

## أساليب الدعاية السياسية حول دول جوار العراق في موقع روسيا اليوم

### الالكتروني دراسة تحليلية

□ حسن نعمة شبار

أ.د. حسين دبي حسان

□ جامعة بغداد/كلية الإعلام/قسم الإذاعة والتلفزيون

Methods of political propaganda about Iraq's neighboring countries on the Russia Today website, an analytical study

Hassan Nima Shabar

Hasan.Nouama2102p@comc.uobaghdad.edu.iq

07809173904

Prof. Dr. Hussein Dubai Hassan

drhussaindobay@comc.uobaghdad.edu.iq 07735494250

University of Baghdad/College of Information/Department of Radio and Television

#### المستخلص

يهدف البحث الاجابة على التساؤل ما أساليب الدعاية السياسية في موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني حول دول الجوار العراقي للمدة من (٢٠٢٣/٥/١ الى ٢٠٢٣/٧/٣٠) وتبرز أهمية هذا البحث كون الدعاية من أهم الانماط الاتصالية التي يسعى المصدر من خلالها الى التأثير على مواقف واتجاهات المتلقي، يعد هذا البحث وصفيًا يستخدم المنهج المسحي واستمارة تحليل المضمون للوصول الى النتائج وتحقيق الاهداف مختبرا صدق الاستمارة بطريقة الصدق الظاهري عن طريق عرضها على عدد من الاساتذة الخبراء في الاعلام الاذاعي والتلفزيوني، اعتمد البحث حصرا شاملا لجميع الاساليب الدعائية السياسية في موقع القناة الالكتروني للمدة من (٢٠٢٣/٥/١ الى ٢٠٢٣/٧/٣٠) توصل الي مجموعة من النتائج اهمها:

١. تبين ان القناة وظفت اسلوب تنميط الصورة في ابراز اهمية القرار السعودي في حرب عاصفة الحزم في اليمن بنسبة (٢٢.٢٢%) تليها اظهار ترحيب الكويت بتوسيع العلاقات الخارجية مع دول الخليج بنسبة (١٨.٥١%).
٢. تبين ان القناة وظفت اسلوب التشوية في اتهام الحكومات العربية بقمع المتظاهرين (تظاهرات التضامن مع فلسطين) واتهام الانظمة العربية بالفساد وهدر المال العام واتهام سوريا بكونها (مركز التصنيع) للمخدرات والسعودية (السوق الاول عربيا) اذ جاءت بتكرارات بلغت ٥ لكل واحدة منهم وبنسبة مئوية بلغت (٢١.٧٣%). **الكلمات المفتاحية:** أساليب الدعاية السياسية، دول الجوار، موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني

#### ABSTRACT

The research aims to answer the question: "What are the political propaganda techniques used on the Russia Today electronic channel regarding Iraq's neighboring countries from May 1, 2023, to July 30, 2023?" The importance of this research lies in the fact that propaganda is one of the most significant communication forms through which the source seeks to influence the recipient's positions and attitudes. This is a descriptive study utilizing a survey method and content analysis form to reach conclusions and achieve objectives, testing the questionnaire's validity through face validity by presenting it to a number of expert professors in radio and

television media. The research exclusively relied on a comprehensive review of all political propaganda techniques on the channel's website during the specified period. The research reached several key findings:

1. It was revealed that the channel employed the technique of stereotyping in highlighting the importance of the Saudi decision in Operation Decisive Storm in Yemen by 22.22%, followed by showing Kuwait's welcome to expanding external relations with Gulf countries by 18.51%.

2. It was found that the channel utilized the technique of distortion in accusing Arab governments of suppressing protesters (solidarity protests with Palestine), accusing Arab regimes of corruption and squandering public funds, and accusing Syria of being a manufacturing center for drugs and Saudi Arabia as the top market in the Arab world. Each accusation was repeated five times, accounting for 21.73%. Keywords: Political propaganda techniques, neighboring countries, Russia Today electronic channel website.

## مقدمة

لا يختلف أحد على عد وسائل الإعلام من الأدوات المهمة للتأثير على المتعرضين لها لاسيما مع تعاظم دورها في هذا العصر الذي أكتسب ملامحه من تنوع وتطور تقنية الاتصال، إذ يشهد تقدماً ملحوظاً في تقنيات وإمكانيات وسائل الإعلام لاسيما من حيث الفاعلية وسهولة الاستخدام والتفاعلية، التي زادت كثيراً بفضل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي واستغلالها لأدوات مادية غاية في التقدم التكنولوجي والإلكتروني مع إمكانية ربطها بالشبكة العالمية (الإنترنت) وتوافرها على خصائص عديدة جداً استغلتها وسائل الإعلام التقليدية مثل (التلفزيون) في استعارة ما يمكن استعارته من تلك الخصائص، ما حدا به إلى استغلال هذه الميزة في بثه لرسائل موجهة محسوبة غائية ذات أهداف تخدم أجندة من يقف خلفها، ولاحظ الباحث من خلال متابعته لمواقع القنوات الفضائية الموجهة والناطقة باللغة العربية كموقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني مدى استغلاله للأخيرة بشكل كبير جداً، إذ وجد في مضامينه الإخبارية ازاء دول الجوار العراقي توظيف مقصود لأساليب دعائية مختلفة مستهدفة لجمهور محدد واضح للإعلامي الأكاديمي.

## مشكلة البحث

بسبب القدرات والامكانيات الكبيرة للتلفزيون الدولي اليوم، بات من الممكن التأثير على اتجاهات ومواقف الجمهور وتشكيل الوعي لدى المتلقي للرسالة الإعلامية، من خلال توظيف النصوص الاعلامية في نشرات الاخبار، على وفق آليات واساليب دعائية محددة مسبقاً، تمثل على المدى البعيد توجهاً ايديولوجياً يعكس القيم والافكار التي تؤمن بها المؤسسة الإعلامية، وقدرتها على تشكيل صورة دول الجوار بالطريقة التي يريدها القائم بالاتصال، تتمثل مشكلة البحث في محاولة الباحث رصد الاساليب الدعائية المستخدمة حول دول جوار العراق التي يوظفها موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني إذ صاغ الباحث المشكلة بالتساؤل (ما أساليب الدعاية السياسية في موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني حول دول الجوار العراقي للمدة من (٢٠٢٣/٥/١) الى (٢٠٢٣/٧/٣٠)؟ وتفرع من هذا التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية

١. ما اسلوب ترميم الصورة في موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني حول دول الجوار العراقي؟
٢. ما اسلوب التشويه في موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني حول دول الجوار العراقي؟
٣. ما اسلوب التضليل في موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني حول دول الجوار العراقي؟
٤. ما اسلوب توظيف العامل الديني في موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني حول دول الجوار العراقي؟
٥. ما اسلوب الاستضعاف والاستعطاف في موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني حول دول الجوار العراقي؟
٦. ما اسلوب التلاعب بالمصطلحات الذي وصفه موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني حول دول الجوار العراقي؟
٧. ما اسلوب المقارنة في موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني حول دول الجوار العراقي؟
٨. ما اسلوب السخرية في موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني حول دول الجوار العراقي؟

## أهمية البحث

تتمثل بندرة موضوع البحث في المكتبات الإعلامية بحسب حدود اطلاع الباحث، فيما يخص متغير الإعلام الفرنسي فضلاً عن التعرف على أهم اساليب الدعاية التي استخدمها موقع قناة روسيا اليوم الإلكتروني في تسويق المعلومات والافكار والصور عن دول الجوار العراقي بمختلف جوانبها وتفصيلاتها، كذلك تستمد أهميتها من ارتباط مدخل اساليب الدعاية بترتيب الأولويات، مما يساعد في الوصول الى تحليل أكثر عمقاً ودقة لملامح توظيف موقع القناة لهذه الاساليب، أيضاً يسعى الباحث الى تقديم مؤشرات علمية للقائمين على موقع القناة الإلكتروني من محرري الأخبار ومعدّي مقدمي البرامج حول التوظيف الامثل لأساليب الدعاية السياسية.

## أهداف البحث

١. رصد اسلوب ترميط الصورة في موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني حول دول الجوار العراقي.
٢. رصد اسلوب التشويه في موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني حول دول الجوار العراقي.
٣. رصد اسلوب التضليل في موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني حول دول الجوار العراقي.
٤. رصد اسلوب توظيف العامل الديني في موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني حول دول الجوار العراقي.
٥. رصد اسلوب الاستضعاف والاستعطاف في موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني حول دول الجوار العراقي.
٦. رصد اسلوب التلاعب بالمصطلحات في موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني حول دول الجوار العراقي.
٧. رصد اسلوب المقارنة في موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني حول دول الجوار العراقي.
٨. رصد اسلوب السخرية في موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني حول دول الجوار العراقي.

### منهج البحث واداته

اعتمد الباحث المنهج المسحي لأنه الأكثر تناسباً مع طبيعة البحث، من اجل جمع البيانات والمعلومات، وجدولتها وتفسيرها وصولاً للإجابة على تساؤلات البحث وتحقيق اهدافه. كما اعتمد الباحث طريقة تحليل المضمون والذي يركز على استخدامها الكثير من المتخصصين في ميدان الدراسات الإعلامية لما له من أهمية في معرفة علمية، وموضوعية بالكشف عن النوايا الظاهرة والكامنة من خلال فهمها والوقوف على نتائجها.

### مجتمع البحث وعينته

قام الباحث بحصر شامل لجميع اساليب الدعاية السياسية حول دول الجوار العراقي في موقع قناة روسيا اليوم الالكتروني للمدة (١/٥/٢٠٢٣ الى ٣٠/٧/٢٠٢٣).

### صدق وثبات البحث

تم اختبار صدق أداة الدراسة عن طريق عرضها على (٧) محكمين في تخصص الإعلام، وبعد تلقي الملاحظات منهم تم تعديل الاستمارة لتصبح صالحة للتطبيق. كما في جدول (١/٥/٢٠٢٣ الى ٣٠/٧/٢٠٢٣) يوضح نسبة اتفاق المحكمين على فئات استمارة التحليل والتي بلغت نسبتها

(٩٤.٩%) وهي نسبة مقبولة جداً من الناحية العلمية<sup>(١)</sup>. ويمكن حساب الصدق الظاهري =  $\frac{\text{عدد الفئات الصالحة}}{\text{العدد الكلي للفئات}} \times 100$  ويمكن حساب الصدق

الظاهري =  $\frac{366}{399} \times 100 = 91.72\%$  جدول (١) يوضح الصدق الظاهري للخبراء لاستمارة تحليل المضمون

العدد الكلي للفئات	الفئات المرفوضة	الفئات المعدلة	الفئات الصالحة	الاختصاص الدقيق	اسماء الخبراء	ت
٥٧	٢	٥	٥٠	الإذاعة والتلفزيون	أ.د. محسن جلوب	١
٥٧	٢	٥	٥٠	الصحافة	أ.د. عبد السلام السامر	٢
٥٧	٢	٣	٥٢	علاقات عامة	أ.د. جهاد كاظم	٣
٥٧	٢	٣	٥٢	الصحافة	أ.د. محسن عبود كشكول	٤
٥٧	١	٢	٥٤	الإذاعة والتلفزيون	أ.د. عادل الغريبي	٥
٥٧	٢	١	٥٤	الإذاعة والتلفزيون	أ.د. علي عباس	٦
٥٧	١	٢	٥٤	صحافة	أ.د. أمانة المير	٧
٣٩٩	١٢	٢١	٣٦٦	المجموع		

واستخدم الباحث لقياس الثبات طريقة الاتساق عبر الزمان إذ قام بإعادة التحليل بعد مضي شهرين على عملية التحليل الأولى، وقد خرج بالنتائج نفسها باستثناء اختلافات طفيفة. وعند تطبيق معادلة (هولستي) حصل على درجة ثبات (٠.٩٥٧) وهي درجة مقبولة<sup>(٢)</sup>:

$$0.95 = \frac{114}{119} = \frac{2 \times 57}{57 + 62} = R = \frac{2(c1)}{C2 + C1} =$$

إذ أن R يمثل معامل الثبات

C2×C1 = عدد الإجابات المتفق عليها بين المحلل الأول والمحلل الثاني.

C1 = عدد الإجابات التي انفرد بها المحلل الأول.

C2 = عدد الإجابات التي انفرد بها المحلل الثاني.

### النظرية الموجهة للبحث

### مفهوم ترتيب الأولويات

تهتم بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الاعلام والجمهور التي تتعرض لهذه الوسائل في تحديد اهمية وأولوية القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها التي تهتم قطاعات المجتمع كافة<sup>(٣)</sup>، وتعد من النظريات المتكاملة الى حد كبير، نظراً لاهتمامها بدراسة الاتصال الشخصي الى جانب الاتصال الجماهيري<sup>(٤)</sup> وتهتم النظرية بدراسة العلاقة بين اولويات القضايا التي تطرحها وسائل الاعلام، واولويات القضايا التي تشغل تفكير واهتمامات الجمهور، كعلاقة تبادلية يمكن أن تحدد من خلال الموضوعات والقضايا الاخبارية التي تطرحها وسائل الاعلام<sup>(٥)</sup>. يلعب الاعلام دوراً في تحديد أو وضع الأجندة لموضوعات كل يوم، إضافة إلى تحديد الموضوعات المهمة وتأخير موضوعات أخرى إلى درجة أقل أهمية، حيث الأخبار التي تصدر نشرة أخبار تليفزيونية مثلاً، تصبح مهمة وجديرة بالتفكير فيها<sup>(٦)</sup> الفرض الرئيسي للنظرية، هو "الاتفاق بين ترتيب اجندة وسائل الاعلام، وترتيب اجندة الجمهور للاهتمام بالقضايا والموضوعات الاعلامية"، أي وجود ارتباط ايجابي بين ترتيب الاهتمام لكل من الوسيلة والجمهور، وهو ما يشير الى دور وسائل الاعلام في ترتيب اولويات اهتمام الجمهور بالقضايا والموضوعات المطروحة بنفس الترتيب الذي تعطيه الوسائل لها<sup>(٧)</sup>.

### الدراسات السابقة

دراسة "العبيدي: ٢٠٠٦م (8)

بعنوان- التوظيف الدعائي في القنوات الفضائية.. دراسة تحليل المضمون لبرنامج "بالعراقي" في قناة الحرة الفضائية لدورة برمجية واحدة. هدفت الدراسة الى محاولة الدخول الى السياسة الدعائية الامريكية تجاه منطقة الشرق الاوسط، خصوصاً بعد الاحتلال الامريكي للعراق، حاول الباحث تسليط الضوء على المؤسسات الدعائية الامريكية والتي تقف وراء النشاط الدعائي الامريكي الى الخارج، وان الدعاية الامريكية الموجهة الى الدول العربية اعتمدت على ثلاث ابعاد؛ وهي سياسية وعسكرية و اعلامية وذلك عن طريق استعمال ادوات، حيث جاء الاتصال التلفزيوني والمتمثل بقناة "الحرّة" الفضائية الموجهة لتوظيف هذه القناة دعائياً لصالح الولايات المتحدة الامريكية، استخدم الباحث العينة العشوائية البسيطة في اختياره للعينة في رسالته، وذلك لما توفره هذه العينة من فرص متساوية لكل عناصر مجتمع البحث، واستخدم الباحث تحليل المضمون لجمع المعلومات والبيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي (دراسة وصفية)، كون هذا المنهج يمثل انسب المناهج التي تتلاءم مع طبيعة الرسالة في الجانبين النظري والعملي، وكان من ابرز نتائجها: عملت الولايات المتحدة الامريكية على توظيف قناة "الحرّة الفضائية" لصالحها. برنامج بالعراقي في قناة "الحرّة" استطاع من اشاعة مفاهيم ومصطلحات حاولت الولايات المتحدة على اشاعتها وتداولها في المجتمع العراقي وتتوعدت هذه الأهداف ما بين التموه والتشويه والاستمالة والترغيب والترهيب في تعامله مع فئات الشعب العراقي. تعتبر قناة الحرّة الفضائية انعكاس للسياسة الأمريكية في الخارج وتحسين صورتها. دراسة كاظم: ٢٠٠٧م<sup>(9)</sup> بعنوان- وسائل واساليب الدعاية الامريكية في العراق للمدة من ٩ نيسان ٢٠٠٣ ولغاية ٣٠ كانون الثاني ٢٠٠٥م. هدفت الرسالة الى الوصول الى معرفة وسائل الاتصال الدعائية الامريكية، ومعرفة اساليب الدعائية الامريكية والتي تضمنتها مضامين بيانات سلطة الاحتلال خلال المدة التي اعقبت سقوط النظام ولحين اجراء اول انتخابات في العراق، ومحاولة التقصي عن الاساليب الداخلة في العملية الدعائية؛ والعمل على استعراض اكب عدد من تلك الاساليب، استخدمت الباحث اسلوب الحصر الشامل في دراستها في اختيار العينة "عينة عمدية قصدية" واختارت الباحثة ومن خلال الحصر الشامل جميع البيانات الامريكية للفترة المحددة في الرسالة، واستخدمت الباحثة تحليل المضمون في الاجراءات التطبيقية للبحث وهي تعد من الدراسات الوصفية التحليلية، وكذلك استخدامها لأدوات اخرى منها الملاحظة والمقابلة وحسب ما يطلبه البحث للحصول على المعلومات والبيانات في رسالتها، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي في وصف الظواهر وتتبع علاقاتها بالاعتماد على الظاهرة ذاتها، فيما تم استخدام المنهج المسحي بعده مكملاً للوصف، وكان من ابرز نتائجها توصل الباحثة الى ان النشاط الدعائي الامريكي ليس وليد العهد، فكان اول نشاط دعائي امريكي كان عام ١٨٨٩م من خلال تأسيس اول مركز للتبشير في الموصل، ولم يتوقف النشاط الدعائي الامريكي في العراق في أي مرحلة من مراحل الصراع السياسي في العراق، تصاعد حدة الخطاب الدعائي الامريكي الموجه للعراق بعد غزو العراق للكويت في اب ١٩٩٠م، وكان ذروة الخطاب الدعائي الامريكي قبل شن الحرب عليه مطلع عام ١٩٩١م، وعند تحليل البيانات الامريكية والصادرة عن سلطة الائتلاف وللمدة المحددة في الرسالة ظهرت نتائج تحليل المضمون بان المنطق الدعائي الامريكي الموجه للعراق يعتمد بالأساس على الجانب العاطفي وقد احتلت

الفئة الرئيسية "الاستمالات العاطفية" المرتبة الاولى واندرجت تحت هذه الفئة اربعة اساليب وهي اثاره العاطفة واحتلت المرتبة الاولى، تبعها اساليب جذب الانتباه والمناشدة والسخرية، وتتوعت الاساليب الدعائية الامريكية والهدف منها هو صناعة الرأي العام المؤيد للحرب على العراق، ورأي عام أمريكي يؤيد ارسال قوات امريكية للقتال تحت مبررات شتى. دراسة جبر: ٢٠١٥م<sup>(١٠)</sup> بعنوان "التوظيف الدعائي للأخبار في المواقع الالكترونية للقنوات التلفزيونية.. دراسة تحليلية لموقعي قناتي العربية والعالم. هدفت الدراسة الى تسليط الضوء على مفهوم التوظيف الدعائي في المواقع الالكترونية للقنوات التلفزيونية، ومحاولة معرفة الاساليب الدعائية المستخدمة في هذه المواقع، والتعرف على ابرز هذه الاساليب، وما هي الاساليب الدعائية الأكثر شيوعاً في التكنولوجيا والمقارنة، مع ايضاح الفروقات للأساليب المستعملة بين موقع الكتروني واخر، فيما تمثلت العينة المستخدمة في الدراسة هي اختيار الباحث "العينة العشوائية" لما توفره هذه العينة من فرص متساوية لمجتمع البحث، واستخدم الباحث في رسالته كل من الملاحظة والمقابلة واستمارة تحليل المضمون في جمع المعلومات والبيانات، وقد استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي لفترة برامجية متكاملة، وكان من ابرز النتائج التي خلصت لها الدراسة، هناك توظيف دعائي واضح في المواقع الالكترونية للقنوات التلفزيونية عينة الدراسة، وقد استخدم الموقعين الالكترونيين الاسلوب الدعائي "الاجابيات" فكل حكومة تركز على ابراز اجابياتها، ويختلف تناول الموقعين للقضايا والازمات الموجودة على الساحة، ويرجع هذا الاختلاف وفقاً لأيديولوجيات كل موقع.

### الاطار النظري

#### اساليب الدعاية السياسية

يعرف الأسلوب الدعائي بأنه "مجموعة من العناصر القادرة على خلق رد فعل معين مقصود، لدى المستقبل بحيث تؤدي من خلال التأثير العاطفي، والمعرفي، الى اقناع الجمهور المستهدف ومن ثم تحقيق أهداف الخبير الدعائي، وهذه العناصر تتضمن أنظمة إقناعيه تستتر خلف نظام تعبيرية في الوقت نفسه، أي تصبح اللغة قناة للظاهرة الأسلوبية، فهي تعبر، والأسلوب يحقق الأهداف الدعائية"<sup>(١١)</sup>.  
اختلفت اساليب الدعاية السياسية بحسب المدارس الفكرية:

- ١- **القبولية والتنميط (الصورة الذهنية):** يستخدم رجل الدعاية هذا الأسلوب كون هناك نزعة طبيعية لقبولية الناس في صورة معينة، ومع مرور الزمن تُكون مثل هذه الصورة انطباعاً ثابتاً لدى الجمهور المستهدف، وغالباً ما يفتر ذلك إلى خبرة واقعية<sup>(١٢)</sup>، ويتم هذا الأسلوب بإطلاق تسميات معينة تصبح معها هذه التصورات كتعابير ثابتة لا تتأثر بالممارسات مثل (الاشتراكية، الرأسمالية، السلام، الإرهاب، وغيرها)<sup>(١٣)</sup>.
- ٢- **اسلوب التضليل:** يعتمد هذا الأسلوب إلى المبالغة في وقائع معينة شريطة أن تكون تلك الوقائع ذات أوضاع قوية، من أجل تحقيق الأثر المطلوب<sup>(١٤)</sup>، ومن الصعب اكتشاف المبالغة إذا كانت هنالك أوضاع قوية تعكسها الدعاية الخاصة بجهة معينة تقابلها أوضاع ضعيفة تعكسها الدعاية المضادة، لا سيما إذا كان العدو يعاني هزيمة محققة أو تدهوراً شديداً في معنوياته، وهو ما سيساعد على قبول المبالغة بوجه عام من قبل مستقبلتي الرسالة الدعائية<sup>(١٥)</sup>. كما تستخدم الدعاية أساليباً غير مشروعة، ومنها اسلوب التحريف، التزييف، الحذف أو البتر، الكذب والاختلاق، وقد اعتمد (جي دي موليه)<sup>(\*)</sup> على هذا الأسلوب أثناء العدوان الثلاثي على مصر، فأذاع بأن الجيش الفرنسي سيطر سيطرة تامة على مدينة الإسماعيلية<sup>(١٦)</sup>، غير انه عقب هذا التصريح الكاذب بساعة ونصف ساعة، كان الفرنسيون المقيمون في الإسماعيلية قد أبقوا الى باريس يقولون إن "(جي دي موليه) كذب فيما أدلى به من تصريح"<sup>(١٧)</sup>.
- ٣- **أسلوب التشويه:** يعتمد أساس هذا الأسلوب إلى تقديم الأسباب المقبولة والمنطقية للأفعال التي يقوم بها رجل الدعاية، مع إخفاء الأسباب الحقيقية لنشاطاته على المستويين الداخلي والخارجي، وتستخدم هذا الاسلوب الدول التي تتدخل بمصائر الشعوب كإعلان الحرب على دولة ما، إذ يعتمد هذا الأسلوب على تبرير هذه المواقف كما حصل في حرب الخليج الثانية بحجة امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل ثم اكتشف العالم زيف التبرير الأمريكي<sup>(١٨)</sup>.
- ٤- **اسلوب السخرية:** يستخدم القائم بالدعاية هذا الأسلوب بهدف التقليل من قوة الخصم وإيهام الرأي العام بأن قوته ضعيفة<sup>(١٩)</sup>، ومثال ذلك عندما استعملت الإدارة العراقية في زمن النظام السابق أسلوب التهكم والسخرية، رداً على الدعاية الغربية، قاده وزير الإعلام العراقي آنذاك، محمد سعيد الصحاف، الذي كان يصف جنود التحالف بأردل الألقاب ك"العلوج والمرترقة"، كما وصف رئيس الولايات المتحدة ذاته بمواصفات هابطة ك"رأس الأفعى والمعته"، ووصف توني بلير أيضاً بذيله وكلبه، هذه العبارات كانت تهز العدو، وذكرت وسائل الإعلام العربية أن الرئيس بوش ذاته وقادة الحرب يتربحون ويتابعون خطب الصحاف وجولاته في العراق<sup>(٢٠)</sup>.

٥- أسلوب التلاعب بالمصطلحات: يحاول رجل الدعاية دائما استغلال الحقائق لنشرها بغية خدمة أهداف دعائية، لعلمه وتأكد أنه الكذب مهما طال، فمصيره الفضيحة والفشل، وأن الحقائق لها من الأثر والقوة، ما لا تملكه الأساليب الدعائية الأخرى، فالحقائق هي أكثر الأساليب مساندة وإثباتاً لأهداف الدعاية، ويحاول رجل الدعاية إلى جعل الحقيقة أسلوباً للتلاعب بالمصطلحات، أو مسألة هامشية لإشغالهم عن القضية الأساسية أو جوهر المسألة<sup>(٢١)</sup>. ويعد هذا الأسلوب من أساليب الدعاية الأكثر خطورة، حيث يقوم على إثارة الرعب والفوضى وجعل الآخرين يعيشون في حالة من عدم الاستقرار النفسي والاجتماعي، وبرز ذلك جلياً في أسلوب الولايات المتحدة بعد دخولها العراق ٢٠٠٣، حيث استخدمت هذا الأسلوب بالإشارة إلى الميليشيات المسلحة والجماعات الإرهابية والتلويح بالحرب الأهلية بين طوائف وأقليات الشعب العراقي<sup>(٢٢)</sup>، وبرعت المخابرات النازية في استغلال دوافع الأمان لدى الإنسان بإثارة الخوف والفرع لإرهاب الشعوب وإخضاعها عن طريق استخدام الوسائل المختلفة لخلق حالة من الذعر والفوضى، حيث يقول هتلر: "إن أسلحتنا هي اضطراب الذهن وتناقض المشاعر والحيرة والتردد والرعب الذي ندخله في قلوب الأعداء، فعندما يتخاذلون في الداخل ويقفون على حافة الثورة وتهدهم الفوضى الاجتماعية، عندما تحين الساعة لنفتك بهم بضربة واحدة"<sup>(٢٣)</sup>.

٦- أسلوب المقارنة: يعتمد هذا الأسلوب على جذب انتباه الجمهور نحو الموضوع المقصود عن طريق ربطه بموضوع أكثر جاذبية مع مراعاة فئة الجمهور الذي تتوجه له الدعاية لتجنب حدوث رد فعل غير مناسب، وقد يطلق على هذا الأسلوب أيضاً اسم "أسلوب النقل" أي استعمال الرموز والصور لأشخاص مشهورين من أجل نقل رسالة إلى الجمهور ليست مرتبطة مباشرة بهؤلاء الأشخاص، لكنها ترتبط بهدف صاحب الدعاية، وهذا يؤدي إلى إقناع الجمهور بشيء من خلال استخدام غير مباشر لشيء يحترمه<sup>(٢٤)</sup>.

٧- الاستضعاف والاستطاف: وهو من الأساليب المهمة في الدعاية ويستخدم بغية التأثير في نفوس الشعوب والحكومات، وتعتمد إسرائيل كثيراً على هذا الأسلوب في نشر دعايتها ضد الدول العربية في ربوع أمريكا، حيث تدافع من خلال هذا الأسلوب عن كيانها وبقائها في المنطقة، ويستخدم الإسرائيليون عبر هذا الأسلوب الدعائي عبارات مؤثرة في نفوس الشعب الأمريكي مثل القول: (أعطونا لنعيش) ومع هذه العبارة رسم لطفل صغير يريد الطعام فلا يجده، وبذلك يستردون عطف الأمريكيين ويستجدون عطاءهم<sup>(٢٥)</sup>.

٨- أسلوب توظيف العامل الديني: يستخدم القائم بالدعاية عنصر الدين لما له من قدسية وباعتبار ما له من اثر بالغ في الناس، ويقوم عبر هذا الأسلوب الدعائي باستخدام الاقتباسات الدينية للاستشهاد في نصوص الدعاية<sup>(٢٦)</sup>.

قناة روسيا اليوم قناة فضائية إخبارية ناطقة باللغة العربية تابعة إلى مؤسسة "تي في - نوفوستي" المستقلة غير التجارية. بدأت القناة البث في الرابع من أيار عام ٢٠٠٧، يتضمن برنامج بث القناة أخباراً سياسية واقتصادية وثقافية ورياضية وجولات في الصحافة وبرامجاً دورية وأفلاماً وثائقية وتحقيقات مصورة، تبث القناة برامجها على مدار اربعة وعشرون ساعة خلال سبعة أيام في الأسبوع، وتبث من العاصمة الروسية موسكو على عدة أقمار اصطناعية وهي النايلسات وبدر ٤ والهوتبرد ويغطي بثها مناطق الشرق الأوسط وشمال افريقيا وأوروبا وبطريقة أون لاين في موقعها الإلكتروني كما يستطيع زوار YouTube يوتيوب الاطلاع على برامج قناة "RT Arabic" عبر موقعها الخاص <http://www.youtube.com/rtarabic> ويستطيع أكثر من (٣٥٠) مليون مشاهد في بلدان الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وأوروبا تلقي موجة البث التلفزيوني لقناتنا الفضائية، يتألف فريق قناة "روسيا اليوم" من هيئة تحرير متمثلة بالصحفيين والمترجمين والمستشرقين من الروس والعرب و يتمكنون من إدارة الأخبار وإدارة البرامج وإدارة الأفلام الوثائقية والتحقيقات المصورة ومكتب تحرير البث عبر الإنترنت وهيئة كبير مخرجي القناة التي تؤمن عمل القناة من الناحية الفنية. وتوجد مكاتب للقناة في أوروبا (باريس ولندن) وفي الشرق الأوسط (بغداد، دمشق، وبيروت، وغزة، والقدس، والقاهرة، ورام الله، و تل أبيب) وفي الولايات المتحدة (واشنطن، ونيويورك، و ميامي، ولوس أنجلوس)، وفي نيودلهي بالهند وفي العاصمة الكندية، وتتكون هيئة تحرير القناة من إدارة الأخبار وإدارة البرامج وإدارة الأفلام الوثائقية والتحقيقات المصورة ومكتب تحرير البث عبر الإنترنت وهيئة كبير مخرجي القناة التي تؤمن عمل القناة من الناحية الفنية، تعد الأخبار أساساً لبث قناة «روسيا اليوم» حيث تقدم آخر أهم الأخبار في روسيا والعالم. إضافة إلى ذلك تقدم أخباراً اقتصادية<sup>(٢٧)</sup>.

نتائج الدراسة

جدول (٢) أسلوب ترميز الصورة

الصفات الفرعية	ت	%
الإشارة الى فشل اسرائيل في تجنيد المجاميع السورية المسلحة	٣	٢٧.٢٧

١٨.١٨	٢	اظهار ترحيب الكويت بتوسيع العلاقات الخارجية مع دول الخليج
١٨.١٨	٢	ابرار مخاطر عاصفة الحزم التي قامت بها السعودية
١٨.١٨	٢	ابرار البعد الطائفي للدول الخليجية
٩.٠٩	١	ابرار مستقبل اليمن بعد الحرب سلبيا
٩.٠٩	١	ابرار التفوق السعودي على الدول العربية
%١٠٠	١١	المجموع

تظهر المعطيات الرقمية والنسب المئوية لهذا الجدول تركيز القناة على دول الخليج العربي وقد يعود ذلك الى محاولة القناة بناء صورة جديدة عن دول الخليج، ويرى الباحث ان هذا التتميط قد يكون محاولة لدفع دول الخليج الى دور اكبر وعلاقات اوسع لاسيما قضية التطبيع مع إسرائيل التي بدأت تظهر اخبار ذات مصداقية عالية حول هذا التطبيع، وصرح اثناء تحليل الباحث لهذا الجدول ولي العهد السعودي في لقاء له مع قناة FOX News الامريكية يوم ٢٠٢١/٩/٢١ "ان بلاده تقترب اكثر من تطبيع العلاقات مع اسرائيل مضيئا ان هناك دعم من ادارة الرئيس بايدن للوصول الى تلك النقطة ونامل ان نصل الى مرحلة تسهل فيها الحياة على الفلسطينيين وتدمج إسرائيل في الشرق الاوسط". جدول (٣) أسلوب التشويه

الفئات الفرعية	ت	%
الاشارة الى عجز الحكومات العربية عن فرض الامن	١٠	٤٠
اتهام الانظمة العربية بالفساد وهدر المال العام	٦	٢٤
اتهام الحكومات العربية بقمع المتظاهرين (تظاهرات التضامن مع فلسطين)	٤	١٦
اظهار فشل الحكومات العربية بتحقيق الخدمات وتصنيف المدن العربية بكونها غير ملائمة للعيش	٣	١٢
ابرار دور محكمة الاستئناف الكويتية في فرض العقوبات على المدانين باغتصاب الاطفال	١	٤
ابرار دور سوريا في ايقاف سرقة التراث ومنح صكوك ملكية لصانعي التحف التراثية	١	٤
المجموع	٢٥	%١٠٠

يتبين من المعطيات الرقمية والنسب المئوية لهذا الجدول محاولة القناة الضغط على الحكومات العربية من خلال اظهار فشلها على مختلف الاصعدة وتركيزها بشكل اكبر على قضايا الفساد وهدر المال العام وعدم القدرة على فرض الامن وانتهاكات حقوق الانسان بحق المتظاهرين والمتضامنين مع القضية الفلسطينية كذلك فشل هذه الحكومات بتحقيق الخدمات لمواطنيها وخروج المدن من تصنيفات المدن الملائمة للعيش ويرى الباحث ان هذا الاسلوب الذي استخدمته القنوات فيه مبالغة كبيرة وتضخيم والكثير من عدم المصداقية لأنه يخالف بشكل صريح الحقائق الموجودة على ارض الواقع. جدول (٤) أسلوب التضليل

الفئات الفرعية	ت	%
الحديث عن الانتخابات الرئاسية التركية والانقسام في المجتمع	٣	٢٧.٢٧
النازحين السوريين في تركيا	٢	١٨.١٨
الهجرة غير الشرعية من خلال تركيا	٢	١٨.١٨
العلاقة بين تركيا والدول الاوروبية	٢	١٨.١٨
الملف المائي بين العراق وتركيا	٢	١٨.١٨
المجموع	١١	%١٠٠

يتبين من المعطيات الرقمية والنسب المئوية لهذا الجدول ان قناة روسيا اليوم تركز بشكل كبير على العلاقات التركية مع دول دوارها والدول الاوروبية محاولة تصدير صورة سلبية عن تركيا ولاسيما في ملف الاقتصاد والنازحين والهجرة غير الشرعية اذ تحاول القناة ان تمرر للمتلقي ان كل ما يقوله

الاعلام الحكومي التركي هو خلاف للواقع والحقيقة اي بمعنى ان الحكومة التركية من خلال اعلامها تحاول ان تظلل المتلقي بمعلومات غير صحيحة في هذا الملفات. جدول (٥) أسلوب توظيف عامل الدين

الفئات الفرعية	ت	%
الاشارة الى ان الارهاب يستهدف جميع الاديان ويحاول بث الفرقة بين صفوف المسلمين في المنطقة العربية	٥	٥٥.٥٥
التأكيد على الدور السعودي في الادانة والاستنكار للتطرف الديني في المنطقة العربية	٢	٢٢.٢٢
ابرار المناسبات الدينية في الدعوة الى التسامح وقبول الاخر	١	١١.١١
التذكير بالتعايش السلمي بين المكونات الدينية والمذهبية	١	١١.١١
المجموع	٩	%١٠٠

توضح المعطيات الرقمية والنسب المئوية لهذا الجدول ان القناة اشارة بشكل واضح الى موضوعات دينية محددة وهي الارهاب والتطرف الديني والتسامح وقبول الاخر والتعايش السلمي بين المكونات الدينية والمذهبية ويرى الباحث ان هذه تعطي مؤشرا واضحا على ان الجميع بدء يعي خطورة الخلافات التي تبني على اساس الاختلافات الدينية والمذهبية والطائفية والتي بالتالي تؤدي الى احتقان منطقة الشرق الاوسط المهمة سواء لفرنسا. جدول (٦) أسلوب الاستضعاف والاستعطاف

الفئات الفرعية	روسيا اليوم	%
التركيز على ملف اللاجئين السوريين	٣	٥٠
ابرار قضايا اللاجئين في تركيا	٢	٣٣.٣٣
ابرار تأكيدات الامم المتحدة على اهمية المعابر الحدودية في الاغاثة الانسانية	١	١٦.٦٦
المجموع	٦	%١٠٠

يتضح من المعطيات الرقمية والنسب المئوية لهذا الجدول ان التركيز كان على ملفين مهمين هما ملف اللاجئين وعمليات الاعدام في الدول العربية اذ نرى ان ملف اللاجئين جاء بالمراتب الثالث الاولى وبتكرارات عالية ومن ثم بعدهم ابرار عمليات الاعدام في الدول العربية ويرى الباحث ان هذه الارقام دليلا على ان فرنسا معنية اكبر بقضايا اللاجئين كما اظهرت نتائج جداول سابقة استغلال تركيا للاجئين كورقة ضغط على دول الاتحاد الاوربي كذلك ابرار عمليات الاعدام في الدول العربية كون فرنسا من الدول التي لا يوجد في دستورها (اعدام) متماهية مع الاعلان العالمي لحقوق الانسان. جدول (٧) أسلوب التلاعب بالمصطلحات

الفئات الفرعية	ت	%
ارض الميدان	١٠	٢٨.٥٧
التحدي الاقتصادي	١٠	٢٨.٥٧
الرهانات الجديدة	٨	٢٢.٨٥
الجهود الانسانية	٧	٢٠
المجموع	٣٥	%١٠٠

يتبين خلال المعطيات الرقمية والنسب المئوية لهذا الجدول كثافة استخدام هذا الاسلوب من قبل قناة روسيا اليوم اذ جاءت التكرارات عالية جدا قياسا في بعض الاساليب الاخرى ويأتي في مقدمة فئات هذا الاسلوب ارضاء الراي العام بحكم ان العلاقات الفرنسية مع دول الجوار شابها الكثير من التوتر لاسيما بعد ازمة الرسوم الكاريكاتيرية واصدار القوانين بمنع اللباس الاسلامي كذلك يؤشر الباحث ان فئة باعة الموت تطلقها الدول الغربية ومنها فرنسا على الرئيس السوري والمرشد الاعلى الايراني والرئيس التركي كذلك فئة مناطق المعارضة كون فرنسا بصد من النظام السوري وتسمي الجهات المسلحة في سوريا بالمعارضة وتطلق على مناطق تواجدهم بمناطق المعارضة كذلك فئة الجهود الانسانية تتردد بشكل كبير في المنصات الاعلامية الغربية ومنها الفرنسية. الجدول (٨) أسلوب المقارنة



الفئات الفرعية	ت	%
المقارنة بين البرنامج النووي الإيراني وغيره من الملفات المشابهة	٣	٣٧.٥
الإشارة الى دعم الدول المتقدمة للشباب مقارنة بالدول العربية	٢	٢٥
إظهار عجز القضاء في الدول العربية بالتصدي للفساد مقارنة بالدول المتقدمة	٢	٢٥
المقارنة بين محوري الصراع في العالم العربي (محور سوريا - روسيا وإيران) محور السعودية (الدول الخليجية الأخرى) وأميركا	١	١٢.٥
المجموع	٨	١٠٠%

تظهر المعطيات الرقمية والنسب المئوية لهذا الجدول العديد من الفئات المهمة إذ كل المقارنات بين الدول العربية والطرف الآخر هي محاولة لتقليل من شأن الدول العربية قياساً بالطرف الآخر وقد تكون هذه محاولة من القناة لتأجيج الرأي العام العربي تجاه الحكومات وهذا ما نجحت به القنوات الغربية فيما يسمى بالربيع العربي واسلوب المقارنة هو اسلوب قديم اعتمدهت الدول الأوروبية لتحقيق أهداف معينة مثلما كانت تفعله المانيا الغربية من إعلام موجه الى الشعب الالمانى في القسم الشرقي والذي نتج عنه تاليا تحطيم جدار برلين والوحدة الالمانية. جدول (٩) أسلوب السخرية

الفئات الفرعية	فرانس ٢٤	%
السخرية من الحريات في سوريا	١٠	١٧.٥٤
الاستهزاء من علاقات الدول العربية بين بعضها بعضا	٧	١٢.٢٨
الاستهزاء من حقوق الانسان في العالم العربي	٧	١٢.٢٨
السخرية من شعار تحرير القدس في المناطق العربية	٤	٧.٠١
السخرية من التطورات الاقتصادية في العالم العربي	٢	٣.٥٠
السخرية من مقاطعة الدول العربية لخدمات "كوكل" و"يوتيوب" والتأثير على ارباحها	٥	٨.٧٧
السخرية من الحريات في إيران	١٣	٢٢.٨٠
السخرية من الحركات الاسلامية في دول الجوار	٩	١٥.٧٨
المجموع	٥٧	١٠٠%

تشير المعطيات الرقمية والنسب المئوية لهذا الجدول ان هنالك تركيزاً من قبل القناة في استهداف ايران لاسيما في موضوعه الحريات وهذه السخرية من الحريات في ايران تتناقض مع ملف الحريات في فرنسا التي وضعت عليه منظمات حقوق الانسان العديد من المؤشرات خاصة فيما يتعلق بمحاربة واستهداف المظاهر الدينية مثل الحجاب، ومنع طالبات المدارس المحجبات من الدخول الا بعد ان يخلعن حجابهن، كذلك يرى الباحث ان القناة حاولت استهداف الدين الاسلامي من خلال تعميق الاسلاموفوبيا بسخريتها من الحركات الاسلامية ما ادى بالنتيجة الى قيام صحيفة شارلي ابيدو الى افتعال ازمة الرسوم الكاركاتيرية المعروفة وما نتج عنها من تداعيات كبيرة في العلاقات الفرنسية مع الدول العربية والاسلامية

#### نتائج البحث

٣. تبين ان القناة وظفت اسلوب تمييط الصورة في ابراز اهمية القرار السعودي في حرب عاصفة الحزم في اليمن بنسبة (٢٢.٢٢٪) تليها اظهار ترحيب الكويت بتوسيع العلاقات الخارجية مع دول الخليج بنسبة (١٨.٥١٪) ثم جاء فئتي اظهار رفض السلطات الكويتية لوجود (الاخوانيين المصريين) في دولة الكويت وابرار التفوق السعودي على الدول العربية بنسبة (١٤.٨١٪).
٤. تبين ان القناة وظفت اسلوب التشوية في اتهام الحكومات العربية بقمع المتظاهرين (تظاهرات التضامن مع فلسطين) واتهام الانظمة العربية بالفساد وهدر المال العام واتهام سوريا بكونها (مركز التصنيع) للمخدرات والسعودية (السوق الاول عربيا) اذ جاءت بتكرارات بلغت ٥ لكل واحدة منهم وبنسبة مئوية بلغت (٢١.٧٣٪).
٥. تبين ان القناة وظفت اسلوب التظليل في ابراز قضية النازحين السوريين في تركيا بنسبة (٣١.٥٧٪) تليها الهجرة غير الشرعية من خلال تركيا بنسبة (٦٢.٣١٪) ثم جاء فئة الحديث عن الانتخابات الرئاسية التركية والانقسام في المجتمع بنسبة (١٥.٧٥٪).

٦. تبين ان القناة وظفت اسلوب توظيف عامل الدين في ابراز التأكيد على الدور السعودي في الادانة والاستنكار للتطرف الديني في المنطقة العربية بنسبة (٣٣.٣٣%) تليها ابراز دور الجامعات الإيرانية في فرض الحجاب على الطالبات بنسبة (٢٥%) ثم جاء فئتي ابراز المناسبات الدينية في الدعوة الى التسامح وقبول الاخر والاشارة الى ان الارهاب يستهدف جميع الاديان ويحاول بث الفرقة بين صفوف المسلمين في المنطقة العربية بنسبة (١٦.٦٦%).
٧. تبين ان القناة وظفت اسلوب الاستضعاف والاستعطاف في ابراز قضية التركيز على ملف اللاجئين السوريين بنسبة (٤٠.٩٠%) تليها ابراز تأكيدات الامم المتحدة على اهمية المعابر الحدودية في الاغاثة الانسانية بنسبة (٢٧.٢٧%) ثم جاء فئة ابراز عمليات الاعداد في الدول العربية بنسبة (٢٢.٧٢%).
٨. تبين ان القناة وظفت اسلوب التلاعب بالمصطلحات في ابراز فئة ارضاء الرأي العام بنسبة (٢٨.١٦%) تليها فئة مناطق المعارضة بنسبة (٢٣.٩٤%) ثم جاءت فئة باعة الموت بنسبة (١٨.٣٠%).
٩. تبين ان القناة وظفت اسلوب المقارنة في ابراز الاشارة الى دعم الدول المتقدمة للشباب مقارنة بالدول العربية بنسبة (٢٣.٣٣%) تلتها فئتي اظهار عجز القضاء في الدول العربية بالتصدي للفساد مقارنة بالدول المتقدمة والمقارنة بين الحياة في (المهجر) والضياع في الدول العربية بالنسبة نفسها والتي بلغت (١٦.٦٦%) وفي المرتبة الثالثة حصلت فئتي المقارنة بين الحياة في إيران والدول الاميركية او الاوروبية والمقارنة بين اسرائيل والدول العربية لصالح اسرائيل بنسبة (١٣.٣٣%).
١٠. تبين ان القناة وظفت اسلوب تهميط السخرية في ابراز السخرية من الحريات في إيران بنسبة (٢٢.٨٠%) تليها السخرية من الحريات في سوريا بنسبة (١٧.٥٤%) ثم جاءت فئة السخرية من الحركات الاسلامية في دول الجوار بنسبة (١٥.٧٨%).

## الهوامش

- (١) بريق حسين جمعة الربيعي، الانفوغرافيك وعلاقته بالإدراك عند مستخدمي المواقع الاخبارية، (اطروحة دكتوراه غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ٢٠١٨، ص ١٥٥.
- (٢) ليث بدر يوسف وزهراء حسين الحداد، المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الالكترونية: الاسس النظرية والتطبيقية: عمان، دار امجد لنشر، ٢٠١٧، نفسه، ص ١٢٤.
- (٣) عاطف عدلي العبد، ونهى عاطف العبد. نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية. القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠١١، ص ٣٢٠.
- (٤) أماني فهمي، الاتجاهات العلمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد الرابع، كانون الأول ١٩٩٩، ص ٢٤٣.
- (٥) حسن مكاوي، وليلى السيد. الاتصال ونظرياته المعارضة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٨، ص ٢٩٠.
- (٦) مارك بالنافز، ستيفاني هيميلرمك، وبريان شوسميث. نظريات ومناهج الإعلام. (عاطف حطبية، ومنال أبو الحسن، المترجمون) القاهرة: دار النشر للجامعات، ٢٠١٧، ص ٩٥.
- (٧) محمد عبد الحميد. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٣. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠٠٤، ص ٣٤٣.
- (٨) يوسف محمد حسين العبيدي: رسالة ماجستير بعنوان "التوظيف الدعائي في القنوات الفضائية.. دراسة تحليل المضمون لبرنامج "بالعراقي" في قناة الحرة الفضائية لدورة برامجية واحدة، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٦م.
- (٩) عاصفة موسى كاظم: رسالة دكتوراه غير منشورة بعنوان "وسائل واساليب الدعاية الأمريكية في العراقية للمدة من ٩ نيسان ٢٠٠٣ ولغاية ٣٠ كانون الثاني ٢٠٠٥، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠٠٧م.
- (١٠) نجوى ابراهيم جبر: رسالة ماجستير بعنوان "التوظيف الدعائي للأخبار في المواقع الالكترونية للقنوات التلفزيونية.. دراسة تحليلية لموقعي قناة قناتي العربية والعالم، جامعة بغداد، كلية الاعلام، ٢٠١٥م.
- (١١) حميدة سميسم. الحرب النفسية. القاهرة: الدار الثقافية للنشر، ٢٠٠٥، ص ٧٤-٧٥.
- (١٢) صالح خليل أبو إصبع. الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. عمان: دار مجدلاوي، ٢٠٠٦، ص ٣٤٨.
- (١٣) نضال فلاح الضلاعين، وآخرون. الدعاية والحرب النفسية. عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥، ص ٥٧.

- (١٤) يوسف محمد حسين. الدعاية السياسية في الافلام الامريكية. بغداد: دار المرتضى، ٢٠١٢، ص ٤٤.
- (١٥) محمد علي العويني. الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. القاهرة: عالم الكتب، ١٩٨٥، ص ٧٨.
- (\*) **جي دي موليه (١٩٠٥ - ١٩٧٥)**: سياسي اشتراكي فرنسي، كان زعيم حزب القطاع الفرنسي في أممية العمال (SFIO) من ١٩٤٦ حتى ١٩٦٦ ورئيساً للوزراء من ١٩٥٦ حتى ١٩٥٧.
- (١٦) عبداللطيف حمزه. الإعلام والدعاية. القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٤، ص ١٣٥.
- (١٧) منال هلال مزاهرة. الدعاية أساليبها ومدارسها. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٢، ص ١١٣.
- (١٨) اديب خضور. الاعلام والأزمات. الرياض: مركز الدراسات والبحوث، ١٩٩٩، ص ٢٢.
- (١٩) بسام عبد الرحمن المشاقبة. الإعلام الإسرائيلي وفن التضليل الدعائي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٤، ص ٣٢.
- (٢٠) مروة الاسدي. أساليب التضليل والدعاية المضادة أثناء الحرب. شبكة النبا المعلوماتية، ٢٠٢١.
- (٢١) رشيد حمليل. الحرب والرأي العام والدعاية. الجزائر: وزارة الثقافة الجزائرية، ٢٠٠٧، ص ٤٠٤-٤٠٥.
- (٢٢) يوسف محمد حسين، مصدر سابق، ص ٤٥.
- (٢٣) عاطف عدلي العبد. الدعاية والاقناع الأسس النظرية والنماذج التطبيقية. القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٧، ص ٧٣-٧٤.
- (٢٤) هالة محمود عبد العال. تقييم الدعاية السياسية في الانتخابات البرلمانية. القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٧، ص ٩٦.
- (٢٥) محمد مصطفى كمال، الإعلام الدولي والربي العام، بيروت: دار المنهل اللبناني، ٢٠١٢، ص ٦٣.
- (٢٦) محمد منير حجاب. الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديماً وحديثاً. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢، ص ٦٥.
- (٢٧) متابعة الباحث.

((Biraq Hussein Jumaa Al-Rubaie, Infographics and their Relationship to the Perception of News Website Users, (Unpublished PhD Thesis), College of Media, University of Baghdad, 2018, p. 155.

((Laith Badr Yousef and Zahraa Hussein Al-Haddad, Social Responsibility in Electronic Journalism: Theoretical and Applied Foundations: Amman, Dar Amjad for Publishing, 2017, op. cit., p. 124.

((Atef Adly Al-Abd, and Noha Atef Al-Abd. Arab Media Theories and Their Applications. Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi, 2011, p. 320.

((Amani Fahmy, Modern Scientific Trends in Influence Theories in Radio and Television, Egyptian Journal of Media Research, Issue 4, December 1999, p. 243.

((Hassan Makkawi, and Laila Al-Sayed. Communication and its Opposing Theories. Cairo: Dar Al-Masryah Al-Lubnaniyyah, 1998, p. 290.

((Mark Balnavs, Stephanie Himmelermeke, and Brian Shoesmith. Media Theories and Methods. (Atef Hatiba, and Manal Abu Al-Hassan, translators) Cairo: Dar Al-Nashr Lil-Jama'at, 2017, p. 95.

((Muhammad Abdul Hamid. Media Theories and Trends of Influence, 3rd ed. Cairo: Alam Al-Kutub for Publishing, Distribution and Printing, 2004, p. 343.

( )Youssef Muhammad Hussein Al-Obaidi: Master's thesis entitled "Advertising Employment in Satellite Channels.. A Content Analysis Study of the "Bil-Iraqi" Program on Al-Hurra Satellite Channel for One Programming Cycle, University of Baghdad, College of Media, 2006.

( )Asifa Musa Kazim: Unpublished PhD thesis entitled "Means and Methods of American Propaganda in Al-Iraqiya for the Period from April 9, 2003 to January 30, 2005, University of Baghdad, College of Media, 2007.

( )Najwa Ibrahim Jabr: Master's thesis entitled "Advertising employment of news on the websites of television channels.. An analytical study of the websites of Al Arabiya and Al Alam channels, University of Baghdad, College of Media, 2015.

((Hamida Smeisim. Psychological warfare. Cairo: Cultural House for Publishing, 2005, pp. 74-75.

((Saleh Khalil Abu Asba. Communication and media in contemporary societies. Amman: Majdalawi House, 2006,

((Nidal Falah Al-Dalaeen, et al. Propaganda and psychological warfare. Amman: Dar Al-Asar Al-Ilmi for Publishing and Distribution, 2015, p. 57.

((Yousef Muhammad Hussein. Political propaganda in American films. Baghdad: Dar Al-Murtada, 2012, p. 44.

((Muhammad Ali Al-Awini. International media between theory and application. Cairo: Alam Al-Kutub, 1985,

(□) J.D. Mollet (1905-1975): French socialist politician, leader of the French Sector Party of the Workers' International (SFIO) from 1946 to 1969 and Prime Minister from 1956 to 1957.

((Abdul Latif Hamza. Media and Propaganda. Cairo: Dar Al Fikr Al Arabi, 1984, p. 135.

((Manal Hilal Mazahra. Propaganda, its methods and schools. Amman: Dar Al Masirah for Publishing, Distribution and Printing, 2012, p. 113.

((Adeeb Khaddour. Media and Crises. Riyadh: Center for Studies and Research, 1999, p. 22.

((Bassam Abdul Rahman Al Mashaqbeh. Israeli Media and the Art of Propaganda Misleading. Amman: Dar Osama for Publishing and Distribution, 2014, p. 32.

((Marwa Al Asadi. Methods of Misleading and Counter-Propaganda During War. Al Nabaa Information Network,

((Rashid Hamlil. War, Public Opinion and Propaganda. Algeria: Algerian Ministry of Culture, 2007, pp. 404-405.

((Youssef Mohamed Hussein, previous source, p. 45.