

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د / سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د / إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

(عدد خاص) العدد الثامن والستون - الجزء الثاني - ربيع الأول ١٤٤٥هـ - أكتوبر ٢٠٢٣ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- ٧٦٩ دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية  
أ.د/ محمد سعد أبو عامود
- ٨٠٣ آليات تفعيل المؤسسات الحكومية لوسائل التواصل الاجتماعي في  
مواجهة وإدارة الأزمات «دراسة كيفية» د/ أحمد محمد عبدالله
- ٨٥٥ دور وسائل الإعلام في توعية الجمهور المصري بأورام الفم- دراسة  
ميدانية د/ محمود عاطف شهاب الدين
- ٨٩٩ التماس الجمهور المصري للمعلومات حول جذري القروذ عبر مواقع  
الصحف الإلكترونية وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديه- دراسة  
ميدانية د/ نداء صابر محمود
- ٩٤٩ دور السنة النبوية في إدارة الأزمات «دراسة معاصرة» د/ منى صلاح محمد
- ١٠١٣ الأطر الإخبارية لتغطية قمة الأمم المتحدة للمناخ «COP27» في برامج  
التوك شو وتأثيرها على إدراك الشباب لأبعاد قضية التغير المناخي  
د/ خالد جمال عبده
- ١٠٨٣ التماس الجمهور المصري للمعلومات أثناء وقوع الكوارث الطبيعية  
وعلاقته بالرضا عن أداء وسائل الإعلام التقليدية والرقمية  
د/ جيهان عبد الحميد عبد العزيز
- ١١٦٩ الخطاب الصحفي لقضايا الأمن الغذائي المصري- دراسة تحليلية  
لصحيفتي الأهرام والوطن في الفترة من ٢٠٢٢/٢/١ حتى ٢٠٢٣/٢/٢٨  
د / أحمد عبد المجيد عبد العزيز

■ أطر معالجة الصفحات الإلكترونية الرسمية المصرية لتداعيات  
الأزمات العالمية على الأوضاع الاقتصادية «ارتفاع الأسعار- نقص  
الغذاء عالميًا» «دراسة تحليلية» د/ إيمان عبد المنعم خطاب  
١٢٤٧

---

■ توظيف تقنية الواقع المعزز في تناول المضمون الخبري للتغيرات المناخية  
في القنوات الفضائية «دراسة تحليلية»  
١٣٣١ د/ أسماء عبد الراضي السمان

---

■ الإعلام الرقمي والتوعية بالأزمات البيئية- دراسة ميدانية  
١٣٨٧ لمياء عرابي محمد أحمد

---

■ The Role of Media Discourse in International Economic Crisis  
Management "Germany as a case study": A case study  
of Olaf Scholz, Germany' s chancellor speech discourse  
analysis during Germany energy crisis 2022  
١٤١٩ Nouran Hossameldin Aboubakr Badr Hassan

---

# دور وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية

- **The Role of Social Media in Making  
International Crises**

أ. د / محمد سعد أبو عامود ●

أستاذ العلوم السياسية كلية التجارة وإدارة الأعمال - جامعة حلوان

Email: [m.abouamod@gmail.com](mailto:m.abouamod@gmail.com)

## ملخص الدراسة

يوضح التحليل التاريخي لصناعة الأزمات الدولية الأهمية النسبية المرتفعة والمتزايدة باستمرار للمتغيرات الإعلامية في سياق صناعة الأزمات وعبر مراحلها المتتالية، كما بين اتساع نطاق تأثيرها في الواقع المعاصر ليشمل ظاهرة صناعة الأزمات على المستوى الكلي من حيث مدى سرعة دورانها ومستوى شدتها، فضلاً عن مواضيعها، وأسبابها، وأهدافها، وعناصرها، وخصائصها، ووسائل، وأساليب واستراتيجيات توظيفها في سياق صناعة الأزمات الدولية، فضلاً عما يمكن تبيّنه من استراتيجيات مضادة يتم توظيفها للتعامل مع هذه الأزمات المصنوعة على ضوء الخبرة الإعلامية والسياسية المعاصرة في هذا المجال.

وتتمثل مشكلة البحث في محاولة رصد وتحليل وتفسير منظومة القوة المعاصرة وموضع وسائل الإعام بما فيها وسائل التواصل الاجتماعي منها، وانعكاسه على التأثير النسبي المرتفع والمتزايد لهذه الوسائل في صناعة الأزمات الدولية عبر مراحلها المتتالية، وتحديد نطاق تأثيرها على مواضيعها وخصائصها وتوجهاتها ومعدل دورانها ومستوى شدتها، بما يسهم في التوصل إلى وضع الاستراتيجيات والأساليب الملائمة للتعامل معها ويمكن تحديد خطة البحث في هذه الدراسة على النحو التالي:

أولاً: منظومة القوة المعاصرة وموضع وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي منها. ثانياً: اتساع نطاق تأثير وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي. ثالثاً: صناعة الأزمات الدولية المعاصرة. رابعاً: توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي - صناعة الأزمات الدولية

## Abstract

The historical analysis of the international crisis industry shows the high and ever-increasing relative importance of media variables in the context of the crisis industry and through its successive stages. Their intensity, as well as their topics, causes, objectives, elements, characteristics, means, methods and strategies of their use in the context of making international crises, as well as the counter strategies that can be adopted to deal with these crises made in the light of contemporary media and political experience in this field.

The problem of the research is represented in an attempt to monitor, analyze and interpret the system of contemporary power and the position of the media, including the means of social communication, and its reflection on the high and increasing relative influence of these means in the industry of international crises through its successive stages, and to determine the scope of its impact on its topics, characteristics, directions, turnover and level of intensity, including It contributes to reaching the development of appropriate strategies and methods to deal with it. The research plan in this study can be defined as follows:

First: the system of contemporary power and the position of the media and social communication in it. Second: the widening scope of the influence of the media and social communication. Third: Contemporary international crisis industry. Fourth: Employing social media in creating international crises.

Keywords: Social Media - International Crises

تعد ظاهرة صناعة الأزمات الدولية من الظواهر القديمة والمتجددة، في نطاق العلاقات الدولية؛ فكل مرحلة تاريخية تقدم نماذجها الخاصة للأزمات المصنوعة، والتي تكون نتاجاً لتفاعلات منظومة القوة الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والثقافية، والتكنولوجية، والإعلامية المرتبطة بالمرحلة، ويبرز في هذا الشأن موضع الإعلام بشقيه التقليدي والجديد في نطاق هذه المنظومة، حيث يوضح التحليل التاريخي لصناعة الأزمات الدولية الأهمية النسبية المرتفعة والمتزايدة باستمرار للمتغيرات الإعلامية في سياق صناعة الأزمات وعبر مراحلها المتتالية، كما يبين اتساع نطاق تأثيرها في الواقع المعاصر ليشمل ظاهرة صناعة الأزمات على المستوى الكلي من حيث مدى سرعة دورانها ومستوى شدتها، فضلاً عن مواضيعها، وأسبابها، وأهدافها، وعناصرها، وخصائصها، ووسائل وأساليب واستراتيجيات توظيفها، في سياق صناعة الأزمات الدولية، فضلاً عما يمكن تبنيه من استراتيجيات مضادة يتم توظيفها للتعامل مع هذه الأزمات المصنوعة على ضوء الخبرة الإعلامية والسياسية المعاصرة في هذا المجال.

وتتمثل مشكلة البحث في محاولة رصد وتحليل وتفسير منظومة القوة المعاصرة وموضع وسائل الإعلام بما فيها وسائل التواصل الاجتماعي منها، وانعكاسه على التأثير النسبي المرتفع والمتزايد لهذه الوسائل في صناعة الأزمات الدولية عبر مراحلها المتتالية، وتحديد نطاق تأثيرها على مواضيعها وخصائصها وتوجهاتها ومعدل دورانها ومستوى شدتها؛ بما يسهم في التوصل إلى وضع الاستراتيجيات والأساليب الملائمة للتعامل معها. ويمكن تحديد خطة البحث في هذه الدراسة على النحو التالي:

- أولاً- منظومة القوة المعاصرة وموضع وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي منها .  
 ثانياً- اتساع نطاق تأثير وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي .  
 ثالثاً- صناعة الأزمات الدولية المعاصرة .  
 رابعاً- توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية .  
 خاتمة الدراسة .

### المطلب الأول:

#### منظومة القوة المعاصرة وموضع وسائل الإعلام منها

في ظل عملية التحول التي تشهدها المجتمعات البشرية باتجاه المجتمع الرقمي الذي يتسم بوجود نمط جديد من أنماط إنتاج الثروة يختلف في خصائصه النوعية وفي نظم إنتاجه، وعلاقات إنتاجه، وتكويناته الاجتماعية والثقافية والقيمية عن مجتمع الثورة الصناعية، تتشكل منظومة جديدة للقوة في هذه المجتمعات تتسم بخصائص جديدة، أبرزها ازدياد الأهمية النسبية لوسائل الإعلام في سياق هذه المنظومة، ومن ثم سيتناول الباحث في هذا المطلب التعريف بمنظومة القوة المعاصرة وموضع وسائل الإعلام منها .

#### أولاً- منظومة القوة المعاصرة وخصائصها:

نقصد بمنظومة القوة المعاصرة مجموعة العناصر الاقتصادية، والمعرفية، والتقنية، والبشرية، والسياسية، والاجتماعية، والمعنوية، والثقافية، والعسكرية التي يمكن للدولة تعبئتها وتطويرها؛ بما يمكنها من توظيفها في نطاق تفاعلاتها الداخلية والخارجية بالكفاءة والفعالية المناسبة لتحقيق مصالحها الاستراتيجية وحمايتها، ووفقاً لهذا المفهوم يمكننا القول إن منظومة القوة المعاصرة لا تختلف عن أي منظومة أخرى للقوة في المراحل التاريخية السابقة من حيث عناصرها، ولكنها تختلف من حيث الأوزان النسبية لكل عنصر من هذه العناصر، ومن حيث مضمون كل عنصر منها، وإمكانية التوصل إلى مركب القوة المناسب للتعامل مع الظواهر والمشكلات والأزمات الناتجة عما يشهده العالم من تغيرات، وتتسم في مجملها بخصائص نوعية جديدة، فهي عابرة للحدود بمعنى صعوبة إخضاعها لسيطرة سلطة وطنية معينة، كما أنها تتجاوز الدول في تفاعلاتها لتشمل فاعلين من غير الدول، هذا فضلاً عن أن بنيتها الهيكلية التي تأخذ الطابع الشبكي<sup>(1)</sup>.



ويمكن تحديد خصائص هذه المنظومة كالتالي:

1. تتسم منظومة القوة المعاصرة بأنها مركبة؛ بمعنى أن كل عنصر من عناصرها يتداخل بدرجات ومستويات مختلفة مع العناصر الأخرى، فعنصر القوة الاقتصادي المعاصر، هو عنصر مُركب من رؤوس الأموال والمعرفة والتكنولوجيا والكوادر البشرية، والقدرة على التواصل والربط بين هذه المكونات وتوظيفها؛ بما يحقق الوصول إلى الأهداف المطلوبة، ولكنه في ذات الوقت يحتاج لتفعيله إلى تحقيق الأمن والاستقرار السياسي والاجتماعي، أي إلى عنصر القوة السياسية والاجتماعية. وعنصر القوة العسكرية هو عنصر مُركب من رؤوس الأموال اللازمة لتمويل أنشطته ومن المعرفة والتكنولوجيا اللازمة لهذه الأنشطة، ومن الكوادر البشرية المؤهلة والمدربة لأداء المهام المطلوبة، كما أنه يحتاج إلى عنصر القوة المعنوي الذي يضيف على أعماله الشرعية والمشروعية في آن واحد، وهكذا نستطيع تطبيق هذا التحليل على مجمل عناصر منظومة القوة الأخرى.

2. جوهر منظومة القوة المعاصرة يتمحور حول المعرفة المتجددة باستمرار والعبارة للحدود، والتي تعتمد على تقنيات الاتصال والإعلام وتكنولوجيا المعلومات، ومن ثم فنون ونظم الإنتاج والإدارة المعاصرة ترتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بهذه التقنيات.

3. لا يوجد مُركب معين للقوة في إطار هذه المنظومة يتناسب مع كل موقف أو مشكلة أو أزمة، وإنما يتطلب التعامل الكفاء والفعال مع كل منها التوصل إلى المركب المناسب، وهناك توصيف لأنواع ثلاثة من المركبات على الأقل، هي مركب القوة الذي يغلب عليه عنصر القوة الصلبة كالقوة العسكرية، ومركب القوة الذي يغلب عليه عنصر القوة المرنة كالإعلام والثقافة، ومركب القوة الذي يجمع بقدر متوازن نسبياً وتبعاً للظروف الموضوعية عناصر من القوتين الصلبة والمرنة، وتؤكد الخبرة المعاصرة على أن تفعيل أي من هذه المركبات عملياً يحتاج إلى الإعلام بشقيه التقليدي والجديد، وتفسير ذلك بنظر الباحث يرجع لمفهوم القوة ذاته والذي عرفه هانز مورجانثو عالم السياسة الأمريكي بقوله "إن القوة هي القدرة على ممارسة التأثير في عقول ونفوس

وأفعال الآخرين" (2)، ويلاحظ أن مورجانثو قد جعل التأثير على العقول والنفوس أسبق من التأثير على الأفعال؛ لأن التمكن من التأثير على العقول والنفوس يقود إلى التأثير على الأفعال، ونطاق ممارسة القوة بالمفهوم المتقدم بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة هو العقول والنفوس، ومن ثم تكتسب وسائل الإعلام بشقيها أهمية نسبية متزايدة في سياق منظومة القوة المعاصرة.

4. تتطلب منظومة القوة المعاصرة بحكم تكوينها وخصائصها النوعية تياراً متدفقاً ومستمرًا من إنتاج الأفكار، وذلك لزيادة القدرة على التعامل مع الظواهر والمواقف والمشكلات والأزمات والمخاطر المتجددة في كافة المجالات، ومن هنا تبرز أهمية العنصر البشري بوصفه العنصر المنتج للأفكار، والقادر على الإبداع والابتكار، وكذلك تبرز أهمية الأنساق الثقافية والفكرية المفتوحة والحاضنة والمشجعة والمحفزة على الابتكار والإبداع، فضلاً عن قنوات الاتصال اللازمة لنشر وتبادل الأفكار ممثلة في وسائل الإعلام.

5. تتسم منظومة القوة المعاصرة بالانتشار الشبكي، وترتب على ذلك إعادة لتوزيع القوة على مستوى العالم، وتتعدد الآراء في هذا الصدد، إلا أن المتفق عليه هو أن الدول لم تعد تحتكر القوة، وإنما صار لها شركاء، فريتشارد هاس رئيس مجلس الشؤون الخارجية الأمريكي، يرى أن القوة قد صارت موزعة بين الحكومات ووسائل الإعلام والتنظيمات الإرهابية والشركات المتعددة الجنسية، وهناك من يرى بأن القوة تتوزع بين الحكومات والشبكات الإلكترونية ومنظمات المجتمع المدني والأفراد وتشير جايسكا ماثيوس إلى أن هناك إعادة لتوزيع القوة ما بين الدول والأسواق والمجتمع المدني، فهذه الأطراف ومنها وسائل الإعلام صارت تتشارك في مسائل استراتيجية كانت تعد من قبل من صميم سيادة الدولة (3).

6. يتسم مجال ممارسة القوة المعاصرة بالشمول؛ بمعنى أنه يشمل كافة جوانب الحياة البشرية، كما أن نطاق هذه الممارسة يجري على مستوى ما يطلق عليه بالعالم الافتراضي وعلى مستوى العالم الواقعي، وهنا تبرز الأهمية النسبية المتزايدة لصناعة الاتصالات والمعلومات والإعلام بشقيه التقليدي والجديد، باعتبارها المنتج

- الرئيس لأدوات ووسائل ممارسة القوة، سواء في نطاق العالم الافتراضي، أو العالم الواقعي، أو في مجال الربط والتواصل بين العالمين أو إدارة الصراع فيما بينهما.
- ثانيا- موضع الإعلام بشقيه التقليدي والجديد في نطاق هذه المنظومة:
- يحتل الإعلام موضعا محوريا مهما في سياق منظومة القوة المعاصرة، فقد تحول إلى قوة اقتصادية وسياسية استراتيجية لها تأثيرها في كافة المجالات<sup>(4)</sup> ويرجع ذلك إلى ما يلي:
1. الإعلام في جوهره هو اتصال؛ ومن ثم فهو يمثل أحد المجالات الرئيسية لعمل الفن الإنتاجي الجديد الذي يقوم عليه اقتصاد العصر الجديد، والمتمثل في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وإنتاج المعرفة، كما أنه مجال قابل لاستخدام التطبيقات الاتصالية والمعلوماتية الجديدة، ووفقاً للأساليب المرتبطة بهذه التطبيقات كالتشبيك على سبيل المثال.
  2. الإعلام يخاطب قطاعات واسعة من البشر وهو بطبيعته من السهل أن يكون عابراً للحدود، وهو يلتقي في هذا مع متطلبات التنظيم الاقتصادي الرأسمالي المعاصر العابر للحدود، والساعي إلى خلق سوق واسعة لمنتجاته تغطي أرجاء العالم كله، هذا فضلاً عن كونه أحد المصادر الرئيسية للطلب على المعلومات التي تعد المنتج الرئيس في هذا العصر.
  3. يتسم الإعلام كنشاط ومهنة بقابليته للتوظيف المتعدد الأغراض؛ فالوظائف المعروفة تقليدياً للإعلام تتمثل في نقل الأخبار والترفيه والتثقيف، ويمكن بالطبع توسيع نطاق توظيفها كما أن كلاً منها بحد ذاته قابلة للتوظيف للعديد من الأغراض، فلقد سبق وأن توصل الباحث في دراسة سابقة إلى أن هذه الوظائف الثلاث المذكورة يتم توظيفها في الواقع العملي لأغراض سياسية واقتصادية واجتماعية وأمنية<sup>(5)</sup>، كما أن المنتج الإعلامي قابل لإعادة الاستخدام؛ وهو ما يتناسب مع الخصائص الرئيسية لمنتجات عصر المعلومات والمعرفة المتعددة في أوجه الاستخدام، والتي لا تبلى بالاستخدام، وإنما يمكن إعادة استخدامها بأشكال وصور متجددة ولأهداف وأغراض عديدة.

4. ارتباط صناعة الإعلام ارتباطاً وثيقاً بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وتطبيقاتها المختلفة، التي تكتسب أهمية نسبية متزايدة في نطاق ممارسة القوة المعاصرة، ولأنها تأتي في نطاق تطور النظام الرأسمالي فإنها تنتظم في إطار شركات عملاقة عابرة للحدود، بعض هذه الشركات تملك من عناصر القوة الاقتصادية والتقنية ما يفوق ما لدى الكثير من الدول، ومن ثم لها مصالحها الاستراتيجية التي لا يمكن تجاهلها، بالإضافة إلى تحالفها مع القوى السياسية النافذة في الدول الكبرى، وهو ما يوفر لها نطاقاً أوسع من الدعم والمساندة<sup>(6)</sup>.
5. مع الازدياد الهائل للطاقة التدميرية لأسلحة العصر، وارتفاع التكاليف المادية والمعنوية لاستخدامها، وانخفاض سقف تأثيرها عملياً، بدأ الاهتمام بالبحث عن وسائل أخرى أقل تكلفة لإدارة الصراعات، وهنا برزت أساليب التعامل النفسي والذي يعد الإعلام أحد أدواتها الرئيسية.
6. أوضحت الخبرة المعاصرة أن الأداة الإعلامية أداة مهمة بالنسبة لكافة أدوات ووسائل ممارسة القوة بما فيها الأداة العسكرية، وكافة أدوات العنف الأخرى، وذلك سواء في مرحلة الإعداد، أو التنفيذ، أو ما بعد التنفيذ، ونفس الشيء بالنسبة للوسائل الأخرى الصلبة والمرنة والمختلطة على السواء<sup>(7)</sup>.
7. في إطار الازدواجية القائمة بين العالم الافتراضي والعالم الواقعي، برزت بعض الأمور الاستراتيجية البالغة الأهمية، منها السعي من جانب القوى الاقتصادية الكبرى خاصة الولايات المتحدة وأوروبا إلى محاولة توظيف العالم الافتراضي لتحقيق قدر من التوازن مع المتغيرات الجديدة في العالم الواقعي، فالقوى الصاعدة في العالم اليوم كالصين والهند تتسم بالضخامة السكانية الهائلة التي يصعب على الغرب تحقيق التوازن معها، ومن ثم بدأ التفكير في توظيف وسائل الإعلام الجديد لوضع خريطة سياسية للعالم الافتراضي، قوامها مئات الملايين من البشر من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على اتساع العالم، وبالتالي يمكننا القول بأن هناك عدة دول افتراضية تشكل الخريطة السياسية للعالم الافتراضي، كدولة الفيسبوك، ودولة تويتر، ودولة جوجل، ودولة اليوتيوب.. وغيرها.

8. في إطار السعي لتحقيق التوازن في سياق التفاعلات الدولية بين الولايات المتحدة وحلفائها والقوى الدولية الصاعدة، تم توظيف وسائل الإعلام الجديد بأنماطها المختلفة وبالتنسيق مع وسائل الإعلام التقليدية؛ لإحداث خلخلة داخلية في مجتمعات القوى الصاعدة بأشكال وصور متعددة، كما تم توظيفها في العديد من المجتمعات النامية لإحداث تغيرات داخلية باتجاه يتوافق مع مصالح هذه القوى الدولية، وتقدم قناة الجزيرة والبي بي سي، والسي إن إن، وسكاي نيوز، وصحيفة الجارديان، والنيويورك تايمز، وجوجل، وتويتر، وفيس بوك.. وغيرها نماذج واضحة في هذا المجال.

9. توضح الخبرة المعاصرة إمكانية توظيف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في أنشطة تمثل تهديداً لأمن الدول بما في ذلك صناعة الأزمات، ويؤكد هذا ما نشب من صراعات بين العديد من الدول وبعض المؤسسات الاقتصادية الكبرى العاملة في مجال صناعة الاتصالات والإعلام والمعلومات، كالصراع الذي حدث بين الصين وجوجل وأبل، والصراع بين إيران وتويتر، والصراع بين تركيا واليوتيوب، والصراع في مرحلة سابقة بين الشركة المنتجة للبلاك بيرى وعدة دول، بحيث نستطيع القول إن هذه الصراعات كانت فيها هذه المؤسسات بمثابة من يدير حرباً بالوكالة عن الولايات المتحدة وحلفائها.

10. بروز القوة السياسية لوسائل الإعلام، وجوهرها أنها لم تعد مجرد متغير تابع للعمليات السياسية في المجتمع أو أداة من أدواتها، وإنما تحول ليصير مصدراً مهماً من مصادر القوة السياسية البالغة التأثير في كافة العمليات السياسية التي يشهدها المجتمع وعبر مراحلها المختلفة، بل ولا نغالي إذا ما ذكرنا أن الإعلام تحول ليصير صانعاً للسياسات العامة ومحركاً لها، وصانعاً للأزمات ومفجراً لها.

### المطلب الثاني

#### اتساع نطاق تأثير وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي:

توضح الأحداث العالمية واسعة الانتشار اتساع نطاق تأثير وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي على صنع الأزمات الدولية وإدارتها؛ فالأوضاع في داخل الدول وفيما بين الدول، وما يعيشه عالم اليوم من ظواهر عابرة للحدود قد صارت تتأثر بوسائل الإعلام

بقدر لم يحدث من قبل، فويكيليكس وتسريبات سنودان، وتحقيقات صحف مردوخ، وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الأوضاع في المنطقة العربية مجرد أمثلة تتعلق بتأثير العرض المتزامن للمعلومات في جميع أنحاء العالم على الأوضاع الداخلية والخارجية لمختلف دول العالم والتي قد تصل إلى صناعة الأزمات وتفجيرها.

لقد تغير العالم ومن ثم فإن العمليات التي يتم بمقتضاها تطوير السياسة الوطنية يجب أن تتغير؛ خاصة فيما يتعلق بالبعد الأزموبي الذي لا يجب تجاهله في سياق هذه العمليات سواء لتجنب حدوث الأزمات، أو لإدارتها حال وقوعها، أو لصناعتها واقتعالها إذا ما كانت هناك ضرورة لذلك، فالإعلام يؤثر فينا كأفراد ومجتمعات، ومن ثم فإن الأمر يتطلب التركيز على فهم واقعي لعلاقة الارتباط بين الإعلام المعاصر وكافة العمليات المجتمعية بأبعادها المختلفة<sup>(8)</sup>.

تتأثر هذه العمليات بمتغيرات متعددة مستقلة وتابعة، سواء كانت داخلية أو خارجية في طبيعتها، ومن ثم فإن منظومة السياسات العامة تتأثر في هذا العصر بدرجة متزايدة أكثر فأكثر بالتغيرات في النظام الدولي وبالتغيرات النوعية في عصر المعلومات؛ سواء كانت داخلية أم خارجية؛ الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة الفصل بين الداخلي والخارجي، كما كان معهوداً في المراحل التاريخية السابقة.

وتشير إحدى الدراسات إلى أن الرأي العام هو واحد من أهم مصادر فن الحكم في العصر الجديد لثورة المعلومات؛ فطبيعة الرأي العام تؤثر على تصرف الدولة داخل وخارج نطاق حدودها القومية، وعلى تصورها وإدراكها للمسائل الاستراتيجية، وثمة عنصر مهم محتمل في الارتباط بين الرأي العام والسياسة الخارجية، يتمثل في الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، وتزداد قيمة الإعلام لكونه أداة مؤثرة ومفيدة لبناء الثقة أو الترويج لعدم الثقة بين الناس في المسائل المختلفة، كما أن سلوك صنع السياسة أنفسهم يتأثر، من خلال الصورة الذهنية الخاصة بهم والتي تتشكل من خلال التغطية الإعلامية، أو صورة العالم المنقولة إليهم بواسطة وسائل الإعلام<sup>(9)</sup>.

وتؤكد العديد من الدراسات على أن سياسات الإعلام ترتبط بقوة بالبيئة الاستراتيجية المعاصرة، وأن هذا الارتباط يفهم بطريقة أفضل بواسطة الرأي العام في

أوقات الحرب أو الأزمات الداخلية والدولية.

وبالتالي فتأثير وسائل الإعلام على صنع قرار قائم، ويمكن تحديد أبعاده على النحو التالي:

1. يعمل صناع القرار في بيئة تشكلت بواسطة وسائل الإعلام، فوسائل الإعلام تشكل رؤية وإدراك صناع القرار والناس للواقع الذي يتعاملون معه ومشكلاته وقضاياها وأزماته، ووفقاً لهذه التصورات يضع صناع القرار السياسات ويفاضلون بين البدائل ويحددون برامج العمل.

2. تؤثر وسائل الإعلام في صنع السياسة العامة من خلال تأثيرها في وضع برنامج العمل العام، فمن خلال الاهتمام الذي تعطيه لمسائل معينة، تؤثر على برنامج عمل السياسة.

3. يمكن القول بأن لوسائل الإعلام استخداماً مزدوجاً، بمعنى أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون مفيدة بالنسبة لمواجهة الأزمات؛ لأنها تخبر وتعلم السكان كل ما يتعلق بالقيم الوطنية أو القومية والعالمية، وتشر هذه القيم اللازمة للتعامل الفعال مع الأزمات، كما أنها يمكن أن تروج للسياسات والآليات التي يمكن اتباعها لتجنب حدوث الأزمات، أو إدارتها واحتوائها حال وقوعها، ولكنها بالمقابل ومن خلال عرض الجوانب المثيرة للجدل في المجتمع وفي نطاق التفاعلات الخارجية، يمكن أن تكون مصدراً من مصادر التأثير السلبي في المسائل الأزمومية، وبالتالي فطبيعة توظيف وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي وأهداف هذا التوظيف هي العامل المحدد لطبيعة هذا الدور في صناعة الأزمات.

4. توضح الدراسات العلمية أن المفارقة الواضحة والمستمرة في العلاقة بين الرأي العام والشئون الخارجية والأمنية، تتمثل في غياب المعرفة الأساسية بالشئون الدولية، والحاجة إلى فهم المصالح المتعلقة بهذه الشئون، وكذلك الحاجة إلى تفسير التغيرات التي تطرأ على هذه المصالح يوماً بعد يوم، وأن هذا الوضع يؤدي إلى تحول وسائل الإعلام إلى أدوات لخلق المصاعب والمتاعب والمسائل الجديدة خاصة في أوقات الأزمات، وكما كتب McCombs and Shaw عام 1972 فإن وسائل الإعلام

ربما لا تعطينا رأياً، ولكنها تخبرنا عما نفكر فيه أو عنه<sup>(10)</sup>، ونضيف وكذلك كيف نفكر فيه.

5. إمكانية التلاعب بالحقائق المتعلقة بالأوضاع الدولية من جانب وسائل الإعلام؛ نظراً لإمكانية استخدامها كمصدر للدعاية أو للترويج لبعض المصالح الخاصة، وفي بعض الأحيان لمصالح غامضة، وذلك لإحداث تغييرات مرغوبة في الأوضاع القائمة بالنسبة لمن يقوم بهذا التلاعب، يحدث ذلك على المستوى الخارجي والداخلي<sup>(11)</sup>.

6. بعض المتخصصين يوافقون على أن وسائل الإعلام في المجتمع الكوني المعاصر تصبح سلاحاً فتاكاً ضد العدو والسكان معاً، فالكاميرا والكومبيوتر أصبحت أسلحة حرب، هذه التكنولوجيا الجديدة الرهيبة مكنت الإعلاميين من إظهار الحقيقة القبيحة للحرب بالنسبة للمتحاربين وللآخرين حول العالم، ومن ثم فوسائل الإعلام تخدم للتأثير القوي على الرأي العام والمواقف والأفعال الحكومية.

### المطلب الثالث

#### صناعة الأزمات الدولية

يتناول الباحث في هذا المطلب مفهوم وخصائص وأهداف ومراحل صناعة الأزمات الدولية.

#### أولاً- مفهوم صناعة الأزمات الدولية:

تتعدد الاتجاهات بصدد التعريف بمفهوم صناعة الأزمات الدولية؛ فهناك اتجاه يربط بين صناعة هذه الأزمات وتصاعد المشكلات الداخلية التي تواجه النظام السياسي في الدولة الصانعة للأزمة، ومن ثم يلجأ لافتح الأزمات على المستوى الدولي وإيجادها من عدم كوسيلة للتغطية على المشكلات القائمة التي تواجه الكيان السياسي المثير للأزمة؛ فنسيان مشكلة ما يتم عادة عندما تحدث مشكلة أكبر وأشد تأثيراً، بحيث تطفئ على المشكلة القائمة، والملاحظ أن هذا الاتجاه لم يعد يقتصر على الدول النامية، وإنما تعدها ليصل إلى كافة دول العالم، كما أنه لم يعد يقتصر على نوعية معينة من النظم السياسية، بل صار يشمل هذه النظم بكافة أنواعها ديموقراطية كانت أم سلطوية.

اتجاه ثان يربط بين الأزمات الدولية وما يمكن أن تتعرض له الدول من تهديدات مدمرة يمكن أن تصل إلى تفككها أو إدماجها قسراً في كيانات سياسية أخرى، وهو ما قد



يتولد عنه آثار على المستوى الخارجي قد تصل إلى تفجير أزمة أو أزمات دولية. الاتجاه الثالث يركز على أن بعض الدول تتبنى استخدام الإدارة بالأزمات كنهج في نطاق سياستها الخارجية لأسباب ودوافع مختلفة، أبرزها الشعور بالخلل في توازن مكانتها؛ بمعنى أن قيادتها السياسية ترى أن ما تحققه من مصالحها وما تناله من تقدير القوى الدولية الأخرى لا يتناسب مع ما تملكه من إمكانيات وقدرات وما يتوافر لها من عناصر القوة، ومن ثم فتلجأ إلى إدارة سياستها الخارجية بالأزمات<sup>(12)</sup>، ولكن بعض الأزمات قد تخرج عن نطاق السيطرة والتحكم الأمر الذي يصل إلى تفجير أزمة دولية.

**الاتجاه الرابع** يربط بين صناعة الأزمات الدولية والتحديات التي تعترض عمل النظام الدولي خلال مرحلة تاريخية معينة، وهذا ما يواجه النظام الدولي القائم، ومنها<sup>(13)</sup>:

1. عدم التوصل إلى القواعد والمؤسسات التي يمكن أن تنتظم من خلالها التفاعلات بين الدول والفاعلين الآخرين من غير الدول، رغم أن بعض هؤلاء الفاعلين الآخرين يملكون من عناصر القوة ما قد يفوق ما تمتلكه بعض الدول منفردة أو مجتمعة، ويرجع ذلك لكون هذا النظام قد وضع أساساً لضبط وتنسيق التفاعلات بين الدول وبعضها البعض، ومن ثم لم تتوافر خبرات مسبقة ولا تقاليد يمكن الاستناد إليها للتوصل إلى قواعد جديدة أو تطوير قواعد ومؤسسات قائمة تستطيع استيعاب منظومة التفاعلات القائمة بالفعل بين الدول والفاعلين من غير الدول، وهو ما يدفع الفاعلين من غير الدول لافتعال وصناعة الأزمات لممارسة الضغط على القوى الدولية الأخرى لتحقيق مصالحها.

2. الخلل البنوي الذي يعاني منه النظام الدولي والمتمثل في عدم ترسخ القواعد والمؤسسات التي يمكن من خلالها أن تنتظم التفاعلات بين القوى الفاعلة في العالم الافتراضي وبعضها البعض، وتفاعلاتها والدول والفاعلين الآخرين في الواقع القائم، حقيقة توجد بعض الاجتهادات في هذا الشأن، إلا أنها تبدو غير كافية لاستيعاب وضبط وتنظيم التفاعلات الكمية والنوعية المتنامية والسريعة التغير على هذا المستوى، والتي تدفع بعض القوى لصناعة وافتعال الأزمات لفرض نفسها وتحقيق أهدافها ومصالحها من خلال ذلك.

3. يواجه النظام الدولي القائم العديد من التحديات، أبرزها ما يمكن ان نطلق عليه بتحدي القيادة؛ وهي مسألة بالغة التعقيد خاصة في ظل ما شهده العالم في السنوات الأخيرة من تغيرات تتعلق باشتداد حدة الصراع بين القوى الدولية الكبرى حول طبيعة النظام والقواعد التي يجب أن تنتظم من خلالها علاقات القوة بين أطرافه الرئيسية، فالولايات المتحدة وحلفاؤها تتمسك بموقعها المهيمن على قمة النظام رغم تراجع قدراتها على الاستمرار في هذا الموقع، في حين تتمسك القوى الدولية الكبرى الصاعدة- كالصين والهند إضافة إلى روسيا وبعض القوى الدولية الأخرى- بضرورة تغيير النظام باتجاه النظام التعددي الذي لا تتمتع فيه أي دولة بموقع الهيمنة على النظام ومؤسساته وتفاعلاته.

ويحدد هنري كيسنجر تحديات ثلاثة تواجه هيكل النظام الدولي في القرن الحادي والعشرين، الأول يتعلق بطبيعة الدولة نفسها، باعتبارها الوحدة الأساسية لهذا النظام، والتي تتعرض لقدرة كبير من الهجوم، بل والتفكيك، التحدي الثاني، ويرتبط بالتعارض بين منطق المؤسسات الاقتصادية والمؤسسات السياسية في العالم؛ حيث أصبح النظام الاقتصادي الدولي ذا نزعة عالمية، في حين أن البنية السياسية للعالم بقيت على أساس الدولة القومية، فالعولمة الاقتصادية- في جوهرها- تتجاهل الحدود الوطنية، في حين تؤكد السياسة الدولية على أهمية الحدود، أما التحدي الثالث فهو عدم وجود آلية فاعلة للتشاور أو التعاون بين القوى الكبرى بشأن القضايا<sup>(14)</sup>.

في ظل هذه التحديات تتزايد احتمالات لجوء القوى الدولية لصناعة الأزمات الدولية إما للحفاظ على الوضع القائم، أو محاولة إضعاف واستنزاف القوى الدولية الأخرى والتصعيد في مواقفها، وصولاً إلى ما يسمى بحافة الهاوية، أو لتغيير الوضع القائم باستخدام كافة عناصر قوتها المتاحة، وكافة الوسائل التي يمكن توظيفها في هذا السياق بما فيها صناعة الأزمات وتصعيدها؛ من أجل الحد من قدرة القوى المضادة والتحكم والسيطرة على حركتها، وهذا ما يعبر عنه المشهد الحالي لواقع النظام الدولي وما يدور في نطاقه من أزمات مصنوعة أو مفتعلة أو متولدة عن أزمات أخرى.

## ثانياً- الأزمة المصنوعة وخصائصها:

صناعة الأزمات هي مجموعة الأنشطة والجهود المخططة لافتيال أزمة وهمية يتم من خلالها توجيه قوى الفعل السلوكي والاقتصادي والسياسي والتقني؛ من أجل تكريس الأزمة أو سلوك معين بشأنها، ويشير تعريف آخر إلى أن صناعة الأزمة تتمثل في افتعال أزمة ثم إدارتها للخروج بأكبر عائد ممكن، وقد يتم إطلاق الشائعات لاختلاق أزمة وهمية من عدم، أو عبر التخطيط السري لتخليق أزمة فعلية شديدة التدمير من خلال التلاعب بحقائق الموقف<sup>(15)</sup>.

وهناك تداخل واضح بين مفهوم صناعة الأزمات ومفهوم الإدارة بالأزمات، فالمفهوم الشائع الاستخدام هو مفهوم الإدارة بالأزمات، وفي كثير من الحالات يستخدم كل منهما كمرادف لآخر، غير أن الباحث يرى أنه رغم وجود علاقة ارتباط بين المفهومين، إلا أن هناك اختلافاً بينهما، فالإدارة بالأزمات "أسلوب يلجأ إليه طرف في علاقة ما، إذا ما اعتقد أن له مصلحة، في تغيير الوضع الراهن لهذه العلاقة إما لشعوره بالغبن في ظل هذا الوضع، أو لاعتقاده بأن الظروف الراهنة تمثل المناخ الملائم لتغيير وضعه داخل إطار هذه العلاقة"<sup>(16)</sup>.

أما صناعة الأزمات فيرى الباحث أنها جهود تبذل في نطاق التوجه لإنتاج أزمة معينة أو عدة أزمات، وبعد أن تتبلور هذه الأزمة المصنوعة وتتشكل تبدأ عملية إدارتها، وهي تختلف عن مفهوم إدارة الأزمات المتعارف عليه؛ لأن إدارة الأزمات المصنوعة لها قواعد وتوجهاتها وأهدافها التي تميزها عن إدارة الأزمات الأخرى. وللأزمة المصنوعة أو المختلفة مجموعة من المواصفات حتى تبدو حقيقية وتؤتي ثمارها، وأهم خصائصها:

1. الإعداد المبكر.
2. تهيئة المسرح الأزموي.
3. توزيع الأدوار على قوى صنع الأزمة.
4. اختيار التوقيت المناسب لتفجيرها.
5. إيجاد المبرر لهذا التفجير.

كما تتسم الأزمة المصنوعة بالإيقاع السريع، المنهج المتدفق للأحداث، والمتلاحق المتتابع، والمتراكم الإفرازات والنتائج.

وكل منها تصب في سبيل تحقيق الهدف المراد الوصول إليه، فلكل أزمة مصنوعة هدف يتعين أن تصل إليه، وبدون تحقيق هذا الهدف لن يتلاشى الضغط الأزموي أو يخف التأثير الصاحب لإفرازات الأزمة، وكذا لن تهدأ قوى الأزمة، أو تتراجع حتى تحقق هذا الهدف<sup>(17)</sup>.

وفي سياق السياسة الدولية تستخدم الدول خاصة الدول الكبرى صناعة الأزمات أو الإدارة بالأزمات كأسلوب لتنفيذ استراتيجيتها الكبرى في الهيمنة والسيطرة على العالم، ولتأكيد قوتها وفرض إرادتها وبسط نفوذها بما لا يفقدها أصدقاءها، ويحيد أعداءها ويدمر مصالحهم، كما تسعى في الوقت ذاته إلى تقوية تحالفاتها القديمة، ولتحقيق أهدافها الخفية طويلة الأمد التي قد لا تستطيع الإعلان عنها أو حتى التتويه عنها.

والنموذج الواضح في هذا المجال يقدمه هتلر عند إشعاله الحرب العالمية الثانية؛ فقد استخدم الإدارة بالأزمات ببراعة ودهاء دون اعتبار لأي قيم أو مثل لإيجاد المبرر، ولكسب التأييد الشعبي لغزو بولندا وتحييد دول العالم إزاء هذا الغزو، حيث بدأت الحرب العالمية الثانية فجر الأول من سبتمبر 1939 باجتياح القوات الألمانية حدود بولندا<sup>(18)</sup>. فقبل هذا الاجتياح تم افتعال أزمة ببراعة وحنكة محورها تصوير الغزو الألماني على أنه مجرد دفاع عن النفس، ومرحلة تأديب لبولندا التي خانت المعاهدات وعلاقات حسن الجوار.

#### صناعة الأزمة التي فجرت الحرب العالمية الثانية:

1 - بدأت صناعة الأزمة في الليلة السابقة لقيام الحرب؛ حيث أخذت قوات العاصفة الألمانية 12 سجيناً بولندياً من معسكر اعتقال قرب برلين وألبستهم ملابس الجيش البولندي، ثم أطلقت عليهم الرصاص وألقت بجثثهم في غابة على الحدود الألمانية البولندية مع إضافة بعض المؤثرات لتصوير الموقف على أنه عملية عسكرية قذرة قامت بها بولندا ضد ألمانيا ل يتم عرضهم على مراسلي الصحف الأجنبية وتصويره على أنه

بداية لغزو بولندا لألمانيا، وأن الحرس الألماني استطاع إحباط المحاولة وقضى على عدد كبير من الغزاة.

2 - وفي الوقت ذاته قامت قوات العاصفة الألمانية بمهاجمة محطة إذاعة ألمانية على الحدود البولندية الألمانية وهي ترتدي ملابس الجيش البولندي وتصطحب سجيناً بولندياً آخر، ثم قامت بإطلاق الرصاص في كافة الاتجاهات وقتل عدد من العاملين الألمان بالمحطة.

3 - تم إجبار السجين البولندي على إذاعة بيان بقيام القوات البولندية بغزو ألمانيا، ثم هربت قوات العاصفة تاركة الأسير البولندي جثة هامدة بعد إطلاق النار عليه وأحد العاملين الألمان بمحطة الإذاعة مصاباً بإصابة بسيطة ومغمى عليه من هول الصدمة ليحكي أمام ممثلي الصحافة العالمية عما شاهده من قيام الجيش النظامي البولندي بمهاجمة المحطة وقتل من فيها من الألمان.

4 - وبعد إتمام صنع الموقف الأزموي قام هتلر في الساعة العاشرة من صباح الأول من سبتمبر بزيارة البرلمان الألماني وإلقاء كلمة قصيرة قال فيها: لأول مرة يجروُ الجنود البولنديون النظاميون على مهاجمة وطننا فقمنا منذ الساعة السادسة إلا الربع صباحاً بالرد على النيران، ومنذ الآن فصاعداً سنرد بالقنابل على القنابل، وهكذا بدأت الحرب العالمية الثانية بأزمة مدبرة مفتعلة<sup>(19)</sup>.

#### ثالثاً - أهداف صناعة الأزمات الدولية:

ويرى الأستاذ الدكتور محسن الخضيرى أن الكيان السياسي الصانع للأزمة يهدف إلى تأكيد مصالحه الحيوية القائمة، وتدعيم قوى الاستقرار والتوازن القائمة، أو إيجاد قوى استقرار وتوازن جديدة، ومن ثم فقد تؤدي صناعة الأزمات على المستوى الدولي إلى ابتلاع دول وتفتيت امبراطوريات وتفكيك تحالفات، وإقامة تحالفات جديدة، وضم أجزاء لدول أخرى، وإعادة رسم الخرائط السياسية، وإعادة ترتيب الأوضاع والقوى.

وصناعة الأزمات أسلوب تتبعه الدول والحكومات والشركات والمنظمات على اختلاف أنواعها، ومنها المنظمات الإرهابية ومنظمات الجريمة المنظمة، كما يستخدمها الأفراد، ويعد نموذج الذئاب المنفردة نموذجاً واضحاً في هذا المجال<sup>(20)</sup>.

**الدول الصغرى وصناعة الأزمات:**

تقوم الدول الصغرى أيضاً بصناعة الأزمات للقوى الكبرى، فأزمة الرهائن الأمريكيين الذين احتجزوا في طهران عام 1981 وقضوا في الأسر 444 يوماً تشير إلى قدرة الدول الصغرى على صنع الأزمات للقوى الكبرى<sup>(21)</sup>.

كما تقوم الدول الصغرى بافتعال الأزمات للدول الصغرى المماثلة لها، ولعل أزمة تدمير المفاعل النووي العراقي في يونيو 1982 بمعرفة إسرائيل، عن طريق غارة جوية قطعت خلالها الطائرات الإسرائيلية أكثر من ألف كيلو، دون أن تعترضها الدفاعات العراقية أحد الأمثلة الدالة على ذلك.

**رابعا- مراحل صناعة الأزمات الدولية:**

تخضع صناعة الأزمات بصفة عامة- والأزمات الدولية على وجه الخصوص- لأساليب علمية تتولى خلق المناخ الفكري والظروف المناسبة لتفجير الأزمة المفتعلة، وتعبئة كافة الأدوات والوسائل الدافعة والمؤيدة والمحفزة لذلك.

وتعد صناعة الأزمات فن للسيطرة على الآخرين وإخضاعهم وابتزازهم، فضلاً عن تحريك الثوابت الراسخة، فيما يتصل بالقواعد المستقرة والأسس المتعارف عليها، ومن خلال صناعة الأزمة قد تتحقق المكاسب والأهداف، ويتم افتعال الأزمة عن طريق برنامج زمني محدد الأهداف والمراحل يمكن توضيحه على النحو التالي<sup>(22)</sup>:

**المرحلة الأولى: مرحلة الإعداد لميلاد الأزمة**

وتقوم على أساس تهيئة المسرح الأزموي لافتعال الأزمة، وإيجاد وزرع بؤرتها في الكيان السياسي، وإحاطتها بالمناخ والبيئة التي تكفل نموها وتضاعفها، وأهم الخطوات التنفيذية التي تتم في هذه المرحلة هي:

أ. استخدام الضغوط الاتصالية والإعلامية على الكيان السياسي المستهدف وحلفائه؛ لإفقاذه توازنه ودفعه رويداً رويداً إلى حافة الهاوية، من خلال حسابات الفعل وردود الفعل القائمة على دراسة متأنية لسيكولوجية متخذ القرار في الكيان السياسي المزمع إحداث الأزمة فيه.

ب. تشويه حقيقة القائمين على الكيان السياسي المستهدف، وإطلاق الشائعات المبنية على حقائق جزئية، والأكاذيب المدعمة للشائعات وتصويرهم على أنهم

فاقدي الأهلية والرشادة وأنهم خطر على الأمن والاستقرار، أو أنهم مجرمون  
خطرون على المجتمع الدولي والشعوب.

ج. كسب المؤيدين لأي تدخل عنيف ضد الكيان السياسي المستهدف سواء من خلال  
الإعلام المكثف المصاغة رسائله والمعدة بشكل يتناسب مع الهدف وبمستوى مهني  
رفيع، أو من خلال شبكات المصالح والارتباطات، أو من خلال تسريب المعلومات  
المغلوبة، أو الحقيقية أو بهذه الوسائل مجتمعة.

#### المرحلة الثانية: مرحلة إنماء وتصعيد الأزمة:

ويطلق عليها بعض الباحثين مرحلة التعبئة الفاعلة والمكثفة للضغط الأزموي، وحشد  
كل القوى المعادية للكيان السياسي المستهدف نيله بالأزمات العنيفة، حيث يتم اصطياذ  
هذا الكيان ووضعه في فخ الأزمة من خلال مجموعة متكاملة من التكتيكات، وهي  
تكتيكات قد تستخدم في شكل بدائل، أو في شكل متكامل مع بعضها البعض وفقاً لحجم  
الكيان المستهدف نيله بالأزمات واستنزافه وتفكيكه، وحله بشكل مخطط وخبيث، وبشكل  
متصاعد متنام، ويتم التصعيد بموجب ثلاثة تكتيكات:

#### أ. تكتيك التصعيد الرأسي:

ويقوم على الدفع المباشر لقوى صنع الأزمة وزيادة قدرتها وقوتها، وتكثيف تواجد  
في منطقة صنع الأزمة وبشكل سريع ومتعاضم، لتأكيد التفوق الكاسح لقوى صنع الأزمة  
ولعدم تمكين الطرف المستهدف من التقاط أنفاسه، ومن ثم الرضوخ للتهديد الصريح  
العلمي للقوة الضاغطة للقوى صانعة الأزمة وزيادتها ونموها ذاتياً مع الوقت.

#### ب. تكتيك التصعيد الأفقي

ويقوم على كسب المزيد من الحلفاء والمؤيدين لقوى صنع الأزمة وانضمامهم لها في  
عملية زيادة الضغط الأزموي، واتساع وتوسيع نطاق المواجهة لتشمل مجالات جديدة،  
وأبعاداً جديدة ومناطق جديدة متسعة، تجعل من عملية مواجهة الأزمة عملية معقدة  
وصعبة تستنزف الكيان السياسي الذي تم صنع الأزمة لديه، وتقوض دعائمه وتهدم  
أركانه وبنائه.

#### ج. تكتيك التصعيد الدائري المتراكم:

وهذا النوع من التكتيكات التي تستخدم بشكل فعال في صناعة الأزمات لزيادة

الضغط الأزموي وإرباك الطرف المستهدف إرباكاً شديداً، حيث يتم التصعيد للأزمة باستخدام كافة الأدوات والوسائل، والتخفيف مرحلياً والتصعيد بشكل كامل.

بمعنى أن يتم التصعيد بشكل متكامل ومنتام لفترة يعقبها مرحلة من التجميد، ثم يتم التصعيد مرة أخرى وهكذا، وتستخدم هذه الطريقة في الأزمات الدولية؛ حيث يتم من خلالها إرهاق وإرباك الكيان السياسي المستهدف، وإضعاف هيكله وعناصر قوته، وإفقاده الثقة بقياداته وإيجاد حالة من التفسخ واليأس والإحباط، بشكل قد يدفع أفراد هذا الكيان إلى أعمال طائشة هوجاء، وتدفع بالقوى المعادية الكامنة إلى الظهور العلني والتحرك بشكل سريع ومؤثر لاستمرار الخلل في هذا الكيان وزيادته، وتوسيع نطاقه وإجباره على التقهقر والتسليم بالمطالب والاستجابة لها بشكل كامل.

وفي هذه المرحلة يتم استخدام أدوات ذات تأثير مباشر على تصعيد الأزمة من خلال:

1. قطع المساعدات وفرض الحصار الاقتصادي على الكيان السياسي المستهدف، وإحداث إرباك مالي ونقدي وعيني، وإشعار كافة المستفيدين من هذه المساعدات بأهمية التخلص من الذين يعارضون سياسات صانعي الأزمة، أو من القيادة السياسية التي يتم الترويج بأنها استنفدت الغرض منها.
2. استخدام الوثائق والمستندات الحقيقية، أو ذات التزوير المتقن لتأكيد صدق الشائعات السابق إطلاقها في المرحلة الأولى، وتسريب بعض منها إلى أجهزة الإعلام الدولية واسعة الانتشار.

3. افتعال الأحداث وتميتها وتصعيدها وتضخيمها بشكل كبير؛ لإيجاد المبرر للتدخل العنيف ضد الكيان السياسي المستهدف أو ضد قيادة هذا الكيان.

#### المرحلة الثالثة: مرحلة المواجهة العنيفة:

وهي تلك المرحلة التصادمية بين الكيان الصانع للأزمة والكيان المستهدف، ويشترط لنجاح هذه المرحلة ما يلي:

- أ. اختيار التوقيت غير المناسب للكيان الخضم المراد تحطيمه أو استنزافه بالأزمات، وعلى أن يمثل في ذات اللحظة الوقت المناسب للكيان صانع الأزمة.



ب. اختيار المكان غير المناسب للخصم والذي لا يستطيع فيه السيطرة على الأحداث أو على تداعياتها، ويكون للكيان صانع الأزمة فيه القدرة على توجيه الأحداث والسيطرة عليها.

ج. اختيار المجال غير المناسب للكيان السياسي المستهدف سواء كان اقتصادياً سياسياً عسكرياً اجتماعياً ثقافياً تقنياً، والذي يملك فيه الطرف صانع الأزمة القدرة على تحريك قوى الفعل وإدارة الأزمة.

#### المرحلة الرابعة: مرحلة السيطرة على الكيان السياسي المستهدف:

وهي مرحلة الإفادة من حالة عدم الاتزان لدى هذا الكيان، وعدم قدرته على الحكم على الأمور، وتعرضه للاستهواء من خلال العناصر التي تم زرعها لديه والمحيطه به، ومن ثم قد يمكن توجيهه بالشكل المطلوب، ومن ثم إفقاده القدرة على الرؤية الذاتية، وفي الوقت نفسه تخليه عن أهدافه الأصلية التي كان يتجه إليها، واستبدال هذه الأهداف بأهداف جديدة تتناسب مع الطرف صانع الأزمة، بل وربطه بعلاقات تبعية يصعب عليه الفكك منها، أو الخروج عنها ما لم يتحمل تكاليف باهظة قد لا يقدر عليها.

#### المرحلة الخامسة: مرحلة تهدئة الأوضاع:

وهي المرحلة التي يتم فيها تهدئة الضغط الأزموي وإعادة الأوضاع الي حالتها الطبيعية، واستخدام أساليب التعايش الطبيعي، والتخفيف من حدة التوتر والاستجابة الهامشية للطرف المستهدف، والتي تكون بهدف امتصاص لقوى الرفض والاستثارة الداخلية لديه، وفي الوقت نفسه إعطاء الفرصة للقوى المؤيدة لصانع الأزمة، للسيطرة على الطرف المستهدف وإحكام عملية توجيهه، وفي الوقت ذاته استخدام الحكمة في امتصاص غضب الجماهير، والاستعانة بقيادة الرأي والفكر المعتدلين والموالين لصانع الأزمة، في إطار حملة إعلامية مخططة جيداً، ويتم إعادة الأمور إلى حالتها الطبيعية بعد إعادة تكييفها بالشكل المناسب لمصالح ورغبات صانع الأزمة وأهدافه البعيدة المدى.

#### المرحلة السادسة: مرحلة سلب وابتزاز الطرف المستهدف:

ويتم فيها حصد نتائج الجهود المثمرة التي تمت في المراحل السابقة ويتخذ جني المكاسب جانبين:

- 1 - جانب سلبي: يتمثل في إجبار الطرف المستهدف على الامتناع عن القيام بأي عمل من شأنه تهديد مصالح ومكاسب صانع الأزمة.
- ب - جانب إيجابي: ويتمثل في إقناع الطرف المستهدف، بالقيام بعمل أو أعمال معينة من شأنها تقوية مصالح ومكاسب صانع الأزمة.

#### المطلب الرابع

##### توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية

ترتبط تقاليد توظيف وسائل الإعلام في صناعة الأزمات أو التعامل معها بوزارة الخارجية الأمريكية التي لم تتردد في أن تعلنه صراحة عام 1948، عن تدخلها بجميع وسائل الإعلام الجماهيري في إيطاليا، في عملية الانتخابات المشهورة والتي كادت أن تمكن الحزب الشيوعي الإيطالي من الوصول إلى الحكم، ووفقاً لمدير المخابرات الأمريكية آنذاك أنه لجأ إلى الصحافة والراديو وجميع الوسائل مستعيناً بأعضاء السفارة الأمريكية في روما ودون استثناء السفير نفسه لتحقيق غايته وهي منع الحزب الشيوعي الإيطالي من الحصول على أية أغلبية انتخابية<sup>(23)</sup>.

ومن خلال الخبرة السياسية السابقة في مجال توظيف وسائل الإعلام بصفة عامة، وما حدث في المشهد الدولي المعاصر في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام، والذي تبلور بظهور وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها شكلاً من أشكال الوسائط الجديدة التي تسهل التفاعل الاجتماعي والتواصل من خلال استخدام المنصات القائمة على الإنترنت، بأشكالها وأنواعها المتعددة وأجيالها المتتابة، يمكن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تهيئة البيئة الدولية لصناعة الأزمة، والإعداد لإثارته من خلال ما يمكن أن نطلق عليه تسخين البؤر الأزمومية الكامنة في الكيان المستهدف، أو نقاط الضعف والاختلاف في المصالح والمواقف في العلاقات الثنائية، أو متعددة الأطراف بين الأطراف الدولية المستهدفة، كما يتم توظيفها في زعزعة الاستقرار، وتكثيف الضغوط النفسية والبشرية الفردية والجماعية على الكيان المستهدف، وقد توظفها القوى الصانعة للأزمة في خلق وتوفير العامل المفجر للأزمة المصنوعة، وفي المراحل التالية تلاحق الأزمة بمعنى المتابعة المرتبطة بتضخيم النتائج و تشويه أي إنجاز للطرف المستهدف.

من ناحية أخرى برزت في الواقع المعاصر أنماط جديدة من الأزمات الدولية المرتبطة بصناعة الإعلام الرقمي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والشركات العملاقة العاملة في هذا المجال، والتي تفوق في إمكاناتها وقدراتها الكثير من الدول، وهي أزمات قد تكون في إطار المنافسة بين هذه الشركات، أو بينها وبين الدول، أو ما يمكن أن تتعرض له أي منها من أزمات، ويتولد عن هذه الحالات أزمات دولية تواجه الأطراف الدولية المرتبطة بهذه الشركات، وذلك نظراً لطبيعة علاقات الاعتماد المتبادل القائمة بين الفاعلين السياسيين في المشهد الدولي من الدول ومن غير الدول، ونتيجة لتوسع نطاق الترابط والتواصل بين كافة مكونات المجتمع الدولي في مرحلة التحول نحو المجتمع الرقمي، التي تتشكل خلال هذه المرحلة التاريخية، وينتج عن مثل هذه الأزمات مخاطر وتهديدات بالغة الشدة للأطراف التي تتعرض لها، وفي ظل ظروف الصراع الدولي القائمة الآن خاصة في مجال الصراع للوصول والسيطرة على التكنولوجيا المتطورة، يتم اللجوء إلى صناعة الأزمات على مستوى شركات التكنولوجيا العملاقة بالمفهوم المتقدم، وتوظف وسائل التواصل الاجتماعي في مثل هذه الحالات بأشكال وصور تعتمد على أكثر التكنولوجيات تقدماً، مثل التزييف العميق الذي يقوم على التلاعبات الرقمية بالصوت والصورة الواقعية للغاية والتي يصعب اكتشافها، فقد أصبح من السهل أكثر من أي وقت مضى تصوير شخص يقول أو يفعل شيئاً لم يقله أو يفعله أبداً، وتذكر إحدى الدراسات أن الأسوأ من ذلك، يتمثل في أنه من المرجح أن تتكاثر وسائل إنشاء تقنية التزييف العميق بسرعة؛ مما ينتج عنه دائرة متزايدة الاتساع من الجهات الفاعلة القادرة على نشرها لأغراض سياسية<sup>(24)</sup>.

في ظل التزايد المستمر للأزمات الدولية واتساع نطاقها ليشمل كافة المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتقنية والأمنية؛ تتعدد الآراء بصدد توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية، فتشير إحدى الدراسات إلى أن هذا التوظيف يشمل القيام بثلاثة أدوار: إثارة وافتعال الأزمة، تضخيم وتصعيد الأزمة، التضليل والتلاعب بحقائق الموقف<sup>(25)</sup>.

يمكن توظيف منصات وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية بطرق مختلفة من قبل عدد من القوى الداخلية كالنظام السياسي، والمعارضة المحلية، بما في ذلك المنشقون أو المرشحون المتطرفون، ومن القوى الخارجية التي تشمل الدول الأخرى والفاعلين من غير الدول، كالمنظمات الدولية، وجماعات الجريمة المنظمة والجماعات الإرهابية، والشركات متعددة الجنسيات وغيرها، حيث يستخدم هؤلاء الفاعلون وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية لأغراض متعددة سياسية، واقتصادية، واجتماعية، وثقافية، وأمنية، وتقنية، في محاولة للتأثير على الكيان السياسي المستهدف. وتشمل أهم مجالات توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات ما يلي:

### 1. زعزعة الاستقرار:

تسهل منصات التواصل الاجتماعي زعزعة الاستقرار من خلال تسويق وتعبئة المنشقين والحركات الشعبية (التي تمثل المعارضة الداخلية) في مقاومة السلطة الحاكمة، وعندما يفترق النظام الحاكم في بعض هذه الحالات إلى القدرة القسرية للحفاظ على النظام الداخلي ووقف الضغوط المنسقة بشكل جيد، يمكن أن يؤدي تأثير زعزعة الاستقرار في النهاية إلى تغيير النظام بالقوة، وفي الحالات القصوى يمكن تحقق سيناريو الدولة الفاشلة، وتوضح الخبرة السياسية المعاصرة أن زعزعة الاستقرار الناتجة عن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي يتسع نطاق تأثيرها إلى أطراف أخرى غير الطرف المستهدف بحكم العدوى، أو ما يعرف بنظرية الدومينو أو التقليد والمحاكاة؛ الأمر الذي قد يؤدي إلى خلق بؤر للأزمات الدولية القابلة للانفجار، كما أن تغيير النظام بالقوة تنتج عنه حالة من الفوضى التي تؤثر بشكل مباشر على دول الجوار المباشر أولاً، فدول الجوار الإقليمي، وصولاً إلى الإطار الدولي، هذا فضلاً عن أن الوصول لمرحلة الدولة الفاشلة تتولد عنه العديد من الأزمات الدولية كأزمة المهاجرين غير الشرعيين وأزمة اللاجئين والأزمات المتعلقة بأعمال الإغاثة الإنسانية<sup>(26)</sup>.

### 2. التضليل ونشر الأخبار الكاذبة:

تستخدم القوى الصانعة للأزمة منصات وسائل التواصل الاجتماعي كناشر للأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة عبر صناعة الأزمات الدولية؛ بهدف زيادة حدة ممارسة

ضغوطها على الكيان المستهدف، وإبراز تشدها تجاه الكيان المستهدف، وقد ينتج عن هذا بروز اتجاه متطرف في نطاق الكيان المستهدف؛ الأمر الذي يزيد من حدة الاستقطاب والتصعيد في الموقف الأزموبي، ومن ثم تزداد شدة وحدة الأزمة، ويصعب الوصول إلى توافق حول الحلول الوسط للأزمة بين القوى المشاركة فيها<sup>(27)</sup>.

من ناحية أخرى تلجأ القوى الصانعة للأزمة إلى تكثيف جهودها الموجهة للكيان السياسي المستهدف المتعلقة بنشر الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، عبر مراحل صناعة الأزمة، ولا يقتصر هذا الاستهداف على صناع القرار في هذا الكيان السياسي، بل يشمل كافة عناصر المجتمع، وذلك لإحداث حالة من الشك والريبة، وإضعاف الثقة بالنفس، وخلق شعور بالضعف والهزيمة في نطاق هذا الكيان، وعدم جدوى المواجهة باعتبارها أمراً محسوماً لصالح القوى الصانعة للأزمة، هذا بالإضافة إلى الصعوبات التي تواجه صانع القرار في الكيان المستهدف نتيجة الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة وتزايد احتمالات اتخاذه القرار الخطأ، أو التردد في اتخاذ القرار أو اتخاذ القرار في الوقت غير المناسب، وهذه كلها بدائل تعمق من شدة وحدة تأثير الأزمة على الكيان المستهدف.

ويمكن القول بأن توظيف التضليل في صناعة الأزمات الدولية يقوم على خلق منطق جديد أو اختلاقه اختلاقاً استناداً إلى الكذب والمخادعة، والدفع من خلاله في صناعة الأزمة لخطوات محسوبة بدقة، تختلف من مرحلة لمرحلة أخرى من مراحل تطور، ورغم أن الكذب لم يعد سهلاً في عالمنا المعاصر، الذي يقوم على سهولة الاتصال بين الشعوب والجماعات، بحيث يصير من السهل اكتشاف التلاعب بالحقيقة بسرعة وسهولة؛ إلا أن هذا لا يعني أن الكذب لا يجوز الالتجاء إليه في الواقع الدولي، فكثير ما يستخدم الكذب كأداة أساسية لصناعة الأزمات الدولية، فيتم اختلاق الحوادث والأحداث، وتزوير الصفات والتصرفات، واختلاق القصص المخزية حول القادة والزعماء الذين يراد النيل منهم، كما يتم التلاعب والتزوير في الإحصاءات واختلاق أخبار لا وجود لها، ونشر إشاعات تتضمن أكاذيب أو على الأقل التضخيم في بعض الحقائق.

ومع ذلك فلا يمكن تصور أن عملية التضليل في صناعة الأزمات الدولية أمر سهل الالتجاء إليه؛ والسبب يرجع إلى عوامل عديدة تدور جميعها حول المدى الذي يستطيع أن يصل إليه المخطط الدعائي في عملية التضليل المبني على الكذب والاختلاق، دون أن ينقلب هذا السلاح- أي الأخبار غير المطابقة للحقيقة- إلى سبب في إخفاق جهوده الموجهة إلى الأطراف المستهدفة<sup>(28)</sup>.

### 3. تكثيف الضغوط الفردية والجماعية على الكيان المستهدف

تلجأ القوى الصانعة للأزمات بصفة عامة والدولية تحديداً إلى توظيف الوسائل التي تستخدمها استناداً إلى المزايا النسبية التي تتمتع بها كل وسيلة من هذه الوسائل، وهو ما ينطبق على توظيفها لوسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات؛ حيث تحاول توظيف ما تتسم هذه الوسائل من سهولة واتساع الانتشار في مجال تعبئة وتكثيف الضغوط الفردية والجماعية والنفسية على الكيان المستهدف.

فعلى المستوى الفردي المتعلق بتكثيف الضغوط الفردية الكمية والكيفية، على الكيان المستهدف يتم توظيفها لتقوم بتعزيز التحول الفردي، فغالبا ما يفترض أن هذه وسائل يمكن أن تؤثر على التعبئة السياسية والاحتجاج، من خلال تأثيرها على الأفراد الذين إما يشاركون بنشاط في تدفقات الاتصالات هذه، أو يتعرضون لها، فقد يطور بعض الأفراد كفاءات جديدة من خلال تعرضهم لوسائل التواصل الاجتماعي أو مشاركتهم فيها؛ مما يسمح لهم بالمشاركة الأكثر بسهولة أو بشكل فعال في سياسات العالم الحقيقي، أو لمعالجة المعلومات بشكل مختلف، هذا يمكن أن يزيد الثقة بالنفس ويوسع نطاق الأفراد للعمل.

من ناحية أخرى، يمكن القول بأن هذه الأشكال الأكثر مرونة من المشاركة تقرب الناس من مبادرات محددة وتسييسها؛ مما يمكنهم من الصعود تدريجياً إلى سلم الالتزام بها، في نطاق أي استراتيجية موجهة لتنفيذ مهام أو مهمة معينة كصناعة الأزمات، عند هذا المستوى من التحليل، يمكن الاستفادة من سهولة واتساع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي ووصولها إلى ملايين البشر، في توسيع نطاق مدى العارفين والمتابعين والمهتمين بموضوع الأزمة المصنوعة إلى آفاق غير محددة، مع إمكانية تحولهم إلى

مشاركين في العملية الأزموية، وهو ما قد يزيد من تعقيد الأزمة بالنسبة للطرف المستهدف<sup>(29)</sup>.

وبالنسبة للمستوى الجماعي المرتبط بتكثيف الضغوط الجماعية في نطاق صناعة الأزمة الدولية يمكن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في تغيير العلاقات بين المجموعات ذات الصلة بصناعة الأزمة؛ فقد تعيد وسائل الإعلام الجديدة تشكيل المناقشات والمناقشات داخل المجموعات وعبرها في المجتمع؛ مما يؤدي إلى تغيير العلاقات والمواقف بين هذه المجموعات، ومن ثم يمكن توظيفها لتفكيك القوى الاجتماعية الراضية لمواقف القوى الصانعة للأزمة، وزرع الفتن والخلافات فيما بينها، وكذلك توسيع نطاق القوى الاجتماعية المساندة لصناعة الأزمة؛ بحيث تضم قوى جديدة يصعب على صانع القرار المسئول عن إدارة الأزمة في الكيان المستهدف تصور انضمامها إلى القوى الصانعة للأزمة، وقد يتسع نطاق ذلك ما تتسم وسائل التواصل الاجتماعي انتشار نقاط الاتصال عبر الانقسامات السياسية أو الطائفية أو الجغرافية.

وفيما يتعلق بتسهيل العمل الجماعي يرى العديد من المؤلفين أن أعظم فرصة تتيحها وسائل التواصل الاجتماعي هي قدرتها على دفع لأفراد والجماعات على التنظيم، أو الاحتجاج، أو حشد الدعم، أو اتخاذ أشكال أخرى من العمل الجماعي. هناك عدد من الآليات المعقولة لكيفية قيام وسائل التواصل الاجتماعي بذلك، فقد تقلل من تكاليف المعاملات لتنظيم العمل الجماعي، من خلال تسهيل الاتصال والتنسيق عبر المسافة المادية والاجتماعية، وتعمل مواقع الشبكات الاجتماعية مثل Facebook على تسهيل الاتصال ببعضهم البعض أكثر من ذي قبل<sup>(30)</sup>.

#### 4. جذب الاهتمام الخارجي:

تؤدي وسائل الإعلام الجديدة دوراً متزايد الأهمية في النشر الإقليمي والعالمي للمعلومات حول الأحداث والتطورات الجارية على المستوى المحلي والدولي، من خلال خلاصات Twitter ورسائل الحالة على Facebook، يمكن متابعة هذه الأحداث فور ظهورها على أي جهاز كمبيوتر أو هاتف محمول في جميع أنحاء العالم.

يمكن نشر المدونات ومقاطع الفيديو على الإنترنت لإطلاع العالم على الاحتجاجات وردود فعل الأنظمة، وهذا يضمن الدعاية للمتظاهرين والتي قد تحميمهم أحياناً، في بعض السياقات السياسية، من الأعمال الانتقامية الأكثر قسوة على أيدي قوات الأمن. تعتمد وسائل الإعلام التقليدية خارج البلد المعني أيضاً على الإنترنت كمصدر للمعلومات الحديثة، قد يكون هذا في نهاية المطاف أكثر نجاحاً في كسب الدعاية الدولية من حشد الاحتجاج السياسي في الدولة نفسها، كما تتيح وسائل الإعلام الجديدة الفرصة لتوثيق التصرفات غير القانونية، وفي بعض الحالات، تقديم الجناة إلى العدالة لاحقاً<sup>(31)</sup>.

وعملياً تركز القوى الصانعة للأزمات الدولية على توظيف وسائل التواصل الاجتماعي لجذب الاهتمام الدولي على كافة المستويات الرسمية والشعبية؛ من أجل توسيع نطاق القوى الدولية المساندة لها وتوفير الموارد الداعمة لأنشطتها، وفي ذات الوقت تفكيك القوى المساندة للطرف المستهدف، أو محاولة إغرائها بمزايا معينة في حال تغيير مواقفها، أو التلويح بتعرضها لعقاب معين حال استمرارها في مساندة الطرف الآخر، أو على الأقل نقلها إلى موقف الطرف المحايد، ولا شك في أن هذا يتطلب تطويراً مستمراً في الرسائل المتدفقة من الوسائل المستخدمة بما يتناسب وكل حالة.

##### 5. اختلاق العامل المضجر للأزمة الدولية المصنوعة:

يمكن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في اختلاق حدث يمكن توظيفه كمفجر للأزمة من جانب القوى الصانعة لها، وهذا الحدث قد يكون وهمياً أي غير حقيقي، وقد يكون حدثاً بسيطاً، ولكن له صلة بأطراف الأزمة ويتم تضخيمه، وقد يكون حدثاً مختلفاً أو مدبراً من جانب أحد المدونين أو النشطاء ذوي الصلة والارتباط بالقوى الصانعة للأزمة، وقد يتم اللجوء في ذلك للتقنيات الحديثة في التزييف الصوتي والمرئي العميق، وغيرها.

##### 6. المتابعة المرتبطة بتضخيم النتائج أو تشويه الانتصار المعادي:

يتم توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة خطوات ومراحل صناعة الأزمة؛ بما يؤدي لتضخيم النتائج المتحققة وتعظيمها بغض النظر عن الحقيقة، وفي



المقابل التقليل من شأن خطوات الطرف المستهدف، والاستهانة بها، وتشويهها، وتكذيبها، وإنكارها؛ وذلك في نطاق منظومة متكاملة للتلاعب بحقائق الموقف.

نماذج عملية لتوظيف وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات:  
1. توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات التي تعرضت لها بعض الدول: تقدم إحدى الدراسات عرضاً حول توظيف وسائل التواصل الاجتماعي عبر مراحل الأزمات التي تعرضت لها بعض الدول، فتذكر:

"يعد استخدام منصات التواصل الاجتماعي جزءاً من كل مرحلة من مراحل أي أزمة في عصر الإنترنت، في مرحلة الإعداد، يستخدم النشطاء منصات التواصل الاجتماعي للعثور على بعضهم البعض، وبناء التضامن حول المظالم المشتركة، وتحديد الأهداف السياسية الجماعية. في مرحلة الإشعال، التي تتطوي على حادث تحريضي، تساعد وسائل التواصل الاجتماعي في نشر تلك الحادثة وإثارة غضب الجمهور.

في مرحلة الاحتجاجات في الشوارع، يتم تنسيق الدعوة إلى الاحتجاجات ومواقع الاحتجاج عبر الإنترنت، بينما في مرحلة الانتشار الدولي، تكتسب الصور والتغريدات ومقاطع الفيديو من الانتفاضة اهتماماً ودعمًا دولياً.

وهو ما يضغط على حكام الدولة المستهدفة للدخول في مرحلة الذروة، حيث تقوم الدولة إما بقمع المتظاهرين وإجبار المحتجين على العودة إلى ديارهم (كما في حالة إيران 2009)، أو يتنازل الحكام ويلبي المطالب العامة (كما في مصر وتونس 2011)، أو تصل المجموعات إلى طريق مسدود طويل الأمد (كما في سوريا)، وتعتمد الخاتمة إلى حد كبير على مدى امتلاك الدولة المستهدفة لعناصر القوة القسرية، ومدى قدرتها على توظيفها لمواجهة هذه الضغوط، وكذلك على مدى سماح القوى الداخلية والدولية الصانعة للأزمة للدولة المستهدفة، باستخدام ما لديها من عناصر هذه القوة في الواقع الميداني وما يمكن أن تفرضه من قيود على حركتها<sup>(31)</sup>.

2. استخدام الراديكاليين وتنظيم القاعدة لوسائل التواصل الاجتماعي: وسائل التواصل الاجتماعي هي أداة فعالة لاستخدامها في التطرف وتجنيد الأعضاء في قضية ما. إنه دائماً موجود أينما كان المستخدم يجذب مستخدميه بوعده الصداقة، أو القبول، أو الشعور بالهدف.

قد يجد المستخدمون أنفسهم في نطاق الجماعة الراديكالية أو الإرهابية، غير متأكدين من كيفية دخولهم لهذه الدائرة؛ أو ربما اختاروا هذا المسار بأنفسهم، وهم يعرفون جيداً إلى أين يقودهم.

في كلتا الحالتين، دفعت وسائل التواصل الاجتماعي الفرد إلى السير على الطريق الذي انتهى إليه، يرحب Facebook و Twitter بالمستخدمين ويشجعونهم على دعم أسباب التغيير السياسي و/ أو الاجتماعي، كما أصبحت المدونات أيضاً وسيلة شائعة للأفراد للتعبير عما يدور في أذهانهم، في كثير من الأحيان، تكون وسائل التواصل الاجتماعي هي الصوت الذي يوفر الكثير من المعلومات، ولكن الحصول على معلومات أكثر هو ما يتوق إليه الناس.

يدرك تنظيم القاعدة والجماعات التابعة له اعتماد العالم الغربي على تبادل المعلومات واستخدام التكنولوجيا للتواصل، إنهم يستخدمون الإنترنت بشكل متزايد للتلاعب بمظالم الشباب المنفردين، وجعلهم متطرفين، ومنحهم إحساساً بالهدف. يشجع تنظيم القاعدة الإرهاب الداخلي، ومن خلال استخدام الرسائل الدعائية والمعلومات الموجودة على الإنترنت والتي يتم نقلها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يستطيع المزيد من الأفراد الوصول إلى المعلومات والمواد لتنفيذ عمليات "الذئب المنفرد" ضد أهداف غربية.

يستخدم الإرهابيون الإنترنت لتجنيد الأعضاء وجعلهم متطرفين في عمليات إرهابية محلية.

الأشخاص الذين يعيشون في الولايات المتحدة والدول الغربية الأخرى، حيث الإنترنت متاح لجميع السكان، هم أكثر عرضة للتجنيد والتطرف عبر الإنترنت. تركز القاعدة اهتمامها على تجنيد الشباب من الغرب لمساعدتهم على نقل المواد، والعمل كمفجرين انتحاريين، أو القيام بكل ما في وسعهم من أجل القضية.

بعض المواقع الإرهابية في الخارج تقدم خدماتها للأطفال من خلال استخدام الرسوم المتحركة ووسائل الإعلام المسلية لنشر أيديولوجيتهم الإرهابية.

تتجلى جهود القاعدة لتجنيد الغربيين وتطرفهم في مجلتهم على الإنترنت، إلهام، الموجة للشباب في البلدان الناطقة باللغة الإنجليزية للتطرف الذاتي، وأن يصبحوا أحد الإرهابيين المحليين الذين سينفذون هجمات ضد الغرب خاصة.

إذا كانت هناك كثافة عالية من الاتصالات ويتم توجيه المعلومات من خلال مصادر متعددة، ويشعر الناس بالارتباط بالحدث كما لو كانوا يعيشونه، فهناك احتمال أكبر للتطرف؛ لأن الناس سيشرحون بالميل إلى المشاركة في الحدث بدلاً من الجلوس على الهامش لمشاهدة حدوثه ذلك حتى يتمكن من مشاهدته أثناء حدوثه، هذا يزيد من رد الفعل العاطفي داخل الفرد ليصبح داعماً مشاركاً وجذرياً.

بنفس الطريقة التي تستخدم بها الحكومات والسياسيون وسائل التواصل الاجتماعي لنشر نفوذهم والتواصل مع المؤيدين وجمع الأموال، يمكن للجماعات المتطرفة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لنفس الأغراض.

غرف الدردشة هي أيضاً أدوات مفيدة لوسائل التواصل الاجتماعي. تستخدم القاعدة برنامج Paltalk وتتبنى غرفة دردشة للتواصل. وهو أيضاً منتدى مفتوح؛ حيث يمكن لأي شخص الانضمام إلى المحادثة والتجنيد والتطرف في أيديولوجية القاعدة<sup>(32)</sup>.

#### خاتمة الدراسة:

حاول الباحث رصد وتحليل وتفسير منظومة القوة المعاصرة وموضع وسائل الإعلام منها بما فيها وسائل التواصل الاجتماعي، وانعكاس ذلك على التأثير النسبي المرتفع والمتزايد لهذه الوسائل في صناعة الأزمات الدولية عبر مراحلها المتتابعة، وتحديد نطاق تأثيرها على مواضيعها وخصائصها وتوجهاتها ومعدل دورانها ومستوى شدتها، وقد توصل الباحث لمجموعة من النتائج، منها:

أولاً- أوضحت الدراسة اتساع نطاق تأثير وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي في الواقع الدولي المعاصر، وذلك نظراً لوزنها الكمي المرتفع من حيث عدد مستخدميها الذي تجاوز أربعة مليارات وسبعمئة مليون مستخدم في أكتوبر 2022، والكيفي المتعلق بقدرتها على التأثير المتعدد الأبعاد والمجالات.

ثانياً- حاول صانعو الأزمات توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية اعتماداً على ما تتمتع به من مزايا نسبية؛ من حيث اتساع نطاق الانتشار وسهولته وسرعته في صناعة الأزمات عبر مراحلها المتتابعة، وبما يتناسب وطبيعة وخصائص كل مرحلة.

ثالثاً- توصلت الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي بذاتها يمكن أن تكون منتجة للأزمات الدولية، من خلال ما قد يحدث بين شركاتها العملاقة من صراعات، أو ما قد يقع بينها وبين الدول من صراعات، وحتى ما يمكن أن تتعرض له كل شركة من هذه الشركات من مشكلات يمكن أن ينتج عنها أزمات على المستوى الدولي، بحكم اتساع نطاق علاقات الاعتماد المتبادل بين كافة الفاعلين على المستوى الدولي وفي المجالات المختلفة.

رابعاً- أوضحت الدراسة المجالات والمستويات المتعددة التي يمكن توظيف وسائل التواصل الاجتماعي من خلالها في صناعة الأزمات الدولية المعاصرة.

خامساً- هناك علاقة ارتباط واضحة بين التوسع في توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية، وغلبة الصراع على المشهد الدولي، فكلما اتسع نطاق الصراع الدولي كلما زادت الحاجة لصناعة الأزمات الدولية كأداة من أدوات الصراع الدولي، ومن ثم اتسع نطاق الوسائل ذات المزايا النسبية المرتفعة والملائمة للتوظيف في نطاق هذا الصراع.

سادساً- أسهمت الخصائص النوعية التي تميز الأزمات الدولية في هذا العصر والمرتبطة باتساع نطاق الترابط والتواصل، بين التكنولوجيا وكافة القطاعات الإنتاجية والخدمية في الدول وعبر الدول، في توسيع نطاق تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في صناعة الأزمات الدولية ولو بشكل غير مباشر، فإذا ما تم توظيفها في إحداث تغيير سياسي في دولة ما، يمكن أن تتسع تداعيات هذا التغيير إلى دول أخرى، بل وقد ينتج عنها أزمات دولية نوعية كأزمات اللاجئين والمهاجرين غير الشرعيين وغيرها.

سابعاً- أوضحت النماذج العملية التي قدم الباحث نموذجين منها أن هناك خبرات عملية تراكمية مهمة يمكن رصدها وتحليلها في مجال توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في

صناعة الأزمات في الواقع المعاصر؛ وهي بطبيعتها ووفقاً للمعطيات العصرية يتحول معظمها إلى أزمات دولية عابرة للحدود، ومن ثم يمكن أن تفيد في شأن التوصل للاستراتيجيات المناسبة للتعامل الفعال مع هذه الأزمات.

#### هوامش الدراسة:

- (1) محمد سعد أبو عامود، العلاقات الدولية المعاصرة، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الثالثة، 2013، ص106: ص108.
- (2) هانز مورجانثو، السياسة بين الأمم، ترجمة: عبد العظيم حماد، ج1، القاهرة، الدار القومية للطباعة والنشر، 1966، ص20-22.
- (3) Jessica T Mathews. Power Shift: The rise of global civil society, Foreign Affairs, January/ February 1997, P P. 50- 52.
- (4) Clay Sbirky, The political power of social media, Foreign. Affaires, January/February ,2011, pp. 28-30.
- (5) انظر في تفصيل ذلك: محمد سعد أبو عامود، الاتصال بالجمهير وصنع القرار السياسي: دراسة تطبيقية على النظام السياسي المصري 1970-1981، رسالة دكتوراه، غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 1986.
- (6) محمد سعد أبو عامود، الإعلام والسياسة في عالم جديد، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الثانية، 2016، ص168: ص170.
- (7) المرجع السابق، ص189: ص197.
- (8) KARIN MEGHEŞAN and VERONICA MIHALACHE, The national security media power linkage. A theoretical framework, Political sciences European studies, at bit.ly/1t5IP11
- (9) IBID,
- (10) IBID
- (11) KARIN MEGHEŞAN and VERONICA MIHALACHE. OP.CIT
- (12) محمد السيد سليم، تحليل السياسة الخارجية، القاهرة، مطبعة النهضة المصرية، الطبعة الأولى، 1998، ص46: ص47.
- (13) محمد سعد أبو عامود، النظام الدولي: هل انتهت حقبة الهيمنة الأمريكية في الوطن العربي؟ في الدكتور علي الدين هلال (محرر)، حال الأمة العربية (2014-2015) الإحصار من تغيير النظم إلى تفكيك الدول، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2015، ص57: ص68.
- (14) Henry Kissinger, World Order, London, Penguin Group, 2014, p.2.
- (15) السيد عليوة، إدارة الأزمات والإدارة بالأزمات رث، القاهرة، دار الأمين للنشر والتوزيع والنشر، 2003، ص82: ص89.
- (16) عباس رشدي العمري، إدارة الأزمات في عالم متغير، القاهرة، مركز الأهرام للترجمة والنشر، الطبعة الأولى، 1993، ص49.
- (17) محسن أحمد الخضير، إدارة الأزمات: منهج اقتصادي إداري لحل الأزمات على مستوى الاقتصاد القومي والوحدة الاقتصادية، القاهرة، مكتبة مدبولي، الطبعة الثالثة، ص11: ص12.
- (18) المرجع السابق، ص12.
- (19) المرجع السابق، ص13: ص14.

- (20) المرجع السابق، ص14: ص17.
- (21) عباس رشدي العماري، مرجع سابق، ص114: ص115.
- (22) محسن أحمد الخضيري، مرجع سابق، ص17: ص23.
- (23) حامد ربيع، فلسفة الدعاية الإسرائيلية، دراسات فلسطينية (72) بيروت، منظمة التحرير الفلسطينية، مركز الأبحاث، 1970، ص29.
- (24) Robert Chesney and Danielle Citron, Deepfakes and the NewDisinformation WarThe Coming Age of Post-Truth Geopolitics, published 12/11/2018, Accessed at,3/29/2023, Available at:  
<https://www.foreignaffairs.com/articles/world/2018-12-11/deepfakes-and-new-disinformation-war>
- (25) ماجد عبد الله الجريوي ومشعل محمد الوعيل الإعلام الرقمي من البدايات إلى تشكل الامبراطوريات، الرياض، تشكيل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية 2021، ص203: ص207.
- (26) Guy Schleffer, Benjamin Miller, THE POLITICAL EFFECTS OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS ON DIFFERENT REGIME TYPES, Summer 2021, Available at , <http://dx.doi.org/10.26153/tsw/13987>  
 | 77–103
- (27) IBID
- (28) حامد ربيع، مرجع سابق، ص54.
- (29) Jan Hanrath / Claus Leggewie, Revolution 2.0? The Role of Digital Media in Political Mobilisation and Protest, World Society and Development, published 2013, Accessed, at 3/29/2023, Available at:  
[https://www.academia.edu/10198612/Revolution\\_2\\_0\\_The\\_Role\\_of\\_Digital\\_Media\\_in\\_Political\\_Mobili](https://www.academia.edu/10198612/Revolution_2_0_The_Role_of_Digital_Media_in_Political_Mobili)
- (30) Jan Hanrath / Claus Leggewie, Ibid.
- (31) IBID.
- (32) Robin L. Thompson, Radicalization and the Use of Social Media, Journal of Strategic Security, Volume 4, Issue 4 2011, pp. 167-190 available in Journal of Strategic Security:  
<http://scholarcommons.usf.edu/jss/vol4/iss4/9>

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani**

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

**Managing Editor: Prof. Arafa Amer**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

● Issue 68 October 2023 - part 2

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.