



توظيف الإعلام في السياسة الخارجية الأمريكية لإدارة الأزمات الدولية
(دراسة حالة الحرب الروسية الأوكرانية)

عمار عبدالجبار سامي
أ.د. برهان علي محمد
جامعة كركوك - كلية القانون والعلوم السياسية

The Use of Media in US Foreign Policy for Managing International
Crises

(A Case Study of the Russian-Ukrainian War)

Ammar Abdul-Jabbar Sami

Professor Burhan Ali Mohammed

University of Kirkuk – College of Law and Political Science

المستخلص: منذ تفكك الاتحاد السوفيتي مطلع تسعينيات القرن العشرين، تصدّرت الولايات المتحدة النظام الدولي بوصفها القوة العظمى الوحيدة، وسعت إلى ترسيخ هيمنتها من خلال توظيف أدوات ناعمة في مقدمتها الإعلام، ومع تسارع العولمة وتراجع الحواجز السيادية للدول تحول الإعلام إلى وسيلة استراتيجية لإعادة تشكيل الإدراك الجماعي الدولي بما يخدم المصالح الأمريكية ويكرس نموذجها الليبرالي، إذ لم يعد الإعلام مجرد ناقل للسياسات الخارجية بل أصبح مكوناً بنوياً فيها يسهم في إنتاج سرديات تعيد تأطير طبيعة الصراعات وأطرافها، وقد اتخذت الولايات المتحدة من هذا الإعلام منصة لتسويق خطاب رمزي يضفي الشرعية على تدخلاتها، ويؤيد خصومها باعتبارهم تهديداً للأمن والاستقرار العالمي، وفي الحرب الروسية الأوكرانية يُلاحظ بوضوح كيف سخرت واشنطن منظومة إعلامية ضخمة تشمل القنوات الإخبارية العالمية، وشبكات التواصل الرقمي، وشركات التكنولوجيا الكبرى، لصياغة خطاب سياسي يشرعن دعمها لكيف ويصور روسيا كقوة عدوانية، وهكذا تحولت الحرب إلى ساحة تنافس معلوماتي وسردي تداخل فيها التُّبُّد الإعلامي مع السيراني والدبلوماسي والعسكري، ضمن ما يعرف بالدبلوماسية الإعلامية الهجينة، هذا التوظيف لا يعكس بعداً دعائياً ظرفياً فحسب بل يُشير إلى تحول نوعي

في بنية القوة الأمريكية، التي باتت تعتمد على الإعلام كأداة هيمنة متقدمة لإدارة الأزمات الدولية وتوجيه الرأي العام العالمي وتقليص تكاليف المواجهة المباشرة.

الكلمات المفتاحية: تفكك الاتحاد السوفيتي، النظام الدولي، الهيمنة الأمريكية، العولمة، الإعلام الدولي.

Abstract: Since the collapse of the Soviet Union in the early 1990s, the United States has dominated the international system as the sole superpower, seeking to cement its hegemony by employing soft power tools, foremost of which is media, With the acceleration of globalization and the decline of sovereign barriers, media has transformed into a strategic means to reshape international collective perception to serve American interests and entrench its liberal model, Media is no longer merely a conduit for foreign policies, it has become a structural component that contributes to producing narratives that reframing the nature of conflicts and their parties, The United States has utilized this media as a platform to market a symbolic discourse that legitimizes its interventions and condemns its adversaries as threats to global security and stability, In the Russia–Ukraine war, it is clearly evident how Washington has leveraged a massive media system that includes global news channels, digital networks, and major technology companies to formulate a political discourse that legitimizes its support for Kyiv and portrays Russia as an aggressive power, Thus the war has transformed into an arena of informational and narrative competition, where the media dimension intertwines with the cyber, diplomatic, and military

aspects, within what is known as hybrid media diplomacy, This employment does not merely reflect a contingent propaganda aspect, but indicates a qualitative transformation in the structure of American power, which has come to rely on media as an advanced tool of dominance to manage international crises, shape global public opinion, and reduce the costs of direct confrontation.

Keywords: Dissolution of the Soviet Union, international order, American hegemony, globalization, international media.

المقدمة: في عالم السياسة الدولية المعقد والمتغير يلعب الإعلام دوراً محورياً في تشكيل وتوجيه السياسات الخارجية للدول الكبرى وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية، إذ يُعد الإعلام أداة استراتيجية فعالة تستخدمها الولايات المتحدة ليس فقط لنقل المعلومات بل أيضاً لتوجيه الرأي العام، وتبرير السياسات، وإدارة الأزمات الدولية بفعالية، فمن خلال استغلال الإعلام تستطيع الولايات المتحدة التأثير على الجماهير المحلية والدولية، وتشكيل التصورات حول القضايا العالمية، وتوجيه الأحداث بما يتماشى مع مصالحها الوطنية، إذ تتدخل وسائل الإعلام الأمريكية في صياغة السياسة الخارجية، لكنها تظل جزءاً من عملية صنع القرار وليست المصدر الرئيسي الذي تُستمد منه السياسات، كما تعتمد الدبلوماسية الأمريكية بشكل كبير على وسائل الإعلام، حيث تتضمن العديد من التقارير الدبلوماسية تحليلات يكتبها صحفيون متخصصون في هذا المجال، يمكن القول إنَّ "وسائل الإعلام هي ركيزة أساسية للدبلوماسية"، وفي هذا السياق يشير وزير الخارجية الأمريكي الأسبق (هنري كيسنجر) إلى أن "تنفيذ السياسة الخارجية يجب أن يرتبط بشكل غير مسبوق بوسائل الإعلام الجماهيرية، فهي تُمثل إلى حدٍ كبير السياسة الخارجية".

أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من إنَّ الإعلام في السياسة الخارجية الأمريكية من خلال العديد من الأمثلة التاريخية والمعاصرة، فقد استخدم الإعلام لتبرير التدخلات العسكرية، وتعزيز التحالفات، ومواجهة التهديدات الأمنية، في هذا السياق يصبح فهم كيفية توظيف الإعلام في السياسة الخارجية الأمريكية أمراً بالغ الأهمية للباحثين وصناع القرار، حيث يمكن أن يوفر رؤى قيِّمة حول استراتيجيات التأثير والإقناع، ويكشف عن الأبعاد الأخلاقية والسياسية لهذه الممارسات.

هدف البحث:

يهدف البحث إلى وصف وتحليل دور الإعلام في السياسة الخارجية الأمريكية، مع التركيز على كيفية استخدامه لإدارة الأزمات الدولية، من خلال استعراض الحالات التاريخية وتحليل الاستراتيجيات الإعلامية، نسعى إلى تقديم فهم شامل لكيفية توظيف الإعلام كأداة سياسية، وتقييم تأثيره على الرأي العام والسياسات الدولية، هذه الدراسة ستسلط الضوء على الأبعاد المختلفة لاستخدام الإعلام، من التضليل الإعلامي إلى الحملات الدعائية، وستكشف عن ازدواجية المعايير في توظيف الإعلام لتحقيق الأهداف السياسية.

إشكالية البحث:

تتعلق إشكالية البحث من تساؤل رئيسي، كيف تستخدم الولايات المتحدة الإعلام كأداة في سياستها الخارجية لإدارة الأزمات الدولية؟، وما هي الأبعاد المختلفة لاستخدام الإعلام في طرح مشاريعها وتبرير سياساتها؟، وكيف يمكن تفسير ازدواجية المعايير في توظيف الإعلام في سياستها الخارجية؟، ومن هذه الإشكالية تثار الأسئلة الفرعية التي نروم الإجابة عنها في متن البحث:

1. كيف يتم توظيف الإعلام لتبرير التدخلات العسكرية والسياسية الأمريكية؟

2. ما هي الأمثلة التاريخية التي توضح ازدواجية المعايير في استخدام الإعلام الأمريكي؟

3. كيف يؤثر الإعلام على الرأي العام المحلي والدولي في سياق الأزمات؟

فرضية البحث:

تتعلق الدراسة من فرضية علمية مفادها بأن الولايات المتحدة تستخدم الإعلام كأداة رئيسية لتوجيه الرأي العام المحلي والدولي لدعم سياساتها الخارجية، خاصة في أوقات الأزمات، وأن الإعلام الأمريكي يلعب دوراً حاسماً في تبرير التدخلات العسكرية والسياسية من خلال حملات دعائية مكثفة، كما أن هناك ازدواجية في معايير توظيف الإعلام الأمريكي، حيث يتم استخدامه بشكل مختلف بناءً على المصالح السياسية والاقتصادية للولايات المتحدة.

منهج البحث:

ولأجل أنبات الفرضية من عدمها أعتد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وهو ما يتضح من خلال جمع المصادر بهدف الوقوف على توظيف الخطابات الإعلامية الأمريكية خلال الأزمات الدولية وتحديد حالات محددة لتوضيح كيفية استخدام الإعلام في تبرير السياسات الأمريكية، ومن أساسيات المنهج الوصفي التحليلي هو تقديم وصف دقيق ومفاهيمي ونظري لمتغيرات الدراسة وخاصة المتغير المستقل (الإعلام) على اعتباره أنه المتغير المؤثر ومن ثم تحديد المتغير التابع وصفيًا، ثم تحديد وتشخيص تأثير المتغير الأول في الثاني، وتحديد دوره ومبرراته وخصائصه.

هيكلية البحث:

في ضوء الاشكالية الأكاديمية التي ينطلق منها البحث والفرضية العلمية الأساسية التي نريد البرهنة عليها قُسم البحث على ثلاث مباحث رئيسية وعلى النحو الآتي: إذ جاء المبحث الأول بعنوان الإعلام (المفهوم، الوسائل والأدوات)، فيما تناول المبحث الثاني دور

الإعلام الأمريكي وتأثيره في السياسة الخارجية في حين جاء المبحث الثالث بعنوان توظيف الإعلام الأمريكي في الحرب الروسية الأوكرانية، فضلاً عن الخاتمة الاستنتاجات.

المبحث الأول: الإعلام (المفهوم، الوسائل والأدوات)

يُشكل الإعلام حجر الزاوية في التفاعلات الاجتماعية والسياسية المعاصرة، إذ لم يعد مجرد أداة لنقل الأخبار، بل غدا منظومة متكاملة للتأثير والتوجيه وصناعة الرأي العام، وتأسيساً على تعدد وظائفه وتطوره عبر العصور، تنوعت تعريفات الإعلام وتفرعت أنواعه تبعاً لطبيعته وأهدافه وسياقاته، كما تعددت وسائله بين تقليدية ورقمية، وتباينت أدواته باختلاف المنصات والتقنيات المستخدمة، وفي هذا السياق تقتضي الضرورة الوقوف على أبرز التعريفات النظرية للإعلام، وأنواعه الأساسية، ووسائله وأدواته، تمهيداً لفهم دوره البنوي في تشكيل الديناميكيات المجتمعية والسياسية.

أولاً: مفهوم الإعلام وأنواعه

يؤكد العلماء والباحثون على نقطتين رئيسيتين قبل مناقشة مفهوم الإعلام: الأولى هي صعوبة وضع تعريفات واضحة للإعلام، والثانية هي الخلط بين مصطلحي (الاتصال) و(الإعلام)، فيما يرى البعض أن الإعلام قد يشمل الاتصال أو يقتصر على وسائل الإعلام، بينما يعتبر آخرون أن الإعلام يعبر عن الاتصال الأحادي، في حين أن الاتصال يعني التفاعل والمشاركة، إذ يُعد الإعلام ركيزة أساسية في مجالات العلوم الإنسانية والاجتماعية، ويُصنف كدعامة استراتيجية لمشاريع التنمية لصالح المجتمع.

1- الإعلام لغةً: كلمة الإعلام في اللغة لفظة مشتقة من الفعل عَلِمَ، واصل حروفها واحد هو (العين - اللام - الميم) وهي نقيض الجهل،⁽¹⁾ كما ورد في معجم لسان العرب لابن منظور تعريف الإعلام بأنه مصدر الفعل الرباعي (أعلم) يُقال: أعلمُ يُعلمُ إعلاماً، ومعنى (أعلمته

(1) محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1967)، ص451.

بالأمر) هو أنني أبلغته إياه وأطلعته عليه، كما جاء في لغة العرب: (استعلم لي خبر فلان وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه)،⁽¹⁾ أما في المعجم الوسيط فعرف الإعلام بأنه: "الوسيلة التي تنقل الأخبار والمعلومات إلى الجمهور بأسلوب محدد، ويستخدم الإعلام مجموعة متنوعة من الوسائل مثل الراديو، والتلفزيون، والصحف لتحقيق هذا الغرض"،⁽²⁾ ويذهب بالقول الدكتور (محمود سفر) الإعلام في اللغة يعني التبليغ، ويُقال: بلغت القوم بلاغاً، أي أوصلتهم بالمعلومات المطلوبة، والبلاغ هو ما وصلك، كما ورد في الحديث النبوي الشريف: (بلغوا عني ولو آية)،⁽³⁾ وجاء في قاموس (أكسفورد-Oxford) أنّ الإعلام - Media: "يعني الأخبار والتبليغ أو الإنباء، وجميعها تعبر عن مفهوم واحد يتعلق بنقل المعلومات بين الأفراد أو من خلال فرد أو مجموعة، مما يسهل التواصل بينهم ويشكل لغة للتفاهم، وبالمعنى الاصطلاحي يُعتبر الإعلام وسيلة للتفاعل والمشاركة، مما يبرز أهمية الذبوع والانتشار في هذا السياق"،⁽⁴⁾ ويشير قاموس (كامبردج-Cambridge) إلى (الإعلام-Media) بأنه: "يشمل جميع الوسائل المستخدمة لنقل المعلومات إلى جمهور واسع، مثل التلفزيون، الإذاعة، الصحف، المجلات، والإنترنت، كما أنها تُصنف هذه الوسائل عادة كأدوات لنشر الأخبار، الترفيه، التعليم، والإعلانات، وتمثل المنصات المختلفة التي تسهل تبادل المعلومات بين الأفراد، المؤسسات، والجماعات على نطاق واسع، حيث تُستخدم كوسيلة للتواصل بين الحكومة والجمهور، وبين الشركات وعملائها، وكذلك بين الأفراد، حيث تشمل هذه الوسائل الرئيسية للتواصل الجماهيري، مثل الإذاعة والنشر والإنترنت، والتي تُعتبر مجتمعة"،⁽⁵⁾ في حين أشارت (الموسوعة البريطانية-Britannica) بأنه: "يُعرف الإعلام أو وسائل الإعلام الجماهيرية بأنها

(2) جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، مج9، الطبعة الأولى، (بيروت: دار إحياء التراث العربي، 1988)، ص 371.

(3) إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، مج1، ط4، (اسطنبول: دار الدعوة للطباعة والنشر والتوزيع، 1989)، ص33.

(4) محمود محمد سفر، الإعلام موقف، ط1، (السعودية: مطبعة تهامة، 1982)، ص21.

(5) تعريف الإعلام بقاموس (أكسفورد-Oxford)، متاح على الرابط: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/media>، تاريخ الزيارة 2024/12/4.

(6) تعريف الإعلام بقاموس (كامبردج-Cambridge)، متاح على الرابط: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/media>، تاريخ الزيارة 2024/12/4.

الأنظمة والأدوات المستخدمة لنقل المعلومات والأفكار والترفيه والدعاية إلى جمهور واسع، وغالباً ما يتم ذلك من خلال التكنولوجيا مثل الصحف، الراديو، التلفزيون، الأفلام، الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتشمل وسائل الإعلام الجماهيرية المؤسسات العامة والخاصة التي تقوم بإنتاج وتوزيع محتوى إعلامي متنوع".⁽¹⁾

2- الإعلام اصطلاحاً: تباينت وجهات نظر العلماء والمفكرين في تعريف الإعلام، وذلك بناءً على تأثير مجالات عملهم، وقد ظهرت تعريفات متعددة نتيجة لتوسع مفهوم الإعلام في عصرنا الحالي، حيث سعى كل فريق إلى مواءمة هذا المفهوم مع مجالات عمله وثقافته ورؤيته الخاصة، لذا لدينا مجموعة من التعريفات التي سنستعرضها على النحو التالي: أذ عرفه إبراهيم إمام بأنه (تقديم الأخبار الدقيقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة للناس، مما يساعدهم على تشكيل رأي سليم حول حدث معين أو قضية معينة، ويجب أن يعكس هذا الرأي بشكل موضوعي عقلية الجمهور وميوله واتجاهاته)،⁽²⁾ وهناك من يرى بأن الإعلام هو عملية تهدف إلى نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تستهدف عقول الجماهير ومشاعرهم النبيلة، مما يسهم في رفع مستوى الرأي العام من خلال التنوير والتثقيف، أذ يعتمد الإعلام على أساليب الشرح والتفسير والمنطق في الجدل، وبالتالي يُعتبر الإعلام وسيلة لتزويد المتلقين بالمعلومات والحقائق التي تساعد في توسيع آفاقهم، وتشمل المعلومات والحقائق المحتوى الذي يساهم في توعية المتلقين ويدعمهم في اتخاذ القرارات المناسبة، ومن هنا تتضمن العملية الإعلامية الآراء والحقائق والتوجيه والإقناع،⁽³⁾ في حين يرى (أوتو جروث) (Ottogroth) الألماني الذي عرف الإعلام "بأنه تعبير موضوعي عن عقلية الجماهير وميولها واتجاهاتها، ويعتبر الإعلام عملية ثقافية تتفاعل مع البيئة المحيطة بها، أذ يهدف الإعلام إلى تنوير الرأي العام ويعكس تفاعلاً مستمراً بين وسائل الإعلام والمجتمع، وقد أهتم المفكرون بدراسة الجوانب النظرية والعملية

(7) تعريف الإعلام بقاموس (الموسوعة البريطانية- Britannica)، متاح على الرابط: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/media>، تاريخ الزيارة 2024/12/4.

(8) إبراهيم إمام، أصول الإعلام السياسي، (القاهرة: دار الفكر العربي، 1985)، ص 14.

(9) سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مدخل إلى الإعلام، (الرياض: دار عالم الكتب، 1993)، ص 7-8.

للإعلام وتأثيره على المضمون العقلي للأفراد وتشكيل رأي عام قادر على التكيف مع القضايا والاتجاهات، مما يسهم في تحقيق تقدم ونمو المجتمعات⁽¹⁾، كما أوضح الدكتور (سمير حسين) في كتابه الموسوم (الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام) أنّ الإعلام "يشمل جميع وسائل الاتصال التي تهدف إلى تزويد الجمهور بالحقائق والأخبار الدقيقة والمعلومات السليمة حول القضايا والمواضيع والمشكلات، وذلك بطريقة موضوعية ودون تحيز، إذ يهدف هذا إلى تعزيز مستوى المعرفة والوعي والإدراك لدى فئات الجمهور المتلقية للمحتوى الإعلامي، مما يسهم في تقديم معلومات موضوعية وصحيحة حول هذه القضايا، وبالتالي يساهم في توعية الرأي العام بشكل صحيح حول الوقائع والمواضيع المطروحة"⁽²⁾، كما عرف الأستاذ (طلعت همام) الإعلام بأنه "عملية تقاهم تهدف إلى تنظيم التفاعل بين الأفراد، وتعزيز تجاوبهم وتعاطفهم في تبادل الآراء"⁽³⁾، فيما عرف الصحافيون الفلسطينيون خالد العمامرة ونايف الهشلمون الإعلام بأنه: "عملية نشر المعلومات وتوصيلها إلى الجمهور، سواء كانوا مستمعين أو مشاهدين أو قراء، ويعتمد الإعلام على الاتصال الذي يتم عبر وسائل وطرق متعددة، مثل الأثير (الخطبة)، والإذاعة، والتلفزيون، والصحافة، وغيرها"⁽⁴⁾،

مما تقدم من تعريفات لغوية واصطلاحية وفقهية يمكن القول بأنّ الإعلام: (هو مصطلح يشير إلى أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو غير ربحية، سواء كانت عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، تهدف إلى نشر الأخبار وتبادل المعلومات، ومع ذلك يتجاوز دور الإعلام مجرد نشر الأخبار ليشمل مجالات متنوعة مثل الترفيه والتسلية، خاصةً بعد الثورة التلفزيونية وأنتشارها الواسع، وتُعرف التكنولوجيا التي تؤدي مهام الإعلام والمؤسسات

(10) احمد التكلوي، المدخل السوسولوجي للإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1996)، ص-ص 2-4.
(11) سميح محمد حسين، الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام، (القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1984)، ص 22.
(12) طلعت همام، مائة سؤال عن الإعلام، الطبعة الثانية، (الأردن، عمان: دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1985)، ص 7.
(13) خالد محمد العمامرة ونايف دياب الهشلمون، الصحافة والإعلام - النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، (فلسطين: منشورات دار الوطن، 1991)، ص 30.

التي تديرها بوسائل الإعلام، كما يُطلق على هذه الأخيرة مصطلح (السلطة الرابعة) للدلالة على تأثيرها العميق والواسع).

وأستناداً إلى ما سبق يمكننا القول بأنّ الإعلام هو عملية نشر وتقديم معلومات دقيقة وحقائق واضحة وأخبار موثوقة وموضوعات محددة، بالإضافة إلى أفكار منطقية وآراء مدروسة للجمهور، مع الإشارة إلى مصادرها خدمة للصالح العام، لذا يهدف الإعلام إلى مخاطبة عقول الجماهير ومشاعرهم النبيلة، ويعتمد على النقاش والحوار والإقناع، مما يعكس طابعاً ديمقراطياً، وبذلك يجب أن تتسم العملية الإعلامية بالأمانة والموضوعية.

ثانياً: أنواع الإعلام

الإعلام أداة أساسية في بناء المجتمعات وتوجيه الفكر العام حيث يُسهم في إيصال الحقائق وتحليل القضايا المؤثرة على حياة الأفراد، ومع تطور وسائل الاتصال تنوعت أشكال الإعلام بين التقليدي (كالصحف والإذاعة والتلفزيون) والرقمي (الذي يعتمد على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي)، إذ أتاح هذا التنوع للإعلام الوصول إلى جمهور واسع بطرق مختلفة، مما يعزز دوره في التواصل والتأثير لذا سنعمد على استعراض أنواع الإعلام المختلفة وأدوارها وتأثيراتها وفق الآتي:

1- الإعلام التقليدي ويشمل:⁽¹⁾

أ- الصحافة المطبوعة: مثل الصحف والمجلات التي تُعتبر من أقدم وسائل الإعلام.

ب- الإذاعة: وسيلة مسموعة تُستخدم لبث الأخبار والبرامج الترفيهية والتعليمية.

ج- التلفزيون: يُقدّم محتوى مرئياً ومسموعاً يجمع بين الأخبار، الترفيه، والإعلانات.

(14) كفاية العبادي، أنواع وسائل الإعلام، مقال منشور لدى موقع موضع بتاريخ 2022/6/29، متاح على الرابط: <https://mawdoo3.com>، تاريخ الزيارة 2024/12/9.

2- الإعلام الرقمي ويشمل:

أ- المواقع الإلكترونية: تشمل المواقع الإخبارية، المدونات، والمنصات الرقمية الأخرى.

ب- وسائل التواصل الاجتماعي: مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام، التي تُتيح التفاعل الفوري ونشر المحتوى بسهولة.

ج- البث الحي وخدمات الفيديو: مثل يوتيوب ومنصات البث (Netflix وغيرها).

3- الإعلام المطبوع الرقمي: يجمع بين الطباعة والنشر الإلكتروني، مثل الكتب الإلكترونية والصحف الرقمية.⁽¹⁾

4- الإعلام التفاعلي: يعتمد على مشاركة الجمهور وتفاعله، مثل المنتديات والمدونات التفاعلية والبودكاست.⁽²⁾

كل نوع من هذه الأنواع يساهم بشكل فريد في نقل الرسائل وتحقيق الأهداف الإعلامية، الهدف العام للإعلام هو إيصال الرسائل بفاعلية، وزيادة توعية الجمهور، وتعزيز التفاعل الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، مما يجعله أداة أساسية للتواصل والتأثير.

المبحث الثاني: دور الإعلام الأمريكي وتأثيره في السياسة الخارجية

يُعد الإعلام الأمريكي من الفاعلين الرئيسيين في السياسة الخارجية، حيث يتجاوز دوره نقل المعلومات ليصبح أداة استراتيجية تؤثر في الإدراك الجماهيري وصياغة الأجندات الدولية، فمنذ نهاية الحرب العالمية الثانية ومع صعود الولايات المتحدة كقوة مهيمنة، أصبحت مؤسسات الإعلام الكبرى مثل (CNN و The New York Times و Fox News) جزءاً من القوة الناعمة التي تستخدمها واشنطن لتعزيز مصالحها الخارجية، أضحت يلعب الإعلام دوراً مهماً

(15) حسين محمد الفيحان، الإعلام الرقمي وصناعة محتواه، (بغداد: جريدة الصباح، 26/08/2024)

(16) بشري مداسي، الاعلام التفاعلي دراسة في السمات التفاعلية - والأدوار - النظريات، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد(12)، العدد(2)، (الجزائر: جامعة الجزائر 3، 2022)، ص 147.

في السياسة الخارجية، حيث يُستخدم لتبرير السياسات وصياغة سرديات شرعية للتدخلات العسكرية، وحشد الدعم لمبادرات الولايات المتحدة الأمريكية بالإضافة إلى تشويه صورة الخصوم.

أولاً: أهمية الإعلام: لا يقتصر أهمية الإعلام على كونه أداة اتصال بل يُمثل عنصراً مهماً في بناء التحالفات، تحقيق المصالح الوطنية وإعادة تشكيل موازين القوى الدولية بما يخدم الأهداف الأمريكية تُظهر هذه الأهمية الاستثنائية كيف بات الإعلام اليوم أداة محورية ليس فقط لنقل الرسائل، ولكن أيضاً لتوجيه العقول وصياغة تصورات الشعوب مما يجعله أحد أعمدة السياسة الخارجية الأكثر تأثيراً وفعالية، لم يعد التسويق في العصر الحديث مقتصراً على السلع والخدمات كما كان في السابق، بل أصبح يشمل مجموعة واسعة من الأنشطة المرتبطة بتسويق الأفكار، المؤسسات السياسية، والأفراد، وجاء هذا التغيير نتيجة لثورة المعلومات والتطور التكنولوجي الكبير في جميع المجالات، وخاصة في مجال الاتصال ووسائله المتنوعة، لذا أصبح التسويق أداة حيوية وفعالة لتحقيق نجاح هذه الأنشطة، وقد قامت الجمعية الأمريكية للتسويق (AMA) المعروفة إعلامياً بـ (American Marketing Association) بتبني مفهوم (التسويق السياسي) من خلال إدراج مصطلح (أفكار) في تعريفها للتسويق عام 1985، حيث عرفت التسويق بأنه عملية تخطيط وتنفيذ وتحديد أسعار وترويج وتوزيع الأفكار، والسلع، والخدمات بهدف تحقيق تبادلات تلي احتياجات وأهداف الأفراد والمنظمات، إذ يُعرف (التسويق السياسي) بأنه أحد العناصر الأساسية في الإعلام السياسي، حيث يعتمد على استراتيجية تهدف إلى إيصال الرسائل السياسية إلى الجمهور، كما يُعرف (التسويق السياسي) على أنه مجموعة من الأنشطة التي تسعى لجذب المؤيدين والمناصرين لزعيم سياسي أو للترويج لأفكار حزبية معينة عبر وسائل الإعلام من خلال هذه الأنشطة، ويمكن نقل الأفكار والمعتقدات والبرامج السياسية إلى أكبر عدد ممكن من الناس، ويتضمن التسويق السياسي مستويين رئيسيين:⁽¹⁾

(17) هاني جرجس عيادة، الإعلام والسياسة (دراسة حول الإعلام السياسي والتحولات الجديدة)، مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، المجلد (4)، العدد (3)، (مصر، الجيزة: المعهد العالي للدراسات النوعية، 2024)، ص-ص 599-600.

المستوى الأول: هو تسويق المؤسسات السياسية نفسها، حيث يجب أن يكون العملاء الخارجيون والداخليون على دراية كاملة بهذه المؤسسات ورسالتها وأهدافها، مما يعزز اقتناعهم وولائهم وثقتهم في الدور الذي تقوم به.

أما المستوى الثاني: فهو المستوى الشخصي، الذي يركز على قدرة الأفراد في المؤسسات السياسية على تسويق أنفسهم لتمثيل مؤسساتهم، سواء من خلال الترشح لمنصب رئيس الجمهورية أو الانضمام إلى المجالس النيابية، أو حتى المشاركة في إدارة المؤسسات الإدارية والقضائية والسياسية، وبما أنّ الولايات المتحدة الأمريكية دولة ذات قوة متعددة الأبعاد كما وصفها المفكر السياسي الأمريكي (صاموئيل هنتغتون)، مما يميزها عن بقية القوى الدولية بالإضافة إلى كونها القوة العسكرية والاقتصادية الرائدة في العالم، تمتلك الولايات المتحدة جميع مقومات القوة الناعمة والأدوات اللازمة لاستغلالها في سياستها الخارجية، لذا أصبح موضوع القوة الناعمة ذا أهمية متزايدة في الولايات المتحدة، ويُعد من أبرز القضايا المعاصرة على الرغم من أنّ (جوزيف ناي) قد طرح هذا المفهوم منذ عام 1990، إلا أنّ أهميته قد برزت بشكل أكبر في السنوات الأخيرة نتيجة للتغيرات التي شهدتها العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، بدءاً من أحداث 11 سبتمبر 2001 وما تبعها من (الحرب على الإرهاب) واحتلال أفغانستان والعراق، وما نتج عن ذلك من تأثيرات على سمعة ومكانة الولايات المتحدة، كما تزامن ذلك مع الأزمة المالية العالمية وتولي (باراك أوباما) رئاسة الولايات المتحدة حيث دعا إلى تغييرات ضرورية للتكيف مع الأوضاع الدولية الجديدة⁽¹⁾، فيما تهدف الأداة الإعلامية إلى التأثير النفسي والمعنوي والفكري على صانعي القرار أو الرأي العام في دولة معينة، بما يحقق مصالح وأهداف الدولة وتشمل هذه الأداة استخدام الدولة لمختلف وسائل وتقنيات الاتصال الدولي للتأثير على الرأي العام سواء في دولة معينة أو على المستوى العالمي وتوجيهها بما يخدم المصلحة القومية، يمكن أن يتم ذلك من خلال أستمالة الرأي العام للتعاطف مع قضايا الدولة، أو زرع

(18) مصطفى محمد جاسم العبيدي، الامبراطورية الناعمة السياسة الخارجية الأمريكية تجاه الشرق الأوسط، (بيروت: دار الرافدين، 2015)، ص 9.

الفرقة بين الدول المعادية أو تقويض الروح المعنوية لجيوش الأعداء أو زعزعة الإستقرار السياسي داخل تلك الدول عبر إثارة الأقليات وغيرها من الأساليب، لذا تتبنى العديد من الدول استراتيجية توظيف القوة الذكية في علاقاتها الدولية وسياساتها الخارجية، ولكن بطرق وأهداف مختلفة ودرجات متفاوتة، وتعد الولايات المتحدة الأمريكية الرائدة في هذا المجال، حيث اعتمدت هذه الاستراتيجية بعد الإخفاقات العسكرية التي تعرضت لها في أفغانستان والعراق، مما أدى إلى تراجع مكانتها في قمة النظام الدولي، إذ تعكس هذه الاستراتيجية التغيرات المستقبلية التي ستطرأ على السياسة الخارجية الأمريكية، والتي تطورت إلى درجة تستدعي التغيير، وبالتالي تمثل القوة الذكية أبرز الطروحات الأمريكية الحديثة في إطار الفكر الاستراتيجي الذي يسعى إلى التجديد المستمر⁽¹⁾، ولكي تتجح الأداة الإعلامية في تحقيق أهدافها يجب أن تتميز الرسالة أو المادة الدعائية بالبساطة في العرض، مما يسهل فهم الرسالة المراد إيصالها فكلما كانت الدعاية بسيطة زاد تأثيرها على الجمهور المُستهدف وجذبت أهتمامه، كما أنّ أرتباط الدعاية بالواقع الذي تعيشه الجماهير يُعزز قدرتها على جذب أنتباههم والتأثير فيهم، حيث أنّ الجماهير دائماً ما تكون معنية بواقعها بالإضافة إلى أهمية التركيز على واقع الجماهير، علاوة على ذلك يجب أيضاً إثارة مشاعرهم وعواطفهم، حيث إنّ تحريك هذه المشاعر يُسهل في جذب الأنتباه إلى المحتوى الدعائي، كما ينبغي أن تستند المادة الدعائية ولو جزئياً إلى حقائق، وألا تكون مجرد أكاذيب مصنوعة تفقدها تأثيرها فالكذب المطلق يصعب ترويجه بين الجماهير، إذ تسعى هذه الأخيرة إلى مقارنة أي مادة دعائية بالواقع للتحقق من مدى صحتها النسبية، كما يجب أن تكون الرسالة متسقة وخالية من التناقضات، لأن التناقضات تؤدي إلى الشك في مصداقيتها، ومن الضروري أيضاً أن تتمتع المادة بأقصى قدر من الدقة والموضوعية، مع ترك المجال للجمهور لاستنتاج المعاني أو الدلالات من الخبر الإعلامي، تقديم المعلومات الصحيحة يعد أمراً ذا أهمية سياسية خاصة لمواطني الدول التي تعاني من إعلام موجه، حيث يتم حجب الحقائق

(19) أزهار عبدالله حسن، إستراتيجية توظيف القوة الذكية في السياسة الخارجية الأمريكية بعد عام 2008 (دراسة تحليلية)، مجلة تكريت للعلوم السياسية، السنة(3)، المجلد(3)، العدد(9)، (جامعة تكريت: كلية العلوم السياسية، 2017)، ص55.

عندهم،⁽¹⁾ تُعد مؤسسات الفكر والرأي من أبرز العوامل المؤثرة في تشكيل وصناعة السياسات على مستوى الدولة والمجتمع، حيث تقدم حلولاً مناسبة للتحديات التي تواجه الدول، ومع ذلك فإنها غالباً ما تكون أقل فهماً وتقديراً مقارنةً بمؤسسات أخرى، إذ تُعد هذه المؤسسات مراكز أبحاث سياسية مستقلة تهدف إلى إجراء الدراسات وإنتاج معارف مستقلة تتعلق بالسياسة، وهي تُمثل ظاهرة أميركية فريدة في التعامل مع القضايا العالمية على مدى ما يقرب من مئة عام، إذ تشغل مؤسسات الفكر فراغاً مهماً بين العالم الأكاديمي وعالم الحكم، إلا أن عملها بعيداً عن أضواء وسائل الإعلام يؤدي إلى تقليل الأهتمام بها مقارنةً بالمؤسسات الأخرى، إذ شهدت مؤسسات الفكر والرأي نمواً ملحوظاً وتطوراً متزامناً مع صعود الولايات المتحدة كقوة عظمى في العالم، خاصة بعد العام 1945 عندما تولت الولايات المتحدة مسؤوليات الدولة العظمى ودافعت عن ما يُعرف بـ(العالم الحر) خلال فترة الحرب الباردة وبحلول القرن الحادي والعشرين،⁽²⁾ بلغ عدد هذه المؤسسات أكثر من 1200 مؤسسة موزعة في مختلف أنحاء الساحة السياسية الأميركية، إذ أضحت تُمثل هذه المؤسسات تنوعاً كبيراً من حيث نطاق المواضيع التي تتناولها، مصادر التمويل، التفويضات، والمواقع الجغرافية، وبعض هذه المؤسسات، مثل معهد الاقتصاد الدولي ومؤسسة الحوار بين الدول الأميركية ومعهد واشنطن لسياسة الشرق الأدنى، تركز على مجالات وظيفية محددة أو مناطق جغرافية معينة، بينما تغطي مؤسسات أخرى مثل مركز الدراسات الاستراتيجية والدولية السياسة الخارجية الأميركية بشكل عام، وتتمتع بعض مؤسسات الفكر والرأي مثل مؤسسة بروكينغز بتمويل كبير من منح وقفية مما يجعلها أقل اعتماداً على التمويل الحكومي، في المقابل تعتمد مؤسسات أخرى مثل مؤسسة راند بشكل كبير على إيراداتها من عقود مع عملاء في الحكومة والقطاع الخاص، بينما تعتمد بعض المؤسسات مثل معهد السلام الأميركي بشكل شبه كامل على التمويل الحكومي، كما تقوم مؤسسات الفكر والرأي في بعض الأحيان بدور إضافي كمنظمات غير حكومية تعمل على قضايا محددة، على سبيل

(20) دينا سليمان كمال، مصدر سبق ذكره، ص-ص 3-4.

(21) عربي بوست، دور مؤسسات الفكر والرأي في السياسة الخارجية الأميركية، مقال منشور بتاريخ 2016/5/30، متاح على الرابط: <https://arabicpost.net/opinions/opinion/2016/05/30>، تاريخ الزيارة 2025/1/24.

المثال لا الحصر تنتشر مجموعة الأزمات الدولية شبكة من المحللين في المناطق الساخنة حول العالم لرصد الأوضاع السياسية المتوترة، وتقدم توصيات مبتكرة ومستقلة بهدف إحداث ضغط عالمي لإيجاد حلول سلمية،⁽¹⁾ وفي ذات السياق يُشير (ريتشارد هاس) مدير دائرة التخطيط السياسي في وزارة الخارجية الأمريكية، إلى أن مؤسسات الفكر ومراكز الدراسات تقدم لصانعي السياسة الأمريكية العديد من الفوائد من بينها:⁽²⁾

1- مصنع الأفكار: تتجلى أهمية مؤسسات الفكر في تجديد السياسة الأمريكية من خلال تقديم أفكار مبتكرة لصانعي القرار عبر استراتيجيات تسويقية متنوعة، إذ يتمتع الباحثون في هذه المؤسسات بالاستقلالية، مما يتيح لهم تقديم تقييمات صادقة للتحديات الوطنية ويُعتبر مقال جورج كينان في مجلة "فورين أفيرز" مثلاً على ذلك، حيث ساهم في تأسيس سياسة الاحتواء تجاه الاتحاد السوفيتي، كما تلعب مراكز مثل مركز الدراسات الاستراتيجية والدولية ومعهد هيرتيغ وبروكينغز دوراً مهماً في النقاش حول استراتيجيات مواجهة التهديدات الإرهابية بعد 11 سبتمبر.

2- توفير المواهب: تُعد وظيفة توفير الخبراء للحكومة الأمريكية ضرورية، حيث يتم استبدال العديد من الموظفين عند انتقال السلطة، وتسهم مؤسسات الفكر والدراسات في سد هذا الفراغ من خلال تقديم مستشارين للوزارات كما فعل (ريغان) و(بوش الابن)، حيث توفر هذه المراكز منصات لتبادل الخبرات وتعزيز تأثير الموظفين السابقين في السياسة، مما يُعرف بسياسة (الباب المفتوح)، بالمقابل تعاني الدول المتخلفة من فصل بين المسؤولين الحكوميين والمحللين الأكاديميين، ومن الشخصيات البارزة مثل (هنري كيسنجر) و(زبغينو بريجنسكي) و(ريتشارد بيرل) الذين وصلوا تأثيرهم من خلال المراكز الفكرية بعد مغادرتهم مناصبهم.

(22) المصدر نفسه.

(23) نبيل شرف الدين، ريتشارد هاس يستعرض نشأتها وتطورها: دور مؤسسات الفكر والرأي في صناعة سياسة أميركا الخارجية، مقال منشور لدى جريدة إيلاف الإلكترونية، بتاريخ 2008/3/14، متاح على الرابط: <https://elaph.com/Web/Archive/104764060985330000.htm>، تاريخ الزيارة 2025/1/24.

3- إشراك الجمهور: يتطلب تثقيف المواطنين حول التحديات العالمية المتزايدة، حيث تؤثر الأحداث العالمية على حياتهم، لذا يمارس المواطنون دوراً مهماً في التأثير على سياسات دولهم مما يستدعي دور مراكز الدراسات والفكر في توفير منصات للمناقشات حول القضايا الدولية⁽¹⁾.

4- جسور التفاهم: لمراكز الدراسات دوراً مهماً في إدارة الحوارات الحساسة وتوفير الوساطة بين الأطراف المتنازعة، سواءً كانت داخلية أو خارجية من خلال تنظيم مفاوضات غير رسمية، فعلى سبيل المثال أطلق مركز الدراسات الإستراتيجية والدولية مبادرات لتحسين العلاقات الإثنية في يوغوسلافيا السابقة، وتعزيز التواصل بين الانقسامات الدينية والعلمانية في (إسرائيل)، وتسهيل الحوار بين اليونان وتركيا، وغالباً ما تكون الجهود الحكومية غير مقبولة مما يبرز أهمية دور هذه المراكز المستقلة.

ثانياً: السياسة الخارجية المفهوم والمحددات: يكتسي حقل السياسة الخارجية موضوعاً مهماً يجذب اهتمام السياسيين والباحثين، وقد شهدت تطوراً ملحوظاً منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، حيث انتقلت من مفهوم الأمن إلى ظاهرة متعددة الأبعاد ترتبط بالوظائف الاجتماعية والاقتصادية، إذ تُعد السياسة الخارجية ركيزة أساسية تعبر من خلالها الدول عن مصالحها الوطنية وأهدافها الاستراتيجية، وتعكس قراراتها وسلوكياتها في التعامل مع الأطراف الخارجية، مما يجعلها حلقة وصل بين البيئة الداخلية والخارجية للدولة لذا سنعمد لبيان مفهوم السياسة الخارجية وبيان دور الإعلام وتطور توظيفه كإحدى أدوات السياسة الخارجية الأمريكية.

مفهوم ومحددات السياسة الخارجية: لأن مفهوم السياسة من المفاهيم التي لا يوجد حولها توافق بين علماء العلوم بشكل عام وتخصص السياسة الدولية الخاصة، يعود ذلك إلى تنوع المفكرين واختلاف المرجعيات التي تفسر هذه الظاهرة، وقد تم تشكيل معظم التعريفات حول اتجاهات مختلفة حيث سعت كل منها لتقديم تعريف خاص لهذا الغرض من وجهة معينة، على

(24) للمزيد يُنظر: جريدة مصر الحرة، دور مؤسسات الفكر والرأي في السياسة الخارجية الأمريكية بقلم/ريتشارد هاس، نقلًا عن مجلة تصدرها وزارة الخارجية الأمريكية، بتاريخ 2007/12/24، متاح على الرابط: <https://misralhura.wordpress.com/2007/12/24>، تاريخ الزيارة 2025/1/24.

الرغم من المحاولات العديدة التي بذلتها العديد من الاختصاصات لتعريف السياسة بشكل أكثر موضوعية ودقة، إلا أن الأمر لا يزال صعباً في الواقع ويعود ذلك إلى تعدد الرؤى المختلفة التي ينطلق منها المفكرون عند تناول موضوع السياسة الخارجية.

1- مفهوم السياسة الخارجية: إذا نظرنا إلى تعريفات السياسة الخارجية الموجودة في الدراسات الأكاديمية المختلفة، يتبادر إلى أذهاننا انطباع عام حول هذه السياسة، بعض الباحثين يعرفون السياسة الخارجية بشكل يميزها عن السياسات الأخرى، حيث يُعرفها (حامد ربيع) بأنها تشمل جميع أشكال النشاط الخارجي، مع التركيز على أنها تعكس حقيقة نظامية، كما أنّ النشاط الجماعي يتضمن تغييرات ذاتية وأشكال فردية تتعلق بالحركة الخارجية، مما يجعلها جزءاً من هذا السياق،⁽¹⁾ إذ تُعد السياسة الخارجية من المجالات الحديثة التي خضعت لتحليل منهجي في العلوم السياسية، فبشكل عام تعني السياسة الخارجية مجموع الأنشطة التي تقوم بها الدول الفاعلة في المجال الخارجي وعلى الساحة الدولية⁽²⁾، ويرى الدكتور (محمد طه بدوي) إن السياسة الخارجية بأنها: مجموعة القرارات والتصرفات التي تتخذها الدولة لتنفيذ مصالحها الوطنية في المجال الدولي، وتحقيق أهدافها الاستراتيجية مع الدول الأخرى والمنظمات الدولية⁽³⁾، وعرف الدكتور (فاضل زكي محمد) السياسة الخارجية في كتابه الموسوم بـ(السياسة الخارجية وأبعادها في السياسة الدولية)، بأنها: البرنامج الحكومي الذي يحدد علاقات الدولة الخارجية مع الدول الأخرى على الساحة الدولية⁽⁴⁾، في حين يقدم السياسي والدبلوماسي النمساوي (كورت فالدهايم) تعريفاً للسياسة الخارجية بأنها مجموعة من المبادئ والإجراءات التي تتبناها دولة ما لتحقيق أهدافها في الساحة الدولية، كما تهدف هذه السياسة إلى تعزيز موقف الدولة في مواجهة التحديات المختلفة، وتعمل على تحقيق المصالح الوطنية من خلال استراتيجيات دبلوماسية

(25) محمد السيد سليم، تحليل السياسة الخارجية، ط2، (بيروت: دار الجيل، 2001)، ص 7.
(26) علي الدين هلال، أمريكا والوحدة العربية 1975 - 1988، ط1، (بيروت: مركز الوحدة العربية، 1989)، ص 23.

(27) محمد طه بدوي، مدخل إلى علم العلاقات الدولية، (بيروت: مركز الوحدة العربية، 1972)، ص 285.

(28) فاضل زكي محمد، السياسة الخارجية وأبعادها في السياسة الدولية، (بغداد: مطبعة شفيق، 1975)، ص 23.

تهدف إلى تجنب الصراعات والحروب⁽¹⁾، أما (فيرنس وريتشارد سنايدر) فقد عرفا السياسة الخارجية بأنها: "منهج عمل أو مجموعة من القواعد أو كليهما، تم تحديده للتعامل مع مشكلة أو حدث معين يحدث بالفعل أو يحدث في الوقت الراهن، أو يُتوقع حدوثه في المستقبل"⁽²⁾، فيما عرف تشارلز هيرمان السياسة الخارجية بأنها: "مجموعة من التوجيهات أو القرارات التي تتخذها دولة ما لتوجيه علاقاتها مع الفاعلين الآخرين في النظام الدولي"، إذ يُركز تعريف هيرمان على كون السياسة الخارجية تتضمن عملية صنع قرارات استراتيجية تهدف إلى تحقيق أهداف الدولة في بيئة دولية تتسم بالتفاعل والتعقيد، يميز هذا التعريف بين السياسة الخارجية كإطار موجه للتصرفات وبين السياسة الداخلية التي تتعامل مع الشؤون المحلية⁽³⁾، على الرغم من التعريفات السابقة، يمكن القول إنَّ السياسة الخارجية تُعرف بشكل عام بأنها سلوك الدولة تجاه محيطها الخارجي، وقد يتخذ هذا السلوك أشكالاً متنوعة، حيث يمكن أن يكون موجهاً نحو وحدات غير دولية في البيئة الخارجية، مثل المنظمات الدولية وحركات التحرر، أو نحو قضايا محددة.⁽⁴⁾

2- محددات السياسة الخارجية: إنَّ فهم محددات السياسة الخارجية يعد ضرورياً لتحليل قرارات الدول وتفسير سلوكها على الساحة الدولية، حيث تكشف هذه المحددات عن الأولويات التي تحكم القرارات الاستراتيجية وتحدد آفاق العلاقات الدولية، ومن هذا المنطلق تأتي أهمية هذه المحددات لفهم الأطر التي تتحرك ضمنها الدول لتحقيق مصالحها وأهدافها، إذ تتأثر السياسة الخارجية لأي دولة بمجموعة من المحددات، مما يجعل من الصعب تحديد سياسة دولة ما بشكل دقيق خاصةً في ظل وجود العديد من السياسات الأخرى، إذ يمكن تصنيف محددات السياسة الخارجية إلى محددات داخلية وخارجية وعلى النحو الآتي:

المحددات الداخلية: وتشمل كلاً من النظام السياسي والصحافة والإعلام والموروث الحضاري والثقافي والموارد الطبيعية والحجم

(29) احمد نوري النعيمي، السياسة الخارجية، (بيروت: دار السنهوري، 2019)، ص 21.

(30) محمد السيد سليم، مصدر سبق ذكره، ص 7.

(31) احمد نوري النعيمي، مصدر سبق ذكره، ص 22.

(32) ناصيف يوسف حتى، النظرية في العلاقات الدولية، ط1، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1985)، ص 157.

أ- **النظام السياسي:** يُعد النظام السياسي للدولة عاملاً رئيسياً في تشكيل سياستها الخارجية، حيث يؤثر على اتخاذ القرارات وأولويات الدولة ومرونة سياستها، كما ينعكس شكل النظام سواءً كان ديمقراطياً أو سلطوياً أو ملكياً على صياغة وتنفيذ استراتيجيات السياسة الخارجية واستجابة الدولة للمتغيرات الدولية، مما يساعد في فهم سلوكها في النظام الدولي وقدرتها على تحقيق أهدافها في علاقاتها مع الدول الأخرى.⁽¹⁾

ب- **الصحافة والإعلام:** يمارس الإعلام دوراً مزدوجاً في السياسة الخارجية، حيث يُستخدم كأداة للترويج لسياسات الدولة وتحقيق أهدافها، لكنه يمكن أن يصبح أيضاً مصدراً للضغط والتحدي، حيث تعكس قدرة الدولة على إدارة الإعلام بفعالية مهارتها في تحقيق التوازن بين توقعات الجمهور المحلي والتأثير الدولي، إذ يُعد الإعلام والصحافة قوة ناعمة تؤثر على السياسة الخارجية، وفي عصر المعلومات يلعب الإعلام دوراً أساسياً في تشكيل الرأي العام والتأثير على صناع القرار وصياغة الصورة الدولية للدولة.⁽²⁾

ج- **الموروث الحضاري والثقافي:** إنّ الموروث الحضاري والثقافي للدولة عاملاً أساسياً في تشكيل سياستها الخارجية، حيث يؤثر على هويتها الوطنية وعلاقاتها مع الدول الأخرى، إذ يُسهم هذا الموروث في بناء التحالفات وتعزيز النفوذ الثقافي والدبلوماسي، مما يعزز القوة الناعمة ويحدد الأولويات الإقليمية والدولية، ويجب على الدول تحقيق توازن بين الاستفادة من هذا الموروث والانفتاح على الديناميكيات العالمية المتغيرة.⁽³⁾

د- **النظام السياسي:** إنّ النظام السياسي للدولة يُعد عاملاً حاسماً في تشكيل وتنفيذ السياسة الخارجية، حيث يؤثر نوعه وطبيعته الداخلية على آليات صنع القرار وأهداف السياسة الخارجية وتفاعل الدولة مع القضايا الدولية، الأنظمة الديمقراطية تميل إلى الشفافية والتوازن بينما الأنظمة

(33) صلاح الدين عبدالرحمن الدومة، المدخل الى علم العلاقات الدولية، ط2، (الخرطوم: مطبعة جي تاون، 2006)، ص 117.

(34) هادي الشبيب و رضوان يحيى، مقدمة في عالم السياسة والعلاقات الدولية، (برلين: المركز الديمقراطي العربي، 2016)، ص 257.

(35) صلاح الدين عبدالرحمن الدومة، مصدر سبق ذكره، ص 116.

السلطوية تتخذ قرارات أسرع ولكنها قد تكون محفوفة بالمخاطر، فهم تأثير النظام السياسي يساعد في تحليل سلوك الدول واستراتيجياتها لتحقيق مصالحها في النظام الدولي.⁽¹⁾

هـ- **الموارد الطبيعية:** تلعب الموارد الطبيعية دوراً مهماً في السياسة الخارجية، حيث تعزز القوة الاقتصادية والنفوذ الدبلوماسي للدول، ومع ذلك قد تخلق تحديات إذا لم تُدار بشكل جيد، فالدول التي تستغل مواردها بفعالية تعزز مكانتها بينما تواجه تحديات الاعتماد المفرط عليها.⁽²⁾

و- **الحجم:** يؤثر حجم الدولة بشكل كبير على سياستها الخارجية، حيث يرتبط بمعايير مثل المساحة والسكان والموارد، إذ يُحدد حجم الدولة قوتها الشاملة ودورها في النظام الدولي، حيث تتمتع الدول الكبرى بقدرة أكبر على التأثير، بينما تسعى الدول الصغيرة إلى استراتيجيات تلبى احتياجاتها الأساسية وتضمن استمراريتها في بيئة دولية متغيرة.⁽³⁾

المحددات الخارجية: تتأثر السياسة الخارجية للدولة بعدد من المحددات الخارجية، التي تلعب دوراً مهماً في تشكيلها، ومن بين هذه المحددات، تأتي طبيعة النظام الدولي، والمنظمات الدولية، كعوامل مؤثرة على ردود فعل الدولة تجاه السياسة الخارجية، والتي سنتناولها على الشكل الآتي:

أ- **طبيعة النظام الدولي:** يؤثر النظام الدولي على السياسة الخارجية للدول من خلال هيكله، حيث يتحدد سلوك الدولة بناءً على موقعها في نظام أحادي أو ثنائي أو متعدد الأقطاب، إذ يحدد هذا النظام إطار العمل للدول حيث تتفاعل القوى الكبرى وتحدد توازنات القوة، مما يجبر الدول الصغيرة والمتوسطة على اختيار سياسات خارجية تتناسب مع هذه التوازنات.⁽⁴⁾

(36) المصدر نفسه، ص 117.

(37) حافظ علوان حمادي الدليمي، المدخل إلى علم السياسة، (بغداد: جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، 1999)، ص 182.

(38) هادي الشيب و رضوان يحيى، مصدر سبق ذكره، ص 232.

(39) محمد السيد سليم، مصدر سبق ذكره، ص 257.

ب- المنظمات الدولية: تؤثر المنظمات الدولية بشكل كبير على السياسة الخارجية من خلال توفير منصة للتفاعل بين الدول وتحديد قواعد السلوك الدولي، حيث تساعد هذه المنظمات في حل النزاعات والحفاظ على الاستقرار السياسي، كما تفرض التزامات على الدول الأعضاء، مما يجبرها على تبني مواقف تتماشى مع المعايير الدولية، بالإضافة إلى ذلك تحد هذه المنظمات من حرية الدول في اتخاذ قرارات سيادية في مجالات مثل حقوق الإنسان والتجارة والبيئة.⁽¹⁾

يلاحظ مما تقدم من تعريفات أنّ السياسة الخارجية بأنها مجموعة من المبادئ والاستراتيجيات التي تعتمد الدولة في تعاملها مع الدول الأخرى والمنظمات الدولية لتحقيق مصالحها الوطنية، إذ تعكس هذه السياسة كيفية حماية الدولة لمصالحها وتعزيز نفوذها على المستويين الإقليمي والعالمي، وتشمل مجالات متعددة مثل الأمن والاقتصاد والثقافة والدبلوماسية، كما تُعد السياسة الخارجية مرآة لهوية الدولة وأهدافها، وتتطلب توازناً بين المبادئ والمرونة للتكيف مع المتغيرات العالمية.

تأسيساً على ما تقدم تُعد وسائل الإعلام أداة قوية في يد صانعي القرار الأمريكيين لبناء صورة السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية، ومع تزايد أهمية القوة الناعمة أصبح الإعلام الوسيلة الرئيسية للتأثير على الرأي العام المحلي والدولي وتوجيه السرديات السياسية لصالح المصالح الأمريكية، تستخدم واشنطن الإعلام التقليدي والرقمي لتشكيل تصورات الشعوب حول قضايا مثل الديمقراطية وحقوق الإنسان ومكافحة الإرهاب، فضلاً عن تأثير الإعلام الأمريكي يمتد إلى إعادة تشكيل المشهد السياسي العالمي من خلال الدبلوماسية العامة والقنوات الإخبارية الكبرى، مما يمكن الولايات المتحدة الأمريكية من التحكم في السرديات السياسية وصياغة أجندة النقاشات الدولية.

(40) إسلام احمد سليم العياصرة، محددات السياسة الخارجية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد(9)، (عمان: مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، 2019)، ص 10.

المبحث الثالث: توظيف الإعلام الأمريكي في الحرب الروسية الأوكرانية

منذ اندلاع الحرب الروسية الأوكرانية في فبراير 2022، لعب الإعلام الأمريكي دوراً محورياً في نقل الأحداث وتشكيل الإدراك العالمي لها، حيث أصبح أداة استراتيجية تخدم أهداف السياسة الخارجية الأمريكية، تم تسخير مختلف الوسائل الإعلامية لترويج سرديات تدعم أوكرانيا وتدين روسيا، بما يتماشى مع المصالح الأمريكية والأوروبية، حيث أن الإعلام الحديث يعد سلاحاً ناعماً بأجندات صلبة، حيث وُظف لتعبئة الجماهير وصياغة الروايات وتعزيز الشرعية السياسية، فمن خلال هذه الحرب تم بناء صورة نمطية لكل طرف في الصراع، حيث صُورت روسيا كمتعدي وأوكرانيا كنموذج للصمود، هذه الاستراتيجية الإعلامية بدت كحملة منظمة تتسجم مع السياسة الأمريكية، ومع التركيز على قضايا مثل جرائم الحرب الروسية وتجاهل بعض الروايات المعقدة للموقف الغربي، هكذا أصبح الإعلام ساحة معركة موازية، وضرورة تحليل دوره كفاعل رئيسي في الصراع وتشكيل التوازنات الجيوسياسية، فيما يخص غايات الولايات المتحدة من الحرب الروسية الأوكرانية، فقد سعت واشنطن لاستخدام الأزمة لتلطيف صورة روسيا، إذ كان الهدف هو صد توسع روسيا في أوراسيا، ومحاولة إبعاد نفوذها عن أوروبا عبر اجتذاب دولها الشرقية إلى مشاريع اقتصادية وأمنية متعددة، هذا الأمر كان يهدف إلى ضمان عدم تمكن روسيا من استعادة هيمنتها في المنطقة أو بناء تحالفات جديدة مع الدول التي كانت ضمن الاتحاد السوفيتي سابقاً.⁽¹⁾

تظهر التغطية الإعلامية درجات متفاوتة من التحيز والازدواجية، حيث تم اعتماد خطاب تعبوي يدعم الموقف الرسمي الأمريكي مع تهميش الأصوات البديلة، مما أثار جدلاً حول حرية التعبير والتعددية الإعلامية في الغرب، كما تم تقييد وصول الجماهير إلى وسائل الإعلام الروسية بذريعة محاربة "الدعاية الروسية"، إذ يتطلب تحليل التغطية الإعلامية الأمريكية للحرب الروسية

(41) برهان علي محمد سعيد، الحرب الروسية الأوكرانية وأثرها على توازن القوى الدولي، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، المجلد(21)، العدد(85)، (الجامعة المستنصرية: مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية، 2024)، ص88.

الأوكرانية اعتبارها أداة لتوجيه الإدراك الجماعي وصياغة المشهد السياسي العالمي، ومع تزايد دور الإعلام كوسيلة لإدارة الصراعات، زادت أهميته مع ظهور الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي، أستخدمت العديد من وسائل الإعلام المرسلين لتغطية الأحداث في أوكرانيا، بينما استخدم الرئيس الأوكراني وسائل التواصل الاجتماعي لتوثيق الأحداث والبطولات الأوكرانية، مما أثر على آراء الشعوب الأوروبية وزاد الضغط على الحكومات لدعم أوكرانيا، وعلى الجانب الآخر يعكس خطاب الإعلام الروسي شكوكاً تجاه الإعلام الغربي، الذي يُمثل أداة للحرب السياسية ضد روسيا، مما يتجلى في تناول روسيا للتغطية الغربية لقضايا متعددة،⁽¹⁾ كما تُتهم وسائل الإعلام الروسية بأنها (تحت سيطرة الدولة) وهو ما يمكن اعتباره صحيحاً إلى حدٍ ما، حيث تُصوّر روسيا كعدو دائم في حالة حرب مستمرة مع الغرب منذ بداية الحرب في أوكرانيا وضم شبه جزيرة القرم عام 2014،⁽²⁾ تصاعدت التوترات بين روسيا ووسائل الإعلام الغربية، تقدم وسائل الإعلام الروسية (الخاضعة للدولة) الصراع من منظور يتعارض مع الروايات الغربية، حيث تُظهر روسيا كمدافع ضد توسع الناتو والتدخل الغربي، وفي المقابل تركز وسائل الإعلام الغربية على ما تعتبره عدواناً روسياً وجرائم حرب وانتهاكات للقانون الدولي والقيم الديمقراطية، رغم أنّ تلك القيم تُنتهك أيضاً من قبل الغرب،⁽³⁾ أعادت الحرب الروسية-الأوكرانية إلى الأذهان الحروب الكبرى التي شهدتها العالم، والتي تنشأ لأسباب تختلف عن تلك التي تؤدي إلى نشوب الحروب في دول العالم الثالث، كما تستخدم فيها وسائل وأساليب تختلف عن تلك المعتمدة في النزاعات في الدول الأقل نمواً، أعلنت روسيا التي تمتلك ترسانة نووية، الحرب على جارتها أوكرانيا، مستندة إلى إرث تاريخي وحاضر يتميز بالتحدي والمواجهة على مختلف الأصعدة العسكرية والاقتصادية والقانونية والتواصلية، وهذا الإرث يجعل من الحرب حدثاً ذا

(42) الصفا نبوز، وسائل الإعلام الغربية والروسية تحت المجهر، مقال منشور بتاريخ 2025/3/7، متاح على الرابط: <https://www.alsafanews.com/article/18373>، تاريخ الزيارة، 2025/2/25.

(43) راشيل لينغاس، العقوبات وحرب روسيا: الحد من قدرات بوتين، (موقع وزارة الخزانة الأمريكية، 2023/12/14)، متاح على الرابط: <https://home.treasury.gov/news/featured-stories/sanctions-and-russias-war-limiting-putins-capabilities>، تاريخ الزيارة 2025/2/25.

(44) دانا ستورول وخافيير كولومينا وآخرون، أوكرانيا في عامها الرابع: وجهة نظر حلف الناتو وتداعياتها على الشرق الأوسط، تحليل السياسات، (واشنطن: معهد واشنطن لسياسات الشرق الأدنى، 2025/2/12)، ص 2.

تأثير واسع لا يمكن تجاهله، طالما أن جميع الاحتمالات بما في ذلك الحرب النووية لا تزال قائمة،⁽¹⁾ تدور الحرب الحالية بين مكونين رئيسيين من الاتحاد السوفيتي السابق، حيث تلعب الدعاية الروسية دوراً محورياً كمنظومة حربية متكاملة تشمل خطاباً استراتيجياً وسرديات تكتيكية، إذ تبرز أهمية الدعاية في أوقات الحروب لتبرير الأفعال وإضفاء قيم إيجابية عليها، وهو ما تسعى روسيا لتحقيقه بعد أن بدأت الحرب بتعبئة إعلامية وعسكرية ودبلوماسية واقتصادية، في حين تتميز الحرب الروسية-الأوكرانية بتواصل دعائي شامل خاصة من الجانب الروسي، نظراً لطبيعتها كحرب غزو بين طرفين غير متكافئين،⁽²⁾ يهدف ذلك إلى تبرير اعتماد الدولة على ممارسة التواصل الدعائي كفعل مشروع، خصوصاً تجاه الأطراف الأخرى، ومن جهة أخرى يشير إلى عدم التردد في القيام بأعمال دعائية وفقاً للتعريف السلبي الشائع، الذي قدمه (هارولد لاسويل) عام 1927، حيث أعتبر أن الدعاية تقتصر على السيطرة على الآراء والاتجاهات والتلاعب بها من خلال الأخبار والإشاعات والصور ووسائل التواصل الاجتماعي الأخرى،⁽³⁾ وعند استعراض جوانب الدعاية الروسية بما في ذلك ديناميتها وتقنياتها وكذلك احتمالات تأثيرها، هذه العناصر تشكل الأسس التي يعتمد عليها جميع المتحدثين باسم وجهة النظر الروسية خلال الحرب على أوكرانيا وفق الآتي:⁽⁴⁾

1- العملية العسكرية الخاصة: السردية الروسية تصف الأحداث في أوكرانيا منذ 22 فبراير 2022 بـ(عملية عسكرية خاصة) لتجنب دلالات الغزو والحرب، رغم ما يتسم به الوضع من ملامح حرب شاملة، فإن التسمية تتجاوز المفهوم التقليدي للعملية العسكرية المحدودة، الدعاية الروسية تعتمد هذا المصطلح في تقاريرها وتصريحاتها، مما يثير التساؤل حول مدى ارتباطه بالواقع الذي يشمل القصف والحصار وتدمير البنية التحتية.

(45) محمد الأمين موسى، سرديات الدعاية الروسية أثناء الحرب على أوكرانيا والتماهي مع الإعلام الرقمي، (الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات، 2022)، ص1.

(46) المصدر نفسه، ص2-3.

(47) Harold Lasswell, Propaganda Technique in the World War (London: Kegan Paul, 1927), P.9.

(48) محمد الأمين موسى، مصدر سبق ذكره، ص7-8.

2- النازية الجديدة: تُختصر الدعاية الروسية النظام الحاكم في أوكرانيا باعتباره واجهة للنازية الجديدة، ويخدم وصف السلطة الأوكرانية بالنازية عدة أغراض، إذ يجعل منها تهديداً كبيراً لروسيا كما كان الحال مع نازية هتلر، ويُعد ذلك مبرراً ل(العملية العسكرية الخاصة) كخطوة ضرورية للدفاع عن وجود روسيا، بالإضافة إلى ذلك يُعزز هذا السردية التي تدعي أن النظام الأوكراني يسعى لإبادة الأشخاص ذوي الأصول الروسية في شمال أوكرانيا الذين يطالبون بالانفصال.⁽¹⁾

3- الأمن والوجود: يُستخدم وصف "النازية الجديدة" لتبرير العملية العسكرية الخاصة بهدف تأمين الأمن القومي الروسي والدفاع عن الوجود، تُصور الحرب كحرب وجود تستوجب دعم داخلي قوي وقبول خارجي، أو على الأقل إثارة شكوكية حولها، رغم صعوبة إقناع العالم بأن أمن روسيا مهدد بما يبزر تهديد أوكرانيا، تُبرز روسيا، كقوة نووية، مصطلحات "الأمن" و"الوجود" لتعزيز روايتها الدعائية وزيادة تأثيرها.

4- القوميون المتطرفون: منذ عام 2014، تسعى الدعاية الروسية لتشويه صورة المعارضين للتدخل في أوكرانيا بتصويرهم كقوميين متطرفين، مع انتقاد القومية الأوكرانية وتجاهل القومية الروسية، حيث يتم ربط الأوكرانيين بالتطرف بشكل يعكس ازدواجية واضحة ونهج دعائي غير حيادي يقلل من احترام عقل المتلقي وتحليله الموضوعي.⁽²⁾

5- المجموعات الراديكالية: تركز الدعاية الروسية على وصف المجموعات الأوكرانية المقاومة للغزو والانفصاليين، بما فيها الجيش النظامي، بالراديكالية في سياق سلبي مُدان، كما يستخدم

(49) للمزيد يُنظر: هبة الله نصر حسن مصطفى، البات توظيف سرديات الخطاب الدعائي الروسي في المواقع الإخبارية الروسية خلال الصراع الأوكراني، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، المجلد(5)، العدد(1)، (بني سويف: كلية الإعلام، جامعة بني سويف، يناير/كانون الثاني 2023)، ص-ص441-445.
(50) وحدة الدراسات والتقارير، ملف: أزمة أوكرانيا، احتمالية استخدام الأسلحة البيولوجية والكيميائية، (المانيا، وهولندا: المركز الأوروبي لدراسات مكافحة الإرهاب والاستخبارات، 2022/3/25)، ص6.

هذا الوصف لتغليب رواية تُدين أوكرانيا وتعزز تبرير الغزو الروسي، مُبرزاً دوافع الكرملين وراء (العملية العسكرية الخاصة)⁽¹⁾.

وفي ذات السياق يُلاحظ توجه الإعلام الغربي نحو تقديم تغطية متعاطفة مع ضحايا أوكرانيا لا يُعتبر عيباً، إلا إذا تم فصله عن سياق التغطيات التي يعتمد عليها هذا الإعلام في مناطق أخرى من العالم، إذ إنَّ التمييز بين الضحايا، والتفاوت في التغطيات بناءً على العرق، وازدواجية المعايير، هي ما يعيب هذا الإعلام وتوجهاته، كما تسيء إلى السياسيين الغربيين الذين دعوا بشكل صريح إلى تفضيل الأوكرانيين لأنهم (يشبهون الأوروبيين)، أي لأنهم من ذوي البشرة البيضاء فإنَّ تفضيل ضحية على أخرى بناءً على لون بشرتها، أو تمييز لاجئ عن آخر، كما حدث على حدود أوكرانيا وبولندا عندما مُنع السود من عبور الحدود بعد أيام من الهروب من القصف الروسي، هو عار بحد ذاته، وأنَّ هذه التحيزات العنصرية تجعل من الأوكرانيين المدافعين عن وطنهم (مقاومين)، بينما تُصنف السوريين والفلسطينيين والعراقيين واللبنانيين الذين قاموا بخطوات مشابهة في بلدانهم، دفاعاً عنها، على أنهم (إرهابيون) وفقاً لنفس هذا الإعلام⁽²⁾، وذكرت صحيفة واشنطن بوست أن روسيا استثمرت حوالي 300 مليار دولار، وتكبدت خسائر تتجاوز 150 ألف شخص، بالإضافة إلى تشريد أكثر من 10 ملايين مواطن وقد أسفرت الحرب عن مقتل عشرات الآلاف في أوكرانيا وشردت الملايين، مما أدى إلى تغيير جذري في المشهد الأمني في أوروبا⁽³⁾، وفي مقال تم نشره في (واشنطن بوست) بتاريخ 14 من مارس/آذار، تناول الصحافي يوجين روبنسون التغطية (الحميمة والصريحة والدموية للغاية) للاجتياح الروسي لأوكرانيا، وتساءل عما إذا كان ذلك يعود إلى (الإمكانات التي وفرتها لنا الثورة التقنية، مثل البث المباشر وتقنيات التصوير والتوثيق، أم أنَّ هناك عوامل أخرى تتعلق

(51) هبة الله نصر حسن مصطفى، مصدر سبق ذكره، ص465.

(52) دجى داود، الإعلام الغربي في أوكرانيا: "الصراحة الدموية" والانحياز الكامن، (لندن: صحيفة العربي الجديد، 2022/3/18)، ص5.

(53) (ترجمات) الجزيرة، نقلاً عن، واشنطن بوست: حصيلة مهولة للخسائر في حرب روسيا وأوكرانيا، (الدوحة: شبكة الجزيرة الإعلامية، 2025/2/25)، متاح على الرابط: <https://www.aljazeera.net/politics/2025/2/25>، تاريخ الزيارة 2025/3/14.

بالانتماءات والتحيزات التي تؤثر على وسائل الإعلام في تغطيتها للأخبار⁽¹⁾، ويشير روبنسون في مقاله إلى مقارنة بين الضحايا الأوكرانيين والعراقيين، حيث يبرز أن المدنيين الذين قُتلوا وهُجروا نتيجة غزو العراق في عام 2003 عانوا بنفس القدر الذي يعاني منه الأوكرانيون، ومع ذلك فإنَّ المشاهد أو القارئ الغربي نادراً ما يتعرف عن كثب على هؤلاء الضحايا، حيث أنَّ (الضحايا في الحالة العراقية لم يكونوا أوروبيين أو بيضاً أو مسيحيين)، خاصةً عندما تكون القوات الأميركية هي المسؤولة عن إطلاق صواريخ كروز وقذائف المدفعية عليهم، كما يوضح الكاتب، بينما يتمنى روبنسون السلامة لكل صحفي ميداني يسعى لنقل الحقيقة، فإنه يميز بين جهود هؤلاء الأبطال والتحيزات التي تتبناها سياسات وسائل الإعلام، معبراً عن أمله في أن يمتد التعاطف بنفس القدر إلى ضحايا الحروب في جميع أنحاء العالم لأنهم بشر مثل الشعب الأوكراني.⁽²⁾

ونافذة القول فإن الإعلام الغربي يظهر تعاطفاً واضحاً مع ضحايا أوكرانيا، وهو أمر لا يُنقذ إلا عند وقوعه في ازدواجية المعايير والتمييز بين الضحايا بناءً على العرق أو التفوق العنصري يُعتبر إشكالياً، مثل تفضيل الأوكرانيين بسبب (تشابهم مع الأوروبيين) أو منع السود من عبور الحدود الأوكرانية هذه التحيزات تجعل مقاومي أوكرانيا أبطالاً، بينما يُوصم مدافعو سوريا وفلسطين والعراق بالإرهاب، وفي ذات السياق أشارت صحيفة واشنطن بوست إلى خسائر هائلة نتيجة الحرب الروسية-الأوكرانية، التي غيرت الأمن في أوروبا، إذ قارن الصحفي يوجين روبنسون بين ضحايا أوكرانيا والعراق، مشيراً إلى غياب الاهتمام الغربي بالمدنيين العراقيين رغم معاناتهم المماثلة، والسبب يعود لتفاوتات عرقية ودينية، كما دعا روبنسون إلى تعميم التعاطف مع جميع الضحايا بلا تحيز، مؤكداً أهمية نقل الحقيقة بعيداً عن توجهات الإعلام المنحازة.

(54) دجى داود، مصدر سبق ذكره، ص3.

(55) المصدر نفسه، ص-ص5-6.

الخاتمة:

في الختام يمكن القول إن توظيف الإعلام في السياسة الخارجية الأمريكية لإدارة الأزمات الدولية يمثل أداة حيوية وفعالة لتحقيق الأهداف الاستراتيجية، أما الإعلام الأمريكي بفضل قوته وتأثيره الواسع، يلعب دوراً محورياً في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، سواءً على المستوى الداخلي أو الدولي، فمن خلال إستخدام وسائل الإعلام المختلفة، تمكنت الولايات المتحدة من التأثير على مسار الأزمات الدولية، سواءً عبر الترويج لسياساتها أو من خلال التضليل الإعلامي لتحقيق أهدافها، لقد أثبتت التجارب التاريخية مثل الحرب العالمية الثانية وحرب فيتنام وغزو العراق، أنّ الإعلام يمكن أن يكون سلاحاً قوياً في يد الدولة لتوجيه الأحداث بما يخدم مصالحها، كما أنّ الأحداث الأخيرة، مثل الحرب على الإرهاب وأزمة البرنامج النووي الإيراني، أظهرت كيف يمكن للإعلام أن يكون أداة فعالة في إدارة الأزمات وتوجيه الرأي العام لدعم السياسات الحكومية، وفي النهاية يبقى الإعلام عنصراً أساسياً في السياسة الخارجية الأمريكية، حيث يمكنه أن يعزز من قدرة الدولة على إدارة الأزمات بفعالية وكفاءة، مما يساهم في تحقيق الاستقرار والأمن على المستوى الدولي، ومع استمرار التطورات التكنولوجية وزيادة تأثير وسائل الإعلام، من المتوقع أن يظل الإعلام يلعب دوراً رئيسياً في السياسة الخارجية الأمريكية في المستقبل.

أولاً: الاستنتاجات

1. يُعد الإعلام أداة استراتيجية حيوية في السياسة الخارجية الأمريكية، إذ يُوظف بشكل منهجي لإدارة الأزمات الدولية وتحقيق المصالح القومية.
2. الإعلام الأمريكي يمتلك قدرة فريدة على توجيه الرأي العام داخلياً وخارجياً، سواءً من خلال نقل الحقائق أو إستخدام أدوات التضليل لصالح السياسة الرسمية.

3. تؤكد السوابق التاريخية (كحرب فيتنام والعراق) على الدور الفاعل الذي لعبه الإعلام في تأطير السرديات وتحويل مسار الأزمات السياسية والعسكرية.
4. يظل الإعلام عنصراً فاعلاً في مستقبل السياسة الخارجية الأمريكية، لاسيما مع التطور التكنولوجي ووسائل الإعلام الرقمية التي ضاعفت من نطاق التأثير وسرعته.

ثانياً: التوصيات

1. ضرورة تعزيز الشفافية الإعلامية في سياق الأزمات الدولية، بما يقلل من مخاطر التضليل ويحافظ على المصداقية الاستراتيجية للولايات المتحدة.
2. تطوير استراتيجية إعلامية متكاملة ضمن دوائر صنع القرار الخارجي، تضمن التناغم بين الرسائل الإعلامية والسياسات الواقعية.
3. تفعيل الشراكة بين المؤسسات الإعلامية ومراكز الفكر (Think Tanks) من أجل إنتاج سرديات سياسية رصينة تقوم على التحليل لا الدعاية.
4. إعادة تقييم أثر الإعلام الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعي على السياسة الخارجية، وصياغة أدوات لضبطه واستثماره بفعالية في إدارة الأزمات المعاصرة.

المصادر

أولاً: المعاجم

1. ابراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، مج1، ط4، (اسطنبول: دار الدعوة للطباعة والنشر والتوزيع، 1989).
2. جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، مج9، الطبعة الأولى، (بيروت: دار إحياء التراث العربي، 1988).
3. محمد بن أبي بكر الرازي، مختار الصحاح، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1967).
4. محمود محمد سفر، الإعلام موقف، ط1، (السعودية: مطبعة تهامة، 1982).

ثانياً: الكتب



1. ابراهيم امام، أصول الإعلام السياسي، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٥).
2. احمد التكاوي، المدخل السوسيولوجي للإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية، 1996).
3. احمد نوري النعيمي، السياسة الخارجية، (بيروت: دار السنهوري، 2019).
4. حافظ علوان حمادي الدليمي، المدخل إلى علم السياسة، (بغداد: جامعة بغداد، كلية العلوم السياسية، 1999).
5. خالد محمد العميرة ونايف دياب الهشلمون، الصحافة والإعلام - النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، (فلسطين: منشورات دار الوطن، 1991).
6. سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجمهير والرأي العام، (القاهرة: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1984).
7. سيد محمد ساداتي الشنقيطي، مدخل إلى الإعلام، (الرياض: دار عالم الكتب، 1993).
8. صلاح الدين عبدالرحمن الدومة، المدخل إلى علم العلاقات الدولية، ط2، (الخرطوم: مطبعة جي تاون، 2006).
9. طلعت همام، مائة سؤال عن الإعلام، الطبعة الثانية، (الأردن، عمان: دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1985).
10. علي الدين هلال، أمريكا والوحدة العربية 1975 - 1988، ط1، (بيروت: مركز الوحدة العربية، 1989).
11. فاضل زكي محمد، السياسة الخارجية وأبعادها في السياسة الدولية، (بغداد: مطبعة شفيق، 1975).
12. محمد السيد سليم، تحليل السياسة الخارجية، ط2، (بيروت: دار الجبل، 2001).
13. محمد طه بدوي، مدخل إلى علم العلاقات الدولية، (بيروت: مركز الوحدة العربية، 1972).
14. مصطفى محمد جاسم العبيدي، الامبراطورية الناعمة السياسة الخارجية الأمريكية تجاه الشرق الأوسط، (بيروت: دار الرافدين، 2015).
15. ناصيف يوسف حتى، النظرية في العلاقات الدولية، ط1، (بيروت: دار الكتاب العربي، 1985).
16. هادي الشيب و رضوان يحيى، مقدمة في عالم السياسة والعلاقات الدولية، (برلين: المركز الديمقراطي العربي، 2016).
17. وحدة الدراسات والتقارير، ملف: أزمة أوكرانيا، احتمالية استخدام الأسلحة البيولوجية والكيميائية، (المانيا، وهولندا: المركز الأوروبي لدراسات مكافحة الإرهاب والاستخبارات، 2022/3/25).

ثالثاً: البحوث

1. أزهار عبدالله حسن، إستراتيجية توظيف القوة الذكية في السياسة الخارجية الأمريكية بعد عام 2008 (دراسة تحليلية)، مجلة تكريت للعلوم السياسية، السنة(3)، المجلد(3)، العدد(9)، (جامعة تكريت: كلية العلوم السياسية، 2017).
 2. إسلام احمد سليم العياصرة، محددات السياسة الخارجية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد(9)، (عمان: مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، 2019).
 3. برهان علي محمد سعيد، الحرب الروسية الأوكرانية وأثرها على توازن القوى الدولي، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، المجلد(21)، العدد(85)، (الجامعة المستنصرية: مركز المستنصرية للدراسات العربية والدولية، 2024).
 4. بشرى مداسي، الاعلام التفاعلي دراسة في السمات التفاعلية - والأدوار - النظريات، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد(12)، العدد(2)، (الجزائر: جامعة الجزائر 3، 2022).
 5. هاني جرجس عيادة، الإعلام والسياسة (دراسة حول الإعلام السياسي والتحولت الجديدة)، مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، المجلد(4)، العدد(3)، (مصر، الجيزة: المعهد العالي للدراسات النوعية، 2024).
- هبة الله نصر حسن مصطفى، اليات توظيف سرديات الخطاب الدعائي الروسي في المواقع الإخبارية الروسية خلال الصراع الأوكراني، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، المجلد(5)، العدد(1)، (بني سويف: كلية الإعلام، جامعة بني سويف، يناير/كانون الثاني 2023).

رابعاً: التقارير

1. دانا ستروول وخافيير كولومينا وآخرون، أوكرانيا في عامها الرابع: وجهة نظر حلف الناتو وتداعياتها على الشرق الأوسط، تحليل السياسات، (واشنطن: معهد واشنطن لسياسات الشرق الأدنى، 2025/2/12).
2. محمد الأمين موسى، سرديات الدعاية الروسية أثناء الحرب على أوكرانيا والتماهي مع الإعلام الرقمي، (الدوحة: مركز الجزيرة للدراسات، 2022).

خامساً: الصحف

1. حسين محمد الفيحان، الإعلام الرقمي وصناعة محتواه، (بغداد: جريدة الصباح، 26/08/2024).
2. دجى داود، الإعلام الغربي في أوكرانيا: "الصراحة الدموية" والانحياز الكامن، (لندن: صحيفة العربي الجديد، 2022/3/18).

سادساً: المواقع الإلكترونية

1. (ترجمات) الجزيرة، نقلاً عن، واشنطن بوست: حصيلة مهولة للخسائر في حرب روسيا وأوكرانيا، (الدوحة: شبكة الجزيرة الإعلامية، 2025/2/25)، متاح على الرابط: <https://www.aljazeera.net/politics/2025/2/25>.
2. تعريف الإعلام بقاموس (أكسفورد-Oxford)، متاح على الرابط: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/media>



3. تعريف الإعلام بكاموس (الموسوعة البريطانية-Britannica)، متاح على الرابط:
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/media>
4. تعريف الإعلام بكاموس (كامبردج-Cambridge)، متاح على الرابط:
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/media>
5. جريدة مصر الحرة، دور مؤسسات الفكر والرأي في السياسة الخارجية الامريكية بقلم/ريتشارد هاس، نقلًا عن مجلة تصدرها وزارة الخارجية الامريكية، بتاريخ 2007/12/24، متاح على الرابط:
<https://misralhura.wordpress.com/2007/12/24>
6. راشيل لينغاس، العقوبات وحرب روسيا: الحد من قدرات بوتين، (موقع وزارة الخزانة الأمريكية، 2023/12/14)، متاح على الرابط:
<https://home.treasury.gov/news/featured-stories/sanctions-and-russias-war-limiting-putins-capabilities>
7. الصفا نبوز، وسائل الإعلام الغربية والروسية تحت المجهر، مقال منشور بتاريخ 2025/3/7، متاح على الرابط:
<https://www.alsafanews.com/article/18373>
8. عربي بوست، دور مؤسسات الفكر والرأي في السياسة الخارجية الأميركية، مقال منشور بتاريخ 2016/5/30، متاح على الرابط:
<https://arabicpost.net/opinions/opinion/2016/05/30>
9. كفاية العبادي، أنواع وسائل الإعلام، مقال منشور لدى موقع موضع بتاريخ 2022/6/29، متاح على الرابط:
<https://mawdoo3.com>
10. نبيل شرف الدين، ريتشارد هاس يستعرض نشأتها وتطورها: دور مؤسسات الفكر والرأي في صناعة سياسة أميركا الخارجية، مقال منشور لدى جريدة إيلاف الإلكترونية، بتاريخ 2008/3/14، متاح على الرابط:
<https://elaph.com/Web/Archive/1047640609985330000.htm>

سابعاً: المصادر الأجنبية

1. Harold Lasswell, Propaganda Technique in the World War (London: Kegan Paul, 1927).