

الدعاية المضادة في الفضائيات العراقية إزاء التهديدات الإسرائيلية للعراق "دراسة تحليلية للنشرات الإخبارية في قناتي العراقية الاخبارية وآي نيوز"

أ.م.د. مثنى محمد فيحان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

muthanareport@yahoo.com

مستخلص:

يسعى البحث عن طريق تحليل مضمون النشرات الاخبارية في قناتي العراقية الاخبارية وآي نيوز الاستدلال على فروق توظيف اساليب واستراتيجيات الدعاية المضادة في معالجة اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق، فمثلت مشكلة البحث تساؤلا رئيسا هو: ما الاعتبارات والأسس التي اعتمدتها قناتا العراقية الاخبارية وآي نيوز في توظيف الدعاية المضادة في نشراتها لمعالجة اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق؟ وتفرعت منه تساؤلات خاصة بشكل ومضمون نشرات التهديدات الاسرائيلية في قناتي البحث.

ويعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية، معتمداً على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، إذ تمثل مجتمع البحث بـ(٢٤٤) نشرة لكلا القناتين ضمن المجال الزمني المحدد، ومن ثم استخرج الباحث عينته متمثلة بـ(٧٤) نشرة اخبار بواقع (٣٧) نشرة لقناة العراقية الاخبارية للساعة (٨) مساءً و(٣٧) نشرة لقناة آي نيوز للساعة (١٠) مساءً.

واستخدم الباحث أدواتي الملاحظة واستمارة تحليل المضمون بعد اختبارهما بالصدق والثبات، ومن ثم قام بتحليل مضامين أخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق، وتوصل الى نتائج عدة ومنها:

١. ركزت قناة العراقية الاخبارية على الهدف الدعائي المضاد (شحن المشاعر الوطنية للعراقيين) في نشراتها لمعالجة أخبار التهديدات الاسرائيلية، بينما ركزت قناة آي نيوز على الهدف (اظهار الدعم الشعبي للمقاومة في العراق) ما أشار على

فروق احصائية دالة في جدول الاهداف العامة للدعاية المضادة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بحسب الاختبار (كاي تربيع).

٢. تباين الاساليب الدعائية المضادة في معالجة أخبار التهديدات الاسرائيلية في نشرات قناتي البحث، فكان الاسلوب الدعائي المضاد الابرز في نشرات قناة العراقية الاخبارية (استعرض قوة الجيش العراقي والحشد الشعبي)، في وقت استعرضت قناة أي نيوز بالأسلوب الدعائي المضاد (نزع شرعية وواقعية التهديدات الاسرائيلية للعراق) ما ثبت فروقا احصائية في جدول الاساليب الدعائية المضادة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بحسب اختبار (كاي تربيع).

٣. اعتماد قناتي البحث على استراتيجيات دعائية مضادة عالجت فيها أخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق، فكانت استراتيجية (التركيز على معالجة دعاية الخصم) هي الاله في نشرات قناة العراقية، فيما جاءت استراتيجية (تحقير الخصم) كاستراتيجية بارزة على مستوى نشرات أخبار قناة أي نيوز، وأشارت نتائج تحليل مضمون الاستراتيجيات فروقا احصائية دالة بين القناتين عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بحسب اختبار (كاي تربيع).

الكلمات المفتاحية: الدعاية المضادة، الفضائيات العراقية، التهديدات الاسرائيلية للعراق، النشرات الاخبارية.

Anti Propaganda in the Iraqi Satellite Channels

Against Threats of Israel

**An Analysis of News Bulletins on Al-Iraqiya News
and iNEWS Channels**

Assist. Prof. Dr. Muthanna Muhammed Faihan

AL- Ghanimi

Ministry of Higher Education and Scientific Research

muthanareport@yahoo.com

Abstract:

The study seeks to trigger implications regarding the variance in the use of the methods and propaganda strategies adopted for anti-propaganda based on the contents of the news bulletins on the Al-Iraqiya News and iNews channels when dealing with the news about the Israeli threats to Iraq, the research problem was reflected in a major question: What were the considerations and bases which Al-Iraqiya News and iNews channels pursued in the use of anti-propaganda in their bulletins through dealing with the news of Israeli threats against Iraq? Included in that was then which form and content the Israeli threat bulletins had on the two research channels.

This study is descriptive research using survey methods in its descriptive and analytical forms. The sample covered 244 news bulletins of both channels during the time in question. The researcher uses Only (37) of them, However, the news bulletins chosen from Al-Iraqiya and 37 News bulletin broadcasts at 8:00 pm in time, as well as gaining other (37) news bulletins on iNEWS at 10:00 pm.

Observation and a content analysis form were the main tool of the researcher which validity and reliability tests were operated, the researcher then reviewed news articles about Israeli threat to Iraq, drawing the following conclusions:

1. Al-Iraqiya News directed its counter-propaganda activities toward the need to agitate national feelings of Iraqis in its response to Israeli threats, while Iraq REPORTING demonstrated the popular support for the combatants in Iraq, statistically significant differences were found in the table of general objectives of anti-propaganda at a level of significance of 0.05 (Chi-square test).
2. The counter-propaganda approaches differed between the two channels. Al-Iraqiya News relied mainly on illustrating the power of the Iraqi army and the PMF among which, iNEWS tried to attack the legitimacy and discredit the objective existence of the threats of Israel to Iraq, the differences were also significant in the chart of counter-propaganda strategies at $p=0.05$ using Chi-square tests.
3. On both channels they resorted to counter-propaganda methods to confront threats by the Israelis, the most widely employed approach on Al-Iraqiya News was defending from opponent's propaganda whereas iNEWS favored attacking the opponent, statistical analysis Words Mediabase compared the strategies adopted by the two channels, and significant differences were found at 0.05 by means of the Chi-square test.

Keywords: Anti Propaganda, Iraqi Satellite Channels, Israeli Threats against Iraq, New Bulletins

مقدمة:

تشكل التهديدات الاسرائيلية للعراق شاهداً ومثالاً واقعياً للدعاية الهجومية المعادية، التي تُمارس وتُروج بهدف خلق سايكولوجية سلبية لدى الجمهور العراقي تتصف بالقلق وتحطيم المعنويات جراء تحضيرات الجانب الاسرائيلي المعادية في السياق العسكري، وأن ما تستعرضه قناتا البحث في اطار نشرتهما من مضامين اخبارية في محل الرد على الدعاية تلك، يمثل توظيفاً للدعاية المضادة وما يتعلق بها من الاستراتيجيات والاساليب والأهداف، محاولةً منها في ترسيخ الثقة لدى الجمهور تجاه الدولة والنظام السياسي العراقي، والتقليل من حجم التأثير النفسي للدعاية الاسرائيلية المعادية أو القضاء عليها.

وتعمل الدعاية في القنوات الفضائية على الاستثارة النفسية بقصد التأثير في مواقف وسلوكيات الجمهور، بمعنى أنها تعبر عن تنظيم مصمم بشكل مقصود لإقناع الجمهور بمنطقها الدعائي الخاص بها، وهذا ما يفسر العمليات الدعائية المعادية التي تطمح عن طريق مضامينها الاعلامية إلى إحداث التأثير داخل حدود الدولة المستهدفة، ومن ثم يتم التوجه نحو المعالجة بالدعاية المضادة عبر اساليبها الخاصة في المجالات الإعلامية والعسكرية والسياسية والدينية والاقتصادية والرياضية وغيرها، فيصبح من الضروري إعداد رسائل دعائية تروج للأفكار والمواقف والبيانات التي تفند أو تحيد مضامين الدعاية المعادية في مسار نشرات الاخبار في القنوات ومنها الفضائيات العراقية، بمنهجية تراعي الأبعاد الإعلامية والنفسية والاجتماعية في التعامل مع الجمهور المستهدف.

الاطار المنهجي للبحث:**اولاً: مشكلة البحث:**

على الرغم من الدور الذي تمارسه القنوات الفضائية العراقية في تغطية ومعالجة الاخبار المتعلقة بالتهديدات الاسرائيلية للعراق، وفق اساليب دعائية لتفنيد أو الحد من حجم تأثير الدعاية المعادية على الجمهور العراقي، إلا أن غياب الدقة

في حصر المحددات المهنية لتوظيف الدعاية المضادة في اخبار التهديدات الاسرائيلية في نشرات القنوات العراقية، يولد استفهامات حول طبيعة السياقات الاخبارية للقنوات في تبنيها الاستراتيجيات والاساليب والاهداف والمصطلحات الدعائية المضادة وفق توجهاتها الاعلامية الرامية إلى إحداث التأثير في الجمهور المستهدف عبر معالجتها أخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق، لذا تمثلت مشكلة البحث بتساؤل رئيسي : ما الاعتبارات والأسس التي اعتمدتها قناتا العراقية الاخبارية وآي نيوز في توظيف الدعاية المضادة في نشرتهما لمعالجة أخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق؟ وتفرعت منه أسئلة خاصة بشكل النشرة الاخبارية وأخرى خاصة بمضمونها، وكالاتي:

١. أسئلة الشكل (كيف قيل):

- أ. ما العدد الإجمالي لأخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق ضمن سياق الدعاية المضادة في قناتي العراقية الإخبارية وآي نيوز الفضائيتين؟
- ب. ما العدد الإجمالي لأخبار نشرات قناتي العراقية الإخبارية وآي نيوز الفضائيتين؟
- ج. ما العدد الكلي لعناوين النشرات الإخبارية في القناتين؟
- د. ما العدد الكلي للعناوين الدعائية لأخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في قناتي البحث؟
- هـ. ما الزمن الكلي لأخبار التهديدات الإسرائيلية ضمن سياق الدعاية المضادة في نشرات قناتي البحث؟
- و. ما نطاق ظهور العنوان الدعائي لخبر التهديدات الإسرائيلية للعراق في نشرات قناتي البحث؟
- ز. ما الدوال الدعائية المضادة في صور اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في قناتي البحث؟

ح. ما الموقع الدعائي لخبر التهديدات الاسرائيلية للعراق في نشرات اخبار قناتي البحث؟

٢. أسئلة المضمون (ماذا قيل):

أ. ما الاساليب الدعائية المضادة التي وظفتها القنوات في نشراتها للتهديدات الاسرائيلية للعراق؟

ب. ما موضوع الدعاية المضادة في خبر التهديدات الاسرائيلية للعراق في قناتي البحث؟

ج. ما المصطلحات الدعائية المضادة التي وظفتها القنوات بسياق نشراتها للتهديدات الاسرائيلية للعراق؟

د. ما المصادر الإخبارية الدعائية التي اعتمدتها القنوات في اخبار التهديدات الاسرائيلية؟

هـ. ما الاهداف الدعائية المضادة التي ركزت عليها نشرات اخبار التهديدات الاسرائيلية في القناتين؟

و. ما نمط الدعاية المضادة التي استعملتها القنوات في معالجتها اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق؟

ز. ما الجهات التي استهدفتها الدعاية المضادة للنشرات الاخبارية للقناتين؟
ح. ما الاستراتيجية الدعائية المضادة التي اعتمدتها القنوات في تقديم اخبار التهديدات الاسرائيلية بسياق نشراتها الاخبارية؟

ثانيا: أهمية البحث: تكمن أهمية هذا البحث في الآتي:

١. يعد البحث محاولة علمية لفهم وتفسير المنطق الدعائي المضاد للتهديدات الاسرائيلية للعراق على مستوى تحليل الشكل والمضمون لنشرات أخبار قناتي العراقية الاخبارية وأي نيوز الفضائيتين.

٢. يقدم نموذجاً علمياً يساعد في استيعاب عملية مواجهة الاعلام التلفزيوني العراقي الدعاية الاسرائيلية المعادية للعراق، وفق اساليب واستراتيجيات دعائية مضادة دقيقة.

٣. يفسح المجال لإجراء البحوث والدراسات المتخصصة برصد الاساليب الدعائية الاسرائيلية المعادية للعراق من جانب، وعمليات تقييم لتأثير وفعالية الدعاية المضادة لها من جانب اخر.

٤. يمنح زحما لتدعيم مستويات الوعي لدى الجمهور العراقي بأهمية القنوات الفضائية في تحديد ومعالجة الدعاية المعادية الهادفة الى تضليل وتحطيم معنويات الجمهور العراقي وخلق مشاعر الريبة والقلق لديه، إزاء الشأن الامني وحجم المخاطر والتهديدات المحيطة.

ثالثا: أهداف البحث: يسعى البحث الى تحقيق الاهداف الآتية:

١. التعرف على الاساليب الدعائية المضادة التي وظفتها القنوات في نشراتها الخاصة بالتهديدات الاسرائيلية للعراق.
٢. التعرف على طبيعة الدعاية المضادة بموضوع خبر التهديدات الاسرائيلية للعراق في قناتي البحث.
٣. كشف المصطلحات الدعائية المضادة التي وظفتها قناتا البحث في سياق نشرتهما الخاصة بالتهديدات الاسرائيلية للعراق.
٤. تحديد الاهداف الدعائية المضادة التي ركزت عليها نشرات أخبار التهديدات الاسرائيلية في قناتي البحث.
٥. التعرف على نمط الدعاية المضادة التي استعملتها القنوات في معالجتها أخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق
٦. معرفة الجهات التي استهدفها الدعاية المضادة لقناتي البحث في نشرتهما الاخبارية.
٧. كشف الاستراتيجية الدعائية المضادة التي اعتمدتها القنوات في تقديم اخبار التهديدات الاسرائيلية بسياق نشرتهما الاخبارية.
٨. التعرف على المصادر الاخبارية الدعائية التي اعتمدتها القنوات في اخبار التهديدات الاسرائيلية

٩. كشف نطاق ظهور العنوان الدعائي لخبر التهديدات الإسرائيلية للعراق في نشرات قناتي البحث.

١٠. كشف الدوال الدعائية المضادة في صور خبر التهديدات الاسرائيلية بقناتي البحث.

١١. تحديد الموقع الدعائي لخبر التهديدات الاسرائيلية للعراق في نشرات اخبار قناتي البحث.

رابعا: نوع البحث ومنهجه:

يعد هذا البحث وصفيا، إذ يتطلب جمع البيانات والاجابة على الاستفهامات المرتبطة بوصف الدعاية المضادة في القنوات العراقية حيال التهديدات الإسرائيلية للعراق في النشرات الإخبارية لقناتي البحث (العراقية الاخبارية وآي نيوز الفضائيتين)، وتفسيرها وتقرير طبيعتها كما في الواقع، معتمدا بذلك على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي.

خامسا: مجالات البحث:

١. المجال المكاني: تمثل بقناتي (العراقية وآي نيوز) الفضائيتين.
٢. المجال الزمني: تمثل بالمدة الممتدة من تاريخ ٢٧/٩/٢٠٢٤ الى غاية ٢٧/١/٢٠٢٥.
٣. المجال الموضوعي: تمثل بالنشرات الإخبارية (التي خضعت للتحليل في قناتي البحث).

سادسا: موجبات تحديد المجال الزمني:

١. موجبات المجال الزمني: يمثل يوم (٢٧/٩/٢٠٢٤) يوم استشهد الأمين العام لحزب الله السيد حسن نصر الله، بغارة إسرائيلية في العاصمة اللبنانية بيروت، وجسدت الفترة التي تلت هذا التاريخ تصعيدا امنيا وسياسيا ملحوظا من الجانب الإسرائيلي تجاه العراق، اقترن بخطاب دعائي عالي الوتيرة في الاعلام العربي

والعراقي ما جعل الموضوع سياقاً محفزاً لتحليل أخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في النشرات الإخبارية.

الإطار الإحصائي للبحث:

أولاً: مجتمع البحث وعينته:

١. مجتمع البحث: يمثل مجتمع هذا البحث مجمل النشرات الاخبارية في قناتي البحث (العراقية وآي نيوز الفضائيتين).

٢. موجبات تحديد مجتمع البحث: أجرى الباحث دراسة استطلاعية على (٥٠) مبحوثاً في العاصمة بغداد، إذ وزع عليهم استبانة بهدف معرفة قنواتهم العراقية التي يستقون منها أخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق، واطهرت النتائج أن قناتي (العراقية الإخبارية وآي نيوز) حازتا على نسب متابعة اعلى من قبل الجمهور مقارنة بالقنوات الاخرى، وبحسب الجدول رقم (١).

جدول رقم (١) متابعة العينة لأخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في نشرات القنوات العراقية

ت	اسم القناة	التكرارات	النسب المئوية	الرتب
١	العراقية الإخبارية	٤١	٢٩,٩	١
٢	آي نيوز	٣٦	٢٦,٣	٢
٣	الرشد	٢٤	١٧,٥	٣
٤	الشرقية	٢١	١٥,٣	٤
٥	دجلة	١٥	١١	٥
المجموع ^(١)		١٣٧	١٠٠	

(١) المجموع تجاوز عدد الذين سئلوا لان الباحث سمح بالتأشير على أكثر من خيار.

٣. عينة البحث: تمثلت عينة البحث بنشرات الاخبار الرئيسية في قناة العراقية الفضائية للفترة المسائية وتحديدًا عند الساعة (٨) مساءً، ونشرات الاخبار الرئيسية في قناة آي نيوز الفضائية للفترة المسائية وتحديدًا عند الساعة (١٠) مساءً، معتمدا الباحث على نمط العينة العشوائية المنتظمة، إذ كانت وحدات مجتمع البحث الكلية (٢٤٤) نشرة اخبارية، وبعد تطبيق معادلة اقتطاع العينة، استقرت العينة على (٧٤) نشرة اخبارية للتحليل، موزعة بالتساوي بواقع (٣٧) نشرة اخبارية لكل قناة فضائية، وكان الفاصل الزمني بين وحدات العينة هو الرقم (٣) بمعنى أن الباحث بدأ بتحليل مضمون النشرات من تاريخ ٢٠٢٤/٩/٣٠ هو اليوم الثالث من تاريخ العينة وكما في معادلتني تحديد العينة والفاصل الزمني أدناه، وتفصيل العينة في الجدول رقم(٢).

معادلة تحديد العينة

$$\text{عدد وحدات المجتمع} \times \text{حجم العينة} = \frac{30 \times 122}{100} = \frac{3660}{100} = 36.6 \approx 37 \text{ نشرة اخبارية}$$

معادلة تحديد الفاصل الزمني بين وحدات العينة

$$\text{الفاصل الزمني} = \frac{\text{مدة العينة}}{\text{عدد النشرات التي خضعت للتحليل}} = \frac{122 \text{ يوم}}{37 \text{ نشرة}} = 3$$

جدول رقم (٢) تحديد عينة البحث

اسم القناة	وقت النشرة	وحدات المجتمع	عينة البحث	تمثيل العينة
العراقية الإخبارية	الثامنة مساءً	١٢٢ نشرة	٣٧ نشرة	٣٠%
آي نيوز	العاشرة مساءً	١٢٢ نشرة	٣٧ نشرة	٣٠%
المجموع		٢٤٤ نشرة	٧٤ نشرة	

٤. **موجبات تحديد عينة البحث:** تنتمي النشرتان في القناتين للفترة المسائية وهي الفترة التي تحظى بنسب ومؤشرات مشاهدة أعلى عن باقي الفترات، وعادة ما تحرص القنوات العراقية على عرض أحدث الاخبار في نشراتها المسائية ومنها اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق.

ثانياً: أداة البحث:

١. **الملاحظة المنظمة:** استعمل الباحث اداة البحث (الملاحظة المنظمة) في متابعة نشرتي قناتي (آي نيوز والعراقية الاخبارية)، بهدف التعرف على محتوى الاخبار التي تتناول التهديدات الاسرائيلية على العراق، والموضوعات الفرعية المتعلقة بالموضوع الرئيس، وتسجيل المؤشرات وعكسها في استمارة تحليل المضمون على مستوى الوحدات والفئات.

٢. **استمارة تحليل المضمون:** تم الاعتماد على اداة استمارة تحليل المضمون التي اعدت خصيصاً لتحليل مضامين نشرات اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في قناتي (العراقية الاخبارية وآي نيوز) الفضائيتين، ضمن انساق واساليب الدعاية المضادة، فتضمنت الاستمارة فئات رئيسة وتفرعت منها فئات فرعية، فبلغ مجموع الفقرات في الاستمارة (١١٥) فقرة.

ثالثاً: وحدات التحليل: من اجل تحديد وحدات تحليلية دقيقة، تتعكس في جداول النتائج، أجرى الباحث تحليلاً مبدئياً على مستوى (٨) نشرات وبنسبة (١٠%) من اجمالي العينة التحليلية، بواقع (٤) نشرات من كل قناة، وبعد ذلك تمكن الباحث من تحديد الوحدات الرئيسية وفئاتها الفرعية، واعتماد الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية، وحدة الموضوع، وحدة الكلمة، وحدة الزمن للعد والقياس.

رابعاً: فئات التحليل: تمثلت فئات التحليل بالآتي:

١. **فئات المضمون:** وضمت فئة الاساليب الدعائية المضادة، فئة موضوع خبر التهديدات الاسرائيلية للعراق في سياق الدعاية المضادة، فئة المصطلحات الدعائية المضادة، فئة الاهداف الدعائية المضادة التي ركزت عليها نشرات اخبار التهديدات

الإسرائيلية، فئة نمط الدعاية المضادة، فئة الجهات التي استهدفتها الدعاية المضادة، فئة الاستراتيجية الدعائية المضادة التي اعتمدتها القنوات في تقديم اخبار التهديدات الإسرائيلية، فئة المصادر الإخبارية الدعائية.

٢. **فئات الشكل:** وضمت فئة دوال الدعاية المضادة في صور خبر التهديدات الاسرائيلية، فئة عدد أخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق بالنسبة للعدد الكلي للأخبار في نشرات قناتي البحث، فئة الموقع الدعائي للخبر في نشرات الاخبار، فئة نطاق ظهور العنوان الدعائي لخبر التهديدات الإسرائيلية، فئة زمن أخبار التهديدات الإسرائيلية.

خامسا: اختبارات أداة البحث:

١. **اختبار الصدق:** ويعني صدق أداة البحث التي اعتمدها الباحث لقياس ما يحاول البحث قياسه بصورة دقيقة، وفي هذا المجال عرض الباحث استمارة تحليل المضمون على مجموعة من المحكمين^(١)، وبعد تسجيل الملاحظات العلمية واجراء التعديلات، اعتمدت الأداة بنسبة بلغت (٩٠,٤%)، وكما في المعادلة الآتية:

$$\text{الصدق} = \frac{\text{الفقرات المتفق عليها}}{\text{العدد الكلي للفقرات}} \times 100 = 100 \times \frac{103}{115} = 90.4 \text{ صدق الاداة}$$

٢. اختبار الثبات:

بهدف التحقق من ثبات نتائج التحليل، استعمل الباحث طريقة الفا كرونباخ، وكالاتي:
أ. استخدام برنامج (SPSS) للتحليل الإحصائي.

(١) المحكمون:

١. أ.د رعد جاسم حمزة: قسم الإذاعة والتلفزيون/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد.
٢. أ.د طالب عبد المجيد: قسم الإذاعة والتلفزيون/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد.
٣. أ.د عبد السلام احمد: قسم الصحافة/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد.

ب. ادخال جميع بيانات التحليل في البرنامج.

ج. استخراج نتيجة اختبار الثبات هي (٠,٧٨) وهي نسبة علمية مقبولة.

سادسا: تحديد المصطلحات:

١. **الدعاية المضادة:** نشاط اتصالي مقصود ومنظم توظفه القنوات العراقية في نشراتها الاخبارية، بهدف الرد على الدعاية الإسرائيلية المعادية وتقويض او تحجيم آثارها او تحييدها كونها تستهدف أمن واستقرار النظام السياسي في العراق والبنية المجتمعية للشعب (الجمهور)، وتستخدم القنوات العراقية الدعاية المضادة بأساليب واستراتيجيات وآليات بعينها.

٢. **القنوات العراقية:** هي الفضائيات العراقية التي تقدم مضامين ورسائل التهديدات الإسرائيلية للعراق في إطار دعائي مضاد ضمن سياقات النشرات الاخبارية، وُحددت بهذا البحث بقناتي العراقية وآي نيوز الفضائيتين.

٣. **التهديدات الإسرائيلية للعراق:** هي الرسائل الاعلامية التي تروجها حكومة اسرائيل ومؤسساتها، وتتطوي على مضامين أو تصريحات أو مواقف سياسية واقتصادية واعلامية واجتماعية وثقافية ودينية وغيرها بخطاب دعائي معادي، يعكس بصورة مباشرة او غير مباشرة مدى الاستعدادات العسكرية والأمنية لاستهداف جمهورية العراق وشعبها والتأثير على الرأي العام وخلق حالة من الريبة والقلق النفسي حيال التهديدات تلك وواقع امكانية العراق من مواجهتها وحماية امته وسيادته.

٤. **النشرات الإخبارية:** نمط وشكل تلفزيوني يستعرض موادا وقصصا وتقارير اخبارية في موضوعات التهديدات الاسرائيلية تجاه العراق في المجالات السياسية والعسكرية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها بسياق الدعاية المضادة بهدف تحجيم التأثير الموجه للجمهور العراقي بفعل الدعاية الاسرائيلية المعادية، وحدد الباحث النشرات الاخبارية في قناتي البحث.

الاطار النظري للبحث:

١. **الدعاية المضادة: المفهوم والاساليب:**

يمثل مفهوم الدعاية المضادة أساساً لعمليات نفسية ووقائية بالضد من مخططات الدعاية الرامية إلى التلاعب بالعواطف والأفكار ومحاولات تغيير الاتجاهات التي في الأغلب تكون سلبية بقصد الوصول إلى خلق حالة من التوتر الفكري والشحن العاطفي لدى الجمهور، وهذه الثنائية المتقابلة بين (الدعاية والدعاية المضادة) تفرضها الحكومات والدول في سياق مواجهاتها للآزمات أو الحروب والتحديات العسكرية التي تتطلب صياغة تعاملات سلوكية ونفسية خاصة تواجه دعاية العدو التحريضية، وتساهم في إيجاد حالة من التحصين الفكري والسياسي لمواطنيها المستهدفين، ومن هذا المنطلق فإن مفهوم الدعاية المضادة ينصب في سياق التعبئة النفسية للتحصين الذاتي واللجوء إلى المثيرات النفسية أكثر من اللجوء إلى القضايا التي تستدعي النقاش (سهير صبار، ٢٠٠٣، صفحة ١٦٤)، ومع ذلك فإن الدعاية المضادة وإن استهدفت عواطف ومشاعر الجمهور فهي لا تستبعد الجانب العقلي والمنطقي في تكتيكاتها، لأنها تحاول أيضاً إحداث التغيير في مواقف وسلوك الجمهور المستهدف بالدعاية التحريضية، وبالعادة ما يحاول الداعية في سياق دعايته المضادة التأكيد على الجوانب الإيجابية التي تدافع عن الأيديولوجية السائدة في النظام السياسي أو الدولة. (هاني الرضا، رامي محمد عمار، ٢٠١٣، صفحة ٢٠٠)، وفيما يتعلق بتعريفات الدعاية المضادة فوردت العديد منها ومن التعريفات تلك "هي الخطاب الدعائي الموجه في سياق الصراع المفتوح ويستهدف الخصم المعادي المعلن، ويُستخدم كوسيلة أو أداة نفسية لإضعاف أو تقويض فاعلية خطابه أو التأثير في وعيه الجمعي وموقفه العام بالشكل الذي يجعل من الدعاية المضادة جزءاً من استراتيجية الحرب النفسية" (عبد الرزاق الدليمي، ٢٠١٠، صفحة ٣٩)، كما عرفت على أنها "مجموعة من العناصر القادرة على خلق رد فعل معين على دعاية العدو بالدرجة التي تتمكن من تنفيذها أو تحجيم أثرها، ومن ثم تحقيق أهداف الجهة التي تقف خلفها، وهذه العناصر تتضمن أنظمة اقناعية تتستر خلف نظام تعبير" (عبد السلام أحمد السامر، ٢٠٢٤، صفحة ٣٢)، ويتوقف نجاح وفاعلية الدعاية المضادة

على مدى توافر معايير البيئة الملائمة لخلق جو من التأثير في الاتجاهات والاعتقادات حيال دعاية معادية تحاول زرع الشكوك والمشاعر السلبية حيال القضايا والموضوعات التي تعالجها بمختلف الأساليب والقوالب الإخبارية والإعلامية، ومنها فكرة الدعاية، وكيفية اختراق الجمهور فكريا وزرع الأفكار أو تغييرها بالشكل المطلوب، ولغة الخطاب العاطفي وجذب الجمهور حيال القضية أو الموضوع الذي تستهدفه الدعاية، (Dewani, 2000, p. 11)، وفي شأن أساليب الدعاية المضادة فقد تعددت بتعدد الاستعمالات والأغراض وطبيعة الأهداف، فأورد الباحث مجموعتين من الأساليب التي اعتمدتها الدعاية المضادة، فشملت: (نضال فلاح الضالعين، علي فلاح الضالعين، وآخرون، ٢٠١٥، صفحة ٩٨)

١. إطلاق صفات وأسماء تتخذ شكل قوالب جامدة.
 ٢. إطلاق التعميمات والشعارات البراقة.
 ٣. التحويل وفيه تستعير الدعاية رموزا لها قيمة كبيرة وتستخدم بطريقة جديدة.
 ٤. الإجماع من الناحية الكيفية وهو ما يسمى بتأثير المكانة الممتازة أو تأثير الشخصية للامعة.
 ٥. الإجماع من الناحية الكمية أو ما يسمى بتأثير الأغلبية.
 ٦. البساطة الشعبية وفيها توكيد الصفات البسيطة المألوفة.
 ٧. الاختيار والتشويه وتغيير الحقائق والأرقام.
- فيما نصت المجموعة الثانية على الأساليب الآتية وهي: (نجوى إبراهيم جبر، ٢٠٢٢، الصفحات ٤٥-٥٠) (أسلوب اللحق بالركب، التحويل والربط، الاستشهاد، تقمص البساطة، رص الأوراق، تقديم الرأي كحقيقة، اختيار المعلومات، التحيز بالإسناد، العناوين الخداعة، التكرار، التعاطي السلبي، الرواية والخيال، تحديد العدو، التوكيد، القراءة المركبة، قلب الصورة، الإلهاء أو تحويل الانتباه، توظيف الرموز البصرية، الفكاهة، الافتراض المسبق، استدراج العطف)، وقد وظف الباحث جزءاً من

هذه الاساليب باستمارة تحليل المضمون بقدر اعتماد القناتين عليها في معالجة اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق، والاستدلال بها احصائيا في جداول الاحصاء الوصفي. ويضيف بعض المختصين حزمة من المبادئ التي تحدد ملامح مفهوم الدعاية المضادة وكالاتي: (نبيل راغب، ٢٠٠٠، صفحة ٢٦٥)

١. تحديد أفكار العدو بدقة ومعرفة الأسلوب الذي يتبعه، ومعرفة حقيقة التناقضات في دعايته.

٢. مهاجمة نقاط الضعف في دعاية العدو بالأدلة والبراهين والحجج المنطقية.

٣. عدم مهاجمة دعاية العدو وهي في اوج قوتها.

٤. الرد على دعاية العدو بالأرقام والإحصاءات والأدلة.

٥. الاستهزاء بدعاية العدو بواسطة الهزليات والقصص والشائعات.

٦. التنقيف السياسي المكثف.

٧. تدعيم وتعميق الكراهية للعدو.

٨. المبالغة في تقوية الانتماء الوطني والهوية الوطنية.

٢. الدعاية المضادة في التلفزيون واستراتيجيات التأثير:

فسر هارولد لاسويل^(١) في كتابه "الدعاية والنشاط الاتصالي" تعقيبا على دور الدعاية في وسائل الاعلام وتأثيرها بجمهور المشاهدين على مستوى الافكار والسلوك معا، قائلا "الدعاية ليست القنابل ولا الخبز، بل الكلمات والصور الاغاني والاستعراضات والحيل الاخرى المتعددة"، منتهيا بالقول إن الدعاية هي "الاحتفال عن طريق الرموز". (محمد صاحب سلطان ، ٢٠١٣، صفحة ٧٠)، فوسائل الاعلام وتحديد القنوات الفضائية تتخبط بتسويق الرسائل الدعائية في النشرات الاخبارية والفعاليات الاعلامية الأخرى المصممة وفق ما خطط لها صانعوها وخلق الاثر او تشكيله بطريقة تنسجم

(١) هارولد دوايت لاسويل: عالم اجتماع امريكي درس تأثير وسائل الاعلام والرسائل الاعلامية على تشكيل الرأي العام، لديه دراسات علمية عديدة في علم الاعلام والنفس والاجتماع والسياسة: موسوعة Wikipedia.

والإرادة السياسية أو الأيديولوجية التي تنتهجها القناة الفضائية أو الجهة التي تقف خلفها، وبمقابل ذلك ظهرت الدعاية المضادة كسياق أو أداة لردع أو تحييد تأثير الدعاية الموجهة لجمهور بعينه، فباتت الدعاية المضادة تتمحور حول معالجة العامل النفسي للجمهور المعني بدعاية العدو، لذا فإن من أبرز عوامل نجاح الدعاية المضادة في التلفزيون والتي ينبغي أن تراعيها الرسالة الاتصالية للقنوات العراقية هي تحديد مبادئ الخصم وأهدافه، بمعنى تحليل الأفكار السياسية التي تقوم عليها فلسفة العدو الدعائية، ومعرفة الخلفية الفكرية والاجتماعية للدعاية، للاستفادة منها في عملية تحليل أفكار العدو السياسية المعادية، والبحث عن نقاط الضعف واستثمارها، والانتفاف على العدو دون مواجهته في بعض الأحيان خصوصاً إذا كانت دعايته الموجهة في أوج قوتها وبدايتها، واستغلال الفرص المناسبة لمهاجمة العدو والاستهزاء به، والرد من وقت لآخر على أقاويله المعادية عن طريق عرض الحقائق إلى الجمهور وتحليل بعضها بطريقة موضوعية ومرتنة. (رفيق سكري، ١٩٩١، الصفحات ٨٥-٨٦).

كما ينبغي أن تضمن الرسالة الدعائية المضادة في الاخبار التلفزيونية عملية اشباع الحاجات النفسية والاجتماعية للجمهور، حتى تجد مساحة في افشال تأثير الدعاية المعادية، لذا تعتبر الدعاية المضادة محاولة لتشكيل اتجاهات جديدة، أو تعديلها والسيطرة عليها، وهناك افتراض رئيس في كل محاولات السيطرة على الرأي العام مفاده أن الاتجاهات هي التي تحدد جزئياً رد الفعل في ظروف محددة، فيحاول رجل الدعاية متعمدا السيطرة على التأثيرات الخارجية لتكون اتجاه جديد حيال قضية جديدة أو قديمة، ومن ثم فإن الدعاية المضادة تُمارس عندما يُخشى أن تستثير دعاية معادية سلوكاً وموقفاً بعينه لدى الجمهور، فيعمل القائم بها على كبح هذا التأثير قبل أن يتحقق. (عامر مصباح، ٢٠١١، الصفحات ٢٧-٢٨).

وبخصوص استراتيجيات الدعاية المضادة فهي تحاول أن توفر مساحة للقنوات التلفزيونية عبر موادها الاخبارية للمناورة أو الانتقال بجمهورها من مستوى تعرضه

لحرب نفسية هجومية من العدو الى مستوى اخر من الدفاع عن النفس، بمعنى أن القنوات حينما تتبنى او تصنع رسائل دعائية مضادة فهي تشن حربا إخبارية نفسية عكسية على مضمون وبيانات واحصاءات الدعاية المعادية، ويأتي ذلك بمثابة رد فعل للهجوم النفسي على دعاية الخصم لخلق اعتقادات وتصورات ايجابية لدى الجمهور حيال معطيات دعايتها المضادة. (Marshall Soules, 2015, p. 222)

وتعتبر الدعاية المضادة عملية نفسية مصممة للتأثير وإبطال مفعول تأثيرات الدعاية الموجه من الخصم للجمهور (المواطنون) لتعزيز القنوات وقولية مواقف بالضد من المضامين والمنطق الدعائي المعادي الذي تروج له وسائل الاعلام بأيدولوجيتها الخاصة وفق سياقات إخبارية محددة، ومن ثم فإن الدعاية المضادة لديها مجموعة من الاستراتيجيات التي تجعل منها فعالة وهي (منال هلال المزاهرة، ٢٠١٢، الصفحات ٨٩-٩١):

١. التمويه: والمقصود بذلك أن يعتمد الداعية على التمويه الذكي لكي لا يعرض دعايته للفشل والتناقض.
٢. التركيز: ويعني أن تتمتع الدعاية المضادة بالتركيز على المحاور الأساسية التي يهتم بمعالجتها.
٣. تحقير الخصم: وتعني أن هدف الدعاية لم يعد عقيدة او فكرة او مؤسسة، بل أصبح جمهورا وذلك بجعلهم مدعاة للسخرية، فعندما يريد الداعية شن هجوم اعلامي على الخصم يعمد على التركيز أحيانا الى الأشخاص وليس المواضيع.
٤. فراسة أيديولوجية العدو: وتعني دراسة وضبط منهجية عمل العدو وإيديولوجيته حسب الأهمية والاولوية ثم معالجتها بعد تصنيفها في مواضيع رئيسة، وإعطاء كل تصنيف الأهمية اللازمة والعناية الملائمة.
٥. تحديد نقاط ضعف العدو: وتعني ان يركز الداعية على نقاط ضعف الخصم ومهاجمتها وجعلها أهدافا تزعزع كيانه.

٦. عدم مجابهة دعاية العدو اذا كانت قوية، وجعل الوقائع تبرز عكس ما ترمي اليه دعاية العدو.

٧. تكذيب الخصوم وتعني تكذيب المعلومات التي تذيعها القنوات الفضائية والوسائل الإعلامية الأخرى، فضلا عن تفكيك خطاب الخصوم وبيان زيفه في ردود متكررة كل يوم تقريبا.

وهذه الاستراتيجيات وظفها الباحث في استمارة تحليل مضمون النشرات الإخبارية لقناتي البحث واخضاعها بعد تحليلها وتطبيق الاختبار الاحصائي المناسب للاستدلال على فروق التوظيف في كل قناة وابعاده في تفسير وتحليل التهديدات الإسرائيلية للعراق.

ويرى بعض المختصين ان الاستراتيجيات الخاصة بفعالية الدعاية المضادة ونجاحها في التأثير بالجمهور المستهدف، تتكون من مجموعة معايير وكالآتي: (رنا فتحي شعبان، ٢٠١٩، صفحة ٣٩)

١. معيار الحقيقة: اي أن تتأسس الدعاية على الحقيقة.

٢. معيار الوضوح: ان تتمتع الدعاية بالوضوح في التعبير.

٣. معيار معرفة الجمهور المستهدف وتحديده.

٤. معيار مواكبة الدعاية التحريضية.

الاطار التحليلي للبحث:

١. البيانات العامة للنشرات الإخبارية في قناتي العراقية الاخبارية وآي نيوز:

أ. مؤشرات تحليل البيانات العامة لنشرات قناة العراقية الإخبارية:

تشير معطيات تحليل مضمون نشرات اخبار قناة العراقية الاخبارية في سياق بياناتها العامة، أن (العدد الكلي للنشرات) التي خضعت للتحليل (٣٧) نشرة، وان (العدد الكلي للأخبار) بلغ (٨١٤) خبرا، وبنسبة (٤٦،٨%) اما (مجمّل اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في سياق الدعاية المضادة) جاء بواقع (٥١٠) خبرا وبنسبة (٤٤،٨%)، وما يتعلق بـ(الزمن الكلي لأخبار التهديدات الإسرائيلية) فبلغ

(١٤٨٠) دقيقة، وبنسبة (٤٥,١%)، وبخصوص (مجمّل عناوين النشرات) فجاء بواقع (٣٧٠) عنوانا وبنسبة (٤٣,٥%)، اما (العناوين الدعاوية لآخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق) فبلغت (١٩٠) عنوانا، وبنسبة (٣٩,٧%).

ب. مؤشرات تحليل البيانات العامة لنشرات قناة آي نيوز:

توضح مؤشرات تحليل نشرات الآخبار في قناة آي نيوز الخاصة بـ(العدد الكلي للنشرات) التي خضعت لتحليل المضمون (٣٧) نشرة، وان (العدد الكلي للآخبار) بلغ (٩٢٥) خبرا، وبنسبة (٥٣,٢%)، اما (مجمّل آخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في سياق التهديدات الإسرائيلية) جاء بواقع (٦٣٠) خبرا، وبنسبة (٥٥,٢%) وبخصوص (الزمن الكلي للآخبار التهديدات الإسرائيلية) فبلغ (١٧٣٩) دقيقة، وبنسبة (٥٤,٩%)، وما يتعلق بـ(مجمّل عناوين النشرات) فجاء بواقع (٤٨١) عنوانا، وبنسبة (٥٦,٥%)، اما (العناوين الدعاوية لآخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق) فبلغت (٢٨٨) عنوانا وبنسبة (٦٠,٣%).

ج. مؤشرات الفروق في البيانات العامة لنشرات التهديدات الإسرائيلية للعراق في القناتين بدلالة اختبار (كاي تربيع):

وبعد تطبيق اختبار (كاي تربيع) للبيانات العامة لنشرات آخبار القناتين، تبين أن هناك فروقا احصائية بدلالة تفوق القيم المحسوبة لكاي تربيع على القيمة الجدولية لكاي تربيع والبالغة (٣,٨٤)، عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وأن البيانات الكمية للنشرات في القناتين أظهرت أن (قناة آي نيوز) أبدت اهتماما أكبر في شان التهديدات الإسرائيلية للعراق وسوقها في محور الدعاية المضادة من (قناة العراقية الإخبارية)، وزمن آخبار التهديدات وعناوينها، وهذه إشارة الى تعامل قناة آي نيوز مع آخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق وفق سياسة إعلامية وتحريرية دعاوية مضادة تمثلت بالتكثيف الإخباري على مستوى عدد تقديم الآخبار وتخصيص الزمن الأكبر بشأنها بهدف التأثير بالجمهور ومعالجة آثار الدعاية المعادية لإسرائيل إزاء العراق، ينظر الى الجدول رقم (٣).

جدول رقم (٣) توصيف قيم الفروق الدالة في نشرات قناتي العراقية الإخبارية

وأي نيوز بسياق الدعاية المضادة

بيانات النشرات الإخبارية في قناتي العراقية الإخبارية وآي نيوز	قناة العراقية الإخبارية	النسبة المئوية	قناة آي نيوز	النسبة المئوية	المجموع	قيمة كا المحسوبة	مدى الدلالة
اجمالي نشرات التهديدات الإسرائيلية للعراق	٣٧	٥٠	٣٧	٥٠	٧٤	٥٠٠٠٠٠	٣
مجمل اخبار النشرات في القناتين	٨١٤	٤٦,٨	٩٢٥	٥٣,٢	١٧٣٩		
اجمالي اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق	٥١٠	٤٤,٨	٦٣٠	٥٥,٢	١١٤٠		
زمن اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق بالدقيقة	١٤٨٠	٤٥,١	١٧٣٩	٥٤,٩	٣٢١٩		
مجمل عناوين نشرات الاخبار	٣٧٠	٤٣,٥	٤٨١	٥٦,٥	٨٥١		
مجمل عناوين التهديدات الإسرائيلية للعراق	١٩٠	٣٩,٧	٢٨٨	٦٠,٣	٤٧٨		
نتيجة الاختبار: دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)							

٢. الفروق في العناوين الدعاية لخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في نشرات قناتي العراقية الإخبارية وآي نيوز:

أ. مؤشرات تحليل فئة عناوين اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في قناة العراقية الإخبارية:

تشير بيانات تحليل مضمون فئة العناوين الدعائية لأخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في قناة العراقية الإخبارية، أن القناة قد اهتمت بتقديم العناوين الدعائية ضمن فقرة (العناوين الرئيسية)، إذ جاءت تكرارات نطاق ظهورها بواقع (١١١) وبنسبة (٣٠%)، ونطاق ظهورها في فقرة (العناوين الوسط) كانت (٧٤) وبنسبة (٢٠%)، فيما جاء ظهورها في فقرة (عناوين الختام) بواقع (١١١) وبنسبة (٣٠%)، كما سجلت فقرة (لم ترد في العناوين) (٧٤) وبنسبة (٢٠%).

ب. مؤشرات تحليل فئة عناوين اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في قناة أي نيوز:

بينت المؤشرات المتعلقة بتحليل مضمون فئة نطاق ظهور العنوان الدعائي لخبر التهديدات الاسرائيلية في قناة أي نيوز، أن تلك الأخبار وردت عناوينها الدعائية ضمن فقرة (العناوين الرئيسية) بواقع (١٨٥) وبنسبة (٣٨,٥%)، ووردت في فقرة (العناوين الوسط) بواقع (٤٠) وبنسبة (٨,٣%)، أما نطاق الظهور في (العناوين الختامية) فكانت بواقع (١٨٥) وبنسبة (٣٨,٥%)، وفقرة (لم ترد) كانت بواقع (٧١) وبنسبة (١٤,٧%).

ج. مؤشرات الفروق في العناوين الدعائية لاخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في القناتين بدلالة اختبار (كاي تربيع): بعد استعمال الباحث لاختبار (كاي تربيع) من اجل الاستدلال على الفروق في فئة نطاق ظهور عنوان خبر التهديدات الاسرائيلية للعراق في نشرات قناتي البحث، اظهرت نتائج الاختبار أن هناك فروقا احصائيا بدلالة تفوق القيم المحسوبة لكاي تربيع على القيمة الجدولية للفئة والبالغة (٣,٨٤)، عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا يوضح مدى علاقة هذه البيانات بالجدول السابق رقم (٣)، إذ توضح المعطيات مديات التباين في الاهمية التي تشغلها التهديدات الاسرائيلية للعراق واخبارها لدى (قناة أي نيوز) اولا ومن ثم (قناة

العراقية (الإخبارية) ثانياً، ومن ثم التباين في التكثيف الإخباري للدعاية المضادة الذي يعكس التزاماً بضرورة التصدي للدعاية الإسرائيلية المعادية، وفق اعتبارات تحتمها طبيعة الأجندة السياسية والإخبارية لكل قناة، بذات الوقت أولت قناة العراقية الإخبارية اهتماماً دعائياً لشأن التهديدات، وبدلالة التوزيعات التكرارية لفقرة العناوين الرئيسية، لكنها تراجعت عن قناة آي نيوز مبدئياً من حيث التناول الدعائي لعدد أخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق، ما انعكس بالمجمل على فقرات فئة نطاق ظهور العناوين الدعائية، وتركيز قناة آي نيوز على تقديم الأخبار تلك في عناوين نشراتها الدعائية الرئيسية، ينظر إلى الجدول رقم (٤).

جدول رقم (٤) قيم الفروق الدالة في ظهور العناوين الدعائي لخبر التهديدات

الإسرائيلية بنشرات قناتي البحث

عناوين الاخبار	قناة العراقية الإخبارية		قناة آي نيوز		قيمة كا ٢		مدى الدلالة
	التكرار	%	التكرار	%	محسوبة	جدولية	
الرئيسية	١١١	٣٠	١٨٥	٣٨,٥	١٨,٥	٣٠,٣	دالة
الوسطية	٧٤	٢٠	٤٠	٨,٣	١٠,١		دالة
الختامية	١١١	٣٠	١٨٥	٣٨,٥	١٨,٥		دالة
لم ترد	٧٤	٢٠	٧١	١٤,٧	٠,٠٦		غير دالة
المجموع	٣٧٠	١٠٠	٤٨١	١٠٠	نتيجة الاختبار: دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)		

٣. الدعاية المضادة بموضوعات أخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في نشرات

قناتي العراقية الإخبارية وآي نيوز:

أ. مؤشرات تحليل الدعاية المضادة بفئة موضوع خبر التهديدات الإسرائيلية للعراق في قناة العراقية الإخبارية:

تكشف البيانات الخاصة بفئة الدعاية المضادة لموضوع خبر التهديدات الإسرائيلية للعراق في نشرات قناة العراقية الإخبارية، أن القناة ركزت على اخبار الشأن السياسي في تناول التهديدات تلك إزاء العراق، وتوظيف دعايتها المضادة حيالها، فجاء توظيف الدعاية المضادة في تقديم (الاخبار السياسية) المعنية بالتهديدات بواقع (١٣٣) وبنسبة (٢٦,١%)، ومن ثم جاءت استعمال الدعاية المضادة في تقديم اخبار التهديدات (الأمنية والعسكرية) بواقع (١١٢) وبنسبة (٢١,٩%)، وكما جاء التوظيف الدعائي المضاد في التهديدات التي عالجتها (الاخبار ذات الطابع النفسي) وهي الاخبار الرامية الى بث الطمأنينة في الجمهور وتحبيد او تقويض الضغط النفسي بالدعاية المعادية، بواقع (٩١) وبنسبة (١٧,٨%)، ومن ثم تلتها (الاخبار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية) بتوزيعات تكرارية ونسب أقل.

ب. مؤشرات تحليل الدعاية المضادة بفئة موضوع خبر التهديدات الإسرائيلية للعراق في قناة آي نيوز:

توضح اشارات تحليل مضمون طبيعة اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في قناة آي نيوز ومعالجتها وفق المنطق الدعائي المضاد، أن القناة اولت اهتماما ملحوظا في تقديم ومعالجة اخبار (التهديدات الامنية والعسكرية) بسياقات واساليب دعائية مضادة فجاءت بواقع (١٨٥) وبنسبة (٢٩,٤%)، اما اخبار (التهديدات السياسية) فجاءت بواقع (١٣٧) وبنسبة (٢١,٧%)، فيما جاءت الاخبار (ذات الطابع النفسي) جاءت بواقع بواقع (١٢١) وبنسبة (١٩,٢%)، وباقي الاخبار التي تشتمل على الدعاية المضادة في اخبار التهديدات (الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والدينية)، فجاءت بتكرارات ونسبة متفاوتة.

ج. مؤشرات فروق الدعاية المضادة بموضوعات اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في القناتين بدلالة اختبار (كاي تربيع): بعد اجراء اختبار (كاي تربيع) بهدف الاستدلال على الفروق المعنوية في معالجات القناتين لأخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق بحسب فئة موضوع الخبر، اتضح أن هناك فروقا دالة احصائيا،

عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وبمقارنة القيم المحسوبة لكاي تربيع مع قيمة كاي الجدولية البالغة (٣,٨٤)، وهذا يدل على أن طبيعة التغيرات في القنوات على صعيد التداول الاخباري للتهديدات بصناعة الرسالة الدعائية المضادة هو تغير اخباري في أصل استراتيجية التآطير الدعائي، ما يعني أن كل قناة ارادت التأثير بالجمهور من زاوية دعائية محددة، وهذا يعود لخصائص فهم المرجعيات الاخبارية والسياسية في كل قناة لطبيعة التهديدات، ومن ثم صياغة الرسالة الدعائية المضادة وفق طريقة خاصة بها، ينظر الى الجدول رقم (٥).

جدول رقم (٥) قيم الفروق الدالة للدعاية المضادة بموضوع خبر التهديدات

الإسرائيلية في نشرات قناتي البحث

مدى الدالة	قيمة كا			المجموع	قناة آي نيوز		قناة العراقية الإخبارية		طبيعة الدعاية المضادة في اخبار التهديدات
	جدولية	محسوبة	%		%	ك	%	ك	
دالة	≤ ٠,٠٥	١٧,٩	٢٦	٢٩٧	٢٩,٤	١٨٥	٢١,٩	١١٢	أمنية وعسكرية
غير دالة		٣,٥	٢٠,٧	٢٣٧	١٦,٥	١٠٤	٢٦,١	١٣٣	سياسية
دالة		٤,٢	١٨,٥	٢١٢	١٩,٢	١٢١	١٧,٨	٩١	نفسية
غير دالة		٣,٣	١٠,٥	١٢٠	٧,٩	٥٠	١٣,٧	٧٠	اقتصادية
غير دالة		١,٨	١٢,١	١٣٨	١٢,٢	٧٧	١١,٩	٦١	اجتماعية
دالة		٦,٣	٧,٢	٨٣	٨,٤	٥٣	٥,٨	٣٠	ثقافية
دالة		١٣,٧	٤,٦	٥٣	٦,٣	٤٠	٢,٥	١٣	دينية
نتيجة الاختبار دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)			١٠٠	١١٤٠	١٠٠	٦٣٠	١٠٠	٥١٠	المجموع

٤. المصطلحات الدعائية المضادة وسياقها في نشرات التهديدات الإسرائيلية لقناة العراقية الاخبارية^(١):

أ. مؤشرات تحليل فئة المصطلحات الدعائية المضادة في قناة العراقية الاخبارية:

اشارت نتائج تحليل فئة المصطلحات الدعائية المضادة في اخبار التهديدات الإسرائيلية بالنسبة لقناة العراقية الاخبارية، أن الفقرة (الحكومة العراقية لن تصمت) جاءت بـ(المرتبة الأولى) بواقع (٢٣٣) وبنسبة (١٥,٢%) كون القناة ركزت على الرد الرسمي وصورة الحكومة العراقية بمعالجتها، وبدلالة السياق الاخباري (تصريحات رسمية لمسؤولين عراقيين) الذي رت فيه المصطلحات تلك، فيما جاءت فقرة (الدفاع عن السيادة الوطنية) بـ(المرتبة الثانية) بواقع (٢٠٤) وبنسبة (١٣,٢%) ضمن سياقها الاخباري (توصيف في تقارير المراسلين) وهو يمثل السياسة والتوجه الإعلامي للقناة، وجاءت فقرة (السياسة الاسرائيلية العدوانية)، بـ(المرتبة الثالثة) بواقع (١٩٠) وبنسبة (١٢,٣%) ضمن سياق (بيانات من البرلمان والحكومة العراقية)، عالجتها القناة ضمن منهجية وسائل التأثير على الرأي العام العراقي والتوجيه الإعلامي، كما جاءت فقرة (وحدة الصف الوطني)، بـ(المرتبة الرابعة) بواقع (١٧٩) وبنسبة (١١,٦%)، ضمن سياق اخباري تمثل بـ(آراء خبراء ومحللين سياسيين)، وهذه كانت ضمن الأسلوب الدعائي المتمثل باستضافة شخصيات مؤيدة للتوجه الوطني الرافض للتهديدات الإسرائيلية، وجاءت فقرة (رفض المؤسسات الرسمية للخطاب الإسرائيلي) بـ(المرتبة الخامسة) بواقع (١٦٦) وبنسبة (١٠,٨%)، بالسياق (تصريحات حكومية لمسؤولين وسياسيين)، فيما وردت فقرة (الكيان الصهيوني) بـ(المرتبة السادسة) بواقع (١٥٩) وبنسبة (١٠,٣%)، في سياق (تكرار هذا الوصف) وهي تمثل سياسة خاصة انتهجتها القناة لترسيخ هذا المصطلح في ذهنية الجمهور العراقي لصد او تحييد تأثيرات الدعاية الإسرائيلية

(١) نموذج لتحليل مصطلحات الدعاية المضادة في نشرات اخبار قناة العراقية الاخبارية ليوم

المعادية، فيما وردت باقي المصطلحات الدعائية المضادة في اخبار القناة بمراتب اقل وسياقات إخبارية متباينة بحسب مضمون المصطلح الدعائي، والخلاصة يمكن التثبيت أن القناة العراقية الإخبارية سعت عن طريق اعتمادها مجموعة من المصطلحات الدعائية المضادة الهادفة الى ترجمة الخطاب الرسمي العراقي المناهض لأية تهديدات ومخاطر لاسيما الصادرة من جهات خارجية بوصفه بلدا ذا سيادة، ولديه الجهوية الامنية التي تدافع عن امنه القومي، ينظر الى الجدول رقم (٦).

جدول رقم (٦) التوزيعات التكرارية والترتبية لمصطلحات الدعاية المضادة في

نشرات اخبار قناة العراقية الاخبارية

المصطلحات الدعائية المضادة في اخبار التهديدات	قناة العراقية الاخبارية		الرتبة	السياق الاخباري للمصطلحات في خبر التهديدات الإسرائيلية
	ك	%		
الحكومة العراقية لن تصمت	٢٣٣	١٥,٢	الأولى	تصريحات رسمية لمسؤولين عراقيين
الدفاع عن السيادة الوطنية	٢٠٤	١٣,٢	الثانية	توصيف في تقارير المراسلين
السياسة الاسرائيلية العدوانية	١٩٠	١٢,٣	الثالثة	بيانات من البرلمان والحكومة العراقية
وحدة الصف الوطني	١٧٩	١١,٦	الرابعة	آراء خبراء ومحللين سياسيين
رفض المؤسسات الرسمية للخطاب الإسرائيلي	١٦٦	١٠,٨	الخامسة	تصريحات حكومية لمسؤولين وسياسيين
الكيان الصهيوني	١٥٩	١٠,٣	السادسة	ترد بتكرار في تقارير المراسلين
التحدي بالأمن القومي	١٤٧	٩,٥	السابعة	بيانات وزارة الدفاع العراقية
مخططات التطبيع	١٣٦	٨,٨	الثامنة	رفض شعبي وتصريحات قادة الفصائل

خروقات العدو الإسرائيلي	٦٨	٤،٤	التاسعة	تحليلات أمنية واستراتيجية
أدوات تل أبيب	٥٥	٣،٥	العاشر	إشارة الى الأطراف المطبوعة مع إسرائيل
المجموع ^(١)	١٥٣٧	١٠٠		

٥. المصطلحات الدعائية المضادة وسياقها في نشرات التهديدات الإسرائيلية لقناة آي نيوز^(٢):

أ. مؤشرات تحليل فئة المصطلحات الدعائية المضادة في قناة آي نيوز:

في إطار تحليل مضمون فئة المصطلحات الدعائية المضادة والسياقات التي وردت فيها ضمن اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق لقناة آي نيوز، اشارت النتائج الى سعي القناة ابراز قوة العراق العسكرية من خلال فقرة (الحشد الشعبي يمثل قوة العراق) التي جاءت ضمن نسق اخباري تناول (وصفا لسيادة العراق) وبواقع (١٠١) وبنسبة (١٣،٤%)، و(المرتبة الأولى) وهي بمثابة محاولة للمناورة الدعائية المضادة للتصريحات والتهديدات من قبل القادة الاسرائيليين بالتدخل بالشأن العراقي، وجاءت فقرة (المحتل الصهيوني) ضمن السياق الاخباري (نزع شرعية إسرائيل من المنطقة) و(المرتبة الثانية) بواقع (٩٨) وبنسبة (١٣%)، وهذا يمثل الهدف الأساس للدعاية المضادة من خلال الرسالة الاعلامية للقناة أن إسرائيل هي كيان محتل لفلسطين ولديه أطماع بالمنطقة وسعي حثيث لضم أكبر عدد من دول المنطقة العربية والاسلامية لاتفاقيات التطبيع التي جرت مع دول عربية في سنوات سابقة، كما سعت القناة عبر فقرة (الشیطان الإسرائيلي) التي جاءت ضمن سياق (شیطنة إسرائيل وهي تواصل تهديداتها للعراق) بواقع (٩٣) وبنسبة (١٢،٤%) و(المرتبة

(١) المجموع تجاوز عدد الاخبار في قناة العراقية الإخبارية، كون الخبر الواحد ضم أكثر من مصطلح دعائي مضاد.

(٢) نموذج لتحليل مصطلحات الدعاية المضادة في نشرة اخبار قناة آي نيوز ليوم ٢٤/١٠/٢٠٢٤.

الثالثة) الى تشكيل الصورة النمطية السلبية تجاه السياسة الإسرائيلية الخارجية تجاه العراق، وسوق الصورة بأسلوبي (التناص والتأطير) مع المصطلح الدعائي الشيطان الإسرائيلي دليل على قوة الرسالة الإخبارية للتأثير بالجمهور إيجابا إزاء رسالة القناة، كما وردت فقرة (اجرام العدو الصهيوني)، بواقع (٨٦) وبنسبة (١١,٤%) وحلت بـ(المرتبة الرابعة) إذ جاءت ضمن سياق (الحشد جاهز للمواجهة العسكرية)، وعن طريق ذلك تروج القناة رسائلها بأكثر من زاوية دعائية ابرزها ان الحشد الشعبي قوة عسكرية رسمية مع باقي الصنوف العسكرية والأمنية، وانه يتمتع بالقدرة والكفاءة لمواجهة اية تهديدات من دول او جهات معادية، ومن ثم تسوق القناة الفقرة (بالمقاومة ستهزم إسرائيل) بواقع (٨٣) وبنسبة (١١%) وحلت بـ(المرتبة الخامسة) ضمن سياق دعائي (قادة الفصائل موحدون ضد إسرائيل)، بمعنى ان المقاومة الإسلامية بالعراق تمثل وجهها اخر للقوة العسكرية الرسمية التي تدافع عن امن واستقرار العراق، وهي تمثل رسالة وجود وتحدي للتهديدات المعادية، فيما وردت فقرة (رد المقاومة آت) بـ(المرتبة السادسة) بواقع (٧٧) وبنسبة (١٠,٢%)، ضمن السياق (المقاومة جزء من السيادة الوطنية)، وهذا يؤكد ما ورد في الفقرة السابقة، ومن ثم فأن المغزى من هذا المصطلح او النبرة الدعائية المضادة هو أن المقاومة في العراق بحالة حرب دائمة مع إسرائيل كون المصطلح يتحدث بلغة التحذير من جانب والتحضير والتجهيز من دون الإعلان عن التوقيات المحددة من جانب اخر، ووردت باقي المصطلحات الدعائية المضادة في اخبار القناة بمراتب اقل وسياقات إخبارية متباينة بحسب مضمون المصطلح الدعائي، ينظر الى الجدول رقم (٧).

جدول رقم (٧) التوزيعات التكرارية والرتبية لمصطلحات الدعاية المضادة في

نشرات اخبار قناة آي نيوز

المصطلحات الدعائية المضادة في اخبار التهديدات	قناة آي نيوز		الرتبة	السياق الاخباري للمصطلحات في خبر التهديدات الإسرائيلية
	ك	%		
الحشد الشعبي يمثل قوة العراق	١٠١	١٣,٤	الاولى	وصف لسيادة العراق في تقارير المراسلين
المحتل الصهيوني	٩٨	١٣	الثانية	نزاع شرعية إسرائيل من المنطقة
الشیطان الإسرائيلي	٩٣	١٢,٤	الثالثة	تواصل إسرائيل تهديداتها للعراق
اجرام العدو الصهيوني	٨٦	١١,٤	الرابعة	الحشد جاهز للمواجهة مع إسرائيل
بالمقاومة ستهزم إسرائيل	٨٣	١١	الخامسة	قادة الفصائل موحدون ضد إسرائيل
رد المقاومة العراقية آت	٧٧	١٠,٢	السادسة	المقاومة جزء من السيادة الوطنية
العراق لن يطبع	٦٩	٩,٢	السابعة	رفض شعبي لمخططات التطبيع
دماء شهداء النصر لن تنسى	٦٥	٨,٦	الثامنة	استذكار عملية الاستهداف بمطار بغداد
المجتمع الدولي الصامت	٥٨	٧,٧	التاسعة	استهجان صمت المنظمات الدولية
الحرب النفسية الصهيونية	٢٠	٢,٦	العاشرة	تحذير المجتمع من الاعلام الإسرائيلي
المجموع ^(١)	٧٥٠	١٠٠		

(١) المجموع تجاوز عدد الاخبار في قناة آي نيوز، كون الخبر الواحد ضم أكثر من مصطلح

٦. المصادر الإخبارية الدعائية التي اعتمدتها قناتا البحث في نشرات التهديدات الإسرائيلية للعراق:

أ. مؤشرات تحليل فئة المصادر الاخبارية الدعائية المضادة في قناة العراقية الاخبارية:

اظهرت نتائج التحليل لمضمون اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق وفق فئة المصادر الإخبارية، أن قناة العراقية الإخبارية لم تستطع التخلي عن النبرة الرسمية في توظيف المصادر بالأخبار التي عولجت بالأساليب الدعائية المضادة، حيث اعتمدت بشكل كبير على (بيانات مجلس الوزراء)، إذ جاءت بواقع (١١١) وبنسبة (٢٨,٢%)، فيما اعتمدت على مصدر (محلل وخبير امني وعسكري) بواقع (٧٠) وبنسبة (١٧,٨%)، وهذا يعني أن القناة سعت الى إضفاء الطابع التقسيري لأخبارها ومحاولة تشكيل القنوات والتصورات المواءمة لاستراتيجيتها الدعائية المضادة للتهديدات الإسرائيلية، وبعد ذلك جاء اعتماد القناة على مصدر (المراسل الميداني) إذ جاء بواقع (٦٢) وبنسبة (١٥,٧%) وهذا يشير الى محاولة القناة منح مساحة الواقعية في معالجة اخبار التهديدات وفق أساليب الدعاية المضادة عن طريق تقارير مراسليها الميدانيون وتعليقاتهم، فيما جاء مصدر (تصريحات لدبلوماسيين من غير العراقيين) بواقع (٤٣) وبنسبة (١٠,٩%)، والإفادة الدعائية من هذا المصدر هو لكسب الدعم الدولي، وفضح الخروقات الإسرائيلية إزاء العراق المتمثلة بالتهديدات، وجاءت المصادر الاخرى التي اعتمدتها القناة في معالجة اخبارها بالأساليب الدعائية المضادة بمراتب ونسب متدنية.

ب. مؤشرات تحليل فئة المصادر الاخبارية الدعائية المضادة في قناة آي نيوز: اشارت نتائج اعتماد قناة آي نيوز على مصادرها الاخبارية في نشرات الدعاية المضادة للتهديدات الاسرائيلية للعراق الى المصدر (مراسل ميداني) بواقع (١١٢) وبنسبة (٢٣%)، ما يعكس اهتمام القناة بوضع الجمهور بصورة الاحداث والتأثير المباشر على تنفيذ الدعاية الاسرائيلية المعادية عبر طرح بعض الرؤى والتفسيرات،

ومن ثم جاء مصدر (محلل وخبير امني وعسكري)، بواقع (٩٩) وبنسبة (٢٠,٣%)، إذ تم توظيف هذا المصدر عبر الاستضافات للخبراء والمحليين الامنيين لإبداء قراءاتهم للمشهد الامني وكشف التضليل الاعلامي الاسرائيلي بشأن حقيقة التهديدات، كما اعتمدت القناة على (بيانات مجلس الوزراء) كمصدر لاستقاء المواقف الرسمية للحكومة إزاء التهديدات، واستعراضها للجمهور بهدف التأثير ودحض التهديدات، وجاءت بواقع (٨٥) وبنسبة (١٧,٤%)، فيما جاءت (مواقع التواصل الاجتماعي) بواقع (٦٣) وبنسبة (١٢,٩%)، ووردت باقي المصادر بتكرارات وبنسب متفاوتة.

ج. مؤشرات الفروق في مصادر اخبار الدعاية المضادة لأخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في القناتين بدلالة اختبار (كاي تربيع):

بههدف كشف الفروق بين مصادر الاخبار التي اعتمدتها القناتان في نشراتهما المتعلقة بالدعاية المضادة للتهديدات الاسرائيلية للعراق، تبين أن هناك فروقا دالة احصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥) ومقارنة القيم المحسوبة لكاي تربيع مع القيمة الجدولية البالغة (٣,٨٤)، وأن القناتين اعتمدتا ذات المصادر ولكن بأولويات متفاوتة بحسب الاسلوب والاستراتيجية الدعائية التي حتمها مضمون المادة الخبرية، والسياسة التحريرية للقناة، بمعنى أن قناة آي نيوز ركزت على المراسل الميداني كونها ترغب بإيصال رسالة دعائية مضادة من الواقع وتكون أكثر اقناعا للجمهور لدحض الدعاية المعادية، بينما قناة العراقية ركزت على بيانات مجلس الوزراء كونها القناة التي تمثل الدولة في سياق إيصال رسالة من مصادر رسمية الى الرأي العام المحلي والدولي عن التهديدات تلك ، ينظر الى الجدول رقم (٨).

رقم (٨) قيم الفروق الدالة للمصادر الدعائية لأخبار التهديدات الإسرائيلية

للعراق في سياق الدعاية المضادة

مدى الدلالة	قيمة كا ٢		قناة أي نيوز		قناة العراقية الإخبارية		مصادر الاخبار
	جدولية	محسوبة	%	ك	%	ك	
دالة	≤ ٠.٠٥	٦,٩	١٧,٤	٨٥	٢٨,٢	١١١	بيانات مجلس الوزراء
دالة		١٤,٣	٢٣	١١٢	١٥,٧	٦٢	مراسل ميداني
دالة		١٠,٨	١٢,٩	٦٣	٧,٨	٣١	مواقع التواصل الاجتماعي
غير دالة		١,٣	٦,٧	٣٣	١٠,٩	٤٣	تصريحات لدبلوماسيين من غير العراقيين
غير دالة		١,٥	٦,١	٣٠	٥,٣	٢١	جلسات مجلس النواب
دالة		٤,٩	٢٠,٣	٩٩	١٧,٨	٧٠	محلل وخبير امني وعسكري
غير دالة		٣,٦	٤,١	٢٠	٨,٦	٣٤	تصريحات نواب وسياسيين عراقيين
دالة		٨,٧	٩,٢	٤٥	٥,٣	٢١	القنوات الفضائية
نتيجة الاختبار: دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)			١٠٠	٤٨٧	١٠٠	٣٩٣	المجموع

٧. أهداف الدعاية المضادة في نشرات اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في

قناتي البحث:

أ. مؤشرات تحليل فئة أهداف الدعاية المضادة في نشرات قناة العراقية الإخبارية^(١):

في ضوء نتائج تحليل أهداف الدعاية المضادة في اخبار التهديدات الإسرائيلية لقناة العراقية الإخبارية، تبين أن قناة العراقية الإخبارية، انها ركزت على تحقيق مجموعة أهداف دعائية مضادة ومنها (شحن المشاعر الوطنية للعراقيين)، وحل بواقع (٨٩) وبنسبة (١٧,٤%)، عن طريق لغة الخطاب الإعلامي التي تضمنتها نشرات الاخبار الخاصة بالتهديدات الإسرائيلية من عواطف واستحضار الرموز الوطنية وغيرها، فيما حل الهدف (تعظيم سيادة وحدة العراق) من ضمن الأهداف الدعائية بواقع (٦٦) وبنسبة (١٢,٩%)، عبر تأكيدات القناة بنشراتها على ادانة الخروقات والتهديدات، والاهتمام بسمعة مؤسسات الدولة لاسيما الأمنية منها وتمجيدها، اما الهدف (تشكيل صور إيجابية عن المؤسسة العسكرية العراقية) فقد جاء بواقع (٦١) وبنسبة (١١,٩%)، فكان الغرض منه صورة العراق وجيشه وقواته الأمنية التي ينبغي أن تتمتع بالكفاءة والقدرة على مواجهة المخاطر الخارجية، فيما جاء الهدف (تحقير حجم التهديدات الاسرائيلية)، بواقع (٦٠) وبنسبة (١١,٧%)، إذ كان الغرض هو تصوير التضليل الإسرائيلي المعادي للعراق، وجاء الهدف (فضح الغايات الإسرائيلية إزاء العراق)، بواقع (٥٢) وبنسبة (١٠,٢%)، والغاية من ذلك تعرية التهديدات امام الرأي العام العراقي وكسب التأييد الدولي لمجابهتها، فيما وردت باقي الأهداف الدعائية المضادة بمراتب ونسب متباينة.

(١) نموذج لتحليل أهداف الدعاية المضادة في اخبار التهديدات الإسرائيلية في قناة العراقية

ب. مؤشرات تحليل فئة أهداف الدعاية المضادة في نشرات قناة آي نيوز^(١):

أشارت نتائج التحليل الخاصة بفئة أهداف الدعاية المضادة في نشرات اخبار التهديدات الإسرائيلية لقناة آي نيوز، أن القناة تعاملت مع الهدف (إبراز الدعم الشعبي للمقاومة في العراق)، بتميز لإظهار طبيعة التوجه الأيديولوجي للجمهور العراقي إزاء المقاومة في العراق، وحل بواقع (٨١) وبنسبة (١٢,٨%)، كما جاء الهدف (فضح الغايات الإسرائيلية للعراق) بواقع (٧٥) وبنسبة (١١,٩%)، إذ ركزت القناة على تحقيق هذا الهدف لدحض الادعاءات الإسرائيلية والامريكية انها تنوي التغيير الإيجابي في العراق عبر استذكار مواقف وتصريحات عدائية وعرض صور قصف في فلسطين، اما الهدف (تشكيل صورة إيجابية عن المؤسسة العسكرية العراقية)، جاء بواقع (٧١) وبنسبة (١١,٣%)، فيما جاء الهدف (تعزيز مقومات الاقتصاد العراقي) بزاوية دعائية مضادة مهمة في ظل تواتر الاخبار والتهديدات التي تدور حول ضعف الاقتصاد الوطني وإمكانية انهيار الدولة والحكومة بسبب العوامل الاقتصادية المتعلقة بالعملة الأجنبية والتعاملات النفطية مع دول المنطقة والعالم وغيرها، وجاء بواقع (٦٥) وبنسبة (١٠,٣%)، فيما جاء الهدف (التركيز على قدرة العراق العسكرية) بواقع (٥٩) وبنسبة (٩,٣%) وهذا الهدف يأتي منسجما ومنطقيا مع مضمون التهديدات الإسرائيلية التي ترمي الى معالجة بعض الأهداف العراقية عسكريا، ومن ثم استعرضت القناة قدرة العراق العسكرية لإيصال الرسائل المطلوبة للأطراف المعنية، ووردت باقي الأهداف الدعائية المضادة بمراتب ونسب متباينة.

(١) نموذج لتحليل أهداف الدعاية المضادة في اخبار التهديدات الإسرائيلية في قناة آي نيوز ليوم

ج. مؤشرات الفروق في أهداف الدعاية المضادة لأخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في القتاتين بدلالة اختبار (كاي تربيع)

يهدف الاستدلال على الفروق المعنوية في اهداف الدعاية المضادة لأخبار التهديدات الإسرائيلية في نشرات قناتي العراقية الإخبارية وآي نيوز، وبعد تطبيق اختبار (كاي تربيع) تبين أن هناك فروقا إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وتجاوز القيم المحسوبة لكاي تربيع القيمة الجدولية البالغة (٣,٨٤)، ومن ثم فإن الفروق تشير الى أن كل قناة حرصت على تحقيق أهدافها الدعائية وفق اعتبارات ومحددات ومنها، طبيعة اللغة والخطاب الإعلامي للخبر الواحد، وتحديد أدوار الفواعل والقوى الأساسية في الخبر، فضلا عن التباين في الرؤية الإخبارية للمعالجة الدعائية المضادة لكل خبر، وغيرها، ينظر الى الجدول رقم (٩).

جدول رقم (٩) قيم الفروق الدالة لأهداف الدعاية المضادة في نشرات قناتي

العراقية الإخبارية وآي نيوز

مدى الدالة	قيمة كا ٢ الجدولية	قيمة كا ٢ المحسوبة	قناة آي نيوز		قناة العراقية الإخبارية		اهداف الدعاية المضادة في نشرات الإخبارية
			%	ك	%	ك	
دالة	٠,٠٥	١٠,٩	٧,٩	٥٠	١٧,٤	٨٩	شحن المشاعر الوطنية للعراقيين
دالة		٤,٤٠	٦,٦	٤٢	١٢,٩	٦٦	تعظيم سيادة ووحدة العراق
غير دالة		٠,٧٥	١١,٣	٧١	١١,٩	٦١	تشكيل صور إيجابية عن المؤسسة العسكرية العراقية
دالة		٤,٤٨	١٠,٣	٦٥	٨,٤	٤٣	تعزيز مقومات الاقتصاد العراقي

غير دالة		١,٠٠	٧,١	٤٥	٧,١	٣٦	التعبئة باتجاه وحدة المجتمع العراقي
دالة		٤,١٦	١١,٩	٧٥	١٠,٢	٥٢	فضح الغايات الإسرائيلية إزاء العراق
دالة		٩,٠	٥	٣٢	٣,٩	٢٠	اظهار الدعم للخطاب الرسمي والدبلوماسية العراقية
دالة		٤,٤٥	٦,٢	٣٩	١١,٧	٦٠	تحقيق حجم التهديدات الإسرائيلية
دالة		٦,٧٢	٩,٣	٥٩	٦,٦	٣٤	التركيز على قدرة العراق للرد العسكري
غير دالة		٠,٩٦	٤,٦	٢٩	٤,٣	٢٢	عرض المواقف الإقليمية والدولية المساندة للعراق
دالة		٥١,١	١٢,٨	٨١	٢,٣	١٢	ايراز الدعم الشعبي للمقاومة في العراق
دالة		٨,٢٥	٤,١	٢٦	١,٧	٩	تجاهل متبنيات الاعلام الإسرائيلي والغربي المعادية
دالة		٤,٥٤	٢,٥	١٦	١,٢	٦	تنبيه المجتمع العراقي من حرب إسرائيلية نفسية
نتيجة الاختبار: دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)		١٠٠	٦٣٠	١٠٠	٥١٠		المجموع

٨. دوال الدعاية المضادة في صور أخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق بقتاتي العراقية الإخبارية وآي نيوز:

أ. مؤشرات تحليل فئة دوال الدعاية المضادة في صورة خبر التهديدات بقتاة العراقية الإخبارية:

اظهرت نتائج التحليل الخاصة بفئة دوال الدعاية المضادة بخبر التهديدات الاسرائيلية للعراق في قناة العراقية الاخبارية، أن القناة وظفت باهتمام دالة الدعاية المضادة في (صور قادة وجنود عراقيين في عجلاتهم العسكرية) حيث جاءت بأعلى التكرارات وبلغت (١٢٣) وبنسبة (١٦,٦%)، لأنها ارادت تدعيم صور الردع والقوات العراقية، تنشيط الشعور الجمعي العراقي بالتهديد والمخاطر الإسرائيلية، فيما وظفت دالة (صور اعلام عراقية واعلام الحشد مع المقاتلين) بواقع (١١١) وبنسبة (١٥%)، بهدف تعزيز صورة الحشد الشعبي كجزء من القوات الأمنية الرسمية لاسيما مع اقتران الصورة بالاعلام العراقية للإشارة الى دوره في الدفاع عن السيادة، كما وظفت دالة (صور قادة اسرائيليين بسياقات التحقيق السياسي) بواقع (٩٧) وبنسبة (١٣,١%)، من اجل خلق جو ساخر بالقيادة الإسرائيلية لدى الرأي العام العراقي واضعاف مصداقية التهديد ومحتواه الجاد، فيما وردت باقي الدول الصورية الدعائية المضادة بتوزيعات تكرارية أقل ونسب مئوية متفاوتة.

ب. مؤشرات تحليل فئة دوال الدعاية المضادة في صورة خبر التهديدات بقتاة آي نيوز:

اظهرت نتائج التحليل الخاصة بفئة دوال الدعاية المضادة بخبر التهديدات الاسرائيلية للعراق بقتاة آي نيوز، أن القناة وظفت الدالة الدعاية المضادة في (صور شهداء لقادة في الحشد والقوات الأمنية) بواقع (١٧٦) وبنسبة (١٤,٧%)، وكان القصد منها اثارة مشاعر الحماس لقتال إسرائيل عن طريق استنكار الشهداء ومنهم القادة الذي استهدفتهم غارات معادية، فيما وظفت دالة (صور لخطب سابقة للسيد حسن نصر الله الأمين العام السابق لحزب الله) بواقع (١٥٤) وبنسبة (١٣,٤%)،

لانعاش الاتصال العاطفي والوجداني، واضفاء الطابع المقاوم للتهديد الإسرائيلي، فيما وظفت دالة (صور قادة اسرائيليين بسياقات التحقير السياسي) بواقع (١٤٦) وبنسبة (١٢,٦%) بهدف الانتقاص من القادة الإسرائيليين وجعلهم محل سخرية، فضح تناقضات القيادة السياسية والعسكرية الإسرائيلية وغيرها، ووردت باقي الدوال الصورية الدعائية المضادة بتوزيعات تكرارية اقل ونسب مئوية متفاوتة.

ج. مؤشرات الفروق في دوال الدعاية المضادة لصور أخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في القناتين بدلالة اختبار (كاي تربيع):

بعد استعمال اختبار كاي تربيع لكشف الفروق في الدوال الدعائية المضادة التي وظفتها القناتان في صور اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق، تبين وبعد مقارنة قيم كاي المحسوبة وتجاوزها قيمة كاي الجدولية البالغة (٣,٨٤) عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وجود فروق دالة احصائية، إذ ركزت معالجات قناة العراقية على توظيف الصورة دعائيا من خلال دالة (صور قادة وجنود عراقيين في عجلاتهم العسكرية)، فيما ركزت قناة آي نيوز على التوظيف الصوري الدعائي من خلال الدالة (صور اعلام عراقية واعلام الحشد مع المقاتلين)، وجاءت الدالتان بتوزيعات تكرارية اعلى مقارنة ببقية الدوال على مستوى القناتين، ومن ثم يقودنا هذا التنوع في القناتين واعتمادهما على دوال دعائية صورية مضادة الى سياستين مختلفتين في تأويل طبيعة التحدي والتهديد الإسرائيلي، وهذا الاختلاف يكمن في حقيقة رؤية صانع القرار الإعلامي في القناتين، واهمية التهديد واولويته في الاجندة الإخبارية للقناتين، وطبيعة الجمهور الذي تستهدفه كل قناة، وهذا يتضح اكثر بعد مقارنة توظيف القناتين لبقية الدوال الصورية مع مراعاة طبيعة الدالة الصورية الدعائية المضادة في الخبر الواحد، ينظر الى الجدول رقم (١٠).

جدول رقم (١٠) قيم الفروق لدوال الدعاية المضادة في صور خبر التهديدات

الإسرائيلية لقناتي البحث

مدى الدالة	قيمة كا ^٢		قناة آي نيوز		قناة العراقية الإخبارية		دالة الدعاية المضادة في صورة خبر التهديدات الإسرائيلية
	جدولية	محسوبة	%	ك	%	ك	
غير دالة	≥ 2	٩,٣٩	١٠,٨	١٢٥	١٦,٦	١٢٣	صور قادة وجنود عراقيين في عجلاتهم العسكرية
دالة		٦,٩٧	١٠,٢	١١٩	١٥	١١١	صور اعلام عراقية واعلام الحشد مع المقاتلين
دالة		٩,٨٨	١٢,٦	١٤٦	١٣,١	٩٧	صور قادة اسرائيليين بسياقات التحقير السياسي
دالة		١١,٥	١١,٤	١٣٣	١١,٢	٨٣	صور لقصف اسرائيلي لمنازل في فلسطين ولبنان
دالة		٩,٨٧	١٤,٧	١٧٦	١٠,٨	٨٠	صور شهداء لقادة في الحشد والقوات الأمنية
دالة		٨,٠٨	١٣,٤	١٥٤	١٠,٦	٧٩	صور لخطب سابقة للسيد حسن نصر الله

دالة		٦,٦٩	٩,٤	١٠٩	١٠	٧٤	صور لطائرات اميركية واسرائيلية مستعدة للتخليق
دالة		٦,٨٨	٨,٧	١٠١	٩,١	٦٧	صور لطائرات مسيرة اسرائيلية
دالة		٤٠,١	٨,١	٩٤	٣,٤	٢٥	صور حرق العلم الاسرائيلي والامريكي
نتيجة الاختبار: دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)		١٠٠	١١٥٧	١٠٠	٧٣٩	المجموع ^(١)	

٩. الموقع الدعائي لخبر التهديدات الإسرائيلية للعراق في نشرات اخبار قناتي العراقية الإخبارية وآي نيوز:

أ. مؤشرات تحليل فئة الموقع الدعائي لخبر التهديدات الاسرائيلية في نشرات قناة العراقية الاخبارية:

توضح بيانات تحليل فئة موقع خبر التهديدات الاسرائيلية للعراق في نشرات قناة العراقية الاخبارية، تركيزها على تقديم الاخبار تلك في فقرة الموقع الدعائي (الوسط) لنشراتها، وجاء بواقع (٢٧٠) وبنسبة (٥٢,٩%)، فيما جاءت اخبار التهديدات ضمن فقرة الموقع الدعائي (الاستهلال) بواقع (١٣٨) وبنسبة (٢٧,١%)، اما فقرة موقع (الختام) فكان بواقع (١٠٢)، وبنسبة (٢٠%).

ب. مؤشرات تحليل فئة الموقع الدعائي لخبر التهديدات الاسرائيلية في نشرات قناة آي نيوز: تشير المعطيات في هذا السياق حول اهتمام قناة آي نيوز بتقديم اخبار التهديدات في الموقع الدعائي (الاستهلال) لنشراتها، فجاءت بواقع (٣١٠) وبنسبة

^(١) المجموع: تجاوزت الدوال الدعائية عدد الاخبار، كون الخبر الواحد ضم اكثر من دالة صورية دعائية مضادة في نشرات التهديدات الاسرائيلية للعراق في القناتين.

(٤٩,٢%)، فيما جاء تقديم اخبارها في موقع (الختام) بواقع (١٦٢) ونسبة (٢٥,٧%)، واخيرا حل موقع (الوسط) بواقع (١٥٨) ونسبة (٢٥,١%).

ج. مؤشرات الفروق في موقع خبر التهديدات الاسرائيلية للعراق للقناتين بدلالة اختبار (كاي تربيع): من الواضح أن (قناة آي نيوز) تظهر اهتماما دعائيا أكبر في تقديم اخبار التهديدات الاسرائيلية في مقدمة نشراتها، وهذا يعكس التركيز الاخباري على ملف التهديدات واستعراضه في مقدمة نشراتها وضمن مشاهدته في الدقائق الاولى، فضلا عن طبيعة ترتيب ملفات اجندتها وسياستها الاعلامية، تجاه التهديدات الاسرائيلية للعراق، باعتبارها قناة خاصة، وتبنى خطابا اعلاميا محددا ينسجم والاتجاه السياسي لمالكيها حيال التهديد الاسرائيلي، بينما التزمت (قناة العراقية الاخبارية) بتقديم الاخبار (عينة البحث) في منتصف النشرة كونها تمثل الواجهة الرسمية للدولة العراقية، وترغب بالمحافظة على اللياقة الدبلوماسية في تقديم موادها الاخبارية في النشرة، وللاستدلال على الفروق استعمال الباحث اختبار (كاي تربيع) فأتضح أن هناك فروقا دالة احصائية تفيد أن قيم كاي المحسوبة أكبر من قيم كاي الجدولية البالغة (٣,٨٤) وعند مستوى معنوية (٠,٠٥)، ما اثبت اختلافا في تناول اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق على صعيد موقع الخبر في النشرة الواحدة، ينظر الى الجدول رقم (١١).

جدول رقم (١١) قيم الفروق الدالة للمواقع الدعائية لأخبار التهديدات

الإسرائيلية في نشرات قناتي البحث

مدى الدالة	قيمة كا		قناة آي نيوز		قناة العراقية الإخبارية		موقع خبر التهديدات الإسرائيلية
	جدولية	محسوبة	%	ك	%	ك	
دالة	٣	٦٦,٠٣	٤٩,٢	٣١٠	٢٧,١	١٣٨	الاستهلال
دالة	٣	٢٩,٣	٢٥,١	١٥٨	٥٢,٩	٢٧٠	الوسط

الختام	١٠٢	٢٠	١٦٢	٢٥,٧	١٣,٦	دالة
المجموع	٥١٠	١٠٠	٦٣٠	١٠٠	نتيجة الاختبار: دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)	

١٠. الأساليب الدعائية المضادة للتهديدات الاسرائيلية للعراق في نشرات اخبار

قناتي البحث:

أ. مؤشرات تحليل فئة الاسلوب الدعائي المضاد في خبر التهديدات الاسرائيلية لقناة العراقية الاخبارية:

يتضح عن طريق تحليل مضمون فئة الاسلوب الدعائي المضاد الذي وظفته قناة العراقية الاخبارية في معالجة اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق، أن القناة استخدمت مجموعة من اساليب الدعاية المضادة، ما دفع الباحث الى تناول نتائج تحليل الاساليب الاربعة التي حصلت على اعلى معدل للتوزيعات التكرارية ومحتوى تفسيري لخبر التهديدات، فركزت القناة على اسلوب (التأكيد على السيادة والثواب الوطنية)، وجاء بواقع (٨٥) وبنسبة (١٣,٣%)، وهذا الاسلوب وُظف بالصد من الادعاءات الاسرائيلية بوجود تدخلات اقليمية بالشأن العراقي الداخلي، كما استخدمت القناة اسلوب (عرض مواقف وجهات نظر المرجعية الدينية إزاء إسرائيل لتعزيز مستويات الثقة الشعبية) بواقع (٧٠) وبنسبة (١٠,٩%)، وهذا الاسلوب يشكل فاعلية كبيرة لما تمثله من اعتبارات وقديسية لدى نسبة كبيرة من الجمهور العراقي، فيما استخدمت اسلوب (استضافة شخصيات وطنية تهون من واقعية التهديدات)، بواقع (٦٧) وبنسبة (١٠,٧%)، وهو اسلوب بالعادة تقليدي لكنه مؤثر عن طريق الاتجاهات المؤيدة للشخصيات المستضافة إزاء التهديدات وكشف نسب التضليل الاسرائيلي الاعلامي، وتوضيح الواقع وطبيعة الاحداث الجارية، كما لجأت القناة الى اسلوب (استعراض قوة الجيش العراقي والحشد الشعبي)، بواقع (٦٣) وبنسبة (٩,٨%)، وهذا يعود بالأصل الى طبيعة التهديدات وكيفية قراءة القناة الى حجم ونوع التحدي، فاستخدمت القناة اسلوب استعراض القوة العسكرية للرد على الدعاية

المعادية بمفهوم أن العراق لديه الجهوزية للمواجهة أو التصدي لاية اعتداءات، فيما وردت باقي الاساليب بتكرارات اقل ونسب متفاوتة.

ب. مؤشرات تحليل فئة الاسلوب الدعائي المضاد في خبر التهديدات الاسرائيلية لقناة آي نيوز:

اظهرت عملية تحليل مضمون فئة الاسلوب الدعائي المضاد في اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق بقناة آي نيوز، أن القناة استخدمت مجموعة من الاساليب التي سيتناول منها الباحث الاساليب الاربعة التي سجلت معدلات تكرارية اعلى وتتطوي على بُعد تأويلي مكثف لطبيعة التحدي الاسرائيلي للعراق، حيث استخدمت القناة اسلوب (نزع شرعية وواقعية التهديدات الاسرائيلية للعراق) بواقع (٧٦) وبنسبة (٩,٤%)، ما يعني أن القناة واجهت الدعاية المعادية بأسلوب خاص يهدد شرعيتها عن طريق تقزيم التهديد وان إسرائيل ليس من حقها التصريح السلبي بحق العراق، فضلا عن كون التهديدات تعد خرقا للقانون الدولي وغيرها، واستخدمت اسلوب (استعراض قوة الجيش العراقي والحشد الشعبي)، بواقع (٧٤) وبنسبة (٩,٣%)، في إشارة الى طبيعة الآلة العسكرية للعراق وجيشه مضافا الى ذلك قوة الحشد الشعبي وتجربته بالحرب على داعش (٢٠١٤-٢٠١٨) وان الجيش والحشد قوة عراقية لا يستهان بها، وهي تتطوي على رسالة دعائية تحذيرية مضادة حيال التهديدات، فيما استخدمت اسلوب (التذكير بمخططات إسرائيل تجاه العراق والمنطقة) بواقع (٧٠)، وبنسبة (٨,٨%)، تعزيزا لحطاب ورواية الصراع العربي الاسلامي الاسرائيلي، والتحذير من نوايا اسرائيل حيال العراق، والتعبئة الجمهور وشحن مشاعره السلبية تجاه اسرائيل وتهديداتها، كما استخدمت اسلوب (توصيف إسرائيل بالكيان المحتل والغاصب) بواقع (٦٤) وبنسبة (٨,١%) وهي رسالة دعائية مباشرة بوصف اسرائيل غاصبة وكيان محتل للاراضي الفلسطينية وهذا ما ينسحب على سياساتها العامة ومنطقها الاستعماري حيال دول المنطقة ومنها العراق، فيما وردت باقي الاساليب بتكرارات اقل ونسب متفاوتة.

ج. مؤشرات الفروق في الأساليب الدعائية المضادة بأخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق بالقناتين وبدلالة اختبار (كاي تربيع): بهدف الاستدلال على الفروق في الأساليب الدعائية المضادة في اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في قناتي البحث، استعمل الباحث اختبار كاي تربيع، فاتضح وجود فروق دالة احصائية بعد تجاوز قيم كاي المحسوبة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، قيمة كاي الجدولية البالغة (٣,٨٤)، ما يعني أن القناتين قد اختلفتا في توظيف الأساليب تلك، ويعزو الباحث ذلك لأسباب عدة ومنها، تمثيل كل قناة هوية سياسية ومرجعية مؤسساتية بعينها، إذ استعملت قناة العراقية الاخبارية الأساليب الدعائية المضادة بطريقة التهدة كونها تعكس صورة الدولة، فيما استخدمت قناة آي نيوز الأساليب بطريقة اكثر مباشرة وتصعيدا، ومشحونة بنبرة التحذير، فضلا عن اختلاف الاولوية بالمعالجات وغيرها بحسب سياستهما التحريرية، ينظر الى الجدول رقم (١٢).

جدول رقم (١٢) قيم الفروق الدالة لأساليب الدعاية المضادة التي اعتمدتها

قناتا البحث في نشرتهما الاخبارية

مدى الدالة	قيمة كا ٢		قناة آي نيوز		قناة العراقية الاخبارية		الأساليب الدعائية المضادة في نشرات التهديدات الاسرائيلية
	جدولية	محسوبة	%	ك	%	ك	
دالة	٢,٨٤	٥,١٣	٥,٠٣	٤٠	١٣,٣	٨٥	التأكيد على السيادة والثوابت الوطنية
دالة		٤,٥٧	٤,٥	٣٦	٣,١	٢٠	توظيف اللغة والخطاب العاطفي للتأثير والاستنهاض
دالة		٤,١٦	٩,٤	٧٦	٨,١	٥٢	نزع شرعية وواقعية التهديدات الاسرائيلية للعراق
دالة		٥,٢٣	٥,٥	٤٤	٣,٩	٢٥	تكذيب وسائل الاعلام حول استهداف العراق
غير دالة		٠,٣١	٧,٦	٦١	٨,٦	٥٥	تحقير حجم التهديد الإسرائيلي للعراق

غير دالة	٠,٦٢	٩,٤	٧٤	٩,٨	٦٣	استعراض قوة الجيش العراقي والحشد الشعبي
دالة	١٠,٦٦	٨,١	٦٤	٥	٣٢	توصيف إسرائيل بالكيان المحتل والغاصب
غير دالة	٠,١١	٥,١	٤١	٥,٩	٣٨	برهنة تورط إسرائيل بدعم جماعات إرهابية بالداخل العراقي
دالة	١٤,٢	١,٨	١٥	٦,٨	٤٤	دعوات لرص الصفوف السياسية والشعبية العراقية
دالة	٤,١٠	٦,٠٣	٤٨	١٠,٩	٧٠	عرض مواقف وجهات نظر المرجعية الدينية إزاء إسرائيل لتعزيز مستويات الثقة الشعبية
دالة	١٢,٥	٨,٨	٧٠	١,٧	١١	التذكير بمخططات إسرائيل تجاه العراق والمنطقة
دالة	١٣,٢	٥,١	٤١	٢,٩	١٤	تغطية مظاهرات وتجمعات شعبية معارضة للتهديدات
دالة	٢١,٣	٥,٠٣	٤٠	١,٢	٨	استعراض مواقف دولية رسمية تدين التهديدات الإسرائيلية
دالة	٤,٢٦	٣,٧	٣٠	٢,٥	١٦	توظيف نبرة استخفاف بأخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق
دالة	٨,٧٥	٣,١	٢٥	١,٢	٨	استعراض تاريخ الاعتداءات الإسرائيلية تجاه فلسطين
دالة	١٧,١٦	٤,٩	٤٠	١,٥	١٠	مهاجمة او الرد على التصريحات الإسرائيلية المتعلقة بالعراق
غير دالة	٠,٣٤	٤,٤	٣٥	١٠,٤	٦٧	استضافة شخصيات وطنية تهون من واقعية التهديدات
غير دالة	٢,٤٥	١,٨	١٥	٣,٢	٢١	تكرار الخطاب المناهض لاية تدخلات تهدد سيادة العراق

نتيجة الاختبار: دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)	١٠٠	٧٩٥	١٠٠	٦٣٩	المجموع ^(١)
---	-----	-----	-----	-----	------------------------

١١. انماط الدعاية المضادة في اخبار التهديدات الإسرائيلية بقناتي العراقية الإخبارية وآي نيوز:

أ. مؤشرات تحليل فئة انماط الدعاية المضادة في نشرات قناة العراقية الاخبارية: تشير بيانات فئة نمط الدعاية المضادة الى أن (الدعاية الحيادية) كانت الابرز لدى (قناة العراقية الاخبارية) في معالجتها اخبار التهديدات الاسرائيلية في نشراتها، إذ جاءت بواقع (٢٢٠) وبنسبة (٤٣,٢%)، فيما جاءت (الدعاية الهجومية (التحريضية)) بواقع (١٨٥) وبنسبة (٣٦,٣%)، اما (الدعاية الدفاعية) فكانت بواقع (١٠٥) وبنسبة (٢٠,٦%).

ب. مؤشرات تحليل فئة انماط الدعاية المضادة في نشرات قناة آي نيوز: تشير بيانات التحليل في فئة الدعاية المضادة لنشرات اخبار التهديدات الاسرائيلية في قناة آي نيوز، أن نمط (الدعاية الهجومية (التحريضية)) كانت الابرز والاهم وجاءت بواقع (٢٨٦) وبنسبة (٤٥,٤%) وهي نتيجة تتغير مع معطيات قناة العراقية الاخبارية، وان (الدعاية الدفاعية (الوقائية)) جاءت بواقع (٢٣٦) وبنسبة (٣٧,٤%)، اما (الدعاية الحيادية) فكانت الاقل اعتمادا في معالجة اخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق بواقع (١٠٨) وبنسبة (١٤,٢%).

ج. مؤشرات الفروق في انماط الدعاية المضادة في نشرات القناتين بدلالة اختبار (كاي تربيع):

اشارت معطيات تحليل فئة أنماط الدعاية المضادة في اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق، الى تباين كبير في اعتماد القناتين للأنماط الدعائية، إذ انتهجت قناة آي نيوز نمط (الدعاية الهجومية) ردا على الدعاية الإسرائيلية المعادية باعتبارها

(١) المجموع تجاوز عدد الاخبار في القناتين، كون الخبر الواحد ضم أكثر من أسلوب دعائي مضاد.

منهجاً لصد التأثير الدعائي الإسرائيلي على الجمهور العراقي، ولديها السياسة الخاصة بها التي تحتم مواجهة الدعاية الإسرائيلية بنمط هجومي تحريضي، في وقت اعتمدت قناة العراقية الإخبارية على نمط (الدعاية الحيادية) بصورة أكبر من نمطي الدعاية المضادة الهجومية والدفاعية، ويعزو الباحث ذلك الى المنهج العام الذي تعتمدة القناة في الحفاظ على المسار الدبلوماسي وخطاب الدولة ونقل الاحداث دون تهويل محاولة منها في إدارة الرأي العام وتجنب الانسياق خلف العمليات الدعائية المعادية، وبعد استعمال اختبار (كاي تربيع) ثبت وجود فروق دالة احصائية بين القناتين عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، ينظر الى الجدول رقم (١٣).

جدول رقم (١٣) قيم الفروق الدالة لأنماط الدعاية المضادة في نشرات

قناتي البحث

مدى الدالة	قيمة كا ٢		قناة آي نيوز		قناة العراقية الإخبارية		نمط الدعاية المضادة في الايخبار
	جدولية	محسوبة	%	ك	%	ك	
دالة	٣,٤	٦,١٧	٤٥,٤	٢٨٦	٣٦,٣	١٨٥	هجومية (التحريضية)
دالة		٥٠,٣	٣٧,٤	٢٣٦	٢٠,٦	١٠٥	دفاعية (الوقائية)
دالة		٣٨,٢	١٧,٢	١٠٨	٤٣,٢	٢٢٠	حيادية
نتيجة الاختبار: دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)			١٠٠	٦٣٠	١٠٠	٥١٠	المجموع

١٢. الجهات المستهدفة في الدعاية المضادة بنشرات اخبار قناتي العراقية الإخبارية وآي نيوز:

أ. مؤشرات تحليل فئة الجهات المستهدفة في الدعاية المضادة بأخبار التهديدات لقناة العراقية الإخبارية:

تبيين عملية تحليل مضمون فئة الجهات المستهدفة بالدعاية المضادة لأخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في قناة العراقية الاخبارية، أن القناة استهدفت بدعايتها المضادة (الموساد الاسرائيلي) وهو جهاز المخابرات الاسرائيلية، وجاء الاستهداف بواقع (١٦٧) وبنسبة (١٣,٤%)، وتبرير ذلك أن القناة حاولت ايصال رسالتها الدعائية المضادة للجمهور العراقي أن الحرب تشكل خطرا استخباريا امنيا بالدرجة الاساس وليست حربا عسكريا بمفهومها العام، وهذا يستدعي الحذر من الجمهور بعدم التعاطي مع المعلومات الغامضة والادعاءات مجهولة المصدر، ومن ثم استهدفت (الجيش الاسرائيلي) بواقع (١٤٥) وبنسبة (١١,٦%)، باعتباره قوة عسكرية تستعرض بتجهيزاته اسرائيل لاسيما السلاح الجوي، ما يتطلب استحضار الانتماء الوطني وحمية الدفاع عن البلد تجاه عدوان اسرائيلي محتمل، كما استهدفت القناة بدعايتها المضادة (الشباب العراقي) بواقع (١٣٤) وبنسبة (١٠,٧%)، وهذه تعد التفاتة ذكية من القناة لان من ثوابت الدعاية والحرب النفسية هي تحطيم الروح المعنوية لمواطني البلد المستهدف، وتأليب الرأي العام والشعبي على قادته وثوابته ورموزه الوطنية والدينية وغيرهم، فدور الدعاية المضادة بهذه الزاوية جاءت لتفنيذ وكشف الدعاية المعادية وتحذير الجمهور والشباب بصورة خاصة من الانزلاق خلفها، فيما وردت باقي الجهات المستهدفة بتكرارات اقل ونسب متفاوتة.

ب. مؤشرات تحليل فئة الجهات المستهدفة في الدعاية المضادة بأخبار التهديدات لقناة آي نيوز:

اظهرت نتائج التحليل فيما يتعلق بالجهات المستهدفة بالدعاية المضادة لأخبار التهديدات الاسرائيلية في قناة آي نيوز، أن القناة اكدت استهدافها (الجيش الاسرائيلي) بواقع (١٨٩) وبنسبة (١٢,٦%)، ما يدل على أن الحرب هي عسكرية وفق منطق القناة، ورسالتها الاتصالية تنطوي على محورين الاول تحذيري من الاستهدافات والثاني الاستعداد كون العراق لديه القدرة على المواجهة والرد، فيما استهدفت (دول السعودية والامارات والبحرين وقطر)، بواقع (١٧٦) وبنسبة

(١١,٨%)، وهذه تعبر عن ترجمة للتوجه والسياسة المنهجية في القناة، وعدها الدول تلك مرتبطة مع اسرائيل باتفاقات ومعاهدات، فضلا عن ممارسة التماهي مع التوجهات الاسرائيلية إزاء العديد من المواقف في دول المنطقة وتحديدا العراق، كما استهدفت القناة (الولايات المتحدة الامريكية) بواقع (١٦٥) وبنسبة (١١%)، بدلالة الاخبار التي عولجت دعائيا، صورت ان واشنطن هي العقل المدبر لكل الاعتداءات في المنطقة، والتهديدات الصادرة من اسرائيل، فضلا عن استعراض القناة تصريحات الرئيس الامريكي السابق جو بايدن انه يقف داعما لسياسة اسرائيل حيال الشرق الاوسط، فضلا عن تصريحات الرئيس الحالي دونالد جون ترامب المؤيدة لخطاب رئيس وزراء اسرائيل بنيامين نتنياهو إزاء دول العراق ولبنان وفلسطين والجمهورية الاسلامية الايرانية وغيرها، فيما وردت باقي الجهات بتكرارات اقل ونسب متفاوتة.

ج. مؤشرات الفروق للجهات المستهدفة بالدعاية المضادة لأخبار التهديدات في القناتين بدلالة اختبار (كاي تربيع):

بهدف تأشير دلالة الفروق لفئة الجهات المستهدفة في الدعاية المضادة لأخبار التهديدات الاسرائيلية للعراق في القناتين، اتضح أن هناك فروقا دالة احصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وان القيم المحسوبة لكاي تربيع أكبر من القيمة الجدولية البالغة (٣,٨٤)، وهذا يدل على التباين في توزيع الدعاية المضادة في اخبار التهديدات، ويبرر الباحث ذلك بنسب التفاوت بالمهنية والخبرة الاعلامية لدى المحررين في غرفة الاخبار، والتباين في التفسير وترتيب اولوية التهديدات، والاختلاف في توزيع مصادر الاخبار الدعائية، وغيرها، ينظر الى الجدول رقم (١٤).

جدول رقم (١٤) قيم الفروق الدالة للجهات التي استهدفتها الدعاية المضادة في

نشرات قناتي البحث

مدى الدالة	قيمة كا ٢		قناة آي نيوز		قناة الإخبارية العراقية		الجهات المستهدفة بالدعاية المضادة
	جدولية	محسوبة	%	ك	%	ك	
غير دالة	٤٠,٤٢	١,٠٥	٩,٧	١٤٥	١٠,٢	١٢٨	مؤسسات إسرائيل
دالة		٦٨,٥	١١	١٦٥	٣,٦	٤٥	الولايات المتحدة الأمريكية
دالة		٩٢,٤	١١,٨	١٧٦	٢,٨	٣٦	دول السعودية والامارات والبحرين وقطر
دالة		٩,٤	٥,٢	٧٨	٣,٥	٤٤	أطراف محلية عراقية
غير دالة		١,٨٠	٨,٢	١٢٣	١٣,٤	١٦٧	الموساد الإسرائيلي
دالة		٦,٠٥	١٠,٢	١٥٣	٩	١١٣	وسائل اعلام عربية محددة
دالة		٣٤,٢٦	٦,٦	٩٩	٢,٥	٣٢	الأمم المتحدة
غير دالة		١,٣٦	١٢,٦	١٨٩	١١,٦	١٤٥	الجيش الإسرائيلي
دالة		٧,٢٤	٦,٨	١٠٢	٥,٣	٦٧	المتأثرون بالدعاية الإسرائيلية

رجال الدين المعتدلين في العراق	٣١	٢,٤	٥٧	٣,٨	٧,٦٨	دالة
الشباب العراقي	١٣٤	١٠,٧	٦٣	٤,٢	٢٥,٥	دالة
شريحة المثقفين العراقيين	٨٧	٦,٩	٥١	٣,٤	٩,٣٩	دالة
شخصيات إعلامية محلية وعربية	٩٤	٧,٥	٣٩	٢,٦	٢٢,٧	دالة
رجال الاعمال في العراق من غير المحليين	١٢١	٩,٧	٤٩	٣,٢	٣٠,٤	دالة
المجموع ^(١)	١٢٤٤	١٠٠	١٤٨٩	١٠٠	نتيجة الاختبار: دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)	

١٣. استراتيجيات الدعاية المضادة في نشرات اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق في قناتي العراقية الإخبارية وآي نيوز:

أ. مؤشرات تحليل فئة استراتيجية الدعاية المضادة في نشرات قناة العراقية الإخبارية:

أشارت عملية تحليل مضمون فئة استراتيجية الدعاية المضادة التي وظفتها قناة العراقية الإخبارية في اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق، أن القناة اعتمدت استراتيجية (تكذيب الخصم)، وجاءت بواقع (٢٠٣) وبنسبة (١٣,٦%)، وظهر توظيف هذه الاستراتيجية واضحاً عن طريق التوصيفات التي وظفتها القناة بأخبار التهديدات مثل ان الكيان غير قادر على مواجهة العراق او الكيان الغاصب مجرد تصريحات وغيرها، فيما استخدمت استراتيجية (التركيز بمعالجة دعاية الخصم)،

(١) المجموع تجاوز عدد الاخبار في القناتين، كون الخبر الواحد استهدف أكثر من جهة بسياق الدعاية المضادة

بواقع (١٩١) وبنسبة (١٢,٧%)، أي ان القناة ركزت على مجموعة معالجات تقابل الدعاية المعادية ومنها، تشويه الصورة، ابراز قوة العراق العسكرية، نزع شرعية التهديد، وغيرها، كما استخدمت القناة استراتيجية (الوضوح) بواقع (١٧١) وبنسبة (١١,٤%)، إذ عالجت الدعاية المعادية بوضوح عن طريق بالمصادر المعلنة او الرسمية او تحديد جهة وطبيعة وحجم التهديد الإسرائيلي، واستعمال اللغة او الخطاب الإعلامي الواضح للرأي العام والجمهور العراقي، فيما جاءت استراتيجية (تحقير الخصم)، بواقع (١٦٨) وبنسبة (١١,٢%)، حيث سعت القناة عبر تقديمها الاخبار (عينة البحث) الى فضح الادعاءات الإسرائيلية عبر كشف التناقضات، تدويل التهديد من الجانب العراقي والطعن بالرواية الإسرائيلية، فيما جاءت استراتيجية (توصيف الحقيقة)، بواقع (١٦٤) وبنسبة (١٠,٩%)، وهذا ما يؤكد أن القناة تمتعت بالمهنية الى حد ما، من خلال تقديمها المعلومات والاخبار دون مبالغات او مزج الرأي بالخبر، واستعراضها تقارير من مؤسسات دبلوماسية او امنية تخص مواجهة التهديدات، فيما وردت باقي الاستراتيجيات بتوزيعات تكرارية اقل وبنسب متفاوتة.

ب. مؤشرات تحليل فئة استراتيجية الدعاية المضادة في نشرات قناة آي نيوز:

في سياق تحليل مضمون فئة استراتيجية الدعاية المضادة في اخبار التهديدات الإسرائيلية بقناة آي نيوز، ركزت القناة على معالجة الاخبار تلك وفق استراتيجية (تحقير الخصم) بواقع (٢٤٥) وبنسبة (١٤,٧%)، وفق صياغات خاصة بالقناة مثل اظهار إسرائيل عدو غاشم، وتدعيم الثقة بالشخصية العراقية، استخدام توصيفات مهينة لإسرائيل، ومن ثم استخدمت القناة استراتيجية (تكذيب الخصم) بواقع (٢٠١) وبنسبة (١٢,١%)، عبر التشكيك بالطرح الإسرائيلي وتكذيب الادعاء، كما استخدمت القناة استراتيجية (الاستجابة والرد السريع) بواقع (١٨٩) وبنسبة (١١,٤%)، من خلال استضافة الشخصيات الخبراء الأمنيين والشخصيات الرسمية للرد على الدعاية المعادية بالسرعة الزمنية وغيرها، فيما استخدمت استراتيجية (تحديد الجمهور المستهدف) وجاءت بواقع (١٦٥) وبنسبة (٩,٩%)، وجاءت مظاهر هذه

الاستراتيجية متمثلة بلغة الخطاب وبعض توصيفاته مثل (الشعب العراقي المقاوم، الرد آت من العراق، فضلا عن انتقاء الشخصيات المستضافة، التركيز على المواقع الجغرافية ذات الحضور الشعبي مثل المحافظات الجنوبية، واستخدمت القناة استراتيجية (تحديد نقاط الضعف) بواقع (١٦٢) ونسبة (٩,٧%)، وتمثلت بالتركيز على الثغرات والمتناقضات بالخطاب السياسي، وضعف التحضيرات العسكرية وغيرها.

ج. مؤشرات الفروق في استراتيجيات الدعاية المضادة في نشرات القتاتين بدلالة اختبار (كاي تربيع):

ولبيان الفروق في استخدام القناتين فئة استراتيجية الدعاية المضادة لأخبار التهديدات الإسرائيلية وبعد تطبيق اختبار (كاي تربيع) اتضح أن هناك فروقا دالة احصائيا عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وبعد تأشير تفوق القيم المحسوبة لكاي تربيع على القيم الجدولية البالغة (٣,٨٤)، وهذا يعني أن القناتين اعتمدتا الاستراتيجيات المؤثرة دعائيا في الجمهور، بغية خلق المناخات الداعمة للشعور الوطني لدى الجمهور العراقي بالصد من الدعاية الإسرائيلية المعادية، ومن ثم لجأت كل قناة الى رسم خارطة توظيف هذه الاستراتيجيات وفق اعتبارات ومحددات تتعلق بسياساتها ومقاصدها الإعلامية تجاه التهديدات، فنلاحظ أن قناة العراقية الإخبارية اكدت على استخدام استراتيجية التكذيب وجاءت بأعلى التكرارات، بينما اكدت قناة آي نيوز استراتيجية التحقير، ما يشير الى وجود تمايز في الرؤية والمعالجة الإخبارية بالسياقات الدعائية المضادة لأخبار التهديدات في القناتين.

جدول رقم (١٥) قيم الفروق الدالة لاستراتيجيات الدعاية المضادة في نشرات

قناتي البحث

مدى الدلالة	قيمة كا ٢		قناة آي نيوز		قناة العراقية الإخبارية		استراتيجية الدعاية
	جدولية	محسوبة	%	ك	%	ك	المضادة في اخبار التهديدات
دالة	٢٨,٤	٣,٩٣	١٤,٧	٢٤٥	١١,٢	١٦٨	تحقير الخصم
دالة		٣,٩٦	٩,٢	١٥٤	١٢,٧	١٩١	التركيز بمعالجة دعاية الخصم
غير دالة		٢,٩٥	١٢,١	٢٠١	١٣,٦	٢٠٣	تكذيب الخصم
غير دالة		٠,٤٥	٩,٩	١٦٥	١٠,٢	١٥٣	تحديد الجمهور المستهدف
دالة		٥,٨٥	٧,٤	١٢٣	١٠,٩	١٦٤	توصيف الحقيقة
دالة		٤,٤٨	٨,١	١٣٤	١١,٤	١٧١	الوضوح
دالة		٦,٥٨	٩,٧	١٦٢	٧,٩	١١٩	تحديد نقاط الضعف
دالة		٢٤,٦	١١,٤	١٨٩	٦,٩	١٠٤	الاستجابة والرد السريع
غير دالة		٣,٧٠	٦,٧	١١٢	٥,٦	٨٥	تفسير أيديولوجية دعاية الخصم
غير دالة		٢,٨٨	٥,٧	٩٥	٤,٨	٧٣	تجنب المجابهة المباشرة
غير دالة		١,٥٩	٤,٧	٧٨	٤,٢	٦٣	التمويه
نتيجة الاختبار: دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)			١٠٠	١٦٥٨	١٠٠	١٤٩٤	المجموع ^(١)

(١) المجموع تجاوز عدد الاخبار في القناتين، كون الخبر الواحد ضم أكثر من استراتيجية دعائية مضادة.

الاستنتاجات: انتهى البحث الى مجموعة من الاستنتاجات كان من أهمها:

١. استهدفت القنوات (الجيش الإسرائيلي) كجزء اساس من دعايتها المضادة، وحصوله على اعلى التكرارات في معالجتها لأخبار التهديدات الاسرائيلية، ما يبين أن القنوات تعمدا اظهر الجيش الإسرائيلي كتهديد مستمر للعراق وأمنه القومي، ضمن فئة الجهات المستهدفة بالدعاية المضادة.

٢. تباين توظيف المصطلحات الدعائية المضادة في القنوات ضمن نشراتها الإخبارية الخاصة بالتهديدات الإسرائيلية للعراق، إذ ركزت قناة العراقية الإخبارية على مجموعة من المصطلحات كان ابرزها (الحكومة العراقية لن تصمت) وغيرها، بينما كانت مصطلحات الدعاية المضادة في نشرات اخبار قناة آي نيوز هي (الحشد الشعبي قوة العراق) وغيرها، وهذا يؤكد أن (قناة العراقية الإخبارية) كانت تقليدية في معالجة اخبار التهديدات في فئة المصطلحات الدعائية المضادة عبر التزامها بالخطاب الرسمي، في وقت كانت (قناة آي نيوز) اكثر مباشرة وفاعلية في توصيف ومعالجة الاخبار (عينة البحث).

٣. التباين في أنماط الدعاية المضادة التي اتبعتها القناتان في معالجتها اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق على مستوى النمطين (الدعاية المضادة الهجومية والحيادية) بينما اتفقتا القنوات على اعتمادهما (نمط الدعاية المضادة الدفاعية)، حيث حصلت على التكرارات الأكثر والنسب المئوية الأعلى، ما يبرهن على إدراك القنوات حجم التحديات والتهديد الذي يواجه العراق من الجانب الإسرائيلي، فتمثل ذلك بتفعيل الدعاية المضادة الدفاعية أكثر من غيرها من الأنماط.

٤. الاختلاف في توظيف الاستراتيجيات الدعائية المضادة في القنوات، فبين (استراتيجية التركيز على معالجة دعاية الخصم) بمعالجات قناة العراقية الإخبارية لأخبار التهديدات الاسرائيلية، و (استراتيجية تكذيب الخصم) في قناة آي نيوز، يعكس حجم التبنّي الاخباري المغاير في سياقات واجندة القنوات إزاء التهديدات ودعايتها المضادة، ومستويات توقع التأثير بالجمهور المستهدف.

٥. اعتماد القناتين على مجموعة من الأساليب الدعائية المضادة في اخبار التهديدات الإسرائيلية للعراق، وتوظيفهما بنسب متفاوتة، ما يشير الى وضع كل قناة منهاج ومحددات خاصة للدعاية المضادة وبما يتواءم وسياساتها الإخبارية وعائدية ملكيتها وايدولوجية صناع القرار في القناتين، ومصدق ذلك تأكيد قناة العراقية الإخبارية الأسلوب الدعائي (استعراض قوة الجيش العراقي والحشد الشعبي) وتأكيد قناة آي نيوز للأسلوب الدعائي المضاد (نزع شرعية وواقعية التهديد الإسرائيلي للعراق).

٦. تركيز القناتين على معالجة (اخبار التهديدات العسكرية والأمنية) الإسرائيلية اتجاه العراق، بنسق دعائي مضاد، كحالة من فهم وأدراك الاعلام العراقي بصورة عامة والقنوات الفضائية العراقية بصورة خاصة خطورة التهديدات تلك، لاسيما في حال تنفيذها بالداخل العراقي وانعكاساتها على أمن دول المنطقة.

التوصيات:

١. أن تقوم الحكومة العراقية لاسيما الوزارات والمؤسسات الأمنية بأنشاء مراكز أبحاث متخصصة بدراسة الدعاية والدعاية المضادة، وتوظيفها في رصد الحالات التي تتعرض لها الدولة كالأزمات او التهديدات، ووضع المعالجات الاكاديمية والفنية الدقيقة.

٢. أن تقوم هيئة الاعلام والاتصالات بعقد سلسلة ملتقيات وندوات مع صناع القرار في المؤسسات الإعلامية العراقية كافة، لتصميم وثيقة عمل توحيد الخطاب الإعلامي العراقي في سياقات الدعاية المضادة الهادفة الى حفظ سيادة العراق ووحدته الوطنية.

٣. تكثيف الدراسات الاكاديمية في كليات الاعلام حول دراسات الدعاية والحرب النفسية، وإخضاع المتغيرات الحيوية في العراق او المنطقة للتحليل والإفادة من نتائجها في معالجة الواقع المحلي.

مصادر:

١. هاني الرضا، رامز محمد عمار، (٢٠١٣)، الرأي العام والاعلام والدعاية، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.

٢. سهير صبار، (٢٠٠٣)، وسائل الاعلام والاتصال الاقناعي، القاهرة، الهيئة المصرية للكتاب.
٣. نضال فلاح الضلاعين، علي فلاح الضلاعين، ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، مصطفى يوسف، (٢٠١٥)، عمان، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.
٤. نبيل راغب، (٢٠٠٠)، اساسيات العمل الصحفي، القاهرة، الشركة المصرية العالمية للنشر.
٥. محمد صاحب سلطان، (٢٠١٣)، الدعاية وحروب الاعلام، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
٦. عبد الرزاق الدليمي، (٢٠١٠)، الدعاية والإرهاب، عمان، دار جرير للنشر والتوزيع.
٧. عبد السلام احمد السامر، (٢٠٢٤)، أساليب الدعاية البريطانية في العراق، عمان، دار أمجد للنشر والتوزيع.
٨. نجوى إبراهيم جبر، (٢٠٢٢)، الأساليب الدعائية في النشرات الإخبارية للقنوات الفضائية وانعكاسها على القيم الوطنية، جامعة بغداد، كلية الاعلام.
٩. رفيق السكري، (١٩٩١)، دراسات في الرأي العام والاعلام والدعاية، بيروت، مكتبة مؤمن قريش.
١٠. عامر مصباح، (٢٠١١)، علم النفس الاجتماعي في السياسة والاعلام، القاهرة، دار الكتاب الحديث.
١١. منال هلال المزاهرة، (٢٠١٢)، الدعاية اساليبها ومدارسها، القاهرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
١٢. جيهان رشتي، (١٩٨٥)، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية، القاهرة، دار الفكر العربي.

١٣. رنا فتحي شعبان، (٢٠١٩)، قناة الجزيرة في مواجهة الدعاية السياسية المواجهة ضد قطر في الازمة الخليجية (٢٠١٧-٢٠١٨)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس، كلية الصحافة والاعلام.
١٤. محمد جمال الفار، (٢٠٢٤)، معجم المصطلحات الإعلامية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
١٥. عبد الستار جواد، (١٩٩٥)، اتجاهات الاعلام الغربي، بغداد، دار الشؤون الثقافية.
١٦. سلام خطاب الناصري، (٢٠٠٠)، الاعلام والسياسة الخارجية الامريكية، بيروت، جروس برس.
١٧. حامد عبد الماجد قويسى، (٢٠٠٣)، دراسات في الرأي العام، مقارنة سياسية، القاهرة، دار الشروق الدولية.

Foreign Sources

1. Dewani, Prem Prakash, (2000), propaganda as communication stratege, Academy of Marketing Studies Journal, Vol; 24, Lssue:4, p 11.
2. Marshall Soules, (2015), Media Persuasion and Propaganda, UK, Edinburgh University Press.