



## المعالجة الإخبارية للأزمات الأمنية الدولية في القنوات التلفزيونية:

### بين المعايير المهنية والممارسة الميدانية

## News Treatment of International Security Crises on Television Channels Between Professional Standards and Field Practice

سميرة فدول \*<sup>1</sup>، رشيد فريج<sup>2</sup>

<sup>1</sup> مخبر الإتصال والأمن الغذائي، جامعة الجزائر 3 (الجزائر) fedoul.samira@univ-alger3.dz

<sup>2</sup> جامعة الجزائر 3 (الجزائر) freih.rachid@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2025/09/30

تاريخ القبول: 2025/09/09

تاريخ الاستلام: 2025/04/11

doi 10.53284/2120-012-003-027

### ملخص:

يتناول هذا المقال المعالجة الإعلامية للقنوات التلفزيونية الفضائية للأزمات الأمنية والسياسية الدولية. وتختلف المعالجة الإعلامية من قناة إعلامية إلى أخرى، وذلك لأسباب متعددة منها ما يرتبط بالمؤسسة الإعلامية وما هو مقترن بالسياق الاقتصادي والسياسي والثقافي. وتعد القنوات التلفزيونية الفضائية أكثر وسائل الإعلام استقطابا للجماهير أثناء الأزمات لكونها تنقل الأحداث بالصوت والصورة. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل علاقة الإعلام التلفزيوني بالأزمات الأمنية الدولية، وذلك بالاعتماد على قراءة وصفية ونقدية انطلاقا من التحديد النظري لخصائص المعالجة الإعلامية وصولا إلى عرض بعض النماذج لتغطيات إعلامية في القنوات التلفزيونية حول أزمات الفيتنام، والخليج 2 و3 والحرب الروسية الأوكرانية. توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن المعالجة الإعلامية تتأثر بعوامل داخلية مرتبطة بالمؤسسة الإعلامية وخارجية مرتبطة بالسياقات السياسية والاقتصادية والثقافية... وبالتالي، فإن الموضوعية مجرد وهم فرضته الأدبيات النظرية في مجال الإعلام.

كلمات مفتاحية: المعالجة الإعلامية، الأزمة الأمنية، الأزمة الدولية، الأخبار.

### Abstract:

This article deals with the media treatment of international security and political crises by satellite television channels. This media treatment varies from one media channel to another for various reasons, including what is related to the media institution and what is associated with the economic, political and cultural context. Satellite television channels are the most attractive media for the masses during crises because they transmit events by sound and image. The study aims to analyze the relationship of television media to security crises, based on a descriptive and critical reading, starting from the theoretical identification of the characteristics of media processing to the presentation of some models for media coverage in television channels about the Vietnam crises, the Gulf 2 and 3 and the Russian-Ukrainian war. The study came to the



conclusion that media processing is influenced by internal factors related to the media organization and external factors related to political, economic and cultural contexts... Thus, objectivity is just an illusion imposed by the theoretical literature in the field of media.

**Keywords:** Media Treatment, Security Crisis, International Crisis, News

## 1. مقدمة:

يكتسي الإعلام بمختلف أشكاله وأنواعه أهمية بالغة في وقت الأزمات، حيث برز دور الإعلام في تغطية الأزمات المختلفة منذ ظهوره. أما اليوم، فقد ساعدت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في تطوير تقنيات وأساليب الممارسة الإعلامية بشكل كبير خاصة مع الإعلام الرقمي والإعلام المتعدد الوسائط. كما ساعد التطور الرهيب في مجال التكنولوجيات المتعلقة بالثبوت والإرسال التلفزيوني في تقديم دفعة قوية ونوعية للقنوات التلفزيونية التي تعتمد على الصوت والصورة كميزة تميزها عن بقية وسائل الإعلام التقليدي خاصة. فالصورة عنصر مهم وتشكل قيمة خبرية ذات أهمية كبيرة إضافة إلى النص الخبري المرافق لها والذي بدوره يحلل ويشرح الحدث. وما يميز العصر الحالي شدة المنافسة بين القنوات التلفزيونية في تقديم آخر المستجدات والأحداث لحظة وقوعها للحصول على المصدقية وجذب اهتمام الجماهير. وبما أن جمهور التلفزيون اليوم يختلف عن جمهور الأمس حيث أصبح لديه العديد من الخيارات ولا يكتفي باستقبال الأخبار، فإن القنوات الإخبارية حاليا لا تجتهد في جمع الأخبار وتقديمها فحسب، وإنما تحاول دائما تحليلها وشرحها لتكوين أفكار وآراء ووجهات نظر وتوجيه الجماهير نحو فكرة أو سلوك معين من جهة ومن جهة أخرى السعي لإرضائها.

فالمعالجة الإخبارية تمثل عصب الإعلام التلفزيوني، لما تقدمه من أخبار وتحليلات وتفسيرات للأحداث لتنوير الرأي العام والتأثير فيه وتوجيه الجماهير. فالتلفزيون الذي حقق نجاحا كبيرا خلال سنوات الخمسينات والستينات خاصة في مجال التسلية والترفيه، أصبح اليوم قوة عالمية في نقل الأحداث والأخبار السياسية ومختلف الحروب والصراعات عبر العالم وأصبحت الوظيفة الإخبارية الصفة المميزة له.

نظريا تسعى المعالجة الإعلامية الإخبارية للتحلي بالموضوعية والحيادية، لكن عمليا يبقى هذا صعب المنال، حيث تبرز العديد من الدراسات ابتعاد المعالجات الإعلامية في وقت الأزمات عن المصدقية والموضوعية، إذ كثيرا ما تنساق القنوات التلفزيونية نحو أهداف تخدم السلطة السياسية والعسكرية لدولهم أو لدول تتقاسم معها مصالح مشتركة. وبالتالي، لا يمكن اعتبار المعالجة الإعلامية في هذه الحالة كغاية أو هدف إعلامي مهني وإنما تتحول إلى أداة للدعاية وللحرب النفسية والتحيز خدمة لطرف على حساب آخر. إن هذا التناقض والغموض بين المفهوم النظري للمعالجة الإعلامية والممارسة الفعلية لها في الكثير من القنوات التلفزيونية هو ما دفعنا للتساؤل حول محددات وخصائص المعالجة الإعلامية الإخبارية التلفزيونية أثناء الأزمات الأمنية والسياسية الدولية. وللإجابة على هذه الإشكالية سنحاول في البداية التطرق إلى المعالجة الإعلامية كمفهوم وممارسة إعلامية من خلال مختلف الأدبيات النظرية للانتقال فيما بعد إلى عرض بعض النماذج والتجارب للمعالجات الإعلامية المتعلقة ببعض الأزمات الأمنية والسياسية الدولية التي حدثت خلال فترات زمنية مختلفة.

## 2. تحديد المفاهيم



## 1.2 المعالجة الإعلامية

يستعمل هذا المصطلح في مجال الإعلام والاتصال وهو خاص به، ويرى "محمد منير حجاب" أن معالجة المعلومات والبيانات هي عملية التفكير الخاصة بالتعامل مع البيانات تحليلًا أو تركيبًا لاستصلاح ما تتضمنه هذه البيانات أو تشير إليه من مؤشرات وعلاقات ومقارنات وموازنات، وذلك من خلال تطبيق العمليات الحسابية، والطرق الإحصائية والرياضية، أو من خلال إقامة النماذج وما شابه ذلك. (أعراب ، 2018، صفحة 29)

### - المعالجة الإخبارية

تعرف على أنها "الكيفية التي يصاغ بها الخبر وطريقة عرضه واختياره العناوين الرئيسية وللمكان الذي يحتله في ترتيب البناء الإخباري، سواء كان في صحيفة أو نشرة إخبارية إذاعية، أو تلفزيونية" (على نور و عبد المجيد علاوي، 2021، صفحة 74، 75) وتعرف كذلك بأنها عملية انتقاء المعلومات التي يتقرر الاعتماد عليها في صياغة الأخبار والتأكد من مصادرها وإعادة تحريرها وصياغتها واختيار قوالها ولغتها وأساليب وطرق إيصالها إلى جمهور المشاهدين. وهي التدخل المتعمد من جانب المؤسسة الإعلامية في طريقة تناول العرض وتقديم القضية أو المشكلة أو الحدث، وذلك باستخدام الأساليب والتقنيات الملائمة وذلك بما يؤدي إلى تحقيق هدف القناة من هذا التدخل (مسمة وعزوز، 2021، صفحة 329).

وتهدف المعالجة الإخبارية إلى كشف اتجاهات واستراتيجيات التغطية الإخبارية من قبل جهة ما إزاء قضية معينة، لهذا فهي أشمل من التغطية الإخبارية حيث تمثل جزء من التغطية الإخبارية للأحداث الاستثنائية ولكنها أكثر تعقيدا للعملية الإخبارية، فبعد أن تقرر القناة تغطية الحدث تسعى للحصول على المعلومات المتميزة الآنية عنه من مصادر مختلفة، تقوم بعدها بإخضاع المادة الإخبارية الخام إلى المعالجة الإخبارية التلفزيونية حسب سياسة المؤسسة التحريرية (الدليهي الحمادي، 2020، صفحة 133، 134).

## 2.2 الأزمة

هي مصطلح عام وواسع، ويستخدم في جميع الميادين والتخصصات العلمية. وترجع أصول كلمة "أزمة" Crisis إلى الكلمة اللاتينية Krenein ومعناها "أن تقرر" to decide ، فهي تعني "لحظة قرار" decisive moment في وقت الصعوبة والشدة الذي يهدد الشخص أو المنظمة. وفي اللغة العربية في قاموس مختار الصحاح نجد أن مادة "أزم" في اللغة تعني "القحط" أو الشدة، ويعرفها قاموس "لونجمان" Longman بأنها "زمن يتسم بوجود خطر كبير أو صعوبة شديدة أو عدم يقين سواء في السياسة أو الاقتصاد (مكاوي، 2005، صفحة 48)، وهي حالة طارئة واستثنائية وفترة حرجة وحالة غير مستقرة تحمل في طياتها مخاطر عديدة (زрман ، 2016، صفحة 14). وانتقل مصطلح الأزمة إلى العلوم الإنسانية حيث تعددت تعاريف الأزمة بناء على خصائصها وأنواعها، فقد تكون الأزمة داخلية أو خارجية أو تكون في مجال الصراع الدولي أو في المجال الاقتصادي أو العسكري أو الاجتماعي (حلاق، 2020، صفحة 5).



إذن فالأزمة عبارة عن حدث يؤثر على حياة الكثير من الناس، شرائح واسعة من المجتمع، وقد تحدث الأزمة بسبب فيضانات، انقطاع للتيار الكهربائي، تسربات للغاز، حوادث، وقد تحدث بسبب هجمات مصطنعة مثل الإرهاب، مؤامرات، مقاطعات وانزلاقات، وتحديث بوتيرة سريعة وتدخل فيها عدة عوامل، وتحتاج إلى اتخاذ قرارات تحت ضغوط شديدة وعدم يقين، وتلعب وسائل الإعلام دورا هاما لأنها تشكل وتقدم صورة الأزمة. (Recklam, 2008, p. 9) ويقترب مفهوم الأزمة من عدة مصطلحات مثل الطوارئ، الكوارث، الحرب، الصراع، وغيرها، وأقرب المفاهيم لها مفهوم الصراع، الذي يعرفه كل من "فولارين" و "وديز" بأنه عبارة عن تصادم بين مجموعتين أو أكثر، لأن لديها احتياجات متضادة (غير متطابقة) في الأفكار، المعتقدات، القيم، الأهداف، المواقف. ويمكن فهم الصراعات أيضا على أنها حالة من عدم التوافق أو الخلاف بين شخصين أو جماعتين، ويمكن أن تكون خفية، لكنها قد تصبح عنيفة، وتنشأ الصراعات عندما تدخل مجموعتين أو أكثر في صراع حول القيم والمطالبات بالمكانة والسلطة والموارد، حيث يهدف المتنازع إلى إلحاق الضرر بالخصم والتخلص منه (Eghonghon Uthebor, 2024, p. 5) ووفقا لباروس ميشيل فيرى أنه يمكن أن تنشأ الأزمة من صراع لم يحل بعد، ودون وساطة يتفاهم حتى يصل مرحلة الذروة والتفاهم (Bogui & Agbobli, 2021, p. 2)

### 3.2 الأزمة الأمنية

عبارة عن موقف أو حدث أو مجموعة أحداث تخل بالأمن والسلم الاجتماعي، حيث تتسارع الأحداث مما يهدد بتزايد الخسائر المادية والمعنوية الفعلية أو المحتملة، مما يستدعي استنفار كافة الأجهزة والسلطات، والجهود والإمكانات خصوصا المؤسسات السياسية والأجهزة الأمنية للسيطرة على الوضع، وانتهاء المشكلة في أسرع وقت، وبأقل التكاليف والخسائر (الشهراني، 2005، صفحة 25)

### 4.2 الأزمة الدولية

يرى "مايكل، س، لوند" Mikel s.lond بأنه يغلب على الأزمة الدولية الطابع العسكري بقوله "أنها مواجهة متوترة بين قوات مسلحة متعبة ومتأهبة، وقد تشبك مع بعضها في تهديدات ومناوشات على مستوى منخفض، ولكنها لم تستخدم أي قدر كبير من القوة العسكرية" (فايق بن طريف، 2017، صفحة 6). ويعرفها دين توم وزير الدفاع الهولندي بأنها المواجهة بين طرفين تسودهما علاقة متوترة تزداد حدة بمرور الزمن إلى الدرجة التي تؤدي إلى الصراع السياسي الكامن بين الدول التي يزداد فيها احتمالات اللجوء إلى استخدام القوة (كيوش التميمي، 2017، صفحة 101)

### 5.2 المعالجة الإعلامية للأزمات

تعرف على أنها " الخصائص التي يتصف بها التناول الإعلامي للأزمة شكليا وضمينيا، بهدف توصيف هذا التناول، والمعالجة تركز بالأساس على سؤال واحد مفاده كيف تعاملت المؤسسات الإعلامية مع المعلومات والبيانات المتعلقة بحدث معين، وكيف عالجت الآثار والتداعيات المترتبة على بث أو نشر تلك المعلومات. (فارق و بن طراد، 2023، صفحة 186).

### 3. علاقة الإعلام بالأزمات



تحظى دراسات الأزمات باهتمام متزايد في العصر الحالي، وبالرغم من أهمية دور الإعلام في إدارة الأزمات إلا أن علم إدارة الأزمات إعلاميا ما يزال اتجاها حديثا نسبيا، وقد أشارت العديد من الأدبيات في إدارة الأزمات سواء الداخلية أو الدولية إلى أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام أثناء وبعد الأزمات، بل إن هذه الأزمات تعتمد في إدارتها على وسائل الإعلام كأحد مكونات استراتيجية، هذه الدراسات تندرج ضمن ما يعرف بإعلام الأزمات.

فإعلام الأزمات جانب مهم في إدارة الأزمات، وشهدت سنوات الثمانينات ارتفاعا في عدد الدراسات في هذا المجال، وتطورت بشكل كبير ونجد أن 80 بالمائة منها في مجال إدارة الأزمات بعد سنة 1988 والتي تناولت الجوانب الاتصالية والإعلامية (المساعدة، 2012، صفحة 158) ويتجسد إعلام الأزمات في التغطيات الإعلامية الخاصة بالأزمات ذات الطابع السياسي والعسكري والأمني، منها الحروب والصراعات، والإرهاب، الاغتيالات...

### 1.3 دور وسائل الإعلام أثناء الأزمات السياسية والعسكرية

لوسائل الإعلام دور مهم في وقت الأزمات الأمنية والسياسية، ومنه ما هو إيجابي ومنه ما هو سلبي، ويمكن تلخيص هذه الأدوار فيما يلي:

#### أولا: الدور الإيجابي لوسائل الإعلام

يرى محمد عادل صادق أن دور الإعلام كأداة فعالة في إدارة الأزمة يتضح بشكل أكبر خلال الأزمات السياسية والعسكرية ويقل في الأزمات الاقتصادية والصناعية والبيئية والاجتماعية، نظرا لما تتسم به الأزمات السياسية من سرعة تطورها وشمولها على أطراف متعددة تختلف من حيث الأهداف والمصالح ووجهات النظر، مما يتطلب استخدام عدة وسائل وأدوات منها الإعلام الذي قد يصبح كأداة داخل الصراع، أما في الأزمات الأخرى فيقوم الإعلام بنقل المعلومات عن المنظمة ويعد ركن في مفهوم اتصالات الأزمة، بإعادة تشكيل صورة إيجابية للمؤسسة، وتوجيه الجمهور لاتباع سلوك معين. وتعمل وسائل الإعلام على تحقيق التوافق بين الأهداف الاستراتيجية والسياسية بما يضمن التوافق بين مفهوم الأمن القومي والحفاظ على الحريات المدنية، بحيث تخدم الاستراتيجية الإعلامية الاستراتيجية السياسية العسكرية، دون المساس بحق الرأي العام في الحصول على المعلومات (بداني و بلحسري، 2018، صفحة 241)

ويعمل الإعلام أيضا أثناء الأزمات على التخفيف من حدتها، وذلك بتزويد الجماهير بالحقائق، ووضع حد لانتشار الشائعات والأخبار الكاذبة، ذلك أن الحقائق الواضحة والصحيحة والدقيقة تعمل على تنوير الأفراد وتساهم بذلك في تشكيل رأي عام صحيح وواعي (بدريوسف، 2017، صفحة 162، 163) وفي بعض الحالات تتعرض وسائل الإعلام إلى تحجيم ومراقبة وتقليص نفوذها، فالأزمة تولد اهتمام وسائل الإعلام واهتمام الرأي العام، ويتم اللجوء إلى وسائل الإعلام للحصول على المعلومات والتحليلات والتعليقات، فينجم عن ذلك الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام والإقبال الكبير على استهلاكها، وهذا ما يجعل البعد الإعلامي لأية أزمة مهم ومحوري واستراتيجي (قيراط والميلادي، الإعلام والأزمات: فن التلاعب والتضليل والدعاية، 2016، صفحة 21، 22)

وحسب نظرية الاستخدامات والإشباع فإن الجمهور يستخدم الإعلام لسد خمسة أنواع من الحاجات، وهي: الإدراكية، العاطفية، الاندماجية، الاندماجية الإضافية، الهروب من الواقع. والإعلام في وقت الأزمات يؤدي في الأساس الحاجات الإدراكية



والاندماجية والهروب من الواقع. الحاجات الإدراكية يعني حاجة الناس في وقت الأزمات للتزود بالمعلومات، كذلك تحليل وتغيير أبعاد الحدث وتأثيره والمتوقع حدوثه مستقبلا، والحاجات العاطفية هي التي تحرك العاطفة والمشاعر لدى الجمهور والتعاطف مع الضحايا والمصابين وعائلاتهم، هناك أيضا الحاجات الاندماجية بمعنى أن المشاهدين بحاجة للشعور بالأمان والاستقرار لذلك يمرر الإعلام الكثير من الرسائل التي تغرس التعاطف القومي (يوسف م.، 2015، صفحة 151).

### ثانيا: الدور السلبي للإعلام في مواجهة الأزمات

إن الإعلام "سلاح ذو حدين" فمثلما هو قادر على احتواء الأزمات واعلام الجمهور وطمأنته وتعبئته وتوحيد صفوفه يمكن له أن يتسبب في نفس الوقت في الأزمات ويؤججها وينشر الفوضى ويروج للإشاعات، ويثير النزاعات الطائفية، ويدفع القوى المختلفة للصراع ومواجهة بعضها البعض. ويفسر هذا الدور السلبي بأن لكل مؤسسة إعلامية مشروع وأهداف حددتها القوى التي تملكها وتوجهها، وقد تكون هذه قاعدة تنطبق على وسائل الإعلام في أكثر الدول تقدما ومناداة بحرية التعبير (أبو دوح، 2014، صفحة 12، 13).

أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول.

### 2.3 مراحل التناول الإعلامي للأزمات

يؤكد الباحثون في الإعلام أن التناول الإعلامي للأزمات ينبغي أن يمر بثلاث مراحل يؤدي الإعلام دورا محددا في كل مرحلة.

- مرحلة نشر المعلومات: وتكون هذه المرحلة في بداية الأزمة ليواكب الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف من الأزمة ذاتها واثارها وأبعادها المختلفة.
- مرحلة تفسير المعلومات: تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأسباب أخرى، وفي هذه المرحلة تبرز أهمية تحليلات وأراء الخبراء ومواقف المسؤولين وصانعي القرار تجاه الأزمة.
- المرحلة الوقائية: وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل معها بل يتخطى ذلك إلى التعامل مع طرق الوقاية وتعريفها للجماهير للتعامل مع أزمات مشابهة قد تحدث في المستقبل (عبد الرحيم، 2013، صفحة 11)

### 3.3 أنواع المعالجات الإعلامية للأزمات

يمكن أن نميز بين نوعين أساسيين من المعالجة الإعلامية للأزمات وهما:

- المعالجة المثيرة: تستخدم التهويل والمعالجة السطحية، وينتهي اهتمامها بالأزمة بانتهاء الحدث، وهي معالجة مبتورة تؤدي إلى التضليل وإلى تشويه وعي الجمهور، وتعتبر هذه المعالجة استجابة لما تفرضه اعتبارات السلطة في بعض الأنظمة أو احتياجات السوق الإعلامية، التي تقوم على أساس التركيز على الوظائف التسويقية للإعلام دون النظر إلى الوظائف التربوية أو التثقيفية.



- **المعالجة المتكاملة:** تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة (مواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياق، التطورات، الأفاق)، وتتسم بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة، التي تحترم موضوعها ومتلقيها، وتستخدم من أجل تحقيق ذلك أحد الأسلوبين التاليين: النمط العقلي: الذي يقوم على أساس تقديم المعلومات الصحيحة والموثقة. النمط النقدي: الذي يقوم على أساس تقديم معلومات مع اشراك الجمهور المتلقي، والانطلاق من المستوى الواقعي لوعي الجماهير، وربط المعالجة بمصالح واهتمامات الجماهير.

وتهدف هذه التغطية المتكاملة إلى تكوين موقف متكامل ووعي عميق بالأزمة من خلال المعرفة العلمية السليمة لمعطيات الأزمة، ولذلك يحاول هذا النوع من التغطية إعطاء صورة كاملة والوضوح والاتساق والشمول لمختلف جوانب الأزمة، وتقديم تاريخ وسياق الأزمة، وكذلك تقديم افاق تطورها. وهي تراعي في ذلك كل المستويات المختلفة للجمهور والاعتماد على كوادرات إعلامية مؤهلة ومعروفة، والتركيز على الأبعاد المحلية للأزمة، كما تتجنب المخاطر المتمثلة في أحادية النظرة إلى الأزمة والاقتصار على التغطية الجزئية، والاهتمام بالأبعاد الخارجية وإهمال المحلية أو العكس (خضور، 1999، صفحة 72، 73).

وهناك بعض الباحثين من قدم أنواع أخرى للمعالجة الإعلامية للأزمات، حيث نجد:

- معالجة تعتمد على معلومات واقعية من مصادر رسمية، وتكون ذات علاقة مع أطراف الأزمة ونجدها خاصة في التغطية المبدئية لأخبار الحدث.

- معالجة الإثارة: معالجة تعتمد على التحذير، التهديد، التحريض، غضب، إثارة، وتعتمد على أخبار منشورة، ونجدها خاصة في أخبار الصراعات، وتعمل على إثارة ردود فعل عاطفية، وتستخدم عناصر درامية لجذب الجماهير.

- معالجة القصة الخبرية الإنسانية: تركز على استخدام الرمزية، بالاعتماد على الأفراد بصفتهم أبطال أو أشرار، ضحايا أو مجرمين مثل: أحداث العنف والإرهاب. وتعتمد في ذلك على محللين سياسيين وشخصيات مقربة، وتقدم تحليل يوافق قضايا العنف والإرهاب، وتدين الأطراف المحيطة بالجهة، وتعتمد على الصور المرافقة، والتقارير لإضفاء المصداقية والإثبات (الشجيري، البناء الإعلامي للأزمات: إشكاليات العرض والتناول، 2018، صفحة 252).

#### 4.3 أهمية الصورة الإخبارية في القنوات التلفزيونية

تمثل الصورة مجموع الرموز البصرية والأشكال والألوان والحركات التي تحمل معاني ودلالات. أما الصورة الإعلامية وفي المقام الأول الصورة الإخبارية أو الخبرية يجزم الباحثون أنها اللقطة الثابتة والمعبرة عن حالة أو حدث ما، وهي أيضا تلك الصورة التي تعبر عن قضية يهتم بها الجمهور وتعبر عن موقف، فهي تتنوع بين الصورة الثابتة والخطاب البصري والصورة الحية المرتبطة بالأحداث المحلية والدولية. ويتجلى هذا في الصورة الإعلامية الخبرية التلفزيونية، فهي صناعة تامة مشبعة ومشحونة بالرسائل الموجهة والقيم، وعليه فإن التقنيات والأجهزة الإلكترونية تدفع بالمتصور والمصور إلى الظهور وإحداث نوع من التأثير على المتلقي (يعقيل و بن جيلالي، 2021، صفحة 393، 394).

تطورت الصورة التلفزيونية مع تطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتقنياتها، وأصبحت ذات ألوان واضحة وذات تأثير بليغ، لهذا فتستخدم في العصر الحديث أثناء الأزمات نظرا لما تحمل من معاني ظاهرة وخفية. يقول رولان بارت: "لقد عطلت الصورة لغة



الكلام"، فهناك علاقة وثيقة بين الصورة والأحداث، فالصورة واقع مؤثر متجانس في جذب الإستجابة وتحقيق الإشباع، وتقدم الصورة تعبيراً إيجابياً أو سلبياً وفق درجة وضوحها، درأتها، محتواها، ولهذا فيمكن أن تكون واقعية وأصدق للتعبير من الكلام وتفوقه أحيانا، فتبقى الكلمات عاجزة أمامها، وتقاس العلاقة بين الصورة والنص الخبري من خلال مستويين:

-المستوى الأول: يتناول الرصد الواقعي للحدث من خلال رصد المادة المصورة لما يجري من أحداث ونقله بشكل مباشر.

-المستوى الثاني: مستوى وظيفي للصورة تعرض الصورة المتحركة العناصر المختلفة للحدث في تتابعها وحركاتها في إطار سياق معرفي يضيف معاني على هذه العناصر في تتابعها مما يساعد على نقل المعاني بالدلالات الخاصة (الشجيري، البناء الإعلامي للأزمات: إشكاليات العرض والتناول، 2018، صفحة 317)

سعت الجيوش الغربية منذ حرب الفيتنام إلى فرض رقابتها على الصور الإخبارية بتجنب إظهارها للموتى بما في ذلك ضحايا العدو، إن التطور الأخير في إدارة وسائل الإعلام للحروب هو إثبات أن الحرب لا تتسبب في سقوط عدد قليل من الضحايا في صفوفها فحسب، بل أيضا بين الأعداء، فمن خلال حرب الخليج عام 1991 لم يتم إخفاء العنف بالكامل بل تم التلاعب به وتمثيله وتجميله من خلال العدسة التلفزيونية والصحفية، وكانت صور الدمار الوحيدة التي تم بثها هي التي كانت لطائرات الحلفاء وهي ترسل صواريخ في أقرب سنتمتر على "هدف استراتيجي". وهذا يعني من المنطق ألا يكون هناك مدنيين. (Mercier, 2005, pp. 238, 239)

فكانت فوائد الصور المتحركة في نشر الإيديولوجيات وتشكيل عامة الناس في المقام الأول، فالصور الفوتوغرافية أو مقاطع الفيديو التي يتم تصويرها يمكن أن يتم تحريرها بطرق مختلفة تعطي المشاهد انطبعا تلقائيا بأن الرؤية هي التصديق ويمكن استخدام الخصائص الجمالية للصور المرئية لإلهام المشاهد وتجميل الواقع، ويمكنك تقديم الخيال على أنه حقيقة، مما يمنحه مظهرا يشبه الفيلم الوثائقي، لهذا حاولت القوات العسكرية الغربية منذ حرب فيتنام السيطرة على صور الأخبار بهدف إضفاء طابع مخفف على العنف (damaris & anita, the media, war and conflict: how the adversely affect rather foster resolution, 2022, p. 216)

### 5.3 خصائص المعالجة الإعلامية الموضوعية

تتسم المعالجة الإعلامية الموضوعية بمجموعة من الخصائص من أهمها:

-الموضوعية: تعني القيمة التحررية في التعامل مع الحدث بالوقوف بمسافة واحدة، وعدم التحريف والتشويه في استخدام المعلومة، وكذلك الابتعاد عن التقطيع للصورة المنتقاة من الحدث والخروج به بعيدا عن سياق الحدث من عناصر الموضوعية عدم إطلاق الأحكام الذاتية والرأي الشخصي، ما يعني نقل الخبر بتفاصيله كما هو خالي من أية آراء وأحكام.

-التوازن الخبري: توازن في طرح وجهات النظر المختلفة بشأن القضية المطروحة، لا يتم التركيز على سبب أو جانب معين للقضية بل استعراض الأسباب والجوانب المختلفة وعدم استخدام مفردات تعبر عن أقصى درجات التأييد، المعارضة.

-الحيادية: غير منحاز "التناول الغير المنحاز للموضوعات الإخبارية من وقائع وأحداث بشكل يتيح لها تغطية متساوية والحياد يفترض بقاء ميول المحرر بين الشخصية خارجة النص بدلا من التدخل والمشاركة.



-الدقة وبناء المصداقية: الدقة تعني سرد الخبر أو الرواية كما جرت دون تشويه بالحذف أو الإضافة أو التحريف وتعني الدقة نقل المعلومات والأرقام بشكل صحيح وعدم الخطأ الذي سوف يظهر في المعالجة، أما مصداقية التناول Credibility يجب أن تشمل على ثلاثة عناصر أساسية لقياسها الدقة، الوضوح، شمولية الرسالة لكافة عناصر الموضوع ووجهات النظر إلى جانب ذكر مصدر الخبر، تحديد الاقتباسات بدقة.

- الأسلوب واللغة: يجب أن تكون اللغة بسيطة، واضحة موجزة لتقريب المعنى للمشاهد (علي النور و عبد المجيد علاوي، 2021، صفحة 86، 87، 88).

### 6.3 الأساليب غير الموضوعية أثناء المعالجة الإعلامية للأزمات

أظهرت المعالجات الإعلامية في القنوات التلفزيونية خاصة الغربية والأمريكية استخداما لعدة أساليب في معالجتها لمختلف الأزمات التي وقعت في مختلف ربوع العالم، ومن أهمها نذكر:

-التحيز الإعلامي: يعرف "هاكيتس" التحيز الإعلامي على أنه: قيام الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية بوضع رأي ذاتي داخل ما يعتبر أنه تقرير يقوم على الحقائق، ويتضمن التحيز سمتين أساسيتين أولهما نقص التوازن بين وجهات النظر المتعارضة في تغطية وسائل الإعلام، وثانيها التي يعمل بها لطرف معين (الفلاح الضالعين، عودة الشمالية، اللحام، وكافي، 2015، صفحة 174).

والتحيز يعني انعدام الحياد والموضوعية والعدل والنزاهة بين طرفين تجمعهما قوة المنافسة أو الصراع، وتفرقهما فجوة الاختلاف حول قضية، أن تتحيز وسائل الإعلام للوضع الراهن ضد التغيير، أو للتغيير ضد الراهن، أو لحزب سياسي ضد أحزاب أو اتجاهات سياسية أخرى، أو للسلطة ضد قوى المعارضة أو لجماعة إثنية ضد أخرى. (الشجيري، التحيز الإدراكي للتناول الإعلامي وعلاقته بمنظومة القيم المهنية، 2018، صفحة 59، 60).

ويعني كذلك "إظهار الأشياء من وجهة نظر واحدة One point of view وقد يكون صريحا ومباشرا Outright ، أو ضمنا Implied، ويظهر في صورة انتقاء وقائع وتفاصيل بعينها والتركيز عليها دون غيرها، واختيار كلمات محددة واستخدامها في الصياغة، وعرض الحقائق وفق تسلسل معين فضلا عن المساحة الممنوحة للأراء المتعارضة، ويرتبط التحيز بمفهوم الإثارة Sensationalism الذي يظهر عندما يتم تشويه الحقائق أو المبالغة في عرضها للتأكيد على حالة الصراع في قضية أو حدث وإبرازها، تظهر الإثارة أيضا عند تقديم الأخبار بأسلوب عاطفي بدلا من عرضها بموضوعية، وتلجأ الصحف للإثارة التي توطنها في صدر الصفحة الأولى لبيع المزيد من النسخ (عاطف عبد العظيم، 2019، صفحة 18، 19).

- الدعاية: يعرفها قاموس إيفرون الموسوعي: "بأنها الاستخدام الممنهج لأي وسيلة اتصال للتأثير على عقل وأحاسيس فئة من الناس لهدف محدد له أهمية اجتماعية". حيث تم تفسير الدعاية في الأدبيات الاشتراكية الديمقراطية بداية القرن العشرين "كنقل لمجموعة من الأفكار"، وبدأت الدعاية مع ألمانيا النازية في الثلاثينات من القرن 20، ثم طورتها الولايات المتحدة الأمريكية في الحرب الباردة، وظهرت في وسائل الإعلام خاصة بعد انهيار الاتحاد السوفياتي، وربطها المنظر الأمريكي في مجال الدعاية "مايكل شوكتس" مباشرة بالكذب والتلاعب المقصود بالوعي وتعني النشر الموجه للتصرفات المزيفة عن قصد بهدف تحريض الناس على القيام بأفعال تلي الأهداف المقررة مسبقا من جهات معينة هذه الدعاية جوهرها التلاعب بالوعي بإجراءات ثلاثة هادفة:



• ادخال محتويات مرجوة غير واضحة إلى الوعي تحت ستار المعلومات الموضوعية،

• التأثير على نقاط الضعف في الوعي الاجتماعي، التي تثير الرعب والقلق والكره

• تنفيذ خطط وأهداف خفية يرتبط تحقيقها بمساندة الرأي العام لها

(الشحف، 2015، صفحة 8، 9، 10، 11).

- التضليل الإعلامي: يقصد به معلومات كاذبة مقصودة، والكشف عن تسريب المعلومات وإعادة توجيه تسريبها، وتوجيه عملية التلاعب بالوعي والتحكم فيه عن طريق تقديم معلومات ناقصة، أو كاملة لكن غير مفيدة وتحريف جزء منها، وهدف هذا التأثير أن يتخذ الهدف الموجه ضده التضليل القرار المناسب للجهة المضللة، أو رفض اتخاذ القرار المفيد للهدف نفسه.

-الحرب النفسية: تكمن خطورة الإعلام في أوقات الحروب والأزمات أن الحروب لا تنتهي عندما تتوقف أصوات المدافع وطلقات الرصاص، لأن هناك حربا نفسية هي حرب الكلمات Words war التي تغذيها وسائل الإعلام وتستمر في تحقيق الاستراتيجية التي كانت تستهدفها الحرب العسكرية، وقد دعم ذلك الاتجاه تحول الأخبار إلى صناعة تستهدف الربح نتيجة ظهور مبدأ خصخصة وتخصص وسائل الإعلام على نطاق واسع، وظهور القنوات العالمية التابعة للشركات متعددة الجنسيات التي تقدم الأخبار على مدار الساعة Global Around the clock tv news network، وأصبحت تنقل الأحداث في الحروب وقت وقوعها Real time war بالإضافة إلى تحول الحروب إلى مضمون درامي رائع، حيث أنتجت هوليوود العديد من الأفلام الحربية ذات التمويل الضخم التي تركز على قوة وذكاء الجندي الأمريكي وهيمنة النظام الأمريكي على العالم، ولم تقتصر حرب الكلمات على المضامين الدرامية بل تمتد إلى النشرات الإخبارية حيث هناك فروقا واضحة بين الحرب التي ينقلها التلفزيون television war والحرب الفعلية Real War، فالجرب التي ينقلها التلفزيون حرب نظيفة، تستخدم التكنولوجيا الحديثة High-Tech War، يتم انتقاء الصور فيها بعناية لخدمة الإيديولوجية الغربية التي تدعمها وسائل الإعلام، بينما لا يظهر الوجه القبيح للحرب الذي تعلو فيه أصوات القنابل ورائحة الدم (العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، 2007، صفحة 119، 120، 121).

#### 4. قراءة في بعض النماذج عن المعالجة الإعلامية لبعض الأزمات الدولية

تتميز المعالجة الإعلامية أثناء الأزمات والحروب عادة بالتحيز خاصة عندما تكون التغطية خاصة بأزمة تمس بلد أو مؤسسات كبرى، فغالبا ما تكون وسائل الإعلام مساندة لوجهة نظر دولهم أو الدول التي تتقاسم معها المصالح، حيث تعمل على الدفاع عن سياساتها واستراتيجيتها حتى وإن كانت هذه الأخيرة خاطئة، وهذا يحدث ليس فقط في الدول ذات الأنظمة الشمولية وإنما حتى في الدول الديمقراطية وهذا راجع للرقابة والضغط الذي يفرض على وسائل الإعلام خاصة في وقت الأزمات، حيث صناع القرار السياسي والاقتصادي في توجيه وسائل الاعلام محليا ودوليا، وتوجد أمثلة كثيرة على ذلك، وسنتطرق في هذا الجزء إلى بعض الأمثلة المرتبطة خاصة بالمعالجة الإعلامية الأمريكية أثناء بعض الأزمات الدولية التي عرفها العالم.

##### 1.4 حرب الخليج الثانية

تعد التغطية لحرب الخليج الثانية أول تغطية على مستوى متميز لصراع أو لحرب يتم نقلها عبر شاشات التلفزيون، وسعت إلى قتل معنويات المقاتل العراقي، وكسب تأييد الجمهور الأمريكي، حيث ظهر استعداد أمريكي في المجالين العسكري والإعلامي بقدر متساوي.



وقد فرضت القوات الأمريكية شبه احتكار إعلامي أمريكي لتحركات القوات العسكرية الأمريكية انطلاقاً من أن الإعلام أداة دعائية مؤثرة في الحرب. ولقد خلقت الحرب لأول مرة نجماً إعلامياً بارزاً وهو "بيتر أرنيث" وهو الإعلامي الأمريكي الذي قام بتغطية الحرب لصالح شبكة CNN التي استغلت علاقاتها الطيبة مع حكومات دول الشرق الأوسط في الحصول على تصاريح للبث الحي من المواقع الساخنة بشكل شبه حصري على مدار اليوم. وبرزت في المعالجة الإعلامية الأمريكية في حرب الخليج الثانية حيث فقدت وسائل الاتصال الأمريكية خلال هذه الحرب دورها الديمقراطي في التعبير عن كافة الاتجاهات في المجتمع، كما أنها تخلت عن وظيفتها في إدارة مناقشة حرة في المجتمع بين الاتجاهات المختلفة وتجلت التحيز اللغوي Linguistic Bias في أعلى درجاته من خلال الألفاظ المستخدمة في وف الحرب (العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، 2007، صفحة 123).

#### 2.4 حرب الخليج الثالثة (حرب العراق 2003).

غزت الولايات المتحدة العراق على أساس فشلها في دفع التعويضات للكويت والإعلان عن تدمير أسلحة الدمار الشامل الخاصة بها. كانت حرب الخليج الثانية (2003-2011) حرباً عبر مرحلتين، وتمثلت المرحلة الأولى في الهجوم وهزيمة الجيش العراقي، والمرحلة الثانية التي كانت أطول بكثير تضمنت احتلال الجيش الأمريكي في العراق، واستمرت تسع سنوات كاملة. وقد ساهمت وسائل الإعلام الأمريكية خاصة في التضليل الإعلامي بشكل كبير وعدم تغطية الغزو بموضوعية.

خصصت وسائل الإعلام الأمريكية والبريطانية لحرب العراق الكثير من الوقت والمساحة وقد ساهمت في تشكيل وإعادة إنتاج ونشر وجهة النظر حول الحرب بما يتناسب مع أجندة الولايات المتحدة وبريطانيا. ويمكن أن نطلق على استخدام الدعاية اسم الدبلوماسية العامة، وهو ما ظهر في تغطية حرب العراق، والتي لم تبرز إلى السطح إلا بعد الاحتلال الطويل للقوات الأمريكية. وتستلزم الدبلوماسية العامة التواصل من جانب واحد وتستخدم في الغالب في المواجهات الدولية حيث تسعى الحكومات إلى خلق صور إيجابية عن دولها، وتظهر إحدى الدراسات أن وسائل الإعلام الجماهيرية لم تغطي الأسباب الرئيسية للحرب على العراق بشكل كاف، وتثير هذه الدراسة قضية العنصرية واستهداف المجتمع الإسلامي في شكل عمل ساخر يهدف إلى الربح، وقد تبين أن المراسلين الذين يغطون الحرب في العراق ملزمون بموجب القانون بالتوقيع على مجموعة من القيود المفروضة على تقاريرهم، ويكتب "كيلنر": "لقد كان من الواضح أن المراسلين المرافقين كانوا بالفعل في الفراش مع مرافقهم العسكريين منذ البداية. (damaris & anita, the media, war and conflict: how the adversely affect rather foster resolution, 2022, p. 216)

واتسمت المعالجة الإعلامية الأمريكية في حرب الخليج الثالثة بعدة آليات منها: فرض الرقابة على وسائل الإعلام وتجنيد الصحفيين والحاقهم بالوحدات العسكرية الأمريكية تحت مظلة البانتاغون embedded journalists والتحكم في كل ما يبث ويرسل، واستعملت الإيجاز الصحفي Press Briefing (أربعة إجازات في اليوم: الأول في البنتاغون، الثاني في البيت الأبيض، والثالث في وزارة الخارجية، والرابع في المركز الإعلامي بالقاعدة العسكرية الأمريكية بالسيلية في قطر) بهدف تقديم انتصارات القوات الأمريكية في الحرب والرد على الحرب النفسية والحملة المعادية الموجهة ضدها، وتميزت أيضاً بمبدأ المواطنة Patriotism والانحياز لمبدأ الدفاع عن المصالح القومية والأمن القومي، وتخلت عن وظيفة الاستقصاء والمراقبة والمساءلة ودور كلب الحراسة والكشف عن الحقائق ومبدأ الموضوعية والحرفية والحياد وانحازت للبنتاغون، الذي تحول لوزارة إعلام يتحكم في التغطية الإعلامية للحرب،



ما يفسر انحياز الإعلام الأمريكي في هذه الحرب للقوى العسكرية والسياسية والمالية التي كانت وراء الحرب . (قيراط و الميلادي، الإعلام والأزمات: فن التلاعب والتضليل والدعاية، 2016، صفحة 19)

هذا ما يوضح أن الإعلام الأمريكي لعب دورا سلبيا في هذه الحرب، فبدل أن يتناول الحرب بكل موضوعية فقد كان منحازا للبنتاغون، ولم يكن سوى مجرد أداة في يد القوة العسكرية والسياسية في الولايات المتحدة الأمريكية، ووسيلة لتمرير السياسة الأمريكية. وبالتالي، فقد رضخ للقيود المفروضة عليه، وحاول الإعلام الأمريكي استمالة حتى الرأي العالمي من خلال كسب تأييده ومشروعية الحرب، محاولا إبراز الحرب وكأنها وسيلة لفرض الاستقرار والقضاء على الفساد (قيراط و الميلادي، الإعلام والأزمات: فن التلاعب والتضليل والدعاية، 2016، صفحة 23، 24).

#### 3.4 الغزو الروسي على أوكرانيا (فيفري 2022)

بدأت الأزمة الروسية الأوكرانية فعليا عندما حيث وقع الرئيس "فلاديمير بوتين" في 21 فيفري 2022 على قانون الاعتراف بجمهورية "دونيتسك" وجمهورية "لوغانسك" الشعبيتين، كما أرسلت قواتها لحصر مدن بأكملها وتدمير البنية التحتية الحيوية، مع النية المعلنة لتغيير الحكومة القائمة ونزع السلاح (Mouluchki, 2022, p. 2) وفي يوم 24 فبراير 2022، وفي خطاب ألقاه في الصباح الباكر على التلفزيون الروسي الرسمي أعلن الرئيس "بوتين" أن القوات الروسية ستنفذ "عملية عسكرية خاصة" في أوكرانيا ما دفع بالرئيس الأوكراني "زيلينسكي" لفرض الأحكام العرفية وغلق المجال الجوي للأوكرانيا (Walker, 2023, p. 40)

في هذه الحرب قام المراسلون والصحافيون الغربيون في القنوات التلفزيونية في كثير من الأحيان بتغطية الصراع في خطوط المواجهة لتقديم المعلومات من قلب الحدث لتحقيق الإثارة، لما تكتسبها هذه الأخيرة من أهمية بالغة فهي وسيلة لبيع المنتجات، ففي التقارير الإعلامية عن حدث ما تكون الإثارة هي التركيز على الدعاية على حساب الاعتدال، وهي محاولة متعمدة من طرف وسائل الإعلام لاستقطاب الجمهور من خلال تجميل الأخبار بغرض المبالغة فيما حدث. كما تتأثر أيضا التقارير الإعلامية بالإيديولوجية والدعاية بشكل عام، فبيلاروسيا الحليفة الموالية لروسيا في الصراع الروسي الأوكراني لا تنشر تقارير إعلامية سلبية عن روسيا، ووفقا لمعهد تقارير الحرب والسلام فإن الخبراء في بيلاروسيا يرون أن وسائل الإعلام في البلاد تساند بشكل متزايد حرب الدعاية التي تشنها موسكو.

استخدمت روسيا بيلاروسيا كنقطة انطلاق وشريك رئيسي لغزوها على أوكرانيا على الرغم من التصريحات المتكررة للرئيس البيلاروسي "ألكسندر لوكاشينكو" بأن قواته لن تشارك في الصراع بين روسيا وأوكرانيا. ويلاحظ المراقبون خلطا متعمدا بين الخيال والحقائق التاريخية في الدعاية الإعلامية الحكومية التي يتعرض لها كل من الروس والبيلاروسيين، حيث تركز وسائل الإعلام الروسية والبيلاروسية على شعارات حول أهمية إنشاء ما يسمى "العالم الروسي"، والذي ينادي إلى استعادة النفوذ الروسي إلى حدود إمبراطوريتها التاريخية والاتحاد السوفياتي سابقا، وقد تبنت إدارة بوتين هذا المفهوم لتبرير غزو أوكرانيا (Damaris Kemunto & Kiamba, 2022, p. 216)



اعتمدت التغطية الإعلامية العربية لبعض وسائل الإعلام العربية في سوريا ولبنان والعراق والسودان طرح لم تغيره منذ البداية يتمثل في أن كل ما يحصل في أوكرانيا هو محاولة غربية من طرف حلف الناتو ضد روسيا بهدف تهديد أمنها القومي وتهديد أراضيها التي قرر الرئيس الروسي الاعتراف بها، لحد وصل الأمر إلى قول بعض الوسائل الإعلامية إن "العملية العسكرية الروسية في إقليم دونباس جاءت بسبب قصف القوات الأوكرانية المتكرر على الإقليم"، وجاءت التغطية الإعلامية مكثفة من خلال نشر أكبر قدر ممكن من المحتوى الإخباري للتأثير على جمهورها المستهدف، ما جعلها تقدم تغطية خاصة ومفتوحة في قنواتها تحت تسمية حددت اتجاهات التغطية، بتسمية ما يحصل في أوكرانيا "عملية عسكرية خاصة" في تعبير يتماشى مع التسمية المعتمدة من الهيئة الناظمة للإتصالات في روسيا، وحذف مصطلحات "الغزو"، "الهجوم"، "إعلان الحرب" (حسين، وآخرون، 2022، صفحة 12).

وكان الاهتمام الاعلامي بالأزمة الأوكرانية أقل في البلدان العربية الواقعة في شمال إفريقيا مقارنة بالإعلام في منطقتي المشرق والخليج العربي، ويعد البعد الجغرافي من أوكرانيا، وتفاقم الأزمات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية الداخلية من أهم أسباب انخفاض مستوى تفاعل وسائل الإعلام العربية في منطقة شمال إفريقيا مع اجتياح روسيا لأوكرانيا، ومن ثم جاءت التغطية الإعلامية بتفرعاتها التقليدية المرئية والمقروءة لتعكس الواقع الذي ينفرد به السياق العربي في شمال إفريقيا (قاسم و آخرون، 2022، صفحة 5).

#### خاتمة:

من كل ما سبق ذكره يمكن القول أن الإعلام يلعب دور فعالا وبارزا في معالجته لمختلف الأزمات خاصة السياسية والأمنية منها، لما تتميز به هذه الأزمات من خطورة وتأثيرات كبيرة على الاستقرار والأمن الدولي، فيجد الإعلام الأزمات مادة خصبة له بتتبع مجرياتها ورصد جميع الأخبار والمستجدات المرتبطة بها وإيصالها للجمهور. وأثناء التغطيات الإعلامية للأزمات خاصة في القنوات التلفزيونية فإن المعالجة الإعلامية تتأثر بعدة عوامل منها داخلية مرتبطة بالسياسية الإعلامية للمؤسسة، وخارجية مرتبطة بطبيعة النظام السياسي والقانوني المرتبط بالدولة وعلاقاتها الدولية، ما قد يجعل القنوات التلفزيونية تقع في فخ الانحياز لطرف على حساب طرف آخر أو التضليل الإعلامي وممارسة الدعاية والحرب النفسية. وبالتالي، فإن الموضوعية صعبة التحقيق حتى في الدول الديمقراطية التي تنادي بحرية الإعلام والصحافة. وعلى الرغم من أن الإعلام قد يلعب دورا إيجابيا ويساهم في تسليط الضوء على عدة قضايا وأزمات خفية، ويقدم المعلومات التي يحتاجها الجمهور لتكوين الرأي العام، ويساعد في حل بعض الأزمات والتخفيف من وطأتها، إلا أنه قد يلعب دورا سلبيا بالعمل على تأجيحها، فهو سلاح ذو حدين وليس بريئا، لهذا تبقى الموضوعية نسبية وقت الأزمات السياسية والأمنية.



## قائمة المراجع:

### أولاً: المراجع باللغة العربية:

- مقدمة (Éd.), دوح ك. خ. Dans. تعزيز دور وسائل الإعلام في بناء القدرات المؤسسية في مجال الإغاثة الفورية. (2014). ك. خ. أبو دوح القاهرة. "اليونسكو" في الدورة التدريبية التي عقدتها اللجنة الوطنية المصرية للتربية والعلوم والثقافة
- مجلة تطوير العلوم الاجتماعية. معالجة وسائل الإعلام للأزمات الاقتصادية، دراسة في الأسس والمقومات. (2018). ف. أعراب 11(1).
- صناعة الأخبار الإذاعية والتلفزيونية بين إشكاليات الترجمة المصطلحات واختلاف المدارس الإعلامية. (2020). ه. إ. الدليمي الحمادي دار غيداء للنشر والتوزيع: الأردن، عمان
- دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية. (éd. 01) إشكاليات العرض والتناول: البناء الإعلامي للأزمات. (2018). س. الشجيري دار الكتاب الجامعي للنشر: اللبنانية
- (2018) 27، المجلة الجزائرية للإتصال. التحيز الإدراكي للتناول الإعلامي وعلاقته بمنظومة القيم المهنية. (2018). س. الشجيري
- دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة: دمشق. (1. éd.) (الأساليب والطرق) الدعاية والتضليل الإعلامي. (2015). ح. ف. الشحف
- جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: الرياض. (éd. 01) إدارة عمليات الأزمات الأمنية. (2005). ب. س. الشهراني
- دار الفكر العربي: مدينة نصر، القاهرة. (éd. 01) صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي. (2007). ع. ن. العبد
- دار الإعصار: الأردن، عمان. (1. éd.) الإعلام وإدارة الأزمات. (2015). ي. م. كافي & ع. م. اللحام، م. عودة الشمالية، ع. الفلاح الضلاعين العلمي للنشر والتوزيع
- دار الثقافة للنشر والتوزيع: الأردن، عمان. (1. éd.) (العمليات-المفاهيم-المدخل) إدارة الأزمات. (2012). ع. م. المساعدة



- (7)2، مجلة الرسالة للبحوث والدراسات الإنسانية. الإعلام وإدارة الأزمات. (2018). ب. بلحضري & ن. أ. بداني.
- دار: الإمارات العربية المتحدة، العين، الإمارات العربية المتحدة. الأسس النظرية والتطبيقية: التخطيط الإعلامي. (2017). ل. بدر يوسف. الكتاب الجامعي.
- أزمة أكرانيا كيف ينظر إليها العرب؟ ولماذا تباينت. (2022). بي. نصار & م. حمشي & م. أبو عامر & ع. البصري & إ. محارمة & ق. أ. حسين. المركز العربي: الظغين، قطر. وحدة الدراسات السياسية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات العربية. مواقفهم منها؟ للأبحاث والدراسات.
- من منشورات الجامعة: الجمهورية العربية السورية، الجمهورية العربية السورية. العلاقات العامة والأزمات. (2020). ب. حلاق. الافتراضية السورية.
- أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية: الرياض. (éd. 01) الإعلام والأزمات. (1999). أ. خضور.
- دار جريب للنشر والتوزيع: الأردن، عمان. (éd. 01) قضايا إعلامية من منظور عولمي. (2016). ع. م. زرمان.
- العربي للنشر والتوزيع: القاهرة. (1) éd. نماط التحيز في المعالجة الخبرية. (2019). ر. عاطف عبد العظيم.
- مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع: القاهرة. (1) éd. الإعلام وإدارة الأزمات. (2013). ص. عبد الرحيم.
- عمان. (éd. 01) الحقيقة الضائعة... التغطية الإخبارية للثورات العربية الربيع العربي. (2021). ش. عبد المجيد علاوي & ح. على نور. دار كفاءة المعرفة للنشر والتوزيع: الأردن.
- المعالجة الإعلامية للأزمة الروسية الأوكرانية بقناة الجزيرة الإخبارية، دراسة تحليلية لبرنامج ماوراء. (2023). و. بن طراد & س. فارق. (1)27 مجلد، مجلة المعيار. الواقع.
- دراسة 1990-2003 الأزمة الدولية وطرائق إدارتها دراسة تحليلية لأزمة العلاقات الأمريكية العراقية. (2017). ص. م. فايق بن طريف. جامعة الشرق الأوسط. حالة.
- الكويت، الإمارات العربية المتحدة، (1) éd. فن التلاعب والتضليل والدعاية: الإعلام والأزمات. (2016). ن. الميلادي & م. قيراط. مكتبة الفلاح وحنين للنشر والتوزيع: المملكة الأردنية الهاشمية، مصر.
- دار أمجد للنشر: المملكة الأردنية الهاشمية. (1) éd. استراتيجيات العلاقات العامة في إدارة الأزمات. (2017). ك. خ. كيوش التميمي. والتوزيع.



المعالجة الإعلامية للحراك الشعبي الجزائري عبر قناة فرانس، دراسة تحليلية لبرنامج النقاش. (أكتوبر 2021). ه. عزوز & ف. مسممة. *المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات*, 04(04).

الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع: القاهرة. (01. éd.) *الإعلام ومعالجة الأزمات*. (2005). ع. ح. مكاوي.

مجلة أفاق سينمائية. وظيفة ودلالة الصورة الإخبارية في القنوات التلفزيونية. (2021). ع. م. بن جيلالي & ك. يعقيل. *08(03)*.

مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع: القاهرة. (01. éd.) *المشكلات الإعلامية المعاصرة*. (2015). خ. م. يوسف.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

Bogui, j. j., & Agbobli, c. (2021, 7 4). L'information en périodes de conflits ou de crises: des médias de mass aux médias sociaux numeriques. *communication ,technologies et développement*.

Damaris Kemunto, N., & Kiamba, A. (2022, november). the media, war and conflicts: haw the adversely affect conflict rather than foster resolution. *International journal of research and innovation in social science (IJRISS)*, 6(11).

Eghonghon Uthebor, k. (2024). conflicts and dilemma of media intervention: an educational information managment perspective. *journal of infrastructure policy and development*, 8(5).

Mercier, A. (2005). Quelle place pour les medias en temps de guerre. *revue internationale de croix-rouge*, 87.

Mouluchki, M. (2022, Mars). La guerre entre la Russie et l'Ukraine: un tournant et un coup fatal pour le multilateralisme. *policy center for the new south think -stimulate-bridge*.

Recklam, j. (2008, 2). *Crisis communication handbook*. Trycheri, Huskvarna: Swedich Emergency Managment Agency (SEMA), NRS Trykeri.

Walker, N. (2023, 02 24). research briefing, conflict in Ukraine: Atimeline (2014-prsent). *House of l commons library*.