي التأثير الإعلامي، غير أنها تقيد نطاقه في أروقة النخب السياسية. [3]

ثانياً: نظريات تأثير الإعلام على صنع القرار الخارجي

1. تأثير CNN

من أهم نظريات الإعلام الدولي. تقوم على فكرة أن التغطية الإعلامية المباشرة قادرة على الضغط على الحكومات الغربية ودفعها نحو التدخل في الأزمات الإنسانية، وقد بقي هذا التأثير كجدال، إذ أن السياسيون يصرون على إقرار بأهمية الإعلام في تشكيل استجاباتهم اتجاه الأزمات الإنسانية. وقد أثبت روبنسون أن هذا التأثير يأتي مع غياب اليقين السياسي بتغطية ذات إطار نقدي[4] .

[1] Piers Robinson, "Theorizing the Influence of Media on World Politics: Models of Media Influence on Foreign Policy," European Journal of Communication 16, no. 4 (2001): 525.

[2] Robinson, "Theorizing the Influence," 526

[3] Piers Robinson, "The Media and Foreign Policy," in Oxford Research Encyclopedia of Politics (Oxford: Oxford University Press, 2017), 17.

[4] [8] Robinson, "The Media and Foreign Policy," 12.

2. نظرية التأطير (Framing)

يعتبر التأطير أداة لفهم كيف يؤثر الإعلام في السياسة الخارجية، فالإطار يشير إلى الخصائص المحددة للسرد التي تدفع من يدرك الأحداث ويفكر فيها نحو تطوير فهم خاص لها.[1] مثال: توظيف وزير الخارجية الأمريكية "وارن كريستوفر" إطار الأحقاد العرقية القديمة، هذا من أجل تبرير عدم تدخل في البوسنة خلال المراحل الأولى من الحرب 1992_1995 بعدها تحول الإطار السائد نحو الوحشية القومية الصربية، مما شرع على مطالبة بالتدخل، وجعل الإعلام فاعلا في إعادة تعريف الصراع في البوسنة، بوصفه قضية ينبغي للولايات المتحدة الأمريكية التحرك ازائها.[2]

3. نموذج التفاعل بين الإعلام والسياسة (Policy–Media Interaction Model)

جاء "بيير روبنسون" (Piers Robinson) بنموذج تحليلي يحدد الشروط التي يتحول فيها الإعلام من مرآة سلبية إلى فاعل مؤثر في رسم السياسة الخارجية. وهذا وفق ما يلي:

عندما نجد إجماعا نخبويا فإن العلاقة بين الإعلام والدولة تتمثل في أن الإعلام يعمل داخل دائرة الإجماع. ويصبح بذلك دور الإعلام يصنع الموافقة على السياسة الرسمية. أما عندما نجد انقسام نخبوي، فنجد أن الإعلام يعمل داخل دائرة الجدل المشروع. أي أنه يصبح دور الإعلام يمكن الانقسام النخبوي، أما بالنسبة لعندما يصبح انقسام نخبوي بالإضافة إلى غياب اليقين السياسي ومعه تغطية نقدية، فإن الإعلام يتحول إلى طرف فاعل، وبذلك يصبح دور الإعلام يؤثر في توجيه السياسة الحكومية. يعد غياب اليقين السياسي هو المفهوم المحوري لهذا النموذج. لأنه كلما ازداد الغموض وانعدام التنسيق بين أجهزة السلطة التنفيذية، زادت القابلية للتأثر بالتغطية الإعلامية النقدية.[3]

4. النموذج التنافسي السياسي (Wolfsfeld)

وقد أكمل المفكر "غادي وولفسفيلد"(Gadi Wolfsfeld) نموذج "بيير روبنسون"(Piers Robinson) بتركيز على الجماعات الغير النخبوية أي المهمشة، إذ يرى أن درجة سيطرة السلطات على البيئة السياسية هي المتغير الظرفي

[1] Robinson, "Theorizing the Influence," 531.

[2] Robinson, "Theorizing the Influence," 532.

[3] Robinson, "Theorizing the Influence," 537–538

المحوري .ويستشهد بانتفاضة الفلسطينيين عام 1987، حيث أن إسرائيل قد فقدت السيطرة على الأجندة الإعلامية حين عجزت عن ضبط البيئة السياسية، مما أعطى للقضية الفلسطينية شرعية وأذاع صيتها دبلوماسيا.[1]

5.التصنيف الرباعي للإعلام الدولي (Gilboa)

يقدم لنا "إيتان جيلبوا"(Eytan Gilboa) تصنيف الأدوار التي يقوم بها الإعلام الدولي في السياسة الخارجية. إذ أنه يصنفه إلى أربعة أنماط. وهي الإعلام المتحكم الذي يتحكم ويستبدل لنا صانع القرار، ويقوم هو بقيادة السياسة بدلا منه، ونجد كذلك الإعلام المقيد الذي يقيد لنا ويعيق السياسة الخارجية دون أن يتحكم فيها. الإعلام الوسيط الذي يتحول فيه الإعلاميون إلى وسطاء في النزاعات الدولية من أجل حلها، والإعلام الأداتي الذي يوظفه القادة كأداة لتقدم لنا التفاوض وتعبئة الرأي العام لدعم الاتفاقيات.[2]

الفرع الثاني: علاقة الإعلام الدولي بالسياسة الخارجية

أولا: المقاربة الو اقعية: يرى الواقعيون البنيويون، ولا سيما "والتز"(Waltz, 1979) أن الإعلام ليس إلا متغيرا هامشيا في تفسير السياسة الخارجية، إذ أن الطابع الفوضوي للنظام الدولي. يحتم على الدولة أن تسعى لأمنها ذاتيا، ولا تتأثر قراراتها بالمنظومة الإعلامية، أما الواقعيون الكلاسيكيون وعلى رأسهم "مورغنثاو"(Morgenthau, 1954) يعتبرون أن الإعلام مرآة عاكسة لبنية القوة في الدولة، مما يساعدها في متابعة مصالحها الوطنية، مما يرسخ رؤية نخبوية للعلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية. [3]

ثانيا: المقاربة الليبرالية: تولى الليبرالية أهمية كبيرة لدور الإعلام والرأي العام، وأن الإعلام والرأي العام يعتبران كمؤسسة تتمتع بالقدرات على التأثير في سلوك الدولة، والمقاربة الليبرالية مبنية على أن الديمقراطيات الليبرالية. تنفر من الحرب لأنها بحاجة إلى موافقة من الجمهور أي الرأي العام والمؤسسات التشريعية، ونجد في هذا الإطار يذهب "أوين"(Owen, 1994) إلى قول إن الإعلام الدولي وتدفق المعلومات عبر الإنترنت، أتاح للمنظمات اختراق الحدود الدولية والضغط على صانعي القرار السياسي، وهذا استشهادا لاتفاقيتي كيوتو وأوتاوا كنموذج في فعالية هذا التأثير.[4]

[1] Robinson, "Theorizing the Influence," 539–540.

[2] Eytan Gilboa, "Global Communication and Foreign Policy," Journal of Communication 52, no. 4 (2002): 732–733.

[3] Piers Robinson, "The Media and Foreign Policy," in Oxford Research Encyclopedia of Politics (Oxford: Oxford University Press, 2017), 4–5

[4] Ibid., 5.

ثالثا: المقاربات النقدية: تتقاطع الماركسية والنظرية النقدية، مع الواقعية في وصف العلاقة بين الإعلام والدولة، إذ انها تحمل دلالات أيديولوجية أعمق، وهذا راجع لكل من "إدوارد صموئيل هيرمان"(Edward Samuel Herman) و"نعوم أفروم تشومسكي"(Noam Avram Chomsky) إلى أن الإعلام وسيلة دعائية تخدم السياسة الخارجية الأمريكية، شارحا ذلك أن الديمقراطيات الغربية لها طابعا أخلاقيا زائفا، إلا أنها في الواقع تخدم مصالحها الاقتصادية والذاتية والسياسية.[1]

رابعا: المقاربات البنائية وما بعد البنيوية: تناول جيمس "دير ديريان"(Der Derian, 2009) في كتابه الحرب الفاضلة شبكة المجمع العسكري الإعلامية الترفيهية ونقد آلياتها في خدمة السلطة في خدمة السلطة، إلا أننا نجد "هانسن"(Hansen, 2011) يعتبر أن الإنترنت والهواتف الذكية قامت بمساواة بين منتجي المحتوى ومستهلكيه في ميادين تمثيل الأمن.[2] .

تعتبر السياسة الخارجية بمثابة برنامج العمل المختار من قبل الممثلين الرسميين للدولة، وهذا من بين العديد من البرامج من أجل تحقيق أهداف الدولة الخارجية. وما هي إلا تعبير عن توجهات الدولة خارجيا، هذا من أجل الحفاظ عن أمنها. وتحقيق مصالحها الاقتصادية، ومقاومة الاختراقات الأمنية الإعلام هو أحد أهم أدوات تنفيذ السياسة الخارجية، حيث أنه يربط بين ما هو داخليا وخارجيا للدولة. حيث أن كل الوظائف والوسائل السياسية على المستوى الدولي تطبق الوظيفة الإعلامية، والإعلام يسعى لتحقيق أهداف من خلال المؤسسات الإعلامية أيضا التي تعمل في الإعلام الدولي، وهذا من خلال البعثات الدبلوماسية التي تقوم بوظائف دعائية. عبر وكالة الإنباء الدولية ذائعة الصيت، بالإضافة إلى الصحف، والمجلات دولية، والإذاعات الدولية. وفي هذا الصدد يمكن ذكر وكالة الأنباء الفرنسية على سبيل المثال وراديو أوروبا الحرة وأيضا راديو الحرية.[3]

الإعلام الدولي يعكس الأوضاع الموجودة في الدولة، وترتبط قوة الأوضاع العسكرية والسياسية والاقتصادية بقوته وبقوة السياسة الخارجية، إذا أنها إذا بنيت على أسس فعالة ودقيقة تعمل على مساعدة الإعلام الدولي، لأنه يعبر عن هذه الأوضاع ويقويها ويقلل من أوضاع الضعف فيها. تولي الدول الكبرى أهمية كبيرة للإعلام الدولي، حيث أن

[1] Ibid., 6.

[2] Ibid., 7.

[3] زينب ياقوت، "دور الإعلام الجزائري في السياسة الخارجية: العلاقات الجزائرية الإفريقية أنموذجاً"، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والعلاقات الدولية 12، العدد 17 (ديسمبر 2021): 118–121

مصالحها تزداد في الساحة الدولية، وكذلك الدول الكبرى تسعى دوما إلى أن تسيطر على وسائل الإعلام الدولي وتحتكرها، هذا لتحصل على تأثير كبير في الرأي العام، وتقوم بتوجيهه. ونجاح الإعلام الدولي مربوط بنجاح سياسة الدولة، والإعلام الدولي، ليس من يرسم السياسة الدولة، وإنما هو وسيلة للتعبير عنها للجماهير. وهذا عن طريق نقل المعلومات والأخبار وعدم التصريح ببعضها. إن الإعلام الدولي هو أحد أهم مرتكزات السياسة العامة للدول، وأهم عامل مؤثر في ميادينها الكبرى، وحتى المنظمات أصبحت تسعى لإنشاء أجهزة من أجل القيام بالوظيفة الإعلامية الخارجية.[1]

يمكن القول إن نظريات "هالين" و"بينيت" و"هيرمان" و"تشومسكي" أن الإعلام الدولي ما هو إلا أداة تسير في غالب الأحيان، وفق ما تريده النخب السياسية، إذ أن التغطية الإعلامية تبقى مفهرسة. صار وفق حدود جدل المسموح بها نخبويا و"روبنسن" يثبت أنه عندما تنقسم النخبة، ويغيب اليقين السياسي، يتحول الإعلام من مرآة سلبية إلى فاعل يؤثر في فعلا في مسار القرار. دون الإغفال عن الصراع حول التأطير، أي على كيفية تعريف الأحداث، لا على الأحداث ذاتها. فمن يملك أدوات التأطير يملك قدرة على إعطاء الشرعية أو سلبها، وهذا ما يتمثل حقا في جوهر الجيوبوليتيك الإعلامي. الإعلام الدولي لم. يبقى ناقل للوقائع والأخبار، بل أصبح ساحة صراع توازي السياسة الخارجية، تنافس فيه القوة العظمى. على تشكيل الحقيقة، وإداه لإعادة توزيع النفوذ بين الدول دون اللجوء إلى القوة الصلبة.

المطلب الثالث: و اقع الإعلام الدولي الجز ائري

أولا: النشأة

تعتبر البدايات الأولى للإعلام الدولي في الجزائر. تعود إلى. فترة الثورة التحريرية. وهذا راجع لصحيفة المجاهد التي أعطت اهتمام كبير لتوضيح أبعاد القضية الجزائرية في المحافل الدولية، وجعل الرأي العام العالمي على علم بحقيقة الكفاح مسلح، وهذا بواسطة عمل إعلامي ودعائي منظم على الصعيد. دولي، وأصبحت صحيفة المجاهد المصدر الأول للأخبار في الأوساط الإعلامية، وهذا لي التزامها بالموضوعية والصدق في تقديم الأخبار.[2] عملت جبهة التحرير على أن تحمل لواء النضال السياسي والدبلوماسي من أجل دعم الكفاح العسكري، وهذا من خلال ميادين الإعلام الدولي، وبعد مؤتمر الصومام تطور إعلام الثورة الجزائرية ليتوجه نحو نشاط إعلامي دولي هدفه إيصال معاناة

[1] Ibid., 122–123.

[2] صالح بن بوزة، "الإعلام والسياسة الخارجية: دراسة في الإعلام الخارجي والدبلوماسية"، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، (د.ت)، ص 74–75

الجزائريين للرأي العام العالمي.[1] وقد تم الاهتمام بالإعلام الدولي بعد الاستقلال الوطني، وهذا لمساندة توجهات السياسة الخارجية الجزائرية وتعزيز علاقات التعاون الخارجية المتبادلة.[2]

وتطور الاهتمام به على مستوى الهياكل الأساسية كوزارة الإعلام سنة 1967.[3]

ثانيا: خصوصية الإعلام الدولي الجزائري

تتمثل توجهات الإعلام الدولي الجزائري انطلاقا من الموقع جيبولتيكي، والبعد الحضاري العربي والإسلامي والمغاربي. وفي ظل كل هذه المحددات. يجب على الصحافة الجزائرية أن تعبر بكل موضوعية ومصداقية عن هذه التوجهات. والتضامن مع كفاح الشعوب من أجل التحرر.[4]

إن تقرير السياسة الإعلامية يعتبر المرجع والوثيقة الرسمية التي تقوم بتحديد صورة أوضح للمنطلقات والأسس الخاصة بالإعلام الدولي، لأنه، وفي ديباجة التقرير، ورد أن الرؤية الجزائرية. السياسة الإعلامية من المنظور الدولي، تتفاعل مع تجارب الشعوب الأخرى، وأيضا تستفيد منها، لأنه يجب على الصحافة الوطنية أن تكون قادرة على أن تساير المجتمع الإنساني.[5]

ثالثا: أدوات الإعلام الدولي الجزائري ومؤسساته

الصحافة المكتوبة

ظهرت في بدايات الاستعمار الفرنسي للجزائر. بظهور جريدة المُمَرِّن الجزائري عام 1834 التي كانت باللغة الفرنسية، ولكن بعد 17 سنة، من الاحتلال أصدر الاستعمار جريدة المبشر، وقد صادفت الأمير عبد القادر وهذا سنة 1847.[6]

[1] فوزية محنوف، "توظيف الإعلام الدولي في النضال الدبلوماسي للثورة التحريرية الجزائرية 1958-1962،" مجلة هيرادات للعلوم الإنسانية الاجتماعية 7، العدد 3 (2023): 143

[2] Ibid., ص 75.

[3] Ibid., ص 76.

[4] Ibid., ص 78–79.

[5] Ibid., ص 78.

[6] زينب ياقوت، "دور الإعلام الجزائري في السياسة الخارجية: العلاقات الجزائرية الإفريقية أنموذجاً"، المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والعلاقات الدولية، المجلد 12، العدد 17 (ديسمبر 2021)، ص 123–124.

ثم ظهرت صحيفة اسمها النصيحة الأسبوعية، لكنها اختفت بعد عام وقد نشرت 62 عددا.[1] وفي الآونة الأخيرة، عرفت الصحافة المكتوبة الجزائرية تطورا ملحوظا، وتعتبر مساحة لإبراز نشاطات وزارة الخارجية محليا ودوليا.

- **الإذاعة**

يبدأ تاريخ الإذاعة الجزائرية بميلاد الإذاعة السرية المعروفة باسم صوت الجزائر المكافحة أثناء الثورة التحريرية المباركة. وقد تم بث إرسال إذاعي من الجزائر المستقلة بتاريخ 28-10-1962م.[2]

وبناء على المرسوم الوزاري المؤرخ بتاريخ 01 جويلية 1986 تم تقسيم مؤسسة الإذاعة والتلفزيون لأربعة مؤسسات الرئيسية وهي كالآتي:

المؤسسة الوطنية التلفزيون، المؤسسة الوطنية للإذاعة، المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني، والمؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.[3]

- **التلفزيون**

عرفت الجزائر التلفزيون في ديسمبر 1956، وهذا خلال الاستعمار عندما أنشأت مصلحة بث محدودة الإرسال، وفي 28-10-1962م قامت الدولة الجزائرية حديثة النشأة ببسط سيادتها على مبنى التلفزيون.[4] وفي 01 جويلية 1986 وبموجب مرسوم الرقم 147. 86. تم إنشاء المؤسسة العمومية للتلفزيون، ويمتلك التلفزيون الجزائري اليوم ثمانية قنوات عمومية ومن أبرزها:

- القناة الوطنية الأرضية باللغة العربية
- قناة الجزائر للجالية الجزائرية المقيمة بأوروبا. تقدم خدماتها بلغة أجنبية أبرزها اللغة الفرنسية.
- القناة الجزائرية الثالثة للجالية الموجودة في الشرق الأوسط باللغة العربية.[5]
- وكالة الأنباء الجزائرية.

---

[1] Ibid., ص 124–125.

[2] Ibid., ص 125.

[3] Ibid., ص 125–126.

[4] Ibid., ص 127–128.

[5] Ibid., ص 128–129.

في تقرير السياسة الإعلامية سنة 1982، نجده يركز بشكل كبير على تطوير وكالة الأنباء الجزائرية، وهذا بواسطة زيادة عدد مكاتبها الخارجية، وأيضا التنسيق مع دول العالم الثالث، هذا من أجل. تحقيق توازن في تدفق الإعلامي الدولي بين الدول، وأيضا التزام الموضوعية والشفافية والصدق في الإعلام الوطني لحماية الجزائر من الغزو الإعلامي الأجنبي[1] .

- مكاتب السفارات الجزائرية.

يأتي في البعثات الدبلوماسية مهمة الإبلاغ والإعلام عما يجري في البلد المبعوث له، فنجد أن السفير يضع الخطط والاستراتيجيات الإعلامية الاتصالية، ويقوم طاقم الأعضاء بتنفيذها، ونجد أن الدبلوماسية الإعلامية تقوم بالاتصال المباشر أو المواجهي الاجتماعات والزيارات المتبادلة، وهذا وفق ما يسمح به البروتوكول الدبلوماسي[2] .

- المؤتمرات الدولية

حضرت الجزائر في مؤتمر باندونج عام 1955 كملاحظ مما اعتبر هذا كانتصار دولي لها احرزته جبهة التحرير الوطني، حيث قامت بإقناع كل المشاركين بعدالة القضية الجزائرية. وكسب الدعم الكتل الأفروآسيوية، وقد تم تسجيل القضية الجزائرية في الدورة العاشرة للجمعية العامة للأمم المتحدة في نهاية 1955.[3]

رابعا: تاريخ العلاقة بين الإعلام الدولي الجزائري والسياسة الخارجية

قام الأمين العام الأسبق لوزارة الخارجية الجزائرية بتحديد تصوره للعلاقة الموجودة بين الإعلام والسياسة الخارجية، بقوله إن الأهداف المتبعة من طرف الحزب والحكومة والصحافة هي واحدة فالصحافة الجزائرية، ما هي إلا ترجمة للسياسة المحددة من قبل جبهة التحرير الوطني والحكومة. ويجب عليها. خلق الأوضاع المناسبة من أجل إنجاح العمل الدبلوماسي، ولهذا أصبحت وسيلة لا يستهان بها على المستوى الداخلي والخارجي[4] .تميزت سنوات السبعينيات بتزايد استخدام القوة والعدوان في العلاقات الدولية، بالأخص من طرف إسرائيل والنظام العنصري في جنوب إفريقيا ضد عدد من البلدان العربية والإفريقية. وقد كان لهذه الأحداث صدى في الصحافة الجزائرية .وفي فترة 1989-

[1] بن بوزة، "الإعلام والسياسة الخارجية"، ص 81.

[2] Ibid., ص 99.

[3] فوزية محنوف، "توظيف الإعلام الدولي في النضال الدبلوماسي للثورة التحريرية الجزائرية 1958-1962،" مجلة هيرادات للعلوم الإنسانية الاجتماعية 7، العدد 3 (2023):.143

[4] بن بوزة، "الإعلام والسياسة الخارجية"، ص 75

1997.تراجع الاهتمام بالإعلام الدولي وبعض وسائل الإعلام الجزائرية في مرحلة التعددية قد ساهمت التشويه الإعلامي السلبي، وهذا من خلال إبرازها العنف اللفظي والإشاعة وجعلها. شابه بشكل كبير الصحافة السياسية الصفراء، وهذا ما جعلها تعطي صورة غير حقيقية للرأي العام العالمي.[1]

خلاصة المبحث الثاني:

لا يوجد تعريف واحد للإعلام الدولي إذ أن التعاريف تتعدد وهذا حسب المرجعية صاحبها. الأطر النظرية تكشف لنا أن الإعلام الدولي ليس ناقل للأحداث محايد بل هو فاعل يعيد بناء الواقع، ويؤطره حسب منطق القوة المهيمنة تكمن العلاقة. بينه وبين سياسة الخارجية بأنها علاقة جدلية مزدوجة الاتجاه بالإضافة الى ان الإعلام يخدم السياسة الخارجية كأداة للتأثير والقوة الناعمة، وتوظف الدول السياسة الخارجية لحماية مصالحها الإعلامية وتوسيع النفوذ الدولي. الإعلام الدولي الجزائري يمتلك رصيد وإمكانيات موضوعية ولغوية جغرافية وتاريخية تؤهله للتأثير في محيطه الإقليمي المغاربي والإفريقي والمتوسطي، وتسعى لتطوير الإعلام الدولي دائما.

[1] بن بوزة، "الإعلام والسياسة الخارجية"، ص 81–82.

المبحث الثالث: مفهوم جيوبوليتيك الإعلام Geopolitics Of Media

لقد عرف الجيوبوليتيك الكلاسيكي بأنه صراع على القوة والنفوذ، إلا أننا نجد حاليا أن المعلومات والإعلام حولت هذه المفاهيم، وهذا راجع للثورة الرقمية، وأصبحت وسائل الاعلام ليست مجرد أدوات لنقل الخبر بل فاعل استراتيجي مستقل تنافس عليه الدول بقدر ما تتنافس على النفط والأراضي، ومن هذا المنطلق يسعى هذا البحث. إلى تأسيس مفهوم جيبوليتيك الإعلام. تعريفا ونشأة وأبعادا، وذلك أنه إطار تحليلي يقوم بتفسير التنافسات الدولية في عصر المعلومات، ودور وسائل الإعلام في رسم خرائط القوة وإعادة تشكيلها في الفضاء الدولي.

المطلب الأول: تعريف جيوبوليتيك الإعلام ونشأته

أولاً: تعريف جيوبوليتيك الإعلام

جيوسياسية وسائل الإعلام: تقوم بدراسة الطبيعة التنافسية والصراعية وذلك لتحقيق النفوذ بين الفاعلين الإعلاميين وتشرح فهم استراتيجية التحكم والتوتر والصراع بين الفاعلين.[1] تدرس جيو سياسية الإعلام التنافس على السلطة في وسائل الإعلام، وتقوم بتوضيح الاختلالات الكبرى الموجودة في عالمنا الحالي، وإمكانية السيطرة على مصادر المعلومات والجماهير من أجل تعبئة الرأي العام، وتعتبر وسيلة لفهم المشاكل الكبرى في العالم، وفهم استراتيجيات التحكم والتنافس بين الجهات الفاعلة في الواقع.[2]

جيوبوليتيك الإعلام هو مصطلح مركب من شقين "الجيوبوليتيك" التي تختص بدراسة التنافس والصراع السلطوي على النفوذ في الفضاء الجغرافي وعلم "الإعلام" الذي يقوم بدراسة وسيلة الاتصال والمعلومات وآثارها على القاعدين في المجتمع وتشكيل الرأي العام، وعند الجمع بينهما، يمكن تحديد جوهره في أنه دراسة تحول وسائل الإعلام إلى وسيلة في ساحة التنافس الجيوسياسي وأداة نفوذ قوية.

---

[11] آمال علي الهادفي، "الإعلام الرياضي كاستراتيجية لصنع النفوذ الجيو-سياسي: beIN Sports القطرية نموذجاً،" مجلة علمية سنوية محكمة، عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: علوم الأنشطة البدنية والرياضية وتحديات الألفية الثالثة، محور: الإعلام والاتصال في المجال الرياضي، جامعة الجزائر 03، ص. 256.

[2] مراد كموش، "جيوسياسية الإعلام في فضاءات الميتافيرس وإعادة تشكل منظومة إعلامية دولية جديدة،" مصداقية، المجلد 2، العدد 2 (2020)، ص. 27.

يتم تعريف المصطلح في الدراسات الأكاديمية الحالية بأنه محاولة لاستيعاب تأثير وسائل التواصل والاتصال وتأثرها بالنزاعات الدولية. إذ أنها أصبحت جزء من سياسة الدول وأداة فاعلة في بناء ثقل الدولة إقليميا ودوليا.[1] وتعتبر فاعلا استراتيجيا يصوغ التوازن الدولي، ويبين السرديات التي تهيمن على السياسات العالمية. ويقدم الباحثون مستويين للفاعلية الإعلامية في الميدان الجيوسياسي المستوى الأول يتمثل في الفاعلية الأداتية إذ أن وسائل الإعلام تعمل كأداة من أجل الوصول لأهدافها في السياسة الخارجية. أما المستوى الثاني يتمثل في الاستقلالية، وذلك لأن وسائل الإعلام. قادرة على إنتاج منطقا سياسيا وجيوسياسيا مستقلا لا يرتبط بالإرادة الدولية، وتصبح بذلك فاعلا وحيدا، وهذا ما يجعله تختلف عن مفهوم الدعاية. يعرفها مركز "بيلفر" للعلوم والشؤون الخارجية في جامعة هارفارد، بأنها المعلومات في عالمنا الحالي، أصبحت مهمة مقارنة بوقت مضى، وهذا راجع للتطورات في التقنية القائمة على البيانات والمعلومات وقد صورت أربعة مزايا لقوة المعلومات: أولا التأثير في البيئة سياسيا واقتصاديا، ثانيا تطوير النمو الاقتصادي وتراكم الثروة. ثالثا السعي للأفضلية في صنع القرار، ورابعا التواصل السريع والآمن.[2] وهذه العوامل الأربعة تشكل أهم ركائز الجيوبوليتيك للإعلام. إضافة. إلى أن الصراع القوي من أجل الحصول على المعلومات ولد لنا منافسة شرسة بين القوى العالمية، حيث تسعى الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا والصين إلى أن تسيطر وتستحوذ على القوة المعلوماتية وتوظيفها لخدمة مصالحها وتوجهاتها.[3] لذلك، فإن جيوبوليتيك الإعلام دراسة لمؤسسات إعلامية، بل هو دراسة لمنطق القوة من يسيطر عليها، ويقوم بإنتاجها، وكيف يتم توجيهها وممارستها على من.

ثانياً: النشأة: مسار التشكل المفاهيمي

لا يمكن القول إن جيوبوليتيك الإعلام حقل معرفي مستقل، بل هو نتاج لتقاطع معرفي بين حقول دراسية علمية متميزة، تمثلت في الجيوبوليتيك الكلاسيكي، والذي يعنى بدراسة العلاقة بين الجغرافيا والسلطة، والقوة السياسية والجيوبوليتيكي النقدي الذي غير المفاهيم الكلاسيكية وعمل على إعادة صياغة الجيوبوليتيك إلى مفاهيم

[1] Maria Frank et al., "Media and Communication Geopolitics in the Context of International Information Disorder," Conference Paper, Institute of Press and Information Sciences, 2025, pp. 2–3 .

[2] Eric Rosenbach and Katherine Mansted, "The Geopolitics of Information," Belfer Center for Science and International Affairs, Harvard Kennedy School, May 28, 2019, pp. 2–3 .

[3] Ibid., p. 4.

جديدة تتجاوز دراسات الإعلام والاتصال التي تعمل على فهم الإعلام ووصفه. كقوة ناعمة وفاعلة، ولها وزن في الفضاء الدولي والعلاقات الدولية.[1]

مراحل تشكل المفهوم:

المرحلة الأولى: التأسيس الضمني (1960_1990):

تعتبر الحرب الباردة هي تمهيد الحركة الأولى لجبوليتيك الإعلام، وقد وظفت كلا من المعسكر الغربي بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية والمعسكر الشرقي بقيادة الاتحاد السوفياتي الإعلام كأداة جيو إستراتيجية، وهذا اتضح من خلال: "إذاعة صوت أمريكا" "راديو أوروبا الحرة" "راديو موسكو" وهذا بجعلها كخطوط مواجهة حقيقية شرسة في الفضاء الإعلامي والمعلوماتي. هذا من أجل نشر الإيديولوجيات والأخبار. التي تخدم كل فئة. وشهدت هذه المرحلة نشوء التنظير لمفهوم القوة الناعمة، إذ أن "جوزيف ناي" أكد على أن فكرة القوة الناعمة كانت موجودة في سلوك أمريكا منذ أواخر الحرب الباردة.[2]

المرحلة الثانية: البلورة الأكاديمية (1990_2010):

كان هناك إقبال على البحث في جيوبوليتيك النقدي، وهذه في نهاية القرن ال 20، تزامنا مع الاهتمام الواضح بالإعلام العالمي، وهذا لوصفه انه متغير استراتيجي في العلاقات الجيوسياسية، ويتخطى حدود الدولة التقليدية بوصفه فاعلا وحيد. وقد ساهم المفكرون مثل "سايمن دالبي" و" كلاوز دودز" وجيراد توال" الذين قاموا بتقديم الجيوبولتيك. ليس كواقع موضوعي وإنما كخطاب يقوم بإنتاج السياسة ويعيد كذلك إعادة إنتاجها.[3] وهذا ما جعل الإعلام يصبح متغير يفسر لنا التنافس الجيوسياسي الحالي.

المرحلة الثالثة: بروز المفهوم (2010_إلى الآن):

[1] Géoconfluences, "Yves Lacoste: Le géographe et le politique," ENS de Lyon, 2002 متاح على: https://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-thematiques/remue-meninges/yves-lacoste (تاريخ الاطلاع: 05 ماي 2026).

[2] Joseph S. Nye Jr., "Soft Power," Foreign Policy, no. 80 (Autumn 1990): 153–171 .

[3] Simon Dalby, "Critical Geopolitics: Discourse, Difference, and Dissent," Environment and Planning D: Society and Space 9 (1991): 261–283.

عرفت هذه المرحلة بتطور الإطار التحليلي ليدمج بين جيوبوليتيك النقدي والكلاسيكي والتواصل السياسي، وتأطير وسائل الإعلام. وديناميات المعلومات الرقمية.[1] وهذا وجد في دراسة تحليل الخطاب الإعلامي في الصراع الدولي ودراسة الحروب الإعلامية، والتضليل الإعلامي والاستثمار في وسائل التواصل الاجتماعي. وقد أصبح التحكم في تدفق المعلومات وإدارتها واحتكار الفضاء الإعلامي أهداف استراتيجية.[2] هذا لأن وسائل الإعلام والاتصال لم تبقى مجرد وسيطة، وإنما أصبحت تشكل رهانات السلطة ومصدر للقوة والهيمنة وبسط النفوذ في الساحة الدولية.

خلاصة يمكن القول إن الجيوبوليتيك الإعلام هو حقل ناشئ. وهذا التقاطع للجيوسياسية وعلم الإعلام والاتصال وعرفت نشأته مسار تراكمي منذ الحرب الباردة إلى عصرنا الحالي الذي بلور لنا المفهوم ويعتبر وحقلا تحليليا متماسكا.

المطلب الثاني: النظريات المؤطِّرة لجيوبوليتيك الإعلام

يعتبر حقل جيوبوليتيك الإعلام حقلا معرفيا مستقلا، يستند في جوهره إلى وجود جملة من النظريات المستمَدة من حقول معرفية أخرى والتي تتمثل في علم الاتصال والجغرافيا السياسية وعلم العلاقات الدولية. وفيما يلي عرض للنظريات الأربع الأساسية التي تُؤطِّر هذا الحقل المعرفي الناشئ.

أولاً: نظرية تأطير الأخبار (Framing Theory)

تعتبر نظرية التأطير الركيزةَ التحليلية الأهم من اجل فهم الكيفية التي تُشكّل بها وسائل الإعلام الصورة الجيوسياسية للدول والأحداث الدولية. قام "روبرت إنتمان" بصياغة التعريفَ الإجرائي الأكثر رواجا في الأدبيات الأكاديمية، إذ أكد ان التأطير هو اختيار بعض الجوانب المراد ابرازها وجعلها اكثر ظهورا طريقة تعرف لنا مشكلا معينا او يعمل على تلقين تفسير سببي محدد وأيضا قد يعطي تقييم أخلاقي لظاهرة م أي تسليط الضوء على قضية لخدمة

[1] Dario Madrid-Morales, Herman Wasserman, and Shabbir Ahmed, "The Geopolitics of Disinformation: Worldviews, Media Consumption and the Adoption of Global Strategic Disinformation Narratives," International Journal of Public Opinion Research 36, no. 3 (2024): edad042

[2] Daniil Korolev, "The Geopolitics of Digital Communication: Media, Identity, and Competing Visions of Technological Futures (US–EU–China)," SAIS Review of International Affairs, December 5, 2025

مصالح معينة[1] ويتجلى بُعد هذه العملية الجيوسياسي في أن وسائل الإعلام هي من تحدد أنماطاً تأطيرية ثابتة وتعمل على ان تُسقط التأويلات غير المرغوب فيها والتي لا تخدم مصالها او تهدد وجودها وتُهمّشها.

وقد طوّر "إنتمان" هذه النظرية لاحقاً في سياق السياسة الخارجية الأمريكية، مقترحاً نموذج "الفاعلية المتدرجة" (Cascading Activation) الذي قم فيه بتوضيح كيف تُشكّل السياسية التأطيرَ الإعلامي للأحداث الدولية.[2] وقد كان لها دور بارز في الدراسات الجيوسياسية الحديثة إذ يُظهر بحث حديث أُجري في مجلة Journalism كيف تُوظّف وسائل الإعلام الصينية واليابانية والكورية الجنوبية التأطيرَ الخبري وهذا من اجل بناء سرديات جيوسياسية متنافسة حول منظمة آسيان (ASEAN)،وهذا بتطبيق لنموذج "إنتمان" الرباعي القائم على تعريف المشكلة، والإسناد السببي، والتقييم الأخلاقي، والتوصية بالمعالجة.[3]

ثانياً: الجيوبوليتيك الشعبي (Popular Geopolitics)

جاء هذا التيار في تسعينيات القرن الماضي، من اجل الفحص النقدي للخطابات الجيوسياسية التي تدور بين الفاعلين الشعبيين والثقافة الجماهيرية. يُعرّف "جيسون ديتمر" و"كلاوس دودز" هذا الحقل بوصفه انشغالاً نقدياً بتاريخ عشرين عاماً من الدراسات الجيوسياسية النقدية، وربط نظري أعمق بدراسات الثقافة؛ إذ تبقى القضية المحورية فيه هي الاهتمام بالتمثيل الجيوسياسي والخطاب.[4] ويُشير الباحثون في هذا الحقل إلى الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في تشكيل فهم الناس للعالم وطريقة تصرفهم؛ فالخطاب الجيوسياسي المتداوَل عبر الأفلام والمجلات والمنابر الرقمية لا يُعكس السياسة فحسب، بل يبنيها او يهدمها في الوعي الشعبي.[5]

[1] Robert M. Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," Journal of Communication 43, no. 4 (Autumn 1993): 52

[2] Robert M. Entman, Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy (Chicago: University of Chicago Press, 2004), 5–9

[3]" Framing ASEAN in the Platform Age: Media Infrastructures and Geopolitical Narratives in East Asia," Journalism and Media 7, no. 1 (2026): 1–18

[4] Jason Dittmer and Klaus Dodds, "Popular Geopolitics Past and Future: Fandom, Identities and Audiences," Geopolitics 13, no. 3 (2008): 437

[5] Ibid., 438.

وقد أثار "ديتمر" و"دودز" قضية الفجوة المنهجية في دراسة الإعلام الجديد والفضاء الإلكتروني، مؤكدَين أن وسائل الإعلام التي ترتبط بالإنترنت تستحق تدقيقاً أكبر وهذا مع تنامي المدونات والمنتديات ومنصات التواصل الاجتماعي،[1] وهو ما يجعل هذه النظرية لها صلة مباشرة بتحليل جيوبوليتيك الإعلام الرقمي الراهن.

ثالثاً: نظرية السيادة الرقمية وجيوبوليتيك الاتصال

يعد البُعد الجيوبوليتيكي للاتصالات الرقمية إطاراً مفاهيمياً محورياً لفهم التحولات العالمية الراهنة، بما فيها آليات حوكمة الفضاء الإلكتروني، ومفاهيم السيادة الرقمية، وخطابات "الإنترنت الحر". ويُشكّل ثلاثي الفاعلين الكبار " الولايات المتحدة والصين والاتحاد الأوروبي " اساس الهوية التكنولوجية العالمية؛ إذ يمارس كل طرف تأثيره من خلال استراتيجيات خطابية إعلامية تُرسّخ مفهومه للسيادة الرقمية.[2] يتجلى محور هذا الصراع في التعارض بين المفهوم الليبرالي للفضاء الإلكتروني المفتوح من جهة، وعقيدة السيادة الإلكترونية والحماية الرقمية من جهة أخرى.[3] وقد صدرت دراسة نشرتها مجلة Digital Society تنامي هذا التوجه؛ مؤكدةً أن السيادة الرقمية باتت أداةً للقوة الاستراتيجية تجعل الدول تحمي أصولها الرقمية من التأثيرات الخارجية، مما أعاد إحياء الاهتمام بالسيطرة الوطنية على الفضاءات الرقمية.[4]

رابعاً: نظرية القوة المعلوماتية (Information Power Theory)

أصدر مركز "بلفر" للعلوم والشؤون الدولية بجامعة هارفارد عام 2019 المرجعَ الأكثر تأثيراً في هذا الإطار النظري ويؤكد "إريك روزنباخ" و"كاثرين مانستيد" أن المعلومات باتت اليوم "أكثر الموارد الجيوسياسية أهمية وتنافساً"، وأن السعي نحو القوة المعلوماتية أي قدرة الدول على استخدام المعلومات للتأثير وصناعة القرار يُعيد رسم حدود المصلحة الوطنية والأولويات الاستراتيجية.[5] وقد استحضر الباحثان التميزَ الذي أرساه "روبرت كيوهين" و"جوزيف

[1] Ibid., 445.

[2] Dennis Broeders, "In Search of Digital Sovereignty and Strategic Autonomy: Normative Power Europe to the Test of Its Geopolitical Ambitions," JCMS: Journal of Common Market Studies 61 (2023): 1261–1280

[3] Ibid.

[4] Georg Glasze et al., "Sovereignty in the Digital Era: Rethinking Territoriality and Governance in Cyberspace," Digital Society 4, no. 1 (2025): 3–5

[5] Eric Rosenbach and Katherine Mansted, "The Geopolitics of Information," paper, Belfer Center for Science and International Affairs, Harvard Kennedy School, May 28, 2019, 1

ناي" عام 1998 بين المعلومات الحرة والتجارية والاستراتيجية، مؤكدَين أن هذه الفئات اصبحت اليوم تتداخل وتتشابك بحيث إن "كل المعلومات تمتلك الآن إمكانية أن تكون استراتيجية".[1] وفي هذا الإطار، تدعو هذه النظرية إلى استيعاب الجيوبوليتيك المعلوماتي في جميع أبعاد السياسة الداخلية والخارجية والاستراتيجية الوطنية، وذلك حتى تحتفظ الدول بسيادتها وامنها ومكانتها في منظومة القوى العالمية.[2] قام "إيف لاكوست" من المدرسة الفرنسية بتحديد الأهمية الكبرى لأنظمة المعلومات التي تترك الأثر الكبير على العمليات الجيوسياسية هي وسائل الإعلام.

ويعد جهاز التلفاز واحد منهم. إذ أنه لم تعد الطريقة العقلانية هي المهيمنة بل الشخصية (الصورة) فقد أصبحت النظريات السياسية والأيديولوجية والجيوسياسية تتم صياغتها من المجتمع على أساس برامج البث التلفزيوني والصورة تتركز فيها عدة رؤى تكون ثقافية وأيديولوجية وعرقية وسياسية وتحمل العديد من الأهداف مؤلفة في تقرير إعلامي واحد يبث من نقطة ويعرض في فترة وجيزة تحمل في فحواها صورة جغرافية وتاريخية ودينية واقتصادية وثقافية للمنطقة أو قضية واحدة [3] لهذا نجد أن وظيفة الإعلامي تكاد تصبح وظيفة الجيوسياسي في وقتنا الحالي.

تعمل وسائل الإعلام على خرق الحدود التقليدية للدولة وهذا زعما أنها تعمل على نشر العولمة وهذا يؤدي إلى تقليل أهمية الهوية والانتماء وصياغة ثقافة عالمية موحدة تخلق لنا (مواطن عالمي مبرمج) يؤمن بأيديولوجية السوق العالمي وأفكار موحدة. يقول "مالك بن نبي ": الاستعمال قام بدراسة أحوالنا النفسية وهو علم بنقاط ضعفنا وعمل على صنع أبواق ليتكلم بها وأقلام يكتب بها. فيجبرنا على تلقي ما يريده فقط. أكد "جوزيف ناي " على القوة الناعمة وأنها القدرة على حصول على النتائج من خلال الإقناع بدل الإكراه. تساهم وسائل الإعلام في عملية التنشئة الدينية التي بدورها تساهم في تنمية الوعي الديني عند الأفراد في المجتمع وهذا لأهمية الدين في الحياة الاجتماعية إلا أن الإعلام قد يساهم في عكس ذلك. فيما يتعلق بالهوية الإسلامية لأنه يتضرر بشدة من تلك الأخبار المتقلبة والبرامج الإعلامية المتحيزة والتشويه الواضح والمعتمد للدين الإسلامي ومعتقداته وثقافته. بالإضافة للتشكيك في صلاحية ومعتقداته وثقافته. تؤثر الجيوسياسية الإعلام على الروابط الاجتماعية أن وسائل الإعلام المعلومة لها عدة سلبيات على تماسك الأسرة.

[1] Ibid., 3.

[2] Ibid., 12–13.

ارتفاع معدلات الطلاق وهذا راجع لكثرة الرسائل الإعلامية. التي تشجع على الفتنة الأسرية من خلال الأفلام والمسلسلات والإعلانات. بالأخص الموجهة للنساء.

سمحت وسائل الإعلام الحديثة. بإدخال نماذج سلوكية لا تتماشى مع الثقافة الدينية والمجتمعية بالأخص الأمة الإسلامية[1]

وسائل الإعلام المعلومة في سياق حروب جيل الخامس:

تمتاز حروب الجيل الخامس بأنها حرب لقهر العقول قبل غزو الأرض. ويستخدم فيها العدو جميع الوسائل سواء كانت تقليدية أو غير تقليدية وأيضا تستعمل فيها القضايا السياسية والدينية والاجتماعية. وتقوم بها منظمات رسمية وهذا لتعطيل الخصم وهزمه قبل مواجهته مع هدف إحداث أكبر قدر من الخسائر والأضرار، ولهذا فعي تعتمد على وسائل الإعلام. وهذا لتصوره صورة تخدم أهداف الحرب وهذا يؤدي إلى تزييف الوعي وفساد العقول وهي حرب الإدراك والوعي[2]

المطلب الثالث: الفاعلون في جيوبوليتيك الإعلام

يعتبر تحديد الفاعلين في الجيوبوليتيك الإعلام من المسائل الرئيسية في الدراسات التي تختص بالإعلام. إذ أنه قد تعددت وتنوعت أبعدها بين البعد الدولاتي التقليدي والبعد المؤسسي الخاص وأيضا البعد الرقمي المعاصر.

أولاً: الدولة بوصفها فاعلاً أساسيا

ظلت الدولة دوما تعتبر كفاعل محوري أساسي في الوسط الإعلامي العالمي وهذا راجع لأنها تقوم بالتحكم في وسائل الإعلام الوطنية وهذا اعتبارا منها أنها امتداد لسيادتها وخدمة لمصالحها الإستراتيجية ويرى "مورنو برايس" أن الدول تقوم بتوظيف الإعلام كجبهة توازي للجبهة العسكرية. وهدفها دوما من أجل ضبط تدفق المعلومات. التي تصل إلى المواطنين.[3] لا أننا نجد بعض الباحثين يصفون المؤسسات الإعلامية العابرة للحدود بأنها في حقيقتها "دول ظل" تعمل

[1] Belmadi, "Geopolitics of Media," 84.

[2] Belmadi, "Geopolitics of Media," 89.

[3] Monroe E. Price, Media and Sovereignty: The Global Information Revolution and Its Challenge to State Power (Cambridge, MA: MIT Press, 2002), 1–3.

من أجل خدمة مصالح وأهداف "الدول الأم" التابعة لها، وهذا يجعل هناك علاقة وترابط وثيق بين السيادة الوطنية والاستراتيجية الإعلامية.

ثانياً: المؤسسات الإعلامية العابرة للحدود

تتصدر المشهد الإعلامي شبكات إعلامية كبيرة "كالجزيرة" و"BBC" و"CNN" تقوم بممارسة نفوذ رمزي في القيام بتشكيل روايات وسرديات وبناء الأجندات. ويعطي "مانويل كاستلز" نمطين من أنواع القوة التي تمارسها هذه المؤسسات: القوة البنيوية التي ترتبط بالسيطرة على الموارد المادية والرمزية، والنوع الثاني القوة العقلانية التي تستند على التأثير في قرارات الفاعلين والعمل على توجيهها لصالح الفاعل المؤثر.[1]

واعتبر الباحثون في جيوسياسية الإعلام أن القوة البنيوية للمؤسسات هي من تشكل قراراتها على الإكراه، وكذلك الإقناع.

ثالثاً: شركات التقنية الكبرى _القوى العظمى الجديدة

أصبحت الشركات الكبرى مثل AMAZON وMETA وGOOGLE تلعب دورا مهما، وهذا راجع لصعودها الكبير الذي يمكنها من أن تتحكم في البنية التحتية المعلوماتية الرقمية. بنفوذ وسلطة لم تكن حتى متاحة لبعض الدول، وفي الوقت الحالي تشهد صعود مجموعة أخرى من شركات أمريكية وعلى رأسهم "آبل" والصينية "كبايدو" و"علي بابا" هذا لتشكل مجموعة جديدة ومنظمة من الشركات الإعلامية والتقنية العابرة للحدود.[2]

وتكمن قوة هذه الشركات في "القوة المنصاتية"، إذ أنها تتمتع بتأثير واسع النطاق. يشمل الوصول إلى صناع القرار، والقابلية على وضع المعايير والممارسات المهنية، وموارد تجعلها تشكل تحالفات خارقة للحدود التقليدية، هذا من أجل تعزيز مصالحها. نجد في هذا السياق قضية "ستارلينك" في الحرب الأوكرانية نموذجا واضحا، وذلك لأنها وضحت كيف أن البنى التحتية تلعب دور أساسي في مجرى النزاع الجيوبوليتيكي الإعلامي.[3]

رابعاً: المنظمات الدولية

[1] Allan Watson, Ben Derudder, and Michael Hoyler, "Transnational Media Corporations in Global Media Cities: A Geographical Approach to Understanding Media Power through Corporate Office Networks," Global Media and Communication 19, no. 3 (2023): 87–89.

[2] Watson, Derudder, and Hoyler, "Transnational Media Corporations",

[3] Raluca Csernatoni, "Corporate Geopolitics: When Billionaires Rival States," Strategic Europe, Carnegie Endowment for International Peace, October 30, 2025

اليونيسكو التي هي بمثابة وكالة أممية متخصصة ،تعمل على رسم المنظومة القانونية الإعلامية الدولية إذ أنها تعمل على تمجيد حرية التعبير والتطوير الإعلامي على المستوى العالمي مع التأكيد على مبدأ استقلالية الصحافة[1]وعملت على تأسيس شبكة عالمية من الجهات التنظيمية هذا من أحل التنسيق للاستجابة الدولية للتحديات التي طرحتها المنصات الرقمية وهذا من خلال مؤتمر جمع منثلين من 124 دولة .وتعمل هذه الشبكة من أجل الحضور على استجابة عالمية لتواجه بها التحديات العالمية وهذا من منطلق مبدأ حماية الحريات وحرية التعبير والحقوق الرقمية للمستخدمين.[2]

خامسًا: المجتمع المدني والفاعلون الشعبويون

يشكل المجتمع المدني والفاعلون الشعبيون انتاجا خطابيا مضاد ويعملون على دمقرطة المعلومات أيضا الناشطون الرقميون والمدونون والصحفيون يمارسون تأثير كبير في الفضاء المعلوماتي لا يمكن التغاضي عنه والمجتمع المدني العالمي هو من أكثر العوامل التي جعلت المشهد الدولي أكثر تعقيدًا. حيث أصبحت المنظمات غير حكومية والشركات العابرة للحدود والمؤسسات الإعلامية العابرة للقوميات تتقاسم الفضاء الدولي مع الدول ذات السيادة والمنظمات الدولية الحكومي.[3]

المطلب الرابع: جيوبوليتيك الإعلام والجزائر

أولاً: الجزائر بين الفاعلية والتأثر (علاقة السلطة بالإعلام)

يرتبط المشهد الإعلامي الجزائري ارتباطا وثيقًا بالسياق السياسي واتسمت العلاقة بين الإعلام والدولة بتذبذب خلال فترات زمنية عديدة فعند رجوعنا لأحداث 1988 نجد أن الجزائر قد عرفت مرحلة من الانفتاح الإعلامي والصحفي إذ أنها شهدت مرحلة 1990و 1992. بحرية الصحافة وسيرورة إعلامية لم تسبق في العالم العربي. حيث تم

[1] UNESCO, Communication and Information Sector — About IPDC (Paris: UNESCO, 2024). https://www.unesco.org/en/international-programme-development-communication/about

[2] UNESCO, Guidelines for the Governance of Digital Platforms (Paris: UNESCO, November 2023). https://www.unesco.org/en/internet-trust/guidelines

[3] Majid Tehranian, "Global Communication and International Relations: Changing Paradigms and Policies," International Journal of Peace Studies 2, no. 1(1997)

تقديم العديد من الانتقادات لبعض المسؤولين والسياسات وقد أتاحت وقامت بتقديم تنويع في الآراء والتحليلات هذا قبل الأزمة الأمنية التي عرفت أنذاك تراجع حاد لحرية الصحافة.[1]

ثانيًا: التحولات الهيكلية

يمس الإعلام الجزائري بعض التحديات البنيوية العميقة التي تساهم في اعاقته لأن يصبح فضاءًا مُستقِلاً بذاته ، وتزداد الأزمة حدة من خلال قانون الصحافة الصادر عام 2023م الذي أسهم في إدخال قيود وعقوبات جديدة وقام بحظر على وسائل الإعلام الجزائرية من الاستفادة من أي تمويل أجنبي خارجي مباشر أو غير مباشر مع التماس عقوبات غرامية لكل من يتجرأ على فعل ذلك وقد تم أيضا إطراء بعض الضغوط الاقتصادية ، إذ أننا نجد تقرير مرصد "مراسلون بلا حدود" إلى أن السلطات تقوم بتوظيف الضغط الاقتصادي من أجل ترويض الإعلام المستقل . كما أيضا تم منع صحيفة "الوطن" الفرنكوفونية من الإعلانات الحكومية التي كانت تتلقاها.[2]

ولا يمكن الإغفال على حقيقة أن الإعلام الجزائري رغم ما يعانيه من عقبات وصعوبات إلا أنه نزعة تاريخية نمو المقاومة، إذ أنه من سماته الجرأة في الأسلوب ومقاومة للضغوط مع نظيره في شمال إفريقيا وهي جرأة اكتسبها من خلال تجربة التصدي للخطوط الحمراء طوال العقود الماضية. بما فيها الانتقام من الجماعات الإسلامية المتشددة والعشرية السوداء[3]

ثالثًا: الأبعاد الجيوبوليتيكية الخارجية

أ/المنافسة الإعلامية في الفضاء المغاربي

تعتبر العلاقة بين الجزائر والمغرب إحدى نماذج الدالة على جيوبوليتيك الإعلام الإقليمي. فقد سبب هذا النزاع الحاد حول قضية الجمهورية العربية الصحراوية تصاعد في حدة التوترات إلى جانب حرب معلومات خطيرة التي ضاعفت حدة المواجهة والصراع القائم. وسببت هذه الحرب الإعلامية ديناميكيات متباينة. إذ أن المغرب تسعى دومًا

[1] El-Issawi, Algerian National Media: Freedom at a Cost, 8–10.

[2] Reporters Without Borders (RSF), Algeria Country Report (Paris: RSF, 2024). https://rsf.org/en/country/algeria

[3] El-Issawi, Algerian National Media: Freedom at a Cost, 18–19.

لتوظيف قيم ومعلومات إخبارية تعاكس كيان الدولة الجزائرية وهذا راجع لتأطير موقف المغرب من القطيعة الدبلوماسية.[1]

وقد بلغت هذه المنافسة الإعلامية حد الاتهامات بين البلدين وهذا من خلال نشر أخبار مغلوطة. وهذا لأن المغرب تقوم بنشر اتهامات حادة المستوى نحو الإعلام الجزائري بتهمة أنه يقوم بترويج قضية الجمهورية الصحراوية بما يخدم موقف ومصالح الجزائر. ونجد أن هذا النزاع الإعلامي يفوق البعد السياسي التقليدي المجرد وإنما يتطور ليدخل الفضاء الرقمي. إذ أنه في الجزائر قد بلغت نسبة مستخدمين الأنترنت 33,4 مليون مستخدم وهذا في بداية عام 2024 أي أنه يعادل 72,9% من السكان وهذا يعني أنه يوفر لنا بيئة رقمية كبيرة تساعد على انتشار المعلومات الزائفة والمضللة.[2]

ب/ التنافس على القضية الصحراوية

قضية الصحراء الغربية هي محور جيوبوليتيك الإعلامي الجزائري. على الصعيد الإقليمي وهذا راجع إلى أن الجزائر لا زالت تحتضن مسؤولية قيادة جبهة البوليساريو والكثير من اللاجئين الصحراويين وهذا إن دل يدل على أن الجزائر لديها التزام وبُعد إنساني واضح مع رسالة جيوبوليتيكية تكرس لأبعاد قيمية قوية تعتمدها الجزائر منذ استقلالها والتنافس المغربي الجزائري متجذر في ديناميكيات أوسع تشمل التنافس على النفوذ والنزاع الترابي حول الصحراء الغربية وهذا ينتج لنا تأطير إعلامي أجنبي والدولي عامل مهم في التأطير على الطرفين.[3]

ج/ الحضور الإعلامي لقوى خارجية (فرنسا _الخليج)

يتميز الفضاء الإعلامي الجزائري بوجود تأثيرات قوية خارجية لقوى متنافسة. على رأسها فرنسا ودول الخليج وأبرز مثال سحب الترخيص الذي مُنح لقناة France24 إذ أن السلطات قامت بسحب ترخيص القناة الفرنسية وهذا

[1] Yingchi Liu et al., "How Algerian and Moroccan Media Framed Their Nation's Stance in Reporting the Algeria-Morocco Diplomatic Break: A Corpus-Based News Values Analysis of Political Narratives," Journalism Practice (2025).

[2] Middle East Council on Global Affairs, "Weaponized Words: How to De-Escalate the Algerian-Moroccan Conflict," September 2025.

[3] European Council on Foreign Relations, "North African Standoff: How the Western Sahara Conflict Is Fuelling New Tensions between Morocco and Algeria," 2021.

لانخراطها في عدائية متكررة اتجاه المؤسسات الوطنية. وهذا يعكس لنا توتر عميق وأكبر في مسألة النفوذ الإعلامي الفرنسي في الجزائر. في ظل إشكاليات الذاكرة الاستعمارية وتشابكات العلاقات السياسية [1]

ويرى زبير أن علاقة الجزائر بالقوى الكبرى تجمع بين رغبة السلطة وحاجة لبناء تحالفات وهذا يجعل الملف الإعلامي أداة سيادية ليس مجرد قناة تواصل وقامت قنوات خليجية عديدة وخاصة الجزيرة في الزيادة من حضورها في المجال الإعلامي المغاربي الإخباري أو على مستوى التشكيل الثقافي والهوياتي. وتتصدّر هذا الحضور ثلاث منظومات إعلامية كبرى: مجموعة MBC السعودية، وقناة العربية الإخبارية، وقناة الجزيرة القطرية. فعلى صعيد البنية المؤسسية، أطلقت مجموعة MBC أول قناة فضائية عربية خاصة عام 1991، وتوسّعت تدريجياً حتى باتت تحتفظ الحكومة السعودية بنسبة 54% من ملكيتها؛ [2]وفي سبتمبر 2019 أطلقت قناة MBC5 المُوجَّهة صراحةً لجمهور دول المغرب العربي، في خطوة تكشف عن توجّه استراتيجي مقصود نحو اختراق السوق الإعلامية لشمال أفريقيا.أما قناة العربية، التي انطلق بثّها عام 2003، فقد تعرّضت مرتين لسحب اعتمادها في الجزائر؛ الأولى عام 2021، إذ وصفتها وزارة الاتصال الجزائرية بـ"التضليل الإعلامي والتلاعب"، [3]والثانية في أكتوبر 2024، في سياق متصل بطريقة تغطيتها للحرب على غزة ولبنان[4] وعلى صعيد موازٍ، تُمثّل قناة الجزيرة القطرية —التي انطلقت عام 1996 بتمويل مباشر من أمير قطر— نموذجاً فريداً للتقاطع بين الإعلام والسياسة، إذ يرى عدد من الباحثين أنها تُعدّ أحد دعائم الأجندة الخارجية لدولة قطر وأداةً من أدوات ضغطها الدبلوماسي الإقليمي.

خلاصة المبحث الثالث:

يعتبر مفهوم جيوبوليتيك الإعلام مفهوم ناشئ يتجاوز الدراسات التقليدية والنظريات المؤطر له من القوة الناعمة إلى الأمن المجتمعي. تتقاطع كلها في تأكيد أن الفضاء الإعلامي الذي هو ميدان للصراع الإستراتيجي يفوق. أثره الميادين العسكرية، وأن الفاعلين فيه ليسوا محصورين في الدول الكبرى، بل أصبح يشمل الشركات الإعلامية الكبرى

[1] Freedom House, Algeria: Freedom in the World 2023 (Washington, DC: Freedom House, 2023).

[2] "ما وراء إيقاف الجزائر لقناة العربية الإخبارية المملوكة للسعودية؟"، Al-Monitor، 21 أكتوبر 2024، https://www.al-monitor.com/originals/2024/10/whats-behind-algerias-suspension-saudi-owned-al-arabiya.

[3] "الجزائر تسحب ترخيص قناة العربية وتتهمها بالتضليل"، وكالة الأناضول، 31 يوليو 2021، https://www.aa.com.tr/ar/الجزائر/الجزائر-تسحب-ترخيص-قناة-العربية-وتتهمها-بالتضليل/2320235.

[4] وكالة الأنباء الجزائرية، بيان وزارة الاتصال الجزائرية بشأن سحب اعتماد قناة العربية، أكتوبر 2024، نقلاً عن: "الجزائر تقرر إغلاق مكتب قناة العربية ومجموعة MBC"، القلعة نيوز، 23 أكتوبر 2024، https://alqalahnews.net/article/382546. ة

العابرة للحدود والمنصات الرقمية الكبرى، وقد أصبحت الجزائر تمتلك من المقومات الجيوبولوتيكية والتاريخية، وهذا يجعلها فاعلا إعلاميا دولي مؤثر، وهذا يبني لنا استراتيجية إعلامية دولية راسخة تسعى لصون السيادة وتعزيز الحضور في النظام الدولي المعاصر.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم استعراضه في مباحث هذا الفصل، يمكن إعطاء جملة من الاستنتاجات التي تشكل قاعدة معرفية راسخة.

أولا: يتبين أن في مفهوم الجيوبوليتيك أن هذا الحقل الحقل قد مر بشوط زمني تطوري طويل، والذي شمل الانتقال الكلاسيكي الذي يركز على الحتمية الجغرافية، انتقالا إلى الجيبولتيك النقدي الذي يقوم عليه تحليل الخطاب، وهذا راجع للتحولات الكبرى في النظام الدولي، كما أن المدارس الجيوبوليتيكية. تلتقي عند فكرة ان الفضاء بمفهومه الواسع، سواء كان جغرافي أو إعلامي سيبقى هو المتغير المحوري، في معادلات القوة والنفوذ الدولي، وفي السياق الإعلام الدولي جاء هذا الفصل، وأكد على أن الإعلام لم يعد. أداة للتواصل بل انه فاعل استراتيجي، يساهم في صياغة التوازنات الدولية. وإعادة إنتاجها، وأن الأطر النظرية تتفق على أن الفضاء الإعلامي العالمي ليس محايدا بل إنه ميدان للتنافس والتموضع الإستراتيجي، أما على صعيد الإعلام الدولي الجزائري، فإنه يؤكد على أن الجزائر تمتلك رصيدا تاريخيا ودبلوماسيا ثريا، الذي جعلها تصبح صوتا مؤثرا في الفضاء الإعلامي الإقليمي والدولي، وأن أهدافها متواصلة من أجل تطوير المنظومة الإعلامية الدولية. استراتيجية باعتباره أن الإعلام امتداد. لسيادتها الخارجية المستقلة، وثقالها الدبلوماسي في المحيط الأفريقي والعربي. المتوسطي التي تلعب فيه دورا محوريا هاما. وفي جيوبوليتيك الإعلام، الذي هو المفهوم الجامع، يعد حقلا ناشئا يتيح أدوات تحليلية جديدة من أجل فهم الاستراتيجيات القوى الكبرى وتوظيفها الأداة الإعلامية، وهذا لخدمة مشاريعها الجيوستراتيجية، وإن الفاعلون ليسوا دولا فقط، بل يشمل الشركات الإعلامية العابرة للحدود. والفاعلين غير دول، الذين قد أصبحوا يشكلون متغيرات في النفوذ الإعلامي الدولي والمعارك الحقيقية بالنظام الدولي لا تخاض بالجيوش بقدر ما تخاض في الفضاءات الإعلامية والرقمية التي أصبحت الميدان الأول لتنافس القوى الكبرى. على الرأي العام العالمي وتوجيهه

يمكن القول إن علاقة بين الجيوبولك والإعلام الدولي علاقة بنيوية عضوية. تأتي في منطق النظام الدولي الذي يقوم على التنافس من أجل الهيمنة والنفوذ. وهذا ما يجعله في الأساس أداة تحليلية لا غنى عنها لكل دولة تسعى لفهم موقعها الجغرافي في خريطة النفوذ الإعلامي.

الفصل الثاني: آليات توظيف الإعلام في توجيه خرائط النفوذ الجيوسياسي

تمهيد:

منذ أن أدرك صانعوا القرار في القوى الكبرى أن السيطرة على الوعي الجمعي لا تقل فعالية عن السيطرة على الإقليم، بدأ الإعلام يأخذ موقعه في مركز الاستراتيجيات الوطنية والدولية، ليس بوصفه أداة مساعدة، بل بوصفه ساحة نزاع قائمة بذاتها. وما يميز هذه المرحلة التاريخية هو التحول النوعي الذي أحدثته الثورة الرقمية، إذ لم تعد الهيمنة الإعلامية حكراً على الدول المالكة لشبكات البث الفضائي أو وكالات الأنباء العملاقة، وإنما امتدت لتشمل فضاءات افتراضية تتدافع فيها سرديات متنافسة، وتصنع فيها صور الدول وتهدم، وترسم عبرها خرائط النفوذ قبل أن تتشكل على أرض الواقع. ينطلق هذا الفصل من استيعاب هذه المعادلة ليقارب الإعلام من زاوية وظيفته الجيوسياسية، متتبعا المسارات التي يتحول بها الخطاب الإعلامي إلى نفوذ فعلي، ورصدا للآليات التي تلجأ إليها الدول والفاعلون من غير الدول لتوظيف هذا الفضاء في خدمة مصالحها وتعظيم حضورها. وقد استدعت طبيعة هذا الموضوع تقسيم الفصل إلى ثلاثة محاور متكاملة: يعالج الأول آليات توظيف الإعلام في بناء النفوذ الجيوسياسي وتحويل القوة الناعمة إلى أثر استراتيجي ملموس، فيما يتناول الثاني الحروب الإعلامية بوصفها نمطا راسخا من أنماط إعادة رسم خرائط النفوذ، لينتهي الفصل بمبحث ثالث يضع كل ذلك في سياق أشمل يتعلق بجيوبوليتيك الإعلام وما يفضي إليه من إعادة توزيع للقوة على الصعيد الدولي.

المبحث الأول: الإعلام كأداة بناء النفوذ الجيوسياسي

أن الإعلام الدولي المعاصر لم يعد فاعلا محايدا في المشهد الجيوسياسي، بل أصبح أداة متعددة الأبعاد لبناء النفوذ وإدارته وترسيخه إذ يتقاطع في مستوياته التحليلية المختلفة مع مفهوم القوة الناعمة بوصفها محورا للتأثير غير المادي ومع الدبلوماسية العامة بوصفها آلية لإدارة التصورات الدولية، ومع صناعة الصور الذهنية للدول بوصفها رافعة لإعادة رسم الخرائط الرمزية للقوة، وكذلك مع الهيمنة على تدفق المعلومات بوصفها مصدرا للنفوذ الهيكلي في عالم تحكمه شبكات الاتصال والرقمنة. و يسعى هذا المبحث إلى رسم خريطة تحليلية متكاملة تكشف الأبعاد المتشابكة لهذه العلاقة بين الإعلام والنفوذ الجيوسياسي.

المطلب الأول: الإعلام وتحويل القوة الناعمة إلى نفوذ فعلي

جاء مصطلح القوة الناعمة في بدايات القرن الواحد والعشرين ويدل على قوة وأثر الثقافة والإعلام في السياسات الدولية تعتبر القوة الناعمة أحد أهم مقومات القوة في عصرنا الحالي هذا لأنها تلعب دورا محوريا في تحقيق أهداف الدولة بأقل التكاليف وهذا راجع لأنها تؤثر دون اللجوء للقوة المادية يقول "جوزيف ناي Joseph Nye": القوة هي القدرة على عمل الأشياء والتحصل على النتائج التي يريدها المرء وفي جوهرها هي امتلاك القدرة على التأثير في أسلوب الآخر تعود أصول المصطلح إلى ما قبل "جوزيف ناي" وهذا في فترة تولي الرئيس الأمريكي "روزفلت" (1937_1941) للحكم حيث أنه أدرك قيمة القوة الناعمة لبلده وصرح بأن الولايات المتحدة الأمريكية لن تشعر بالأمن التام إلا لتأييد شعوب الدول الأجنبية لها وهذا الذي أدى إلى تكوين وكالة معلومات القومية الأمريكية بالإضافة لإذاعة صوت أمريكا ومؤسسات السلام التي تأسست في عهد "جون كينيدي".[1] منذ أن ظهر المصطلح لم يكن هناك تعريف محدد للقوة، وهذا راجع لغموض المفهوم وكان يتم ربطه بالفعل والتأثير والتغير وتعتبر المدرسة الواقعية من أول المدارس التي تعاملت مع القوة كمفهوم مركزي وهذا راجع ل"هانز مورجانثو Hans Morgenthau " وقد عرفها بأنها القابلية في التأثير على سلوك الآخرين وهذا يعني يمكن قياس قوة الدولة بالتأثير الذي تمارسه على الدول الأخرى.[2]

[1] منصور أبو كريم، "القوة الناعمة بين: تأصيل المفهوم ودلالات التوظيف في تنفيذ السياسة الخارجية (الولايات المتحدة والصين دراسة مقارنة)"، مجلة السياسة العالمية 7، العدد 2 (2023): 13

[2] أبو كريم، "القوة الناعمة بين تأصيل المفهوم"،14

عرفها "جوزيف ناي" القدرة على التأثير في الهدف المطلوب وقابلية تغيير سلوك الآخر عن الحاجة واقترانها بصفة الناعمة وهنا تعني قدرة الحصول على ما تريده الدولة وهذا من خلال الإقناع والجذب دون إكراه.

إن اللجوء للقوة العسكرية الصلبة التي تعتبر أداة مطلقة لفرض قوة النفوذ يتطلب من الدولة قرارات من مؤسسات رسمية كالبرلمان والحكومة والجيش إلا أننا نجد القوة الناعمة لا تعتمد على الحكومات والمؤسسات الرسمية وهي تعتمد على المؤسسات غير الحكومية مثل شركات المتعددة الجنسيات والمجتمع المدني والأفراد ونجد أنه من كفاءة ومهارة المؤسسات الرسمية تعمل طبقا لها في ميدان الثقافة والتجارة والرياضة وأيضا تنظيم المهرجانات ومعارض والمسابقات وتشجيع الدراسات والتطبيقات التكنولوجية. وقد كان الفضل لصياغة هذا المفهوم من قبل "جوزيف ناي" هو كتابات "كينان Kennan" الذي وضع فيها سياسات الاحتواء ضد الاتحاد السوفياتي بعد الحرب العالمية الثانية حين أدرك "كينان" أن استخدام القوة ضد الإتحاد السوفياتي الذي يملك أسلحة نووية يمكن أن يدمر العالم ودعا الى ضرب الأيديولوجية السياسية وهذا عن طريق إقامة علاقة تقوم بتوحيد وتشابه بين الشيوعية التي تروجها موسكو وبين النازية التي اطاحت بها الدول الحليفة وبهذا تحولت العقيدة السوفياتية إلى عقيدة مكروهة.[1] قبل ان يتم صياغة نظرية "جوزيف ناي" ظهرت القوة الناعمة في العصر القديم وهذا من خلال كتابات الفلاسفة "كنفوشيوس Confucius " و"سقراطSocrates " أو مثل انجذاب الناس للأديان كالدين الإسلامي من خلال قوة الاقناع والتأثير. ويعتبر أول ظهور للنظرية مع المفكر والفيلسوف "أنطينيو غرامشي Antonio Gramsci " وهذا من خلال نظريته الهيمنة الثقافية الذي أوضح فيه أن الهيمنة الرأسمالية تكون من خلال المؤسسات كالمدرسة والكنيسة والصحف هذه لتخلق صورة جيدة حول الرأسمالية للعامة وهذا لضمان عدم خروجهم عن المجتمع الرأسمالي. وتعتبر ثورات التي اجتاحت الدول العربية ماهي إلا ترجمة للقوة الناعمة التي تم بها اقناع المجتمع بفساد الأنظمة السياسية والإعلام والتكنولوجيا عملت كسلاح ضغط لنجاح عملية اسقاط الأنظمة وهذا دون تدخل عسكري.

تعمل القوة الناعمة دوما على استعمال الإعلام الدولي وهذا من خلال شركات العابرة للحدود التي أصبحت تسيطر على الإنتاج الإعلامي وقامت بفرض السيطرة الأمريكية على العالم وهذا عن طريق تصدير صورة مبالغ فيها عن القوة الأمريكية وهذا حول تاريخ الصحافة والإعلام في أمريكا وأوروبا هذا الذي أدى إلى التحيز في وسائل الإعلام

[1] فارس محمد العمارات، "القوة الناعمة وكيفية استخدامها للإعلام الدولي"، المركز العربي للبحوث والدراسات، تاريخ الاطلاع: 15 مايو 2025، https://www.acrseg.org/44397.

والدفاع عن أمريكا وإدارتها للصراعات العالمية ويستخدم الإعلام الدولي من أجل تغيير السياسة الإعلامية، وبناء وظائف جديدة من أبرزها بناء قوة الدولة الناعمة والصورة الذهنية والتأثير على الشعوب من أجل تحقيق مرادها.[1]

وقد اعترف "فلاديمير بوتين Vladimir Putin" وهو رئيس روسيا الاتحادية أن إنشاء شبكة "روسيا اليوم" عام 2005 كسرت الاحتكار الأنجلوسكسوني لتدفق المعلومات في العالم وأن هدفها تحقيق أهداف السياسة الخارجية الروسية ، وتم استخدامها كأداة للدعاية خلال أزمة أوكرانيا إذ أنها أثرت في شعوب أوروبا الشرقية لصالح روسيا لهذا تم استخدام وسائل الإعلام والتأثير على الشعوب من أجد تحقيق الأهداف الخارجية للدول مما جعل العلاقة بين الدولة ووسائل الإعلام تتزايد. وقد عملت التنظيمات الإرهابية على استخدام الإعلام الدولي من خلال وسائل التواصل الاجتماعي كقوة ناعمة وهذا راجع لبعدها عن سيادة الدولة بالإضافة إلى أنها متوفرة لدى الجميع ويصعب السيطرة عليا من قبل الأجهزة الأمنية وأيضا مزايا النشر المكثف للصور والوثائق التي تدعم موقفها وتنشره على نطاق واسع.

1) مستويات التحويل الإعلامي:

أ) من الوجود إلى الحضور الإدراكي

نجد أن دولا ذات تاريخ وحضارة عريقة ولها ثقافة كبيرة ولكن بالمقابل لا أحد يسمع عنها إذا هذه الدولة لا تملك قوة ناعمة وهذا راجع إلى أن القوة الناعمة لا تتحول إلى نفوذ إلا حين يدركها الآخرون ولن يدركوها إلا إذا وصلت إليهم عبر وسائل الإعلام عنا نجد دور وضع الأجندة وهو ما يقول لنا أن وسائل الإعلام لا تخبرنا ماذا نعتقد ولكن تخبرنا عن ماذا نفكر.[2] بمعنى أن القنوات الإعلامية حين تقوم بإبراز أخبار معينة حول دولة معينة فهذا يعني أنها تريد أن تضعها في مركز اهتمامك. قام الباحث "وانتا" بدراسة تجريبية فيها مقارنة بين حجم تغطية شبكات الأخبار الأمريكية لدول معينة مع مستوى اهتمام الرأي العام الأمريكي بتلك الدول والنتيجة كانت كلما زادت التغطية زاد الاهتمام.[3] وهذا يعني أن الدولة التي يكون لها حضور وظهور إعلامي كبير تصبح بذلك حاضرة في أذهان صانعي القرار حتى وان لم يتم ذكرها بالإيجاب أو السلب مجرد الحضور الدائم لها يعزز وجودها في الخريطة الإدراكية. اذا المرحلة الأولى في سلسلة التحويل هي الظهور لأن دولة لا ترى يعني لا توجد في حسابات النفوذ الدولي مهما كان لها من الزخم الحضاري.

[1] العمارات، "القوة الناعمة وكيفية استخدامها للإعلام الدولي

[2] Maxwell McCombs and Donald Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," Public Opinion Quarterly 36, no. 2 (1972): 176–187

[3] Wayne Wanta, Guy Golan, and Cheolhan Lee, "Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations," Journalism and Mass Communication Quarterly 81, no. 2 (2004): 364–377

ب) من الحضور إلى المعنى

نجد أن المستوى الأول الخاص بوضع الأجندة يجيب عن سؤال مفاده :**عن ماذا نتحدث؟** أما هذا المستوى الذي ينقلنا من الحضور إلى المعنى يجيب عن سؤال: **كيف نتحدث عنه؟** بمعنى إن أصبحت دولة تظهر في الإعلام بشكل كبير يجب معرفة الطريقة التي تظهر بها هل تظهر كضحية أو كمعتدٍ؟ كحليف أم كتهديد؟ وهذا ما يعنيه هذا المستوى أن الطريقة التي يقدم بها الخبر تصنع لنا المعنى من الخبر ذاته. وهذا ما يتضح أكثر في قول "روبرت إنتمان " حين صرح بأن الاعلام حين يتناول دولة أجنبية فهو لا ينقل لنا الواقع بل يختار ما يريد إبرازه وإهماله وبهذا الاختيار هو يعمل على تشكيل الصورة الذهنية للجماهير.[1] ويمكن إعطاء مثال في هذا الصدد حول حادثة إطلاق النار على محتجين من قبل قوات الخاصة بدولة ما، يمكن أن تؤطر بطريقتين:

الأولى: أطلق الجيش النار على محتجين =إطار: انتهاك حقوق الإنسان .

الثانية: تصدت قوات الأمن لمحاولة انقلابية = إطار: الدولة تقوم بالدفاع عن استقرارها.

من هذا نفهم أن الإطار صنع ان حدثين مختلفين كليا وهذا يعني أن من يتحكم في التأطير فهو يتحكم كيف يفهم الحدث وردة فعل الجماهير اتجاهه. ويعني بالضرورة أن الدولة التي لا تمتلك إعلاما قادرًا على كيفية تأطير صورتها بنفسها يقوم الإعلام الأجنبي بذلك هذا يجعلها لا تحول حضورها الإعلامي إلى معنى يخدم مصلحتها وأهدافها.

ج) التشكيل المعياري: من المعنى إلى الاستجابة السلوكية

يقول الباحث "ألكسندر فوفينج" أن القوة الناعمة لا تنشأ من فراغ بل هي نتاج لثلاثة أنواع من الجاذبية التي يصنعها الإعلام وهي كالآتي[2]:

أولا: الجمال (Beauty) جاذبية القيم والثقافة. أي جاذبية المنظومة القيمية التي تحملها الدولة وهذا يتجلى عند رؤية الآخرين ما تمثله دولة ويكون هذا ما يتوقون له فتلقى لديهم استحسان كبيرًا وتعاطف معها.

ثانيًا: البهاء(Brilliance) البريق الناجم عن التميز والكفاءة. هذا حين يقوم الإعلام بتقديم دولة على أنها متقدمة علميا وإداريا واقتصاديا يعمل الآخرون على تقليديها.[3]

---

[1] Robert M. Entman, "Theorizing Mediated Public Diplomacy: The U.S. Case," The International Journal of Press/Politics 13, no. 2 (2008): 87–102

[2] Alexander L. Vuving, "How Soft Power Works" (paper presented at the panel "Soft Power and Smart Power," American Political Science Association Annual Meeting, Toronto, September 3, 2009), 8–12

[3] Vuving, "How Soft Power Works," 10.

ثالثًا: الرعاية(Benignity) حسن السلوك. وهذا يتم من خلال تبديم الثقة الأخلاقية حين يقوم بتصدير سلوك دولة على أنه نبيل وأنها تقوم بتقديم المساعدات وتلتزم بالقانون الدولي كدعم القضايا الإنسانية وهذا ما يولد شعور بأنها موثوقة ولا تشكل أي نوع من التهديدات وهذا ما يقوم به الإعلام حين يصورها على أنها قيم راسخة ليست حسابات برغماتية.

يمكن القول هنا أن الإعلام هو المحول وليس الناقل فهذه العوامل الثلاث موجودة في العديد من الدول ولكن كرصيد صامت أي أنه لديها قيم وكفاءات وسلوك إيجابي ولكن هذا ليس كاف لإنتاج نفوذ دولي إلا إذا كان الإعلام هو الآلة ليقوم بتحويله. وأبرز مثال على ذلك هو الولايات المتحدة الأمريكية حيث أنها كانت تمتلك رصيدا ثقافيا من خلال السينيما والموسيقى والقيم الليبرالية ولكن هذا الرصيد تحول إلى نفوذ عالمي بواسطة الإعلام الأمريكي الذي يتجلى في صوت أمريكا وهوليود والتلفزيون وبذلك هو قام أولا ترسيخ الحضور في أذهان شعوب العالم ثم أطر الحياة الأمريكية على أنها خير نموذج للحرية والتطور وبالتالي أنتج استجابة سلوكية لرغبة الجماهير العالمية في تقليد النموذج الأمريكي. وهذا ما أشار له "جوزيف ناي" حين قال أن القوة الناعمة الأمريكية كانت أكثر فاعلية من قوتها الصلبة في استمالة الشعوب خلال الحرب الباردة.[1]

2) الجزيرة كمثال على التحويل إستراتيجي

جسدت التجربة القطرية مع قناة الجزيرة واحدة من أكثر الحالات نجاحا وإثارة في مجال آليات القوة الناعمة الإعلامية، وهذا يكمن في تتبع خطوات التحويل خطوة بخطوة فإذا أتينا لقطر نجد أنها دولة لا تتجاوز مساحتها أحد عشر ألف كيلومتر مربع ، ولا يزيد عدد مواطنيها 300 ألف وفي أواخر القرن العشرين كانت مجهولة الحضور في الخرائط الجيوسياسية الإقليمية على الرغم من زخم ثرواتها الهيدروكربونية.[2] عملت الجزيرة على آلية التحويل من الرصيد إلى النفوذ وهذا منذ تأسيسها عام 1996م ، فلم يكن الهدف مجرد إنشاء قناة إخبارية وإنما تحويل الثقل المالي والطموح الإقليمي إلى صوت يعرف الأجندات. وقد أكد الباحثون أن القيادة القطرية قامت بتوظيف الجزيرة كأداة للمساومة في علاقاتها الإقليمية وهذا لأنها أصبحت تتمكن من التحكم في التغطيات من خلال التصعيد والتهدئة وهذا بحسب مقتضيات السياسة الخارجية.[3]

[1] Joseph S. Nye, Jr., Soft Power: The Means to Success in World Politics (New York: PublicAffairs, 2004), 55–56.

[2] Sayed Ullah, "The Emergence of Qatar's Diplomacy in a Complex World: Balancing Soft Power in Regional Affairs," World Affairs 187, no. 4 (2024): 1–20

[3] Tugce Ersoy, "Al-Jazeera as One of the Important Components of Qatar's Soft Power," ResearchGate (2024)

مما سبق نستنتج أن الإعلام يعمل كآلة تحويل تمر بثلاث مراحل متتالية كما سبق ذكرها ذلك أن الإعلام خرج عن إطاره التقليدي في إيصال المعلومات ولم يعد ناقلا حياديا للوقائع بل هو رافد إستراتيجي تستثمره الدول ذات الطموح الإقليمي هذا لتوسيع هوامش التأثير في النظام الدولي، والإعلام أصبح اليوم بمثابة آلة في إعادة إنتاج البنى الهرمية للقوة وبذلك هو ليس أداة في يد الجيوبوليتيك بل هو الجيوبوليتيك بحد ذاته فالدول التي لا تستطيع إنتاج خطابها الإعلامي وتوزيعه وتأطيره حسب أهدافها وعلى نطاق جغرافي واسع هي لن تمتلك نفوذ يسبق القوة الصلبة.

المطلب الثاني: الدبلوماسية الإعلامية وإدارة التصورات الدولية

1) مفهوم الدبلوماسية الإعلامية

يعرفها "سيغنيترز وكومبس" بأنها عبارة عن أداة تمكن الحكومة والجماعات والأفراد على التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر على الأراء والمواقف العامة التي هي أيضا تؤثر على القرارات الخاصة بالسياسة الخارجية وهدفها شرح السياسة الحكومية والدفاع عنها والقيام بتمثيل الدولة أمام الرأي العام الأجنبي.[1] وتبنى من خلال الإقناع وليس الإكراه فقد ميز "جوزيف ناي Joseph Nye" بين القوة الصلبة التي تقوم على الإجبار والإغراء المادي والقوة الناعمة التي ترتكز على الاستمالة والجذب باعتباره أن الدبلوماسية العامة هي أداة للقوة الناعمة.[2] ويوضح "جوزيف ناي" أن الدبلوماسية العامة تعمل على ثلاثة مستويات: بداية بالاتصال اليومي الذي يشمل تفسير السياسات الخارجية وتبريرها أمام الجمهور الأجنبي ويليها التواصل الإستراتيجي الذي يقوم بتطوير الرسائل السياسية الموجهة على المدى المتوسط ، وأخيرا بناء العلاقات المستدامة مع الأفراد.[3] أما التحديد المفاهيمي الأعمق للمفهوم فيتمثل في نموذج الدبلوماسية العامة المتوسطة إعلاميا الذي قام بتطويره "روبرت إنتمان Robert Entman" إذ أن مسلمته مبنية على العلاقة بين الحكومات والمؤسسات الإعلامية والجمهور الأجنبي في سياق نموذج "تشبيك التنشيط المتتالي" (Cascading Network Activation). ويرى "إنتمان" أن نجاح الدبلوماسية العامة عبر الإعلام يتوقف أساسا على مدى التجانس السياسي

[1] Kristina Plavšak Krajnc, "Public Diplomacy: Basic Concepts and Trends," Teorija in praksa – Theory and Practice 41, no. 3-4 (2004): 643–658, منشور على موقع المعهد الدولي للدراسات الشرق أوسطية والبلقانية (IFIMES)، 2026 ماي 23 ، تاريخ الاطلاع https://www.ifimes.org/en/researches/public-diplomacy-basic-concepts-and-trends/2995

[2] Joseph S. Nye Jr., Soft Power: The Means to Success in World Politics (New York: PublicAffairs, 2004), 107.

[3] Joseph S. Nye Jr., "Public Diplomacy and Soft Power," The Annals of the American Academy of Political and Social Science 616 (2008): 94–109.

والثقافي بين الدولة المصدرة للرسالة والدولة التي تقوم باستقبالها فكلما ارتفع التجانس ارتفعت احتمالية استيعاب الإطار التفسيري.[1] الذي تروج له الحكومة الأولى في وسائل إعلام الثانية.

2) آليات اشتغال الدبلوماسية الإعلامية في تشكيل التصورات

قام "نيكولاس كول Nicolas Cull" بتحويل المشهد المعاصر للدبلوماسية العامة للقراءة بمنظار تاريخي مقارن وقسمه إلى خمسة أبعاد وظيفية كبرى تتشابك في منطق واحد: الاستماع والمناصرة والدبلوماسية الثقافية وأيضا التبادل وكذلك البث الدولي. ولعل ما يميز هذا التأطير هو إدراجه للاستماع بوصفه شرطا أساسيا لأي دبلوماسية فاعلة، ذلك أن الدولة التي تقتصر على البث الأحادي الاتجاه أي من جهة واحدة دون الإنصات لمخاوف الجماهير المستهدفة هذا يجعلها تخاطر باستثمار مواردها الاتصالية في الفراغ.[2] إلا أن البيئة الإعلامية في عصر الفضائيات والمنصات الرقمية، تعمل على المنافسة على صياغة التصورات الدولية التي أصبحت أشد احتداما وأكثر تعقيدا. فقد كشفت دراسة "Shahira Fahmy" و"Wayne Wanta" و"Erik Nisbet" أن التعرض الكثير لوسائل إعلام ينتج فجوات في التصورات الواضحة بين الجماهير، إذ رصد الباحثون أن الجمهور العربي المتعرض لقناة الجزيرة أو العربية يكون صورة مغايرة عن السياسة الأمريكية مقارنة بمن يتابع قناة الحرة التي تمولها واشنطن. وهذا يعني أن مصدر الإعلام وانتماؤه التمويلي يدخلان في حسابات الجمهور وإن كان على نحو لا واع أحيانا، وهو ما يقوم بتعقيد استراتيجيات الدبلوماسية الإعلامية الرسمية وينقص من أدائها الفعلي.[3] ولا يقتصر أثر الدبلوماسية الإعلامية على الأبعاد الاتصالية وفقط بل تمتد آثارها إلى رسم ملامح السياسة الخارجية ذاتها من خلال "التأطير" (Framing). فالإطار الإعلامي الذي تروج له حكومة ما اتجاه حدث دولي سواء أكان أزمة إنسانية أم اتفاقية تجارية أم عملية عسكرية فهو يحدد طريقة استقبال ذلك الحدث وتأويله من قبل الجماهير الأجنبية. وقد أوضح " نيكولاس كول" أن المؤسسات الناجحة في هذا الميدان هي التي توفق بين الرسالة والوسيلة والتوقيت مراعية السياق الثقافي للجمهور المستهدف.[4] يقدم "إنتمان" في هذا الصدد تشريحًا للآليات التي تقوم بها واشنطن وهذا من خلال ترويج تأطيرها السياسي من خلال الإعلام الأجنبي.

[1] Robert M. Entman, "Theorizing Mediated Public Diplomacy: The U.S. Case," The International Journal of Press/Politics 13, no. 2 (2008): 87–102.

[2] Nicholas J. Cull, Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age (Cambridge: Polity Press, 2019), 12–18.

[3] Shahira Fahmy, Wayne Wanta, and Erik C. Nisbet, "Mediated Public Diplomacy: Satellite TV News in the Arab World and Perception Effects," International Communication Gazette 74, no. 8 (2012): 728–749.

[4] Cull, Public Diplomacy, 45–52.

مبرزا أنه هناك تباين ملحوظ وهذا راجع لطبيعة علاقاتها مع كل دولة فكلما كان هناك مصالح وقيم مشتركة سرعان ما نجد الإطار الأمريكي يقوم بتحويل الخطاب إلى النخب الإعلامية المحلية في حين إن انعدمت هذه المعايير فنجد العكس وتسعى إلى المقاومة والتفكيك.[1] إن التطور الأعمق الذي شهدته الدبلوماسية الإعلامية في السنوات الأخيرة هو الانتقال من نموذج "المونولوج" إلى نموذج "الحوار" و"التشارك". وقد تطور في ثلاث طبقات متصاعدة: الطبقة الأولى هي الرسالة الأحادية الاتجاه التي تصدرها الحكومة نحو الجمهور، والطبقة الثانية هي الحوار الذي تديره المنظمات والمبادرات المشتركة، والطبقة الثالثة والأرقى هي التشارك الذي تتشكل فيه الرسالة الدبلوماسية بمشاركة المجتمع المدني وأفراد الجمهور أنفسهم. وقد أعطت منصات التواصل الاجتماعي نقلة في تسريع الطبقتين الثانية والثالثة، وإن كان ذلك يصحبه خطر التدفق المعلوماتي الكبير الذي يهدد الرسالة الدبلوماسية الرسمية.[2]

تُواجه الدبلوماسية الإعلامية في ممارستها الكثير من الإشكاليات التي تلقي على مدى فاعليتها. ويتصدر هذه الإشكاليات ما يمكن تسميته بأزمة المصداقية فالرسالة الدبلوماسية التي تثير الشك بشأن مصدرها أو نواياها تفقد أثرها الإقناعي حتى وإن اعتمدت على أكثر القنوات الإعلامية وصولا وانتشارا. وقد نبه "جوزيف ناي" إلى هذه المشكلة بقوله إن الاعتماد المفرط على الدعاية يفضي إلى نتائج عكس ما نريد، لأن الجماهير في عصرنا الحالي أصبحت أكثر تمييزا وأشد حساسية للفوارق بين الخطاب الدعائي والمحتوى ذي المصداقية.[3] ويمكن اعتبار أنه من أحد أكبر المشاكل هو ما يعرف في الأدبيات بفجوة التصو و التي يتحدد معناها في أنها هي الهوة بين الصورة التي تسعى الدولة لإسقاطها على الخارج والصورة التي تتشكل فعلا عند الجماهير وتظهر هذه الفجوة طبقا لمجموعة من العوامل من بينها الأحداث الكبرى التي تعمل على تكذيب الرواية الرسمية والتحيزات القديمة التي ترسخها التجربة التاريخية بين شعبين وأيضا كيف تعمل الدولة العدو على تقديم رواية عكس الإدراك.[4]

وفي هذا الصدد لا يمكن إغفال ما تقوم به وسائل التواصل الاجتماعي من تحديات بنيوية أمام نماذج الدبلوماسية الإعلامية الكلاسيكية فنجدها تعمل على تشتيت الرسالة الدبلوماسية وتحطيم احتكار الدول التي تعمل

[1] Entman, "Theorizing Mediated Public Diplomacy," 91–95.

[2] Geoffrey Cowan and Amelia Arsenault, "Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy," The Annals of the American Academy of Political and Social Science 616 (2008): 10–30.

[3] Nye, "Public Diplomacy and Soft Power," 101.

[4] الدبلوماسية الرقمية وتأثيراتها في العلاقات الدولية، مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية، مركز الجزيرة للدراسات، العدد الأول (فبراير 2019).

على إنتاج المعنى وتوزيعه إذ أنه أصبحت صفحة أو شخص فقط يمكن له أن يحقق انتشار فيروسي ويعيد رسم التصورات في فاعلية وسرعة لا تفعلها أجهزة الدبلوماسية الرسمية الضخمة.[1]

3) بناء الصورة الدولية بين التوظيف الاستراتيجي والاعتبارات الأخلاقية

تقوم الدبلوماسية الإعلامية حين ممارستها بوصفها أداة لإدارة التصورات الدولية على توترات أخلاقية لا نستطيع التغاضي عنها في أي تحليل محكم. فالحدود بين إيصال الحقيقة والإيهام بها وبين تسليط الضوء على الإنجازات والتعتيم على الإخفاقات وبين بناء جسور التفاهم وبث خطاب يلون الوقائع بحسب ما تقتضيه المصلحة السياسية هذه الحدود كلها تبقى رهينة بالسياق الذي تطرح فيه. وقد أثار "كول" في هذا الصدد قضية "الأمن السمعي" (Reputational Security) مشيرا إلى أن الدول التي تبني دبلوماسيتها الإعلامية على جوهر حقيقي من القيم والسياسات الجيدة تتمتع بأمان سمعي يجعلها أقل عرضة للاختراق السمعي من قبل عدوها.[2] نجد أن الباحثون عملوا على التفريق بين الدبلوماسية العامة والدعاية فالأخيرة تستهدف تشكيل المواقف بصرف النظر عن الحقيقة الموضوعية في حين أن تفترض الدبلوماسية العامة المبنية على أسس سليمة أن الرسالة الإعلامية يجب أن تكون امتدادا لسياسة خارجية ذات مصداقية. وقد جسد "إنتمان" هذا التمييز بقوله إن "الدبلوماسية العامة المتوسطة إعلاميا" تنجح حين تنبثق من مصدر متين من التجانس في القيم والمصالح وتفشل عندما تتحول إلى أداة لمعالجة آثار سياسات متهالكة ومرفوضة دوليا.[3]

يمكن القول أن الدبلوماسية الإعلامية تقف عند ملتقى قوى ثلاث لا يمكن الفصل بينها: السياسة الخارجية بمضامينها وأهدافها والمنظومة الإعلامية بتنوعها وديناميكياتها والجمهور الدولي بموروثاته الثقافية وتحيزاته المعرفية. وهذا يجعل من إدارة التصورات الدولية فنا اكثر من أنه علم وإن استدعت قدرا واسعا من البنية العلمية والتخطيط الاستراتيجي. وقد لخص "جوزيف ناي" هذه المعادلة الدقيقة بقوله إن القوة لا تعني أن تفرض ما تريد بل أن تجعل الآخرين يريدون ما تريد. نكشف في أبعاد الدبلوماسية العامة الإعلامية وإدارة التصورات الدولية أن هذا الحقل يتسم بثلاث خصائص كبرى تعمل على تعقيد فهمه وممارسته في آن واحد: تعدد الفاعلين الذي يتمثل في الحكومات والشبكات الإعلامية والمنظمات غير الحكومية بالإضافة إلى المؤثرين الرقميين، وتسارع بيئة الاتصال الدولي في ظل الثورة الرقمية

[1] Fahmy, Wanta, and Nisbet, "Mediated Public Diplomacy," 735–740.

[2] Cull, Public Diplomacy, 89–110.

[3] Entman, "Theorizing Mediated Public Diplomacy," 97–100.

وتعذر قياس الأثر وهذا نظراً لتشابك العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام الدولي. وهذه التعقيدات بالذات هي العامل الرئيسي الذي يجعل كل دولة تسعى إلى تعظيم حضورها الدولي وترسيخ صورتها في الوعي العالمي.

المطلب الثالث: صناعة الصور الذهنية للدول و أثرها على موازين القوى

تعمل الدول دوما على صناعة صورتها أمام الرأي العام الدولي، إلا أن وسائل الإعلام تبقى الوسيلة الأكثر فاعلية وأوسع انتشارا في هذه العملية. فقد وصلت الدول الكبرى في العالم إلى ما هي عليه اليوم بفضل توظيفها لوسائل الإعلام كأسلوب لخدمة مصالحها ونشر سياستها على المستوى الداخلي والخارجي.[1] وتكشف الدراسات أن هذه الصناعة لا تنبثق من فراغ، بل تبنى على آليات ممنهجة تشمل: ترسيخ تصورات معينة أو إلغائها أو إعادة صياغتها من السلبي إلى الإيجابي أو العكس، مستثمرة في ذلك التكرار الممنهج والتراكم الزمني للرسائل الإعلامية.[2] وتعد الدبلوماسية العامة (Public Diplomacy) الإطار الرسمي لهذه العملية وهي تعني في جوهرها توجيه الرسالة الإعلامية نحو الجماهير الأجنبية وليس نحو الحكومات والدول فقط وهذا بهدف بناء صورة ذهنية إيجابية تمهد لقبول سياسات الدولة وتسهل لها تحقيق مصالحها. وعلى الصعيد التاريخي، ليست صناعة الصور الذهنية بالظاهرة المستحدثة. فقد عرفتها الإمبراطوريات الكبرى في صور مختلفة:

من الرواية الرومانية عن "السلام الروماني Pax Romana" التي أسهمت في إخضاع الشعوب المغلوبة معنويا قبل إخضاعها عسكريا إلى الخطاب الاستشراقي الذي وظفته القوى الأوروبية لتبرير مشاريعها الاستعمارية في أفريقيا وآسيا خلال القرن التاسع عشر.[3] وينبه "جوزيف ناي" إلى أن القوة الناعمة التي تعجز عن الاتكاء على صورة ذهنية راسخة تظل قوة ناقصة وغير مكتملة.[4] وتكشف شواهد المنافسة بين القوى الكبرى عن إدراك متصاعد لهذه العملية فالصين تبنت استراتيجية إعلامية جديدة منذ بداية الألفية الحالية، حيث أنها أنفقت ما يقارب 4 مليارات دولار في عام 2009 فقط من أجل تعزيز نشاطها الإعلامي ليرى العالم الخارجي القضايا والملفات المطروحة من منظور صيني.[5] وتجدر

[1] نجاة بقادي، "دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية - صورة المرأة في السينما العربية نموذجاً"، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مج. 2، ع. 2 (مارس 2014): ص. 8

[2] قاسم بورنان، "دور وسائل الإعلام في صناعة الصورة الذهنية"، مجلة الإعلام والرأي العام، ع. 7 (نوفمبر 2018): ص. 42

[3] سليمان صالح، وسائل الإعلام وصناعة الصور الذهنية، ط. 1 (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2005)، ص. 89-102

[4] علي جلال معوض، مفهوم القوة الناعمة وتحليل السياسة الخارجية (الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية، 2019)، ص. 32.

[5] يحيى القبعة، "الإعلام الخارجي للحكومات: بين التحدي الدعائي ورهانات الدبلوماسية العامة"، مركز سمت للدراسات (أغسطس 2020)، https://smtcenter.net/archives/slider/الإعلام-الخارجي/.

الإشارة هنا إلى أن هذه الاستراتيجية ليست حكرا على القوى الكبرى فقط وإنما نجد قوى إقليمية سلكت مسالك مماثلة كقناة الجزيرة القطرية التي أسهمت في رفع مكانة قطر جيوسياسياً بما يتجاوز مقاسها الجغرافي والديموغرافي، أو كما فعلت إيران عبر شبكة إعلامية موجهة نحو المنطقة العربية تعكس رؤيتها الاستراتيجية. والتي تتمثل في قناة "العالم" الحالة الأكثر دلالة على توظيف الإعلام في خدمة الاستراتيجية الجيوسياسية الإيرانية. وتجدر الإشارة إلى أن قوة الصورة في صناعة الانطباعات ليست مجرد افتراض نظري، بل يسندها دليل علمي وهذا ما أثبتته دراسة "ألبرت مهربيان Albert Mehrabian" عام 1967 التي تمحورت حول أن "الرسالة تدرك بثلاث طرق:مرئياً من خلال الصورة التلفزيونية والمؤثرات المرئية وعبر الشاشات بنسبة 55 بالمائة، صوتيا عبر نبرات الصوت والراديو وكل ما هو مسموع بنسبة 38 بالمائة، وشفهياً من خلال الكلمات المجردة بنسبة 7 بالمائة فقط.[1] وهذا يفسر لماذا تعمل الدول على التركيز في الإنتاج البصري الإعلامي خاصة من خلال صناعة صورتها الخارجية، لأن الصورة المرئية هي التي ترسخ في وجدان المتلقي وتشكل انطباعاته اتجاه الدول بصورة أعمق وأكثر ديمومة من أي خطاب لفظي.

1) الصورة الذهنية و أثرها على موازين القوى

يتجلى أثر الصورة الذهنية على موازين القوى في ثلاثة مسارات تحليلية متميزة:

المسار الأول: صورة الدولة عند النخب السياسية في الخارج تؤثر مباشرة في نوع التحالفات والشراكات التي تعرض عليها. وهذا راجع للقيم التي تتبناها الحكومة وطريقة تطبيقها داخل البلاد وفي الساحة الدولية تشكل انطباعا يحدد مدى تقبّل الآخرين لها. والأمر لا يقتصر على الدعاية الإعلامية فقط، بل يؤثر في شرعية الدولة وهذه الشرعية ضرورية لكي تكون لها قدرة حقيقية على التأثير في القرارات الدولية.[2]

المسار الثاني: تعتبر الصورة الذهنية كسلاح في التنافس الجيوسياسي. ومع تنامي أدوار قوى إقليمية كتركيا وإيران والكيان الصهيوني والسعودية والإمارات، أصبحت الساحة الإقليمية مسرحا لتجارب متعددة في توظيف القوة الذكية من أجل تعزيز النفوذ وبناء الشراكات.[3] ويلاحظ في هذا السياق أن الصراعات المعاصرة باتت تتضمن بعدا

[1] مصطفى مراح، "المعالجة الإخبارية التلفزيونية بين المهنية وتضليل الرأي العام"، مجلة مصداقية، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 إبراهيم سلطان شيبوط، ص. 86

[2] "القوة الذكية وإعادة رسم التحالفات الاستراتيجية في الشرق الأوسط"، مجلة السياسة الدولية، ع. 218 (2020)، https://www.siyassa.org.eg/News/22094.aspx.

[3] "القوة الذكية وإعادة رسم التحالفات الاستراتيجية في الشرق الأوسط"، مجلة السياسة الدولية، ع. 218 (2020)، https://www.siyassa.org.eg/News/22094.aspx.

صوريا (image dimension) لا يقل حدة عن البعد الميداني المتمثل في القوة الصلبة ففي حروب القرن الحادي والعشرين لم تعد القوة العسكرية وحدها كافية إذا لم يرافقها انتصار في معركة الصورة .

المسار الثالث: قد يكون للصورة تداعيات سلبية على الفاعلية الدولية ولهذا يجب دراسة الاتجاهات والصور التي تشكلها وسائل الإعلام للجماهير لمعرفة أبعادها وتأثيراتها سلبا وإيجابا. ذلك أن الصورة السلبية لا تكتفي بتضييق هامش المناورة الدبلوماسي، بل قد تشرعن العقوبات الدولية وتعرقل الوصول إلى الأسواق وتضعف قدرة الدولة على جذب الاستثمارات، بما يترجم الهشاشة الصوَرِية إلى خسائر مادية.[1] إذا كان بناء الصورة الذهنية الإيجابية يعزز مكانة الدولة في النظام الدولي فإننا نجد أن تشويه صورة الدول المنافسة لدولة أخرى يشكل الوجه الآخر لهذه الاستراتيجية. ويتجلى ذلك في ظاهرة التضليل الإعلامي التي باتت أداة بنيوية في المنافسة بين القوى الكبرى والإقليمية على حد سواء ويعرف الكاتب "مراح" التضليل في سياقه الجيوسياسي بأنه تشويه صورة الخصم أو العدو المستهدف أو الشخصية المستهدفة، بوصفه بأقبح الأوصاف وشيطنته واتهامه بدعم أو ممارسة الإرهاب أو زعزعة الاستقرار العالمي خصوصا إذا عارض توجهات ومخططات الولايات المتحدة الأمريكية.[2] وتتعدد الوسائل والتقنيات التي تقوم بها وسائل الإعلام في صناعة الصور الذهنية للدول أو تدميرها، ولعل أبرز ما جاء في هذا الصدد مصطلحان نادران في الأدبيات العربية يستحقان الوقوف عندهما: الأَملَكة والأَبلَسة. فـ"الأَملَكة" يعني بها "تبييض أو تلميع صورة حليف أو صديق التي هي في الواقع سوداء"، في حين تعني "الأَبلَسة" "العمل على فساد صورة خصم وتشويهها التي هي في الواقع بيضاء."[3] وهاتان التقنيتان تجسدان بدقة آلية عمل المنظومة الإعلامية الدولية التي تلمع صور حلفائها وتشوه صور خصومها بغض النظر عن الحقيقة الموضوعية، وهو ما يجعل ميزان القوى الجيوسياسي رهينا في جزء منه بمن يتحكم في صناعة الصور الذهنية للدول. وإلى جانب هاتين التقنيتين توجد تقنيات أخرى توظفها وسائل الإعلام في إعادة رسم صورة الدول، أبرزها: تشويه السمعة،[4] بالإضافة للتعتيم الإعلامي بالسكوت عن أحداث بعينها قصد منع تشكل رأي عام مناهض، والتلاعب بالصور التلفزيونية عبر اختيار زوايا التصوير ووضع التعليقات خارج سياقها الحقيقي لإيصال رسائل مغايرة للواقع.

[1] كمال بلعيد، "دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع. 23 (ديسمبر 2015): ص. 2،

[2] مصطفى مراح، "المعالجة الإخبارية التلفزيونية بين المهنية وتضليل الرأي العام"، مجلة مصداقية، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 إبراهيم سلطان شيبوط، ص. 87

[3] المرجع نفسه، ص. 90.

[4] المرجع نفسه، ص. 89.

2) شواهد تاريخية على أثر الصورة في موازين القوى

لا تبقى هذه التحليلات في إطارها النظري، بل يجب الوقوف على الشواهد تاريخية التي تكشف كيف أعادت الصورة الإعلامية رسم الخرائط السياسية وأسقطت أنظمة أو حتى وقفت بوجه قرارات مصيرية. ففي ليلة رأس السنة الميلادية 1990 بثت على القنوات التلفزيونية الدولية صور جثث مقدمة كضحايا نظام "تشاوشيسكو" في رومانيا، فأشعلت سخط وغضب المشاهدين مما عجل بسقوط النظام، غير أنه تبين لاحقا أنها لم تكن سوى هياكل عظمية نقلت من مقابر الفقراء لأناس ماتوا طبيعيا قصد المضاربة بها في بورصة الإعلام.[1] وهذا النموذج الأوروبي يظهر كيف يمكن لصورة مفبركة أن تحرك الرأي العام الدولي وتؤثر في مسار أحداث سياسية مصيرية.وفي السياق ذاته نجد النموذج الأمريكي في حرب الفيتنام، حيث تمكن الصحفي"Walter Cronkite " بتقرير تلفزيوني واحد من قلب الرأي العام الأمريكي ضد الحرب، وهو ما دفع الرئيس السادس والثلاثون للولايات المتحدة الأمريكية "ليندون جونسون Lyndon Baines Johnson" (1908–1973) إلى إعلان عدم ترشحه لعهدة ثانية ما يثبت قوة الصورة الإعلامية القادرة على التأثير في القرار السياسي الاستراتيجي وإعادة رسم موازين القوى الداخلية التي تنعكس بدورها على السياسة الخارجية.[2]

3) الحالة الجزائرية لصناعة الصورة في مواجهة التشويه الخارجي

لا يمكن إغفال الجزائر عن هذه المعادلة فقد كانت هدفا لعمليات ممنهجة لتشويه صورتها الدولية، لا سيما خلال فترة الأزمة الأمنية في التسعينيات. إذ أنه قد استعانت بعض القنوات الإخبارية الفرنسية بصور جنود حزب الله اللبناني للحديث عن الوضع في الجزائر والتشكيك في المجهودات المبذولة للقضاء على الإرهاب، بل ذهبت أبعد من ذلك إلى طرح تساؤلات مشبوهة قصد المساس والنيل من الرابطة القوية التي تجمع الشعب الجزائري بجيشه الوطني الشعبي.[3] وهذا النموذج يجسد بوضوح كيف توظف صناعة الصورة الذهنية السلبية لزعزعة تماسك الدول وإضعاف موقفها في المعادلات الجيوسياسية الإقليمية والدولية.

يتضح مما سبق أن صناعة الصور الذهنية للدول ليست نشاطا هامشيا وفقط بل هي بالغة الأثر في إعادة رسم موازين القوى في النظام الدولي الراهن. وتغدو الدراسة المنهجية لهذه الصناعة ومآلاتها أداة تحليلية لا غنى عنها لفهم جيوسياسية الإعلام وكيف توظف الرسائل والصور أدوات ناعمة في تحقيق أهداف القوة الصلبة، في مفارقة تجعل

[1] المرجع نفسه، ص. 80.

[2] المرجع نفسه، ص. 88.

[3] المرجع نفسه، ص. 80.

الصورة سياسة والسياسة صورة في النظام الإعلامي الدولي. وأن وسائل الإعلام لم تعد مجرد ناقل للأحداث بل أداة استراتيجية فاعلة في بناء القوة أو إضعافها. فمن خلال تقنيات "الأملكة" و"الأبلسة" والتضليل الممنهج وتوظيف الصورة البصرية التي تستأثر بـ55% من تأثير الرسالة الإعلامية، تعيد القوى الكبرى رسم خرائط النفوذ والتحالفات بأقل التكاليف وأبعد الآثار في مايمكن وصفه بأنه حروب الصورة الموازية للحروب التقليدية في رسم معالم النظام الدولي.

المطلب الرابع: الهيمنة على تدفق المعلومات كرافعة للنفوذ الهيكلي

تعتبر السيطرة على تدفق المعلومات أحد أهم وأكبر تجليات القوة في النظام الدولي المعاصر إذ أنها لا تقتصر على امتلاك المحتوى الإعلامي وفقط بل تمتد إلى أن تتحكم في البنية التحتية التي تنقله، وفي المعايير التي تعمل على التحكم في تصنيفه وتوزيعه وحجبه. وقد أسست عالمة العلاقات الدولية "سوزان سترانج Susan Strange" لهذا المفهوم في إطار نظريتها عن القوة الهيكلية، حيث قسمتها بين القوة العلائقية التي تجبر الآخر على التصرف بطريقة معينة، والقوة الهيكلية التي تصوغ الإطار الذي تجري فيه كل العلاقات، مشيرة إلى أن السيطرة على "البنية المعرفية" أي التحكم في ما يعرف وما لا يعرف وما يقال هي الشكل الأعلى من الهيمنة الهيكلية.[1] وفي هذا الصدد عمل الباحثون على تطوير منظومة مفاهيمية تشرح آليات هذه السيطرة عبر مستويات ثلاثة: أولها التحكم في البنية التحتية المادية للمعلومات من كابلات بحرية وأقمار صناعية ومراكز بيانات، وثانيها التحكم في معايير الترميز والتصنيف والخوارزميات التي تحدد ما يصل إلى المتلقي، وثالثها التحكم في الأطر التفسيرية التي تمنح المعلومة معناها وقيمتها. ويلاحظ أن الدول التي تمتلك هذه المستويات الثلاثة مجتمعة تحظى بنفوذ هيكلي لا يقاس بعدد جيوشها، بل بعمق هيمنتها المعرفية على بقية الفاعلين. وقد أكد المفكر "عزمي بشارة" أن "الإعلام لم يعد مجرد ناقل للرسالة السياسية، بل أصبح هو نفسه فضاء للصراع السياسي يعاد فيه تعريف الشرعيات وتوزيع الأدوار.[2]

1) البنية التحتية للمعلومات ومسألة التبعية

يعتبر الطابع الجغرافي التقني للبنية التحتية الرقمية أحد أهم ديناميكيات الهيمنة المعلوماتية هذا ولأنه معظم حركة البيانات الدولية تمر من خلال شبكات متنوعة من الكابلات البحرية الضوئية يقوم بالسيطرة عليها وتشغيلها وفحص صيانتها تكتلات من شركات أمريكية وبريطانية وفرنسية وقد كشفت وثائق إدوارد سنودن عام 2013 أن وكالة

[1] Susan Strange, States and Markets: An Introduction to International Political Economy (London: Pinter Publishers, 1988), 23–29.

[2] عزمي بشارة، سورية: درب الآلام نحو الحرية - محاولة في التاريخ الراهن (الدوحة: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2013)، 38.

الأمن القومي الأمريكية استغلت هذه البنية من أجل التجسس والإطلاع على حركية الإنترنت وهذا ينصب في البعد الإستخباراتي الذي يقوم بالسيطرة على تدفق المعلومات.[1] وقد صرح الباحث "وسام فاضل راضي" أن التشريع الإعلامي الذي ظهر مع القرارات والمواثيق الدولية في منتصف أربعينيات القرن الماضي هي من وضعت اللبنة الأساسية لظهور مفهوم التدفق الحر للمعلومات فنجد أنه بعد الحرب العالمية الثانية إكتسحت الرأسمالية النظام الإقتصادي الجديد الذي ساهم في الإستغلال والتنافس كل هذا من أجل قمع الإشتراكية والمعسكر الشرقي وقد تم إدخال الإعلام كوسيلة أساسية في إستراتيجية الصراع في الساحة الدولية بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية. وفي هذا السياق نجد نظرية النظام العالمي والتي قام بتأسيسها "ايمانويل وولرستين Immanuel Wallerstein " في محاولة لفهم العلاقة بين السياسات الدولية والأحداث الإجتماعية وتقوم النظرية على قاعدة مبنية نحو تقسيم الدول لثلاث فئات:

المركزية، شبه هامشية، هامشية وهي تعمل على تفسير التوسعات التي أصبحت موجودة في الإعلام الدولي حيث أن وسائل الإتصال الجماهيرية كالتلفزيون والسينما لعبت دور الوسيط والمثقف بالنسبة للدول الهامشية وشبه الهامشية ومن الدول المركزية تحديدا الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا ظهرت شركات الإعلام المتعددة الجنسيات التي سعت لتسويق منتجاتها في مختلف دول العالم مؤكدا فكرة التبعية الدول الهامشية للدول المركزية وهذا من خلال حصولها على المعلومات والأخبار.[2] وأما على الصعيد الخاص الأقمار الصناعية فنجد أن من يهيمن على الطيف الترددي الدولي مجموعة من الدول الكبرى، إذ تستحوذ الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا وأوروبا على المكانة الأوفر من المدارات في الفضاء الخارجي وهذا يجعل الدول النامية نفسها مضطرة للاستئجار منها أو القبول بشروطها. وقد رصد الباحثون المتخصصون في الاتصال الدولي أن منظومة الاتصالات العربية تعاني من "تبعية هيكلية مزدوجة" تتجلى في الاعتماد على البنية التحتية الغربية ذات الطابع المادي من جهة، وعلى المنصات الرقمية الأمريكية ذات الطابع المعلوماتي من جهة أخرى. ويعني هذا أن أي اضطراب في العلاقات الدولية يمكن أن يترجم إلى تقييد فعلي لتدفق المعلومات مما يجعل البنية التحتية للاتصالات ورقة ضغط حقيقية في ترسانة القوى الكبرى.[3] وللحديث عن منطق الأيديولوجي لتدفق المعلومات داخل النظام الإجتماعي نجد أن هناك علاقة بين أيديولوجية كل دولة ونظامها الإعلامي فكل نظام سياسي يفرز نظام إعلامي ومنطق الأيديولوجية الإعلامية يساهم بشكل كبير جدا في تحديد شكل وأسلوب تدفق المعلومات

[1] Glenn Greenwald, No Place to Hide: Edward Snowden, the NSA, and the U.S. Surveillance State (New York: Metropolitan Books, 2014), 89–112.

[2] حنان بن قسمي، "الاتصال الدولي الجديد: الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى ومحاولات الهيمنة،" مجلة الاتصال والصحافة، مج. 7، ع. 01 (2020): 178

[3] Ibid..180 ،

داخل المجتمع لأنه الهدف منها هو الرسالة للجمهور فنجد أن النظام الإعلام السلطوي يرى أن الجمهور تحت كفالة النخبة الحاكمة التي بدورها تمثل عقل المجتمع وهي الأكثر دراية بالمصالح والمنافع التي تخدم المجتمع والدولة وهذا يعني أن المعلومة تمر بموافقة من الحاكم وهذا تحت شعار الحماية الأمنية والبحث عن مصلحة الحكومة والمجتمع.[1] بينما نظيره النظام الإعلامي الليبرالي يقوم على فكرة أساسها السوق الحر للأفكار وأن الإنسان حر وحريته هي من تعطيه كل المنافع وأنه.لا يوجد أضرار في التدفق المختلف للأفكار والمعلومات وأنه يجب تعزيز هذا الشيئ. هذا يشير إلى أن عملية كبح تدفق المعلومات بفعل النظام التابع للبلد يحدث لها فجوة معرفية بين المجتمع الخاص بها والمجتمعات الأخرى التي لديها سرعة وإنفتاح في تدفق المعلومات.[2]

أن تدفق المعلومات لم يعد محكوما بمنطق أيديولوجي صريح كما كان في عهد الحرب الباردة، بل تحول إلى منطق تكنولوجي يسقط كل الاعتبارات المتعلقة بخصوصيات المجتمعات وطبائع الأنظمة السياسية، إذ أصبحت المعلومات متاحة. غير أن هذا الانفتاح الظاهر يخفي في باطنه بنية تحكمية جديدة تتمثل في الخوارزميات التي تقرر. إن وسائل تدفق المعلومات التي تعمل داخل المجتمع أصبحت أساسية لشكل المجتمع ومضمونه ويمكننا اختبار هذا من خلال دراسة لخصائص وسائل الإتصال من فترة إلى أخرى عبر حقب تاريخية. هذا ما صرح به العالم الأمريكي "مارشال ماكلوهان Marshall McLuhan " (1911–1980) إذ أنه كان يرى أن مواصفات الوسيلة الإتصالية هي التي تؤثر أكثر من محتوى الرسالة مصرحا أن التحول في تكنولوجيا الإتصال يؤدي بنا إلى التحول في التنظيم الإجتماعي وحتى في حواس الإنسان التي هي امتداد لها.[3]

كل من "هامبرس Jürgen Habermas" و"هايدجر Martin Heidegger " و"جاك إيلول Jacques Ellul" وفلاسفة مدرسة فرانكفوت أكدوا على أن العلم والتكنولوجيا هما بحد ذاتهم أيديولوجيا جديدة وهما من يقومان بالدور التقليدي الذي كانت تقوم به الأيديولوجيا. هذا لأن الإنسان تحرر من قيود سلطة التدفق الإعلامي وأصبح يختار مايريد والأداة التي يريد.[4] وتعمل منصات التواصل الاجتماعي كـ"ميتا" و"يوتيوب" و"تيك توك" على نماذج رياضية تقوم هي

[1] محمد رزين ومصطفى جلطي، "تحوّل العالم من منطق الأيديولوجية الإعلامية لتدفق المعلومات إلى منطق التكنولوجيا ذات التدفق الفائق الحر للمعلومات،" مجلة آفاق علمية، مج. 16، ع. 01 (2024): 24.

[2] محمد رزين ومصطفى جلطي، "تحوّل العالم من منطق الأيديولوجية الإعلامية لتدفق المعلومات إلى منطق التكنولوجيا ذات التدفق الفائق الحر للمعلومات،" مجلة آفاق علمية، مج. 16، ع. 01 (2024): 25.

[3] رزين وجلطي، "تحوّل العالم،" 28.

[4] Ibid..29 ،

بتحديد الظهور والانتشار دون قرار بشري مباشر في الكثير من الأحيان . وهذا ما أصبح يعرف بالرقابة الخوارزمية حيث تتبنى هذه المنصات معايير تصنيف تعكس قيما ثقافية بعينها في تعريف المحتوى المسيء أو المعلومات الخاطئة، مما يفضي عمليا إلى إقصاء خطابات غير غربية. وتكشف دراسات تحليل قيادة الرأي الرقمية أن فاعلية هؤلاء القادة أصبحت مرهونة بمدى توافق رسائلهم مع خصائص الخوارزمية التي يوزع عبرها المحتوى.[1] إن السياق الرقمي الجديد أعطى تعقيدا جديدا متمثلا في سرعة الإنتشار الخاص بالمعلومات وتعدد مصادرها إضافة إلى الخوارزميات التي تعد هي العملية التقنية التي تعمل على تحديد الرسائل التي تصل للمستخدمين وتعمل على ضمان إستمرار المحتوى الخاص بقادة المحتوى الرقمي. وقد أثبتت نظرية تحديد الأجندة (Agenda-Setting Theory) أن وسائل الإعلام تجبرنا بم نفكر وقد أضاف التطوير اللاحق لهذه النظرية بعدا ثانيا يتعلق بكيفية تأطير الموضوعات(Framing) وبعدا ثالثا يتعلق بتحديد المعايير التي يحكم من خلالها على الفاعلين السياسيين ومن منظور جيوسياسية الإعلام، ويمثل امتلاك هذه المستويات الثلاثة مجتمعة ما يمكن تسميته بالهيمنة الأجندية الكاملة، وهي ميزة تنفرد بها مجموعة من الدول والتكتلات الإعلامية الكبرى.[2] ومن أهم الأمثلة على ذلك التغطية الإعلامية الغربية لأزمات المنطقة العربية، التي تقدم بعض الصراعات وفق منطق الدفاع عن الديمقراطية، تقدم صراعات مشابهة في سياقات أخرى في إطار "الإرهاب" أو "الأزمة الإنسانية"، مما يوظف أطرا تفسيرية تعيد توزيع التعاطف الدولي وتخدم أجندات بعينها.

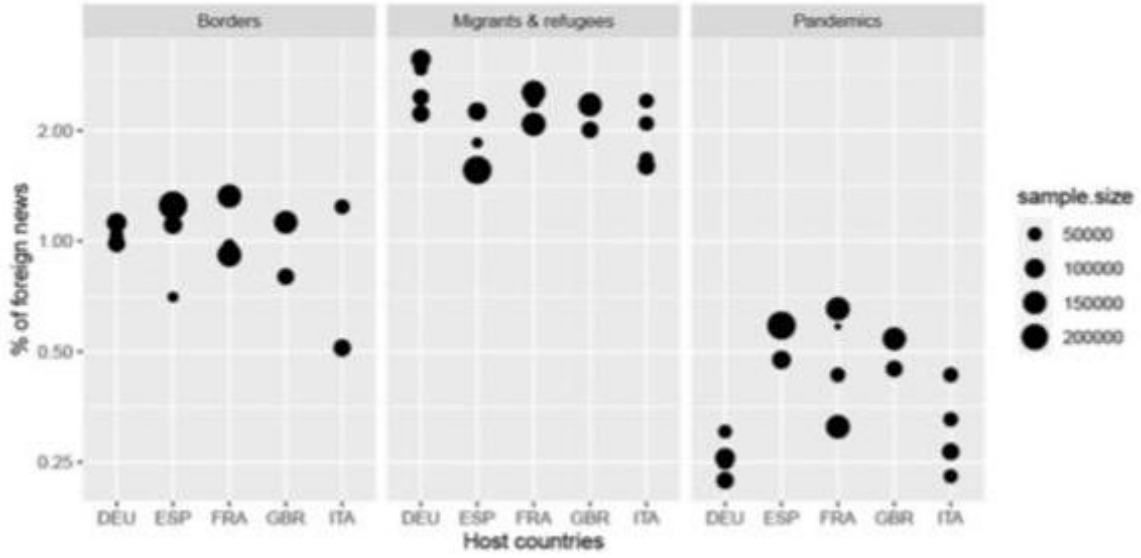
2) تحليل التوزع الجغرافي والزمني لبروز القضايا الجيوسياسية في الصحافة الأوروبية (2014-2019)

يكشف لنا هذا الشكل: أدناه تفاوتا لافتا في مستوى الاهتمام الإعلامي الأوروبي بين موضوعات جيوسياسية متعددة، إذ يتصدر موضوع الهجرة واللجوء قائمة الاهتمامات بفارق واضح عن موضوع الحدود، ثم الأوبئة في المرتبة الأخيرة. ولا يعكس هذا التفاوت بالضرورة حجم الأزمات الإنسانية الفعلية، بل يكشف عن منطق آخر يحكم صناعة الأجندة الإعلامية وهو منطق القرب الجيوسياسي من الدول المنتجة للمحتوى الإعلامي وصلة الموضوع بمصالحها المباشرة.

[1] بلهادف مصطفى وباباواعمر عبد الرحمان، "مقاربة نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين على التأثيرات الجديدة لقادة الرأي عبر شبكات التواصل الاجتماعي دعوة للتجديد،" مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مج. 14، ع. 02 (2025): 411–412.

[2] Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," Public Opinion Quarterly 36, no. 2 (1972): 176–187.

الشكل رقم (1): رسم البياني مقارنة إحصائية لمدى ظهور ثلاث مواضيع في الأخبار الأجنبية لخمس دول أوروبية كبرى



source: Claude Grasland et al., "Mapping International Geopolitical Agenda," 14.[1]

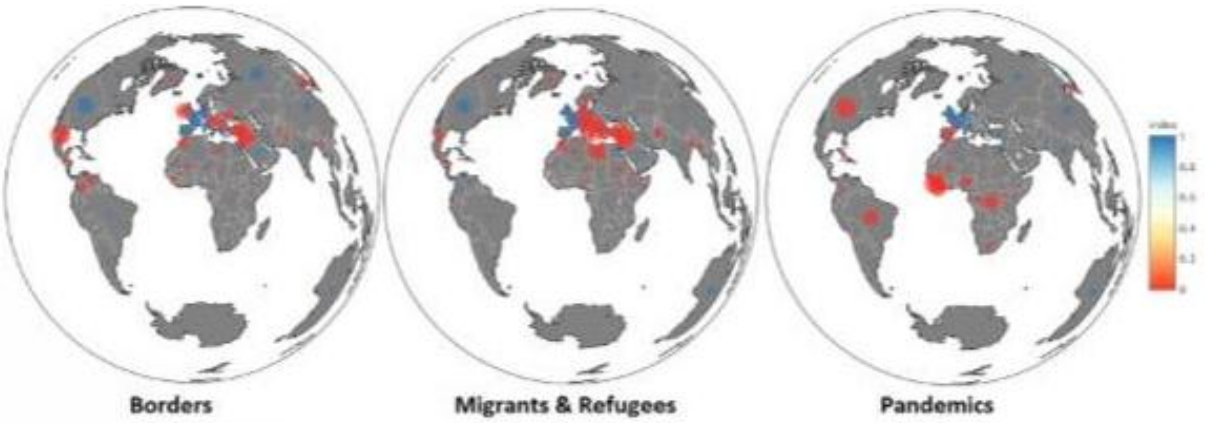
ان الاهتمام بموضوع المهاجرين واللاجئين يتصدر اهتمامات الصحافة الأوروبية بنسبة 2% من مجمل أخبارها الدولية، وهو ما يفوق الموضوعات الأخرى مجتمعة في بعض الحالات. تسجل ألمانيا (DEU) أعلى مستويات التغطية في هذا المجال وهذا يدعم مباشرة ما تم ذكره في الفصل الأول حول"CNN Effect" وقدرة الإعلام على تضخيم بعض الأحداث على حساب أخرى. وتأتي قضية "الحدود" في المرتبة الثانية، وتتراوح نسبة تغطيتها غالبا بين 1% و1.5%. نلاحظ تقاربا في مستويات الاهتمام بين ألمانيا، إسبانيا، فرنسا، وبريطانيا، بينما تبدو إيطاليا (ITA) أقل قليلاً في بعض مؤشرات هذا الموضوع و خلال الفترة الممتدة من 2014 إلى 2019، كانت "الأوبئة" هي الأقل ذكراً في الصحافة الأجنبية، حيث بقيت معظم النسب تحت 0.50% مع وجود بعض الارتفاعات الطفيفة في إسبانيا وفرنسا وتظهر الدوائر الأكبر حجما (مثل تلك الخاصة بألمانيا وبريطانيا) أن البيانات المستمدة من صحافة هذه الدول تعتمد على عينات ضخمة تصل إلى 200,000 مادة إخبارية، مما يعطي موثوقية عالية للنتائج وبهذا يثبت الشكل أن التفاوت في التغطية لا يعكس حجم الأزمات الإنسانية الفعلية، فالأوبئة التي راح ضحيتها الملايين في أفريقيا تحظى بأقل من نصف نسبة التغطية المخصصة للحدود الأوروبية. وهذا يعني أن المعيار الحقيقي لتحديد الأجندة هو القرب الجيوسياسي من المراكز الغربية لا الثقل

[1] Claude Grasland, Etienne Toureille, Romain Leconte, and Marta Severo, "Mapping International Geopolitical Agenda: Continuing National Conceptions of the Emerging European Crisis," Frontiers in Big Data 4, article 718809 (December 2021): 14.

الإنساني الموضوعي للحدث. بالمقابل نجد كيف تجسد الخريطة أدناه بصورة جلية مفهوم الأجندة الجيوسياسية الإعلامية، إذ تكشف التغطية الإعلامية لعشرين صحيفة أوروبية غربية كبرى خلال الفترة 2014–2019 عن نمط بنيوي ثابت: تتمركز الاهتمامات الإعلامية حول الدول ذات الصلة بالمصالح الغربية المباشرة فيما تغيب مناطق بأسرها عن هذه الخريطة. ولا يعكس هذا التوزيع حجم الأحداث الفعلية في تلك المناطق بل يعكس منطق الهيمنة الهيكلية لوسائل الإعلام الكبرى في تحديد ما هو جدير بالاهتمام الدولي، وما يجب أن يبقى خارج دائرة الرؤية العالمية.

تقدم هذه الوثيقة: خريطة تحليلية توضح كيفية تناول الصحافة في أوروبا الغربية لثلاث قضايا جيوسياسية بارزة بين عامي 2014 و2019. يركز الرسم التوضيحي على رصد التغطية الإعلامية لمواضيع الحدود والمهاجرين واللاجئين والأوبئة مستخدما توزيعا جغرافيا على مستوى العالم. تبرز البيانات كثافة الاهتمام الإعلامي في مناطق محددة، حيث تظهر تباينات واضحة في التركيز بين القارة الأوروبية والمناطق المحيطة بها. تهدف هذه الخرائط إلى تقديم رؤية بصرية تربط بين الأحداث العالمية ومستوى تفاعل الإعلام الغربي معها خلال تلك الفترة. يساعد هذا التحليل في فهم الأولويات الجيوسياسية التي شكلت الخطاب العام في تلك الآونة.

الشكل رقم (2): خرائط التوزيع الجغرافي لاهتمام الصحافة الأوروبية الغربية بثلاث قضايا رئيسية بين عامي 2014 و2019



source: Grasland et al., "Mapping International Geopolitical Agenda," 11.[1]

[1] Claude Grasland, Etienne Toureille, Romain Leconte, and Marta Severo, "Mapping International Geopolitical Agenda: Continuing National Conceptions of the Emerging European Crisis," Frontiers in Big Data 4, article 718809 (December 2021): 11.

موضوع الحدود :(Borders) يتركز الاهتمام الإعلامي بشكل مكثف حول منطقة البحر الأبيض المتوسط، والحدود الأوروبية الشرقية وأجزاء من أمريكا الشمالية. يعكس هذا التركيز القلق الأوروبي بشأن أمن الحدود والسياسة الخارجية.

موضوع المهاجرين واللاجئين :(Migrants & Refugees) تظهر الخريطة نقاطا ساخنة واضحة في منطقة الشرق الأوسط (خاصة سوريا والمناطق المجاورة) وشمال أفريقيا وطرق الهجرة عبر المتوسط. هذا يشير إلى أن التغطية مرتبطة بشكل مباشر بالأزمات الإنسانية والنزاعات في تلك المناطق وتأثيرها على أوروبا.

موضوع الأوبئة (Pandemics): يختلف التوزيع الجغرافي هنا حيث يبرز الاهتمام في غرب أفريقيا بسبب أزمة إيبولا في تلك الفترة وجنوب شرق آسيا وأمريكا الشمالية. يوضح هذا أن التغطية تتبع أماكن تفشي الأمراض المعدية التي تُشكل تهديدا عالميا. تظهر الخريطة بوضوح ثنائية صارمة بين دول تستأثر بالتغطية الإعلامية الغربية ودول مقصاة منها كليا، وهو ما يعبر عنه مفهوم التبعية الهيكلية فأفريقيا وأجزاء واسعة من آسيا تكاد تكون غائبة إلا حين تمثل خطرا على المراكز الغربية كما هو واضح في حالة الأوبئة بالإضافة إلى أن الدول المذكورة في سياق موضوع الحدود والهجرة هي بالضبط الدول التي تمثل مناطق توتر جيوسياسي تخدم أجندات الدول المنتجة للإعلام، مما يثبت أن الخريطة الإعلامية ليست موضوعية بل هي خريطة نفوذ

خلاصة المبحث الأول:

يتبين من خلال المطالب الأربعة التي تشكل هذا المبحث أن الإعلام الدولي المعاصر يعمل وفق منطق جيوسياسي متكامل الأركان، حيث تتداخل وظائفه وتتضافر في خدمة أهداف استراتيجية عميقة تتجاوز حدود النشاط الإعلامي المرئي.فقد أثبت الواقع أن القوة الناعمة لا تتحول إلى نفوذ فعلي إلا حين تجد في الإعلام ناقلا لقيمها ورسائلها فالدول التي امتلكت منظومات إعلامية كبرى كالولايات المتحدة عبر شبكاتها الإخبارية وقطر عبر الجزيرة، استطاعت أن تحول حضورها الثقافي والسياسي إلى معطى استراتيجي مؤثر في القرارات الدولية والأفكار الجمعية. أن الدبلوماسية العامة الإعلامية لم تعد مرادفا للبروباغاندا الكلاسيكية، بل تطورت إلى نظام متطور لإدارة التصورات يعمل بصبر استراتيجي عبر بناء الثقة والمصداقية قبل توظيفها في لحظات الأزمات والتحولات. كما يتجلى بوضوح أن الصورة الذهنية للدول باتت سلاحا جيوسياسيا من الدرجة الأولى إذ تؤثر على القرارات ومواقف الرأي العام الأجنبي وتوجهات الحكومات تجاه الملفات الثنائية والمتعددة الأطراف. وهذا ما يجعل الصراع على الصورة الذهنية جزءا لا يتجزأ من الصراع الجيوسياسي الأشمل. ونجد أن الهيمنة على تدفق المعلومات لا تنتج مجرد تأثير ظرفي بل تنتج نفوذا بنيوياً يعيد تشكيل الأجندات

ويضبط إيقاع النقاشات الدولية ويحدد أطر فهم الأحداث قبل أن تتشكل التصورات لدى المتلقين .ويتضح أن العلاقة بين الإعلام والنفوذ الجيوسياسي ليست علاقة آلية مباشرة بل هي علاقة جدلية تشتغل عبر الزمن وعبر تراكم التأثير وتجذره في البنى الذهنية للمجتمعات الدولية. كما يتضح أن الفاعلين الذين يتقنون إدارة هذه الأبعاد الأربعة معا هم وحدهم من يبلغون مستوى الهيمنة الجيوبوليتيكية للاعلام الفعلية.

المبحث الثاني: الحروب الإعلامية كأداة لإعادة رسم خرائط النفوذ

لم يعد الإعلام في منظومة العلاقات الدولية المعاصرة مجرد وسيط لنقل الأحداث، بل تحول إلى أداة استراتيجية فاعلة توظفها الدول والتكتلات في معارك النفوذ وإعادة رسم خرائط القوى وهو ما يستدعي تحليلًا معمقًا لمفاهيم هذا الحقل وآلياته وتجلياته و من هذا المنطلق، يتتبع هذا المبحث بصورة منهجية مسارات الحرب الإعلامية من تأسيسها المفاهيمي الدقيق عبر التمييز بين حرب المعلومات والحرب النفسية والحرب الإعلامية وحروب السرديات مرورًا بآليات التنافس على تأطير الواقع الدولي، ثم بدور الإعلام في أطوار النزاعات من التصعيد إلى إعادة بناء الشرعية، وصولًا إلى الحروب الإعلامية الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي بوصفها ساحة النزاع الأكثر راهنية وتأثيرا في مشهد جيوسياسي متحوّل باستمرار.

المطلب الأول: ماهية الحرب الإعلامية

تعد الحروب الإعلامية من أبرز الظواهر الجيوسياسية في المشهد الدولي المعاصر، غير أنها تظل من أكثر المفاهيم إثارة للالتباس الاصطلاحي في أدبيات الاتصال الدولي وعلوم الأمن القومي على حد سواء. إذ كثيرًا ما يستخدم مصطلح الحرب الإعلامية بديلا بلا دقة منهجية عن مصطلحات مغايرة له في المحتوى والأداة والهدف من بينها: حرب المعلومات (Information Warfare)، والحرب النفسية (Psychological Operations / Psyops)، وحروب السرديات (Narrative Wars)، والدبلوماسية الإعلامية العامة (Public Diplomacy).إن هذا الخلط المفاهيمي ليس مجرد قصور لغوي، بل يفضي إلى أخطاء منهجية في التحليل الأكاديمي وفي صياغة الاستجابات السياسية على مستوى الدول.

1) حرب المعلومات (Information Warfare)

أ- **التطور الاشتقاقي والتاريخي للمفهوم**

ظهر مفهوم "حرب المعلومات" بوصفه مصطلحا أكاديميا وعملياتيا في البيئة الاستراتيجية الأمريكية إبان الحرب الباردة، ولا سيما في أعمال "مارتن ليبيكي Martin Libicki " الصادرة عن معهد الدراسات الاستراتيجية الوطني عام 1995، الذي ميز بين سبعة أشكال لحرب المعلومات: الحرب القيادية والسيطرة وحرب الاستخبارات والحرب الإلكترونية والحرب النفسية والحرب الإرشادية والحرب الاقتصادية المعلوماتية والحرب السيبرانية.[1]

[1] . Martin Libicki, What Is Information Warfare? (Washington, DC: National Defense University Press, 1995), 7–9.

وقد اكتسب المفهوم بعدا تشغيليا رسميا مع إصدار وزارة الدفاع الأمريكية المنشور المشترك رقم JP 3-13 في طبعاته المتعاقبة، إذ عرفت حرب المعلومات بأنها "الاستخدام المتكامل للقدرات الإعلامية بالتنسيق مع سائر خطوط الجهد للتأثير على المعلومات وأنظمة المعلومات المعادية مع صون المعلومات وأنظمة المعلومات الصديقة وتعزيزها".[1]

ب- البنية التحليلية لحرب المعلومات

تقوم حرب المعلومات وفق الإطار النظري المستقر على ثلاثة أبعاد متشابكة: البعد الهجومي الذي يستهدف تعطيل قدرة الخصم على جمع المعلومات ومعالجتها واتخاذ القرارات بناء عليها والبعد الدفاعي الرامي إلى حماية الأنظمة المعلوماتية الوطنية من الاختراق والتشويه والتدمير والبعد الاستغلالي المتمثل في استثمار البيانات المجمعة لتحقيق الأفضلية الاستراتيجية.[2] والمميز في حرب المعلومات عن سائر المصطلحات المجاورة أنها تنتمي في الأصل إلى المجال العملياتي العسكري والأمني، وأن الفاعلَ الرئيسي فيها هو الدولة أو ذراعها الأمني والاستخباراتي، بينما يستهدف الأثر منظومات تقنية قبل أن يستهدف العقول والسلوكيات. يقول "توماس ريد" إن مفردة "الحرب" في هذا السياق مضللة أصلا لأن معظم ما يوصف بحرب الفضاء الإلكتروني يندرج سوسيولوجيا ضمن التجسس أو التخريب لا الحرب.[3]

2) الحرب النفسية (Psychological Operations)

أ- الجذور التاريخية والتأسيس المفاهيمي

يعود الاستخدام المنهجي لأساليب الحرب النفسية إلى ما قبل القرن العشرين، إذ وظف "الإسكندر الأكبر" و"تيمورلنك" أساليب الإرهاب النفسي الجماعي بوصفها امتدادا للعمل العسكري. غير أن التنظير الأكاديمي المنهجي لهذا المجال انطلق مع "هارولد لاسويل" في دراسته الرائدة حول الدعاية في الحرب العالمية الأولى، الذي حدد فيها الوظائف الأساسية للاتصال السياسي الموجه في ثلاثية: التأطير والتعبئة والاستمالة العاطفية.[4]

[1] Joint Chiefs of Staff, Information Operations, Joint Publication 3-13 (Washington, DC: U.S. Department of Defense, 2014), I-1 – I-3.

[2] Thomas Rid, Cyber War Will Not Take Place (London: Hurst & Company, 2013), 12–15.

[3] نفس المرجع

[4] Philip M. Taylor, Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era, 3rd ed. (Manchester: Manchester University Press, 2003), 2–4.

وفي سياق الحرب العالمية الثانية، طورت الأجهزة الأمريكية والبريطانية منظومة متكاملة للعمليات النفسية، وثقها ""دانيال ليرنر" في دراسته الميدانية "سايكووور" (1949) التي رصدت آليات الاختراق النفسي للجبهة الداخلية الألمانية النازية عبر المنشورات الجوية وبرامج الراديو.[1]

ب- الأداة والهدف والتمييز البنيوي

تنتهج الحرب النفسية أدوات متنوعة تشمل: الدعاية البيضاء (المصدر معلوم)، والدعاية الرمادية (المصدر مبهم)، والدعاية السوداء (المصدر مقنع أو كاذب)، وتستهدف في جوهرها ثلاثة عناصر متداخلة: الإدراك والمعتقدات والسلوك.ويمتاز عملها بالتدرج الزمني، إذ يبنى أثرها على المدى المتوسط والبعيد لا على اللحظة الآنية. وخلافا لحرب المعلومات التي تستهدف الأنظمة التقنية، تستهدف الحرب النفسية الجماهير: قوات العدو والمدنيين والرأي العام المحلي والدولي.[2]

مثال: العمليات النفسية السوفيتية

تعد العمليات النفسية السوفيتية خلال الحرب الباردة من أكثر النماذج تعقيدا وتكاملا في التاريخ المعاصر. فقد طوّر جهاز الاستخبارات السوفيتي ما بات يعرف بـ"الإجراءات النشطة" (Active Measures)، التي مزجت بين تزوير الوثائق وتجنيد عملاء للتأثير وبث المعلومات المضللة والتلاعب بالحركات الاجتماعية في الغرب. ورصد "هيربرت رومرشتاين" هذه الآليات بتفصيل دقيق، مبينًا أن التضليل السوفيتي لم يكن مجرد دعاية بل كان منظومة هيكلية متكاملة تستهدف إعادة تشكيل البيئة الإدراكية لصانع القرار الغربي.[3]

3) **الحرب الإعلامية (Media War)**

أ) **التحديد المفاهيمي**

تمثل الحرب الإعلامية المفهوم الأشمل والأوسع دلالة مقارنة بسابقيه، وهي لا تختزل في العمليات النفسية ولا في التقنيات المعلوماتية، بل تنتظم حولها باعتبارها إطارا استراتيجيا شاملا. ويمكن تعريفها على النحو الآتي: توظيف

[1] Daniel Lerner, Sykewar: Psychological Warfare against Germany, D-Day to VE-Day (New York: George W. Stewart, 1949), 33.

[2] Harold Lasswell, "Propaganda," in Encyclopedia of the Social Sciences, ed. Edwin R.A. Seligman (New York: Macmillan, 1934), 521–528.

[3] Herbert Romerstein, "Disinformation as a KGB Weapon in the Cold War," Journal of Intelligence History 1, no. 1 (2001): 54–67.

وسائل الإعلام بجميع أجيالها ومنصاتها أداةً في الصراع السياسي والجيوسياسي لصياغة الرواية وإعادة إنتاجها، وتوجيه الرأي العام المحلي والدولي، وتحقيق أهداف الدولة أو الفاعل غير الدولاتي في الفضاء التنافسي الدولي.[1]

يتميز هذا المفهوم بعناصر بنيوية ثلاثة: أولها أن الفاعل فيه قد يكون الدولة أو الحزب أو الحركة أو المنظمة الدولية أو الفاعل المُتعدد الجنسيات أو حتى الشبكات اللاحكومية وثانيها أن ميدان الاشتباك هو الفضاء الاتصالي العام (الإعلام التقليدي والرقمي ومنصات التواصل) وثالثها أن الهدف الأسمى ليس تحطيم بنية تحتية مادية بل إعادة رسم خرائط النفوذ الرمزي وتحويل التصورات الجمعية.[2]

ب) التطور التاريخي للحرب الإعلامية:

ثلاث مراحل كبرى تشكل التاريخية الكبرى للحرب الإعلامية وفق ثلاث مراحل متتابعة ومتداخلة:

الحروب العالمية (1914-1945): أسست الولايات المتحدة "لجنة المعلومات العامة" (Committee on Public Information) برئاسة "جورج كريل" عام 1917 وهي أول جهاز مركزي حكومي متخصص في توجيه الرواية الإعلامية الداخلية والخارجية في زمن الحرب. وكشف "كريل" في مذكراته عن الخيط الفاصل الرهيف بين الإعلام والدعاية حين قال: "لم نكن نكذب، بل كنا نحدد ما تسمعه أمريكا".[3]

الحرب الباردة (1947-1991): تتسم هذه المرحلة بنشوء ما أسماه "نيكولاس كال" "الدبلوماسية العامة" (Public Diplomacy)المؤسسية التي تجلت في برامج "صوت أمريكا (Voice of America) "و"راديو أوروبا الحرة"، وما يقابلها من مؤسسة راديو موسكو، في صراع ذرائعي مفتوح على الهيمنة الإدراكية العالمية.[4]

الثورة الرقمية (1990 – لوقتنا الحالي): تنفتح مع ثورة الميديا الرقمية التي أفضت إلى ما وصفه "فيليب سيب" بـ"الدبلوماسية الآنية(Real-Time Diplomacy) " حيث تشاغل الروايات بعضها بعضا في حوامل غير خطية ومتعددة المسارات، ويتشكل الرأي العام العالمي في الزمن الحقيقي.[5] تستند الحرب الإعلامية إلى جملة من الأطر النظرية الكبرى

[1] Babak Bahador, The CNN Effect in Action: How the News Media Pushed the West toward War in Kosovo (New York: Palgrave Macmillan, 2007), 3–15.

[2] Edward S. Herman and Noam Chomsky, Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media (New York: Pantheon Books, 1988), 1–35.

[3] George Creel, How We Advertised America (New York: Harper & Brothers, 1920), 3–10.

[4] Nicholas J. Cull, The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy, 1945–1989 (Cambridge: Cambridge University Press, 2008), 16–22.

[5] . Philip Seib, Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era (New York: Palgrave Macmillan, 2012), 1–18.

التي توفر لها أساسها العلمي وتفسر آليات اشتغالها: نظرية القوة الناعمة جوزيف ناي التي تعرف القوة الناعمة بأنها القدرة على تحقيق الأهداف بالجذب والإقناع لا بالإكراه. الحرب الإعلامية هي التجلي الأبرز لهذه القوة، إذ تسعى إلى تحويل القيم والروايات إلى أدوات نفوذ دولي. نظرية الأجندة كوهين ومكومبز التي تقرر أن الإعلام لا يُخبر الناس بما يُفكّرون فيه، لكنه يُحدد ما يُفكّرون فيه. في سياق الحرب الإعلامية، يحول هذا المبدأ إلى سلاح استراتيجي لتحديد أجندات النقاش الدولي وتأطير الصراعات.

نظرية حرب الشبكات (Netwar).التي تقر بان الصراعات المستقبلية ستخاض بالمعلومات والشبكات أكثر مما تخاض بالأسلحة والجيوش، وأن الفاعل القادر على التحكم في الرواية والبنية الشبكية لتوزيعها هو القادر على تحقيق النصر الاستراتيجي. نظرية التأطير "غوفمان" و"إنتمان" تبين كيف يؤثر اختيار زاوية تقديم المعلومات في تشكيل الفهم والمواقف. في الحرب الإعلامية، يصبح التأطير (Framing) أداة إعادة بناء الواقع لصالح طرف على حساب آخر.[1]

نموذج ميداني: قناة RT ونموذج "خرطوم الإطفاء الكاذب"

يعد نموذج قناة "RT" (روسيا اليوم) نموذجا معياريا في دراسات الحرب الإعلامية المعاصرة. فقد صممت روسيا هذه القناة بوصفها أداة لتحدي الهيمنة الإعلامية الغربية، وذلك عبر استراتيجية ثلاثية الأبعاد: تشكيك في مصداقية الإعلام الغربي، وتضخيم الأصوات المعارضة داخل المجتمعات الغربية، وتكريس رواية بديلة حول أحداث بعينها. ورصد "كريستوفر بول" و"ميريام ماتيوز" في دراستهما الصادرة عن مؤسسة راند (2016) ما أسمياه "نموذج خرطوم الإطفاء الكاذب :(Firehose of Falsehood) ضخ كميات ضخمة من الروايات المتناقضة بصورة متزامنة بهدف إحداث "التشبع الإدراكي" لدى المتلقي وتشتيت قدرته على التمييز.[2]

4) حروب السرديات (Narrative Wars)

ينحدر مفهوم "حروب السرديات" من ملتقى تيارات نظرية متعددة: يبدأ من "والتر ليبمان" (1922) حين تناول "البيئات الزائفة" التي يشيدها الإعلام بديلا من الواقع الموضوعي، مقررا أن الرأي العام لا يتشكل استجابة للحقائق بل للصور الذهنية (Pictures in our heads) [3] ثم يمر بالتأسيس النقدي الذي أرساه "يورغن هابرماس" في نظريته حول

[1] Arquilla, John, and David Ronfeldt. Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy. Santa Monica: RAND Corporation, 2001, p. 8.

[2] Christopher Paul and Miriam Matthews, "The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model," RAND Perspective, PE-198-OSD (Santa Monica: RAND Corporation, 2016), 2–3.

[3] Walter Lippmann, Public Opinion (New York: Harcourt, Brace and Company, 1922), 3–20.

الفضاء العام وتحولاته تحت ضغوط المصالح الاقتصادية والسياسية[1] ويصل إلى منظرين معاصرين مثل "بيتر بوميرانتسيف" الذي أعاد إحياء هذا الإطار في سياق الميديا الرقمية الروسية، مُقررا أن الحرب المعاصرة لم تعد حربا على الحقيقة بل حربا على إمكانية الحقيقة ذاتها.[2] إن حروب السرديات خلافا للحرب الإعلامية التي تستخدم وسائل الإعلام أداة تستهدف البنية العميقة للمعنى، أي الإطار المرجعي (Frame of Reference) الذي يفسر من خلاله الجمهور الأحداث لا الأحداث ذاتها. ولهذا تلجأ حروب السرديات إلى أساليب أكثر خفاء وتأثيرًا على المدى البعيد، من بينها: توظيف الرموز الثقافية والهويات الجمعية، وإعادة تشكيل الذاكرة التاريخية المشتركة، والتلاعب بالخيال الجمعي (Collective Imaginary). ومن ثم فهي تشتغل عبر فاعلين ليسوا بالضرورة إعلاميين أو أجهزة استخباراتية، بل قد يكونون أكاديميين ومؤسسات بحثية ونخبًا ثقافية وصناع محتوى.[3] يقوم بتحديد الباحث في الإعلام الاستراتيجي "إيتان غيلبوا" فارقا وظيفيا جوهريا: الحرب النفسية تغير ما يشعر به الناس والحرب الإعلامية تغير ما يرونه ويسمعونه، أما حروب السرديات فتغير الإطار الذي من خلاله يحدد الناس ما يعتبرونه حقيقيا أصلا.[4]

5) الفوارق الجوهرية

[1] Jürgen Habermas, The Structural Transformation of the Public Sphere, trans. Thomas Burger (Cambridge: MIT Press, 1989), 181–195.

[2] Peter Pomerantsev, This Is Not Propaganda: Adventures in the War against Reality (London: Faber & Faber, 2019), 55–71.

[3] Joseph S. Nye Jr., Soft Power: The Means to Success in World Politics (New York: Public Affairs, 2004), 5–11.

[4] Eytan Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy," The Annals of the American Academy of Political and Social Science 616 (2008)

الجدول رقم (2) : جدول الفوارق والتمييز بين المصطلحات

المحاور التحليلية	حرب المعلومات Information Warfare	الحرب النفسية Psychological Ops	الحرب الإعلامية Media War	حروب السرديات Narrative Wars
الفاعل	الجيش والاستخبارات	الحكومة + وحدات متخصصة	الدولة + مؤسسات إعلامية	فاعلون متعددون: أكاديميون + منظمات + شبكات
الأداة	شبكات + قواعد بيانات + سيبرانية	رسائل عاطفية + دعاية موجّهة	خطاب صحفي + منصات بث + تحرير	إطارات تفسيرية + رموز ثقافية + ذاكرة جمعية
الهدف	أنظمة تقنية + بنى تحتية	إرادة الأفراد والجماعات + الروح المعنوية	الرأي العام المحلي والدولي	البنية المرجعية العميقة للمعنى
الأفق الزمني	آني — قصير الأمد	متوسط الأمد	آني إلى متوسط الأمد	بعيد الأمد — أجيال متعاقبة

المصدر: من إعداد الطالبة

أ) محور الفاعل (Actor)

في حرب المعلومات الفاعل المسيطر هو الجيش وجهاز الاستخبارات وفي الحرب النفسية، يتوسع الفاعل ليشمل الحكومة والوحدات العسكرية المتخصصة. أما في الحرب الإعلامية، فالفاعل يمتد إلى مؤسسات الإعلام الرسمية وشبه الرسمية والشبكات التحريرية الموجهة. وفي حروب السرديات يتشعب الفاعل ليضم المؤسسات الأكاديمية والمنظمات غير الحكومية والفاعلين الثقافيين وشبكات التواصل الاجتماعي.

ب) محور الأداة (Tool)

تعتمد حرب المعلومات على البنية التحتية التقنية للمعلومات (شبكات، قواعد بيانات، أنظمة تحكم وسيطرة). بينما تستخدم الحرب النفسية الرسائل المُصممة للتأثير العاطفي والإدراكي (منشورات، بث إذاعي، تهديدات موجهة).

وتوظف الحرب الإعلامية الخطاب الصحفي والتحريري ومنصات البث والقنوات الفضائية والرقمية. أما حروب السرديات فتعتمد على الإطارات التفسيرية والرموز والذاكرة الجمعية والإنتاج الفكري والثقافي.[1]

ج) محور الهدف(Target)

تستهدف حرب المعلومات الأنظمة والشبكات التقنية والبنية التحتية الرقمية. وتستهدف الحرب النفسية إرادة الأفراد والجماعات وروحهم القتالية. وتستهدف الحرب الإعلامية الرأي العام المحلي والدولي والمنظومة التحريرية المعادية. في حين تستهدف حروب السرديات البنية المرجعية الأعمق التي يُفسر من خلالها العالم، أي المنظومة القيمية والهوياتية.

د) محور الأفق الزمني (Time Horizon)

حرب المعلومات آنية إلى قصيرة الأمد، وأثرها قابل للرصد الفوري. والحرب النفسية متوسطة الأمد، تتراكم آثارها عبر حملات ممتدة. والحرب الإعلامية تمتد من الآنية حتى المتوسطة الأمد وفق طبيعة الأزمة. وحروب السرديات تشتغل على الأمد البعيد جدًا، إذ تستهدف إعادة بناء الخيال الجمعي عبر أجيال كاملة.[2]

6) مناطق التداخل والتكامل

لا تفسر المفاهيم الأربعة بوصفها متقاطعة فحسب، بل كثيرا ما تتضافر في إطار ما يعرف بـ"الحرب الهجينة" (Hybrid Warfare). وتقدم العملية الروسية في أوكرانيا منذ فبراير 2022 نموذجا مركبا مدروسا: توظف حرب المعلومات لتعطيل شبكات القيادة والسيطرة الأوكرانية؛ وتنشر الحرب النفسية لإضعاف الروح المعنوية لدى المدنيين والعسكريين الأوكرانيين وتعبئ الحرب الإعلامية عبر RT وقنوات بيلاروسية المحيط الإقليمي والرأي العام غير الغربي بينما تسعى حرب السرديات إلى تكريس رواية "الوطن الروسي الموحد" التي تلغي استقلالية الهوية الأوكرانية في وجدان الرأي العام.[3] ويكشف هذا النموذج عن ظاهرة التداخل الوظيفي (Functional Overlap) بين المصطلحات في الميدان،

[1] W. Lance Bennett and Steven Livingston, "The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions," European Journal of Communication 33, no. 2 (2018): 122–139.

[2] Luciano Floridi, The Ethics of Artificial Intelligence (Oxford: Oxford University Press, 2023), 140–155.

[3] NATO Strategic Communications Centre of Excellence, Social Media as a Tool of Hybrid Warfare (Riga: NATO StratCom COE, 2019), 11–28.

مما يعني أن التمييز المفاهيمي المنهجي لا يُقلل من تشابك الظواهر الفعلية بل هو ضرورة منهجية لتحليلها بدقة، إذ يتيح تحديد الآليات الجزئية داخل المنظومة الكلية المعقدة.

7) إشكاليات الاستخدام الأكاديمي وأزمة التحليل المنهجي

ينجم عن غياب الضبط المفاهيمي في هذا الحقل جملة من الإشكاليات المنهجية، أبرزها ثلاث:

الإشكالية الأولى تضخيم المفهوم :(Concept Inflation) حين تطلق مفردة "الحرب الإعلامية" على كل حملة دعائية أو تحيز تحريري، فتفقد قيمتها التحليلية وتتحول إلى تعبير لاغٍ.(Empty Signifier)

الإشكالية الثانية انحراف السياسات :(Policy Misalignment) حين توضع استجابات مصممة لمواجهة حرب المعلومات في مواجهة ظاهرة هي في حقيقتها حرب سرديات، فتخفق الاستجابة لأنها تعالج السطح لا البنية. وهذا ما رصده "بنيت وليفينجستون" حين أكدا أن المواجهة الوقائعية للأخبار الزائفة وحدها لا تعالج الفراغ الإطاري الذي تشغله السرديات البديلة.[1]

الإشكالية الثالثة أزمة الإسناد :(Attribution Crisis) وهي مشكلة موثقة في أدبيات الأمن الإعلامي، إذ يصعب تقنيا وسياسيا إثبات مسؤولية الدولة عن عمليات التأثير الرقمي في عصر الذكاء الاصطناعي والحسابات الآلية (Bots والمزارع الإلكترونية .(وتزيد هذه الأزمة تعقيدًا في ظل الفاعلين الوسطاء (Proxies) الذين يشنون حروبا إعلامية بالنيابة.[2]

8) الدبلوماسية الإعلامية العامة (Public Diplomacy)

تكتمل الخريطة المفاهيمية بمصطلح جوهري يُختلط به كثيرا: "الدبلوماسية الإعلامية العامة"، التي عرّفها "إيتان غيلبوا" بأنها "إدارة البيئة الدولية من خلال الانخراط مع جماهير أجنبية".[3]وما يميزها عن سائر المفاهيم السابقة أنها تعمل في الفضاء الشرعي الصريح: مصدرها معلوم، وأهدافها مُعلنة، وإن كانت في جوهرها خدمةً للمصلحة الوطنية. وتمثل قنوات France 24 والجزيرة الإنجليزية و DW و BBC World Service نماذج لهذا النوع، وإن تضمنت جميعها

[1] Bennett and Livingston, "The Disinformation Order," 130.

[2] Eli Berman and David A. Lake, eds., Proxy Wars: Suppressing Violence through Local Agents (Ithaca: Cornell University Press, 2019), 1–10.

[3] Eytan Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy," The Annals of the American Academy of Political and Social Science 616 (2008): 55–77.

درجات متفاوتة من التوجيه السياسي الضمني.[1] الفارق الرهيف بين الدبلوماسية الإعلامية العامة والحرب الإعلامية ليس فارقا في الأداة، بل في النية والشفافية ودرجة التلاعب بالحقيقة. وقد أكد جوزيف ناي أن القوة الناعمة التي الدبلوماسية الإعلامية ركيزتها تفقد فاعليتها حين يكشف زيفها أو حين تُستخدم مضمارا للتلاعب الصريح لأن المصداقية هي رأس المال الوحيد الذي لا يمكن استعارته.[2]

9) البنية التنظيمية للحرب الإعلامية

يُعدّ الشكل 04 الأداة التحليلية الأساسية لفهم الكيفية التي تتدفق من خلالها الرسائل الإعلامية وتدار العمليات المعلوماتية في سياق الحرب الإعلامية. إذ يحدد ثلاثة أنماط بنيوية لتنظيم الشبكات الإعلامية، لكل منها خصائصه الاستراتيجية ومستوى فاعليته في إدارة الصراع المعلوماتي

الشكل رقم (3): الأنواع الثلاثة الأساسية للشبكات.

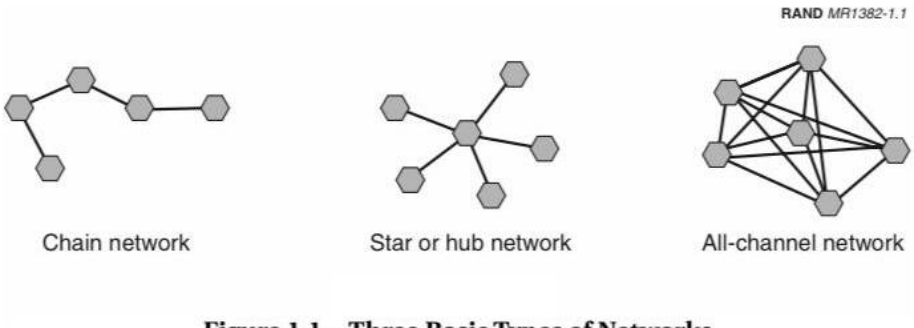


Figure 1.1—Three Basic Types of Networks

Source: Arquilla and Ronfeldt, Networks and Netwars, 8.[3]

[1] Sinan Aral, The Hype Machine: How Social Media Disrupts Our Elections, Our Economy, and Our Health (New York: Currency, 2020), 45–70.

[2] Nye, Soft Power, 31.

[3] John Arquilla and David Ronfeldt, Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy (Santa Monica: RAND Corporation, 2001), 8.

الجدول رقم (3): جدول لشرح الأنواع الثلاثة الأساسية للشبكات

نوع الشبكة	خصائصها الإعلامية	نموذجها في الحرب الإعلامية	مستوى الفاعلية
شبكة السلسلة	تدفق خطي للمعلومات، سرية عالية، صعوبة اختراق	التجنيد السري ونقل الروايات المشفرة	متوسطة
شبكة المحور	مركز تنسيق واحد يوجه الخطاب	المنظمات الإعلامية ذات القيادة الكاريزمية	عالية في التنسيق، هشة بفقدان المركز
شبكة متعددة القنوات	تواصل أفقي شامل ولا توجد مركزية	الحملات الإعلامية الشعبية	الأعلى صمودا وتأثيرا

المصدر:من إعداد الطالبة

تمثل شبكة السلسلة (Chain Network) طور التصعيد والتجنيد السري وهي النمط الأكثر شيوعا في مرحلة التصعيد المبكر للنزاع. تتدفق المعلومات والرسائل الدعائية عبر حلقات متتابعة، مما يقلل من مخاطر الكشف الإعلامي ويصعب التتبع. توظفها الجماعات المسلحة في نقل الأوامر، وتمرير الروايات البديلة وبناء شبكات التجنيد.

وتعمل شبكة المحور (Star/Hub Network) على طور التنسيق والتصعيد المتوسط وبذلك فهي تُهيمن في مرحلة التصعيد المتوسط حيث تتوحد الرسائل الإعلامية حول مركز تنسيقي. يديرها قائد محوري أو مؤسسة إعلامية مرجعية تحتفظ بالسيطرة على الخطاب دون إنشاء تراتبية هرمية صارمة. أبرز أمثلتها: المنظمات الإعلامية الدولية التي تُنسّق دعماً واسع النطاق لقضية بعينها. يأتي بعد ذلك الشبكة متعددة القنوات (All-Channel Network) طور الذروة وإعادة الشرعية الأقوى تأثيراً في مرحلتي ذروة النزاع وما بعد الصراع. تتواصل فيها جميع العقد مع بعضها مباشرةً دون الحاجة إلى وسيط، مما يجعل الرواية الإعلامية أكثر صموداً أمام محاولات الإسكات والتشويش. وهي النموذج الذي تعتمده حركات المجتمع المدني في مرحلة إعادة بناء الشرعية الديمقراطية. تُشير الدراسة إلى أن قدرة أي فاعل على التحكم في شكل الشبكة التي ينقل عبرها رسالته الإعلامية تحدد مدى فاعليته في كل طور من أطوار النزاع. الجهات التي تمتلك شبكات متعددة القنوات تستطيع البقاء في الفضاء الإعلامي حتى في مواجهة رقابة الدولة، وهو ما يمنحها أفضلية في مرحلة إعادة بناء الشرعية الدولية لمواقفها.

المطلب الثاني: حروب السرديات وآليات التنافس على تأطير الواقع الدولي

أصبحت السرديات في عصرنا الحالي سلاحا استراتيجيا قويا إذ لم تعد الحروب تقام على أرض المعارك وحسب، بل أصبحت تمتد إلى فضاء المعنى وحقل الرمز والخطاب. إن حروب السرديات تمثل الوجه الأكثر تطورا وتعقيدا لهذا لثالوث القوة والمكان والمعلومة إذ تسعى الدول والفاعلون من غير الدول إلى تأطير الواقع الدولي وفق منظورات تخدم مصالحهم وتعزز نفوذهم .

1) تأصيل مفهوم حروب السرديات:

تعد السردية (Narrative) في أدبيات العلوم الاجتماعية والسياسية بنية خطابية منظمة تُقدم أحداثاً وفاعلين وعلاقات في إطار زمني وسببي محدد، بهدف منح الواقع معنى اجتماعياً وسياسياً. وقد أرسى "والتر ليبمان Walter Lippmann" في مؤلفه الرائد "الرأي العام" الأساس النظري لفهم دور الإعلام في بناء "صور الواقع" في أذهان الجمهور حيث أكد أن الإنسان لا يستجيب للواقع بحد ذاته بل للصورة التي يكوّنها عنه، وأن وسائل الإعلام هي الجسر الرابط بين "العالم الخارجي والصور في عقولنا.[1] وقد عمل "روبرت إنتمان Robert Entman"على تطوير هذا الفهم تطويرا منهجيا نحو توضيح نموذج التأطير المتشعب موضحا أن التأطير يقوم على انتقاء بعض جوانب الواقع المدرك وإبرازها في نص تواصلي، بطريقة تعزز تعريفا معينا للمشكلة أو تفسيرا سببيا أو تقييما أخلاقيا أو توصية بمعالجة.[2] وإذا تجاوز التأطير البعد الأكاديمي الإعلامي، فإنه يضحي في سياق الجيوبوليتيك آلية لإعادة توزيع النفوذ، بمعنى أن من يملك أدوات التأطير يملك القدرة على تشكيل معايير الشرعية وتحديد هوية الضحية و المعتدي وخريطة الصديق و العدو. وتتميز "حروب السرديات" من حيث إنها تستهدف البنية التفسيرية العميقة للواقع لا مجرد بث رسائل آنية مضللة. وتعمل على السيطرة على أطر المعنى والتفسير أي إنها حرب على الحقيقة المتصورة لا على الحقيقة الموضوعية. وقد عبر "إدوارد هيرمان" و"ناعوم تشومسكي Herman & Chomsky" عن هذه الفكرة في أطروحتهما حول "صناعة الموافقة Manufacturing Consent"، حين بينا كيف تقف وسائل الإعلام الكبرى بنيويا مع مصالح النخب وتضفي شرعية على الروايات الرسمية عبر مرشحاتها: الملكية، والإعلانات، والمصادر، والأيديولوجيا المهيمنة.[3]

2) الإطار التاريخي لحروب السرديات

---

[1] Walter Lippmann, Public Opinion (New York: Harcourt, Brace and Company, 1922), p. 29.

[2]) Robert M. Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," Journal of Communication 43, no. 4 (1993): 52.

[3] Edward S. Herman and Noam Chomsky, Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media (New York: Pantheon Books, 1988), pp. 1-35.

ليست حروب السرديات وليدة العصر الرقمي بل تضرب بجذورها في عمق التاريخ السياسي الإنساني. فقد وظف الإمبراطوريات القديمة الدعاية لتثبيت شرعيتها. غير أن التحول الكيفي الجوهري جاء في القرن العشرين، تحديدا إبان الحربين العالميتين حين تحولت الدعاية إلى صناعة مؤسسية منظمة ففي الحرب العالمية الأولى أنشأت الولايات المتحدة الأمريكية "لجنة المعلومات العامة Committee on Public Information" عام 1917 بإشراف "جورج كريل" وكانت أول آلة تأطير إعلامي جماهيري منهجي في التاريخ الحديث.[1] ومثلت الحرب الباردة (1947-1991) المرحلة الأكثر بلورة لحروب السرديات المؤسسية، وهذا راجع إلى المنافسة بين المعسكرين الأمريكي والسوفيتي على مستويين متوازيين: مستوى الإذاعة عبر الأمواج الدولية (صوت أمريكا، راديو أوروبا الحرة، راديو موسكو) ومستوى الإنتاج الأكاديمي والثقافي الهادف إلى تعميق جاذبية كل نموذج حضاري. وقد كشفت وثائق لاحقة أن وكالة المخابرات المركزية الأمريكية (CIA) مولت سرا عشرات المجلات الثقافية والأدبية والمؤتمرات الفكرية في أوروبا الغربية في خمسينيات وستينيات القرن العشرين بوصفها أدوات ناعمة في معركة السرديات.[2] ومع دخول الألفية الثالثة شهدت حروب السرديات تسارعا غير مسبوق بفعل ثورة الإنترنت والإعلام الاجتماعي، فأصبحت بيئة المعلومات الرقمية ساحة للحرب السردي المتعدد الفاعلين الذي لا تتحكم فيه الدول وحدها بل تنخرط فيه شبكات من الجهات غير الحكومية والتنظيمات المتطرفة والأفراد المؤثرين.

3) نماذج من الو اقع الدولي عن حروب السرديات

أ- حرب الخليج الثانية (1990-1991)

شكّلت تغطية شبكة CNN لحرب الخليج عام 1991 منعطفا تأسيسيا في تاريخ حروب السرديات، إذ استبدل التقرير الميداني المتأخر بالبث الحي الآني، فأصبح التأطير المباشر سلاحا في يد الإدارة الأمريكية التي استطاعت تقديم العملية العسكرية بوصفها "حربا جراحية نظيفة" ومحدودة الخسائر المدنية. وقد أثارت هذه السردية نقاشات أكاديمية حادة حول التلاعب بالإدراك العام للحرب[3].

ب- غزو العراق 2003:

[1] Susan A. Brewer, Why America Fights: Patriotism and War Propaganda from the Philippines to Iraq (New York: Oxford University Press, 2009), pp. 47-70.

[2] Frances Stonor Saunders, The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters (New York: The New Press, 2000), pp. 1-25.

[3] Douglas Kellner, The Persian Gulf TV War (Boulder: Westview Press, 1992), pp. 59–84.

تُعد هذه الحالة النموذج الأكثر دلالة على توظيف السردية لاستباق القرار الحربي، إذ بنت إدارة "بوش" الابن تدريجيا سردية ترابط بين نظام "صدام حسين" والإرهاب وأسلحة الدمار الشامل، مع غياب شبه تام للأدلة الموثقة. و قد تم توثيق دراسة تحليلية لتغطية الصحافة الأمريكية كيف أن الإعلام الرئيسي فشل في الأداء الرقابي المستقل وسلم بالتأطير الرسمي بصورة شبه كاملة.[1]

ج- الأزمة الأوكرانية:

منذ عام 2014 وصولا إلى الحرب الشاملة في 2022، شكلت الأزمة الأوكرانية أحد أوضح مواضع تنافس السرديات في القرن الحادي والعشرين. فالرواية الروسية تقدم العملية العسكرية بوصفها "عملية تحرير" ووقفا ضد توسع حلف الناتو، في حين تقدمها السردية الغربية باعتبارها "غزوا انتهاكيا صريحا" للقانون الدولي. وقد رصدت دراسات معهد أكسفورد لإنترنت (Oxford Internet Institute) حجم العمليات المنسقة للتلاعب بمنصات التواصل الاجتماعي في هذا النزاع، كاشفة عن شبكات تضليل منهجية ذات طابع جيوسياسي واضح.[2]

د- الصراع في غزة والحرب الإعلامية على التأطير :(2023-2024)

كشف الصراع في غزة عن معركة تأطير غير مسبوقة على المنصات الرقمية، إذ تصادمت سرديتان وهما: سردية حق الدفاع عن النفس الإسرائيلية-الغربية، وسردية "الإبادة والاحتلال" التي حملتها شرائح واسعة من الرأي العام العالمي ووثقها صحفيون وناشطون فلسطينيون. ويشير عدد من الباحثين إلى أن منصات التواصل الاجتماعي بما فيها خوارزميات التكثيف والتقييد باتت هي بحد ذاتها ميدانا لحرب السرديات، لا مجرد وسيلة لتناقل الروايات.[3]

وفي هذا السياق بالذات، يلاحظ أن القنوات الرقمية تشكل جبهة موازية للجبهة الميدانية حيث تتنافس الأطراف المتصارعة على تحديد من هو الجاني ومن هو الضحية في الوعي الجمعي الدولي.[4]

---

[1] W. Lance Bennett, Regina G. Lawrence, and Steven Livingston, When the Press Fails: Political Power and the News Media from Iraq to Katrina (Chicago: University of Chicago Press, 2007), pp. 1-40.

[2] Samantha Bradshaw and Philip N. Howard, "The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation," Oxford Internet Institute, 2019, p. 1.

[3] Nour Halabi and Emma Briant, "Narrative Warfare and the Gaza Conflict: Framing, Algorithms and the Battle Over Truth," Journal of Information Warfare 22, no. 3 (2024): 15-34.

[4] تحريرية، "حروب السرديات: كيف أصبح الإعلام سلاحاً في المعارك الحديثة"، ميغازين ألترا صوت، 2024. — متاح على: https://megazine.ultrasawt.com/siyaq/narrative-wars

تشكل الحرب على غزة نموذجا راهنا وموثقا علميا لآليات الإبادة الرقمية في خدمة سرديات القوى المهيمنة إذ تم رصد أن مرصد الحقوق الرقمية الفلسطينية وثّق منذ اندلاع الحرب (في الفترة بين 7 أكتوبر 2023 و28 سبتمبر 2024) ثلاثة آلاف وتسعمائة وستة وثلاثين انتهاكا وأن المنصات الرقمية مارست بصورة ممنهجة إزالة وحظر الخطاب الفلسطيني في حين سمح في الوقت نفسه باستخدام الخطاب العدائي والتحريضي من قبل المستخدمين الإسرائيلي.[1] أما على مستوى التأطير الإخباري في الإعلام الغربي التقليدي، فيُثبت من خلال تحليل معمّق للخطاب الإعلامي الغربي خلال الحرب على غزة أن السرديات الغربية تماهت مع الرواية الإسرائيلية ووظفت معجما تشبيهيا يساوي بين حماس وتنظيم الدولة الإسلامية، فضلا عن تعاملها مع الرواية الإسرائيلية بصورة غير نقدية مما يجلي كيف تعمل الهيمنة الإعلامية على مستوى التأطير وليس فقط مستوى الحجب أو الصمت الإعلامي.[2]

4) محددات الفاعلية في حروب السرديات

لا تتكافأ الأطراف في حروب السرديات، بل تتحكم في فاعليتها جملة من المحددات البنيوية، أبرزها:

المصداقية والثقة: أكد ناي (Nye) أن المصداقية هي من الموارد الأشد ندرة في عصر المعلومات، مما يجعل وسائل الإعلام المحترمة المستقلة ظاهريا على الأقل أكثر قدرة على ترسيخ السرديات من الأجهزة الإعلامية الرسمية الصريحة.

التوزيع والوصول: السردية القوية الموجودة في فراغ التوزيع لا قيمة جيوسياسية لها. لذا تستثمر الدول الكبرى مليارات الدولارات في شبكات توزيع مؤسسية متعددة اللغات والمنصات.

العامل الثقافي: استنادا إلى إنتمان فإن السرديات لا تحدث أثرا ما لم تتقاطع مع القيم والمخيلة الثقافية للجمهور المستهدف. ومن ثم، تلجأ الدول إلى ترجمة سردياتها الكبرى إلى خطابات مختلفة تخاطب كل سياق ثقافي بمفاتيحه الخاصة.

التوقيت والمبادرة: من يطلق السردية أولا يفرض إطار التلقي إذ تتمتع السردية الأولى بميزة هيكلية تجعل التفنيد اللاحق أقل أثرا وهو ما يسمى في علم النفس المعرفي بأثر الاستمرارية.(Continued Influence Effect) ونجد

[1] مركز الجزيرة للدراسات، "شبكات التواصل الاجتماعي وآليات التحكم في الرأي العام العالمي: الإبادة الرقمية للمحتوى الفلسطيني خلال الحرب على غزة (2023-2024)"، 2024. https://studies.aljazeera.net/ar/article/6133 تم الاطلاع عليه 23ماي 2026.

[2] عمراني، المصطفى. «سيرورة التأطير الإخباري للحرب على غزة في الخطاب الإعلامي الغربي (أكتوبر/تشرين الأول 2023 – أبريل/نيسان 2024).» مركز الجزيرة للدراسات، 20 أغسطس 2024 .تاريخ الاطلاع 23 مايو 2026 https://studies.aljazeera.net/ar/article/5999 .

جملة من العوامل التي تعمل كمحددات في الفاعلية في حروب السرديات أبرزها المصداقية والثقة وهذا ماأكد عليه جوزيف ناي أن المصداقية هي من الأشياء الأكثر ندرة في عصر المعلومات والتطور التكنولوجي وهذا يجعل وسائل الإعلام المحترمة هي الأقل قدرة على ترسيخ السرديات وأيضا كيفية التوزيع والوصول وهذا من أجل جعل السرديات لا قيمة لها جيوسياسيا وهذا راجع للقوى العظمى واستمرارها في دفع الملايير في توزيع مؤسسات متعددة اللغات تدعم هذه العمليات . أيضا يعد العامل الثقافي من أهم المحددات وهذا لأن إنتمان أكد أن السرديات لا تحدث أثرا إن لم تتقاطع مع القيم والمخيلة الثقافية للجمهور المستهدف ومن ثم تلجأ الدول إلى أن تترجم سردياتها إلى مجموعة خطابات تعمل على مخاطبة كل سياق ثقافي على حدة. ويعتبر التوقيت والمبادر ة أيضا أحد أم العوامل وهذا يعود لمسلمة أن من يطلق السردية أولا يفرض إطار معين للمتلقي إذ أن السردية الأولى تتمتع بخاصية هيكلية تجعل التنفتيد أقل أثرا وهذا ما يسمى في علم النفس المعرفي بأثر الإستمرارية .

5) حروب السرديات اليوم تختلف عن أمس

والفارق محدد ودقيق في الحرب الباردة كانت السردية تنتج مركزيا وتوزع عبر قنوات هرمية: الحكومة تُقرر، وكالة الأنباء تنقل، الصحيفة تنشر، القارئ يتلقى. اليوم دوامة الإنتاج مقلوبة: أي فرد ينتج محتوى، الخوارزمية تقرر ما يُضخم الحكومة تجري خلفه. هذا لا يضعف قدرة الدول الكبرى فحسب، بل يعيد توزيع سلطة التأطير على نحو لم يسبق له مثيل في التاريخ. ولكن كي تنجح يجب ان تتوفر فيها شرطين وهما المصداقية، كل آلية أخرى تنقلب ضد صاحبها. دولة توزع سردية واسعة الانتشار لكن مصداقيتها معدومة لا تُقنع الجمهور، بل تُصعّد الشك. مثال: راديو موسكو في ذروة الحرب الباردة كان يُبثّ بعشرات اللغات — التوزيع هائل — لكن مستمعيه في الغرب كانوا يتعاملون معه بعكسية تلقائية، أي يفترضون أن الحقيقة هي عكس ما يُقال. هذا ما يُسميه علم النفس السياسي "التحصين الإدراكي"، وهو يُفسر لماذا الدعاية الصريحة أقل فاعلية من الرواية المُغلَّفة بالموضوعية.

التوقيت يحدد ما إذا كانت السردية تبني معنى أو تنهار: الجمهور في حالة صدمة أو خوف أكثر قابلية لتبني أطر تفسيرية جاهزة. لهذا السبب بالضبط نجحت سردية "أسلحة الدمار الشامل العراقية" عام 2003اذ انه لم تكن الحجة قوية بل كان التوقيت بعد 11 سبتمبر مثالياً الجمهور الأمريكي كان في حالة استعداد نفسي للتصديق بأي تهديد جديد. لو طرحت الحجة ذاتها عام 1998 كان ستقابل بتشكيك أكبر بكثير.حيث ان CNN ملأت الشاشات ببث مباشر متواصل. لكن لماذا نجح هذا التحديداً؟ لأن الإغراق البصري يُشغل الحواس ويعطل التفكير النقدي. حين ترى الصاروخ يتحرك لحظة بلحظة، لا تسأل هل هذا عادل؟ أنت منشغل بمتابعة ما سيحدث لاحقا. لهذا السبب سميت هذه الحرب

في وقتها أول حرب مباشرة في التاريخ، والمباشرة لم تكن ميزة صحفية فحسب بل كانت أداة تأطير بامتياز النتيجة: الجمهور العالمي تابع الحرب كفيلم حركة، وهذا إدراك لا يُفضي إلى تساؤل أخلاقي.

ام في العراق 2003 كانت الآلية مختلفة كلياحيث انه لم يكن الإغراق البصري هو الأداة هنا، بل كانت الهندسة التدريجية للمصداقية. الخطوات كانت: معلومة استخباراتية تسرب، خبير مستقل يعلق عليها، وسائل الإعلام الكبرى تتناقلها، ومع تكرار التناقل تكتسب المعلومة شرعية مستقلة عن مصدرها الأصلي. هذه الآلية أشد خطورة من الإغراق البصري لأنها تقلد المنهج العلمي: تراكم "الأدلة" حتى تبدو القضية محسومة.

في أوكرانيا 2022 هنا اصبح المتغير الجديد مزدوج أولا: الطرفان يملكان آلات إعلامية دولية قوية، مما يعني أن السرديتين تصلان الجمهور العالمي في آن واحد وبثقة متماثلة ظاهريا. ثانيا: منصات التواصل الاجتماعي دخلت كطرف ثالث مستقل مقاطع صورها جنود أوكرانيون أو مدنيون روس أفسدت خطط التأطير المركزي للطرفين معا. النتيجة: ولأول مرة في تاريخ حروب السرديات لا سيطرة كاملة لأي طرف المعركة لا تنتهي بفوز سردي حاسم بل بضجيج يربك الفهم العالمي للحدث.

اما في غزة 2023 هذه الحالة تختلف عن الثلاث السابقة اختلافا نوعيا لا كميا. في الحالات السابقة كانت الدول هي المنتج الرئيسي للسردية. في غزة، كسر المدنيون الفلسطينيون بهواتفهم نموذج الإنتاج المركزي كسرا غير مسبوق. الوثيقة لم تعد تأتي من مراسل معتمد بل من شاهد عيان مباشر ينقل ما تراه عيناه. هذا أعاد طرح سؤال جوهري كان يبدو محسوما: من يملك حق تعريف الحقيقة ولأول مرة في التاريخ الإعلامي، أحدث الرأي العام العالمي عبر ضغط شعبي موجه بسرديات منصات التواصل تحولا في مواقف حكومات غربية في زمن الحرب ذاتها. هذا لم يحدث في 1991 ولا في 2003

حين نقارن الحالات الأربع تظهر صورة تطورية واضحة: الفاعل المنتج للسردية تحول من الدولة المحتكرة (1991) إلى الدولة المهندِسة (2003) إلى الدولة المتنافِسة مع فاعلين أقوياء (2022) إلى الدولة العاجزة عن السيطرة في مواجهة الفرد (2023). هذا التطور ليس خطياً ولا متدرجا بالضرورة قد تتراجع دولة ما إلى نموذج أبكر إذا نجحت في احتكار الفضاء الرقمي لكنه يكشف عن اتجاه بنيوي: كلما تقدم الزمن، قلت تكلفة إنتاج السردية وارتفع عدد المنتجين. إذا كانت فاعلية حرب السرديات تتحدد بشرطين أساسيين المصداقية والتوقيت فإن المعادلة تختل جذريا في بيئة الإعلام الرقمي في هذه البيئة المصداقية باتت تبنى وتهدم بسرعة لم تكن مألوفة، والتوقيت أصبح فوريا لا يتيح الفرصة لهندسة السردية بالطريقة التدريجية التي نجحت في 2003. أن حروب السرديات ليست ظاهرة هامشية في السياسة

الدولية، بل هي من صميم الديناميكيات التي تعيد رسم خرائط النفوذ الجيوسياسي دون إطلاق رصاصة واحدة في كثير من الأحيان. فالدولة التي تستطيع تعريف الأزمة وتأطير مسبباتها ورسم صورة فاعليها وتنشر ذلك في بيئة إعلامية عولمية متسارعة تكتسب نفوذا يتجاوز حدودها الجغرافية وقدراتها العسكرية والاقتصادية. ويبقى التحدي الأعمق في عصر التضليل الرقمي هو بناء أطر مضادة ذات مصداقية تمكن الفاعلين الأضعف من الانخراط الفعال في هذه الحروب، وتشكل مقاومة سردية رصينة في مواجهة هيمنة المراكز الكبرى على إنتاج المعنى.

وقد أثبتت الدراسة التالية عبر تحليل عشر حالات دراسية ممتدة بين 1994 و2000 أن الجانب المنتصر في معركة السرديات كان في أغلب الأحيان الجانب المنتصر في النزاع برمته، حتى حين كانت المعادلة العسكرية تشير إلى عكس ذلك.

6) حالات حرب الشبكات كنماذج لحروب السرديات

يُوفّر الجدول قاعدة بيانات مقارنة استثنائية القيمة، تكشف العلاقة البنيوية بين قدرة كل طرف على توظيف الشبكات الإعلامية لروايته ومستوى النجاح أو الإخفاق الذي حققه في نزاعه. وفيما يلي تحليل الجدول من منظور حروب السرديات

الجدول رقم (4): الحالات البارزة لحرب الشبكات 1994–2000.

Table 1.1
Prominent Cases of Netwar, 1994–2000

Campaign	Dates	Outcome	Type
Protracted Netwars			
EZLN[a]	1994–	Limited success	Autonomist
ICBL	1998–	Limited success	Globalist
Burma	1996–	Failing?	Mixed
Drug Cartels	1994–	Substantial success	Autonomist
Chechnya I	1994–1996	Substantial success	Autonomist
Chechnya II	1999–2000	Failure	Autonomist
Short-Duration Netwars			
Greenpeace	1994	Limited success	Globalist
Battle of Seattle	1999	Substantial success	Globalist
East Timor	1999	Substantial success	Autonomist
Serb Opposition	2000	Substantial success	Mixed

[a]Zapatista National Liberation Army.

Source: Arquilla and Ronfeldt, Networks and Netwars, 17[1].

[1] Arquilla, John, and David Ronfeldt. Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy. Santa Monica: RAND Corporation, 2001, p. 17.

الجدول رقم (5): الحالات التي نجحت في توظيف الإعلام لبناء تحالفات دولية وتحويل الرأي العام

الحالة	الطور الأبرز	الدور الإعلامي المحوري	النتيجة من منظور الشرعية
الزاباتيستا (EZLN)	التصعيد + إعادة الشرعية	توظيف الإنترنت لبناء شبكة تضامن دولي وكسر حصار الإعلام الرسمي	نجاح محدود: شرعية دولية دون استقلالية
شرق تيمور	ذروة النزاع + ما بعد الصراع	الضغط الإعلامي الدولي عبر صور العنف ووثائق الانتهاكات	نجاح كبير: استقلال ومصالحة دولية
المعارضة الصربية	التصعيد + إعادة الشرعية	حركة OTPOR وتوظيف الإعلام الشعبي ضد نظام ميلوشيفيتش	نجاح كبير: تحول ديمقراطي
الشيشان الأولى	ذروة النزاع	إعلام الحرب الميداني وانتشار صور الخسائر الروسية	نجاح: انسحاب روسي بفعل الضغط الإعلامي الدولي
الشيشان الثانية	التصعيد + التصعيد المضاد	التحكم الروسي في الرواية وتأطير النزاع كحرب ضد الإرهاب	فشل: شرعية ضائعة في ظل هيمنة رواية الطرف الآخر
بورما	طور مستمر	حملات المجتمع المدني عبر الإنترنت لفرض العقوبات	فشل جزئي: ضغط دولي دون تغيير فعلي للنظام

يكشف الجدول أن الحالات التي نجحت في توظيف الإعلام لبناء تحالفات دولية وتحويل الرأي العام العالمي حققت درجات أعلى من الشرعية، بينما أدى التمركز الإعلامي وغياب البعد الروائي إلى إخفاقات إستراتيجية حتى في

الحالات التي كانت تمتلك أسباباً موضوعية للفوز. و البتفصيل نجد ان حالات الجدول ثلاثة نماذج حاسمة في فهم آليات التنافس على تأطير الواقع الدولي: انتصار الرواية على القوة حالة EZLN الزاباتيستا (1994)

أطلقت حركة الزاباتيستا في المكسيك نزاعا مسلحا في يناير 1994، لكن انتصارها الحقيقي تحقق في الفضاء الإعلامي قبل أن يتحقق في الميدان. فبتوظيف شبكة الإنترنت المتشعبة لنشر بياناتها وصورها وروايتها مباشرة للرأي العام الدولي، أحكمت الحركة قبضتها على تأطير الصراع كنضال عدالة اجتماعية لا عمل إرهابي. وقد أكسبها ذلك شرعية دولية واسعة أجبرت الحكومة المكسيكية على التفاوض، رغم التفوق العسكري الساحق لهذه الأخيرة. يجسد هذا النموذج تطبيقا عمليا لمفهوم معركة القصة (Battle of the Story) المحدد الأهم لمآلات حرب الشبكات.

النموذج الثاني: فشل الرواية حالة الشيشان الثانية (1999–2000) والتي تمثل النقيض التام للنموذج الأول. فقد تعلّمت روسيا من هزيمتها الإعلامية في الحرب الأولى (1994-1996) حيث أجادت الشيشان توظيف الصور الإعلامية لاستقطاب التعاطف الدولي. في الحرب الثانية، فرضت موسكو حصارا إعلاميا محكما وأعادت تأطير العملية العسكرية كحرب مشروعة ضد الإرهاب في سياق ما بعد الحوادث الأمنية الكبرى. انتهت الحرب بفشل الجانب الشيشاني لأنه خسر معركة السردية قبل أن يخسرها ميدانيا.

النموذج الثالث: الانتصار التدريجي للرواية — شرق تيمور (1999) نجد انه استغرق تحول الرواية حول شرق تيمور عقودا قبل أن يتحقق الاستقلال عام 1999. لكن الضغط الإعلامي المتراكم الذي وثق انتهاكات إندونيسيا وبثه شبكة واسعة من منظمات المجتمع المدني الدولي أفضى إلى تغيير جذري في موقف الرأي العام الغربي والمؤسسات الدولية، ما جعل الاعتراف بالاستقلال الشرق تيموري أمرا حتميا. يثبت هذا النموذج أن حروب السرديات قد تكون حرباً طويلة الأمد تُحسم بالاستمرارية لا بالمواجهة الآنية.

المطلب الثالث: الإعلام في أطوار النزاعات الدولية من التصعيد إلى إعادة بناء الشرعية

لم يعد بالإمكان إدراك النزاعات الدولية المعاصرة من خلال أطرها العسكرية والدبلوماسية وحدها، إذ باتت المنظومة الإعلامية جزءا عضويا لا يختزل من بنية هذه النزاعات، سواء في طور نشوئها أو في ذروة تصاعدها أو في مراحل تسويتها وإعادة بناء شرعيتها. ويمكن تعريف الإعلام في سياق النزاعات الدولية بوصفه ذلك المجال التواصلي المتعدد الأدوات والفاعلين الذي ينتج تمثيلات رمزية للصراع ويوزعها على الجماهير المحلية والدولية، محددا بذلك أطر التفسير

الجماعي للوقائع ومانحا شرعية أو سالبا إياها عن الأطراف المتصارعة. وهذا ما ذهب إليه عدد من الباحثين في مجال العلاقات الدولية ودراسات الإعلام حين أكدوا أن أي نزاع دولي اليوم يخاض على جبهتين متوازيتين: جبهة الميدان وجبهة الرواية[1]

وإذا كانت الحرب الباردة قد شكلت أول تجربة ممنهجة لتوظيف الإعلام أداة جيوسياسية في إطار نزاع كوني، فإن ما تلاها من نزاعات مسلحة في الخليج وفي البلقان وفي أفغانستان ثم في العراق، قد رسخ نمطاً متطوراً من الحروب الإعلامية التي تستبق الحروب الميدانية وترافقها وتُصاحب ما بعدها. ولا يقتصر هذا التوظيف على الدول الكبرى المتصارعة على النفوذ بل امتد ليشمل الأطراف الأصغر حجماً التي وجدت في الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي أداةً للتكافؤ النسبي في مواجهة قوى أعظم. إن هذا التحول الهيكلي في وظيفة الإعلام داخل النزاعات هو ما يقلق الباحثين ويلزمهم بإعادة النظر في مقولات تقليدية راسخة تتعلق بحياد وسائل الإعلام وموضوعيتها.[2]

1) الإعلام بوصفه بعدا بنيويا في النزاعات الدولية

يمثل الإعلام في النزاعات الدولية الحديثة وظيفة مُزدوجة تجمع بين التشكيل والتعبئة؛ فمن جهة يشكّل الإطار الإدراكي الذي يتعامل من خلاله الرأي العام مع النزاع، ومن جهة أخرى يُعبّئ الموارد الرمزية اللازمة لتبرير الخيارات السياسية والعسكرية. وقد أسهمت نظرية التأطير الإعلامي في تقديم إطار تحليلي صارم لفهم هذه الوظيفة، إذ أثبت عدد من الباحثين أن وسائل الإعلام الكبرى لا تنقل وقائع النزاع كما هي، وإنما تنتقيها وتُصورها في أُطر معرفية تعلي من شأن بعض التفسيرات وتحجب غيرها. والأمثلة على ذلك متكررة في التاريخ المعاصر: من حرب الخليج الأولى التي وصفها بعض المحللين بأنها أول حرب مصنعة تلفزيا إلى التغطيات المتحيزة لحرب يوغوسلافيا السابقة وأفغانستان، وصولا إلى النزاعات الراهنة في أوكرانيا وغزة.[3]

ويميز الباحثون في حقل جيوبوليتيك الإعلام بين ثلاثة أدوار رئيسية تضطلع بها وسائل الإعلام طوال دورة النزاع: الدور التصعيدي في المرحلة التي تسبق الاشتباك المسلح وترافقه، والدور التعبوي خلال مرحلة القتال الفعلي، والدور الإعادي التشكيلي في مرحلة ما بعد النزاع حيث تتحول الرواية الإعلامية إلى أداة لإعادة بناء الشرعية وإنتاج الذاكرة

[1] Philip Seib, Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era (New York: Palgrave Macmillan, 2012), 3

[2] Florian Zollmann, "A War Foretold: How Western Mainstream News Media Omitted NATO Eastward Expansion as a Contributing Factor to Russia's 2022 Invasion of Ukraine," Media, War & Conflict 17, no. 1 (2024): 48–68.

[3] Andrey Velchev, "The Role of Media and Technology in Contemporary Warfare," Journal of Information Policy 15 (2025).

الجماعية. وقد رصد عدد من الدراسات الأكاديمية الرصينة هذا التسلسل الثلاثي بصورة تجريبية في سياقات نزاعات متعددة، مبينةً أن الدول التي تمتلك رأس المال الإعلامي الأضخم لا تتوقف عند تصعيد الصراع وإدارته إعلاميا، بل تسعى إلى التحكم في السردية التاريخية المُنتَجة عنه بعد انتهائه.[1]

2) الحرب الروسية الأوكرانية نموذجاً لحرب الروايات المتوازية

لا يجد الباحث في مجال جيوبوليتيك الإعلام نموذجا أكثر ثراء وتعقيدا من الحرب الروسية الأوكرانية التي اندلعت بشكلها الشامل في الرابع والعشرين من فبراير 2022، إذ كشفت منذ لحظتها الأولى عن حرب مزدوجة تخوضها الأطراف المتعددة في الميدان والفضاء المعلوماتي في آنٍ واحد. فقد أطلق الرئيس "فلاديمير بوتين" على العملية توصيف "العملية العسكرية الخاصة" في خطابه التلفزيوني، وهو توصيف سياسي إعلامي بامتياز يهدف إلى تأطير الحدث داخليا بوصفه ليس حربا بل استجابة أمنية محدودة، بينما حرصت الإدارة الأوكرانية وداعموها الغربيون على توصيفه بالاجتياح والعدوان غير المبرر على سيادة دولة ذات استقلالية معترف بها دوليا. إن هذا التباين في التوصيف ليس ترفا لغويا بل هو جوهر المعركة الإعلامية ذاتها، لأن التوصيف هو الذي يُحدد شروط الشرعية أو اللاشرعية في أعين الرأي العام العالمي.[2] من الجانب الروسي، استندت آلة الإعلام الرسمية إلى موروث ترسخ منذ حقبة الحرب الباردة قوامه إعلام وكالة "تاس" وقناة "روسيا اليوم" RT، وإن كانت هذه الأخيرة قد واجهت قرارات إيقاف تلقائية في معظم الدول الأوروبية وكندا، مما أجبرها على الانتقال بصورة أوسع إلى المنصات الرقمية وقنوات تيليغرام لمواصلة بث روايتها. وقد اعتمدت الرواية الروسية على جملة من الأُطر الاستراتيجية: تصوير النظام الأوكراني باعتباره أداةً في يد قوى نازية جديدة وأمريكية، واستحضار الخطاب الحضاري المرتبط بصون الهوية الروسية في شرق أوكرانيا، وتصوير التوسع الشرقي للناتو بوصفه السبب الجذري للأزمة. أما من الجانب الأوكراني، فقد أدى الرئيس "فولوديمير زيلينسكي" دورا شخصيا استثنائيا في إدارة الحرب الإعلامية، إذ وظّف منصات التواصل الاجتماعي بكفاءة نادرة لبناء ثلاثة أُطر تواصلية مترابطة: إطار القيادة الصامدة، وإطار المعاناة الإنسانية والمقاومة، وإطار التضامن الدولي والمسؤولية

[1] Katy Parry et al., "Editorial Introduction: Media, War & Conflict's 15-Year Anniversary Special Issue," Media, War & Conflict 18, no. 1 (2025): 3–14.

[2] Fredrick Wilson, Moses Umar et al., "Media Framing of the Russia-Ukraine War by TASS and Ukrinform during the First Month of the Invasion," Global Media Journal 21, no. 62 (2023): 1–15

الجماعية.[1] وقد أسهمت الحرب الروسية الأوكرانية في بلورة ما يوصف بـ"عصر الحرب المشاركاتيةparticipative war "، حيث امتلأ الفضاء الرقمي بمحتوى مولَّد من قِبَل مواطنين عاديين، من فيديوهات الغارات المُصوَّرة على الهواتف الذكية إلى تقارير موقع الطائرات العسكرية الروسية المُتتبَّعة عبر بيانات الرادار المدني. هذا التدفق الهائل من المحتوى الخام أربك منظومات التحقق التقليدية وأفرز مشكلة مزدوجة: من ناحية، أتاح توثيقاً غير مسبوق لجرائم الحرب وانتهاكات حقوق الإنسان، ومن ناحية أخرى أصبح بيئةً خصبة لانتشار المعلومات المضللة ومقاطع الفيديو المعدلة والمزيفة التي استغلّتها أطراف النزاع. وهذا ما جعل الباحثين يتحدثون عن ظاهرة جديدة تُسمى "ضباب المعلومات الرقمي" بالقياس على مقولة "كلاوزفيتز" الكلاسيكية عن ضباب الحرب[2]

بيد أن الإنصاف الأكاديمي يستوجب استحضار الجانب الآخر من هذه المعادلة. فالرواية الغربية للحرب الأوكرانية لم تكن نقلاً محايداً للوقائع بقدر ما كانت انحيازا منهجيا لطرف في النزاع، وهو انحياز لم يجهر به الإعلام الغربي بصورة واضحة، بل مارسه من خلال آليات ناعمة كالانتقاء الانتقائي للمصادر، وتهميش التحليلات التي تستحضر السياق التاريخي لتوسع الناتو شرقاً باعتباره أحد المحركات البنيوية للأزمة. وقد كشفت دراسات تحليل المحتوى المُجراة على الصحف الكبرى الأمريكية والبريطانية والألمانية أن هذا السياق التاريخي بقي شبه غائب في التغطية السائدة، حيث هيمنت رواية "الحرب غير المُبررة" على حساب تحليل أعمق لمنظومة الأسباب المُركبة[3].

3) الحرب على قطاع غزة ومعركة الإطار الإعلامي الدولي

تمثل التغطية الإعلامية الدولية للحرب الإسرائيلية على قطاع غزة، التي اندلعت عقب السابع من أكتوبر 2023، نموذجاً بالغ الدلالة على كيفية تشابك الجيوبوليتيك بالإعلام في سياق نزاع مُحتدم. فمنذ اللحظات الأولى للأزمة، بدا واضحاً أن المشهد الإعلامي الدولي ينقسم إلى خارطتين متباينتين: خارطة الإعلام الغربي السائد، وخارطة الإعلام العربي والعالمي الآخر، وكل منهما تُقدّم رواية مختلفة جذرياً عن الأحداث الجارية. فبينما ارتكز الإعلام الغربي في مراحله الأولى على إطار "الدفاع عن النفس" وإطار "أمن إسرائيل"، حرصت وسائل إعلامية عربية ودولية عديدة على

[1] Liu Jiaming et al., "Cyber Warfare: A Study of Zelenskyy's Social Media Political Performance Strategies and Effects," Frontiers in Communication 9 (2024).

[2] Peter Lang Verlag, Media and the War in Ukraine (Berlin: Peter Lang, 2024), 12–28.

[3] Zollmann, "A War Foretold," 55–62.

تقديم إطار "الأزمة الإنسانية" وإطار "الاحتلال التاريخي" الذي يُبقي على السياق التاريخي الضروري لفهم النزاع في عمقه[1].

وقد تجلت هذه الانقسامات بصورة لافتة في دراسات تحليل المحتوى التي أجريت على وسائل الإعلام الكبرى؛ إذ كشفت إحدى الدراسات المرجعية في هذا الشأن أن قناة CNN استخدمت إطار النزاع المسلح لوصف الأعمال الإسرائيلية بوصفها استجابات دفاعية، في حين وجّهت قناة الجزيرة الإنجليزية تسعين بالمئة من تغطيتها نحو معاناة المدنيين الفلسطينيين وتداعيات الحصار. كما أثبتت دراسة مقارنة أخرى أن وكالة أسوشيتد برس ووكالة شينخوا الصينية وقطر نيوز أجنسي اتسمت تغطياتها بتباينات جذرية في اختيار المصادر وتحديد الأُطر وصياغة العناوين، وهو ما يكشف بجلاء أن المنافسة الجيوسياسية بين الدول تُترجَم بصورة فورية إلى خيارات تحريرية ملموسة داخل المنابر الإعلامية الكبرى. ولعل ما يزيد هذه الحالة تعقيداً أن عدد الصحفيين الذين لقوا حتفهم في غزة بلغ من الضخامة ما جعله الأعلى في أي نزاع في التاريخ الموثق، مما يجعل التغطية الإعلامية في حد ذاتها طرفاً مُتضرراً في النزاع .[2] وفي المقابل، فتحت الحرب على غزة باباً واسعاً لظاهرة جديدة تتمثل في انقلاب معادلة التأثير التقليدية: فبينما كانت القنوات التلفزيونية الكبرى تحتكر تشكيل الرأي العام في حروب سابقة، برزت في هذا النزاع منصات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها تيك توك وإنستغرام ويوتيوب بوصفها بيئات منافسة خلقت تغطية بديلة وتحدّت الروايات الرسمية. وقد أفرز ذلك تناقضاً لافتاً: رأي عام شبابي في الغرب تشكّل وجدانياً وسياسياً عبر المنصات الرقمية خلاف ما تنقله شاشات الإعلام التقليدي، وهو ما انعكس في موجات الاحتجاج الجامعية في الولايات المتحدة وكندا والمملكة المتحدة وفرنسا خلال ربيع 2024، لتُصبح هذه الاحتجاجات دليلاً ملموساً على أن منصات الإعلام الرقمي باتت تُنافس التلفزيون التقليدي في صنع الرأي العام [3]

4) الحرب الأمريكية على العراق وبناء شرعية التدخل الإعلامي

لا يمكن الخوض في موضوع الإعلام وأطوار النزاعات الدولية دون التوقف عند حالة الحرب الأمريكية على العراق عام 2003، التي غدت مرجعاً أكاديمياً كلاسيكياً في دراسة التلاعب الإعلامي لبناء الشرعية. فالطريقة التي أُدير بها التغطية الإعلامية في الفترة الممتدة بين إعلان إدارة بوش عن خطورة أسلحة الدمار الشامل المزعومة في العراق

[1] Arjun Chatterjee, "The Geopolitics of Reporting a Genocide: An Analysis of the Coverage of the Israeli Invasion of Gaza in Foreign Affairs and the New York Times," Third World Quarterly (2026).

[2] Claudia Kozman and Raluca Cozma, "War and Peace Journalism in the 2023 Israel–Gaza War: A Comparative Analysis of the Headlines of Five International News Agencies," Journalism Practice (2025).

[3] Sahar Khamis, "The Gaza War Coverage: The Role of Social Media vs. Mainstream Media," IEMed (2024).

وبداية العمليات العسكرية الفعلية في مارس 2003، تُمثّل نموذجاً يكاد يكون مثالياً لما يُسمى "بناء الشرعية الإعلامية" المسبق للتدخل العسكري. فقد أسهمت الصحف الكبرى كنيويورك تايمز وواشنطن بوست في إعادة نشر المعلومات الحكومية المُضللة دون التحقق منها بالشكل الكافي، في مقدمتها ادعاءات امتلاك النظام العراقي لبرامج تطوير أسلحة دمار شامل وصلاته المزعومة بتنظيم القاعدة، وهي ادعاءات ثبت لاحقاً أنها كانت كاذبة أو مُبالغا فيها[1].

وعلى المستوى المنهجي، مثل مفهوم "الصحفي المدمج embedded journalist "الذي ابتدعته إدارة بوش في حرب العراق آلية تقنية رفيعة لتوجيه التغطية الإعلامية من الداخل؛ إذ سمحت للصحفيين بمرافقة الوحدات العسكرية الأمريكية بصورة مباشرة، مما أوجد شعوراً بالقرب والواقعية لدى المتلقي دون أن يُدرك أن هذا القرب كان قرباً مُقنَّناً ومُوجَّهاً تحريرياً. وقد أثبتت الدراسات التجريبية التي أُجريت على مواد الصحفيين المدمجين مقارنةً بنظرائهم المستقلين أن الأوائل قدّموا تغطية أكثر إيجابيةً للعمليات العسكرية وأقل وضوحاً للأضرار التي لحقت بالمدنيين العراقيين، وهو ما يُلقي الضوء على البُعد الاستراتيجي لمنح الوصول الانتقائي للصحفيين[2] لكن هذا النموذج ينطوي أيضاً على جانبه الآخر، وهو تصاعد الشكوك الجماهيرية في مصداقية وسائل الإعلام الرسمية. فقد أفضى انكشاف كذبة أسلحة الدمار الشامل والتورط الإعلامي في ترويجها إلى أزمة ثقة حادة طالت وسائل الإعلام التقليدية الأمريكية والبريطانية، وأسهمت في تسريع نشوء مواقع الخبر البديل والمدونات النقدية التي تحوّلت بمرور الوقت إلى مكوّن هيكلي في المشهد الإعلامي الجديد. ولعل في ذلك درساً بالغاً: أن الإعلام حين يتحوّل أداةً للتضليل في زمن النزاع يُجهّز بذلك بذور أزمة ثقة مديدة تمتد إلى ما بعد النزاع وتُقوّض سلطته الرمزية لسنوات[3].

5) التنافس الصيني الأمريكي في الفضاء الإعلامي وسردية "الحرب التقنية"

يُشكّل التنافس الصيني الأمريكي في المجال الإعلامي والمعلوماتي نوعاً مغايراً من الحروب الإعلامية، إذ لا يرتبط بنزاع مسلح مباشر بين الطرفين، بل هو تنافس بنيوي على تشكيل المفاهيم وأُطر الفهم السائدة على المستوى الدولي. والملاحظ أن هذا التنافس يتجلى في عدة مستويات متداخلة: في المستوى الأول يجري الصراع على الروايات الكبرى المُتعلقة بطبيعة النظام الدولي، حيث يروّج الإعلام الأمريكي الرسمي لثنائية الديمقراطية في مواجهة الاستبداد، في حين يُقدم الإعلام الصيني الرسمي رؤيةً مضادة تُركّز على النجاح التنموي وعدم التدخل في الشؤون الداخلية ونموذج

[1] Deepa Kumar, "Media, War, and Propaganda: Strategies of Information Management during the 2003 Iraq War," Communication and Critical/Cultural Studies 3, no. 1 (2006): 48–69.

[2] مركز إنسان للدراسات الإعلامية، "الإعلام العالمي والصراعات المسلحة: تحليل أنماط الانحياز للسياسات الغربية في تغطية حروب العراق وأوكرانيا وغزة،" إنسان للدراسات الإعلامية، 4 يناير 2026، https://insan-center.org/الإعلام-العالمي-والصراعات-المسلحة-تح./

[3] Kumar, "Media, War, and Propaganda," 63–65.

الحوكمة الفعّالة. وفي المستوى الثاني يدور التنافس على ملكية المنصات الرقمية والبنية التحتية الإعلامية العالمية، حيث تُمثّل إشكالية تطبيق تيك توك وحملات الولايات المتحدة لتقييده نموذجاً صارخاً على اعتبار الفضاء الإعلامي الرقمي مجالاً للسيادة الجيوسياسية[1]. وفي هذا الإطار، نجد أن كلاً من بكين وواشنطن تنتهجان استراتيجيات إعلامية متمايزة. فالنموذج الأمريكي يعتمد بصورة رئيسية على هيمنة القطاع الخاص مدعومةً بشبكة من الدعم الحكومي الناعم، في حين يرتكز النموذج الصيني على إعلام الدولة الممثَّل في قنوات "سي جي تي إن" و"شينخوا" وصحيفة "غلوبال تايمز"، وإن كان النموذجان يتشابهان في التوجيه السردي حتى وإن اختلفا في مستوى الإفصاح عنه. وكما تُبيّن دراسات مقارنة راهنة، فإن التنافس السردي الصيني الأمريكي قد تعمّق بشكل ملحوظ منذ عام 2017 حين وصف البيت الأبيض الصين علناً بـ"المنافس الاستراتيجي"، وإن كانت بكين ترفض هذا التوصيف وتُقدّمه في إعلامها الموجّه للجمهور العالمي بوصفه تصعيداً أمريكياً إمبريالياً لا مبرر له. ولا يمكن فهم حجم هذه المنافسة الإعلامية بمعزل عن إدراك الطرفين أن الهيمنة على الفضاء الإعلامي الدولي هي شرط لإعادة رسم خرائط النفوذ العالمي في حقبة القرن الحادي والعشرين.[2]

6) الحرب الإعلامية الأمريكية الإيرانية ونمط الحروب المعرفية

يمثل الملف الإعلامي في العلاقة الأمريكية الإيرانية نموذجاً معقداً للاستخدام التصعيدي والتكيّفي لأدوات الإعلام في سياق نزاع مديد ومتعدد الأبعاد. فمنذ عقود، وضعت كل من الولايات المتحدة وإيران أجهزةً إعلامية موجّهة تعمل على استقطاب الرأي العام في الدول المجاورة وتشكيل الصورة الذهنية للطرف الآخر. وقد شهد عام 2026 تصاعداً دراماتيكياً لهذا البُعد الإعلامي حين شنّت الولايات المتحدة وإسرائيل ضربات عسكرية مشتركة على إيران، فاندلعت بالتوازي مع المواجهة الميدانية حرب إعلامية ومعرفية شاملة استخدمت فيها إيران أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي ومنصات التواصل الاجتماعي في عمليات التأثير والتشويش، مُوظِّفةً توقيتاً استراتيجياً يستغل الانقسامات الداخلية الأمريكية.[3] وتتمثل أبرز سمات الحرب الإعلامية الإيرانية الأمريكية في توظيف ما يُسمى بـ"إدارة التصوّر " perception management، أي السعي إلى تشكيل صورة بعينها في أذهان الجماهير الأمريكية والدولية لا تعكس

[1] Sabine Volk and Hannes Warnecke-Berger, "Narratives of Competition, Competition of Narratives? United States–China Relations, Technology, and the Role of Storytelling," Global Studies Quarterly 5, no. 2 (2025)

[2] Yashwanth Nanjappa et al., "Navigating the Nexus: Geopolitical, International Relations and Technical Dimensions of US-China Cyber Strategic Competition," Cogent Social Sciences 11 (2025).

[3] RSIS Commentary, "Inside Iran's Information War on the US – AI, Propaganda, and Perception Management," S. Rajaratnam School of International Studies (2026).

بالضرورة الواقع الموضوعي للنزاع. فطهران تُقدّم نفسها في خطابها الإعلامي الموجَّه للخارج قوةً مُستهدَفة تُقاوم الهيمنة الغربية وتدافع عن سيادتها الوطنية، في حين تُقدّم الرواية الأمريكية إيران باعتبارها دولة راعية للإرهاب وتهديداً لاستقرار المنطقة. وقد أضاف الذكاء الاصطناعي التوليدي بعدا جديداً لهذا التنافس في المراحل الأخيرة، إذ باتت عمليات التأثير الإيرانية تعتمد على المحتوى الموجَّه بالخوارزميات والحسابات المُخصصة لبعينها من المستخدمين بما يجعل رصد هذه العمليات ومواجهتها أكثر تعقيدا.[1]

وفي هذا السياق، تكشف الدراسات الأمنية والإعلامية المتعلقة بالتدخل الإيراني في الانتخابات الأمريكية عام 2024 كيف أن الحدود بين الحرب الإعلامية الموجّهة للخارج والتدخل في الشؤون الداخلية للخصم باتت تتآكل تدريجياً في عصر الإعلام الرقمي فما يبدأ كحملة إعلامية موجّهة للتأثير على الرأي العام الدولي يمكن أن يمتد بسهولة ليُحدث أثراً مباشراً في المزاج السياسي الداخلي للدولة الخصم، وهو ما يفرض على صانعي السياسات وعلى الباحثين على حدٍّ سواء إعادة النظر في الحدود التقليدية بين الشؤون الداخلية والشؤون الدولية[2].

7) أزمة الجزائر والمغرب وديناميكيات الحرب الإعلامية الإقليمية

على المستوى الإقليمي المغاربي، تقدم الأزمة الجزائرية المغربية نموذجاً ناضجاً لفهم كيفية توظيف الإعلام أداةً في تصعيد النزاعات الثنائية وإدارتها وتوجيه المخيّلة الشعبية فيها. فمنذ التصاعد الحاد للتوترات في عام 2021 التي أُفضت إلى قطع الجزائر علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب في أغسطس من العام ذاته، تحوّلت منابر الإعلام الوطنية في البلدين إلى أدوات تعبوية في خدمة الرواية الرسمية لكل طرف. فقد وظّف المغرب منصاته الإعلامية لتسريع التطبيع مع المخيّلة الدولية وتحقيق اعتراف دولي بموقفه من الصحراء الغربية، مُستخدماً التحولات الدبلوماسية كالاعتراف الأمريكي بالسيادة المغربية على الصحراء الغربية عام 2020 مادةً إعلاميةً للتضخيم الداخلي والخارجي. في المقابل، انتهجت الجزائر خطاباً إعلامياً يُعلي من شأن مبدأ تقرير المصير ويُقدّم الموقف الجزائري في المحافل الدولية بوصفه إدافةً عن الحق القانوني الدولي ومقاومةً للنفوذ الأجنبي في الشأن الصحراوي.[3]وتبين دراسة تحليلية أُجريت على

[1] Berenice Fernandez Nieto, "The Information War in the 2025–2026 Protests in Iran: Connectivity Controls, Media Capture, and Social Polarisation," CISES — Centre for Information, Surveillance and Emerging Security, February 3, 2026,

[2] Nikkie Lyubarsky, "Iran's Use of Information Warfare in the Conflict against the U.S. and Israel," IntelBrief, The Soufan Center, April 24, 2026, https://thesoufancenter.org/intelbrief-2026-april-24/.

[3] Dalia Ghanem, "Weaponized Words: How to De-Escalate the Algerian-Moroccan Conflict," Policy Note, Middle East Council on Global Affairs, September 4, 2025,

المحتوى الإخباري للمنابر الإعلامية الجزائرية والمغربية في الفترة المحيطة بالقطيعة الدبلوماسية أن كلاً من الطرفين لجأ إلى أُطر خطابية سياسية وطنية سواءً في انتقاد الطرف الآخر أو في تبرير موقفه، مع ميل ملحوظ نحو استحضار السرديات التاريخية المرتبطة بحروب الحدود والهوية. وقد أضافت قضية برنامج التجسس "بيغاسوس" الإسرائيلي الذي ادّعت الجزائر أن المغرب وظّفه لاستهداف مسؤوليها وفعّاليات مدنيها، بُعداً جديداً لهذه الحرب الإعلامية، إذ تحوّلت التغطية الدولية لهذه الفضيحة إلى ورقة ضغط رمزية في يد الجزائر وفق قراءة جيوبوليتيكية واضحة. ومما يُعمّق هذه الديناميكية أن الشبكات الاجتماعية أفرزت ساحة منافسة موازية تخوضها أحياناً حسابات وهمية ومنظّمة تدّعي الانتماء لأحد الطرفين، وهو ما يجعل المعركة الإعلامية الجزائرية المغربية مزيجاً من الدبلوماسية الرسمية والحرب الإعلامية الرمادية التي تصعب نسبتها بيُسر إلى جهات بعينها.[1]

8) الجزائر ومالي وتحولات خرائط النفوذ الإعلامي في منطقة الساحل

تشكل العلاقة الجزائرية المالية في سياقها الراهن اختبارا دقيقا لمدى قدرة الدولة على توظيف الأداة الإعلامية في تثبيت نفوذها الإقليمي في ظل تحولات جيوبوليتيكية متسارعة تشهدها منطقة الساحل الإفريقي. فقد كانت الجزائر تاريخياً تشغل موقع الوسيط والضامن الإقليمي في التعاملات مع مالي، وتجلّى ذلك بصورة واضحة في استضافتها لاتفاق الجزائر عام 2015 الذي أفضى إلى وقف إطلاق النار بين الحكومة المالية والحركات المسلحة الشمالية. غير أن الانقلابات المتتالية التي شهدتها مالي منذ عام 2020 وتعمّق العلاقات مع روسيا وانسحاب فرنسا من الساحل، أعادت رسم خريطة النفوذ الإقليمي بأكملها، وجعلت موقع الجزائر في المشهد الساحلي يُواجه تحديات لم تشهدها من قبل[2] ويتمحور المكوّن الإعلامي في هذه الأزمة حول منافسة نفوذية بين رواية الجزائر كقوة وسيطة وضامن للاستقرار، والرواية المضادة التي تروّجها السلطات الانتقالية في باماكو والتي تتهم الجزائر بالتدخل في شؤونها الداخلية ودعم جماعات تصفها بالإرهابية. وتُؤدي وسائل الإعلام الرقمية في هذا السياق دوراً محورياً؛ إذ انتشرت عبر منصات تويتر وتيليغرام روايات متصارعة حول الأحداث الحدودية بين البلدين، ولا سيما حادثة إسقاط الجزائر لطائرة مالية مسيّرة في أبريل 2025 فوق منطقة تين زوواتين، وهي حادثة وظّفها كل طرف توظيفاً إعلامياً مختلفاً: الجزائر بوصفها دفاعاً مشروعاً عن سيادتها الجوية، ومالي بوصفها اعتداءً يخترق حدودها السيادية. هذا التوظيف الإعلامي المتضارب يُثبت

[1] Lu Shan and Cheng Chen, "How Algerian and Moroccan Media Framed Their Nation's Stance in Reporting the Algeria-Morocco Diplomatic Break: A Corpus-Based News Values Analysis of Political Narratives," SAGE Open 15, no. 2 (2025),

[2] International Crisis Group, "Managing Tensions between Algeria and Morocco," Middle East & North Africa Report no. 247, November 29, 2024,

أن الجغرافيا السياسية للمنطقة لم تعد تُحسم في الميدان فحسب، بل في المتن الإعلامي كذلك[1] وفي هذا الإطار، يلاحظ أن روسيا وجدت في الفضاء الإعلامي الساحلي فرصةً استراتيجية لتوسيع نفوذها عبر منظومة دعاية مدروسة جرّت مالي وبوركينا فاسو والنيجر نحو مدارها. فقد وفّرت الشبكات المرتبطة بمجموعة فاغنر والإعلام الحكومي الروسي مخزوناً وفيراً من المحتوى المنتقِد للوجود الفرنسي في الساحل، محاكياً المشاعر الشعبية المناهضة للنفوذ الاستعماري، مما أسهم في تحويل الرأي العام في هذه المجتمعات بصورة تضرّ بالنفوذ التقليدي لفرنسا وبمشروعية الدور الجزائري التوسطي في آنٍ معاً. وهذه المعطيات تُثبت أن خرائط النفوذ الساحلية تُعاد رسمها اليوم جزئياً من خلال الجيوبوليتيك الإعلامي بقدر ما تُعاد رسمها عبر التحالفات الأمنية وصفقات التسلح[2].

9) القنوات الإعلامية الدولية والمنصات الرقمية ودورها في توجيه الرأي العام العالمي

يتوّج هذا المطلب بقراءة تحليلية في دور القنوات الإعلامية الدولية والمنصات الرقمية في توجيه الرأي العام العالمي خلال النزاعات، إذ تقف هذه القنوات في القلب من جيوبوليتيك الإعلام بوصفها ناقلاتٍ للروايات وصانعاتٍ للصورة الذهنية. وتتصدّر المشهد قناة الجزيرة التي أثبتت منذ نشأتها عام 1996 أنها أعادت تعريف مفهوم التعددية الإعلامية في الفضاء العربي والعالمي، إذ كسرت احتكار القنوات الغربية كـCNNو BBCللتغطية الإخبارية الدولية خلال أزمات كبرى كأفغانستان 2001 والعراق 2003، مُقدِّمةً زاويةً مغايرة أدّت إلى تحولات في تصورات المشاهدين العرب والمسلمين للنزاعات المعنية. غير أن قناة الجزيرة لم تسلم هي ذاتها من توظيفها جيوبوليتيكياً، إذ تبين الدراسات المقارنة أن تغطيتها تتفاوت بحسب موقع قطر من أحداث الجوار الإقليمي، مما يذكر بأن غياب حياد الدولة الأم لا يمكن أن يكون تاماً حتى في أكثر الأجهزة الإعلامية ادّعاءً للمهنية.[3]وعلى صعيد الإعلام الرقمي، بات ثمة وعي أكاديمي متصاعد بأن المنصات الرقمية الكبرى كميتا وغوغل وتيك توك لا تُمثّل مجرد قنوات محايدة لتوزيع المحتوى، بل هي بنية تحتية ذات طابع جيوسياسي تعتمد خوارزميات انتقاء المحتوى وفق معايير تجارية واجتماعية وسياسية تُحدّد أي الروايات يصل إلى أي الجمهور وبأي توقيت. وفي سياق النزاعات الحديثة، تحوّلت هذه المنصات إلى ساحات تنافس حاد بين الأطراف المتصارعة التي تسعى إلى استثمار خوارزمياتها لصالح روايتها. وقد أثارت هذه الديناميكية إشكالية السيادة الرقمية

[1] Yahia H. Zoubir, "Tensions Mount in the Sahel as Algeria and Mali Face Off," Afkār, Middle East Council on Global Affairs, May 15, 2025,

[2] Md. Obaidullah, "The Sahel Information War: How Propaganda Is Redrawing Geopolitical Influence in West Africa," Eurasia Review, March 13, 2026,

[3] Claudia Kozman and Raluca Cozma, "Comparing Headlines During Conflict: War and Peace Journalism in the Coverage of the 2023 Israel-Gaza War in the Associated Press and Qatar News Agency," Journalism & Mass Communication Quarterly 102, no. 3 (September 2025)

بشكل غير مسبوق، إذ باتت الدول تُدرك أن السيادة على المحتوى المُعروض لمواطنيها لا تقل أهمية عن السيادة على الأرض والجو والبحر.[1]وتتجلى أهمية هذا البعد في مآلات متعددة: فقرار منصة فيسبوك/ميتا بوقف بث قناة RT الروسية في أوروبا عام 2022 مثّل تدخلاً تقنياً في ديناميكيات حرب الروايات الجارية بين روسيا والغرب. وكذلك القرارات المتكررة لمنصات التواصل الاجتماعي بتقليص الوصول إلى محتوى بعينه إبان الحرب على غزة، وهي قرارات أثارت جدلاً واسعاً حول من يقرر أي الروايات تستحق الانتشار وأيها يحجب. إن هذه التقاطعات الكثيفة بين الجيوبوليتيك وتقنية المعلومات وسلطة المنصات تُؤكد أن الإعلام لم يعد في النزاعات المعاصرة مجرد أداة موازية للقوة، بل هو مكوّن بنيوي من مكونات القوة ذاتها[2]. يتيح استعراض هذه النماذج المتنوعة في مجملها استخلاص جملة من القراءات التحليلية ذات الطابع البنيوي. فالإعلام في أطوار النزاعات الدولية يشتغل وفق منطق ثلاثي: يصعد في مرحلة ما قبل النزاع عبر رسم صورة العدو وتشريع التدخل، ويعبئ في مرحلة القتال عبر تعظيم الإنجازات وتخفيف الخسائر، ويُعيد البناء في مرحلة ما بعد النزاع عبر تأسيس رواية تاريخية شرعية. والثابت في كل هذه الحالات هو أن الطرف الذي يمتلك رأس المال الإعلامي الأكبرمن قنوات دولية ومنصات رقمية وروايات مُحكمة وشبكات توزيع يمتلك ميزة هيكلية في تشكيل المخيلة الدولية وتأطير حضوره في الوجدان العالمي. بيد أن النماذج التي استعرضناها تثبت في الوقت ذاته أن هذه الهيمنة الإعلامية لا تكون مطلقة، وأن المنصات الرقمية وإعلام المواطن والجمهور النقدي باتت تُشكّل ضغطاً حقيقياً على الروايات الرسمية ومُنتِجة للمشروعية أو سالبة لها بصورة متصاعدة.[3]

يمثل الشكل 07الإطار الاستراتيجي الجامع الذي يحد[موضع الإعلام ومنظومة العمليات المعلوماتية في منظومة الاستراتيجية الكبرى لإدارة النزاعات. ويبني الشكل على ثنائية القوة الصلبة/الناعمة لجوزيف ناي مضيفا إليها بعدا ديناميكيا يربطها بمسار النزاع

[1] Nike Retzmann, "Narratives of Competition, Competition of Narratives? United States–China Relations, Technology, and the Role of Storytelling," Global Studies Quarterly 5, no. 2 (April 2025)

[2] Parry et al., "Editorial Introduction," 8–10.

[3] Zoubir, "Tensions Mount in the Sahel."

الشكل رقم (4): المحوران الاستراتيجيان القوة الصلبة والقوة الناعمة.

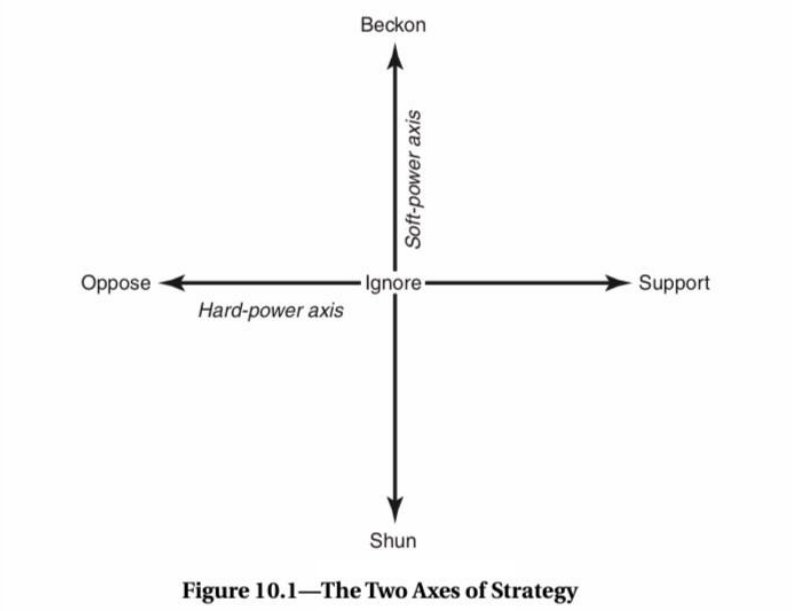


Figure 10.1—The Two Axes of Strategy

. Source: Arquilla and Ronfeldt, Networks and Netwars, 349.[1]

الجدول رقم (6): يمثل الجدول إعادة بناء الشرعية في أعقاب النزاعات الدولية

القطب	الأداة الإعلامية الرئيسية	طبيعة القوة	الطور الأنسب
معارضة (Oppose)	حملات فضح وإدانة دولية، الرواية المضادة	قوة صلبة سلبية	التصعيد المبكر: تقليص شرعية الخصم
دعم (Support)	بناء تحالفات إعلامية ونقل رواية الحليف	قوة صلبة إيجابية	ذروة النزاع: دعم الحليف وشرعنة تدخّله
تجنّب (Shun)	الصمت الإعلامي المحسوب، رفض الاعتراف	قوة ناعمة سلبية	الهدنة الهشة: تجميد الرواية دون إضفاء شرعية
استقطاب Beckon)	إعلام القيم والدبلوماسية العامة	قوة ناعمة إيجابية	إعادة الشرعية: دفع الخصم للانخراط في النظام الدولي

[1] John Arquilla and David Ronfeldt, Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy (Santa Monica, CA: RAND Corporation, 2001), 349.

تشير الدراسة أن إعادة بناء الشرعية في أعقاب النزاعات الدولية تستلزم توظيف المحور الرأسي للقوة الناعمة (Beckon — الاستقطاب) بدرجة أساسية وذلك عبر:

- إطلاق رسائل إعلامية تجسد قيما مشتركة وتعلي من شأن الحوكمة الجيدة وسيادة القانون
- دعم منظمات المجتمع المدني وشبكات الإعلام المستقل كحاملٍ للشرعية الشعبية
- التحول التدريجي من خطاب التبرير إلى خطاب المستقبل والبناء والتعاون
- توظيف الإعلام لتقديم نموذج عملي للانتقال الديمقراطي وشرعية الإجراءات، لا الادعاءات في المقابل، تحذر الدراسة من الاعتماد على المحور الأفقي (القوة الصلبة) في هذه المرحلة، إذ إن استمرار الخطاب الإعلامي التصعيدي أو اتهامي النبرة يُضعف صدقية الطرف الساعي إلى الشرعية في نظر المجتمع الدولي.

مسار التحول التكنولوجي للحرب الإعلامية

يُجسّد الشكل 05 رحلة التحول في توظيف الأدوات المعلوماتية عبر أطوار النزاع الدولي: من الإعلام التنظيمي الداخلي (التنسيق وتوحيد الرسالة) نحو الإعلام الهجومي الخارجي (الضربات المعلوماتية والتأثير في الرأي العام). وهو يمثل الدليل البياني على مسار التطور التكنولوجي للحروب الإعلامية كما رصدته الدراسة:

الشكل رقم (5): التحولات المحتملة في توظيف تكنولوجيا المعلومات.

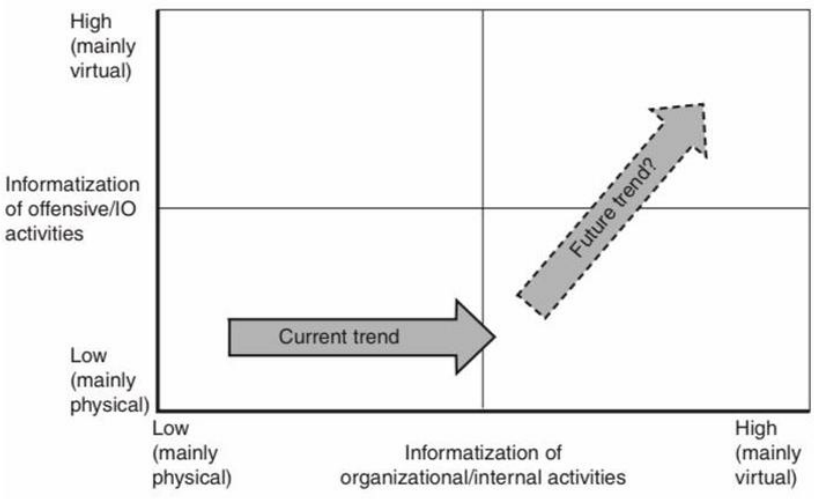


Figure 2.1—Possible Shifts in the Use of Technology

.Source: Arquilla and Ronfeldt, Networks and Netwars, 50[1]

[1] John Arquilla and David Ronfeldt, Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy (Santa Monica, CA: RAND Corporation, 2001), 50.

يكشف الشكل عن ثلاث دلالات استراتيجية محورية:

• **الاتجاه الراهن:** معظم أطراف النزاعات المعاصرة تتمركز في المربع الأيمن السفلي رقمنة تنظيمية عالية للتنسيق الداخلي مع إعلام هجومي خارجي محدود، يتمثل في إدارة التصوّرات لا في الهجمات المعلوماتية المباشرة.

• **الاتجاه المستقبلي المنذر به:** ينذر الشكل بانزياح مستقبلي خطر نحو المربع الأيمن العلوي، حيث تتصاعد العمليات المعلوماتية الهجومية (IO) وتصبح جزءاً هيكليا من استراتيجيات النزاع لا أداةً استثنائية.

• **الانعكاس على مرحلة إعادة الشرعية:** الفاعلون القادرون على التراجع من الموضع الهجومي إلى الموضع التنظيمي في مرحلة ما بعد الصراع هم الأقدر على الانخراط في مسارات الشرعية الدولية، إذ يُرسلون إشارة بالتهدئة المعلوماتية تسبق الانتقال السياسي.

الإطار الخماسي لتحليل الإعلام عبر الأطوار

تطور الدراسة إطاراً خماسي المستويات لتحليل أي فاعل إعلامي في سياق النزاع، يشكل الأداة التحليلية الأشمل لفهم الإعلام عبر الأطوار المختلفة:

الجدول رقم (7): جدول لشرح الإطار الخماسي لتحليل الإعلام عبر الأطوار

المستوى	الدور في ذروة النزاع	الدور في التصعيد	الدور في إعادة الشرعية
1. التقني	بنية تحتية للعمليات الهجومية	قنوات اتصال آمنة، تجاوز الرقابة	بنية للفضاء العام الرقمي الديمقراطي
2. الاجتماعي	الحشد الميداني وإدارة الرأي العام	توسيع شبكة المؤيدين وتعزيز الروابط	إعادة النسيج المجتمعي وتشجيع الحوار
3. الروائي	تدمير رواية الخصم وكسب الرأي الدولي	رواية تشرعن العمل وتجند المتعاطفين	السرديات التأسيسية للمرحلة الجديدة
4. التنظيمي	إدارة مركزية للرسائل الحساسة	توجيه الخطاب وتنسيق الجبهة الإعلامية	هيكلة مؤسسات إعلامية مستقلة
5. العقائدي	تقديم العمل المسلح كحق مشروع	تعريف العدو وتبرير الصراع	تحويل العقيدة من صراعية إلى تشاركية

تشدد الدراسة على أن المستوى الروائي هو الأكثر حسما في تحديد قدرة الفاعل على الانتقال بين الأطوار. فالجماعة التي تمتلك رواية متماسكة ومتشعّبة في الشبكات الدولية تستطيع التحوّل من موقف المهاجم إلى موقف المشروع بأقل قدر من التكلفة الاستراتيجية.

المطلب الرابع: الحروب الإعلامية الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي كساحة نزاع جيوسياسي

1) منصات التواصل الاجتماعي من أدوات تواصل إلى ساحات صراع جيوسياسي

قبل عقدين من الزمن كان المنطق السائد في دراسات الإعلام الرقمي يُقدم منصات مثل "فيسبوك" و"يوتيوب" و"تويتر" باعتبارها فضاءات محايدة للتعبير الفردي وتبادل المعلومات، وهو التصور الذي روجت له شركات التقنية الكبرى بإصرار بالغ. هذا لأن التحولات المتلاحقة في المشهد الجيوسياسي الدولي كشفت عن حقيقة مغايرة كليًا: فهذه المنصات، بما تمتلكه من بنى خوارزمية قادرة على إدارة تدفق المعلومات وتشكيل ما يرى وما يحجب، باتت تشكل بنية تحتية للسلطة الجيوسياسية لا تقل أهمية في بعض السياقات عن الموارد الطبيعية والقواعد العسكرية. إن المنصة الرقمية ليست مجرد وسيط تقني بل هي فضاء إيديولوجي يرسم حدوده المالك، ويحكمه القانون، ويوجهه الاقتصاد السياسي لرأس المال الرقمي. تتجلى هذه الطبيعة الجيوسياسية للمنصات في ثلاثة مستويات متشابكة: أولها التعبئة السياسية والاحتجاجية، إذ وفرت هذه المنصات أدوات غير مسبوقة لتنسيق الحشود وتنظيم الاحتجاجات عبر الحدود الجغرافية والاجتماعية. وثانيها صناعة السرديات وتوجيه الرأي العام، وذلك عبر الخوارزميات التي تحدد أي المحتوى يكثف انتشاره وأيه يخفت، وهو ما يعني في السياق السياسي أن تقنية بحد ذاتها تمارس فعلًا سياسيًا. أما ثالثها فهو الحرب النفسية الرقمية، أي توظيف هذه المنصات لإدارة حملات ممنهجة من التضليل والإرباك والإنهاك المعلوماتي بهدف إضعاف الخصم من الداخل قبل مواجهته من الخارج. وهكذا لم تعد منصات مثل "ميتا" و"تيك توك" و"يوتيوب" و"إنستغرام" فضاءات للتواصل الاجتماعي الحر، بل أصبحت ساحات متعددة الأبعاد للنزاع الجيوسياسي.[1]

الرقم الجيوسياسي وهو المصطلح الذي يشير إلى القوة الاستراتيجية الكامنة في السيطرة على البيانات الضخمة وتدفق المعلومات الرقمية بات يدرج ضمن أدوات القوة الصلبة والناعمة معا في حسابات الدول الكبرى. فالبيانات التي تجمعها منصة "تيك توك" عن مئات الملايين من مستخدميها أو تلك التي يتطرق إليها "فيسبوك" حول التفضيلات السياسية والأنماط السلوكية ليست مجرد أصول تجارية، بل هي في الوقت ذاته خرائط معرفية استراتيجية تمكن

[1] Philip N. Howard and Bence Kollanyi, "Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational Propaganda During the UK-EU Referendum," in Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media, ed. Samuel Woolley and Philip N. Howard (Oxford: Oxford University Press, 2019), pp. 109–137.

صاحبها سواء أكان شركة أم دولة من فهم نقاط ضعف المجتمعات المستهدفة والعمل على استثمارها. وهذا ما دفع بعض الباحثين إلى اعتبار هذا المعطى الجديد بمثابة رسملة المعلومة أو ما بات يعرف بـ«رأسمالية المراقبة» وفق مقاربة "شوشانا زوبوف" الكلاسيكية في هذا الشأن.

2) أدوات وآليات الحرب الإعلامية الرقمية

تعتمد الحرب الإعلامية الرقمية على ترسانة متنوعة من الأدوات التي تتراوح بين التقنية المتقدمة والسلوك الاجتماعي الموجه. في مقدمة هذه الأدوات يقف التضليل الإعلامي (Disinformation) الذي يتجاوز الخطأ البسيط ليصبح سلاحا مقصودا مصمما لتضخيم الرأي العام وهدم الثقة في الحقيقة بوصفها مفهومًا مشتركًا. ومن أبرز أشكاله ما بات يعرف بالأخبار الزائفة (Fake News) التي توزع عبر شبكات إلكترونية منظمة تتقن تقليد أشكال الصحافة الموثوقة وتتسلل بها إلى خوارزميات المنصات لتحظى بانتشار واسع. غير أن التضليل الرقمي في أعلى مراتب خطورته لم يعد يتوقف عند نشر المعلومات المزيفة، بل يمتد إلى ما بات يعرف بالتلاعب بالصور والمقاطع المرئية وبروز تقنيات التزييف العميق (Deepfakes) التي تتيح توليد مقاطع مرئية مقنعة تنسب إلى قيادات سياسية أقوالًا أو أفعالًا لم تصدر عنها قط. وقد شهد الفضاء الرقمي خلال الحرب الروسية الأوكرانية في العام 2022 تداول مقاطع مزيفة نسبت إلى الرئيس الأوكراني "زيلينسكي" تظهره داعيا إلى الاستسلام، فضلا عن مقاطع نسبت إلى "بوتين" تصوره يعلن وقف إطلاق النار، وذلك في جزء من معركة السرديات التي تدور على هامش المعارك الميدانية.[1] أما الأداة الثانية فهي الجيوش الإلكترونية والذباب الإلكتروني (Troll Farms & Cyber Armies)، وهي شبكات من الحسابات الحقيقية أو الآلية (Bots) تنشئها الدول أو الجهات الحزبية للتدخل في النقاشات العامة على المنصات، بهدف إرباك مسار الرأي العام وتضخيم حجم مواقف بعينها أو إسكات أخرى. وقد كشفت التحقيقات الأمريكية المتعلقة بالتدخل الروسي في انتخابات 2016 أن وكالة أبحاث الإنترنت (IRA) الروسية المتخصصة في هذا النوع من العمليات أنشأت آلاف الحسابات المزيفة على "فيسبوك" و"تويتر" و"إنستغرام"، وصفحات مصممة لتغذية الانقسام السياسي والاجتماعي الداخلي في الولايات المتحدة، مستهدفة بذلك مجتمعات محددة عبر إعلانات موجهة وصلت إلى أكثر من 126 مليون أمريكي على "فيسبوك" وحده. وتكمن خطورة هذه الأداة في طابعها اللامرئي الذي يتيح لجهات بعيدة جغرافيًا أن تقحم نفسها في الحياة

[1] Andrey Velchev, "The Role of Media and Technology in Contemporary Warfare," Journal of Information Policy 15 (2025), doi: 10.5325/jinfopoli.15.2024.0007.

السياسية الداخلية للدول دون أن تترك آثار التدخل الصريح.[1] وفوق ذلك، يمثل الحيز الخوارزمي (Algorithmic Space) أداة من نوع مختلف تماما، إذ لا تنطوي في الظاهر على أي فعل تدخلي صريح، لكنها تمارس تأثيرًا هائلًا على بنية المجال العام الرقمي. فالخوارزمية لا تكتفي بعكس المحتوى بل تُنتجه وتعيد توزيعه وفق منطق يُكرس الاستقطاب العاطفي والإدمان المعلوماتي. وقد كشفت الوثائق الداخلية التي رفعت الحجاب عنها المبلغة "فرانسيس هوغن" عن فيسبوك عام 2021 أن الشركة كانت على علم تام بأن خوارزمياتها تُكثف انتشار المحتوى المثير للانقسام والغضب، وذلك لأسباب تجارية بحتة مرتبطة بتعظيم وقت التفاعل، حتى حين ثبت لها أن هذا المحتوى يُغذي خطاب الكراهية ويدفع نحو العنف في سياقات جيوسياسية متفجرة كميانمار والهند وإثيوبيا.[2] ويحتل الذكاء الاصطناعي التوليدي موقعًا بالغ الأهمية في المشهد الراهن للحروب الإعلامية الرقمية ففي السنوات الأخيرة، دخل توليد النصوص والصور والأصوات والمقاطع المرئية باستخدام نماذج ذكاء اصطناعي متقدمة مرحلة جديدة جذريًا من حيث الكفاءة والتكلفة المنخفضة، مما يعني عمليا أن حملات التضليل الممنهجة أصبحت في متناول فاعلين بموارد محدودة نسبيًا. إن مستقبل الحروب الإعلامية الرقمية مرتبط ارتباطا عضويا بمسار تطور هذه التقنيات، في ظل ما تتيحه من توليد محتوى شبه متعذر التمييز من محتوى إنساني حقيقي. فإن الدول لا تتنافس فقط على جمع الأخبار ونشرها بل تتنافس على فرض روايتها بوصفها الرواية المرجعية على الصعيدين الإقليمي والدولي. وتستند الدول في هذه الحرب على جملة من الأدوات، أبرزها توظيف وسوم الهاشتاق (#Hashtags) واستمالة المؤثرين الرقميين (Influencers) وتشغيل منابر الإعلام البديل وتفعيل الدبلوماسية الرقمية عبر حسابات قيادية على منصات التواصل. فعلى صعيد الهاشتاقات كسلاح للسرديات، بات معروفًا أن وسوم بعينها لا تنشأ عفويًا بل تطلق بصورة منظمة ومتزامنة لتفرز زخما رقميًا مصطنعًا يُوهم المراقبين بأنه تعبير شعبي واسع، في حين قد تقف خلفها شبكات إلكترونية موجهة. وقد رصد باحثو مختبر المواطن (Citizen Lab) بجامعة تورنتو أنماطًا منظمة من هذا القبيل في سياقات جيوسياسية متعددة، تشمل النزاعات في المنطقة العربية وأمريكا اللاتينية وجنوب شرق آسيا. أما المؤثرون فقد تحولوا إلى أدوات للتأثير الجيوسياسي من حيث يحتسبون أو لا يحتسبون، إذ كثيرًا ما توظف الحكومات أو الجماعات السياسية شبكات من أصحاب الجماهير الواسعة لتسويق روايات بعينها بأسلوب غير مباشر وبمصداقية تبدو عضوية، مما يجعل محتوى الدعاية يصل إلى الجمهور في غلاف إنساني مقنع. وفي هذا الإطار يكتسب الإعلام البديل بما فيه القنوات المستقلة على يوتيوب وبودكاست التعليق

[1] Robert S. Mueller III, Report on the Investigation into Russian Interference in the 2016 Presidential Election, vol. 1 (Washington, DC: U.S. Department of Justice, March 2019), pp. 14–25.

[2] بخاش، عبد الله. «تأثيرات سرديات الدعاية والحرب النفسية الإسرائيلية في الرأي العام الفلسطيني خلال الحرب على غزة.» مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام، العدد 5 (يناير 2025): 22–45. https://studies.aljazeera.net/ar/article/6158

السياسي دورا محوريا في ملء الفراغات التي يتركها الإعلام الرسمي أو في تقديم روايات مضادة تستهدف جمهورًا خاصًا يُعرض عنه بالإعلام التقليدي.[1] وفيما يتعلق بالدبلوماسية الرقمية، فقد خرجت من حدود البيانات الرسمية التقليدية لتُصبح فنًا قائمًا بذاته في إدارة الصورة الوطنية وتحديد الموقف من الأحداث الدولية أمام جمهور كوني مباشر. وقد أسس "زيلينسكي" خلال الحرب الروسية الأوكرانية نموذجًا فريدًا في هذا الشأن، إذ وظف مقاطع الفيديو القصيرة الموجهة مباشرة للرأي العام الغربي توظيفًا أحدث تحولات ملموسة في الاصطفاف الدولي وفي قرارات الدعم العسكري والمالي، مما يُشكل دليلًا عمليًا على أن السردية الرقمية المدارة بذكاء قادرة على إنتاج تأثيرات استراتيجية موازية للعمليات العسكرية الميدانية. ولا يمكن قراءة الحروب الإعلامية الرقمية قراءة وافية دون الوقوف عند مكانة الشركات التقنية الكبرى التي أضحت فاعلة جيوسياسية من الدرجة الأولى، بمعزل عن كونها في الأصل شركات ربحية. فشركة "ميتا" بمنصاتها المتعددة تُشكل بمفردها فضاء إعلاميًا يضم ما يزيد على ثلاثة مليارات مستخدم، أي ما يعادل نحو 40% من السكان. وهذا الحجم يمنحها قدرة على التأثير في الرأي العام العالمي تتجاوز ما تملكه معظم الدول ذات السيادة، وهو ما يستدعي مقاربة نقدية تستحضر مفهوم «الاستعمار الرقمي» (Digital Colonialism) الذي أرسى قواعده الباحث "مايكل كويت" Michael Kwet في دراسته المرجعية عام 2019، حيث يرى أن هيمنة الشركات الأمريكية على مستويات البرمجيات والأجهزة والشبكات تعيد إنتاج العلاقات الاستعمارية بأدوات رقمية، مما يمنح القوى الغربية ولا سيما الولايات المتحدة سيطرة امتدادية على الفضاء الرقمي الكوني في الدول النامية.[2]

ومما يكشف عن عمق الطابع الجيوسياسي لهذه الشركات أنها تتخذ قرارات جوهرية في مسائل بالغة الحساسية، أبرزها: حذف المحتوى وتقييد الحسابات وتحديد الوصول للمعلومة. فهذه الشركات لا تطبق مجرد أحكام قانونية محلية بل تصوغ سياسات محتوى عالمية تُحدد أي الروايات مسموح بها وأيها يُحجب، وهي سياسات مشبعة حتمًا بمنطق الاقتصاد السياسي لأصحابها ومضغوط عليها من حكومات وبيئات تشريعية بعينها. وقد رصدت منظمة "هيومن رايتس ووتش" في تقريرها الصادر في ديسمبر 2023 أن "ميتا" أزالت أو قيدت أكثر من 1049 حالة من المحتوى الفلسطيني السلمي على "فيسبوك" و"إنستغرام" في أكتوبر ونوفمبر من العام ذاته، في حين اتخذت مواقف مغايرة إزاء محتوى مماثل مرتبط بالغزو الروسي لأوكرانيا، مما يُبرز بجلاء أن سياسات الإشراف على المحتوى ليست محايدة بل

[1] Mohamed Arafa and Crystal Armstrong, "'Facebook to Mobilize, Twitter to Coordinate Protests, and YouTube to Tell the World': New Media, Cyberactivism, and the Arab Spring," Journal of Global Initiatives: Policy, Pedagogy, Perspective 10, no. 1 (2016): 73–102, here pp. 75–82.

[2] Michael Kwet, "Digital Colonialism: US Empire and the New Imperialism in the Global South," Race & Class 60, no. 4 (2019): 3–26, here pp. 4–10.

تنطوي على خيارات جيوسياسية تنبثق من السياق الذي تعمل فيه هذه الشركات.[1] وعلى صعيد التأثير في الانتخابات وزعزعة الاستقرار الداخلي للدول، فقد كشفت دراسات متعددة أن منصات التواصل الاجتماعي تتيح تأثيرًا انتخابيًا عابرًا للحدود السيادية بصور شتى، من بينها توجيه الإعلانات السياسية المُستهدفة ونشر معلومات مضللة حول إجراءات التصويت وتعبئة المجموعات الهامشية ذات القدرة على قلب موازين المعارك الانتخابية. وتفضي هذه التأثيرات مجتمعة إلى ضعف الثقة في الإعلام والمؤسسات الوسيطة عموما، وهو ما يمثل في نهاية المطاف هدفًا استراتيجيًا طويل الأمد لأي جهة تسعى إلى إضعاف استقرار دولة ما وتفتيت تماسكها الداخلي.

3) تجليات الحرب الإعلامية الرقمية

أ) التدخل الرقمي الروسي في الانتخابات الأمريكية

يعد هذا النموذج من أوسع الحالات توثيقا في الأدبيات الأكاديمية المتعلقة بالحروب الإعلامية الرقمية، وقد مثل نقطة تحول حقيقية في الوعي الغربي بخطورة التدخل الجيوسياسي عبر المنصات الرقمية. فمنذ عام 2014 حتى الانتخابات الرئاسية عام 2016، نشطت وكالة أبحاث الإنترنت الروسية التي تعد أبرز أمثلة الذباب الإلكتروني الممنهج في العقود الأخيرة في إنشاء آلاف الهويات الرقمية الزائفة على المنصات الكبرى، وإدارة صفحات ومجموعات مصممة لاستهداف شرائح محددة من الجمهور الأمريكي بمحتوى سياسي موجه يغذي الاستقطاب على قضايا العرق والهجرة والأمن القومي. وقد أثبت تقرير "مولر"(Mueller Report) عام 2019 وتقارير لجنة الاستخبارات بمجلس الشيوخ الأمريكي تورط هذه الجهة الروسية في حملات واسعة النطاق، كما أفادت تقارير مختبر كولومبيا للسياسة الاجتماعية بأن منشورات ست صفحات روسية وحدها على "فيسبوك" حققت مئات الملايين من المشاهدات. بيد أن دراسة أجراها باحثون من جامعة نيويورك ونشرت في مجلة Nature Communications عام 2023 أظهرت نتائج أكثر دقة، إذ كشفت أن التعرض الفعلي لهذه الحملات تركز بصورة مشددة في شريحة ضيقة من المستخدمين المتحيزين سياسيًا، وأن 1% فقط من المستخدمين كانوا مسؤولين عن نحو 70% من مجموع التعرضات. وهذه النتيجة، بدلا من تخفيف خطورة الأمر، تشير إلى أن استراتيجية التضليل الروسية كانت مُصممة بدقة لاستهداف الفاعلين المؤثرين لا الجمهور العام، وهو ما يعكس منطقا في غاية الاحتراف في إدارة الحروب المعلوماتية الموجهة.[2] إن دروس هذه الحالة بالغة الأهمية من منظور الجزائر وعموم الدول الساعية للحفاظ على سيادتها المعلوماتية، إذ تُوضح أن استراتيجيات التدخل

[1] Human Rights Watch, Meta's Broken Promises: Systemic Censorship of Palestine Content on Instagram and Facebook (New York: Human Rights Watch, December 21, 2023), pp. 2–18.

[2] Andrew M. Guess et al., "Exposure to the Russian Internet Research Agency Foreign Influence Campaign on Twitter in the 2016 US Election and Its Relationship to Attitudes and Voting Behavior," Nature Communications 14 (2023): art. 62, pp. 1–9.

الجيوسياسي الرقمي لا تحتاج إلى اختراق أنظمة دفاعية بالمفهوم السيبراني الكلاسيكي، بل تكتفي بالتسلل إلى الشبكات الاجتماعية وصناعة التناقض في التصورات الجماعية. ومن ثم فإن مواجهة هذا النوع من التدخل يستلزم بناء ثقافة نقدية للمعلومات لا تقل في استراتيجيتها عن بناء منظومة دفاع سيبراني تقني.

ب) تيك توك والتنافس الأمريكي الصيني: الساحة الرقمية للهيمنة

لا تجسد قضية "تيك توك" مجرد نزاع تجاري أو مسألة خصوصية بيانات بالمفهوم الاستهلاكي، بل هي معركة جيوسياسية بامتياز تعكس في جوهرها العمق الاستراتيجي للتنافس الأمريكي الصيني على الهيمنة في الفضاء الرقمي الكوني. فالتطبيق الذي تملكه شركة "بايت دانس"ByteDance الصينية كان يضم بحلول عام 2023 ما يزيد على 150 مليون مستخدم أمريكي، وهو رقم يمثل من منظور المخابرات وصانعي السياسة سلطة وصول هائلة إلى البيئة الاجتماعية والمعلوماتية للمجتمع الأمريكي. وتتمحور المخاوف الجيوسياسية الجوهرية حول محورين: أولهما جمع البيانات وإمكانية وصول الحكومة الصينية إليها بموجب قانون الاستخبارات الصيني لعام 2017، وثانيهما الخوارزمية التي تتحكم في المحتوى المقدم لمئات الملايين من المستخدمين، مما يجعلها أداة بالغة الأثر في توجيه الرأي العام وتشكيل أولويات النقاش السياسي. وقد سبق الهند أن حسمت أمرها بحظر "تيك توك" عام 2020 إثر التوترات الحدودية مع الصين، كما أصدر الرئيس "بايدن" عام 2024 قانونًا يلزم "بايت دانس" بالتخلي عن تطبيقها في الولايات المتحدة أو مواجهة حظر شامل.[1] وتكشف هذه القضية عن تناقض بنيوي في النظام الليبرالي الغربي إذ دافعت الولايات المتحدة لعقود عن مبدأ حرية المعلومات وانتقادها لأي دولة تُقيد منصات التواصل الاجتماعي، غير أنها حين تعلق الأمر بمنصة صينية على تبني مقاربة تقييدية لم تختلف في جوهرها عن مقاربة خصومها. وهذا التحول دفع مراكز الفكر كمركز ستانفورد لأمن المعلومات والدولة إلى وصف هذه الأزمة بأنها تنبئ بـ تحول عميق نحو السيادة الرقمية بوصفها مفهومًا استراتيجيًا بالمستوى ذاته الذي تحتله السيادة الإقليمية في الحسابات الجيوسياسية للدول. ومن منظور الجزائر، تُطرح هذه القضية أسئلة جوهرية حول ضرورة امتلاك استراتيجية وطنية للسيادة الرقمية تُصيّن الفضاء الإعلامي المحلي من التبعيات الأجنبية وتُحصن المجتمع من التأثير الخوارزمي الخارجي.

ج) الحرب الروسية الأوكرانية:

مثلت الحرب الروسية الأوكرانية التي اشتعلت بصورتها الشاملة في فبراير 2022 نموذجا غير مسبوق في التاريخ لحرب يُخاض فيها بالتوازي ميدانان، أحدهما عسكري ميداني والآخر رقمي معلوماتي، بحيث بدا أن مآلات المعركة في

[1] Stanford International Policy Review (Freeman Spogli Institute), "From App to Allegory: The TikTok Ban as a Symbol of Deeper Geopolitical Tensions" (Stanford: Stanford University, September 2024).

المستوى الثاني قد تؤثر في مسار الأول تأثيرًا مباشرًا. فمن جهة، نشر المنتسبون إلى حسابات المدونين العسكريين الروس (Milbloggers) على "تيليغرام" محتوى يكثف من موجة التعبئة والتحريض الداخلي، وقد رصدت دراسة بجامعة "تاندفوني" عام 2025 ارتفاعًا بنسبة 89.25% في عدد المنشورات قبل أسبوعين من بدء الغزو مع تصاعد في المحتوى التلاعب النفسي ومن جهة أخرى، قامت أوكرانيا ببناء استراتيجية سردية رقمية احترافية جعلت من "زيلينسكي" وجهًا جاذبًا ومحركًا للتضامن الغربي، كما انخرط المجتمع المدني الأوكراني في إنتاج مضاد للسردية الروسية عبر شبكات تواصل متنوعة، في ظاهرة أسماها بعض الباحثين «الشاهد الرقمي الجماعي» التي تستثمر حضور المواطن المسلح بهاتف ذكي بديلًا عن الصحفي الميداني التقليدي.[1]

وقد وظف كلا الطرفين تقنيات التزييف العميق في هذه الحرب لأول مرة بصورة واسعة فقد تداول مقطع مزيف بالذكاء الاصطناعي يصوّر "زيلينسكي" داعيًا جنوده إلى إلقاء أسلحتهم في مطلع الحرب، فيما تداولت مقاطع مماثلة تنسب إلى "بوتين" بيانات وقف القتال. إن دلالة هذا البُعد تتجاوز الحالة الأوكرانية لتطرح على كل الدول المتابعة للشأن الدولي

ج) الربيع العربي:

يمثل الربيع العربي (2010-2012) لحظة فارقة في تاريخ علاقة المنصات الرقمية بالجيوسياسة الإقليمية، وقد عمل الإعلام الغربي وكثير من الدراسات الأولى على تقديمه مُنجزا رقميا بامتياز، بل وصفه بعضهم بـ «ثورة فيسبوك» أو «ثورة تويتر». هذا لان أن التحليل النقدي اللاحق كشف عن صورة أكثر تركيبًا وإشكالية فمن جهة، ثبت أن وسائل التواصل الاجتماعي أدّت دورًا حقيقيًا في تسريع الحشد وتنسيق الاحتجاجات وتوسيع رقعة التضامن الشعبي العابر للحدود فقد قفز عدد التغريدات حول التغيير السياسي في مصر من 2300 تغريدة يوميًا في أواخر يناير 2011 إلى أكثر من 230 ألف تغريدة يوميًا في الأيام الأخيرة التي سبقت تنحي مبارك. وقد وثقت دراسات صادرة في Journal of Global Initiatives عام 2016 كيف وظّفت الشعوب العربية فيسبوك للتعبئة وتويتر للتنسيق، ويوتيوب لتوصيل صورها إلى العالم في نموذج تكاملي للعمل الرقمي الاحتجاجي.[2] غير أن ما كشفته المراحل اللاحقة كان في حد ذاته درسًا جيوسياسيا نادرا: إذ سارعت الأنظمة إلى قطع شبكات الإنترنت (مصر، ليبيا) حين شعرت بخطر الرقمي المحتج مما أظهر أن الدولة، حين تمتلك الإرادة السياسية، يمكنها إيقاف سيل المعلومات الرقمي بقرار واحد. كذلك تبيّن كما أشار إليه تقرير منظمة

[1] Foreign Policy. "Information Warfare in Russia's War in Ukraine." August 22, 2022. Accessed May 22, 2026. https://foreignpolicy.com/2022/08/22/information-warfare-in-russias-war-in-ukraine /

[2] Arafa and Armstrong, "'Facebook to Mobilize,'" pp. 75–85.

حرية الإعلام الرقمي (SMEX) أن المنصات ذاتها عادت لاحقا لتقيد حسابات ناشطين عرب ومحتوى مؤيدا لمطالب التغيير، مما يُكشف عن نمط مستمر من القرارات الانتقائية في الإشراف على المحتوى تنعكس بشكل غير متوازن على مجتمعات المنطقة العربية. هذا البعد يدعو الجزائر وغيرها من الدول العربية إلى التمييز بوضوح بين الفرص التي يتيحها الفضاء الرقمي وبين التبعيات والمخاطر الجيوسياسية التي يرافقها.

د) المعارك الرقمية حول القضية الفلسطينية:

شكلت المستجدات المتعلقة بالقضية الفلسطينية ولا سيما منذ أكتوبر 2023، اختبارا عمليا غير مسبوق للطبيعة الجيوسياسية للمنصات الرقمية ولنمط توزيع السلطة في الفضاء المعلوماتي الكوني. فقد رصد مؤشر الحقوق الرقمية لعام 2024 الصادر عن منظمة "سدى سوشيال" الفلسطينية أكثر من 25,000 انتهاك بحق المحتوى الفلسطيني على المنصات الكبرى في غضون أشهر قليلة، شملت حذف المحتوى وتعليق الحسابات والتقييد الخوارزمي والـ Shadow Banning. وقد وثقت منظمة هيومن رايتس ووتش في تقريرها الصادر في ديسمبر 2023 أكثر من 1049 حالة حذف لمحتوى فلسطيني سلمي على منصتي "فيسبوك" و"إنستغرام" بين أكتوبر ونوفمبر 2023، فيما أفاد 68.4% من المستخدمين الفلسطينيين المستطلعة آراؤهم بتعرضهم لقيود على "فيسبوك" و65.8% على إنستغرام.[1] والأخطر في هذا السياق أن وثائق داخلية كشف عنها موقع ذا "إنترسيبت" في أكتوبر 2024 أظهرت أن مسؤولًا رفيع المستوى في "ميتا" كان مسؤولًا حكوميًا إسرائيليًا سابقًا، أقدم على توجيه طلبات حذف داخلية بحق حسابات فلسطينية بعينها، مما يطرح بصورة غير مسبوقة الإشكالية البنيوية المتعلقة بالعلاقة بين مواقف الحكومات والسياسات الداخلية للمنصات. وفي نفس السياق، دفعت هذه الانتهاكات أكثر من تسعين منظمة حقوقية ومدنية عالمية إلى توقيع رسائل مفتوحة تطالب المنصات بوقف ما وصفته بالقمع الرقمي للأصوات الفلسطينية، فيما كشف الباحثون في جامعة ميشيغان عام 2024 أن مستخدمي "تيك توك" كانوا أكثر عرضة بنسبة 35% لمقاطع نقدية لإسرائيل مقارنة بمنصات "ميتا" وهو الفارق الذي يرجع بعض المحللين انتشار النقاشات المتعلقة بتشريع حظر تيك توك جزئيًا.[2] تجد الجزائر في هذا المثال مرآةً تعكس واقعها الخاص إذ سبق أن رصدت وزارة الاتصال الجزائرية عام 2021 تقييد منشورات تتعلق بتاريخ الاستعمار الفرنسي والتضامن مع القضية الفلسطينية على عدة منصات دولية، ودعت صراحةً إلى الدفاع عن السيادة الرقمية للجزائريين بوصفها امتدادًا طبيعيًا للسيادة الوطنية. وهذا يعني أن المعركة الرقمية ليست معركة ذات

[1] مركز الجزيرة للدراسات، «شبكات التواصل الاجتماعي وآليات التحكم في الرأي العام العالمي: الإبادة الرقمية للمحتوى الفلسطيني خلال الحرب على غزة (2023-2024)» (الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات، أكتوبر 2024)، ص ص 3–22.

[2] Sam Biddle, "Meta's Israel Policy Chief Tried to Suppress Pro-Palestine Instagram Posts," The Intercept, October 21, 2024

طابع عالمي مجرد، بل هي معركة تمس المجتمع الجزائري في تاريخه وهويته ومستقبله بصورة مباشرة، وتستدعي موقفًا استراتيجيًا واضحًا على مستوى السياسة الإعلامية الوطنية.[1]

خلاصة المبحث

أن الحرب الإعلامية ليست ظاهرة هامشية ملحقة بالنزاعات الدولية، بل هي بعد بنيوي راسخ في منطق القوة المعاصرة تبدأ بالتنافس على السرديات الكبرى وتأطير الوعي الجمعي، وتمر بالتأثير في مسارات النزاع قبله وأثناءه وبعده، وتنتهي إلى المنصات الرقمية التي حولت الخوارزمية إلى سلطة والبيانات إلى وقود جيوسياسي. وخلاصة القول إن الجزائر بتوقعها الجيوسياسي المتميز بين المتوسط وأفريقيا جنوب الصحراء والعالم العربي، وبما تواجهه من تنافسات نفوذ إقليمية ودولية متصاعدة معنية بصورة مباشرة اذ إن بناء منظومة إعلامية وطنية رصينة وفاعلة، قادرة على إنتاج سرديات راسخة عن الجزائر ومحيطها وتوزيعها على الفضاء الإعلامي الدولي، وقادرة في الوقت ذاته على رصد عمليات التضليل والتدخل المعلوماتي الخارجي والتصدي لها، لم يعد رهانًا ثانويًا في سلم الأولويات الاستراتيجية الوطنية، بل هو في الواقع امتداد طبيعي للسيادة الوطنية في عصر تتشابك فيه خرائط النفوذ الإعلامي والجغرافي والاقتصادي تشابكا لم تشهده العلاقات الدولية في تاريخها الحديث من قبل.

[1] وكالة الأنباء الجزائرية. "الجزائر تسعى إلى تعزيز سيادتها الرقمية." وأج، 2024. تاريخ الاطلاع 22 مايو 2026. https://www.aps.dz/algerie/actualite-nationale/mhutp24i

المبحث الثالث: جيوبوليتيك الإعلام وإعادة توزيع النفوذ الدولي

خرائط النفوذ في عالم اليوم لا تمثل الحدود الجغرافية وحدها، بل تمتد لتشمل فضاءات الوعي والمعلومات والسرديات التي تشكل تصورات الشعوب وتوجه خيارات الحكومات. وقد كشف التطور المتسارع للمنظومة الإعلامية الدولية عن حقيقة راسخة مؤداها أن توزيع القوة الإعلامية لا يعكس بالضرورة توزيع الثقل الديموغرافي أو الجغرافي للأمم، بل يعكس في المقام الأول البنى الاقتصادية والتكنولوجية والسياسية التي أفرزت تراتبية دولية غير متكافئة. ومن هذا المنطلق يسعى هذا المبحث إلى تشريح هذه التراتبية عبر ثلاثة مسارات متكاملة: رصد خرائط النفوذ الإعلامي وما تكشفه من اختلالات بنيوية، ثم تتبع التحول الجوهري في طبيعة السيطرة الدولية من البعد العسكري إلى البعد الإدراكي، وصولاً إلى استجلاء المعضلة التي تواجهها دول الجنوب في مساعيها نحو استرداد سيادتها على فضائها الإعلامي.

المطلب الأول: خرائط النفوذ الإعلامي التوزيع غير المتكافئ للقوة الإعلامية عالمياً

تقدم خرائط النفوذ الإعلامي في أدبيات الجيوبوليتيك الإعلامي بوصفها أداة تحليلية تكشف التوزيع الفعلي لسلطة إنتاج الخطاب الدولي، توزيعا لا يعكس موازين الوزن الديموغرافي أو الجغرافي للشعوب، بل يعكس التراكمات التاريخية للقوة الاقتصادية والتكنولوجية والعسكرية. فمنذ أن وثق أن الاتصال الدولي يمتلك وظيفة استراتيجية متمثلة في تزويد النظم الوطنية بالمعلومات اللازمة لبناء استجاباتها الخارجية، بات واضحا أن التحكم في هذه المعلومات يشكل في الحقيقة تحكما في مدخلات صنع القرار الدولي برمته

لا يمكن فهم الهيمنة الإعلامية الأمريكية دون استيعاب التأسيس الاستراتيجي الذي وضعته الولايات المتحدة بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، إذ أن مفهوم التدفق الإعلامي الدولي أخذ في الظهور منذ أربعينيات القرن الماضي للدلالة على سيلان المعلومات من دول المركز باتجاه دول الهامش، وأن الدول الغربية الصناعية العظمى وعلى رأسها الولايات المتحدة أخذت تتنافس على تطوير تكنولوجيا الاتصال والإعلام لاقتحام مجال الاتصال الدولي والترويج لأيديولوجيتها المكرسة لخدمة أهدافها الاستراتيجية.[1] وتتمثل أبرز آليات هذه الهيمنة في مبدأ "التدفق الحر للأنباء" الذي نادت به الولايات المتحدة منذ عام 1943؛ إذ يكشف أن الكونغرس الأمريكي أصدر في سبتمبر 1944 قراراً يعرب فيه عن "الحق في تبادل المعلومات على الصعيد العالمي عن طريق وكالات جمع الأنباء وتوزيعها فردية ومشتركة وبأية

[1] عبد الله ثاني قدور، "ماهية التدفق الإعلامي الدولي وتطورات خطاباته"، مجلةRIST ، مج. 19، ع. 2 (نوفمبر 2011)، ص 8.

وسيلة دون تمييز"، ثم انطلقت الآلة الدبلوماسية الأمريكية لإقناع نصف الكرة الغربية بمزايا ما وصفه بـ"التداول الحر"، مما يكشف أن هذا المبدأ كان في حقيقته تمهيداً لتوسيع الهيمنة الإعلامية لا تعبيراً فلسفياً محايداً.[1]

وعلى مستوى قنوات الاتصال الدولي، يتبين أن الولايات المتحدة حرصت على بناء منظومة متكاملة تشمل وكالات الأنباء والبث الإذاعي والمؤسسات الاستخباراتية الإعلامية إذ استولت عام 1942 على تسيير شركات البث الإذاعي الخاصة وتجهزت بإذاعة رسمية هي "صوت أمريكا"، ووظّفت مؤسساتها الجديدة خبراء من مهني وكالات الإشهار والعلاقات العامة وعلماء الاجتماع والنفس لتحقيق أهداف الحرب النفسية في الساحة الدولية.[2] وقد أنتج هذا التأسيس الاستراتيجي واقعا لا تزال آثاره الى حد الان فمبدأ "التدفق الحر" في واقعه العملي لم يختصر في نظر الباحثين سوى إلغاء العوائق التي تعترض حرية تدفق الأنباء دون أية إشارة إلى ضرورة تعددية مصادر الأنباء وتنوعها، أو ضرورة تحقيق التوازن والعدالة في تدفق الأنباء. وهذه الفجوة بين الشعار والواقع هي بالضبط ما يكشف الطابع الجيوسياسي الحقيقي لهذا المبدأ.[3] وعلى صعيد التشكيل الأيديولوجي لحقل الدراسات الاتصالية ذاته، أن أعضاء المعاهد الرائدة في دراسة الاتصال الدولي "هم باحثون مارسوا من قبل كأخصائيين في الحرب النفسية خلال الحرب العالمية الثانية"، مما يعني أن المنطلقات المعرفية لهذا الحقل كانت محمّلة منذ البداية بتوجهات استراتيجية خدمة لأهداف الهيمنة الأمريكية على الاتصال الدولي.[4] وفي السياق الإعلامي المحلي والإقليمي، رصد مصطفى مراح أن "القيم الإخبارية في زمن العولمة لا تحقق عرضا موضوعيا للأحداث، بل هي مرآة مشوهة للواقع لا تعكس سوى ما ترغب فيه النخبة والقوى المسيطرة على وسائل الإعلام، وأن هذه القيم تعكس بالضرورة قيم النخبة والقوى المسيطرة عالمياً"، وهو ما يرسخ فهما متكاملا لكيفية اشتغال الهيمنة الإعلامية على مستوى الأجندة والتأطير معا.[5]

1) الاستراتيجيات الإعلامية المضادة الصين وروسيا وإعادة رسم خرائط النفوذ

في مواجهة هذه الهيمنة الإعلامية الأمريكية سعت كل من روسيا والصين إلى بناء منظومات إعلامية دولية بديلة بشكل صريح وعلى الصعيد الروسي، يوثق المركز العربي للبحوث والدراسات أن بوتين "صرّح بأن إنشاء شبكة روسيا اليوم عام 2005 جاء لكسر الاحتكار الأنجلوسكوني لتدفق المعلومات في العالم، وأن الهدف من إنشائها تحقيق أهداف

[1] ثاني قدور، المرجع نفسه، ص 9.

[2] ثاني قدور، المرجع نفسه، ص 10.

[3] ثاني قدور، المرجع نفسه، ص 12.

[4] ثاني قدور، المرجع نفسه، ص 10.

[5] مصطفى مراح، "المعالجة الإخبارية التلفزيونية بين المهنية وتضليل الرأي العام"، مجلة مصداقية (جامعة الجزائر 3)، [د.ت]، ص 82.

السياسة الخارجية الروسية وأنها تستخدم أداة للدعاية لروسيا". وهذا الاعتراف الصريح يكشف الطابع الجيوسياسي للمنظومة الإعلامية الروسية .[1] أما الاستراتيجية الإعلامية الصينية فتتسم بمنطق أشد تعقيدا وأبعد أفقا إذ أن الصين تدرك أن الإعلام جزء أساسي من قواها الناعمة وأن له دوراً كبيراً في تحقيق سياستها الخارجية"، وأنها "تعمل على خلق صورة لدى الذهنية الإفريقية تجعلها تنظر إلى الصين على أساس أنها دولة صديقة مستعدة لمساعدة ودعم الأفارقة، وهو هدف طويل الأجل تعمل الصين على تحقيقه[2]

تحليل نقدي

النقطة التي يتوقف عندها كثير من الباحثين هي معالجة الإعلام الدولي باعتباره مجرد أداة في يد الدول توظف وتسحب حسب الإرادة السياسية هذا تبسيط مخل للظاهرة في جوهرها إن الإعلام ليس أداةً بل بنية هيمنة مستقلة تعيد إنتاج نفسها حتى حين تغيب النوايا السياسية المراد تحقيقها .هنا يصبح الاستدعاء النظري "لروبرت كوكس" ضروريا وهذا راجع لمقالته التأسيسية عام 1981 بمجلةMillennium ، حيث وضع "كوكس" تمييزا جوهريا بين ما أسماه نظرية "حل المشكلات" و"النظرية النقدية": الأولى تقبل بنية النظام الدولي كما هي وتعمل داخلها بافتراض أن قواعد اللعبة محايدة أما الثانية فتسأل سؤالا مختلفا تماما: لصالح من أنشئ هذا النظام أصلا؟ وعبارته الأشهر في الأدبيات الدولية لا تزال صادمة في وضوحها: "النظرية دائماً لصالح شخص ما ولغرض ما."[3] تطبيق هذا المنطق على الإعلام الدولي يقودنا مباشرة إلى تفكيك ادعاء الموضوعية الإعلامية الغربية وكشف خلفياتها البنيوية. وإذا كان "كوكس" يمدنا بالإطار فإن "غرامشي" يمدنا بالآلية. مفهوم الهيمنة الثقافية الذي صاغه "أنطونيو غرامشي" في "دفاتر السجن" بين عامي 1929 و1935 يشرح كيف لا تحتاج الطبقة المهيمنة إلى الإكراه المباشر إذا نجحت في جعل رؤيتها للعالم تبدو "حسا مشتركا" طبيعيا لدى المجموعات المهيمن عليها.[4] تطبيق هذا على الإعلام الدولي يعني أن مجرد رفع صوت مغاير داخل البنية الإعلامية الغربية لا يكسر الهيمنة، لأن قبول ما يعد خبراً، وكيف يُقدَّم، وما هو موضوعي هو في ذاته استمرار للهيمنة بأشكال مختلفة.

[1] العمارات، فارس محمد. «القوة الناعمة وكيفية استخدامها للإعلام الدولي.» المركز العربي للبحوث والدراسات، 14 يناير 2025. تاريخ الاطلاع 23 ماي 2026. https://www.acrseg.org/44397.

[2] محمد عثمان، «الإعلام... قوة الصين الناعمة في أفريقيا»،المركز العربي للبحوث والدراسات، 14 فبراير 2019تاريخ الاطلاع 23 ماي 2026، https://acrseg.org/41115.

[3] Cox, Robert W. «Social Forces, States and World Orders: Beyond International Relations Theory.» Millennium: Journal of International Studies 10, no. 2 (1981): 126–155.

[4] Cox, Robert W. «Gramsci, Hegemony and International Relations: An Essay in Method.» Millennium: Journal of International Studies 12, no. 2 (1983): 162–175.

2) الاقتصاد السياسي للإعلام نموذج البروباغندا

قبل رسم خرائط النفوذ الإعلامي يستوجب التحليل النقدي مساءلة بنيته الاقتصادية. في عملهما التأسيسي عام 1988، قدم "إدوارد هيرمان" و"نعوم تشومسكي" نموذج البروباغندا الذي يرفض تفسير التحيز الإعلامي بالتوجيه السياسي المباشر، ويراه بدلا من ذلك نتاجا طبيعيا لخمسة مرشحا" بنيوية: تركز الملكية وتوجهها الربحي، والإعلانات بوصفها المصدر الأول للإيرادات، واعتماد وسائل الإعلام على مصادر رسمية حكومية وتجارية، وآليات الضجيج كوسيلة لتأديب من يخرج عن الإجماع، والأيديولوجيا المهيمنة كرادار يحدد ما يقال وما يسكت عنه.[1] خلاصة النموذج أن الإعلام لا يحتاج إلى توجيه مباشر لأن منطق السوق يؤدي وظيفة الرقابة الذاتية بكفاءة أعلى وتكلفة أدنى.ما يضاف لهذا التحليل هو أن هذا النموذج يكتسب أبعادا جديدة في عصرنا الرقمي الهائلإذ أصبحت خمس شركات تتحكم في ما يراه مليارات البشر، وهي ليست شركات إعلامية بالمعنى التقليدي بل منصات تقنية تتداخل فيها وظائف النشر وإدارة البنية التحتية وجمع البيانات في كيان واحد.

3) خرائط النفوذ: ثلاثة أنماط متشابكة

يمكن رسم خرائط النفوذ الإعلامي العالمي من خلال ثلاثة أنماط متداخلة لا يمكن فهم أي منها بمعزل عن الآخر.

النمط الأول: الهيمنة الأنغلو أمريكية وبداية تشققها. خمس وكالات أنباء فقط تتحكم بما يزيد على 80% من التدفق الإخباري العالمي، وهذا ليس مصادفة تقنية بل نتيجة تراكم تاريخي مرتبط ارتباطا وثيقا بالتوسع الاستعماري وشبكات البرق والكابلات البحرية منذ القرن التاسع عشر. والمشروع الإعلامي الأمريكي بعد الحرب الباردة كان واضحا في أهدافه: جوزيف ناي نفسه الذي صاغ مفهوم "القوة الناعمة" في كتابه 2004 اعترف بأن "الحروب لا تكسب في ميادين القتال فقط، بل إن المكسب في الحرب هو ذلك الذي تربح قصته في الإعلام."[2] غير أن أحداث ما بعد 2003 وكذبة أسلحة الدمار الشامل شكلت منعطفا في مصداقية هذا المشروع، وهو ما انضاف إليه انهيار النموذج الاقتصادي للإعلام التقليدي وهجرة إيرادات الإعلانات نحو المنصات الرقمية.

النمط الثاني: صعود اللاعبين الجدد وتنافس الروايات. ظهور قنوات كالجزيرة و RTو CGTNالصينية لا يقرأ بالطريقة ذاتها، وخلطها في سلة تحليلية واحدة خطأ منهجي. روسيا اليوم لا تهدف أساسا إلى تقديم رواية روسية بديلة بقدر ما تهدف إلى تفكيك الإجماع الغربي وزرع الشك في مؤسساته، وهي بذلك أقرب إلى مشروع "نيهيليستي" منه إلى

[1] Herman, Edward S., and Noam Chomsky. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. New York: Pantheon Books, 1988.p18–19.

[2] Joseph S. Nye, Jr., Soft Power: The Means to Success in World Politics (New York: PublicAffairs, 2004), 106.

مشروع بناء. الجزيرة نموذج أعقد: ولدت لتحقيق ربط قطري صغير بشبكة تأثير إقليمية تتجاوز حجمه الجغرافي، وطورت في مراحل معينة استقلالية تحريرية حقيقية قبل أن تتراجع تحت ضغط أزمة 2017. أما CGTN فتعمل وفق منطق مختلف كلياً: بناء هيمنة ناعمة في أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية، مناطق يراها الغرب هامشاً وتراها الصين مستقبلاً.

النمط الثالث: الفاعلون من غير الدول وأزمة الحوكمة ذلك ان المنصات الرقمية أنتجت نوعا غير مسبوق من تمركز القوة الإعلامية: شركات خاصة تمارس وظائف سيادية دون أن تخضع لأي آلية حوكمة دولية ملزمة. قرارات حجب المحتوى وتفعيل الخوارزميات وتصنيف المعلومات هي قرارات ذات تأثير جيوسياسي مباشر تتخذها مجالس إدارة تخضع لمساهمين لا لمواطنين.

التحليل النقدي يستدعي مساءلة الأداة النظرية الأكثر شيوعا في دراسة الإعلام الدولي الا وهو مفهوم القوة الناعمة كما صاغه ناي مغلف في أيديولوجيا ليبرالية تفترض أن القيم الأمريكية الديمقراطية وحرية السوق وحقوق الإنسان جذابة في ذاتها بغض النظر عن السياق، في حين أن التحليل الأكثر عمقاً يرى أن "الناعم" و"الصلب" وجهان لقوة واحدة لا يمكن فصلهما. الإعلام الغربي يتمتع بمصداقية جزئيا لأن وراءه قوة عسكرية واقتصادية، وهذا ما يُسمى في الأدبيات النقدية "السلطة الهيكلية" عند "سوزان سترينج": القدرة على تشكيل القواعد التي يلعب بها الآخرون قبل أن يبدأوا اللعب أصلا. والإشكال الأعمق هو أن الهيمنة الإعلامية الغربية تعمل بمنطق "الطبيعنة" بتعبير "رولان بارت": تحويل ما هو تاريخي وثقافي وسياسي إلى ما يبدو طبيعيا وكونيا ومحايدا. نشرة أخبار BBC ليست أقل أيديولوجية من نشرةRT ، لكنها أنجح في إخفاء أيديولوجيتها، وهذا بالضبط ما يجعلها أخطر من حيث أثرها في تشكيل وعي الجمهور العالمي.

4) المآلات الممكنة

المشهد الراهن ينبئ بثلاثة إمكانيات ربما ستسود

الأول: التشظي إلى "إنترنيتات" متعددة. يتحدث الباحثون الأكاديميون عن ما اصبح يعرف بـ"السبلينترنت " (Splinternet)، أي تفكك الفضاء الرقمي العالمي إلى كتل منعزلة: النموذج الصيني المغلق المعزز بجدار الحماية الكبير، والنموذج الأوروبي المنظم بقانونDSA ، والنموذج الأمريكي شبه الليبرالي وفضاءات وطنية أخرى كالنموذج الروسي بعد

قانون "السيادة الرقمية" 2019.[1] هذا التشظي يحمل وجهين: من جهة يحرر من هيمنة مركزية أمريكية ومن جهة أخرى يعمق الانقسام المعرفي بين شعوب العالم ويجعل الإجماع الدولي على التحديات الكونية كالمناخ والأوبئة اصعب

الثاني: الهيمنة المعاد هيكلتها بأدوات جديدة تحتفظ الولايات المتحدة بهيمنتها لكن من خلال المنصات الرقمية الخاصة لا الإعلام التقليدي. هذه هيمنة أقل مرئية وأكثر نفاذا لأنها تعمل بمنطق الخوارزمية لا منطق التوجيه التحريري، وتسوق باسم "التكنولوجيا المحايدة" لا باسم السياسة الخارجية. الخطر الجوهري في هذا أنه يفضي إلى ما يمكن تسميته "إمبريالية بلا إمبراطور": تأثير هيكلي عميق دون فاعل بشري واضح يمكن محاسبته.

الثالث: التنافس على القطبية الثنائية الرقمية. تتنافس الولايات المتحدة والصين على تحديد معايير التكنولوجيا والفضاء الإعلامي الرقمي عالميا، وتجبر دول الجنوب على الاختيار بين نموذجين كلاهما يضعها في موضع التابع. الصين تمتلك الأدوات التقنية والاستثمارية لكنها تفتقر حتى الآن إلى الجاذبية الثقافية التي تحول الحضور الإعلامي إلى هيمنة حقيقية CGTN .تشاهد في أفريقيا لكنها لا تُصدَّق بالدرجة ذاتها التي كانت تصدق بها BBC في عقودها الذهبية.

ما يغيب في أغلب تحليلات القوة الإعلامية هو السؤال الأعمق: ليس من يملك القنوات أو حتى الخوادم، بل من يملك حق تعريف ما هو "موضوعي" وما هو "دعاية"؟ هذا التعريف ليس إبستيمولوجياً خالصاً بل هو فعل سياسي في المقام الأول. حين تصنّف وكالات التصنيف الإعلامي الغربية كـ Freedom House و RSF حرية الصحافة في العالم، فإنها تفعل ذلك وفق معايير بنيت داخل إطار فكري محدد وتاريخي وسياسي. قبول هذه المعايير بوصفها كونية هو في ذاته شكل من أشكال الهيمنة المنتجة للموافقة بتعبير "هيرمان وتشومسكي".

المطلب الثاني: التحول من السيطرة العسكرية إلى السيطرة الإدراكية

منذ أن رسخ "كلاوزفيتز" في القرن التاسع عشر معادلته الشهيرة القائلة بأن الحرب امتداد للسياسة بوسائل أخرى، ظل العالم يقرأ من خلال منظار القوة الصلبة، أي القدرة على فرض الإرادة بالأسلحة والجيوش والاحتلال المادي للأراضي. غير أن المشهد الدولي في مطلع الألفية الثالثة بات يشهد تحولا بنيويا عميقا في طبيعة النفوذ وأدواته إذ لم

[1] Perarnaud, Clément, Julien Rossi, Francesca Musiani, and Lucien Castex. 'Splinternets': Addressing the Renewed Debate on Internet Fragmentation. Brussels: Panel for the Future of Science and Technology (STOA), European Parliamentary Research Services, July 11, 2022.

تعد السيطرة تقاس بعدد الدبابات أو الأساطيل البحرية، بل بالقدرة على امتلاك الرواية وتشكيل الوعي وهندسة الإدراك الجمعي على المستوى الكوني. لا يعني هذا التحول بطبيعة الحال أن القوة العسكرية قد انتهى دورها أو تراجع كليا عن المسرح الدولي فالصراعات المسلحة لا تزال تندلع في مناطق عديدة من العالم والإنفاق الدفاعي في تصاعد مستمر لدى الدول الكبرى. إلا أن ما تغير جوهريا هو منطق استخدام القوة ومحطات اشتغالها فالنفوذ اليوم يفرض قبل الحرب وأثناءها وبعدها عبر الهيمنة على تدفق المعلومات، والتحكم في قنوات البث العالمية، والتوظيف الاستراتيجي للصناعات الثقافية والمنصات الرقمية.

1) تطور مفهوم الهيمنة من القوة الصلبة إلى القوة الرمزية

يستدعي فهم التحول من السيطرة العسكرية إلى السيطرة الإعلامية الرجوع إلى الأطر النظرية التي أعادت تعريف مفهوم الهيمنة في العلاقات الدولية. فقد مهد "جوزيف ناي" الطريق بمفهومه الجوهري عن "القوة الناعمة" وإذا كان "جوزيف ناي" يركز في أصل نظريته على الثقافة والقيم والسياسات الخارجية بوصفها روافد للقوة الناعمة، فإن الممارسة الراهنة للعلاقات الدولية كشفت عن الإعلام والاتصال ومنظومة تدفق المعلومات التي باتت تشكل الركيزة التشغيلية لهذا النوع من القوة في القرن الحادي والعشرين. وعلى صعيد مواز، أرسى "هيرمان" و"تشومسكي" في عملهما المرجعي "صناعة القبول" أطروحة محورية مفادها أن وسائل الإعلام الكبرى في الديمقراطيات الليبرالية لا تعكس الرأي العام بل تعمل على تشكيله وفق مصالح النخب السياسية والاقتصادية، إذ انه ما ينتج داخليا من توافق مصنع يصدر إلى الفضاء الدولي عبر قنوات البث العالمية، فيفرض بوصفه معيارا للقراءة على الجمهور الكوني بأسره. وتتقاطع هذه الرؤية مع ما طوره "مانويل كاستلز" في تحليله لمجتمع الشبكة إذ يرى أن القوة في العصر الرقمي لا تمارس فقط عبر الإكراه بل عبر "برمجة الشبكات" والتحكم في تدفق المعلومات، بحيث يغدو التحكم في البنية التحتية الاتصالية شرطا مسبقا لأي هيمنة جيوسياسية فاعلة.[1] وعلى هذا الأساس، لم تعد الأرض الجغرافية وحدها محل النزاع، بل أصبح الفضاء المعلوماتي ميدانا استراتيجيا موازيا تتصارع فيه الدول الكبرى بأدوات ناعمة لا تقل في أثرها عن القوة الصلبة بل قد تتجاوزها في عمقها الزمني.

2) الحرب العالمية الأولى ميلاد الدعاية الحديثة المنظمة

تعد الحرب العالمية الأولى (1914–1918) اللحظة التأسيسية في تاريخ السيطرة الإدراكية المنهجية الحديثة؛ إذ أدركت القوى الكبرى للمرة الأولى بصورة واضحة أن الحرب الصناعية الشاملة لا تخاض في الميادين وحدها، بل

[1] Manuel Castells, Communication Power (Oxford: Oxford University Press, 2009), 53.

تستلزم تعبئة ذهنية شاملة للمجتمعات. وقد تجسد هذا الإدراك في إنشاء الرئيس الأمريكي "وودرو ويلسون" في أفريل 1917 "لجنة المعلومات العامة" بقيادة الصحفي "جورج كريل"، التي شكلت أول جهاز دعاية حكومي منظم على نطاق واسع في التاريخ الأمريكي. وقد عمدت اللجنة إلى توظيف كل وسائط الاتصال المتاحة حينئذ الصحافة المطبوعة والملصقات والأفلام والخطابات الميدانية، ووصل عدد العاملين فيها في ذروة نشاطها إلى 150,000 شخص.[1] والأهم نظريا في هذه التجربة ليس الحجم المادي فحسب، بل الوعي المنهجي بآليات بناء الإدراك الجماعي فقد أدرك "كريل" ورفاقه أن الموافقة الشعبية على الحرب لا تستحصل بالإكراه بل تصنع بالخطاب المتقن، وهو تماماً ما يسميه "لاسويل" إدارة الاتجاهات لا توجيهها بالأمر. ولم يكن الأمر مجرد إعلان للحرب بل إنتاجا لإرادتها في الذاكرة الجماعية. وقد ترك هذا النموذج إرثا منهجيا امتدت آثاره على جميع الحروب اللاحقة، حين أدرك الجيش الأمريكي أن الجبهة الثالثة جبهة الوعي لا تقل حسما عن الجبهتين العسكرية والاقتصادية. إذا كانت الحرب العالمية الأولى قد كشفت عن إمكانية السيطرة الإدراكية المنظمة، فإن الحرب الباردة (1947–1991) حولت هذه الإمكانية إلى منظومة مؤسسية دائمة ذات بعد كوني غير مسبوق. فقد خاض القطبان الأمريكي والسوفياتي حربا شاملة لم تشهر فيها إلا في حالات نادرة الأسلحة الثقيلة، غير أن جبهتها الإدراكية لم تتوقف لحظة واحدة. وما ميز هذه المرحلة جيوسياسيا هو ما لاحظه "جوزيف ناي" في وقت لاحق من أن قوة الاتحاد السوفياتي انهارت لا بسبب الضعف العسكري بل بسبب إخفاقه في المعركة على الشرعية الإدراكية، إذ لم تستطع منظومته الإعلامية تقديم نموذج مقنع للعالم مقابل النموذج الغربي، مما يجسد بصورة حية المعادلة التي صاغها ناي: "القوة الناعمة تعمل بمنطق الجاذبية لا الإكراه".[2] وقد رسخت هذه المرحلة أيضا مبدأ جوهريا في نظرية السيطرة الإدراكية: أن بناء منظومة هيمنة إعلامية كونية يستلزم عقودا من التراكم المؤسسي، وأن هذه الهيمنة حين تتحقق تغدو بذاتها رأسمالا رمزيا يعيد إنتاج نفسه دون الحاجة إلى توجيه مركزي مستمر. وهو ما يسميه "مانويل كاستلز" لاحقا "برمجة الشبكات"، أي القدرة على تشكيل الأطر الإدراكية بصورة هيكلية لا فردية.[3]

3) حرب فيتنام أول هزيمة إدراكية تاريخية لقوة عسكرية متفوقة

تشكل حرب فيتنام (1955–1975) منعطفا حاسما في تاريخ العلاقة بين القوة العسكرية والسيطرة الإدراكية، وذلك لمفارقة تاريخية لافتة: إنها المرة الأولى في التاريخ الحديث التي تنتصر فيها قوة عسكرية أدنى مواردا في الميدان

[1] George Creel, How We Advertised America: The First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information (New York: Harper & Brothers, 1920), 3–5.

[2] Joseph S. Nye, Jr., Soft Power: The Means to Success in World Politics (New York: PublicAffairs, 2004), 5–6.

[3] Manuel Castells, Communication Power (Oxford: Oxford University Press, 2009), 53.

الإدراكي على قوة عسكرية أشد تفوقا بكثير. فقد كانت الولايات المتحدة تمتلك من القدرة العسكرية ما لا يقارن بالقوات الفيتنامية، غير أنها خسرت الحرب في مكان آخر تماماً: في غرف الجلوس الأمريكية. وقد وثق "دانيال هالين" في دراسته المرجعية "الحرب غير المرقبة" الصادرة عن مطبعة جامعة أكسفورد عام 1986 هذه المعادلة بدقة أكاديمية نادرة إذ أثبت خلافا للرواية الشائعة أن التلفزيون الأمريكي لم يقدم الحرب بحياد مستقل عن الخطاب الرسمي طوال معظم سنواتها، بل كان مرتبطا ارتباطا وثيقا بالمنظور الحكومي في مراحله الأولى، وتحول نحو التشكيك فيه فقط بعد أن كانت الانقسامات النخبوية قد بلغت حدها الأقصى.[1] وهذا الاستنتاج بالغ الأهمية نظريا: فالإعلام لا ينتج الرأي العام من فراغ بل يعكس توازنات القوة في المجتمع ذاته، ويغدو أداة للتحدي حين تتشقق النخبة ذاتها لا قبل ذلك.

غير أن الدرس الأعمق الذي رسخته فيتنام في العقيدة الاستراتيجية الأمريكية كان عكسيا: إذا كان السماح بحرية الإعلام قد أسهم في تحويل الرأي العام ضد الحرب، فالحل هو استعادة السيطرة على التأطير الإعلامي في أي حرب قادمة. وهو ما تجسد في نظام الصحفيين المدمجين (Embedded Journalists) الذي طبق ابتداء من حرب الخليج 1991، وشكل أحد أبلغ التطبيقات العملية لنظرية إنتمان في التأطير المتحكم فيه تتقاطع في تحليل هذه المحطات التاريخية أربع نظريات محورية يُكمل بعضها بعضاً في بناء فهم متكامل:

توفر نظرية القوة الناعمة عند ناي الإطار الأوسع الذي يفسر الانتقال من القوة الصلبة إلى القوة الإدراكية بوصفه استجابة عقلانية لتصاعد التكاليف؛ فالشرعية الدولية تُبنى عبر الجاذبية لا الإكراه، والإعلام هو أكثر الأدوات فاعليةً في إنتاج هذه الجاذبية. وتقدم نظرية التأطير عند إنتمان المفتاحَ التشغيلي لفهم الآليات المحددة في كل محطة فكل حرب تخاض إدراكياً عبر تعريفات وتصنيفات تؤسّس المشروعية وتحدد مواقع الخير والشر.[2] وتكشف نظرية الهيمنة الثقافية عند "غرامشي" العمق التراكمي لهذه السيطرة التي لا تمارس في كل حرب من الصفر بل تستند إلى مخزون رمزي تراكم عبر عقود. وتجلي نظرية صناعة القبول عند "هيرمان" و"تشومسكي" البعد المؤسسي لهذه السيطرة، أي أن الإعلام لا يمارسها بتوجيهات مباشرة في الغالب، بل عبر آليات هيكلية مضمنة في بنية الملكية والمصادر والمناخ الأيديولوجي.ومن هنا يتضح أن السيطرة الإدراكية مكون بنيوي ثابت في منطق الهيمنة الدولية تتطور أدواته وتتسع نطاقاته مع تطور وسائط التواصل. والفارق الجوهري بين اليوم وأمس هو أن الأداة أصبحت أكثر انتشاراً وأقل قابلية للرؤية في آنٍ واحد: ما كان يستلزم في زمن "كريل" مئة وخمسين ألف عامل، ينجزه اليوم نظام خوارزمي صامت

[1] Daniel C. Hallin, The Uncensored War: The Media and Vietnam (New York: Oxford University Press, 1986; reprint, Berkeley: University of California Press, 1989), 3–5, 9.

[2] Robert M. Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," Journal of Communication 43, no. 4 (1993): 52

لا يترك أثرا، وما كانت الأنظمة الديكتاتورية تصنعه عبر الرقابة العلنية الصريحة تنجزه الآن المنصات الديمقراطية في الظاهر عبر تصفية غير مرئية

4) الثورة الرقمية والعولمة الاتصالية

لا يمكن فهم التحول نحو السيطرة الإعلامية دون استيعاب السياق التاريخي الذي أتاحه انفجار الثورة الرقمية منذ منتصف التسعينيات. فقد أعادت شبكة الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي تشكيل البنية التحتية للفضاء العام العالمي بصورة جذرية، فأسقطت الحواجز الجغرافية التي كانت تقيد تداول الأفكار والصور والرسائل السياسية. وفي هذا الإطار رسخ "كاستلز" مفهوم "مجتمع الشبكة" القائم على تدفق المعلومات بوصفه المحرك الجوهري للتنظيم الاجتماعي والسياسي والاقتصادي في عالمنا المعاصر، إذ لا تشكل هذه الشبكات مجرد أداة تواصل بل بنية للقوة في حد ذاتها. وقد أسهم هذا التحول في رسم جغرافيا جديدة للنفوذ الدولي تتجاوز الخرائط التقليدية فالدول التي تهيمن على البنية التحتية الرقمية العالمية تمتلك رافعة استراتيجية غير مسبوقة. وتتجلى هذه الحقيقة في سيطرة الشركات الأمريكية الكبرى كـ "Meta" و"Google" و" Amazon"على الجزء الأعظم من الفضاء الرقمي الكوني، في حين تعمل الصين على بناء منظومتها الرقمية السيادية المستقلة. ويجسد هذا الواقع ما أطلق عليه الباحث والتقسيم الجديد للعالم، لا على أساس الأراضي المستعمرة بل على أساس امتلاك بنى المعالجة الرقمية وتخزين البيانات والتحكم في الخوارزميات.

ويمتد هذا التحول ليطال ما وصفه "أرمان ماتيلار" باستعمار الاتصال في صيغته الرقمية المعاصرة فالفجوة المعلوماتية بين دول الشمال ودول الجنوب لم تنكمش مع ثورة الإنترنت بل اتخذت أشكالا أكثر تعقيدا، تتجلى في أحادية اتجاه المحتوى من المراكز إلى الأطراف، وفي غياب قدرات تصديرية معلوماتية لدى الدول النامية تمكنها من صياغة سرديات حضورها الدولي بنفسها[1]. وهو ما يجعل "السيادة الرقمية" مطلبا استراتيجيا لا يقل أهمية عن السيادة الإقليمية التقليدية في خطاب علاقات القوة الدولية الراهنة. ومن أكثر الشواهد التاريخية دلالة على آلية إحلال الإعلام محل القوة العسكرية أو توظيفه مرافقا لها، ما جرى إبان الحرب الأمريكية على العراق عام 2003. فقبل أن يطأ الجندي الأمريكي أرض بغداد، كانت المنظومة الإعلامية الغربية قد نجحت في تكريس سردية "أسلحة الدمار الشامل" وتعبئة الرأي العام الغربي لصالح التدخل العسكري، فيما بات خطاب وزير الخارجية "كولن بأول" أمام مجلس الأمن في فبراير 2003 نموذجا دراسيا على توظيف المنظومة الإعلامية لصناعة الشرعية الدولية للحرب. ولعل الأشد دلالة هو أن هذه

[1] Armand Mattelart, Histoire de la société de l'information (Paris: La Découverte, 2001), 78.

الشرعية انهارت لاحقا حين تبين زيف المعطيات المقدمة، دون أن تترتب على ذلك محاسبة قانونية جدية، مما يثبت أن الهدف من الحرب الإعلامية لم يكن الحقيقة بل كسب نافذة زمنية كافية لإنجاز التدخل العسكري.

وفي الحرب الروسية الأوكرانية المنطلقة منذ فبراير 2022، انبثق فضاء إعلامي حربي متواز للصراع الميداني لا يقل تأثيرا فمن جهة، عمدت شبكات غربية كـ BBCو CNNو DWإلى تأطير الصراع في خطاب الديمقراطية في مواجهة الاستبداد، مستثمرة رمزية الرئيس "زيلينسكي" ومن جهة أخرى سعت RT إلى تقديم رواية مضادة تركز على توسع حلف الناتو والتهديد الأمني الروسي وتكشف هذه الحرب الروائية حقيقة جوهرية: أن الشرعية الدولية صارت بضاعة تصنع في أسواق المعلومات وأن الدولة التي تخسر الحرب الإعلامية تخسر معها شرعية مواقفها في المحافل الدولية حتى وإن حققت انتصارات ميدانية. وتبرز القضية الفلسطينية ولا سيما الحرب على غزة منذ أكتوبر 2023، شاهدا على التوظيف الجيوسياسي للإعلام الرقمي في أعقد تجلياته. فقد رصدت منظمة "هيومن رايتس ووتش" في تقريرها الصادر عام 2023 كيف عمدت منصة"Meta " إلى حجب المحتوى الفلسطيني الرقمي أو تقييده بصورة منهجية بما وصفته المنظمة بأنه "رقابة ممنهجة" على المحتوى المتعلق بفلسطين على منصتي إنستغرام وفيسبوك.[1] أن حيادية المنصات الرقمية ليست سوى أسطورة تغطي وراءها خيارات سياسية محددة تخدم منظومات نفوذ راسخة.

5) تأطير الأخبار وصناعة الشرعية الدولية عبر القنوات الكبرى

يصبح التأطير أداة استراتيجية بامتياز في الحرب ذاتها قد تكون "تحريرا" أو "احتلالا"، و"المقاتل" قد يكون "إرهابيا" أو "مقاوما"، والضحايا المدنيون قد يصنفون "كشهداء" أو "قتلى" تبعا للقناة الإعلامية وتوجهها الجيوسياسي. وعلى صعيد بنية النظام الإعلامي الدولي، يميز "ديتمر" و"دودز" في دراستهما النقدية لعلاقة الجيوبوليتيك بالإعلام الشعبي بين مستويين متلازمين: مستوى "الجيوبوليتيك الرسمي" الذي ينتجه المسؤولون والمؤسسات، ومستوى "الجيوبوليتيك الشعبي" الذي تنتجه الثقافة الإعلامية الواسعة الانتشار. ويرى الباحثان أن هذين المستويين لا يعملان مستقلين بل يتشابكان في منظومة واحدة لإنتاج الأطر الجيوسياسية التي يستهلكها الجمهور العادي ويكون من خلالها آراءه حول الصراعات والتدخلات الدولية.[2] ومن هنا تنبع الأهمية الاستراتيجية الاستثنائية لامتلاك قنوات إعلامية دولية ذات مصداقية عالية، إذ هي أداة صنع الشرعية في عالم ما بعد القطبية الثنائية.

[1] Human Rights Watch, Meta's Broken Promises: Systemic Censorship of Palestine Content on Instagram and Facebook (New York: HRW, 2023), 12–18,

[2] Jason Dittmer and Klaus Dodds, "Popular Geopolitics Past and Future: Fandom, Identities and Audiences," Geopolitics 13, no. 3 (2008): 437–438

6) احتلال الوعي التأثير على الإدراك الجمعي وإدارة حروب السرديات

إن التعبير الأدق عن طبيعة السيطرة الإعلامية في النظام الدولي المعاصر هو مفهوم احتلال الوعي وهو مفهوم يشير إلى العملية التي تنجح فيها قوى بعينها في فرض أطرها التفسيرية ومقولاتها المعيارية على الجمهور الكوني لتصبح العدسة الافتراضية التي يرى من خلالها العالم. ويتميز هذا الاحتلال عن الاحتلال العسكري في كونه لا يولد مقاومة فورية إذ يمارس بتقنيات ناعمة تجعل الجمهور يتبنى السرديات المفروضة عليه بوصفها خلاصة موضوعية للحقيقة لا إنتاجا أيديولوجيا مقصودا وتجلى هذا بوضوح في تغطية حرب غزة فبينما وصفت قنوات غربية كبرى العمليات العسكرية الإسرائيلية بحق الدفاع عن النفس وصفتها تقارير أممية وقانونيون دوليون بانتهاكات جسيمة للقانون الإنساني الدولي. ولم يكن هذا التباين مجرد خلاف وصفي، بل كان صراعا حقيقيا على تأطير الحدث وتحديد موقع الشرعية وموقع الجريمة على خريطة الرأي العام الدولي. وهذه الحالة آلية إنتاج التوافق المصنع التي وصفها "هيرمان" و"تشومسكي"، والتي باتت اليوم تشتغل عبر خوارزميات المنصات الرقمية لا عبر الصحافة المطبوعة وحدها.قد كشفت الحرب الروسية الأوكرانية عن بعد إضافي لهذه المعادلة إذ وظفت أوكرانيا بدعم غربي تقني وإعلامي واسع، منصات التواصل الاجتماعي بكفاءة استراتيجية عالية لتحويل قضيتها إلى رمز كوني للصمود، بما أسهم في حشد دعم دولي سياسي وعسكري واقتصادي منقطع النظير. ويجسد هذا النموذج مايعرف في أدبيات الدراسات الاستراتيجية بـ"حرب المعلومات" التي تشتغل على مستويين متوازيين: مستوى المعلومة الموثوقة ومستوى الانطباع العاطفي الجمعي، وكلاهما يرسخ مبدأ صار مسلمة استراتيجية في عقيدة القوى الكبرى: الحرب تكسب اليوم في شاشات الهواتف قبل ميادين القتال. إن أكثر الانعكاسات مفارقة للتحول نحو السيطرة الإعلامية هو أنه يكرس أشكالا جديدة من التبعية المعلوماتية على الدول النامية في لحظة تاريخية يفترض فيها أن الثورة الرقمية فتحت المجال أمام الجميع للتعبير والتأثير. فعلى الرغم من أن هذه الدول باتت تمتلك إعلاما محليا أكثر كثافة من أي وقت مضى، إلا أنها تعمل في منظومة دولية تهيمن على معايير المصداقية وموازين الأثر الإعلامي قوى محددة بعينها تحتكر وكالات الأنباء العالمية الكبرى وشبكات التوزيع الرقمي.

وتعد الجزائر دولة ذات ثقل جيوستراتيجي بالغ في محيطها الإقليمي المتشعب بين المتوسط والساحل والمغرب الكبير، وقد أشار زبير في دراسته المنشورة في دورية Journal of North African Studies إلى أن الفجوة بين الثقل الجيوستراتيجي الجزائري وحضوره الإعلامي الدولي تشكل إشكالية بنيوية تعكس نمطا أوسع من التبعية الإعلامية يعاني

منه جنوب الكوكب بأسره[1]. وفي مواجهة هذا الواقع، تبرز ضرورة ما بات يعرف في أدبيات السياسة الخارجية بـ"الدبلوماسية الإعلامية"، أي القدرة على توظيف الإعلام الدولي والمحتوى الرقمي أداة للسياسة الخارجية. وتجدر الإشارة إلى أن منظمة مراسلون بلا حدود رصدت في تقريرها السنوي عن حرية الصحافة كيف أن البيئات الإعلامية في الدول ذات الثقل الاستراتيجي تتعرض لضغوط مضاعفة خارجيا من القوى الكبرى الراغبة في التأثير في بنية فضائها الإعلامي.[2] ومن هنا لم تعد الاستراتيجية الإعلامية ترفا ثقافيا بل ضرورة سياسية وأمنية في العقيدة الأمنية الشاملة للدولة الحديثة.

جدول يقارن: السيطرة العسكرية في مقابل السيطرة الإعلامية

يلخص الجدول التالي أبرز الفوارق الجوهرية بين نمطي السيطرة في إطار العلاقات الدولية المعاصرة:

الجدول رقم (8): السيطرة العسكرية في مقابل السيطرة الإعلامية

معيار المقارنة	السيطرة العسكرية	السيطرة الإعلامية
أداة النفوذ	الجيش، الأسلحة، الاحتلال المادي	الإعلام، المعلومات، السرديات
ميدان الاشتغال	الأرض والمجال الجغرافي	الوعي والإدراك والرأي العام
تكلفة التدخل	مرتفعة جدا بشرياً ومادياً	منخفضة نسبياً وفاعليتها أعلى
طبيعة المقاومة	مقاومة مسلحة مباشرة	مقاومة رمزية وإعلامية بديلة
الأثر الزمني	مؤقت ينتهي مع وقف الحرب	ممتد وتراكمي في الذاكرة الجماعية
الشرعية الدولية	محدودة وغالبا مطعون فيها	تصنع وتدار عبر الخطاب الإعلامي
الفاعلون	الدول والجيوش والتحالفات العسكرية	دول وشركات ومنصات وأفراد ومؤثرون
الشفافية	عمليات عسكرية معلنة أو سرية	تأثير خفي يمارس دون إعلان رسمي
أمثلة بارزة	الحربان العالميتان، حرب الخليج 1991	العراق 2003، أوكرانيا 2022، غزة 2023

المصدر: من إعداد الطالبة

[1] Yahia H. Zoubir, "The United States and Libya: The Limits of Coercive Diplomacy," Journal of North African Studies 16, no. 2 (2011): 275–276

[2] Reporters Without Borders (RSF), World Press Freedom Index 2024 (Paris: RSF, 2024), https://rsf.org/en/index تاريخ الاطلاع عليه 23 ماي 2026.

في الجدول المقارن بين السيطرة العسكرية والسيطرة الإعلامية أداة النفوذ: من الحديد إلى الكلمة يكشف المعيار الأول في الجدول عن قلب التحول الجيوسياسي الراهن؛ إذ تنتقل أداة النفوذ الدولي من الجيش والأسلحة والاحتلال المادي إلى الإعلام والمعلومات والسرديات. وهذا الانتقال ليس مجرد تبديل أدوات بل هو تحول في الأنطولوجيا السياسية للهيمنة ذاتها. ففي النموذج العسكري، تُمارَس القوة على الجسد والأرض، أي على ما هو مادي قابل للقياس والمقاومة. أما في النموذج الإعلامي، فتُمارَس القوة على الإدراك والتصور والمخيال الجمعي، وهو ميدان لا يقبل خرائط ولا يُحدَّد بحدود. وقد أشار جوزيف ناي إلى أن هذه الأداة الجديدة تعمل بمنطق الجاذبية لا الإكراه، مما يجعل الخضوع لها طوعياً في ظاهره حتى حين يكون مفروضاً في جوهره. والأخطر في هذا التحول أن الدولة المهيمَن عليها إعلامياً لا تُدرك في الغالب أنها في حالة خضوع، بل قد تُعيد إنتاج السرديات المفروضة عليها باعتبارها حقيقةً موضوعية تشاركها بإرادتها. ميدان الاشتغال: من جغرافيا الأرض إلى جغرافيا العقل يُجسد التمييز بين ميداني الاشتغال، أي الأرض والمجال الجغرافي في مقابل الوعي والإدراك والرأي العام، أحد أعمق التحولات في نظرية العلاقات الدولية منذ ظهور الجيوبوليتيك الكلاسيكي. فقد كان ماكيندر وماهان وغيرهما من رواد الجيوبوليتيك يُقيمون نظرياتهم على مسلّمة أن من يمتلك البقعة الجغرافية الاستراتيجية يمتلك النفوذ. غير أن المشهد الراهن يقلب هذه المعادلة جزئيا إذ باتت الدولة التي تمتلك السيطرة على بنية المعلومات الكوكبية أقدر على التأثير في مسار الأحداث من الدولة التي تمتلك قاعدة عسكرية في منطقة استراتيجية. والحرب على غزة شاهد صارخ على ذلك؛ فبينما كانت المعارك الميدانية تدور، كان الميدان الحقيقي لتحديد الشرعية ومآلات الصراع يُخاض في خوارزميات المنصات الرقمية وشاشات الأخبار الكبرى، لا في المواقع الجغرافية وحدها. وهذا ما يجعل مفهوم "احتلال الوعي" أشد خطورةً من احتلال الأرض من منظور السيادة الحضارية على المدى البعيد.تكلفة التدخل: اقتصاد السيطرة الجديديُفصح معيار التكلفة عن منطق اقتصادي يُفسّر بشكل كافٍ سبب تحوّل الدول الكبرى نحو السيطرة الإعلامية بوصفها استراتيجية مفضلة. فالتدخل العسكري مكلف جداً بشرياً ومادياً تقدر تكلفة الحرب الأمريكية على العراق بأكثر من تريليوني دولار وفق تقديرات معهد Watson للشؤون الدولية، فضلاً عن التكاليف البشرية وتراجع الشرعية الدولية. في المقابل، يُمكّن الاستثمار في منظومة إعلامية دولية موثوقة وخوارزميات رقمية منحازة من بلوغ أثر جيوسياسي أوسع بأكلاف أدنى بكثير. وهذه المعادلة الاقتصادية هي ما تُفسّر الاستثمارات الضخمة التي تضخها الصين في شبكاتها الإعلامية الدولية كCGTN وXinhua، وما تُفسّر به التمويل الغربي السخي لمنظومات البث الخارجي. والنتيجة أن السيطرة الإعلامية لا تُكلّف الدم الذي تُكلّفه الحرب، بل تُنتج في كثير من الأحيان نتائج أشد ديمومة وعمقا.طبيعة المقاومة: من الرصاصة إلى الرواية

المضادة يتجلى في هذا المعيار أحد أكثر الأبعاد تعقيداً في مقارنة النمطين إذ تتوافر للمجتمعات المحتلة عسكرياً أشكال تاريخية راسخة من المقاومة المسلحة المباشرة مستمَدة من شرعية رفض الإكراه الجسدي. غير أن مقاومة السيطرة الإعلامية أكثر التباساً وأقل وضوحاً في أشكالها؛ إذ تستلزم أولاً إدراك المقاوِم أنه يقع تحت هيمنة رمزية، وهو ما لا يتحقق دائماً. والمقاومة هنا تأخذ شكل الروايات المضادة والإعلام البديل ومنصات التواصل الاجتماعي التي تُتيح لأصوات مهمّشة الوصول إلى الفضاء العام. غير أن الفارق الجوهري هو أن أدوات المقاومة الإعلامية هي في الغالب ذاتها الأدوات التي بنتها القوى المهيمنة ونَشَرتها؛ فالمنصات الرقمية التي يستخدمها الفلسطينيون للوثائق والرواية البديلة هي ذاتها التي تُطبّق عليهم خوارزميات الحجب التي وثّقتها منظمة هيومن رايتس ووتش. وفي هذه المفارقة تكمن معضلة المقاومة الرمزية في عصر الرقمنة.الأثر الزمني: عابر مقابل تراكمي يعد هذا المعيار من أكثر المعايير كاشفيةً على المدى الاستراتيجي؛ إذ ينتهي الاحتلال العسكري بانتهاء الحرب أو بإجلاء القوات، وإن تركت آثاره التدميرية ندوباً اقتصادية واجتماعية عميقة. أما السيطرة الإعلامية فتعمل بمنطق التراكم والترسّب في الذاكرة الجماعية والبنى الثقافية والأطر المرجعية للأجيال. فالصورة الذهنية التي شكّلها الإعلام الغربي عن العالم العربي على مدار عقود، أو تلك التي شكّلها عن روسيا في مرحلة ما بعد الحرب الباردة، لا تنتهي بإغلاق قناة أو سقوط حكومة، بل تبقى كبنية إدراكية راسخة في وجدان الأجيال. وهذا التراكم هو الذي يجعل المشاريع الإعلامية الكبرى استثماراتٍ جيوسياسيةً بامتياز، لا مجرد خدمات إعلامية تجارية. وهو ما يُفسّر أيضاً لماذا يستغرق بناء مؤسسة إعلامية دولية ذات مصداقية عقوداً، لأن المصداقية ذاتها رأسمال رمزي يتراكم ببطء ولا يُكتسب بقرار سياسي آني.الشرعية الدولية: من قرار مجلس الأمن إلى أجندة CNNيكشف هذا المعيار عن أحد أكثر التحولات عمقاً في بنية النظام الدولي؛ إذ كانت الشرعية الدولية في النموذج العسكري مشروطةً، في نظرية القانون الدولي على الأقل، بموافقة الهيئات الأممية وقرارات مجلس الأمن، مما منحها طابعاً رسمياً وقانونياً وإن كان مطعوناً فيه في حالات كثيرة. أما في النموذج الإعلامي، فقد باتت الشرعية تصنع وتدار عبر الخطاب الإعلامي قبل أن تُستصدر من المؤسسات القانونية الدولية. وما جرى في حرب العراق 2003 يُجسد هذا التحول بجلاء؛ إذ سبقت الحملة الإعلامية المشروعيةَ القانونية وعوّضت عنها حين أعوزت. وهذا يعني أن قواعد اللعبة الدولية تغيّرت جذرياً: الدولة الراغبة في التدخل تحتاج اليوم أولاً إلى كسب أجندة الإعلام الدولي وتأطير روايتها بصورة مقبولة لدى الرأي العام الغربي، ثم تأتي المؤسسات القانونية لتُرسّم ما أنجزه الإعلام مسبقاً.

الفاعلون: من احتكار الدولة إلى تعددية الفاعلين يجسد هذا المعيار تحولاً بنيوياً في علم الاجتماع السياسي للهيمنة الدولية؛ فالسيطرة العسكرية كانت حكراً تاريخياً على الدول والجيوش والتحالفات المنظمة، وهو ما منح الدولة القومية احتكاراً للعنف الشرعي في إطار نظام ويستفاليا. غير أن السيطرة الإعلامية فتحت الباب أمام فاعلين من أنواع

شتى لا تمتلك بالضرورة جيوشاً: شركات تقنية كبرى تتجاوز ميزانياتها ميزانيات دول كاملة، ومنصات رقمية تتخطى حدودها الجغرافية كل الحدود السياسية، وأفراد وجهات فكرية تمتلك من التأثير على الرأي العام ما كان يستلزم قديماً قوة عسكرية منظمة. هذا التعدد في الفاعلين يُعقّد المشهد الجيوسياسي ويجعل الهيمنة أقل قابليةً للإسناد إلى طرف بعينه وأكثر إحاطةً وانتشاراً، وهو ما يُجعل مفهوم "السيادة" في مواجهتها أشد اهتزازاً من مواجهة التهديد العسكري الصريح.

الشفافية: الحرب المرئية في مقابل الهيمنة الخفية يعد معيار الشفافية من المعايير الأكثر دلالة على طبيعة السيطرة الإعلامية إذ تنطوي العمليات العسكرية، على سريّتها الإجرائية، على قدر من العلنية الهيكلية: يُعلن عن الحرب، وتُصوَّر الدبابات، وتُحصى الضحايا. أما السيطرة الإعلامية فتشتغل في منطقة عازلة بين العلني والخفي؛ الرسالة علنية لكن منطق إنتاجها مخفي، والتأطير واضح لكن آليات اختياره وتحيّزاته مستترة خلف خطاب "الموضوعية" و"الحياد الصحفي". وهذا الغموض المتعمَّد هو الذي يجعل السيطرة الإعلامية أشد خطراً على الديمقراطيات وأصعب على المقاومة القانونية والسياسية؛ إذ من الصعب محاكمة خوارزمية أو ملاحقة "سردية."

يربط المعيار الأخير في الجدول بين نمطي السيطرة بطريقة لا تقدمهما متعاقبين بل متشابكين فأمثلة السيطرة العسكرية كالحربَين العالميتَين وحرب الخليج 1991 لم تكن خاليةً من توظيف إعلامي مكثف، غير أن البعد العسكري كان المحوري. في المقابل، فإن الأمثلة الراهنة كحرب العراق 2003 والحرب الروسية الأوكرانية والحرب على غزة 2023 تُجسّد نموذجاً هجيناً يتشابك فيه البُعدان. والدلالة الأعمق في هذا التسلسل التاريخي هي أن الأمثلة الراهنة تكشف عن تناقص تدريجي في جدوى القوة العسكرية المجردة وتصاعد متوازٍ في الاعتماد على الأداة الإعلامية، حتى ليمكن القول إن الانتصار العسكري الميداني اليوم غير ذي معنى إن لم يُرافقه انتصار في حرب السرديات على المستوى الدولي. وبهذا المعنى، يجسد الجدول في مجموعه ليس مقارنةً بين نمطَين متعاكسين بل رسما لمسار تاريخي انتقالي لم يبلغ نهايته بعد

المطلب الثالث: الجنوب الإعلامي بين التبعية والسعي نحو السيادة الإعلامية

يعد مفهوم "الجنوب الإعلامي" من أكثر المفاهيم حضورا وإشكالية في الدراسات الراهنة المتعلقة بجغرافيا السلطة الاتصالية الدولية إذ لا يحيل هذا المفهوم إلى دلالة جغرافية صارمة بقدر ما يعبر عن موضع هيكلي في خريطة النفوذ الإعلامي العالمي، يجمع بين دول أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية والعالم العربي في مواجهة مشتركة لمنظومة هيمنة إعلامية مركزها الغرب.

1) الإمبريالية الإعلامية وإرساء بنية التبعية

لا يمكن فهم وضع الجنوب الإعلامي دون العودة إلى جذور الإمبريالية الإعلامية بوصفها المفهوم المؤسس الذي وضعه "هربرت شيلر" في عمله الرائد "الاتصال والهيمنة الإمبريالية الأمريكية" عام 1969. فقد ذهب "شيلر" إلى أن الاتصال ليس مجرد أداة تقنية محايدة، بل هو في جوهره امتداد لمنظومة الهيمنة الاقتصادية والسياسية التي تمارسها المراكز الرأسمالية الكبرى على الأطراف الضعيفة. وفي إطار نموذج المركز والمحيط، أبرز شيلر كيف أن صناعات الإعلام الكبرى الأمريكية تعمل بوصفها ناقلاً أيديولوجياً لنمط استهلاكي وقيمي بعينه، يتحول بمرور الوقت إلى إطار مرجعي تدرك من خلاله الشعوب الجنوبية واقعها وتتلقى من خلاله تفسيره[1] في هذا السياق، جاء تقرير لجنة ماكبرايد الصادر عن اليونسكو عام 1980 بعنوان "أصوات متعددة وعالم واحد" ليُشكّل حدثاً فارقاً في مسيرة الوعي الجنوبي بإشكالية التبعية الإعلامية. فالتقرير أقرّ صراحةً بأن تدفق المعلومات على المستوى الدولي يتسم بعدم التوازن الشديد، إذ تهيمن وكالات الأنباء الغربية الكبرى الأربع على ما يزيد عن ثمانين بالمئة من تدفق الأخبار عالمياً، في حين تُساهم دول الجنوب بنسبة هامشية لا تعكس ثقلها السكاني ولا تنوعها الحضاري [2] وقد وجد هذا الجدل تعبيراً مؤسسيا في النقاش حول النظام الدولي الجديد للمعلومات والاتصال (NWICO)، الذي انطلقت شرارته في مؤتمر دول عدم الانحياز بالجزائر عام 1973، ثم تبلور داخل أروقة اليونسكو بدعم قوي من كتلة دول الجنوب. كانت المطالبة في جوهرها بحق الشعوب في امتلاك صورتها الإعلامية وبنيتها الاتصالية، لا أن تكون مجرد متلق سلبي لمحتوى تنتجه مراكز أخرى. وقد خلص كثير من الباحثين إلى أن الفشل السياسي لمسيرة النويكو لم يسقط المشكلة التي دفعت إليها، بل إن انسحاب الولايات المتحدة والمملكة المتحدة من اليونسكو في منتصف الثمانينيات لم يجيب عن مطالب الجنوب، بل أسكت المطالبين بالإجابة.[3]

2) التبعية الإعلامية في سياقها الرقمي الراهن

إذا كانت التبعية الإعلامية في نسختها الكلاسيكية تتمحور حول الهيمنة على تدفق المحتوى الخبري والمنتج الثقافي، فإنها في سياقها الرقمي الراهن اتخذت أبعاداً أعمق وأشد إحكاما تتصل بالبنية التحتية التكنولوجية وملكية

[1] هربرت شيلر، الاتصال والهيمنة الثقافية، ترجمة عبد السلام رضوان (الكويت: عالم المعرفة، 1984)، ص 43. النص الأصلي Herbert I. Schiller, : Communication and Cultural Domination (New York: M.E. Sharpe, 1976).

[2] ماكبرايد وآخرون، أصوات متعددة وعالم واحد، تقرير لجنة الدراسة الدولية لمشكلات الاتصال (باريس: اليونسكو، 1980)، ص 11. متاح على: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000040066

[3] Kaarle Nordenstreng, "NWICO: An Idea that Refuses to Die," in Communication and Democracy, ed. S. Splichal (Norwood: Ablex, 1993), pp. 170–173.

المنصات واستخلاص البيانات. فثمة شبه اتفاق في الأدبيات الحديثة على أن "الاستعمار الرقمي" يمثل الوجه المحدث للإمبريالية الإعلامية إذ تستخلص المنصات العملاقة كميات هائلة من البيانات من مستخدمي الجنوب، تُعالجها في خوادم تقع في دول الشمال، ثم تُوظفها في توليد قيمة اقتصادية هائلة لا تعود على سكان الجنوب بأي عائد يذكر[1]

ونجد ان دول الجنوب في أفريقيا وآسيا وأمريكا اللاتينية تمثل الجزء الأكبر من مستخدمي الإنترنت عالميا غير أنها لا تملك السيطرة سياسات الخوارزمية التي تحدد ما يرى وما يخفى في خورازميات المنصات. يضاف إلى ذلك أن النماذج اللغوية والأنظمة الذكائية التي تدير هذه المنصات مدربة في معظمها على بيانات تعكس ثقافة الشمال ولغاته ومرجعياته، مما يعطي نوع من "الهيمنة الخوارزمية" التي تعيد إنتاج الهامشية الثقافية للجنوب بأدوات تقنية .

في هذا الإطار، أصبح مفهوم "السيادة الرقمية" من أكثر المفاهيم تداولا في الأجندة الأكاديمية والسياسية للجنوب، غير أن تطبيقه يكشف عن تباين واسع في القدرات والمناهج. فنموذج الصين يُمثل أقصى نقطة في طيف السيادة الرقمية، إذ بنت منظومة إنترنت مستقلة بمنصاتها وشبكاتها ومعاييرها الخاصة. في المقابل، تعاني معظم دول أفريقيا وجنوب آسيا من اختلال هيكلي جذري يتجلى في غياب البنية التحتية المحلية، والاعتماد الكامل على كابلات الألياف الضوئية العابرة للقارات التي تمتلكها الشركات الغربية[2] .

3) مسارات السعي نحو السيادة الإعلامية

ورغم ثقل بنية التبعية وتجذرها، تكشف الأدبيات الأكاديمية عن مسارات فعلية يسلكها الجنوب سعيا نحو استعادة سيادته الإعلامية. ويبدأ المسار الأول من إعادة بناء الفضاء الخبري عبر إطلاق وسائل إعلام دولية مضادة قادرة

على كسر الاحتكار الغربي للرواية. وفي هذا الصدد، يمثل إطلاق قناة الجزيرة عام 1996 نقطة تحول نوعية حقيقية؛ إذ أثبتت هذه القناة للعالم أن الإعلام القادم من الجنوب يمكن أن يكون عالمي المعايير ومؤثراً في صياغة الرأي العام الدولي. وقد شكّل تغطيتها للحروب والأزمات اختبارا حيا لمفهوم الخروج من الهامش نحو المركز، وهو ما سمّاه

[1] Nick Couldry and Ulises A. Mejias, The Costs of Connection: How Data is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism (Stanford: Stanford University Press, 2019), pp. 5–8.

[2] Sophia Moestrup and Shanthi Kalathil, "International Support for Digital Sovereignty in the Global South," National Endowment for Democracy, International Forum for Democratic Studies (2023), pp. 2–5.

الأكاديميون "الخطاب المضاد".[1] أما المسار الثاني فيتمثل في التعاون الإعلامي جنوب-جنوب، وهو استراتيجية أقل بريقا من النماذج الإعلامية الكبرى لكنها ذات قيمة هيكلية جوهرية. وقد أفرز التعاون بين قنوات كتيليسور الفنزويلية ومحطة الميادين اللبنانية والتلفزيون الصيني الدولي CGTN نموذجا من التضافر المضاد للهيمنة الغربية، وإن اكتنف هذا التعاون توترات خفية تتعلق بطموح كل طرف الجيوبوليتيكي المستقل[2] أما المسار الثالث، وهو الأكثر التصاقا بالأدبيات ذات التوجه النقدي، فيتعلق بإعادة بناء البنية التحتية الاتصالية وطنيا وإقليميا. ويرى الباحثون المتخصصون في الاقتصاد السياسي للاتصال أن السيادة الإعلامية غير الممكنة تقنياً لا تعدو كونها تطلعا خطابيا بلا مضمون حقيقي. وتقدم الأدبيات المعاصرة جملة من الحلول العملية تشمل: إقامة منصات رقمية إقليمية مشتركة، وبناء مراكز بيانات وطنية تُخضع تدفق البيانات لسلطة قضائية محلية، وتطوير معايير برمجية مفتوحة المصدر تُكسر احتكار الشركات التكنولوجية الكبرى[3] .

4) الإعلام العربي وجدلية الانتماء للجنوب الإعلامي

يشكل الإعلام العربي حالة دراسية بالغة الخصوصية في السياق الأشمل للجنوب الإعلامي إذ يجمع بين ملامح البنية الجنوبية من تبعية تكنولوجية وهيمنة أجنبية على وكالات الأنباء، وبين حضور إعلامي دولي نسبي تجسّده تجربة الجزيرة والمحطات الفضائية العابرة للحدود. بيد أن هذا الحضور في غالب الأحيان مشروط وهش إذ يظل معتمدا على بنية تحتية غربية لنقل الصور وتوزيع المحتوى، كما يرتبط جزء من صناعة الإعلام العربي بمصالح خليجية تُحدد الخطوط العريضة للمضمون بما يخدم أجنداتها السياسية لا مصلحة المشاهد العربي. وهذا ما يجعل المشهد الإعلامي العربي انعكاساً دقيقاً للوضع الجيوبوليتيكي الكلي لمنطقة تتقاطع فيها مصالح متضاربة[4] .وقد لاحظ الباحثون أن إنشاء معهد الجزيرة للإعلام عام 2008، الذي يصف نفسه صريحاً بأنه مؤسسة معنية بتطوير إعلام الجنوب العالمي، جاء تعبيراً عن وعي متنامٍ بأن الاستقلالية الإعلامية الحقيقية لا تتحقق بامتلاك قناة تلفزيونية دولية وحدها، بل تستلزم كفاءة بشرية متمكنة ومناهج صحفية نابعة من سياقات الجنوب ومعبّرة عن منظوره المعرفي[5]

[1] Hira Baig and Laila Al-Arian, "Al Jazeera and the Global Media Landscape: The South is Talking Back," Arab Media & Society 26 (2019): 12–18. متاح على: https://www.arabmediasociety.com

[2] Pablo Sebastian Morales, "Counter-Hegemonic Collaborations or Alliances of the Underdogs? The Case of TeleSUR with Al-Mayadeen, RT and CGTN," Journalism Practice 17, no. 6 (2022): 1195–1213

[3] داياكيشان ثاسو، الاتصال الدولي: الاستمرارية والتغيير، ترجمة أحمد الحضري (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2013)، 87.

[4] محمد قيراط، "الإعلام العربي بين الانفتاح والإشكاليات"، المجلة العربية للعلوم الإنسانية 32، العدد 126 (2014): 110،

[5] محمد عبد المنعم شناوي، "الإمبريالية الإعلامية وتبعية الجنوب في عصر المنصات الرقمية"، مجلة الدراسات الإعلامية (المركز الديمقراطي العربي)، المجلد 8، العدد 30 (2022)، ص 54–56.

5) إشكاليات الوضع الراهن و آفاق المستقبل

يقف الجنوب الإعلامي اليوم عند مفترق دقيق: فمن جهة، ولدت قوى صاعدة جديدة الصين على رأسها وأسست حضورا إعلاميا دوليا يكسر الثنائية الكلاسيكية بين الهيمنة الغربية وصمت الجنوب. غير أن ما تقدمه الصين وروسيا من بديل يفتقر هو ذاته إلى مبدأ حرية الصحافة، مما يطرح تساؤلاً جوهرياً: هل المطلوب سيادة إعلامية مطلقة للدول بصرف النظر عن طبيعتها السياسية، أم سيادة شعبية ديمقراطية تُخضع الإعلام لمصلحة المواطن؟ وتبقى الإجابة غائبة في معظم الوثائق الرسمية لدول الجنوب، ذلك أن الحديث عن السيادة الإعلامية كثيرا ما يُوظف خطابا لتبرير ضبط الفضاء الإعلامي الداخلي وتكميم الأصوات المعارضة[1] .

إن الاستخلاص النهائي الذي تفرضه قراءة مسار الجنوب الإعلامي بأمانة علمية يكشف عن حالة الجيوبوليتيكي المركب: تبعية قائمة وموثقة، ووعي بالتبعية في ارتفاع منتظم، ومحاولات مقاومة متفرقة تفتقر في الغالب إلى تنسيق استراتيجي فاعل. والأشد تعقيداً أن أدوات التحرر الإعلامي شبكات التواصل الاجتماعي والفضاء الرقمي أصبحت هي ذاتها أدوات تبعية جديدة تخضع لسلطة الخوارزمية الغربية. ومن ثم فإن السيادة الإعلامية المنشودة ليست خيارا سياسيا بسيطا يمكن تحقيقه بإعلان نوايا، بل هي مشروع حضاري متكامل يشمل التعليم والبحث العلمي وبناء البنى التحتية وإصلاح منظومات الحوكمة الإعلامية، في سياق عالمي يعيد بالفعل رسم خارطة توزيع النفوذ الدولي.

خلاصة المبحث الثالث

يتضح أن التفاوت في القوة الإعلامية العالمية ليس حالة عارضة أو نتاج تأخر تقني قابل للتجاوز بمجرد امتلاك الأدوات، بل هو انعكاس لمنطق بنيوي أعمق يعيد إنتاج نفسه حتى في ظل التحولات الرقمية. فالدول المهيمنة إعلامياً لا تكتفي بالتفوق في حجم الإنتاج والانتشار، وإنما تحتكر القدرة على تحديد ما يستحق الاهتمام وما يهمش، وهي قدرة لا تقل خطورة عن القدرة العسكرية لأنها تعمل في صمت وتُنتج تبعية طوعية. أما التحول من السيطرة العسكرية إلى السيطرة الإدراكية فلا يعني تراجع الأولى بقدر ما يعني أن الثانية باتت تسبقها وتمهد لها، إذ لم يعد بالإمكان فرض الهيمنة على شعب أو دولة دون استباق ذلك بتهيئة الحاضنة الإدراكية التي تُضفي عليها الشرعية. وهذا ما يجعل معركة السرديات شرطاً مسبقاً لكل معركة ميدانية في النظام الدولي الراهن.

وفيما يخص دول الجنوب فإن المعضلة الحقيقية لا تكمن في غياب الإرادة السياسية نحو السيادة الإعلامية، بل في أن مسالك التحرر الإعلامي ذاتها كثيراً ما تمر عبر بنى تكنولوجية ومالية تعود ملكيتها إلى القوى التي يراد مقاومتها.

[1] Tanner Mirrlees, "Ten Postulates of a Media Imperialism Framework," Global Media and Communication 19, no. 3 (2023): 283–302

ومن هنا تبرز الحاجة إلى إعادة التفكير في مفهوم السيادة الإعلامية لا باعتبارها هدفاً تقنياً يحقق بامتلاك القنوات والمنصات وإنما باعتبارها مشروعا معرفيا وسياسيا متكاملا يبدأ من إعادة بناء القدرة على إنتاج الرواية الوطنية وتسويقها دولياً بشروط مستقلة.

خلاصة الفصل الثاني

يخرج هذا الفصل بجملة من القناعات التحليلية التي تؤسس لفهم أعمق للعلاقة بين الإعلام وإعادة توزيع النفوذ في النظام الدولي. فعلى مستوى الوظيفة الجيوسياسية للإعلام، تكشف المعطيات المدروسة أن الدول التي نجحت في تحقيق حضور إعلامي كثيف لا تكتفي بنشر خطابها، بل تعمل فعلياً على تحديد المفاهيم التي من خلالها يُقرأ العالم، ومن ثمّ فإن القوة الإعلامية في جوهرها قوة معرفية قبل أن تكون تقنية أو مالية. والمفارقة البارزة التي يرصدها هذا الفصل أن أدوات الدبلوماسية الإعلامية وصناعة الصور الذهنية أثبتت قدرتها في أحيان كثيرة على تغيير موازين القوى بصورة أسرع وأقل كلفة مما تحققه القوة العسكرية، لأنها تعمل على مستوى التصورات التي تسبق القرارات.

وعلى صعيد الحروب الإعلامية، تتجلى معادلة دقيقة مؤداها أن التنافس على تأطير الحدث الدولي لا يقل شراسة عن التنافس الميداني، بل يسبقه في الغالب ويحدد مآلاته. فالسردية التي ترسخ في الوعي الجمعي قبل اندلاع النزاع هي التي تحكم مآلاته الشرعية وتحدد حجم الدعم الذي يحظى به كل طرف. وقد أضافت المنصات الرقمية بُعداً جديداً لهذه المعادلة، إذ وسّعت دائرة الفاعلين، وحطّمت احتكار الدول للخطاب الإعلامي، مما أفرز مشهداً تتشابك فيه الحرب النفسية والتضليل الاستراتيجي والتنافس على الهوية في آن واحد.

أما على مستوى البنية الإعلامية الدولية، فإن المفارقة الأعمق تكمن في أن دول الجنوب تشارك بصورة متزايدة في إنتاج المحتوى دون أن تتحرر بالضرورة من نمط الإنتاج الإعلامي الذي يُعيد إنتاج التبعية بأشكال أكثر تعقيدا. فالسيادة الإعلامية لا تتحقق بامتلاك القنوات وحدها، وإنما بالقدرة على فرض أجندة التأطير، وهذا يستلزم إعادة بناء البنى المعرفية والمؤسسية التي تنتج من خلالها الرواية الوطنية وتسوق عالميا .

الفصل الثالث: جيوبوليتيك الإعلام: القناة الجزائرية الدولية AL-24 أنموذجاً

تمهيد

لا يمكن فصل الأداة الإعلامية عن السياق الذي أنجبها ولا تفهم رسالتها بعيدا عن الغاية الاستراتيجية التي رسمت لها. فمنذ أن أدرك المنظرون الكلاسيكيون أن الجغرافيا ليست مجرد فضاء مادي بل حقل صراع للإرادات السياسية، تطور هذا الإدراك ليشمل الفضاء الإعلامي بوصفه الامتداد الأمثل للجغرافيا السياسية في عصر المعلومات.

في هذا السياق بالتحديد كان للجزائر دور كبير حين أطلقت قناة الجزائر الدولية AL24NEWS وهي تدرك أن غياب الفاعل عن الفضاء الإعلامي الدولي لا يعني الحياد بل يعني السماح للآخر بملء الفراغ وصياغة الصورة نيابة عنه. فالجزائر، بثقلها الجيوبوليتيكي المتميز ظلت لعقود حاضرة في الشأن الدولي دون أن تمتلك أداة إعلامية دولية تترجم هذا الحضور إلى خطاب منظور ومسموع. وجاء إطلاق القناة في نوفمبر 2021 في سياق إقليمي ودولي بالغ الحساسية، تتشابك فيه تحولات منظومة الإعلام الدولي مع تصاعد حدة التنافس على الرواية في منطقة المغرب العربي وامتداداتها الأفريقية والمتوسطية.ومن هنا يسعى هذا الفصل إلى تناول قناة الجزائر الدولية AL24NEWS لا بوصفها مجرد مؤسسة إعلامية ناشئة، بل بوصفها نموذجا تطبيقيا لمفاهيم الجيوبوليتيك الإعلامي الذي تم ارساؤه في الفصلين السابقين. وذلك عبر ثلاثة مسارات تحليلية متكاملة: أولها استجلاء السياق التأسيسي الذي انشا ميلادها على المستويين الدولي والوطني، وثانيها تشريح بنيتها التحريرية وآليات بناء خطابها الإعلامي بأدوات نقدية رصينة، وثالثها تقدير موقعها في خريطة التنافس الإعلامي الدولي وقياس مسافة ما أنجزته عما رسم لها من أهداف استراتيجية محورية.

المبحث الأول: نشأة قناة الجزائر الدولية AL24NEWS وسياقها الإعلامي والسياسي والمؤسسي

إن القنوات الإخبارية ليست مجرد هوائيات وأستوديوهات ومذيعين بل هي عبارة عن نتاج لتوافق إرادات سياسية وحسابات جيواستراتيجية بالإضافة للموروث التاريخي الذي يحمل هوية المؤسسة الإعلامية. والتي بدورها تقوم بتحديد خياراتها ومن هذا المنطلق يأتي وضع القناة الدولية AL24NEWS في إطار تأسيسها الصحيح الذي يعمل على الجمع بين السياق الدولي غير الثابت وأيضا السياق الداخلي لدولة الجزائر بتحولاته السياسية والدستورية وبالتركيز على الرؤية الإستراتيجية الجزائرية الشاملة في إدارتها للقوة الناعمة.

المطلب الأول: التحولات الدولية في منظومة الإعلام الدولي وبروز نموذج القنوات الإخبارية الدولية

شهد العالم تحولات هيكلية عميقة في المنظومة الإعلامية الدولية وقد أعادت هذه التعريفات العلاقة الجوهرية بين الإعلام والسلطة والجيوبوليتيك مما دفع دولا عديدة ومن بينها الجزائر إلى أن تستثمر في القنوات الإخبارية الدولية جاعلة إياها أداة إستراتيجية وليست في خدمة نقل الأخبار والمعلوماتية فقط .

1) صعود نموذج القناة الإخبارية الدولية المستمرة البث(07/24)

يشكل إطلاق قناة CNN عام 1980 نقطة تأسيسية تاريخية في تاريخ الإعلام المعاصر وبرزت أهميتها الكبرى خلال حرب الخليج الأولى عام 1991 وهذا حسن قامت بإبراز العلاقة بين الإعلام والسياسة الخارجية ومن هناك أعيد تعريف الإعلام حيث أن الكاميرا التي كانت تنقل لنا الصورة لم تعد مجرد شاهد على الأحداث بل أصبحت فاعلا وتصنع تصورات الرأي العام الدولي وتشكيل ضغوطه على صانعي القرار وهو ما أصبح يعرف في الأدبيات الأكاديمية بمفهوم تأثير CNN الذي جعل وسائل الإعلام طرفا اخر في صنع السياسات الخارجية ليس مجرد ناقل للأخبار.[1] وقد أسهمت الدراسات المبكرة للباحثة "دوريس غريبر" في تأسيس علم السياسة الإعلامية(Media Politics) الذي يربط بين هيكل النظام الإعلامي وتوازنات القوى الجيوسياسية الدولية. وهذا الذي أوضح أن القنوات الإخبارية الدولية ليست محايدة في نقل المعلومة بل هي عبارة عن فواعل بنيوية في النظام الدولي يشاركون في إعادة إنتاج هياكل القوة [2]

[1] Nik Gowing, Real-Time Television Coverage of Armed Conflicts and Diplomatic Crises: Does it Pressure or Distort Foreign Policy Decisions? (Cambridge, MA: Harvard University, Joan Shorenstein Barone Center on the Press, Politics and Public Policy, 1994), pp. 1–25.

[2] Doris Graber, Media Power in Politics, 6th ed. (Washington: CQ Press, 2011), pp. 14–31.

بعد ذلك جاء ميلاد قناة الجزيرة القطرية عام 1996 الذي قلب الموازين وأثبتت نفسها بإعادة إنتاج محتوى إعلامي ينافس شبكات إعلامية غربية عريقة. ويمكن القول أن الجزيرة كسرت ذلك الإحتكار في رسم الخريطة الهيمنة الإعلامية الدولية الغربية في إنتاج الأخبار العالمية [1]وتلاها بعد ذلك إطلاق قنوات إخبارية دولية من دول عديدة :

- فرنسا 2006 France24
- روسيا RT2005
- الصين CGTN2016
- تركيا TRTWorld 2015
- إيران PressTV2007

وهذا ما أسماه "مورنو برايس" بسوق الهويات Market for Loyalties أي أن الدول تتصارع في الفضاء الإعلامي الرقمي من أجل إكتساب الجماهير الموالية لها ويدخل هذا التنافس أيضا في الإطار الإقتصادي والمجال الإستراتيجي[2]

2) من نقل الخبر إلى بناء السردية

لم يكن التحول يشكل فقط الشكل التنظيمي لوسائل الإعلام الدولية. بل امتد ليشمل الوظيفة الإعلامية الكلاسيكية وتغيرها فبعد إن كانت الصحافة دورها نقل الخبر والحدث كما هو وكما يحدث أصبحت الآن تنتج المعنى وتبني الإطار التفسيري وهو ماوصفة الباحث "روبرت إنتمان" بمفهوم التأطير الإعلامي Media framing أي العملية التي تنتقي بموجبها وسائل الإعلام الجوانب والأحداث التي تريد إبرازها من الواقع الذي تريده وأيضا تهمش البعض وهذا يندرج كله في مصلحة الدولة وتهدم سياستها وتوجه تصورات الجمهور نحو تفسيرات معينة دون أخرى.[3] وفي سياق تطبيق هذه النظرية دوليا تبرز إسهامات الباحث "لانس بينيت" الذي أرسى مفهوم تأثير التصريح الرسمي Indexing Bypothesis محاولا تفسير أن وسائل الإعلام الدولية الكبرى تعمل على فهرسة نطاق الآراء التي تقوم بعرضها وهذا

[1] Mohammed El-Nawawy & Adel Iskandar, Al-Jazeera: The Story of the Network That Is Rattling Governments and Redefining Modern Journalism (Cambridge, MA: Westview Press, 2003), pp. 12–28.

[2] Monroe Price, Media and Sovereignty: The Global Information Revolution and its Challenge to State Power (Cambridge, MA: MIT Press, 2002), pp. 45–78.

[3] Robert Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," Journal of Communication, Vol. 43, No. 4 (1993), pp. 51–58.

وفقا للمواقف الرسمية للنخب السياسية مما يجعلها في معظم الأحيان أداة لصناعة إنتاج الإجماع الرسمي وليست مساحة للتعددية الحقيقية.[1]

وقد برز أيضا مفهوم دبلوماسية الميكروفون Microphone Diplomacy الذي جاء به الباحث "فيليب سيب" في دراسته حول الدبلوماسية في الزمن الحقيقي ليشير إلى الظاهرة التي يستخدم فيها صناع القرار السياسيين والدبلوماسيين الفضاءات الإعلامية كأداة للتخاطب المباشر مع الجماهير الأجنبية ويتجاوزون بذلك القنوات الدبلوماسية التقليدية وهذا ما يهدد ثنائية المرسل والمستقبل في الدبلوماسية الكلاسيكية [2] والتي تعمق هذا التحول نظرية الأجندة الإعلامية الدولية التي أرسى قواعدها "ماكسويل ماكومبس" و"دونالد شو" عام 1972 ثم قاموا بتوسيعها أكثر كل من "غانيم" و"ماكومبس" في صياغتها الدولية في عام 2007 وتبين أن القنوات الإخبارية الكبرى لا تكتفي بإخبار الجماهير بل تحدد ما يريدون التفكير فيه وما يستحق الإهتمام وبأي درجة من الأهمية وهذا الذي يجعلها تملك سلطة بنيوية من أجل تشكيل الوعي الجمعي الدولي.[3]

وفي سياق التبعية نجد أن العالم العربي والإفريقي بوجه الخصوص يعاني من فجوة سردية وقد أكد هذا الباحث "فرانسيس نيامنجو" مستنتجا أن الإعلام الإفريقي سيظل أسير ثلاث إشكاليات بنيوية متراكبة وهي ضعف البنية التحتية الرقمية بالإضافة إستمرار الإعتماد على الوكالات الغربية في الأخبار الدولية بالإضافة لغياب المؤسسات الإعلامية قارية قادرة على التنافس في الفضاء العالمي وهذه الإشكالية هي من تشكل الفجوة السردية Narrative Gap [4] ويجسد هذا الواقع البنيوي حافز لدول الجنوب الساعية لمكانة إقليمية ودولية وهذا للدفاع السيادي عن صورتها من جهة والطموح إلى الإنخراط الفاعل من أجل صناعة السرديات التي تخدم مصالها وفي هذا السياق بالتحديد يمكن قراءة المشروع الجزائري لقناة AL24 NEWS وهذا بإعتباره الإستجابة الإستراتيجية المحسوبة من أجل سد معادلة الفجوة السردية والهيمنة الإعلامية الإقليمية.

[1] W. Lance Bennett, "Toward a Theory of Press-State Relations in the United States," Journal of Communication, Vol. 40, No. 2 (1990), pp. 103–125.

[2] Philip Seib, Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era (New York: Palgrave Macmillan, 2012), pp. 82–98.

[3] Maxwell McCombs & Donald Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," Public Opinion Quarterly, Vol. 36, No. 2 (1972), pp. 176–187.

[4] Francis Nyamnjoh, Africa's Media: Democracy and the Politics of Belonging (London: Zed Books, 2005), pp. 15–45.

المطلب الثاني: السياق السياسي والإعلامي الجز ائري لنشأة قناةAL24 NEWS

لا يمكن فهم قناة الجزائر الدولية AL24NEWS بمعزل عن الشروط الداخلية الجزائرية التي قامت بإنتاجها. فهي نتاج لتحولات سياسية وإعلامية متراكمة شكلتها سياقات تاريخية بالغة التعقيد ومستجدات جيوبوليتيكية ضاغطة وهي كالآتي:

مرحلة الحراك الشعبي وإعادة بناء الخطاب الرسمي 2019_2020

في 22 فيفري من عام 2019 قامت موجة الحراك الشعبي الجزائري مطالبة بإسقاط نظام الرئيس الأسبق عبد العزيز بوتفليقة وإصلاح للمنظومة السياسية آنذاك. وقد كشف لنا الحراك عن ثغرات في المنظومة الإعلامية الجزائرية وخاصة في سياق التواصل مع الرأي العام الدولي. هذا لأن وسائل الإعلام الدولي الأجنبية قامت بمحاولات لتأطير المشهد الجزائري وفق رؤاها الخاصة وهذا راجع لغياب الوسائل الإعلامية الجزائرية القادرة على الإنخراط في النقاش الدولي، وهذا ماأشارت له وكالة الأنباء الجزائرية في عدة تقارير لها مشيرة إلى الأهمية الكبيرة لتطوير منظومة الإعلام الخارجي للجزائر لكي لا تواجه المشكل نفسه [1] وعند إنتخاب الرئيس عبد المجيد تبون في ديسمبر 2019 دخلت الجزائر مرحلة جديدة وأعادت بناء الخطاب الرسمي وعملت على إعادة إنتاج صورة جديدة للدولة على الصعيد الدولي وقد جاء في خطاب الرئيس عبد المجيد تبون وهذا الخطاب كان تزامنا مع عيد الإستقلال عام 2022 تأكيدًا منه على ضرورة تعزيز الحضور الإعلامي الجزائري الدولي وفق مايتناسب مع ثقل الجزائر وتاريخها العريق ومكانتها ودورها الإقليمي .[2] وقد كشف الحراك الشعبي في بعده الإعلامي أن المشهد الجزائري كان يفتقر لقناة جزائرية قادرة على مخاطبة الرأي العام الأوروبي والجالية الجزائرية في المهجر التي كانت تتابع الأحداث في وطنها عبر وسائل إعلامية غير وطنية غربية .هذا الذي إستدعى في إطار مفهوم الدبلوماسية الشعبية بناء إعلام يخاطب الجاليات والذي بدوره يرسخ الإنتماء الهوياتي ويوصل لها الأحداث الحقيقية دون تزييف أو صياغتها وفق ماتريد القوى الأخرى بل بطريقة رسمية جزائرية وبشكل مباشر فقبل إنطلاق قناة الجزائر الدولية AL24Newes كان المشهد الإعلامي الجزائري يتميز بمعادلة غير متوازنة فقد كان القطاع الداخلي وفرة في القنوات التلفزيونية والمحطات الإذاعية العمومية والخاصة منها يبقى الحضور الإعلامي

[1] وكالة الأنباء الجزائرية (واج)، "الحراك الشعبي غير المشهد السياسي وأسّس لبناء جمهورية جديدة"، 22 فبراير 2020، متاح على : http://www.aps.dz/ar/algerie/84127-2020-02-22-17-52-23 تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

[2] الرئاسة الجزائرية، "خطاب رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون بمناسبة الذكرى الستين لعيد الاستقلال الوطني"، 5 جويلية 2022، الجزائر العاصمة، متاح علىhttps://www.el-mouradia.dz/ar/president/speeches-and-letters :تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

الجزائري في الصعيد الدولي ضعيف وهامشي وكانت المؤسسة التلفزيون الجزائري تشغل خمس قنوات الا أن نشاطها الدولي كان جد محدود ولا يخضع لإستراتيجية واضحة من أجل التأثير.[1]

ولم يكن الفضاء الإعلامي فارغا من المنافسة بل شهد تصاعدا لإعلام دول منافسة. فقد عمل المغرب على تطوير بنيته الإعلامية الدولية مستعينا بالإعلام الغربي هذا من أجل تعزيز الرواية الإعلامية المجابهة للجزائر و في إطار تعزيز الخلاف معها ونجد أيضا الإعلام بدول الخليج له من القدرات الهائلة والتغطية الإعلامية دور كبيير وهذا ما أفضى له الباحث محمد عابد الجابري أن غياب الأداة الإعلامية السيادية الفاعلة قد يشمل ثغرة استراتيجية تجعل القوى الكبرى والمنافسة تملأها من أجل تشكيل الصورة الدولية وفق ماتريد وخدمة لمصالحها.[2]

الهيكل المؤسسي للقناة الدولية AL24 NEWS وبيانتها التأسيسية

أطلقت قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS رسميا في الفاتح من نوفمبر 2021 تزامنا مع الذكرى السابعة والستين لإندلاع الثورة في إختيار رمزي يحمل دلالات عميقة تربط بين مشروع التحرير الوطني ومشروع للتحرير الإعلامي وهذا ماصرح به المدير العام الأول للقناة "سليم عقار" بأنه تم إختيار هذا التاريخ من أجل إطلاق القناة لأنه يربط بين إحياء الذكرى 67 وبدء مشروع سيكون ثورة في الإعلام وفي المشهد الإعلامي العربي والمغاربي وهي قناة تلفزيونية إخبارية جزائرية تتموقع بالجزائر العاصمة في مقرها الرئيسي في منطقة النشاطات رقم 20 بحي سعيد حمدين ،بئر مراد رايس.[3] تتميز القناة هيكليا بأنها تعمل بإستقلالية عن مؤسسة التلفزيون الجزائري من حيث الهيكل التشغيلي والتحريري إلا أنها تبقى تنتمي للفضاء الإعلامي العمومي الجزائري الأشمل.[4] تم تجهيزها بإستديوهات عصرية وتجهيزات تراعي الجوانب التكنولوجية الحديثة في عصرنا الحالي وتراعي المعايير الدولية مع بث عالي الجودة للصوت والصورة وتبث القناة عبر القمر الصناعي نايل سات وهذا يجعلها تضمن تغطية جغرافية واسعة النطاق تشمل الشرق الأوسط وأفريقيا والبعض من أجزاء أوروبا. يتكون فريق التحرير من 70 صحفيا من بينهم منشطون ومالا يقل عن 20 مراسل عبر العالم هذا وفقا لمزج بين فريق شاب مدرب على التكنولوجيات الحديثة وفريق من الصحفيين القدماء لنقل خبراتهم لهم.[5]

---

[1] مؤسسة التلفزيون الجزائري(EPTV) ، التقرير السنوي للنشاطات 2020، الجزائر EPTV :

[2] Monroe Price, Media and Sovereignty: The Global Information Revolution and Its Challenge to State Power (Cambridge: MIT Press, 2002), 57.

[3] قناة الجزائر الدولية AL24 News ، "الصفحة الرئيسية"، متاح على https://www.al24news.com :تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

[4] وكالة الأنباء الجزائرية (واج)، "إطلاق قناة الجزائر الدولية AL24 News لترقية صورة البلاد في الخارج"، 2 نوفمبر 2021، متاح على : https://www.aps.dz/ar/algerie/tag/ قناة-الجزائر-الدولية-Al-24-news- تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

[5] قناة الجزائر الدولية AL24 News، "الصفحة الرئيسية"، متاح على : https://www.al24news.comتاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

شهدت القناة تغييرا في قيادتها حيث تم إقالة "سليم عقار" في نوفمبر 2024 ليتولى "هشام ملسكو" المسؤولية بشكل مؤقت وهذا قبل تعيين الدكتور "أحمد كاتب" .

شبكة المكاتب الخارجية وقراءتها الجيوسياسية

تكسب القناة الدولية AL24NEWS شبكة من المكاتب الخارجية في عدد من العواصم الدولية الكبيرة. وهذا التوزيع ماهو إلا ترجمة تحليلية تكشف اولويات السياسة الخارجية الجزائرية و اتجهات تحالفاتها الإستراتيجية وهذا ينطبق على ما يؤكده البحاث "ديفيد روتكوف" على أن اختيار العواصم جغرافيا لمكاتب القنوات الإخبارية الدولية ماهو إلا ترجمة لقرار جيوسياسي وبمثل التوجهات وخريطة الأولويات الإستراتيجية للدولة.[1]وتوظف القناة الدولية المكاتب التالي عبر العالم:

مكتب باريس: يعكس أهمية ومركزية الملف الفرنسي في السياسة الخارجية الجزائرية ويعمل على تجسيد خطاب إعلامي بأبعاد وطنية وهوياتية للجالية الجزائرية بفرنسا التي تقدر بمليوني وإعادة توجيه الرأي العام الفرنسي في الملفات التي تخص الذاكرة الوطنية الجزائرية والشراكة الإقتصادية

مكتب واشنطن: يعكس الطموح الجزائري في التأثير على قرارات صانعي القرار الأمريكيين ومراكز البحث الإستراتيجي الأمريكية وهذا في سياق ملفات وقضايا الساحل والشرق الأوسط وأمن المتوسط وخاصة في ظل التنافس الجزائري الأمريكي على مناطق النفوذ في منطقة الساحل.

مكتب موسكو: يقوم بتجسيد العمق في الشراكة الجزائرية الروسية التاريخية قد شهدت السنوات الأخيرة على حسن الشراكة خاصة في المجالين الدفاعي والطاقوي.

مكتب بكين: يعكس توظيف هذا المكتب في هذه العاصمة على الجهود الكبيرة للجزائر نحو الشراكة مع القوى الصاعدة خارج منطق القطبية الأحادية وهذا مايترجمه إنضمام الجزائر للملادرة الحزام والطريق والعلاقا الإستثمارية الصينية المتصاعدة في القارة الإفريقية.

نجد أن هذا التوزيع يعكس جيوبوليتيكيا خريطة التوجهات الإستراتيجية الجزائرية المعلنة والتي تتمثل في التوجه نحو عالم متعدد الأقطاب والرفض المبدئي للهيمنة الأحادية والتنويع في الشراكات الدولية وفق المصالح الوطنية الراسخة.

[1] Daya Kishan Thussu, International Communication: Continuity and Change, 2nd ed. (London: Hodder Arnold, 2006), 204.

المطلب الثالث: التأسيس والأهداف الإستراتيجية لقناة الجزائر الدولية AL24NEWS

وقد نقلت وكالة الأنباء الجزائرية حفل الإطلاق الرسمي للقناة وقامت بوصف أهدافها المعلنة مؤكدة بذلك طابعها الدولي وتخصصها الإخباري والتحليلي وقد تبنت منذ البداية استراتيجية إعلامية متعددة المنصات تجمع بين القمر الصناعي أي العرض على شاشات التلفزيون والمنصات الرقمية الإلكترونية بالإضافة إلى تواجدها في كل منصات مواقع التواصل الإجتماعي.[1]

1) الأهداف الإستراتيجية المعلنة

الهدف الأول: التواصل مع الجاليات الجزائرية في الخارج :

تقدر الجالية الجزائرية بالمجهر حوالي خمسة ملايين جزائري في كل أرجاء العالم وتشكل هذه الجالية المقيمة بالخارج جمهورا أساسيا تعمل القناة من أحل إستهدافه ولا يقتصر هذا الإستهداف على خدمة إمداد الأخبار والمعلومات وإنما على أهداف عميقة تتعلق بالهوية الوطنية الجزائرية والحفاظ على الرابط الوطني الذي هو العامل الأساسي في مختلف البيئات المتعددة وقد عبر عنه في مفهوم الدبلوماسية الشعبية الموجهة للمغتربين الذي قام بدراسته الباحث يان ميليسين في مؤلفه الرائد.[2]

الهدف الثاني: تصحيح الصورة الدولية والرد على السرديات المضادة:

يوجد الكثير من الحملات الإعلامية ضد الجزائر ممنهجة لإستهداف الجزائر وسيادتها ومكانتها وتقر القناة بهدفها في الرد على هذه الحملات وهذا ما يشمى بالدبلوماسية الشعبية الدفاعية التي وصفها الباحث نيكولاس كال في دراسته المرجعية عن الدبلوماسية الشعبية الأمريكية التي عمل على تمديد مفهومها لتشمل سياقات دولية متعددة وكثيرة.[3]

[1] وكالة الأنباء الجزائرية (واج)، "إطلاق قناة الجزائر الدولية AL24 News بمناسبة الذكرى 67 لاندلاع الثورة التحريرية"، 01 نوفمبر 2021، متاح على : https://ar.aps.dz/ar/algerie/114959-al-24-news-67 تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

[2] Jan Melissen, ed., The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations (New York: Palgrave Macmillan, 2005), 11.

[3] Nicholas J. Cull, Public Diplomacy: Lessons from the Past (Los Angeles: Figueroa Press, 2009), 23.

الهدف الثالث: كسر الإحتكار الإعلامي:

أعلنت القناة عن طموحها من أجل أن تكون البديل الإعلامي السيادي في الفضاء المغاربي والأفريقي وهذا يتقاطع مع مفهوم التنويع الإعلامي الإستراتيجي الذي سبق وإن تم طرحن من قبل دوغلاس بوينتر وزملاؤه في دراستهم حول القناة البديلة في دول الجنوب[1]

الهدف الرابع: مرافقة الحضور الدبلوماسي الجزائري الدولي:

في الفترة بين 2025_2024 حصلت الجزائر على مقعد غير دائم في مجلس الأمن وتوليها لرئاسة مجلس الأمن في جانفي 2025 أصبحت هناك الحاجة إلى أداة إعلامية ترافق تدا الحضور الدبلوماسي وقامت القناة الدولية AL24 NEWS بتغطية مشاركة الجزائر في مجلس الأمن وتصريحات الممثل الدائم عمار بن جامع بشكل مكثف ومنتظم ولكل المستجدات.[2]

2) قناة الجزائر الدولية AL24NEWS في منظومة القوة الناعمة الجزائرية

تشكل القناة الدولية AL24NEWS القاعدة الأساسية في منظومة القوة الناعمة الجزائرية ويميز جوزيف ناي بين ثلاثة مصادر القوة الناعمة: القيم السياسية والثقافة والسياسة الخارجية وتتكامل هذه المصادر بأشكال متعددة مع الدور الإعلامي للقناة وهذا من خلال:

البعد الثقافي: تقوم الدبلوماسية الثقافية الجزائرية بدور رئيسي وهذا من خلال الشبكة الوطنية لمراكز الثقافك الجزائرية في الخارجة إضافة للبعثات الجامعية والمهرجانات الثقافية الدولية هذا وإعتمادا على الإرث الحضاري التاريخي الجزائري العريق والأصيل وزخم الثورة التحريرية الوطنية بوصفها رمزا مرجعيا ناجحا لحركات التحرر عالميا.

البعد الإنساني والتضامني: عرفت الجزائر دوما بمواقفها الإنسانية الدولية وتضامنها مع الشعوب وقد إنتهجت الجزائر سياسة للتضامن الإفريقي تتضح من خلال المساهمة في صناديق التنمية الإفريقيك واستضافتها لمئات

[1] Daya Kishan Thussu, International Communication: Continuity and Change, 2nd ed. (London: Hodder Arnold, 2006), 204.

[2] وزارة الشؤون الخارجية الجزائرية، "الجزائر تستهل ولايتها في مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة"، يناير 2024، https://www.mfa.gov.dz/ar/diplomacy/algeria-begins-its-term-as-non-permanent-member-of-un-security-council- تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

الآلاف من اللاجئين الصحراويين بالإضافة للإنخراط في عمليات الوساطة والحل السلمي للنزاعات الإقليمية وهذا كله يكسب الجزائر صورة تصفها بأنها قوة داعمة للإستقرار الإقليمي.

البعد الدبلوماسي المتعدد الأطراف: تنشط الجزائر في ممارسة دبلوماسيتها في الأمن المتحدة والإتحاد الإفريقي وجامعة الدول العربية ومنظمة التعاون الإسلامي بالإضافة لحركة عدم الإنحياز . ومنا هنا تبرز الأهمية الكبيرة لإستعمال الإعلام ال دولي في إبراز دبلوماسية الجزائر من أجل ترجمة هذه الرسائل التي تؤثر في الرأي العام الإقليمي وتعيد تشكيله من جديد.

3) تحديد الجمهور المستهدف وأوليات المحتوى التحريري

تقوم القناة بتحديد جمهورها المستهدف وهذا وفق منظومة من الدوائر الجغرافية والديمغرافية المتخدة المركز . ويتوسع نطاقها من المحلي للدولي وهذا مايتوافق مع منطق نموذج الدوائر المتمركزة الذي قام بطرحه الباحث بروس غريغوري من أجل فهم بنية الجمهور في الدبلوماسية الشعبية:

الدائرة الأولى: الجمهور الجز ائري داخل الوطن:

يمثل الجمهور الجزائري المحلي القاعدة الأساسية للقناة وبالأخص شرائح المثقفين وقادة الرأي والنهب الجامعية والسياسية المهتمة بالشؤون الخارجية والتحليل الجيوسياسي .

الدائرة الثانية: الجاليات الجز ائرية في المهجر:

تتمركز معظم الجالية الجزائرية في فرنسا وبلجيكا وكندا والولايات المتحدة الأمريكية وتقدر بأكثر من خمسة ملايين جزائري جمهور إستراتيجي لأنه الأكثر عرضة للتأثير السردي الأجنبي وهي في الوقت نفسه تمثل ثقل سياسي واقتصادي للدولة من خلال نشر الثقافة الجزائرية وتاريخها العريق هذا يجعلها رافدا للقوة الناعمة الجزائرية.

الدائرة الثالثة: الفضاء المغاربي الإفريقي والعربي

يمثل هذا الفضاء الجمهور الأول للقناة وهو الفضاء المستهدف للتأثير وتشكيل رأيه العام في القضايا الجيوبوليتيكية وهذا خاصة مع قضايا التس تتنثل في ملفات قطع العلاقات مع المغرب وأزمة الساحل والوضع السياسي الخانق في الشرق الأوسط.

الدائرة الرابعة: النخب الدولية وصانعوا القرار:

من خلال المكاتب المتواجدة في العواصم العالمية التي سبق ذكرها تسعى القناة إلى أن توجه هطابها للنخب السياسية والإعلامية والأكاديمية الدولية التي تهتم بالشأن الجزائري والأفريقي ويمكن القول أن هذا الجمهور هو الأصغر حجما إلا أنه الأعلى تأثيرا في صنع القرار الدولي.

خلاصة المبحث

يتجلى من خلال هذا الطرح أن قناة الجزائر الدولية AL24NEWS هي ظاهرة إعلامية لا يمكن أن يتم إختزالها في تعريف واحد فيمكن وصفها بأنها مشروع إعلامي مؤسسي يسعى للهيمنة والإحترافية العليا وهي أداة إستراتيجية في منظومة القوة الناعمة الجزائرية وتعبيرا دقيقا عن رؤية سياسية واضحة المعالم تجسد دور الجزائر على المستوى الإقليمي والدولي الذي هو في تحول مستمر وقد كشف لنا تأطيرها المؤسسي والتاريخي أنها لم تأتي من فراغ وفقط وماهي إلا تراكم لعوامل متشابكة المتمثلة في مرحلة مابعد الحراك وإعادة بناء الدولة الجزائرية والعامل الإقليمي التنافسي مع المغرب والرغبة في امتلاك الواية السيادية بالاضافة للعامل الدولي المتمثل في التحول البنيوي لمنظومة الإعلام الدولي

غير أن القناة تجابه تحديات بنيوية برزت أهمها فيما يلي:

تحدي المصداقية : إذ أن نجاحها يكمن في في قدرتها من أجل بناء مصداقية للجمهور لأن الجمهور يبقى له الخيار بين قنوات متعددة إلا أن هذه المصداقية تتحقق بشروط مرهونة بالإستقلالية التحريرية والمهنية الإعلامية الرفيعة وعالية الدقة وهذان الشرطان هما رهنا للتمويل الحكومي.

تحدي المنافسة الإقليمية: هذا لأنه تنشط العديد من القنوات التي لها الأسبقية التاريخية وهذا يجعل المنافسة معركة تحتاج إلى تميز رفيع المستوى وليس مجرد حضور شكلي .

<u>المبحث الثاني: البنية التقنية والتحريرية لـ AL24 NEWS وتحليل محتواها الإعلامي</u>

بعد أن وضع المبحث الأول السياقه تأسيسي، والإطار النظري لقناة الجزائر الدولية باعتبارها فاعلا إعلاميا في منظومة الجيوبوليتيك الإعلامي يجسد المبحث الثاني محتوى أعمق من التشريح، للبنية الداخلية للقناة تقنيا وتحريريا، وقد يقوم بتحرير محتواه الإعلامي في ضوء الأدوات المنهجية التي تم ذكرها مسبقا.

المطلب الأول: البطاقة التقنية والتنظيمية للقناة

إن فهم البنية التقنية لأي قناة إخبارية دولية ليست مجرد ترفا توثيقيا بل هي ضرورة منهجية فهي تكشف عن الإمكانيات التقنية وعن حدود النفوذ الإعلامي الممكن وتحدد بدقة نطاق تأثير الجغرافي المتاح بلوغه. وفيما يلي تحليل شامل للبنية التقنية والتنظيمية لقناة الجزائر الدولية .

1) المعطيات التقنية والبنية التحتية للبث

تبث قناة الجزيرة الدولية AL-24 News محتواها الإخبارية على مدار الساعة عبر القمر الصناعي النايل سات (Nilesat) وهو ما يتيح لها تغطية كبيرة تشمل منطقة الشمال إفريقيا والمشرق العربي، وأجزاء واسعة من أوروبا. فإن هذا الامتداد يمنحها محورا كبيرا يتجاوز حدود الفضاء المغاربي، فإن إتخاذ قرار اختيار القمر الاصطناعي نايل سات قرار استراتيجي، ذا دلالة جيوبوليتيكية واضحة، إذ يعتبر هذا القمر تجمعا كبيرا للقنوات الناطقة باللغة العربية في العالم، مما يؤدي إلى وضعها في بيئة تنافسية مع العديد من القنوات الإخبارية العربية والإقليمية الكبرى كالجزيرة والعربية وسكاي نيوز العربية وغيرها.[1]

تمتلك قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS منظومة رقمية متعددة الواجهات فموقعها الإلكتروني. يقدم محتوى بثلاث نسخ لغوية العربية والفرنسية والإنجليزية. وهذا اختيار إستراتيجي يعكس استهداف ثلاثة أنواع الجماهيرية متميزة ثقافيا، ولغويا، الجمهور العربي الإقليمي، والجمهور الفرنكوفوني الإفريقي والأوروبي، والجمهور الانجلوفوني. كما تشمل القناة تواجدها على جميع المنصات الرئيسية كالفيسبوك والانستغرام والتليغرام والتيكتوك و إكس. وأدى هذا الحضور لازدهار كبير وتوسيع حلبة جمهور القناة بشكل سريع وملحوظ، مما أتاح وصولها إلى شرائح الشباب الجزائري أينما وجد وخاصة على منصات الرقمية لمتابعة الأخبار[2]

ولا يمكن إغفال البعد الجيوبوليتيكي للتعددية اللغوية في خطاب القناة، إذا ان اعتماد الفرنسية يوجه أساسا إلى القارة الإفريقية جنوب الصحراء ذات الإرث الفرنكوفوني، والتي تشكل الفضاء جيوسياسي الجزائري بامتياز ومن جهة أخرى تواجد إنجليزية يستهدف صانع القرار الدوليين والنخب الأكاديمية والصحفية في الدول الأنغلوفونية الكبرى، ويتكامل هذا مع ما أظهرته النتائج في تمركز اللغات من محتوى القناة، حيث بلغت نتائج اللغة العربية الفصحى

[1] قناة الجزائر الدولية AL24 News ، "الصفحة الرئيسية"، متاح على https://www.al24news.com :تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

[2] قناة الجزائر الدولية AL24 News ، "الصفحة الرئيسية"، متاح على https://www.al24news.com : تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

حوالي نسبة 74.08%، حيث احتلت الصدارة على مستوى القناة يليها الاستخدام الانتقائي للغات الأجنبية بنسبة 14.81%، ويعكس هذا التوزيع أولوية الجمهور العربي مع إدراك الحاجة إلى خطاب الدولي موازي.[1]

2) الاستوديوهات والبنية الإنتاجية

أظهر تحليل "محمد بطاش" و"نصيرة سحنون" للخطاب المرئي لبرنامج نقاش الصباح الكثير من السمات الإخراجية التي تكشف طبيعة البنية الإنتاجية للقناة، كالتصوير الداخلي في الأستوديو، فهو يعتمد على كاميرا ثابتة ذات إضاءة اصطناعية دافئة. مميزة يغلب عليها اللون الأحمر الذي يعد لون الهوية البصرية للقناة المتكون من الأبيض والأحمر الذي يساهم في ترسيخ الهوية المؤسسية وربطها بصورة مميزة في ذاكرة المشاهد[2].

وقد رصدت الدراسة التحليلية أبرز السمات الإخراجية وذلك باعتماد تقنية الشاشات المقسمة (Split Screen) التي تجمع في آن واحد المذيع مع الضيوف، بالإضافة إلى المادة الفيلمية الميدانية مما يصنع لمسة إضافية على المحتوى طابع الحيوية والتزامنية، ويعزز الشعور بالمصداقية وتتراوح تقسيمات الشاشة بين إطارين وستة إطارات، تبعا لطبيعة الموضوع وعدد الضيوف فإن اعتماد القناة لهذا الأسلوب الإخراجي يستخدمه الإعلام الدولي الاحترافي في القنوات الكبرى ويؤكده سعيها الحثيث لمجارات ما تتبناه القنوات العالمية الكبرى من الممارسات الإحترافية[3] .

أما على صعيد الروبورتاج والمحتوى الميداني، فقد كشفت دراسة "عباسة أبوبكر" و"عطاله غوثي" المقارنة أن قناة AL24 NEWS تعتمد في روبورتاجاتها السياحية تميل إلى استخدام اللقطة المتوسطية بنسبة 47 فاصل. 32 والتصوير الخارجي بنسبة 68.79%. بالإضافة إلى استخدام الإضافات ي السينمائية بنسبة 18.52. بال100، ويعكس هذا التوزيع تواج توجها إخراجيا يجمع بين الاتساع البصري والعمق التفصيلي، بما يتماشى مع طبيعة الجمهور الدولي الذي يعطي اهتماما للجوانب الثقافية والتاريخية لوجوهات التي تتناولها القناة[4]

[1] عباسة أبوبكر وعطاله غوثي، "مقاربة مهنية في إخراج الروبورتاج السياحي في القنوات التلفزيونية الجزائرية: دراسة مقارنة على قناة الجزائر الدولية (AL24) وقناة الشروق نيوز خلال الفترة (2023-2024)"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 12، العدد 2 (2025)، ص. 185.

[2] محمد بطاش ونصيرة سحنون، "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزائر الدولية AL24News"، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 3 (2024)، ص. 347–348.

[3] المصدر السابق، ص. 348–349.

[4] عباسة أبوبكر وعطاله غوثي، "مقاربة مهنية في إخراج الروبورتاج السياحي في القنوات التلفزيونية الجزائرية: دراسة مقارنة على قناة الجزائر الدولية (AL24)وقناة الشروق نيوز خلال الفترة (2023-2024)"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 12، العدد 2 (2025)، ص. 179.

3) الهيكل التنظيمي والتمويل

تعمل قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS في نموذج مؤسسي شبه هجين اذ أأنه يجمع بين التمويل العام والاستقلالية التشغيلية النسبية. هذا لأنها تعمل في استقلالية هيكلية عن مؤسسة التلفزيون الجزائريحتى (EPTV) وإن ظلت تنتمي إلى الفضاء الإعلامي العمومي الجزائري الأشمل. ويرى الباحث "محمد بطاش" أن القناة تمثل الناطق الرسمي باسم الدولة والموضح لمواقف سياستها الخارجية للرأي العام العربي والدولي وهو وصف يكشف لنا بوضوح عن طبيعة العلاقة الوظيفية بين القناة والمؤسسة السياسية الجزائرية[1]. وتشير وكالة الأنباء الجزائرية في تقاريرها المتعلقة بالقناة إلى أن تمويل قناة AL24 NEWS يجمع بين مصادر عمومية من الميزانية الوطنية و بالإضافة لإيرادات إعلانية التي تسعى القناة إلى تنميتها تدريجيا. وهذا النموذج التمويلي ليس بالجديد لأنه يشبه نظيره في القنوات المماثلة كـ France 24 التي تأخذ تمويلها من France Médias Monde كمصدر عمومي داعم لها مدعوم من قبل الحكومة مع سعيها إلى استقطاب إيرادات إعلانية خاصة. ويضاف لرصيد القناة الاحترافي وأهم المؤشرات الدالة على احترافيتها المؤسسية المتنامية أن القناة قامت بتطوير الشبكة الخاصة بالمكاتب الخارجية في كل من باريس وواشنطن وموسكو وبكين، أيضا الفريق التحريري الذي يضم صحفيين متخصصين في الشؤون الدولية والتحليل الجيوسياسي. وقد سعت القناة لهذه البنية المؤسسية لتقديم تغطية دبلوماسية من الميدان الدولي، هذا خاصة في سياق تولي الجزائر مقعد غير دائم في مجلس الأمن الدولي خلال الفترة 2024-2025 والمكانة التي أصبحت الجزائر تتربع عليها بالإضافة لمواقف الجزائر المعروفة .[2]

المطلب الثاني: الخطة التحريرية وتحليل التغطية الإخبارية للقضايا الدولية

إن فهم الخطة التحريرية لقناة AL24 NEWS يعطي فكرة عن أدوارها الجيوبوليتيكية هذا لان السياسة التحريرية لا تاتي اعتباطيا وفقط بل هي نتاج و انعكاس مباشر للرؤية الاستراتيجية التي تحكم القناة و خطتها في السيطرة الادراكية وللأولويات التي تحددها السلطة السياسية الجزائرية بوصفها الممول الرئيسي والموجه الرئيسي للقناة.

[1] محمد بطاش ونصيرة سحنون، "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزائر الدولية AL24News"، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 3 (2024)، ص. 331–332.

[2] وكالة الأنباء الجزائرية (واج)، "الجزائر تتولى رئاسة مجلس الأمن الأمني ابتداء من يوم غد الأربعاء"، 31 ديسمبر 2024، https://www3.aps.dz/ar/ الجزائر-تتولى-رئاسة-مجلس-الأمن-الأمني [تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026].

1) هيكل التحرير وأولويات البرمجة

تسعى قناة AL24 NEWS لتنظيم محتواها التحريري وفق منظومة من الأقسام المتخصصة و تشمل: الجزائر، والشأن الدولي بأبعاده الأفريقية والشرق أوسطية والأوروبية والآسيوية والأمريكية، والدبلوماسية، والاقتصاد، والثقافة، والصحة، والرياضة. الا أن القضايا ذات البعد الدبلوماسي هي التي تحتل مكانة محورية و أساسية في أجندة القناة التحريرية، وتعتبر القضية الفلسطينية من اهم وابرز هذه القضايا هذا راجع للعقيدة الجزائرية التي ترمي لدعم حركات التحرر وهذا نابع من ارث استعماري عاشته الجزائر.[1]

وقد رصدت دراسة "زغدود مبارك" وآخرين تحليل دقيق وشامل لأولويات القناة خلال ديسمبر 2024، وخلصت الدراسة إلى أن القضية الفلسطينية هي التي تتصدر الاهتمام التحريري، و تليها العلاقات الجزائرية الفرنسية ثم الملف الجزائري المغربي لتاتي بعده ملفات الساحل الأفريقي. وهذا الترتيب الأولوي لا يأتي من فراغ بل يعكس بدقة شديدة سلم الأولويات في السياسة الخارجية الجزائرية، مما يؤكد الصلة العضوية بين الخط التحريري للقناة والتوجهات الاستراتيجية للدولة الجزائرية.هذا لتصبح القناة الدولية المنبر الأول الذي يعمل على تعزيز الدبلوماسية الإعلامية للجزائر وتمديد دوائر انتشار القوة الناعم للدولة الجزائرية.[2]

من بين برامج التي تطلقها القناة يعد برنامج "نقاش الصباح" من بين اهم البرامج المذاعة وهو برنامج تحليلي حواري يومي يعرض حوارات ونقاشات بين شخصين أو أكثر، و يستضيف محللين وخبراء وشخصيات سياسية لمناقشة القضايا الراهنة. وقد رصدت دراسة "محمد بطاش" و"نصيرة سحنون" في سبعة أعداد من البرنامج في الفترة الممتدة (من أكتوبر 2023 إلى يناير 2024) أن القضية الفلسطينية هي الوحيدة التي اخذ هامش كبير والجزء الأكبر من وقت البرنامج، كما جرى توظيف البرنامج كمنبر لاستضافة خبراء من الضفة الغربية وغزة ولبنان واليمن هذا لتقديم الموقف الجزائري الداعم للمقاومة وللقضية الفلسطينية[3].

[1] محمد بطاش ونصيرة سحنون، "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزائر الدولية AL24News"، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 3 (2024)، ص. 337.

[2] زغدود مبارك عبد الرحمن وزغدود مبارك سيف الدين، "الدبلوماسية الإعلامية عبر قناة الجزائر الدولية AL24news — دراسة تحليلية"، مجلة المعيار، المجلد 29، العدد 2 (2025)، ص. 489–493.

[3] محمد بطاش ونصيرة سحنون، "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزائر الدولية AL24News"، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 3 (2024)، ص. 333

2) تحليل تغطية القضية الفلسطينية نموذج طوفان الأقصى

عملت قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS على التغطية الكاملة لأحداث طوفان الأقصى منذ السابع من أكتوبر 2023 هذا لتشكل حالة دراسية مثالية لتجسيد أطروحات الجيوبوليتيك الإعلامي الجزائري في الممارسة التحريرية الفعلية. فمنذ اليوم الأول للأحداث المقاومة الفلسطينية بنت القناة إطارا تحريريا واضحا يعمل على تقديم العملية واصفا إياها بالمقاومة مشروعة وليس هجوما إرهابيا وهو إطار يتماشى مع موقف الرسمي الجزائري وسياسة الجزائر الخارجية الذي أكده رئيس الدولة الجزائرية "عبد المجيد تبون" في كل المناسبات الرسمية المتعددة[1].

وقد كشف تحليل "محمد بطاش" للخطاب الإعلامي لقناة الجزائر الدولية إزاء أحداث طوفان الأقصى عن جملة من الأطروحات المتكررة التي تشكل العمود الفقري للرواية الجزائرية :

<u>الأطروحة الأولى وتمثلت في الإعلام الحربي ورواية المقاومة:</u> كشف الخطاب الإعلامي لقناة AL24 NEWS أن الحرب تقوم على جبهتين متوازيتين: عسكرية وإعلامية. فمن خلال استضافة محللين كالدكتورة "سناء زكارنة" التي أكدت أن "الإعلام الحربي الفلسطيني لا يقل أهمية عن الحرب العسكرية"، يمكن القول أنه هنا قد قدمت القناة السردية المضادة للرواية الإسرائيلية وللخطاب الإعلامي الغربي الذي تبنى دعم الرواية الإسرائيلية وتوجيه أصابع الاتهام للقضية الفلسطينية ووصفها بالإرهاب . وقد وثق أيضا المحللون استخدام المقاومة الفلسطينية لتقنيات التصوير الميداني وبث مشاهد العمليات العسكرية مباشرة هذا العامل الذي كسر الاحتكار الإعلامي الإسرائيلي.[2]

<u>الأطروحة الثانية والمتمثلة في جرائم الحرب والمساءلة الدولية:</u> وصفت قناة الجزائر الدوليةAL24 NEWS في إطار صريح وواضح العمليات الإسرائيلية في غزة، بجرائم الحرب والإبادة الجماعية وهو وصف في الإطار الذي يتبناه الموقف الجزائري الرسمي. وقد أبرزت القناة مبادرة الجزائر بوصفها أول دولة عربية مبادرة لمقاضاة الكيان الصهيوني وهذا كان عبر استضافتها للندوة الدولية الموسومة بالعدالة للشعب الفلسطيني، وهذا يعتبر توظيف واضح للقناة كأداة للدبلوماسية العامة الجزائرية.[3]

---

[1] الرئاسة الجزائرية، "تصريحات رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون بشأن القضية الفلسطينية"، 2023–2024، https://www.el-mouradia.dz/ar/president/speeches-and-letters تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

[2] بطاش وسحنون، مرجع سابق، ص. 338–339

[3] محمد بطاش ونصيرة سحنون، "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزائر الدولية AL24News"، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 3 (2024)، ص. 339–340.

الأطروحة الثالثة المستقاة من دور الجزائر في مجلس الأمن: عملت القناة من اجل توفير حيزا تحريريا بارزا لتغطية التحركات الدبلوماسية الجزائرية في مجلس الأمن، ونقلت تصريحات وزير الخارجية "أحمد عطاف" وممثل الجزائر "عمار بن جامع" بشكل دائم معززة بذلك الصورة الجزائرية التي تعتبر الصوت الحقيقي و صوت العالم النامي والمستضعفين في مواجهة الانحياز الغربي[1].

من هذا الاطروحات يتضح ان التغطية هي الية دقيقة للدبلوماسية الإعلامية المتكاملة هذا راجع لان القناة لا تكتفي بنقل الموقف الرسمي الجزائري بل تسعى وتساهم في بناء و صناعة الرأي العام المحلي والعربي الداعم لهذا الموقف، وتعمل جاهدة لترسيخ رؤية أخلاقية وقانونية وتاريخية عبر شبكة من المحللين والخبراء الذين يقدمون الرواية الجزائرية في رؤية أكاديمية ومهنية.[2]

3) تحليل التغطية الإخبارية للملفات الإقليمية الكبرى

تتناول قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS العديد من الملفات الإقليمية الكبرى التي ترسم في مجموعها منظومة السياسة الخارجية الجزائرية وأولوياتها الاستراتيجية:

أولاً ملف العلاقات الجزائرية الفرنسية: يحتل الملف الجزائري الفرنسي المكانة المحورية في التغطية التحريرية للقناة، وهو ما يعكس الحجم الكبير لهذا الملف في السياسة الخارجية الجزائرية. وتعمل القناة على ان تتناول قضايا الذاكرة التاريخية للاستعمار الفرنسي وأزمة الكاتب "بوعلام صنصال" بالإضافة لملف المهاجرين بطريقة تقدم الموقف الجزائري في إطار الدفاع عن السيادة الوطنية وهذا ضمن سياق الفعلي لمواجهة التدخل الفرنسي في الشؤون الداخلية الجزائرية. وقد نقلت وكالة الأنباء الجزائرية (APS) مرارا تصريحات مسؤولين جزائريين نقلتها القناة عنها ولكنى بشكل مكثف في إطار هذا الملف الاستراتيجي[3].

ثانياً ملف العلاقات الجزائرية المغربية: يمثل الملف المغربي أكثر الملفات حساسية في التغطية التحريرية للقناة، إذ انه يعكس مباشرة القطيعة الدبلوماسية التي أعلنتها الجزائر في اوت2021. وتعمل القناة على تقديم الموقف الجزائري الرافض للتطبيع المغربي مع إسرائيل هذا بوصفه يمثل تهديد علني ووضاح للسيادة الجزائرية بالإضافة لرسوخ

[1] وكالة الأنباء الجزائرية (واج)، "الجزائر تجدد دعمها للشعب الفلسطيني"، أكتوبر 2023، https://www.aps.dz/ar/monde :تاريخ الاطلاع: 29 ماي2026.

[2] بطاش وسحنون، مرجع سابق، ص. 350.

[3] زغدود مبارك عبد الرحمن وزغدود مبارك سيف الدين، "الدبلوماسية الإعلامية عبر قناة الجزائر الدولية AL24news — دراسة تحليلية"، مجلة المعيار، المجلد 29، العدد 2 (2025)، ص. 489.

في العقيدة الأمنية الجزائرية بوصفه بالإضافة لتناول قضايا الصحراء الغربية بمنطق الانحياز للشعوب المستعمرة وهذا انطلاقا من المبدا المتجذر في الموروث الدبلوماسي الجزائري منذ الاستقلال[1].

ثالثاً ملفات الساحل الأفريقي: تقوم قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS بتغطية لكل التحولات المتسارعة في منطقة الساحل الأفريقي، ولا سيما الوضع في مالي والنيجر وبوركينا فاسو. وتعزز القناة الموقف الجزائري الرامي إلى الحلول التفاوضية و الرافض قطعا للتدخل العسكري الخارجي، كل هذا في خط تحريري يتسق مع ثوابت السياسة الخارجية الجزائرية القائمة على مبدأ حل النزاعات الأفريقية بأيدٍ أفريقية. وقد أسهمت التحولات السياسية التي شهدتها منطقة الساحل في التقييد و الانحسار للنفوذ الفرنسي هذا يدخل ضمن الجهود في منح القناة بعدا دوليا لتقديم الجزائر ساعية إلى استعادة دور الضامن الأمني الإقليمي.[2]

رابعاً الدبلوماسية الجزائرية والقمم الدولية: تسعى القناة دوما لتقديم الجزائر كفاعلا دوليا من الطراز الأول. هذا تبعا لتصريحات وزير الخارجية "أحمد عطاف" و تنال جزءا كبيرا في المسائل والمحاور التحريرية ، وتنقلل مشاركات الجزائر في قمم الاتحاد الأفريقي ومجلس الأمن والأمم المتحدة بطريقة لافتة وهذا التوظيف الإعلامي المنظم يتطابق كثيرا مع ما يصفه الباحث "غيلبوا" بالدبلوماسية التلفزيونية(Television Diplomacy) ، أي استخدام التغطية التلفزيونية الإخبارية كوسيط رئيسي من اجل تعزيز الحضور الدبلوماسي للجزائر وبناء صورة دولية للجزائر.[3]

المطلب الثالث: تحليل سرديات الخطاب الإعلامي وأدوات بناء الرسالة

لكل قناة إخبارية سياق تنتهجه في صياغة محتواها الإعلامي ويخضع لبنية خطابية واليات يشتغل عليها في دلالته وايديولوجية خاصة به لذلك أي اطار تحليلي يستند لمنهج تحليل الخطاب الإعلامي بأدواته الثلاث: تحليل الأطروحات، وتحليل الأطر الإعلامية، وتحليل الصورة المتحركة.لفهم كيف تعمل هذه القناة وماهي الأيديولوجية التي تقوم بانتهاجها.

[1] وكالة الأنباء الجزائرية (واج)، "الجزائر تقطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب"، 24 أوت 2021، متاح على: https://www.aps.dz/ar/algerie/111617-2021-08-24-18-05-52 تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

[2] وكالة الأنباء الجزائرية (واج)، "عطاف يؤكد أن الجزائر تراهن على الحل السياسي في أزمات الساحل"، 2024، متاح على : https://www.aps.dz/ar/monde تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

[3] Eytan Gilboa, "Searching for a Theory of Public Diplomacy," The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 616, No. 1 (March 2008), pp. 55–77.

1) مستويات الخطاب الإعلامي في القناة الجزائر الدولية AL24 NEWS

يتشكّل الخطاب الإعلامي لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS من ثلاثة مستويات خطابية متمايزة تتشابك وتتكامل في إنتاج رسالة إعلامية واحدة منظمة:

خطاب السيادة الوطنية: يعتبر مبدأ السيادة الوطنية وعدم التدخل في الشؤون الداخلية المرجعية الأسبق و الثابتة في معالجة القناة لجميع الأزمات الإقليمية. فسواء تعلق الأمر بالأزمة الليبية أو الملف الساحلي أو الخلاف الجزائري المغربي أو التوترات مع فرنسا، يعود الخطاب دائما لهذه المرجعية السيادية بوصفها الاطار التفسيري الجامع. ويعبر هذا الخطاب بوضوح عن الموروث الدبلوماسي الجزائري العريق القائم على مبادئ حركة عدم الانحياز والدفاع عن حق الشعوب في تقرير مصيرها.[1]

خطاب التضامن مع دول الجنوب: تقوم قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS بتقديم الجزائر ا في خطابها الإعلامي صوتا للقارة الأفريقية ولحركات التحرر عالميا. وهذا ماتم رصده في الخطاب الإعلامي لها بوضوح في تغطية أحداث طوفان الأقصى، حيث ان الجزائر هي أول دولة عربية مبادرة لمقاضاة الكيان الصهيوني. وهذا التموضع الخطابي يستثمر الرصيد التاريخي الجزائري في دعم حركات التحرر ويحوله إلى أداة للقوة الناعمة[2].

خطاب الاستقلال الاستراتيجي: هنا تتموضع الجزائر جيوبوليتيكيا على العقيدة القائمة على رفض الانحياز للنظام الأحادي القطب والدعوة إلى نظام دولي متعدد الأطراف. وهذا يتجلى بشكل صريح خلال تغطية الأزمات الكبرى كالحرب الروسية الأوكرانية اذ انها تقدم القناة الموقف الجزائري بوصفه حيادا إيجابيا مع رفض التام للانحياز للسردية الغربية أو الروسية على حد سواء. ويلاحظ منتجي الخطاب في برنامج "نقاش الصباح" يؤكدون أن الغارات على اليمن تحمل رسالة من أمريكا إلى روسيا والصين بأنها القوة المسيطرة، في انتقاد ضمني للهيمنة الأحادية القطب[3]

2) الأطر الإعلامية المعتمدة

كشفت التحاليل الدراسية للأطر الإعلامية الواردة في خطاب قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS إزاء أحداث طوفان الأقصى عن تراتبية واضحة في توظيف الأطر الإعلامية: جاء إطار الصراع في المرتبة الأولى بنسبة 28.94%، لياتي

[1] محمد بطاش ونصيرة سحنون، "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزائر الدولية AL24News"، مجلة المعيار، مج. 28، ع. 3 (2024)، ص. 341–342.

[2] بطاش وسحنون، مرجع سابق، ص. 339.

[3] بطاش وسحنون، مرجع سابق، ص. 344–345.

بعده إطار المسؤولية بنسبة 21.05%، ثم إطار الاستراتيجيات بنسبة 19.73%، فالإطار السلبي بنسبة 17.10%، ثم الإطار السياسي بنسبة 7.89%، وإطار الاهتمامات الإنسانية بنسبة 5.26%، وأخيرا الإطار التاريخي بنسبة 2.63(25).% مما يتضح ان هذه التراتبية نشات عن منطق خطابي محدد: فتصدر إطار الصراع يعكس رغبة القناة في إدراج الأحداث ضمن سياق صراع مشروعية وليس مجرد عمليات أمنية او إرهابية وجاء إطار المسؤولية ثانيا إذ يحمل أطرافا بعينها مسؤولية الوضع (إسرائيل وداعموها الغربيون). أما إطار الاستراتيجيات فيبين حسابات الفاعلين ويعمل على تقديمها في ضوء يبرز رواية محددة. فيما يعمل الإطار السلبي على تقديم المخزونات النقدية للخطاب إزاء الهيئات الدولية والإعلام الغربي[1]

وتتقاطع هذه النتائج مع ما توصل إليه "روبرت إنتمان" في نظريته للتأطير الإعلامي من أن وسائل الإعلام لا تكتفي بنقل الأحداث بل تعطيها أطر تفسيرية تنتقي ما تُبرزه وما تهمشه فقناة AL24 NEWS تعطي إطار الصراع والمسؤولية أهمية كبيرو هذا راجع لأن هذين الإطارين يخدمان مباشرة السردية الجزائرية الداعمة للمقاومة والراغبة في محاسبة المعتدي دوليا، وتصغر من الإطار الإنساني الذي كان سينتج تعاطفا محايدا مع الضحايا دون تحديد مسؤولية سياسية واضحة[2].

3) الأدوات التقنية والاتصالية في بناء الرسالة الإعلامية

لا يقتصر تحليل الخطاب الإعلامي لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS على المضمون اللفظي بل يمتد ليشمل الأدوات التقنية والجمالية التي تعطي الدلالة وتبرز التأثير في المتلقي، فنجد على صعيد اللغة الإعلامية وكما سبق الذكر انها تعتمد على اللغة العربية الفصحى وتوظف الفرنسية والإنجليزية ومن اللافت أن استخدام اللغة الدارجة الجزائرية يبقى محدوداً في القناة بنسبة 11.11% مقارنة بقناة الشروق نيوز 22.22% مما يعطي هويةAL24 NEWS بوصفها قناة دولية رسمية لا محلية شعبية[3]. اما في سياق الضيوف والخبراء فان اختيار ضيوف برنامج "نقاش الصباح فتخضع القناة لاختيار خبراء جزائريين وعرب وأفارقة على حساب الخبراء الغربيين، مع الحرص الكامل على تنويع ضيوف من دول متعددة كفلسطين ولبنان واليمن. ويرصد "محمد بطاش" في دراسته أن 7 برامج من استضافت خبراء من الضفة الغربية وغزة ورام الله وبيروت وهذا عبر خدمة السكايب والاتصالات المباشرة، مما يضفي للخطاب طابع الصوت

[1] المرجع السابق، ص. 342–344

[2] Robert Entman, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm," Journal of Communication, Vol. 43, No. 4 (1993), pp. 51–58.

[3] عباسة أبوبكر وعطاله غوثي، "مقاربة مهنية في إخراج الروبورتاج السياحي في القنوات التلفزيونية الجزائرية: دراسة مقارنة على قناة الجزائر الدولية (AL24) وقناة الشروق نيوز خلال الفترة (2023-2024)"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 12، العدد 2 (2025)، ص. 185.

الميداني الحقيقي ويعزز مصداقيته لدى الجمهور. اما في التغطية السياحية، تم ملاحظة ان تفضيل القناة للسائح الأجنبي بنسبة 41.67% في الروبورتاجات، مما يخدم الهدف السمى نحو تقديم الجزائر كوجهة سياحية عالمية[1] وعلى صعيد بناء الخبر وأجندة الأولويات: يتجلى نمط واضح في طريقة تناول قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS للقضايا الدولية: فالقضايا التي تخدم السياق الجزائري تعطى لها الاولوية بوصفها أولويات إخبارية وتاخذ الحيز الأوسع من التحليل والتعليق. إذ لا تكتفي القناة بإخبار الجمهور بما يحدث بل تحدد ايضا ما يستحق الاهتمام وبأي درجة من الأهمية. ولعل اهم تجلياتها منح الموقف الجزائري في مجلس الأمن حضورا تحريريا يفوق كثيرا ما تمنحه القنوات العربية المنافسة بالإضافة لسياق توظيف الصور والرموز البصرية توظف قناة الجزائر الدولية AL24 NEWSمنظومة من الرموز البصرية التي تمثل اهم الاحاءات في خطابها المرئي؛ فالجينريك أي (شارة البداية) يستخدم صورة ميناء الجزائر العاصمة ومقام الشهيد برمزيتهما المتجذرة في الهوية الوطنية الجزائرية، مما يعطي من الثواني الأولى للبث انتماء وطنيا راسخا. وتوظف الشاشات الخلفية في الاستوديو صورة البحر الأزرق والمباني البيضاء هذا لاستحضار الفضاء الجغرافي الجزائري. أما في التغطيات الميدانية، فنذد انها تحتل الأعلام الجزائرية والأفريقية وصور العواصم الأفريقية ومؤتمرات الاتحاد الأفريقي الدائرة الأكبر مما يؤكد مرئيا ان الهوية الأفريقية للجزائر حاضرة فعليا [2]وعلى صعيد الاستمالات الإقناعية فقد كشفت دراسة "عباسة أبوبكر" و"عطاله غوثي" أن قناةالجزائر الدوليةAL24 NEWS تعتمد في روبورتاجاتها السياحية توازناً بين الاستمالات العاطفية بنسبة 54.67% والاستمالات العقلية بنسبة 45.33%. وهذا التوازن ليساعتباطيا وفقط بل اختيارا استراتيجيا فالاستمالات العاطفية تعمل على تحريك الرغبة في الزيارة والانتماء الهوياتي، فيما نجد ان الاستمالات العقلية تعطي المعلومات الدقيقة التي يحتاجها السائح الدولي المستهدف الذي يبحث عن مصداقية المحتوى قبل إقدامه على الزيارة. وهذا التوازن في التغطيات الإخبارية الدبلوماسية الذي يمزج بين التحليل العقلاني بالنداء القيمي والأخلاقي هو استراتيجية بالغة الأهمية تنتهجها القناة [3]

4) التفاعل الرقمي ومؤشرات الحضور الجماهيري

لا يمكن قياس مدى فاعلية القناة فقط من خلال المحتوى المبثوث بل يمتد إلى قياس فاعليتها في الوصول إلى جمهورها المستهدف، وهو ما تكشفه المؤشرات الرقمية لحضور القناة على منصات التواصل الاجتماعي. وقد كان للحضور الرقمي للقناة على منصات يوتيوب وفيسبوك وإنستغرام الهدف الاسمى في توسيع دائرة جمهورها بما يتجاوز

[1] بطاش وسحنون، "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري"، ص. 337–338.

[2] بطاش وسحنون، مرجع سابق، ص. 347–348.

[3] عباسة أبوبكر وعطاله غوثي، مرجع سابق، ص. 188–189.

المشاهدة التلفزيونية التقليدية. وترمز بيانات الحضور الرقمي للقناة إلى أن محتواها الأكثر تفاعلا هو من التغطيات للاحداث الدبلوماسية الجزائرية والتقارير المتعلقة بالقضية الفلسطينية، وهذا يمثل بحد ذاته انسجاما بين الاهتمامات الجماهيرية للمتابعين والأجندة التحريرية للقناة. وقد أسهم البث المباشر عبر الموقع الإلكتروني في رفع نسب المشاهدة خلال الأحداث الكبرى كتصريحات وزير الخارجية أمام مجلس الأمن أو خطابات الرئيس "عبد المجيد تبون" في المحافل الدولية[1].

وتكشف مقارنة الأداء الرقمي لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS مع القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة كالشروق نيوز عن معادلة دلالية وهي كالاتي نجد ان الشروق نيوز تتفوق في معدلات التفاعل الجماهيري المحلي بفضل خطابها الشعبي والدارج، بينما تختلف عنها القناة الدولية AL24 NEWS بجمهور نوعي من النخب والمثقفين والمتابعين الدوليين، وهو الجمهور المستهدف بالدرجة الأولى في إطار مشروعها الجيوبوليتيكي الدولي. و هذا التمايز يعيد إلى الأذهان مفهوم الدبلوماسية العامة الذي يستهدف في جوهره النخب وقادة الرأي قبل استهداف الجماهير العادية [2]

خلاصة المبحث

أن قناة الجزائر الدوليةAL24 NEWS تجمع في بنيتها الداخلية بين بعدين بعد المؤسسة الإعلامية الساعية إلى الاحترافية والمصداقية الدولية، وبعد الأداة الاستراتيجية في خدمة السياسة الخارجية الجزائرية. وقد كشف تحليل المحتوى بأدواته الثلاث والذي يتمثل في تحليل الأطروحات والأطر الإعلامية والصورة عن منظومة خطابية متكاملة تعمل بآليات متشابكة بداية بان القناة تسعى لتقديم جميع القضايا الكبرى في إطار سيادي واحد يجعل من الجزائر المدافعة عن حق الشعوب في تقرير مصيرها وعن نظام دولي متعدد الأطراف في مواجهة الهيمنة الأحادية

بالإضافة للمصداقية الإعلامية التي تتبناها القناة وهذاعبر استضافة شخصيات رسمية وأكاديميين ومحللين متخصصين مما يعطي الموقف السياسي الجزائري تحليلا أكاديميا يصعب الطعن فيه بوصفه مجرد دعاية مؤسسية.

[1] قناة الجزائر الدولية AL24News، الصفحة الرسمية على فيسبوك، تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2025، متاحة على:
https://www.facebook.com/AL24newschannel

[2] Jan Melissen (ed.), The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations (New York: Palgrave Macmillan, 2005), pp. 3–27.
وانظر: Eytan Gilboa, 77–55. مرجع سابق، ص.

وكذلك التوظيف البصري اذ تستخدم القناة منظومة بصرية متسقة و تجمع بين رمزية الهوية الوطنية ومعايير الإنتاج الإعلامي الدولي الاحترافي وتلعب الديناميكية المتعددة المنصات دوز كبير في التوزيع عبر منصات رقمية متعددة وهذا ما يضفي وصولا تكامليا إلى شرائح جمهور كلها

ويمكن القول ان قناةالجزائر الدولية AL24 NEWS تمثل خطوة نوعية في مسار تطور الإعلام الجزائري الدولي، وتجسيدا عمليا لإرادة سياسية جزائرية واضحة في الانخراط الفاعل والصريح في صراع السرديات الدولية.

المبحث الثالث: الميزان الجيوبوليتيكي لقناة الجز ائر الدولية AL24 NEWS

يمثل هذا المبحث الثالث البعد التحليلي فبعد أن كشف المبحث الأول السياق التأسيسي لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS وشروط نشأتها الجيوبوليتيكية، وبعد أن تناول المبحث الثاني بنيتها التقنية والتحريرية وتحليل محتواها الإعلامي، يأتي هذا المبحث ليضع هذه القناة في ميزانها الجيوبوليتيكي الحقيقي أي توظيفها للقوة الناعمة الجزائرية وأين تقف في خريطة المنافسة الإعلامية الدولية والإقليمية بالإضافة لحدودها الموضوعية النابعة من أدائها الجيوبوليتيكي وماهي الآفاق المستقبلية المتاحة لها في ضوء المتغيرات الإقليمية والدولية الحالية.

المطلب الأول: القناة الجز ائر الدولية AL24 NEWS بوصفها أداة للقوة الناعمة والدبلوماسية الإعلامية الجز ائرية

إن الكيفية التي تاطر بها القناة الجزائر الدولية AL24 NEWS بوصفها أداة للقوة الناعمة الجزائرية ليس مجرد تصنيف أكاديمي مجرد، بل هي مقاربة تحليلية تستند إلى معطيات ملموسة وحقيقية تتخذها في الممارسة التحريرية اليومية للقناة وانعكاساتها على المشهد الجيوبوليتيكي الإقليمي لها

1) توظيف مفهوم القوة الناعمة في تحليل وظيفة القناة

ان مفهوم القوة الناعمة كما صاغه "جوزيف ناي" هو الإطار المرجعي الأنسب لتحليل الوظيفة الجيوبوليتيكية لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS هذا لان القوة الناعمة في فحوى مفهومها هي قدرة الدولة على التأثير في سلوك الآخرين وتوجهاتهم من خلال جاذبية ثقافتها وقيمها وسياساتها دون استعمال الاكراه وهنا تجد في القنوات الإخبارية الدولية أحد أهم تجلياتها وآلياتها. وفي السياق الجزائري تحديداً، تهدف قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS ب استعمال ثلاث وظائف متشابكة في منظومة القوة الناعمة الجزائرية لترسيخ هذا المفهوم[1] بداية ببناء الصورة الدولية التي تسعى لها قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS من اجل تصحيح صورة الجزائر في وسائل الإعلام الدولية بالاخص الغربية منها. وقد أكدت دراسة "زغدود مبارك" و"سيف الدين" أن القناة تركز اكثر على توظيف الخطابات والشخصيات الرسمية هذا من اجل كسب الموثوقية والتأثير على الرأي العام المحلي ومواجهة الدعاية الأجنبية. وهذا التوصيف ما هو الا

[1] زغدود مبارك عبد الرحمن وزغدود مبارك سيف الدين، "الدبلوماسية الإعلامية عبر قناة الجزائر الدولية — AL24news دراسة تحليلية"، مجلة المعيار (جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة)، المجلد 29، العدد 2 (2025)، ص. 483-495.

تشكيل لمفهوم الدبلوماسية الشعبية الدفاعية، أي توظيف الأداة الإعلامية لتحصين الصورة الوطنية في مواجهة الهجمات السردية الخارجية المتزايدة التي رصدتها وكالة الأنباء الجزائرية في تقاريرها المتعاقبة[1]

ويعد الامتداد الأفريقي والمغاربي هو ما تعمل القناة لاستهدافه و تعزيز الحضور الجزائري في الفضاء الأفريقي وجنوب الصحراء عبر تغطية إعلامية كثيفة للشأن الأفريقي. وهذا البعد الأفريقي جاء لان الجزائر تهدف إلى استعادة الدور الأفريقي الريادي الذي تراجع نسبيا في مرحلة التسعينيات والعقد الأول من الألفية الثالثة. ويزعم الباحث الجزائري "صالح بن بوزة" أن الدول التي تعمل جاهدة على تثمين الوظيفة الإعلامية الدولية هي تعمل بشكل منتظم على المراجعة الدورية وإخضاع سياستها الإعلامية الخارجية للتقييم العلمي والموضوعي [2]

ومن بين اهم الوظائف أيضا مواجهة الحصار الإعلامي الغربي: اذ ان قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS هي صوت بديل في مواجهة ما تصفه بـ"الهيمنة الإعلامية الغربية" على سرديات الشأن الجزائري والأفريقي. وقد كشفت دراسة حول معالجة قناة France 24 للحراك الشعبي الجزائري عام 2019 أن هذه القناة كانت أول القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية التي بدأت بالحديث عن خروج الشعب في مظاهرات قبل أيام من انطلاق أول مظاهرة في الجزائر وهو ما أثار مخاوف جدية لدى صانعي القرار الجزائريين من انعكاسات الإعلام الأجنبي على الاستقرار الداخلي. [3]

2) إعادة رسم خريطة النفوذ السردي الجزائري

إن الحضور الإعلامي الجزائري الدولي قبل إطلاق القناة كان شبه معدوم على الصعيد التلفزيوني الدولي. فبينما كانت France 24 تعمل على التغطية الاعلامية للشأن الجزائري من رؤية فرنسية للأحداث وهذا وفق ما تصف به القناة نفسها في خطابها الرسمي كان الجمهور الجزائري في المهجر وشريحة واسعة من النخب العربية والأفريقية يعتمد عليها في متابعة الاخبار بينما هي تأخذ تأطيرات إعلامية أجنبية لفهم الشأن الجزائري. وقد ركزت قناة France 24 في تغطيتها للحراك الجزائري على موضوع الآفاق المستقبلية والسيناريوهات المحتملة لمآلات الحراك وتطوراته بنسبة 38.10%، وعلى الحلول اللازمة للخروج من الأزمة بنسبة 24.33%، في إطار قدم الجزائر كدولة تعاني من أزمة خانقة وان هذا الحراك يشكل تهديد على الجزائر تحتاج إلى وصفة علاج غربية. وهذا النمط التأطيري بالتحديد هو ما تسعى قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS إلى مواجهته بتقديم سرديات بديلة تعيد صياغة إطار السيادة وإطار الاستقرار للجزائر

[1] زغدود مبارك وآخرون، مرجع سابق، ص. 491.

[2] صالح بن بوزة، الإعلام والسياسة الخارجية — دراسة في الإعلام الخارجي والدبلوماسية، المجلة الجزائرية للاتصال (الجزائر، 1997)، ص. 69.

[3] مسمة فاطمة وعزوز هند، "المعالجة الإعلامية للحراك الشعبي الجزائري عبر قناة فرانس-24: دراسة تحليلية لبرنامج النقاش"، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 4، العدد 4 (أكتوبر 2020)، ص. 326.

[1] وتتجلى إعادة رسم خريطة النفوذ السردي الجزائري في مستويات ثلاثة متشابكة: أولها المستوى الداخلي المتمثل في ان القناة تسعى إلى تشكيل وعي وطني موحد تجاه القضايا الإقليمية والدولية ذات التأثير على الاستقرار الجزائري، وهو ما تؤكده وكالة الأنباء الجزائرية في تقاريرها التي تعمل على ابراز توافق الخطاب الإعلامي للقناة مع الخطاب الدبلوماسي الرسمي. وثانيها المستوى الإقليمي حيث تسعى القناة إلى تقديم الجزائر كصوت مرجعي ثابت في الشأن الأفريقي والمغاربي. وثالثها المستوى الدولي حيث تمنح تغطية القناة لجلسات مجلس الأمن و تصريحاتِ الوزير "أحمد عطاف" و"عمار بن جامع" حضور إعلامي فريد ومميز يعكس طموح الجزائر في لعب دور محوري في صنع القرار الدولي [2]

3) توظيف نظرية تحديد الأجندة في تفسير الخيارات التحريرية

نظرية تحديد الأجندة تعمل على تقديم الصيغة الدولية كأداة تحليلية نافذة لفهم الخيارات التحريرية لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS وأبعادها الجيوبوليتيكية. فمن خلال إعطاء الأولوية لملفات كالقضية الفلسطينية، ومجلس الأمن، وملفات الساحل فهي بذلك تحدد لجمهورها ما يستحق الاهتمام وبأي درجة من الأهمية[3]

والأثر الجيوبوليتيكي لهذه الوظيفة الأجندية يمكن إعطاء مثال بهذا الصدد في حالة France 24 ركزت في تغطيتها للشأن الجزائري على السيناريوهات المستقبلية بالإضافة الى المخاوف من التيارات الإسلامية كما ان قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS تقدم الشأن الجزائري في إطار الاستقرار السيادي والتضامن الأفريقي وهو تعارض في التأطير ويجسد الصراع الجيوبوليتيكي السردي بين الرؤيتين الفرنسية والجزائرية لمنطقة الساحل والمغرب العربي[4]

ويُضاف إلى ذلك أن القناة تعمل جاهدة في توظيف تأثير الأجندة من الدرجة الثانية Second Level Agenda Setting إذ انها لا تكتفي بتحديد القضايا الواجب الاهتمام بها وفقط بل تمتد أيضا لتحديد السمات والخصائص التي سينظر بها إلى هذه القضايا فتغطية الأزمة الجزائرية الفرنسية في قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS لا تعرض كمجرد

[1] مسمة فاطمة وعزوز هند، مرجع سابق، ص. 338.

[2] وكالة الأنباء الجزائرية(APS) ، "تصريحات وزير الخارجية أحمد عطاف أمام مجلس الأمن حول القضية الفلسطينية"، أكتوبر–نوفمبر 2024، تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2025، متاح على: https://www.aps.dz

[3] محمد بطاش ونصيرة سحنون، "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزائر الدولية"AL24News ، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 3 (2024)، ص. 337-343.

[4] مسمة فاطمة وعزوز هند، مرجع سابق، ص. 338-339.

خلاف دبلوماسي ثنائي بل صراع سيادة وكرامة تاريخية، وهو اختيار للسمات والإطار التفسيري ذو دلالة جيوبوليتيكية وتاريخية بالغة[1]

المطلب الثاني: المنافسة الإعلامية الدولية والإقليمية

لا يمكن ان تقيم قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS جيوبوليتيكيا في معزل عن المنافسة الإعلامية الإقليمية والدولية المحيطة بها. فالسوق الإعلامية التي تنشط فيها القناة مشبعة بفاعلين راسخين ولهم اقدمية اكثر منها ويمتلكون عقودا من الحضور وشبكات توزيع واسعة وكفاءات بشرية متراكمة، مما يجعل المنافسة مرهونة بالوجود لا مجرد تنافس تجاري.

1) المقارنة بين القنوات الإخبارية الدولية

يوظف الجدول المقارن الآتي منظومة المنافسة الإعلامية التي تخوضها قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS في الفضاء الإخباري الدولي مما يكشف عن الميزات التنافسية النسبية والتحديات البنيوية التي تواجهها:

[1] محمد بطاش ونصيرة سحنون، "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزائر الدولية AL24News"، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 3 (2024)، ص. 343-344

الجدول رقم (9): جدول المقارنة بين اربع قنوات إخبارية الدولية

المعيار	AL24 NEWS	BBC Arabic	France 24	Al Jazeera
سنة التأسيس	2021	2008	2006	1996
اللغات	عربية/فرنسية/إنجليزية	عربية/إنجليزية	عربية/فرنسية/إنجليزية/اسبانية	عربية/إنجليزية
المجال الجغرافي	أفريقيا/العالم العربي/الجاليات	العالم العربي/عالمي	أفريقيا/المتوسط/فرانكوفوني	العالم العربي/عالمي
طبيعة الخطاب	سيادي/جنوبي/وطني	ليبرالي غربي/حيادي	غربي/فرانكوفوني	براغماتي/خليجي
التركيز الجيوسياسي	الساحل/أفريقيا/المتوسط/فلسطين	الشرق الأوسط/دولي	أفريقيا/أوروبا/الشرق الأوسط	الشرق الأوسط/دولي
الانتشار الفضائي	محدود (نايل سات)	واسع جداً	واسع جداً	واسع جداً
الحضور الرقمي	متوسط/في النمو	قوي جدا	قوي جدا	قوي جدا
المنافس الرئيسي	France 24 (الفرانكوفوني)	BBC English+CNN	قنوات الساحل+AL-24	قنوات الخليج+ RT Arabic
التمويل	عام جزائري	عام بريطاني	عام فرنسي	قطري

المصدر: إعداد الطالبة

تتمثل القراءة التحليلية الجيوبوليتيكية للجدول أعلاه جملة من الاستنتاجات وهي كالتالي:

تعتبر قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS من حيث الاقدمية هي الأحدث من بين القنوات الأربع بفارق لا يقل عن خمس عشرة سنة عن أقربها إليها(BBC Arabic 2008) ، وهذا الفارق يشمل سنين عديدة من التراكم المؤسسي والسمعة الدولية والشبكات البشرية التي لا تبنى في أشهر أو حتى سنوات قليلة اما من حيث طبيعة الخطاب، فانها تتميز بطابع خطابي جيوبوليتيكي واضح يقوم على ثوابت السيادة والتضامن الجنوبي، وهو خطاب يجد له صدى

وانتشار واسعا لدى الجمهور الأفريقي والعربي المشكك في نوايا الإعلام الغربي، غير أنه في المقابل يقيد لدى شرائح النخب الدولية الباحثة عن تعددية مصادر المعلومات.

2) المنافسة مع France 24 وصراع الهيمنة في الفضاء الفرانكوفوني الأفريقي

ان المنافسة معالتي تعد France 24 الملف الأكثر إلحاحا وحساسية في معادلة التنافس الإعلامي لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS فكلتا القناتين تستهدفان جمهورا متداخلا في الفضاء الفرانكوفوني الأفريقي، وكلتاهما تمولان من دولتين تتنافسان على النفوذ في منطقة الساحل تحديدا. والمفارقة المثيرة هي أن France 24 تبث من باريس برؤية فرنسية للأحداث، فيما تبث قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS من الجزائر برؤية جزائرية، لكنهما تستهدفان في جوهر الأمر الجمهور الأفريقي الناطق بالفرنسية نفسه[1].و تكتسب هذه المنافسة سياقات جيوبوليتيكية حادة في ضوء الموجة المناهضة للفرنسية التي اجتاحت منطقة الساحل الأفريقي منذ 2021 إذ أن طرد القوات الفرنسية من مالي والنيجر وبوركينا فاسو، وإغلاق مراسلات France 24 في هذه الدول، خلق فراغا إعلاميا ضخما في الفضاء الفرانكوفوني الأفريقي وهذا يمثل فرصة استراتيجية ذهبية لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS إن أحسنت توظيفها. ولعلى هذا ما يعمل على تفسير الاهتمام المتزايد للقناة بتغطية ملفات الساحل الأفريقي.[2]

المطلب الثالث: تقييم أداء القناة وتحدياتها و آفاقها المستقبلية.

1) تقييم الأداء الجيوبوليتيكي لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS

تسجل قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS منذ انطلاقها إنجازات تتمثل في نتائج موضوعية لا يمكن إنكارها فقد نجحت في بناء حضور رقمي متصاعد على المنصات الدولية، وقامت بتاسيس شبكة مكاتب خارجية في عواصم استراتيجية، وأيضا وفرت صوت ومنبر اعلامي قوي لتغطية كل القضايا والحضور الدبلوماسي الجزائري ويُشير وقد نجحت أيضا في تأسيس خطاب إعلامي متماسك إبان أحداث طوفان الأقصى التي تستجيب لتوقعات جمهور عربي واسع يتطلع إلى رواية إعلامية مغايرة للسرديات الغربية والإسرائيلية [3]

---

[1] مسمة فاطمة وعزوز هند، "المعالجة الإعلامية للحراك الشعبي الجزائري عبر قناة فرانس-24: دراسة تحليلية لبرنامج النقاش"، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 4، العدد 4 (أكتوبر 2020)، ص. 326.

[2] زغدود مبارك عبد الرحمن وزغدود مبارك سيف الدين، "الدبلوماسية الإعلامية عبر قناة الجزائر الدولية AL24news — دراسة تحليلية"، مجلة المعيار (جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة)، المجلد 29، العدد 2 (2025)، ص. 490.

[3] محمد بطاش ونصيرة سحنون، "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزائر الدولية"AL24News ، مجلة المعيار، المجلد 28، العدد 3 (2024)، ص. 350.

2) التحديات البنيوية والهيكلية

تواجه قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS العديد من التحديات البنيوية التي تبني عقبات حقيقية أمام تحقيق طموحاتها الجيوبوليتيكية:

أولاً محدودية الانتشار الفضائي: تقتصر التغطية الفضائية قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS في معظمها على نطاق القمر الاصطناعي نايل سات، في المقابل نجد ان المنافسين يبثون عبر أقمار متعددة Arabsat و Eutelsat و Astra وغيرها ويعتبر هذا قيد جغرافي يعيق و يضيق من نطاق تأثيرها الفعلي في الجمهور الأفريقي جنوب الصحراء الذي يشكل أحد أهم قطاعات الجمهور المستهدف الاستراتيجي للقناة، ويحد ايضا من قدرتها على المنافسة الفضائية مع France 24 [1]

ثانيا فجوة الكفاءات في الإنتاج الرقمي والتوزيع الدولي: نجد ان القناة بالرغم من نجاحها في الكثير من الاستراتجيات الا انها تعاني من فجوة في الكفاءات البشرية المتخصصة في مجالات الإنتاج الرقمي والتوزيع الدولي والتسويق الإعلامي المقارن بمنافسيها الذين يمتلكون عقودا من التراكم الخبراتي في هذه المجالات.[2]

ثالثا التحديات الرقمية الجديدة: يشهد الفضاء الإعلامي تحولات جوهرية نحو نماذج استهلاك إعلامي جديدة كالبودكاست و منصة تيك توك وأيضا منصة يوتيوب التي أصبحت البديل الرسمي للقنوات التلفزيونية وهذه المنصات تعطي المحتوى القصير والتفاعلي مما يمنحها معيارا تنافسيا جديدا. وتُخبر الأرقام الرقمية لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS انها لا تزال في مرحلة البناء في هذا الفضاء مقارنة بمنافسيها الذين يمتلكون ملايين المشتركين والمتفاعلين على المنصات الرقمية.الا ان هذا راجع لحداثتها [3]

3) الآفاق والمسارات المستقبلية المتاحة

يمكن القول ان هذا التحليل الجيوبوليتيكي للقناة قد افضى جملة من الآفاق والمسارات المستقبلية التي قد تمنح موقع قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS في المنظومة الإعلامية الدولية وترفع من فاعليتها الجيوبوليتيكية:

[1] مسمة فاطمة وعزوز هند، مرجع سابق، ص. 329-330.

[2] عباسة أبوبكر وعطاله غوثي، مرجع سابق، ص. 191.

[3] قناة الجزائر الدوليةAL24news ، الصفحة الرسمية على فيسبوك، متاحة على: https://www.facebook.com/AL24newschannel

الانتشار الفضائي الموسّع: يجب الاستثمار في اقتناء ترددات على أقمار اصطناعية إضافية وبالاخص Arabsat لتعزيز التغطية في الخليج وجنوب آسيا، وEutelsat لتوسيع التغطية الأوروبية فهذه ضرورة استراتيجية إذا أرادت القناة أن تجسد طموحاتها الجيوبوليتيكية المعلنة على ارض الواقع وقد أكدت وكالة الأنباء الجزائرية في أكثر من مناسبة عزم المسؤولين على تطوير البنية التحتية الإعلامية الجزائرية الدولية

الشراكات الإعلامية الأفريقية: الانحسار الذي يعاني منه النفوذ الإعلامي الفرنسي في منطقة الساحل فرصة استراتيجية قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS لبناء شراكات مع قنوات ومؤسسات إعلامية أفريقية محلية في إطار مبادرات الاتحاد الأفريقي. فتبادل المحتوى والتغطية المشتركة للأحداث الأفريقية مع قنوات من مالي والنيجر ونيجيريا وغيرها سيعمل على تعزيز القناة في الفضاء الأفريقي ويمنحها موثوقية محلية لا يمكن بناؤها من الجزائر وحدها

تطوير الإنتاج الرقمي لاستهداف الجيل الأفريقي الشاب: ان الشباب الأفريقي الناطق بالفرنسية والعربية المتعلم جمهور مثالي لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS وإن أحسنت القناة في مخاطبته بأدواته وفي فضائه ستكسب تاييد وجمهور كبير وهذا يستلزم تطوير محتوى رقمي متخصص للمنصات الاجتماعية كالتيك توك بالضافة لميزة الفيديوهات القيرة في إنستغرام و يوتيوب وتشرع القناة في تطوير هذه الاليات لكي تقدم القضايا الأفريقية والجيوبوليتيكية بأسلوب جذاب لهذا الجيل [1]

[1] عباسة أبوبكر وعطاله غوثي، "مقاربة مهنية في إخراج الروبورتاج السياحي في القنوات التلفزيونية الجزائرية: دراسة مقارنة على قناة الجزائر الدولية (AL24)وقناة الشروق نيوز خلال الفترة (2023-2024)"، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 12، العدد 2 (2025)، ص. 191.

خلاصة الفصل

يمكن القول ان قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS تجسد فعلا توجها جيوبوليتيكيا مقصودا وواضح المعالم وهذا بدليل:

(أ) انسجام خطها التحريري الواضح مع أولويات السياسة الخارجية الجزائرية.

(ب) وشبكة مكاتبها الخارجية المنوعة والموزعة في عواصم ذات أهمية جيوستراتيجية.

(ج) تبنيها منظومة أطر إعلامية متسقة تقدم من خلالها الرؤية الجزائرية في ملفات الصراع الكبرى. غير أن المسافة بين هذا الطموح الجيوبوليتيكي المعلن والأداء الميداني الفعلي لا تزال واسعة بفعل قيود بنيوية حقيقية تتعلق بالانتشار الفضائي والمصداقية الدولية وفجوة الكفاءات.ويوضح التحليل المقارن مع France 24 القناة المنافسة الأكثر والتي انطلقت عام 2006 لم تستطع بناء نفوذها الإعلامي الأفريقي في عقد واحد او في وقت وجيز، بل استغرق ذلك عقودا من الزمن والتراكمات العديدة من التراكم المؤسسي والشبكي والبشري. وبالمنطق ذاته لا يمكن تقييم قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS المنطلقة عام 2021 بمعايير قناة رسخت حضورها لعقود. والتقييم المنهجي الصحيح هو قياس مسار التطور وليس الحجم المطلق إن قناة الجزائر الدولية AL24 NEWS في طور البناء والتأسيس، وهو طور يستدعي المزيد من الصبر الاستراتيجي والاستثمار المتراكم. وإذا أحسنت الجزائر توظيف الفرص الجيوبوليتيكية المتاحة لا سيما تراجع النفوذ الإعلامي الفرنسي الكبير في الساحل والحضور الدبلوماسي الجزائري المتنامي دوليا والقناة هذه تملك كل المقومات لتصبح فاعلا إقليميا واعلاميا فقط يجب توسيع هامشها التحريري وعمق الاستثمار في الكفاءات البشرية والتقنية بالإضافة لقدرتها على بناء جمهور دولي يتجاوز الدائرة العربية الضيقة نحو الفضاءين الأفريقي والمتوسطي

خاتمة

خاتمة

أثبتت الدراسة أن جيوبوليتيك الإعلام هو امتداد طبيعي لتطور الفكر الجيوبوليتيكي الكلاسيكي الذي انتقل من التركيز على الجغرافيا المادية والإقليم والموارد الطبيعية، إلى الإقرار بأن الفضاء المعلوماتي والإدراكي اصبح يمثل ساحة نزاع جيوسياسي بامتياز. ويتضح هذا في تطور النظريات المؤطرة للإعلام الدولي، بداية من نظرية تأطير الواقع وصولا إلى مفاهيم القوة الناعمة والسيادة الرقمية وهذه الأطر والنظريات قد تقاطعت في تأكيدها لان الرسالة الإعلامية تتجاوز نقل المعلومات وترتقي لتصبح فعل سياسي يعمل على تشكيل التصورات ويعيد نوزيع خرائط النفوذ على كل الأصعدة وخاصة الصعيد الدولي وفي هذا السياق تتربع الجزائر على مكانة جيوبوليتيكية استثنائية تجمع بين الثقل الجغرافي والتاريخي والديموغرافي والطاقوي، غير أن هذه المكانة بقيت لفترة طويلة رهينة دون توظيف إعلامي دولي يوازيها إلى نفوذ فعلي في الفضاء المعلوماتي العالمي. وتكشف الدراسة أن الإعلام الدولي قد تحول من الوظيفة التقليدية الكلاسيكية في نقله للمعلومات والاخبار الى أداة استراتيجية متعددة الأبعاد في بناء النفوذ الجيوسياسي، وذلك عبر ثلاث مسارات متشابكة: أولها الدبلوماسية الإعلامية وإدارة التصورات الدولية من خلال صناعة الصور الذهنية للدول وتحويلها إلى رصيد رمزي وسياسيوثانيها الحروب الإعلامية بوصفها ساحة لتنافس السرديات وإعادة تأطير الواقع الدولي، لا سيما في النزاعات حيث يصبح من يملك الرواية هو من يملك الشرعية وثالثها الهيمنة على تدفق المعلومات التي تمارسها القوى الكبرى كرافعة للنفوذ الهيكلي، مما يرمي إلى توزيع غير متكافئ للقوة الإعلامية على المستوى العالمي، ويعمق اكثر الفجوة و ظاهرة التبعية الإدراكية لدول الجنوب. وقد بينت الدراسة أن التحول من السيطرة العسكرية إلى السيطرة الإدراكية هو السمة الأكثر تميز للقرن الحادي والعشرين، ما يجعل امتلاك أدوات الإعلام الدولي اصبح شرطا لأي دولة تسعى إلى السيادة الحقيقية. وقد خلصت الدراسة في فصلها الثالث إلى أن تأسيس قناة الجزائر الدولية AL24 NEWSلم يكن حدثاإعلاميا محضا، بل هو استجابة لضرورة جيوبوليتيكية موضوعية ملات الفراغ الذي كانت تعانيه الجزائر في مواجهة تدفق إعلامي خارجي، فرنسي وخليجي، الذي حمل تأطيرات متعارضة مع المصالح الوطنية. وقد أظهر تحليل البنية التحريرية للقناة أنها تجسد مشروعا للدبلوماسية الإعلامية، يسعى من خلال الخطاب الإخباري متعدد اللغات إلى عكس الرواية الجزائرية على مستوى الفضاء الإفريقي والمغاربي والدولي. وقد كشفت الدراسة أيضا عن جملة من التحديات البنيوية التي تقيدها في قدرة القناة على تحقيق أهدافها الجيوسياسية في مقدمتها محدودية الانتشار الجغرافي،بالاضافة الى شراسة المنافسة في بيئة إعلامية إقليمية ودولية بالغة التعقيد.

يمكن القول ان الاعلام قد يتجد كفاعل عبر ثلاثة مسارات متشابكة: الأول هو التحكم في السردية، والثاني هو بناء صورة الدولة دوليا، حيث يتحول الإعلام إلى واجهة للقوة الناعمة التي تحول الأثقال الجيوسياسية الصلبة من جغرافيا وموارد وتاريخ إلى رصيد رمزي وسياسي قابل للتوظيف في الأجندة الدولية. والثالث هو المنافسة على الفضاء الإدراكي للشعوب، لا سيما في مناطق التنافس الجيوسياسي حيث تتقاطع مصالح قوى متعددة، إذ يغدو الجمهور المستهدف كبيئة للاستقطاب.أما فيما يخص دور AL24 NEWS فإن الدراسة تخلص إلى أن القناة تؤدي وظيفة جيوسياسية حقيقية، غير أنها وظيفة دفاعية في مرحلتها الراهنة أكثر منها هجومية. فهي تعمل على ردم الفراغ الذي كانت تملأه السرديات الخارجية في تأطير الموقف الجزائري، وتجسد أداة للدبلوماسية الإعلامية في اتجاه الفضاء الإفريقي والعربي. ويمكن القول ان الإجابة الشاملة عن إشكالية الدراسة تتمحور حول مقولة مركزية واحدة: الإعلام الدولي ليس مجرد أداة تابعة للسياسة الخارجية، بل هو سياسة خارجية بحد ذاتها، وأن الجزائر وإن كانت قد أدركت هذه الحقيقة بتأسيسها AL24 NEWS، فإن المسافة بين الإدراك والتأثير الفعلي لا تزال قائمة وتستدعي استراتيجية وطنية شاملة تضع الإعلام الدولي في صلب أولويات السياسة الخارجية لا في هامشه

وقد نتج عن هذه الدراسة جملة من النتائج المتكاملة يمكن إجمالها فيما يلي:

أولا: ثبت أن الإعلام الدولي انتقل انتقالا حاسما من كونه فاعلا ثانويا تابعا للسياسة الخارجية، إلى بعد مستقل للسياسة الجيوبوليتيكية للدول، بل أصبح في بعض الحالات يعمل على تحديد لها وليس معيرا عنها

ثانيا: تكشف الحالة الجزائرية تناقضا بين الثقل الجيوسياسي الموضوعي للبلاد وضعف حضورها في الفضاء الإعلامي الدولي تاريخيا، وهو ما يجعل تأسيس AL24 NEWS خطوة استراتيجية في الاتجاه الصحيح، وإن كانت الطريق لا تزال طويلة.

ثالثا: تحتل الجزائر موقع الدفاع الإعلامي أكثر من موقع الهجوم إذ تجد نفسها في مواجهة مستمرة مع سرديات خارجية راسخة مما يستوجب تحولا استراتيجيا من إدارة ردود الفعل الإعلامية إلى بناء أجندة إعلامية استباقية.

رابعا: أثبتت الدراسة صحة الافتراض النظري المحوري للبحث المتمثل في أن القوة الإعلامية عامل بنيوي مستقل في توجيه خرائط النفوذ الدولي يوازي في تأثيره القوة الاقتصادية والعسكرية في عالم ما بعد الحرب الباردة.

انطلاقا من هذه النتائج، تقدم الدراسة جملة من التوصيات ذات الطابع العلمي والعملي:

على الصعيد العلمي يوصى بتعزيز الاهتمام الأكاديمي العربي عموما والجزائري خصوصا بحقل جيوبوليتيك الإعلام، وتطوير مناهج بحثية كمية ونوعية متخصصة في تحليل الخطاب الإعلامي الجيوسياسي، إذ لا تزال المكتبة العربية تفتقر إلى دراسات تحليلية معمقة في هذا الحقل الناشئ.

وعلى الصعيد المؤسسي، يوصى بصياغة استراتيجية إعلامية وطنية شاملة تدمج الإعلام الدولي في منظومة السياسة الخارجية الجزائرية بصورة واضحة وصريحة، مع تعزيز استقلالية القناة تحريريا لتكسب مصداقية أشمل، لأن المصداقية هي العملة الحقيقية في السوق الإعلامي الدولي. كما يوصى بتوسيع شبكة الإنتاج والتوزيع لـ AL24 NEWSفي إفريقيا جنوب الصحراء والعالم العربي، باعتبارهما المجالين الحيويين الطبيعيين للنفوذ الإعلامي الجزائري.

تفتح هذه الدراسة أمام الباحثين الراغبين في مواصلة العمل في هذا الحقل عدة مسالك بحثية واعدة، أبرزها: إجراء دراسة مقارنة بين AL24 NEWS والقنوات الإخبارية الإفريقية الناشئة لاستجلاء الخصائص المشتركة والفوارق، وبحث أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تفكيك نموذج القنوات الدولية الكلاسيكية وإعادة بنائه، وكذلك دراسة التقاطع بين السيادة الرقمية وجيوبوليتيك الإعلام في ضوء التحولات التكنولوجية المتسارعة. كما تستحق إشكالية التبعية الإدراكية في المجتمعات المغاربية دراسات ميدانية معمّقة تكشف أثر السرديات الإعلامية الخارجية في بناء الوعي الجمعي وتوجيه الرأي العام.

ختاما، تنتهي هذه الدراسة إلى تأكيد أن مقولة "من يملك الرواية يملك العالم" لم تعد استعارة بلاغية وفقط بل باتت قانونا من قوانين النظام الدولي المعاصر. والجزائر إذ تمتلك من الثقل الجيوسياسي الموضوعي ما يخولها أدوارا إقليمية ودولية رفيعة، فإنها أكثر من أي وقت مضى إلى يجب أن ترافق هذا الثقل بإعلام دولي مقتدر، يحول الحضور الجغرافي والتاريخي إلى حضور إدراكي وسردي في الفضاء العالمي.

قائمة المراجع

أولا: مراجع باللغة العربية

الكتب

1) ابن منظور. لسان العرب. تنسيق وتعليق علي شيري. ط. 1. بيروت: دار إحياء التراث العربي، 1988.
2) أبو زيد، فاروق. مدخل إلى علم الصحافة. ط. 2. القاهرة: عالم الكتب، 1998.
3) إيفانز، غراهام، وجيفري نوينهام. قاموس بنغوين للعلاقات الدولية. ترجمة مركز الخليج للأبحاث. دبي: مركز الخليج للأبحاث، 2004.
4) بشارة، عزمي. سورية: درب الآلام نحو الحرية - محاولة في التاريخ الراهن. الدوحة: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2013.
5) جلال معوض، علي. مفهوم القوة الناعمة وتحليل السياسة الخارجية. الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية، 2019.
6) ثاسو، داياكيشان. الاتصال الدولي: الاستمرارية والتغيير. ترجمة أحمد الحضري. القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2013.
7) حجاب، محمد منير. المعجم الإعلامي. ط. 1. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
8) حمزة، عبد اللطيف. الإعلام والدعاية. القاهرة: دار الفكر العربي، 1984.
9) رياض، محمد. الأصول العامة في الجغرافيا السياسية والجيوبوليتيكا: مع دراسة تطبيقية على الشرق الأوسط. القاهرة: مؤسسة هنداوي، 2012.
10) سعودي، محمد عبد الغني. الجغرافية السياسية المعاصرة: دراسة الجغرافيا والعلاقات السياسية الدولية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2010.
11) شيلر، هربرت إي. الاتصال والهيمنة الثقافية. ترجمة عبد السلام رضوان. الكويت: عالم المعرفة، 1984.
12) الصافي، عدنان. الجغرافيا السياسية بين الماضي والحاضر. عمان: مركز الكتاب الأكاديمي للنشر والتوزيع.
13) الدليمي، عبد الرزاق. الإعلام المتخصص. ط. 1. عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015.
14) الفار، محمد جمال. معجم المصطلحات الإعلامية. عمّان: نبلاء ناشرون وموزعون — دار أسامة للنشر، 2014.
15) الهاشمي، مجد. الإعلام الدبلوماسي والسياسي. عمان: دار أسامة، 2011.
16) ماكبرايد، شان، وآخرون. أصوات متعددة وعالم واحد: تقرير لجنة الدراسة الدولية لمشكلات الاتصال. باريس: اليونسكو، 1980.
17) مصطفى عبد المنعم، ياسمين، وإبراهيم أحمد. الدبلوماسية الإعلامية. ط. 1. الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، 2015.

المقالات العلمية

1) أبو كريم، منصور. "القوة الناعمة بين: تأصيل المفهوم ودلالات التوظيف في تنفيذ السياسة الخارجية (الولايات المتحدة والصين دراسة مقارنة)." مجلة السياسة العالمية 7، العدد 2 (2023): 1–25.

2) أبوبكر، عباسة، وعطاله غوثي. "مقاربة مهنية في إخراج الروبورتاج السياحي في القنوات التلفزيونية الجزائرية: دراسة مقارنة على قناة الجزائر الدولية (AL24) وقناة الشروق نيوز خلال الفترة (2023-2024)." المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي 12، العدد 2 (2025): 179–191.

3) بخاش، عبد الله. "تأثيرات سرديات الدعاية والحرب النفسية الإسرائيلية في الرأي العام الفلسطيني خلال الحرب على غزة." مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام، العدد 5 (يناير 2025): 22–45.

4) بطاش، محمد، ونصيرة سحنون. "طوفان الأقصى في الخطاب الإعلامي الجزائري: دراسة تحليلية لعينة من برامج قناة الجزائر الدولية AL24News." مجلة المعيار 28، العدد 3 (2024): 331–350.

5) بلعيد، كمال. "دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية." مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع. 23 (ديسمبر 2015): 1–15.

6) بلهادف، مصطفى، وباباواعمر عبد الرحمان. "مقاربة نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين على التأثيرات الجديدة لقادة الرأي عبر شبكات التواصل الاجتماعي: دعوة للتجديد." مجلة علوم الإنسان والمجتمع، مج. 14، ع. 02 (2025): 405–425.

7) بن بوزة، صالح. "الإعلام والسياسة الخارجية: دراسة في الإعلام الخارجي والدبلوماسية." المجلة الجزائرية للاتصال، 1997: 60–82.

8) بن قسمي، حنان. "الاتصال الدولي الجديد: الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى ومحاولات الهيمنة." مجلة الاتصال والصحافة، مج. 7، ع. 01 (2020): 175–198.

9) بن مساهل، آلاء الرحمان، وشاعة محمد. "جيوسياسية العلاقات الدولية: التحولات المعرفية والانتقالات المفاهيمية." المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 06، العدد 01 (2021): 753–762.

10) برد، رتيبة. "الفكر الجيوسياسي والقراءات النظرية لترتيبات السيطرة الدولية." مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، المجلد 40، العدد 46 (2021): 167–169.

11) بوهديل، رضوان. "الجيوسياسة - الجيوبوليتيك - من الفكر إلى الأداة." المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، 2016: 218–229.

12) ثاني قدور، عبد الله. "ماهية التدفق الإعلامي الدولي وتطورات خطاباته." مجلة RIST، مج. 19، ع. 2 (نوفمبر 2011): 1–20.

13) الدردساوي، ضياء محمود. "تطور مفهوم الجغرافيا السياسية: من المفاهيم التقليدية إلى التوجهات المعاصرة." المجلة العربية للنشر العلمي، الإصدار الثامن، العدد 78 (أبريل 2025): 217–219.

14) رحماني، رميساء، ومحمد السعيد مكي. "المكانة الجيوبوليتيكية للجزائر في الفضاء المتوسطي بين القوة والقدرة." مجلة السياسة العالمية، المجلد 7، العدد 2 (2023): 522–535.

15) رزين، محمد، ومصطفى جلطي. "تحوّل العالم من منطق الأيديولوجية الإعلامية لتدفق المعلومات إلى منطق التكنولوجيا ذات التدفق الفائق الحر للمعلومات." مجلة آفاق علمية، مج. 16، ع. 01 (2024): 20–35.

16) زغدود مبارك، عبد الرحمن، وزغدود مبارك سيف الدين. "الدبلوماسية الإعلامية عبر قناة الجزائر الدولية AL24news — دراسة تحليلية." مجلة المعيار (جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة) 29، العدد 2 (2025): 483–495.

17) السلمي، نواف. "الجغرافيا السياسية." مجلة كلية الحقوق والعلوم السياسية والإدارية، الجامعة اللبنانية.

18) شناوي، محمد عبد المنعم. "الإمبريالية الإعلامية وتبعية الجنوب في عصر المنصات الرقمية." مجلة الدراسات الإعلامية (المركز الديمقراطي العربي)، مج. 8، ع. 30 (2022): 50–70.

19) عمراني، المصطفى. "سيرورة التأطير الإخباري للحرب على غزة في الخطاب الإعلامي الغربي (أكتوبر 2023 – أبريل 2024)." مركز الجزيرة للدراسات، 20 أغسطس 2024.

20) فاطمة، مسمة، وعزوز هند. "المعالجة الإعلامية للحراك الشعبي الجزائري عبر قناة فرانس-24: دراسة تحليلية لبرنامج النقاش." المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات 4، العدد 4 (أكتوبر 2020): 326–339.

21) قيراط، محمد. "الإعلام العربي بين الانفتاح والإشكاليات." المجلة العربية للعلوم الإنسانية 32، العدد 126 (2014): 100–120.

22) "القوة الذكية وإعادة رسم التحالفات الاستراتيجية في الشرق الأوسط." مجلة السياسة الدولية، ع. 218 (2020).

23) كموش، مراد. "جيوسياسية الإعلام في فضاءات الميتافيرس وإعادة تشكل منظومة إعلامية دولية جديدة." مصداقية، المجلد 2، العدد 2 (2020): 27.

24) محنوف، فوزية. "توظيف الإعلام الدولي في النضال الدبلوماسي للثورة التحريرية الجزائرية 1958–1962." مجلة هيرادات للعلوم الإنسانية الاجتماعية 7، العدد 3 (2023): 143.

25) مراح، مصطفى. "المعالجة الإخبارية التلفزيونية بين المهنية وتضليل الرأي العام." مجلة مصداقية، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 إبراهيم سلطان شيبوط: 75–95.

26) الهادفي، آمال علي. "الإعلام الرياضي كاستراتيجية لصنع النفوذ الجيو-سياسي: beIN Sports القطرية نموذجاً." مجلة علمية سنوية محكمة، عدد خاص بالملتقى الدولي الثامن: علوم الأنشطة البدنية والرياضية وتحديات الألفية الثالثة. جامعة الجزائر 03.

27) "الدبلوماسية الرقمية وتأثيراتها في العلاقات الدولية." مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية، مركز الجزيرة للدراسات، العدد الأول (فبراير 2019).
28) "حروب السرديات: كيف أصبح الإعلام سلاحاً في المعارك الحديثة." ميغازين ألترا صوت، 2024.
29) ياقوت، زينب. "دور الإعلام الجزائري في السياسة الخارجية: العلاقات الجزائرية الإفريقية أنموذجاً." المجلة الجزائرية للعلوم السياسية والعلاقات الدولية، المجلد 12، العدد 17 (ديسمبر 2021): 112–121.

الوثائق والتقارير الرسمية

1) الرئاسة الجزائرية. "خطاب رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون بمناسبة الذكرى الستين لعيد الاستقلال الوطني." 5 جويلية 2022. الجزائر العاصمة. متاح على: https://www.el-mouradia.dz/ar/president/speeches-and-letters . تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.
2) الرئاسة الجزائرية. "تصريحات رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون بشأن القضية الفلسطينية." 2023–2024. متاح على: https://www.el-mouradia.dz/ar/president/speeches-and-letters . تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.
3) مؤسسة التلفزيون الجزائري (EPTV). التقرير السنوي للنشاطات 2020. الجزائر: EPTV، 2020.
4) وزارة الشؤون الخارجية الجزائرية. "الجزائر تستهل ولايتها في مجلس الأمن التابع للأمم المتحدة." يناير 2024. متاح على: https://www.mfa.gov.dz/ar/diplomacy/algeria-begins-its-term . تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.
5) وكالة الأنباء الجزائرية (واج). بيان وزارة الاتصال الجزائرية بشأن سحب اعتماد قناة العربية. أكتوبر 2024.
6) وكالة الأنباء الجزائرية (واج). "إطلاق قناة الجزائر الدولية AL24 News بمناسبة الذكرى 67 لاندلاع الثورة التحريرية." 1 نوفمبر 2021. متاح على: https://www3.aps.dz/ar . تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.
7) وكالة الأنباء الجزائرية (واج). "الجزائر تتولى رئاسة مجلس الأمن الأممي ابتداء من يوم غد الأربعاء." 31 ديسمبر 2024. متاح على: https://www3.aps.dz/ar . تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.
8) وكالة الأنباء الجزائرية (واج). "الجزائر تجدد دعمها للشعب الفلسطيني." أكتوبر 2023. متاح على: https://www3.aps.dz/ar تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.
9) وكالة الأنباء الجزائرية (واج). "الجزائر تقطع علاقاتها الدبلوماسية مع المغرب." 24 أوت 2021. متاح على: https://www3.aps.dz/ar تاريخ الاطلاع: 29 مايو 2026.
10) وكالة الأنباء الجزائرية (واج). "الحراك الشعبي غير المشهد السياسي وأسّس لبناء جمهورية جديدة." 22 فبراير 2020. متاح على: https://www3.aps.dz/ar . تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

11) وكالة الأنباء الجزائرية (واج). "عطاف يؤكد أن الجزائر تراهن على الحل السياسي في أزمات الساحل." 2024. متاح على: https://www3.aps.dz/ar . تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

12) وكالة الأنباء الجزائرية (واج). "تصريحات وزير الخارجية أحمد عطاف أمام مجلس الأمن حول القضية الفلسطينية." أكتوبر–نوفمبر 2024. متاح على: https://www.aps.dz . تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

المو اقع الإلكترونية

1) إدريس سلطان صالح يونس. "نشأة الجغرافيا الحديثة." المرجع الإلكتروني للمعلوماتية. تاريخ الاطلاع: 19 أفريل 2026. https://almerja.com/reading.php?idm=128819

2) "الإعلام والاتصال الدولي." المرجع الإلكتروني للمعلوماتية. تاريخ الاطلاع: 30 أفريل 2026. https://ns1.almerja.com/more.php?idm=264482

3) "المدرسة الألمانية: الحتمية الجغرافية لراتزل وهاوسهوفر ونظريات القوة البرية." منصة التعليم الإلكتروني، جامعة سطيف 2. تاريخ الاطلاع: 20 أفريل 2026. https://cte.univ-setif2.dz/moodle/mod/book/view.php?id=2649&chapterid=849

4) "ما وراء إيقاف الجزائر لقناة العربية الإخبارية المملوكة للسعودية؟" Al-Monitor، 21 أكتوبر 2024. https://www.al-monitor.com/originals/2024/10/whats-behind-algerias-suspension-saudi

5) "الجزائر تسحب ترخيص قناة العربية وتتهمها بالتضليل." وكالة الأناضول، 31 جويلية 2021. https://www.aa.com.tr/ar/الجزائر/2320235

6) "الجزائر تقرر إغلاق مكتب قناة العربية ومجموعة MBC." القلعة نيوز، 23 أكتوبر 2024. https://alqalahnews.net/article/382546

7) أبو زيد. "الجزائر تسعى إلى تعزيز سيادتها الرقمية." وكالة الأنباء الجزائرية (وأج). تاريخ الاطلاع: 22 ماي2026. https://www.aps.dz/algerie/actualite-nationale

8) العمارات، فارس محمد. "القوة الناعمة وكيفية استخدامها للإعلام الدولي." المركز العربي للبحوث والدراسات، 14 يناير 2025. تاريخ الاطلاع: 23 ماي 2026. https://www.acrseg.org/44397

9) القبعة، يحيى. "الإعلام الخارجي للحكومات: بين التحدي الدعائي ورهانات الدبلوماسية العامة." مركز سمت للدراسات، أوت 2020. https://smtcenter.net/archives/slider

10) عثمان، محمد. "الإعلام... قوة الصين الناعمة في أفريقيا." المركز العربي للبحوث والدراسات، 14 فبراير 2019. تاريخ الاطلاع: 23 ماي 2026. https://acrseg.org/41115

11) عمراني، المصطفى. "سيرورة التأطير الإخباري للحرب على غزة في الخطاب الإعلامي الغربي." مركز الجزيرة للدراسات، 20 أوت 2024. https://studies.aljazeera.net/ar/article/5999

12) عتلم، وليد. "مبدأ السيادة المطاطة." مجلة السياسة الدولية. القاهرة: مؤسسة الأهرام. https://www.siyassa.org.eg/News/18444.aspx

13) مركز الجزيرة للدراسات. "شبكات التواصل الاجتماعي وآليات التحكم في الرأي العام العالمي: الإبادة الرقمية للمحتوى الفلسطيني خلال الحرب على غزة (2023-2024)." الدوحة، أكتوبر 2024. تاريخ الاطلاع: 23 ماي2026. https://studies.aljazeera.net/ar/article/6133

14) مركز إنسان للدراسات الإعلامية. "الإعلام العالمي والصراعات المسلحة: تحليل أنماط الانحياز للسياسات الغربية في تغطية حروب العراق وأوكرانيا وغزة." 4 يناير 2026. تاريخ الاطلاع: 23 ماي 2026. https://insan-center.org

15) مخلوف، مريم. "الجيوبوليتيك - Geopolitics." الموسوعة السياسية. نشر في: 26 أبريل 2018. تاريخ الاطلاع: 20 أفريل 2026. https://political-encyclopedia.org/dictionary/الجيوبوليتيك

16) قناة الجزائر الدولية AL24 News. "الصفحة الرئيسية." متاح على: https://www.al24news.com . تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

17) قناة الجزائر الدولية AL24news. الصفحة الرسمية على فيسبوك. https://www.facebook.com/AL24newschannel. تاريخ الاطلاع: 29 ماي 2026.

ثانيا: المراجع باللغة الإنجليزية

Books

1) Aral, Sinan. The Hype Machine: How Social Media Disrupts Our Elections, Our Economy, and Our Health. New York: Currency, 2020.

2) Arquilla, John, and David Ronfeldt. Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy. Santa Monica: RAND Corporation, 2001.

3) Bahador, Babak. The CNN Effect in Action: How the News Media Pushed the West toward War in Kosovo. New York: Palgrave Macmillan, 2007.

4) Bennett, W. Lance, Regina G. Lawrence, and Steven Livingston. When the Press Fails: Political Power and the News Media from Iraq to Katrina. Chicago: University of Chicago Press, 2007.

5) Berman, Eli, and David A. Lake, eds. Proxy Wars: Suppressing Violence through Local Agents. Ithaca: Cornell University Press, 2019.

1) Brewer, Susan A. Why America Fights: Patriotism and War Propaganda from the Philippines to Iraq. New York: Oxford University Press, 2009.
2) Brzezinski, Zbigniew. The Grand Chessboard: American Primacy and Its Geostrategic Imperatives. New York: Basic Books, 1997.
3) Castells, Manuel. Communication Power. Oxford: Oxford University Press, 2009.
4) Couldry, Nick, and Ulises A. Mejias. The Costs of Connection: How Data is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism. Stanford: Stanford University Press, 2019.
5) Creel, George. How We Advertised America: The First Telling of the Amazing Story of the Committee on Public Information. New York: Harper & Brothers, 1920.
6) Cull, Nicholas J. The Cold War and the United States Information Agency: American Propaganda and Public Diplomacy, 1945–1989. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
7) Cull, Nicholas J. Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age. Cambridge: Polity Press, 2019.
8) Cull, Nicholas J. Public Diplomacy: Lessons from the Past. Los Angeles: Figueroa Press, 2009.
9) El-Nawawy, Mohammed, and Adel Iskandar. Al-Jazeera: The Story of the Network That Is Rattling Governments and Redefining Modern Journalism. Cambridge, MA: Westview Press, 2003.
10) Entman, Robert M. Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy. Chicago: University of Chicago Press, 2004.
11) Floridi, Luciano. The Ethics of Artificial Intelligence. Oxford: Oxford University Press, 2023.
12) Graber, Doris. Media Power in Politics. 6th ed. Washington: CQ Press, 2011.
13) Gowing, Nik. Real-Time Television Coverage of Armed Conflicts and Diplomatic Crises: Does it Pressure or Distort Foreign Policy Decisions? Cambridge, MA: Harvard University, Joan Shorenstein Barone Center, 1994.
14) Greenwald, Glenn. No Place to Hide: Edward Snowden, the NSA, and the U.S. Surveillance State. New York: Metropolitan Books, 2014.
15) Habermas, Jürgen. The Structural Transformation of the Public Sphere. Translated by Thomas Burger. Cambridge: MIT Press, 1989.
16) Hallin, Daniel C. The Uncensored War: The Media and Vietnam. New York: Oxford University Press, 1986. Reprint, Berkeley: University of California Press, 1989.
17) Herman, Edward S., and Noam Chomsky. Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. New York: Pantheon Books, 1988.
18) Kellner, Douglas. The Persian Gulf TV War. Boulder: Westview Press, 1992.
19) Lang, Peter, ed. Media and the War in Ukraine. Berlin: Peter Lang, 2024.

20) Lerner, Daniel. Sykewar: Psychological Warfare against Germany, D-Day to VE-Day. New York: George W. Stewart, 1949.
21) Libicki, Martin. What Is Information Warfare? Washington, DC: National Defense University Press, 1995.
22) Lippmann, Walter. Public Opinion. New York: Harcourt, Brace and Company, 1922.
23) Mackinder, H. J. Democratic Ideals and Reality. Washington, DC: National Defence University Press, 1996.
24) Mahan, Alfred Thayer. The Influence of Sea Power upon History, 1660–1783. Boston: Little, Brown and Company, 1890.
25) Melissen, Jan, ed. The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations. New York: Palgrave Macmillan, 2005.
26) Nyamnjoh, Francis. Africa's Media: Democracy and the Politics of Belonging. London: Zed Books, 2005.
27) Nye, Joseph S., Jr. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. New York: Basic Books, 1990.
28) Nye, Joseph S., Jr. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: PublicAffairs, 2004.
29) Pomerantsev, Peter. This Is Not Propaganda: Adventures in the War against Reality. London: Faber & Faber, 2019.
30) Price, Monroe E. Media and Sovereignty: The Global Information Revolution and Its Challenge to State Power. Cambridge, MA: MIT Press, 2002.
31) Rid, Thomas. Cyber War Will Not Take Place. London: Hurst & Company, 2013.
32) Saunders, Frances Stonor. The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters. New York: The New Press, 2000.
33) Seib, Philip. Real-Time Diplomacy: Politics and Power in the Social Media Era. New York: Palgrave Macmillan, 2012.
34) Strange, Susan. States and Markets: An Introduction to International Political Economy. London: Pinter Publishers, 1988.
35) Taylor, Philip M. Munitions of the Mind: A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Era. 3rd ed. Manchester: Manchester University Press, 2003.
36) Thussu, Daya Kishan. International Communication: Continuity and Change. 2nd ed. London: Hodder Arnold, 2006.
37) Toffler, Alvin. Future Shock. New York: Random House, 1970.

Journal Articles

1) Arafa, Mohamed, and Crystal Armstrong. "'Facebook to Mobilize, Twitter to Coordinate Protests, and YouTube to Tell the World': New Media, Cyberactivism, and the Arab Spring." Journal of Global Initiatives: Policy, Pedagogy, Perspective 10, no. 1 (2016): 73–102.
2) Baig, Hira, and Laila Al-Arian. "Al Jazeera and the Global Media Landscape: The South is Talking Back." Arab Media & Society 26 (2019): 1–25.
3) Benantar, Abdennour. "Algeria's Security Policy: Transformations and Dilemmas in the Context of Regional Unrest and Internal Ḥirāk." Almuntaqa 5, no. 2 (September/October 2022): 65–81.
4) Bennett, W. Lance. "Toward a Theory of Press-State Relations in the United States." Journal of Communication 40, no. 2 (1990): 103–125.
5) Bennett, W. Lance, and Steven Livingston. "The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions." European Journal of Communication 33, no. 2 (2018): 122–139.
6) Bradshaw, Samantha, and Philip N. Howard. "The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation." Oxford Internet Institute, 2019.
7) Broeders, Dennis. "In Search of Digital Sovereignty and Strategic Autonomy: Normative Power Europe to the Test of Its Geopolitical Ambitions." JCMS: Journal of Common Market Studies 61 (2023): 1261–1280.
8) Chatterjee, Arjun. "The Geopolitics of Reporting a Genocide: An Analysis of the Coverage of the Israeli Invasion of Gaza in Foreign Affairs and the New York Times." Third World Quarterly.(2026)
9) Cowan, Geoffrey, and Amelia Arsenault. "Moving from Monologue to Dialogue to Collaboration: The Three Layers of Public Diplomacy." The Annals of the American Academy of Political and Social Science 616 (2008): 10–30.
10) Cox, Robert W. "Social Forces, States and World Orders: Beyond International Relations Theory." Millennium: Journal of International Studies 10, no. 2 (1981): 126–155.
11) Cox, Robert W. "Gramsci, Hegemony and International Relations: An Essay in Method." Millennium: Journal of International Studies 12, no. 2 (1983): 162–175.
12) Dalby, Simon. "Critical Geopolitics: Discourse, Difference, and Dissent." Environment and Planning D: Society and Space 9 (1991): 261–283.
13) Dittmer, Jason, and Klaus Dodds. "Popular Geopolitics Past and Future: Fandom, Identities and Audiences." Geopolitics 13, no. 3 (2008): 437–445.
14) Dzhaksybekova, Assel Nurlanovna, et al. "Scenarios for Diversification of EU Natural Gas Supplies from Algeria." African Studies Quarterly 22, no. 1 (December 2023): 14–16.

15) Entman, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." Journal of Communication 43, no. 4 (Autumn 1993): 51–58.

16) Entman, Robert M. "Theorizing Mediated Public Diplomacy: The U.S. Case." The International Journal of Press/Politics 13, no. 2 (2008): 87–102.

17) Ersoy, Tugce. "Al-Jazeera as One of the Important Components of Qatar's Soft Power." ResearchGate, 2024.

18) Fahmy, Shahira, Wayne Wanta, and Erik C. Nisbet. "Mediated Public Diplomacy: Satellite TV News in the Arab World and Perception Effects." International Communication Gazette 74, no. 8 (2012): 728–749.

19) "Framing ASEAN in the Platform Age: Media Infrastructures and Geopolitical Narratives in East Asia." Journalism and Media 7, no. 1 (2026): 1–18.

20) Ghanem, Dalia. "Weaponized Words: How to De-Escalate the Algerian-Moroccan Conflict." Policy Note, Middle East Council on Global Affairs, September 4, 2025.

21) Gilboa, Eytan. "Global Communication and Foreign Policy." Journal of Communication 52, no. 4 (2002): 731–748.

22) Gilboa, Eytan. "Searching for a Theory of Public Diplomacy." The Annals of the American Academy of Political and Social Science 616 (2008): 55–77.

23) Glasze, Georg, et al. "Sovereignty in the Digital Era: Rethinking Territoriality and Governance in Cyberspace." Digital Society 4, no. 1 (2025): 3–5.

24) Grasland, Claude, Etienne Toureille, Romain Leconte, and Marta Severo. "Mapping International Geopolitical Agenda: Continuing National Conceptions of the Emerging European Crisis." Frontiers in Big Data 4, article 718809 (December 2021).

25) Guess, Andrew M., et al. "Exposure to the Russian Internet Research Agency Foreign Influence Campaign on Twitter in the 2016 US Election and Its Relationship to Attitudes and Voting Behavior." Nature Communications 14 (2023): art. 62.

26) Halabi, Nour, and Emma Briant. "Narrative Warfare and the Gaza Conflict: Framing, Algorithms and the Battle Over Truth." Journal of Information Warfare 22, no. 3 (2024): 15–34.

27) Howard, Philip N., and Bence Kollanyi. "Bots, #StrongerIn, and #Brexit: Computational Propaganda During the UK-EU Referendum." In Computational Propaganda, edited by Samuel Woolley and Philip N. Howard, 109–137. Oxford: Oxford University Press, 2019.

28) International Crisis Group. "Managing Tensions between Algeria and Morocco." Middle East & North Africa Report no. 247, November 29, 2024.

29) Jiaming, Liu, et al. "Cyber Warfare: A Study of Zelenskyy's Social Media Political Performance Strategies and Effects." Frontiers in Communication 9.(2024)

30) Khamis, Sahar. "The Gaza War Coverage: The Role of Social Media vs. Mainstream Media." IEMed, 2024.

31) Korolev, Daniil. "The Geopolitics of Digital Communication: Media, Identity, and Competing Visions of Technological Futures (US–EU–China)." SAIS Review of International Affairs, December 5, 2025.

32) Kozman, Claudia, and Raluca Cozma. "War and Peace Journalism in the 2023 Israel–Gaza War: A Comparative Analysis of the Headlines of Five International News Agencies." Journalism Practice.(2025)

33) Kumar, Deepa. "Media, War, and Propaganda: Strategies of Information Management during the 2003 Iraq War." Communication and Critical/Cultural Studies 3, no. 1 (2006): 48–69.

34) Kwet, Michael. "Digital Colonialism: US Empire and the New Imperialism in the Global South." Race & Class 60, no. 4 (2019): 3–26.

35) Lasswell, Harold. "Propaganda." In Encyclopedia of the Social Sciences, edited by Edwin R.A. Seligman, 521–528. New York: Macmillan, 1934.

36) Liu, Yingchi, et al. "How Algerian and Moroccan Media Framed Their Nation's Stance in Reporting the Algeria-Morocco Diplomatic Break." Journalism Practice.(2025)

37) Lyubarsky, Nikkie. "Iran's Use of Information Warfare in the Conflict against the U.S. and Israel." IntelBrief, The Soufan Center, April 24, 2026.

38) Mackinder, Halford John. "The Geographical Pivot of History." The Geographical Journal 23, no. 4 (1904): 421–437.

39) Madrid-Morales, Dario, Herman Wasserman, and Shabbir Ahmed. "The Geopolitics of Disinformation: Worldviews, Media Consumption and the Adoption of Global Strategic Disinformation Narratives." International Journal of Public Opinion Research 36, no. 3 (2024): edad042.

40) McCombs, Maxwell, and Donald Shaw. "The Agenda-Setting Function of Mass Media." Public Opinion Quarterly 36, no. 2 (1972): 176–187.

41) Mirrlees, Tanner. "Ten Postulates of a Media Imperialism Framework." Global Media and Communication 19, no. 3 (2023): 283–302.

42) Moestrup, Sophia, and Shanthi Kalathil. "International Support for Digital Sovereignty in the Global South." National Endowment for Democracy, International Forum for Democratic Studies, 2023.

43) Morales, Pablo Sebastian. "Counter-Hegemonic Collaborations or Alliances of the Underdogs? The Case of TeleSUR with Al-Mayadeen, RT and CGTN." Journalism Practice 17, no. 6 (2022): 1195–1213.

44) Nanjappa, Yashwanth, et al. "Navigating the Nexus: Geopolitical, International Relations and Technical Dimensions of US-China Cyber Strategic Competition." Cogent Social Sciences 11.(2025)

45) Nordenstreng, Kaarle. "NWICO: An Idea that Refuses to Die." In Communication and Democracy, edited by S. Splichal, 168–180. Norwood: Ablex, 1993.

46) Nye, Joseph S., Jr. "Soft Power." Foreign Policy, no. 80 (Autumn 1990): 153–171.

47) Nye, Joseph S., Jr. "Public Diplomacy and Soft Power." The Annals of the American Academy of Political and Social Science 616 (2008): 94–109.

48) Obaidullah, Md. "The Sahel Information War: How Propaganda Is Redrawing Geopolitical Influence in West Africa." Eurasia Review, March 13, 2026.

49) Ó Tuathail, G., and S. Dalby. "Introduction: Rethinking Geopolitics: Towards a Critical Geopolitics." In Rethinking Geopolitics, edited by G. Ó Tuathail and S. Dalby, 1–15. London: Routledge, 1998.

50) Parry, Katy, et al. "Editorial Introduction: Media, War & Conflict's 15-Year Anniversary Special Issue." Media, War & Conflict 18, no. 1 (2025): 3–14.

51) Paul, Christopher, and Miriam Matthews. "The Russian 'Firehose of Falsehood' Propaganda Model." RAND Perspective, PE-198-OSD. Santa Monica: RAND Corporation, 2016.

52) Plavšak Krajnc, Kristina. "Public Diplomacy: Basic Concepts and Trends." Teorija in praksa — Theory and Practice 41, no. 3-4 (2004): 643–658.

53) Robinson, Piers. "Theorizing the Influence of Media on World Politics: Models of Media Influence on Foreign Policy." European Journal of Communication 16, no. 4 (2001): 523–544.

54) Robinson, Piers. "The Media and Foreign Policy." In Oxford Research Encyclopedia of Politics. Oxford: Oxford University Press, 2017.

55) Romerstein, Herbert. "Disinformation as a KGB Weapon in the Cold War." Journal of Intelligence History 1, no. 1 (2001): 54–67.

56) Shan, Lu, and Cheng Chen. "How Algerian and Moroccan Media Framed Their Nation's Stance in Reporting the Algeria-Morocco Diplomatic Break." SAGE Open 15, no. 2.(2025)

57) Tehranian, Majid. "Global Communication and International Relations: Changing Paradigms and Policies." International Journal of Peace Studies 2, no. 1.(1997)

58) Ullah, Sayed. "The Emergence of Qatar's Diplomacy in a Complex World: Balancing Soft Power in Regional Affairs." World Affairs 187, no. 4 (2024): 1–20.

59) Velchev, Andrey. "The Role of Media and Technology in Contemporary Warfare." Journal of Information Policy 15 (2025). https://doi.org/10.5325/jinfopoli.15.2024.0007

60) Vidal de la Blache, Paul. "La géographie politique, à propos des écrits de M. Frédéric Ratzel." Annales de Géographie, t. 7, n°32 (1898): 97–111.

61) Volk, Sabine, and Hannes Warnecke-Berger. "Narratives of Competition, Competition of Narratives? United States–China Relations, Technology, and the Role of Storytelling." Global Studies Quarterly 5, no. 2.(2025)

62) Vuving, Alexander L. "How Soft Power Works." Paper presented at the panel 'Soft Power and Smart Power,' American Political Science Association Annual Meeting, Toronto, September 3, 2009.

63) Wanta, Wayne, Guy Golan, and Cheolhan Lee. "Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations." Journalism and Mass Communication Quarterly 81, no. 2 (2004): 364–377.

64) Watson, Allan, Ben Derudder, and Michael Hoyler. "Transnational Media Corporations in Global Media Cities: A Geographical Approach to Understanding Media Power through Corporate Office Networks." Global Media and Communication 19, no. 3 (2023): 87–89.

65) Wilson, Fredrick, Moses Umar, et al. "Media Framing of the Russia-Ukraine War by TASS and Ukrinform during the First Month of the Invasion." Global Media Journal 21, no. 62 (2023): 1–15.

66) Zollmann, Florian. "A War Foretold: How Western Mainstream News Media Omitted NATO Eastward Expansion as a Contributing Factor to Russia's 2022 Invasion of Ukraine." Media, War & Conflict 17, no. 1 (2024): 48–68.

67) Zoubir, Yahia H. "Algeria's Foreign Policy: Between Continuity and Change." The Journal of North African Studies.

68) Zoubir, Yahia H. "The Resurgence of Algeria's Foreign Policy in the Twenty-First Century." The Journal of North African Studies 9, no. 2 (2004): 169–194.

69) Zoubir, Yahia H. "The United States and Libya: The Limits of Coercive Diplomacy." Journal of North African Studies 16, no. 2 (2011): 271–293.

70) Zoubir, Yahia H. "Tensions Mount in the Sahel as Algeria and Mali Face Off." Afkār, Middle East Council on Global Affairs, May 15, 2025.

Reports and Official Documents

1) Benantar, Abdennour. Algeria's Security Policy in Context. Washington, DC: Near East South Asia Center for Strategic Studies, 2022.

2) El-Issawi, Fatima. Algerian National Media: Freedom at a Cost. London: LSE Middle East Centre, 2016.

3) European Council on Foreign Relations. "North African Standoff: How the Western Sahara Conflict Is Fuelling New Tensions between Morocco and Algeria." 2021.

4) Frank, Maria, et al. "Media and Communication Geopolitics in the Context of International Information Disorder." Conference Paper, Institute of Press and Information Sciences, 2025.

5) Freedom House. Algeria: Freedom in the World 2023. Washington, DC: Freedom House, 2023.

6) Human Rights Watch. Meta's Broken Promises: Systemic Censorship of Palestine Content on Instagram and Facebook. New York: Human Rights Watch, December 21, 2023.

7) Joint Chiefs of Staff. Information Operations. Joint Publication 3-13. Washington, DC: U.S. Department of Defense, 2014.

8) Middle East Council on Global Affairs. "Weaponized Words: How to De-Escalate the Algerian-Moroccan Conflict." September 2025.
9) Mueller, Robert S., III. Report on the Investigation into Russian Interference in the 2016 Presidential Election. Vol. 1. Washington, DC: U.S. Department of Justice, March 2019.
10) NATO Strategic Communications Centre of Excellence. Social Media as a Tool of Hybrid Warfare. Riga: NATO StratCom COE, 2019.
11) NESA Center for Strategic Studies. The Non-Alignment Posture of Algeria's Foreign Policy. Washington, DC: Near East South Asia Center for Strategic Studies, July 25, 2022.
12) Perarnaud, Clément, Julien Rossi, Francesca Musiani, and Lucien Castex. 'Splinternets': Addressing the Renewed Debate on Internet Fragmentation. Brussels: Panel for the Future of Science and Technology (STOA), European Parliamentary Research Services, July 11, 2022.
13) Reporters Without Borders (RSF). Algeria Country Report. Paris: RSF, 2024. https://rsf.org/en/country/algeria
14) Reporters Without Borders (RSF). World Press Freedom Index 2024. Paris: RSF, 2024. https://rsf.org/en/index
15) Rosenbach, Eric, and Katherine Mansted. "The Geopolitics of Information." Belfer Center for Science and International Affairs, Harvard Kennedy School, May 28, 2019.
16) Stanford International Policy Review. "From App to Allegory: The TikTok Ban as a Symbol of Deeper Geopolitical Tensions." Stanford: Stanford University, September 2024.
17) UNESCO. Communication and Information Sector — About IPDC. Paris: UNESCO, 2024. https://www.unesco.org/en/international-programme-development-communication/about
18) UNESCO. Guidelines for the Governance of Digital Platforms. Paris: UNESCO, November 2023. https://www.unesco.org/en/internet-trust/guidelines
19) U.S. Energy Information Administration (EIA). Algeria: Country Analysis. Washington, DC: EIA, 2023.
20) "The Yalta Conference, 1945." Office of the Historian, U.S. Department of State. Accessed April 19, 2026. https://www.history.state.gov/milestones/1937-1945/yalta-conf

Websites and Online Sources

1) Biddle, Sam. "Meta's Israel Policy Chief Tried to Suppress Pro-Palestine Instagram Posts." The Intercept, October 21, 2024. Accessed May 23, 2026. https://theintercept.com
2) Csernatoni, Raluca. "Corporate Geopolitics: When Billionaires Rival States." Strategic Europe, Carnegie Endowment for International Peace, October 30, 2025. https://carnegieeurope.eu/strategic-europe
3) Fernandez Nieto, Berenice. "The Information War in the 2025–2026 Protests in Iran." CISES — Centre for Information, Surveillance and Emerging Security, February 3, 2026. https://cises.org
4) "Information Warfare in Russia's War in Ukraine." Foreign Policy, August 22, 2022. Accessed May 22, 2026. https://foreignpolicy.com/2022/08/22/information-warfare-in-russias-war-in-ukraine/
5) Lyubarsky, Nikkie. "Iran's Use of Information Warfare in the Conflict against the U.S. and Israel." IntelBrief, The Soufan Center, April 24, 2026. https://thesoufancenter.org/intelbrief-2026-april-24 /
6) Military Power Rankings. Algeria Military Power Ranking 2025. MPR, 2025. https://www.militarypowerrankings.com/military-power/algeria
7) Plavšak Krajnc, Kristina. "Public Diplomacy: Basic Concepts and Trends." Published on IFIMES. Accessed May 23, 2026. https://www.ifimes.org/en/researches/public-diplomacy-basic-concepts-and-trends/2995
8) RSIS Commentary. "Inside Iran's Information War on the US — AI, Propaganda, and Perception Management." S. Rajaratnam School of International Studies, 2026 .

ثالثا: المراجع باللغة الفرنسية

Livres

1) Mattelart, Armand. Histoire de la société de l'information. Paris: La Découverte, 2001.
2) Montesquieu. De l'esprit des lois. Édité par Édouard Laboulaye. Paris: Garnier Frères, 1875.

Articles

1) Vidal de la Blache, Paul. "La géographie politique, à propos des écrits de M. Frédéric Ratzel." Annales de Géographie, t. 7, n°32 (1898): 97–111.

Sources en ligne

1) Géoconfluences. "Yves Lacoste: Le géographe et le politique." ENS de Lyon, 2002. Consulté le 5 mai 2026. https://geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-thematiques/remue-meninges/yves-lacoste

قائمة الجداول والأشكال

فهرس الجداول

الجدول رقم (1): الفرق بين الجيوبوليتيك والجغرافيا السياسية 21
الجدول رقم (2) : جدول الفوارق والتمييز بين المصطلحات..... 89
الجدول رقم (3): جدول لشرح الأنواع الثلاثة الأساسية للشبكات 93
الجدول رقم (4): الحالات البارزة لحرب الشبكات 1994–2000..... 100
الجدول رقم (5): الحالات التي نجحت في توظيف الإعلام لبناء تحالفات دولية وتحويل الرأي العام 101
الجدول رقم (6): يمثل الجدول إعادة بناء الشرعية في أعقاب النزاعات الدولية 113
الجدول رقم (7): جدول لشرح الإطار الخماسي لتحليل الإعلام عبر الأطوار 115
الجدول رقم (8): السيطرة العسكرية في مقابل السيطرة الإعلامية 137
الجدول رقم (9): جدول المقارنة بين اربع قنوات إخبارية الدولية 175

فهرس الأشكال

الشكل رقم (1): رسم البياني مقارنة إحصائية لمدى ظهور ثلاث مواضيع في الأخبار الأجنبية لخمس دول أوروبية كبرى..... 79
الشكل رقم (2): خرائط التوزيع الجغرافي لاهتمام الصحافة الأوروبية الغربية بثلاث قضايا رئيسية بين عامي 2014 و2019 80
الشكل رقم (3): الأنواع الثلاثة الأساسية للشبكات. 92
الشكل رقم (4): المحوران الاستراتيجيان القوة الصلبة والقوة الناعمة. 113
الشكل رقم (5): التحولات المحتملة في توظيف تكنولوجيا المعلومات. 114

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

إهداء ..... أ

شكر وعرفان ..... ب

الملخص ..... ج

خطة الدراسة ..... و

المقدمة I

- أهمية الدراسة : III
- مبررات اختيار الموضوع: IV
- أهداف الدراسة: IV
- الدراسات السابقة : V
- إشكالية الدراسة: VII
- المتغيرات الأساسية: ..... **Error! Bookmark not defined.**
- الأسئلة الفرعية : VIII
- فرضيات الدراسة : VIII
- مجلات الدراسة : IX
- الإطار المنهجي : IX
- الإطار النظري : X
- الإطار المفاهيمي : XI
- صعوبات الدراسة : XIII
- هيكلية الدراسة XIV

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري لجيوبوليتيك الإعلام 15

تمهيد:.....16
المبحث الأول :مفهوم الجيوبوليتيك.....17
المطلب الأول :السياق التاريخي والجذور الفكرية للجيوبوليتيك.....17
المطلب الثاني: تعريف الجيوبوليتيك والمفاهيم المتداخلة.....20
المطلب الثالث: أهم مدارس الجيوبوليتيك.....22
المطلب الرابع: المكانة الجيوبوليتيكية للجزائر.....28
المبحث الثاني: مفهوم الإعلام الدولي.....32
المطلب الأول: تعريف الإعلام الدولي وأهم سماته.....32
المطلب الثاني: الأطر النظرية للإعلام الدولي وعلاقته بالسياسة الخارجية.....35
المطلب الثالث: واقع الإعلام الدولي الجزائري.....40
المبحث الثالث: مفهوم جيوبوليتيك الإعلام Geopolitics Of Media.....45
المطلب الأول: تعريف جيوبوليتيك الإعلام ونشأته.....45
المطلب الثاني: النظريات المؤطِّرة لجيوبوليتيك الإعلام.....48
المطلب الثالث: الفاعلون في جيوبوليتيك الإعلام.....52
المطلب الرابع: جيوبوليتيك الإعلام والجزائر.....54
خلاصة الفصل:.....59
الفصل الثاني: آليات توظيف الإعلام في توجيه خرائط النفوذ الجيوسياسي.....60
تمهيد:.....61
المبحث الأول: الإعلام كأداة بناء النفوذ الجيوسياسي.....62
المطلب الأول: الإعلام وتحويل القوة الناعمة إلى نفوذ فعلي.....62
المطلب الثاني: الدبلوماسية الإعلامية وإدارة التصورات الدولية.....67
المطلب الثالث: صناعة الصور الذهنية للدول وأثرها على موازين القوى.....71
المطلب الرابع: الهيمنة على تدفق المعلومات كرافعة للنفوذ الهيكلي.....75

المبحث الثاني: الحروب الإعلامية كأداة لإعادة رسم خرائط النفوذ 83
المطلب الأول: ماهية الحرب الإعلامية 83
المطلب الثاني: حروب السرديات وآليات التنافس على تأطير الواقع الدولي 94
المطلب الثالث: الإعلام في أطوار النزاعات الدولية من التصعيد إلى إعادة بناء الشرعية 102
المطلب الرابع: الحروب الإعلامية الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي كساحة نزاع جيوسياسي 116
المبحث الثالث: جيوبوليتيك الإعلام وإعادة توزيع النفوذ الدولي 125
المطلب الأول: خرائط النفوذ الإعلامي التوزيع غير المتكافئ للقوة الإعلامية عالمياً 125
المطلب الثاني: التحول من السيطرة العسكرية إلى السيطرة الإدراكية 130
المطلب الثالث: الجنوب الإعلامي بين التبعية والسعي نحو السيادة الإعلامية 140
خلاصة الفصل الثاني 146
الفصل الثالث: جيوبوليتيك الإعلام: القناة الجزائرية الدولية AL-24 أنموذجاً 147
تمهيد 148
المبحث الأول: نشأة قناة الجزائر الدولية AL24NEWS وسياقها الإعلامي والسياسي والمؤسسي 149
المطلب الأول: التحولات الدولية في منظومة الإعلام الدولي وبروز نموذج القنوات الإخبارية الدولية 149
المطلب الثاني: السياق السياسي والإعلامي الجزائري لنشأة قناةAL24 NEWS 152
المطلب الثالث: التأسيس والأهداف الإستراتيجية لقناة الجزائر الدوليةAL24NEWS 155
المبحث الثاني: البنية التقنية والتحريرية لـ AL24 NEWS وتحليل محتواها الإعلامي 158
المطلب الأول: البطاقة التقنية والتنظيمية للقناة 159
المطلب الثاني: الخطة التحريرية وتحليل التغطية الإخبارية للقضايا الدولية 161
المطلب الثالث: تحليل سرديات الخطاب الإعلامي وأدوات بناء الرسالة 165
المبحث الثالث: الميزان الجيوبوليتيكي لقناة الجزائر الدولية AL24 NEWS 171
المطلب الأول: القناة الجزائر الدولية AL24 NEWS بوصفها أداة للقوة الناعمة والدبلوماسية الإعلامية الجزائرية 171
المطلب الثاني: المنافسة الإعلامية الدولية والإقليمية 174

المطلب الثالث: تقييم أداء القناة وتحدياتها وآفاقها المستقبلية..... 176

خلاصة الفصل..... 179

خاتمة..... 180

قائمة المراجع..... 184

قائمة الجداول والأشكال..... 200

فهرس المحتويات..... 202