

## Trends in Media Discourse during International Crises: An Analytical Study of the US Withdrawal from the Nuclear Deal

Khudair Alyas Nahed<sup>1a</sup>Irada Zaydan ALjubori<sup>1b</sup> 

<sup>1</sup>Department of Public Relations, College of Mass Communication, University of Baghdad, Baghdad, Iraq.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

### Abstract

The research focuses on the withdrawal of the United States from the nuclear agreement signed between the permanent members of the United Nations Security Council and the Islamic Republic of Iran concerning its nuclear program. This withdrawal has caused disruption in the official media discourse of the concerned countries. Therefore, the main question can be posed: Are there differences in the positions of countries related to the nuclear agreement, as well as those countries affected by it, before and after the official withdrawal of the United States on May 8, 2018?

The research aims to shed light on the trends in media discourse of the countries that signed the nuclear agreement and those affected by it before and after the U.S. withdrawal. It aims to uncover differences in official statements and their impact on exacerbating international crises. The researcher employed a survey method and content analysis tool to analyze official media discourses gathered from online news sources and reliable social media platforms.

The research yielded several results, including: The official media discourse was not consistent with the positions of countries regarding the U.S. withdrawal from the nuclear agreement. Most of the countries included in the study affirm Iran's commitment to the agreement but support additional economic and military sanctions against it.

**Keywords:** U.S. Withdrawal, Nuclear Agreement, International Crises, Media Discourse.

**OPEN ACCESS**

<sup>a</sup> Corresponding author: E-mail address: [khudair.alyas@mau.edu.iq](mailto:khudair.alyas@mau.edu.iq), +964 7705302969

<sup>b</sup> Co-author: E-mail address: [dr.iradazaydan@comc.uobaghdad.edu.iq](mailto:dr.iradazaydan@comc.uobaghdad.edu.iq), +964 7704221547

DOI: <https://doi.org/10.33282/abaa.v15i61.694>

Received: 09/05/2021, Accepted: 06/08/2023, Published: 30/09/2023

## اتجاهات الخطاب الإعلامي اثناء الأزمات الدولية: دراسة تحليلية لأزمة انسحاب الولايات المتحدة من الاتفاق النووي

خضر الياس ناهض<sup>1</sup> إرادة زيدان الجبوري<sup>1</sup>

<sup>1</sup> قسم العلاقات العامة، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق.

### مستخلص

تتمحور مشكلة البحث حول خروج الولايات المتحدة الأمريكية من الاتفاق النووي الذي تم توقيعه بين الدول الدائمة الأعضاء في مجلس الأمن وجمهورية إيران الإسلامية بخصوص برنامجها النووي، وهذا الخروج أحدث اضطراباً في الخطاب الإعلامي الرسمي للدول المعنية، وبناءً على هذا يمكن طرح التساؤل الرئيس وهو: هل هناك اختلافات في مواقف الدول المتعلقة بالاتفاق النووي، وكذلك الدول المتأثرة به قبل وبعد انسحاب الولايات المتحدة الرسمي منه في الثامن من آيار 2018؟ ويمكن هدف البحث في تسليط الضوء على اتجاهات الخطاب الإعلامي للدول الموقعة على الاتفاق النووي والدول المتأثرة به قبل وبعد انسحاب الولايات المتحدة، وكشف الاختلافات في الخطابات الرسمية وتأثيرها على تقاوم الأزمات الدولية، واستخدم الباحث المنهج المسحي، وأداة تحليل المضمون لتحليل الخطابات الإعلامية الرسمية المجتمعة من مصادر الأخبار عبر الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي الموثوقة، وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج منها: إن الخطاب الإعلامي الرسمي لم يكن متجانساً في مواقف الدول اتجاه انسحاب الولايات المتحدة من الاتفاق النووي، وإن معظم الدول المشمولة في الدراسة تؤكد على التزام إيران بالاتفاق، ولكنها تدعم فرض عقوبات اقتصادية وعسكرية إضافية عليها.

**الكلمات المفتاحية:** الانسحاب الأميركي، الاتفاق النووي، الأزمات الدولية، الخطاب الإعلامي.

### مقدمة

يحتل الخطاب الإعلامي الرسمي مكانة هامة في الدراسات الإعلامية؛ وذلك لكونه خطاباً مؤسساتياً له أهداف ظاهرة وكامنة، وهو الوعاء الذي يشمل كل الرسائل التي تصدر عن دولة ما بغض النظر عن الشكل الذي تقدم به سواء أكانت خبراً أم بياناً أم مؤتمراً أم تغريدةً أم غيرها، وإن مجموع هذه الرسائل تؤدي وظائف أساسية في الوسيط الاتصالي وتكون المرآة العاكسة لمواقف مصدرها.

وتسعى الدراسات الإعلامية إلى تحليل الخطاب الإعلامي الرسمي وتفسيره لتحديد مواقف الدول من الأزمات الدولية المختلفة عبر تشكيل تصور عام عنها وتحديد مواقف الأطراف المتصارعة، وتبسيط الضوء على أسبابها ومغذياتها، ولهذا أجرى الباحث دراسة تحليلية للخطابات الإعلامية الرسمية الصادرة عن الدول المعنية بالاتفاق النووي مع الجمهورية الإسلامية الإيرانية، فضلاً عن الخطابات الإعلامية للدول المتأثرة به قبل وبعد انسحاب الولايات المتحدة الأمريكية، لتحديد اتجاه الخطاب الإعلامي لكل دولة من الدول.

## الإطار المنهجي

### أولاً: مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث في خروج الولايات المتحدة الأمريكية من الاتفاق النووي الذي وقعته الدول الدائمة العضوية في مجلس الأمن مع الجمهورية الإسلامية الإيرانية بشأن نشاطها النووي وما خلفه هذا الانسحاب من توترات دولية وأزمات وعقوبات فرضت على إيران وهددت المتعاملين معها، وتسبب الانسحاب بحالة من الارتباك في الخطاب الإعلامي الرسمي للدول، إذ طرحت مواقف دولية متعددة، لهذا يتمحور البحث حول التساؤل الرئيس وهو: هل هناك تباين في مواقف الدول المعنية بالاتفاق النووي قبل وبعد الانسحاب الأميركي الذي أعلن رسمياً في الثامن من أيار 2018 ؟

### ثانياً: أهمية البحث

تتبلور أهمية البحث في إمكانية تحديد المواقف الدولية حول الأزمات الدولية التي يتعرض لها المجتمع الدولي عبر الخطابات الإعلامية الرسمية الصادرة عن الدول الموقعة على الاتفاق النووي والدول المتأثرة بالانسحاب.

ويوفر البحث حقائق رسمية عن الأزمات الدولية عبر الخطابات الإعلامية الرسمية الصادرة عنها كون الباحث تبنى أداة تحليل المضمون قبل الانسحاب الأميركي وبعده، ويسلط البحث الضوء على موضوعات عديدة يمكن للباحثين الاستفادة منها وإجراء بحوث أخرى.

### ثالثاً: أهداف البحث

1. معرفة اتجاه الخطاب الإعلامي للدول الموقعة على الاتفاق النووي قبل الانسحاب الأميركي؟
2. معرفة اتجاه الخطاب الإعلامي للدول الموقعة على الاتفاق النووي بعد الانسحاب الأميركي؟

### رابعاً: نوع البحث ومنهجه وأدواته

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف وصف أزمة معينة وأسبابها والعوامل التي تتحكم بها واستخلاص نتائجها وتحليلها وتعميمها، واستخدم الباحث المنهج المسحي كونه من

المناهج المناسبة لدراسة الأزمات لما له من أهمية في تفسيرها، وهو ينسجم مع البحوث الوصفية في الحصول على وصف دقيق للمشكلة، كما استخدم أداة تحليل المضمون لتحليل الخطابات الإعلامية الرسمية التي تم جمعها من المواقع الإخبارية على الإنترنت والصفحات الموثقة على وسائل التواصل الاجتماعي.

#### خامساً: مجتمع البحث وعينته:

##### 1. مجتمع البحث

ويعني المفردات التي يستهدف الباحث دراستها، ويمثل المجتمع بالكامل أو الجزء من المجتمع المستهدف، وقسم الباحث مجتمع الدراسة على وفق النحو الآتي:

**1.1. الحدود الزمانية:** حدد الباحث مدة ستة أشهر قبل إعلان الولايات المتحدة الأمريكية الانسحاب من الاتفاق النووي في الثامن من أيار 2018، وستة أشهر أخرى بعد تاريخ الانسحاب ولهذا تنحصر حدود البحث الزمانية من 8/ تشرين الثاني/ 2017 إلى 8/ كانون الأول/ 2018.

**2.1. الحدود الموضوعية:** يقصد الباحث بالحدود الموضوعية الإطار الذي يجمع كل مادة خضعت للدراسة والمتمثلة في البيانات والمؤتمرات الرسمية والتغريدات للدول الموقعة على الاتفاق النووي قبل وبعد الانسحاب الأميركي من الاتفاق النووي.

##### 2. عينة البحث: قام الباحث باختيار عينة البحث بصورة قصدية على وفق النحو الآتي:

اختار الباحث الدول الموقعة على الاتفاق النووي بصورة قصدية، ونقصد هنا كل من "الصين، روسيا، فرنسا، ألمانيا، وبريطانيا"؛ لأن هذه الدول سبق أن وقعت على الاتفاق النووي في عام 2015، وصدر عنها خطابات إعلامية قبل وبعد الانسحاب الأميركي، واستثنى الباحث كل من الولايات المتحدة الأميركية والجمهورية الإسلامية الإيرانية؛ لأن خطابات كل منهما تمثل وجهة نظرها وبالتالي لا فائدة من إخضاعها للتحليل، وكان مجموع الخطابات الإعلامية الرسمية للدول الموقعة على الاتفاق النووي مجتمعة باستثناء الولايات المتحدة الأميركية والجمهورية الإسلامية الإيرانية (335) خطاباً.

#### سادساً: إجراءات البحث:

1. قسم الباحث فئات التحليل على وفق وحدة الفكرة أي على وفق الأفكار المتضمنة في الخطابات الإعلامية الرسمية، ووضع الفئات بالاعتماد على الترميزين السابق واللاحق، وأجرى التحليل اللاحق عبر القيام ببحث أولي على جزء من عينة البحث، وإخراج الأفكار المتضمنة، أما السابق فقد وضع الباحث فئات تحليل قبل البدء في الترميز.

2. أجرى الباحث عملية الصدق على استمارة البحث ويقصد بالصدق هو مدى قدرة استمارة

تحليل المضمون على قياس ما وضعت لقياسه، وهو إجراء مرتبط بالتحليل، ويُعدّ الصدق الظاهري من أهم أنواع الصدق، لذلك اعتمده الباحث، إذ وزع استمارة تحليل المضمون على عدد من الخبراء في تخصصات الإعلام، والعلوم السياسية، وحرص على أن يكون عددهم فردياً ليتفادى تقارب كفتي القبول والرفض بشأن فئات التحليل، وبلغت درجة اتفاق الخبراء (84%) وهي درجة تحمل صدقاً ظاهرياً جيداً وملائمةً للتطبيق، وأخذ الباحث بأغلب الملاحظات والتعديلات التي ثبتها الخبراء على استمارات التحكيم.

3. أجرى الباحث عملية الثبات: حيث تتسم أي دراسة تحليلية بالثبات إذا أدى التحليل المتكرر للمضمون الى التوصل للنتائج ذاتها، حيث يرتبط الثبات بالموضوعية، وإن تحليل المضمون يكون تحليلاً موضوعياً، إذا كانت مقاييسه وإجراءاته تتسم بالثبات، ولأجل إخضاع استمارة التحليل للثبات، قام الباحث بوضع تعريفات واضحة ومستقلة لكل فئة تحليل مثبتة في الاستمارة، كما قام بتدريب مرمر آخر ملم بموضوع البحث، بعدها أجرى الباحث والمرمر المعاون دراسة استطلاعية لعينة محددة من البحث، وذلك قبل تنفيذهما معادلة هولستي لاختبار الثبات، وبلغت نسبة الثبات في استمارة تحليل المضمون (94%) وهي درجة تؤكد صلاحية الأداة للتحليل.

#### سابعاً: الدراسات السابقة

لم يحصل الباحث على بحوث ودراسات تتشابه مع متغيرين من متغيرات البحث، لكنه توصل الى دراسات قريبة تشابهت مع متغير واحد من متغيرات البحث، وفيما يلي عرض موجز لهذه الدراسات والبحوث:

1. دراسة محمد اسماعيل حداد (حداد، 2019): خطاب الصحافة العالمية ازاء الازمات السياسية في العراق/ دراسة تحليلية لصحيفتي نيويورك تايمز الاميركية والغارديان البريطانية للمدة من 2014/1/1 إلى 2017/12/31.

#### جدول (1) يبين أوجه الشبه والاختلاف مع دراسة حداد

الدراسة	دراسة حداد	الدراسة الحالية
المشكلة	ما طبيعة خطاب الصحافة العالمية ازاء الازمات السياسية في العراق محل الدراسة من حيث سماته وخصائصه وكيفية معالجته الإعلامية لها؟	هل هناك تباين في مواقف الدول المعنية بالاتفاق النووي والدول المتأثرة به قبل الانسحاب الأميركي الذي أعلن رسمياً في 8 أيار 2018 وبعده؟
الهدف	يتمثل هدف الرسالة في رصد وتحليل السمات الرئيسية لخطاب الصحافة العالمية ازاء الازمات السياسية في العراق.	تحديد التباين في الخطاب الإعلامي للدول الموقعة على الاتفاق النووي والمتأثرة به قبل الانسحاب الأميركي وبعده.

العينة	صحيفتي نيويورك تايمز الاميركية والغارديان البريطانية.	خطابات رسمية للدول المعنية بالاتفاق النووي والمتأثرة به.
المنهج	تعتمد منهج تحليل الخطاب.	تعتمد المنهج المسحي.

2. دراسة محمد علي جواد (جواد، 2017): دور الصحافة العراقية في إدارة الأزمات الأمنية التي شهدتها الساحة العراقية عام 2014 م/ دراسة تحليلية وميدانية للمضمون والقائم بالاتصال في صحف الصباح والاتحاد والمشرق بعد العاشر من حزيران 2014.

### جدول (2) يبين أوجه الشبه والاختلاف مع دراسة جواد

الدراسة	دراسة جواد	الدراسة الحالية
المشكلة	تكمن مشكلة البحث في دور الصحافة العراقية في إدارة الأزمات التي شهدتها الساحة العراقية عن طريق مضامين الرسائل الاتصالية، وتأثيرات القائم بالاتصال في تلك الرسائل والضغط التي يتعرض لها.	هل هناك تباين في مواقف الدول المعنية بالاتفاق النووي والدول المتأثرة به قبل الانسحاب الاميركي الذي اعلن رسمياً في 8 أيار 2018 وبعده؟
الهدف	التعرف الى الأطر الإعلامية التي وظفتها الصحافة العراقية الحكومية والحزبية والخاصة في معالجة الأزمات، ومستوى اهتمام الصحف بموضوعاتها.	تحديد التباين في الخطاب الإعلامي للدول الموقعة على الاتفاق النووي والمتأثرة به قبل الإنسحاب الأميركي وبعده.
العينة	صحف الصباح والاتحاد والمشرق.	خطابات رسمية للدول المعنية بالاتفاق النووي والمتأثرة به.
المنهج	تعتمد المنهج المسحي.	تعتمد المنهج المسحي.

3. دراسة زهية يسعد (يسعد، 2020): اتجاهات الخطاب التلفزيوني الاخباري نحو الأزمة السورية. دراسة تحليلية مقارنة لعينة من المواد الإخبارية على قناتي الجزيرة وسوريا، وهو بحث صادرة عن المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية السياسية والاقتصادية.

### جدول (3) يبين أوجه الشبه والاختلاف مع دراسة يسعد

الدراسة	دراسة يسعد	الدراسة الحالية
المشكلة	ما حقيقة ما يحصل بسوريا في ظل المعالجة التلفزيونية متعددة الأوجه التي تقوم بها القنوات التلفزيونية.	هل هناك تباين في مواقف الدول المعنية بالاتفاق النووي والدول المتأثرة به قبل الانسحاب الاميركي الذي اعلن رسمياً في 8 أيار 2018 وبعده؟
الهدف	تهدف الدراسة عن كشف التناقض في الخطاب واختلافه باختلاف المنابر لخدمة أغراض أخرى، يبقى الإعلام بعيداً كل البعد عنها، لكنه يوظف، بل يسخر لأجلها.	يهدف البحث عن كشف التباين في الخطاب الإعلامي للدول الموقعة على الاتفاق النووي والمتأثرة به قبل وبعد الإنسحاب الأميركي.

عينة قصدية من القناة الفضائية السورية وقتاة الجزيرة الفضائية تتعلق بحلب فقط.	خطابات رسمية للدول المعنية بالاتفاق النووي والمتأثرة به.	العينة
تعتمد منهج تحليل المحتوى.	تعتمد المنهج المسحي.	المنهج

4. دراسة مها مصطفى بخيت (بخيت، 2020): اتجاهات الخطاب الصحفي العربي نحو قطع العلاقات مع قطر/ دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية الالكترونية، وهو بحث صادر عن المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدد (24) عام 2019.

#### جدول (4) يبين أوجه الشبة والاختلاف مع دراسة بخيت

الدراسة	دراسة بخيت	الدراسة الحالية
المشكلة	معرفة اتجاهات الخطاب الصحفي العربي نحو قطع العلاقات مع قطر.	هل هناك تباين في مواقف الدول المعنية بالاتفاق النووي والدول المتأثرة به قبل وبعد الانسحاب الأميركي الذي أعلن رسمياً في 8 أيار 2018؟
الهدف	يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة في التعرف على اتجاهات الخطاب الصحفي العربي نحو أحداث قطع العلاقات مع قطر.	يهدف البحث الى كشف التباين في الخطاب الإعلامي للدول الموقعة على الاتفاق النووي والمتأثرة به قبل وبعد الانسحاب الأميركي.
العينة	صحف القدس، الحياة الجديدة، وفلسطين.	خطابات رسمية للدول المعنية بالاتفاق النووي والمتأثرة به.
المنهج	تعتمد منهج تحليل الخطاب.	تعتمد المنهج المسحي.

### الإطار النظري

#### • الخطاب الإعلامي في الأزمات الدولية

يعد الخطاب "الساحة التي تدور فيها الصراعات أثناء الأزمة"، ولو استشهدنا بمقولة يعود أصلها إلى الفيلسوف الفرنسي ميشال فوكو، وهو واحد من أهم المنظرين في التحليل السيميائي للخطاب، يقول فيها: "يعلمنا التاريخ أن الخطاب ليس ما يترجم الصراعات أو أنساق الهيمنة، بل هو ما يدور الصراع حوله وبه" (ميلز، 2016، صفحة 55).

ويُعرف الخطاب الإعلامي بأنه "أي منطوق أو فعل كلامي يفترض وجود راوٍ ومستمع وفي نية الراوي التأثير في المستمع بطريقة ما" (روف، 1993، صفحة 48).

والخطاب الإعلامي الصادر عن أزمة معينة يكون مزيجاً من فنون صحفية وإعلامية تختلف في شكلها وفي صياغتها، لكنها تتفق في وجود هدف معين تسعى لإيصاله إلى جمهور محدد، ولهذا فإن الخطاب الإعلامي ليس فناً واحداً، بل هو مجموعة فنون متداخلة تتشارك من أجل تحقيق هدف مشترك (الغباشي، 2013، صفحة 163).

ويُعرف الخطاب الإعلامي أيضًا بأنه "العملية القائمة على الاتصال التي يتم عبرها نقل رسائل متعددة إلى جمهور كبير غير متجانس وغير معروفٍ بالنسبة للقائم بالاتصال، وتستعين هذه الرسائل بوسائل الاتصال والإعلام من أجل نقلها، ومن هذه الوسائل فيسبوك وتويتر والتلفاز والصحف وغيرها، وتتمثل وظيفته بالإخبار والترفيه والتعليم والإقناع والترويج، ويكون هدفه التأثير وليس مجرد إرسال رسائل". (وادي، 2017، صفحة 45).

وبشكل عام فإن الخطاب هو رسالة يتم توجيهها من طرف المرسل إلى طرف آخر وهو المستقبل، والهدف منها هو إيصال أو توضيح أو شرح نقطة معيّنة أو موضوع ما (يوسف، 2018، صفحة 99).

والخطاب الدعائي هو الأكثر تداولًا في الدراسات الإعلامية والاتصالية، حيث اهتمام الدارسين والباحثين في هذا المجال بدأ واضحًا في تحليل وتفسير مضمون هذا الخطاب من أجل التعرف على نوايا القائم بالنشاط الاتصالي ومقاصده وأهدافه والذي تجاوز حدود الدول في ظل أجواء ساخنة من التناحرات والنزاعات السياسية والتي ميزت دول العالم ككل ومنذ سنين طويلة، وقد بذلت الدول المتقدمة اقتصاديًا وعسكريًا (دول عالم الشمال الرأسمالي) على وجه التحديد جهودًا مميزة في إنتاج المعلومات والأفكار؛ وذلك بأساليب ووسائل متقدمة في كل تقنيات العمل الاتصالي من حيث التطور التقني لتلك الأساليب والوسائل وكخبرات بشرية لها تأثيرها الفعال في الإقناع، مما أدى إلى تحقيق نجاحات واضحة في تغيير سلوكيات واتجاهات الرأي العام عمومًا ورأي الجمهور المُستهدف بالعمل الاتصالي خصوصًا (نفل، 2008، صفحة 55).

يعد الخطاب الإعلامي رسالة تشتمل على معلومات يكون نشرها قصديًا، وهذا يعزز مقولة أنه أني فهو عملية اتصالية مقصودة لها قواعدها وأسسها وأهدافها التي تكون واضحة بالنسبة للمرسل، ويشتمل الخطاب الإعلامي على جميع الفنون الصحفية والإعلامية والاتصالية ويمكن إيجازها على وفق النحو الآتي (الشرجي، 2020):

- **البيان:** وهو نص مكتوب أو مذاق يعرض وجهة نظر المؤسسة أو الدولة بشأن حادث أو موقف معين، ويعد واحدًا من أشكال الخطاب الإعلامي لما له من أهمية في توضيح القضايا المختلف عليها وبيان وجهات النظر.
- **الخبر:** هو عملية إبلاغ للرأي العام عن حدث وقع للتو وبالسعة الممكنة عبر إحدى وسائل الإعلام، ولا تنتفي حاجة الخبر بإعلان ظهور الحدث، بل تتعداها لحين انتهاء الحدث.
- **التقرير:** هو مادة موسعة بعض الشيء تشرح الحدث ونتائجه، ويكون إما إخباريًا أو تقريرًا حيًا مصورًا، يتناول جميع جوانب الحدث.
- **التحقيق:** هو عرض آراء مختلفة لمصادر متعددة حول القضية المثارة.
- **الحديث:** هو مجال صحفي وإعلامي يتم من خلاله تبادل المعلومات بشأن الحدث وإمكانية

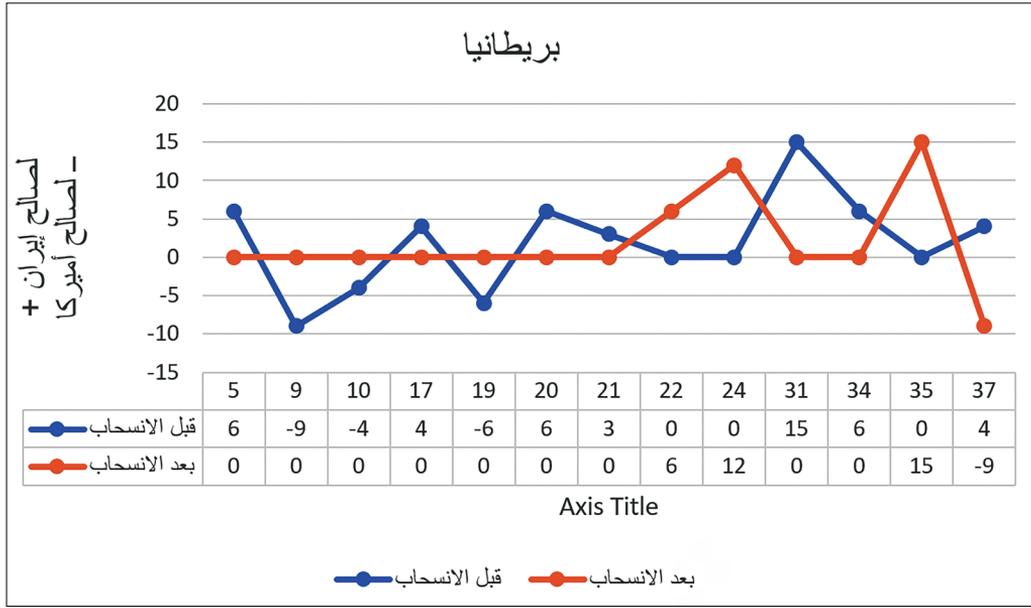
- تحجيمها وطرق معالجتها بما يلبي الطموح.
- **المقال:** نص يكتب للنشر في الصحف أو المواقع الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي، ويعالج موضوع حدث أو قضية معينة بطريقة مبسطة وموجزة على أن يلتزم الكاتب حدود الموضوع.
- **التحليل والتعليق:** فن فكري مستقل وهو عبارة عن برهان عقلي ومنطقي على صحة رأي أو موقف إزاء حدث راهن، ويتضمن رأي شخصيات معنية أو قريبة من الحدث.
- **المنشور والتغريدة:** مساحة تتيحها شبكات التواصل الاجتماعي إلى المستخدمين لنشر المعلومات والأخبار والقصص وكل ما يخطر في بالهم، بحيث أصبحت هذه المساحة تنتج مادة مهمة خصوصاً فيما يخص الأزمات الدولية، لما توفره من حرية الكتابة والنقد والتعليق والتي بدورها تكشف العديد من الحقائق المخفية.
- **الصور والفيديوهات:** وهي تقنيات تدخل ضمن الخطاب الإعلامي.
- **المؤتمرات والندوات** التي تنقل عبر وسيط اتصالي أو إعلامي.
- **الحوار:** هو عملية تبادل الآراء والأفكار بين طرفين أو أكثر، لغرض بيان رأي معين أو حقيقة ما، وقد يكون حواراً فكرياً أو اقتصادياً أو اجتماعياً أو سياسياً أو علمياً أو عسكرياً أو غيره (الكناني، 2012، الصفحات 70-76).
- بالمقابل تعرّف الأزمة الدولية بأنها "وضع عارض به جانب من المفاجأة وينطوي على التوتر داخلي أو دولي أو الاثنين معاً، يحتاج إلى سرعة المواجهة السياسية على مستوى الدولة، وإلى جهد دولي أو إقليمي لتجنب آثارها، أو التخفيف من حدتها"، (أحمد، 2019، الصفحات 64-65).
- وعادة ما تظهر الأزمات نتيجة تراكمات سببها غياب الحلول أو حلول لم تتجح بواد المشكلة التي وضعت لأجلها، ولهذا تُعرف الأزمات بأنها "أحداث غير متوقعة بالرغم من إمكانية التنبؤ بحدوثها، وقد تتجم عنها مخاوف جسيمة تتعلق بالأفراد أو المؤسسة أو المجتمع ككل في أحيان أخرى يمكن درء مخاطرها إذا أمكن التوقع بها ومحاولة تجنبها وتغادي حدوثها بدلاً من مواجهتها"، (البطريق، 2017، صفحة 72).
- وتعرف الأزمة الدولية بأنها "فترة انتقالية ما بين الحرب والسلم، واحتمال التصعيد وارد في جميع الأزمات الدولية لتصل إلى مرحلة الحرب إلا إن معظمها يتضاءل دون لجوء الدولة المتورطة في الأزمة لاستخدام القوة" (Charles, 1972, p. 81).
- هناك من يعرفها بأنها "حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد نظام سياسي ما وتستدعي اتخاذ قرار لمواجهة التحدي الذي تمثله سواءً كان إدارياً، أو سياسياً، أنظامياً". (عليوه، 2002، صفحة 13).

## الإطار الميداني

### • مؤشرات التغيير في اتجاه الخطاب الإعلامي:

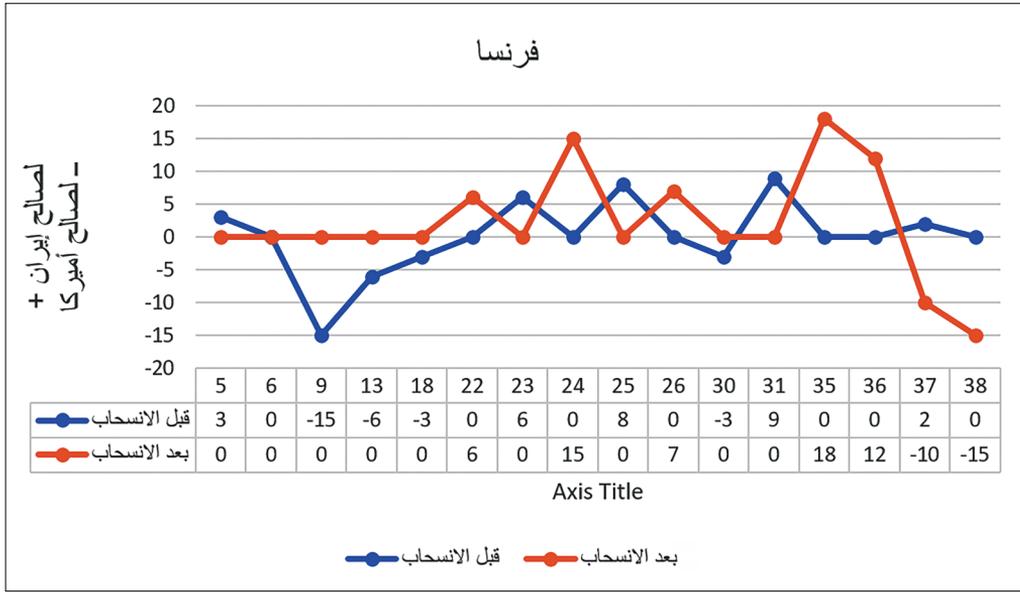
توضح المؤشرات التالية التباين في الخطاب الإعلامي للدول الموقعة على الاتفاق النووي قبل وبعد الانسحاب الأمريكي.

### 1. اتجاه الخطاب الإعلامي البريطاني:



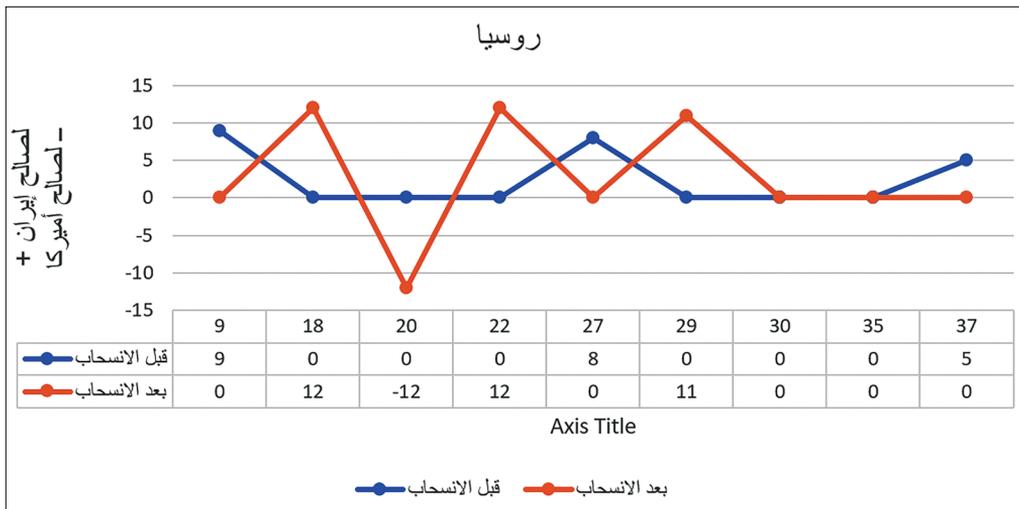
يتضح من المؤشرات اعلاه أن اتجاه الخطاب البريطاني لم يكن موحدًا في فترتي البحث "قبل وبعد" الانسحاب الأمريكي ويتضح ذلك جليًا في جميع الاسئلة التي ضُمنت في المخطط، حيث كان الحياد أو مؤشر بلا موقف طاغيًا قبل الانسحاب، بينما أعطت رأيًا في الخطاب الذي صدر بعد الانسحاب، وبالرغم من أن اتجاه الخطاب كان مشتتًا، إلا أنه كان يقترب من الولايات المتحدة الأمريكية ويتعد عن إيران، وهذا واضح في أن الخطاب الإعلامي البريطاني في محور الاتجاه كان مؤيدًا للموقف الأمريكي في الغالب، وكذلك في محور التحذيرات حيث كان اتجاه الخطاب مؤيدًا الجانب الأمريكي، لكن الخطاب البريطاني اختلف في محور الإجراءات حيث أيد إيران، وجاءت تأييدات هذا المحور كون بريطانيا تعهدت مع دول أوروبية أخرى بتعويض إيران اقتصاديًا نتيجة فرض العقوبات عليها.

### 2. اتجاه الخطاب الإعلامي الفرنسي:



يتضح من المؤشرات اعلاه أن اتجاه الخطاب الفرنسي لم يكن موحدًا في فترتي البحث "قبل وبعد" الانسحاب الأمريكي، ويتضح ذلك جليًا في جميع الاسئلة التي ضُمنت في المخطط حيث كان الحياد أو مؤشر بلا موقف طاغيًا مقابل تكرارات حددت موقف الدولة اتجاه القضايا المتعددة، ويظهر اتجاه الخطاب الإعلامي الفرنسي في محور الاتجاه بأنه كان مؤيدًا للولايات المتحدة الأمريكية، بينما يؤيد الجمهورية الإسلامية الإيرانية في محوري التحذيرات والإجراءات، وهذا يدل على أن التغيرات في الخطاب الإعلامي كانت تصب في صالح الموقف الإيراني من الاتفاق النووي.

### 3. اتجاه الخطاب الإعلامي الروسي:



يتضح من المؤشرات اعلاه أن اتجاه الخطاب الروسي لم يكن موحدًا في فترتي البحث "قبل وبعد"

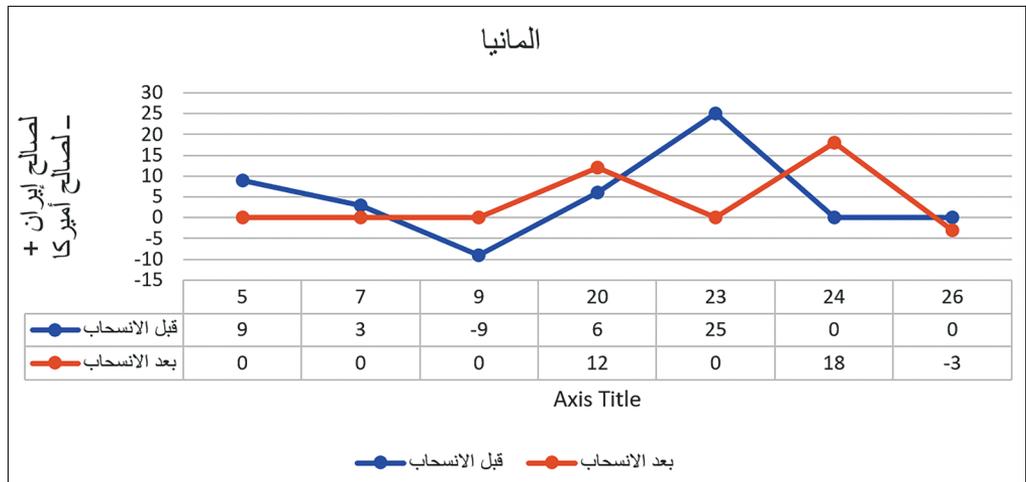
الانسحاب الأميركي ويتضح ذلك في جميع الاسئلة التي ضُمنت في المخطط حيث كان الحياد أو مؤشر بلا موقف طاغياً مقابل تكرارات حددت موقف الدولة تجاه القضايا المتعددة، أما بشأن المحاور يتبين أن التغيير في الخطاب الروسي في المحاور الثلاثة "الاتجاه، التحذيرات، الإجراءات" يصب في صالح إيران.

#### 4. اتجاه الخطاب الإعلامي الصيني:



يتضح من المؤشرات اعلاه أن اتجاه الخطاب الصيني كان موحدًا في فترتي البحث "قبل وبعد" الانسحاب الأميركي، ويتضح ذلك جليًا في جميع الاسئلة التي ضُمنت في المخطط، حيث كان الموقف المؤيد لإيران طاغياً، أما بشأن المحاور يتبين أن التغيير في الخطاب الإعلامي في المحاور الثلاثة "الاتجاه، التحذيرات، الإجراءات" يصب في صالح إيران.

#### 5. الخطاب الإعلامي الألماني في الجداول التي شهدت تغييراً في الاتجاه:



يتضح من المؤشرات اعلاه أن اتجاه الخطاب الألماني لم يكن موحدًا في فترتي البحث "قبل وبعد"

الانسحاب الأميركي، ويتضح ذلك جلياً في جميع الاسئلة التي ضُمنت في المخطط، حيث كان الحياد أو مؤشر بلا موقف واضح مقابل تكرارات حددت موقف الدولة اتجاه القضايا المتعددة، ويظهر اتجاه الخطاب الإعلامي الألماني في محور الاتجاه بأنه مؤيد لإيران بنسبة (66%) ومؤيد أميركا بنسبة (33%)، ومؤيد لإيران في محور التحذيرات، فيما لم يحدث تغييراً في الخطاب الألماني في محور الإجراءات.

### النتائج:

ارتأى الباحث تقسيم نتائج البحث على وفق الدول المشمولة بالعينة وعلى وفق المحاور التي ثبتت فيها فئات استمارة التحليل وكانت كالتالي:

**1. بريطانيا:** لم يكن الخطاب البريطاني موحدًا قبل وبعد الانسحاب الأميركي، وبشكل عام اختارت بريطانيا الوقوف الى جانب اميركا على حساب إيران، ويتضح ذلك جلياً في جميع الفقرات التي ضُمنت في المخططات حيث كان الحياد أو مؤشر بلا موقف طاغياً قبل الانسحاب، بينما أعطت رأياً بعد الانسحاب، وبالرغم من أن اتجاه الخطاب كان مشتتاً، لكنه يقترب من الولايات المتحدة الأميركية ويبتعد عن إيران.

**2. فرنسا:** لم يكن اتجاه الخطاب الفرنسي موحدًا قبل وبعد الانسحاب الأميركي، ويتضح ذلك جلياً في جميع الفقرات التي ضُمنت في الجداول والمخططات حيث كان الحياد طاغياً.

**3. روسيا:** إن اتجاه الخطاب الروسي لم يكن موحدًا قبل وبعد الانسحاب الأميركي، ويتضح ذلك في جميع الاسئلة التي ضُمنت في المخطط حيث كان الحياد أو مؤشر بلا موقف طاغياً، أمّا بشأن المحاور يتبين أن التغير في الخطاب الروسي في المحاور الثلاثة (الاتجاه، التحذيرات، الإجراءات) يصب في صالح إيران.

**4. الصين:** يتضح أن اتجاه الخطاب الصيني كان موحدًا قبل وبعد الانسحاب الأميركي لصالح إيران. أمّا بشأن المحاور فقد تبين بأن التغير الذي حدث في الخطاب الإعلامي في المحاور الثلاثة (الاتجاه، التحذيرات، الإجراءات) يصب في صالح إيران أيضاً، وتؤيد الصين فكرة أن إيران ملتزمة بالاتفاق النووي بنسبة (20.93%) قبل الانسحاب الأميركي و(27.91%) بعد الانسحاب، وعارضت الانسحاب الأميركي من الاتفاق بنسبة (6.38%) قبل الانسحاب و(17.07%) بعده.

**5. ألمانيا:** أن اتجاه الخطاب الألماني لم يكن موحدًا قبل وبعد الانسحاب الأميركي، ويتضح ذلك جلياً في جميع الاسئلة التي ضُمنت في الجداول والمخطط حيث كان الحياد أو مؤشر بلا موقف واضح، ويظهر اتجاه الخطاب الإعلامي الألماني في محور الاتجاه بأنه مؤيد لإيران بنسبة (66%) ومؤيد أميركا (33%)، ومؤيد لإيران في محور التحذيرات.

### الاستنتاجات:

1. إن المجتمع الدولي منقسم حول الاتفاق النووي بين الولايات المتحدة الأمريكية والجمهورية الإسلامية الإيرانية، وهذا الإنقسام تغذيه مصالح الدول.
2. إن الخطاب الإعلامي للدول يتغير قبل وأثناء وبعد الأزمات الدولية تبعًا لمصالح كل دولة وأهدافها وتقربها من أحد طرفي النزاع.
3. إن الدول لا ترتضي - في الغالب - أن تتبنى الحياد في القضايا ذات الطابع الدولي حتى لو كانت هذه القضايا لا تؤثر عليها.
4. إن اتفاق الدول ضمن المجتمع الدولي على قضية ما لا يعني بالضرورة الاتفاق على جميع جزئياتها.

### المقترحات:

1. يقترح الباحث إجراء دراسات علمية حول جزئيات الاتفاق النووي منفردة لتحديد مواقف الدول من القضايا التي تشكل على أساسها الاتفاق.
2. يقترح الباحث دراسة مواقف الدول التي تؤيد إيران، وهي ضمن الفريق الذي وقع على الاتفاق النووي لتحديد موقفها من القضايا التي ثبتت في الاتفاق النووي على أنها مهددة للسلم العالمي.
3. يقترح الباحث إجراء دراسات على خطاب دول المحيط الإقليمي لإيران لتحديد موقفها من الاتفاق النووي، ومعرفة نقاط الاتفاق والاختلاف، خاصة أن هذا الملف من الملفات التي تشكل علاقات إيران الإقليمية والعالمية.
4. يوصي الباحث الاهتمام بالخطاب الإعلامي الدولي؛ وذلك لما له من أهمية في الدراسات الإعلامية وتحديدًا لو درس في نطاق دولي أو إقليمي.

### المصادر والمراجع

- أشرف السعيد أحمد. (2019). الإعلام المعاصر وإدارة الأزمات. القاهرة: مطابع الشرطة للنشر والتوزيع.
- إيناس الشرجي. (10 9, 2020). مفهوم الخطاب الصحفي. (أزهار عبد الغني، المحرر) تم الاسترداد من سطور: <https://rb.gy/8rfu1>
- ترفتان تود روف. (1993). اللغة والادب في اللغة والخطاب الأدبي. (سعيد الغانمي، المترجمون) بيروت: المركز الثقافي العربي.
- جليل وادي. (2017). الخطاب الإعلامي وإدارة الأزمات السياسية الدولية. الامارات: دار الكتاب الجامعي.
- حسين اسماعيل حداد. (2019). خطاب الصحافة العالمية ازاء الازمات السياسية في العراق ، دراسة تحليلية لصحفتي نيويورك تايمز الاميركية والغارديان البريطانية للمدة من 2014/1/1 الى 2017/12/31 (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة بغداد ، كلية الاعلام ، قسم الصحافة.
- زهية يسعد. (2020). اتجاهات الخطاب التليفزيوني الاخباري نحو الازمة السورية ، دراسة تحليلية مقارنة لعينة من المواد الإخبارية على قناتي الجزيرة وسوريا. مجلة اتجاهات سياسية، 3(10)، 51-65.

- سارة ميلز . (2016). *الخطاب*. (عبد الوهاب علوب، المترجمون) القاهرة: المركز القومي للترجمة.
- السيد عليوه. (2002). *إدارة الأزمات والكوارث ومخاطر العولمة والإرهاب الدولي* (الإصدار 2). القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع.
- شعيب الغياشي. (2013). *الخطاب الإعلامي والقضايا المعاصرة*. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- غادة البطريق. (2017). *العلاقات العامة وفن إدارة الأزمات*. الجزيرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي.
- ليث بدر يوسف. (2018). *الخطاب الإعلامي للرئيس ترامب في الانتخابات الأمريكية دراسة في المواقع الإخبارية الإلكترونية / CNN ARABIC نموذجاً*. الباحث الاعلامي، 10 (42)، 93-108.  
<https://doi.org/10.33282/abaa.v10i42.220>
- محسن جلوب الكناني. (2012). *تقنيات الحوار الإعلامي "قناة الجزيرة نموذجاً"*. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- محمد علي جواد. (2017). *إدارة الصحافة العراقية للأزمات الامنية المحلية* (اطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة بغداد، كلية الاعلام ، قسم الصحافة.
- مها مصطفى بخيت. (2020). *اتجاهات الخطاب الصحفي العربي نحو قطع العلاقات مع قطر* "دراسة تحليلية لعينة من الصحف العربية الإلكترونية". *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال* 2019 (24)، 50-83.  
<https://doi.org/10.21608/jkom.2020.107436>
- نزهت محمود نفل. (2008). *طبيعة العلاقة بين الخطاب الدعائي والخطاب السياسي*. الباحث الاعلامي، 1 (4)، 43-46.  
<https://doi.org/10.33282/abaa.v1i4.471>

## References

- Ahmed, A. A.-S. (2019). *Contemporary media and crisis management*. Cairo: Police Press for Publishing and Distribution.
- Albatriq, G. (2017). *Public relations and the art of crisis management*. Giza: Atlas for publishing and media production.
- Al-Ghobashi, S. (2013). *Media discourse and contemporary issues*. Cairo: World of the Book for Publishing and Distribution.
- Aliwa, A. (2002). *Crisis and disaster management, risks of globalization and international terrorism* (2 ed.). Cairo: Dar Al-Amin for Publishing and Distribution.
- Al-Kanani, M. G. (2012). *Media Dialogue Techniques "Al Jazeera Channel as a Model"*. Ammaan: Dar Osama for Publishing and Distribution.
- Al-Shorbaji, E. (2020, 9 10). *The concept of journalistic discourse*. (A. Abdel Ghani , Editor) Retrieved from Sutur: <https://rb.gy/8rfu1>
- Bakhit, M. M. (2020). Trends of Arabic press discourse towards cutting relations with Qatar: An analytical study of a sample of Arab electronic newspapers. *The Arab Journal of Media and Communication Research (AJMCR)*, 2019(24), 50-83. <https://doi.org/10.21608/jkom.2020.107436>
- Charles, M. (1972). *The Beginning, Duration, and Abatement of International Crises*. Newyork: Freepress.
- Haddad, H. I. (2019). *Global Press Discourse Towards Political Crises in Iraq*

–an analytical study of *The New York Times* and *The Guardian* between 1/1/2014- 31/12/2017 (Unpublished Master Thesis). University of Baghdad , College of Mass Communication , Department of Journalism.

Jiyad, M. A. (2017). *Managing the Iraqi Press for Local Security Crises* (Unpublished Doctoral thesis). University of Baghdad , College of Mass Communication , Department of Journalism.

Mills, S. (2016). *The letter*. (A. Alloub, Trans.) Cairo: National Center for Translation.

Nafal, N. M. (2008). THE NATURE OF THE RELATIONSHIP BETWEEN PROPAGANDA DISCOURSE AND POLITICAL DISCOURSE. *ALBAHITH ALALAMI*, 1(4), 43-64. <https://doi.org/10.33282/abaa.v1i4.471>

Rov, T. T. (1993). *Language and Literature in Language and Literary Discourse*. (S. Al-Ghanimi, Trans.) Beirut: Arab Cultural Center.

Wadi, J. (2017). *Media discourse and international political crisis management*. UAE: University Book House.

Youssef, L. B. (2018). President Trump's media discourse in the US election Study in electronic news sites - CNN ARABIC Model. *ALBAHITH ALALAMI*, 10(42), 93-108. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i42.220>

Yuseid, Z. (2020). Trends in television news discourse towards the Syrian crisis “A comparative analytical study of a sample of news materials on Al Jazeera and Syria channels”. *Political Trends Magazine*, 3(10), 51-65.