



ARID Journals

**ARID International Journal of Media Studies and
Communication Sciences (AIJMCS)**

ISSN: 2709-2062

Journal home page: arid.my/j/AIJMCS

ARID

International Journal of Media Studies and
Communication Sciences
مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الاتصال

VOL: 2, NO. 4, July 2021, ISSN: 2709-2062

ARID
ARID PUBLICATIONS
ARID.MY/AIJMCS

مَجَلَّةُ أُرِيدِ الدَّوْلِيَّةُ لِلدِّرَاسَاتِ الإِعْلَامِيَّةِ وَعِلْمِ الإِتِّصَالِ

العدد 4 ، المجلد 2 ، تموز 2021م

Russian Propaganda Discourse about the crises in Iraq via RT Arabic: An Analytic Study for the Period 10 Oct. 2019-10 Dec. 2019

الخطاب الدعائي الروسي إزاء الأزمات في العراق عبر موقع RT عربي
دراسة تحليلية للمدة من 2019/10/1 الى 2019/12/31

مصطفى فليح حسين

سحر خليفة سالم*

كلية الإعلام - الجامعة العراقية - العراق

Dr.saharkhalifa@yahoo.com

arid.my/0001-4180

<https://doi.org/10.36772/arid.aijmcs.2021.245>

ARTICLE INFO

Article history:

Received 12/02/2021

Received in revised form 02/04/2021

Accepted 05/06/2020

Available online 15/07/2021

<https://doi.org/10.36772/arid.ajmcs.2021.245>

ABSTRACT

Russia, has been one of the first powers that has returned to the areas of its historical influence and relations Arab region. It has seized the opportunity of the crises that have hit the Arab region to return to it and interfere in its affairs, especially in Iraq. To achieve that, it has employed its media and propaganda machines to justify these interferences and to establish communication with the Arab governments and peoples. *RT Arabic* is one of its most prominent media to give the Russian viewpoint regarding the crises in the Iraq. This study, therefore, aims at identifying the nature of the Russian propaganda discourse addressed to the Iraq, pinpointing the most prominent crises *RT Arabic* highlighted, identifying the characteristics and roles of the active powers and finding the means of proof and frame of reference adopted in this discourse. The study also aims at revealing the propaganda methods used in this site by applying the survey methods, content-analysis tools and tools of analyzing the discourse.

The problem of this study comes from posing the question: What is the Russian propaganda discourse regarding the crises of Iraq on *RT Arabic* website?

RT Arabic has been chosen for this study. The researcher used the comprehensive restriction method for all the contents published by the site for three months: from 1 Oct. 2019 to 31 Dec. 2019. The contents were about the crises that took place in Iraq. In which Russia is an active party, the total has reached (861) publications.

The study has reached a number of conclusions, the most important of which are the following:

1. Regarding the popular protests in Iraq, the producer of the Russian propaganda discourse in the studied site attempted to create a vision of the crisis and its players on the basis of the development of the events and their escalations. He identified the reasons of the protests and the international stands regarding them. He introduced a human reality that emphasized the protests' demands. These were preliminaries for the expression of the official Russian stand that sympathized with the protestors and for the possible positive intervention to settle these issues.
2. The Russian propaganda discourse was based on data obtained from identifying the dimensions of forming the Iraqi government. It summarized them by the existence of differences among the political operation parties, the external interferences, especially the American one, and the corruption rampant in the Iraqi state.

key words: Discourse, Propaganda, RT Arabic website, website, Iraqi crises

المخلص

تعد روسيا من أوائل القوى العالمية السبّاقة إلى العودة لمناطق نفوذها وعلاقتها التاريخية في المنطقة العربية، مستغلةً الأزمات التي عصفت بها لاسيما العراق، ولتحقيق ذلك عملت على توظيف ماكنتها الإعلامية والدعائية لتبرير هذه التدخلات ولمد جسور التواصل مع الحكومات والشعوب العربية، فكان موقع (RT) عربي الإلكتروني من أبرز وسائل إعلامها الموجهة لعرض وجهة النظر الروسية من الأزمات في العراق، لذا هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الخطاب الدعائي الروسي الموجه إلى العراق، وتحديد أبرز الأزمات التي ركز عليها موقع الدراسة، والتعرف على صفات وأدوار القوى الفاعلة، ومسارات البرهنة، والأطر المرجعية التي اعتمدها في خطابه، والكشف عن الأساليب الدعائية، باستخدام المنهج المسحي، وأدوات تحليل المضمون وأدوات تحليل الخطاب، وقد انطلقت مشكلة البحث من تساؤل رئيس هو: ما الخطاب الدعائي الروسي إزاء الأزمات في العراق عبر موقع (RT) عربي؟.

وقد تم اختيار موقع (RT) عربي وقام الباحث باعتماد أسلوب الحصر الشامل لجميع المضامين التي نشرها الموقع لمدة ثلاثة أشهر من (2019/10/1 إلى 2019/12/31) والخاصة بالأزمات التي مر بها العراق، التي تعد روسيا طرف فاعل فيها، وقد بلغ مجموعها (861) منشور.

وخرج البحث باستنتاجات عديدة كان أهمها:

1. عمل منتج الخطاب الدعائي الروسي في موقع الدراسة على بناء تصور لأزمة الاحتجاجات الشعبية وأطرافها استناداً إلى تطور الأحداث وتصاعد وتيرتها فقام بتشخيص أسباب الاحتجاجات والمواقف الدولية منها وتقديم واقع إنساني يبرز مطالب المحتجين تمهيدا لإبداء الموقف الروسي الرسمي المتعاطف مع المحتجين وإمكانية التدخل الإيجابي لتسويتها.
2. ارتكز الخطاب الدعائي الروسي على معطيات في تحديد أبعاد أزمة تشكيل الحكومة في العراق لخصها بوجود خلافات بين أطراف العملية السياسية ووجود تدخلات خارجية أبرزها التدخل الأمريكي ووجود فساد مستشري في مفاصل الدولة العراقية.

الكلمات المفتاحية: الخطاب، الدعاية، روسيا اليوم، الأزمات العراقية، مواقع إلكترونية.

المقدمة:

يشهد العراق أزمات عديدة منذ الغزو الأمريكي له، وما خلفه من فراغ امني وسياسي، ولكون العراق من أهم المناطق الغنية بمصادر الطاقة، فقد بقي على الدوام محط أنظار القوى العظمى في العالم، وسعت هذه الدول إلى إيجاد موطئ قدم لها فيه، مستخدمة العديد من الأساليب والتي كان الاعلام من أهمها، لما له من دور كبير في اختراق عقلية الشعوب وتغيير ثقافتها وقناعاتها، فلجأت القوى العالمية إلى سلاح الإعلام بكل مفاصله لاحتلال العقول والسيطرة عليها، وقد فتحت الأزمات التي عصفت بالعراق الباب على مصراعيه لهذه القوى للتدخل بشؤون سلباً أو إيجاباً.

ومن المعلوم أن النظام العالمي تحول إلى أحادي القطب بعد انهيار الاتحاد السوفيتي في مطلع تسعينات القرن الماضي، فانكمش نفوذ روسيا السوفيتية الكبير في المنطقة العربية لاسيما العراق، وباتت الولايات المتحدة الأمريكية هي القوة المتحكمة بالعالم، غير أن التاريخ يعيد نفسه اليوم والعالم على اعتاب مرحلة جديدة، تتمثل في عودته إلى نظام الأقطاب المتعددة، وبروز قوى عالمية جديدة، كالصين، وسعي روسيا الاتحادية إلى استعادة مكانتها العالمية، والكل يحث الخطى إلى مصادر الطاقة والثروات المادية والبشرية الهائلة في المنطقة العربية، لذا فقد كانت روسيا من أوائل الدول السبّاقة إلى العودة إلى مناطق نفوذها وعلاقتها التاريخية بالعراق، حكومة وشعباً، عن طريق تقديمها خطاباً يظهر دعمها للعملية السياسية، ومحاربة الإرهاب في العراق، وفي ذات الوقت وقوفها مع تطلعات الشعب العراقي المشروعة، وقد عملت على توظيف ماكنتها الإعلامية والدعائية لتبرير هذه التدخلات في الشأن العراقي، فكان موقع روسيا اليوم الإلكتروني الناطق باللغة العربية، من أبرز وسائل إعلامها الموجهة لعرض وجهة النظر الروسية من الأزمات العراقية، مستغلة التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والاندماج الكبير لوسائل الإعلام، وخصائص وسمات هذا التطور الذي إتاحة إمكانية الوصول غير المحدود الى الجمهور العراقي والعربي، وتمرير خطابها الدعائي، لذا جاءت هذه الدراسة للتعرف على طبيعة الخطاب الدعائي الروسي إزاء الأزمات في العراق .

أولاً: مشكلة البحث:

وتنطلق مشكلة البحث من تساؤل رئيس هو (ما الخطاب الدعائي الروسي إزاء الأزمات في العراق عبر موقع (RT)

عربي؟ ومن هذا التساؤل تفرعت عدة تساؤلات هي:

1. ما مضامين الأزمات في العراق التي تناولها موقع الدراسة؟
2. ما الأساليب الدعائية التي استخدمها الخطاب الروسي إزاء الأزمات العراقية؟

3. ما صفات وأدوار القوى الفاعلة في الأزمات العراقية التي أبرزها الخطاب الدعائي الروسي؟
4. ما مسارات البرهنة التي استند إليها الفاعل الخطابي في تقديم خطابه الدعائي إزاء الأزمات في العراق؟
5. ما الأطر المرجعية التي اعتمد عليها موقع الدراسة في تغطيته للأزمات في العراق؟

ثانيًا: أهمية البحث:

تأتي أهمية هذه الدراسة في إضاءتها جانباً مهماً من جوانب النشاطات الاتصالية الموجهة للمنطقة العربية من قبل روسيا ألا وهو الخطاب الدعائي وفي معرفة الأهداف الحقيقية وراء تدخل روسيا في الشؤون العربية وكيفية توظيفها للمواقع الإلكترونية الناطقة بالعربية التابعة لها لدعم جهودها السياسية والعسكرية في مناطق هذا التدخل بهدف إحداث التأثير في الجمهور العربي والجمهور الناطق بالعربية بما ينسجم مع مصالح روسيا ويبرر تدخلها وكيفية تناول منتج الخطاب في هذه المواقع للأزمات العربية لذلك فإن أهمية البحث تتلخص في معرفة طبيعة هذا الخطاب ومرايمه وتنقسم أهمية البحث إلى قسمين هما:

1. **الأهمية العلمية:** من الناحية العلمية فإن الدراسة تعد إضافة نوعية وجديدة إلى المكتبة العربية، ومحاولة لإثراء المعرفة العلمية، لاسيما وأن الدراسات العربية التي تناولت الخطاب الدعائي الروسي أو الدعاية الروسية الحديثة تكاد تكون شحيحة، لذا فإن أهمية هذه الدراسة تتجلى في رفد المكتبة العربية بمعلومات وأساليب واتجاهات الخطاب الدعائي الروسي وطرق تعاطيه مع الأزمات في العراق.
2. **الأهمية العملية:** تكمن أهمية دراسة وتحليل الخطاب الدعائي الروسي في كونه خطاب موجه إلى كل الجماهير الناطقة بالعربية لذا فإن تحليله سيسهم في تبيان حقيقته وحقيقة الرسائل الدعائية التي يحاول إيصالها وإلى ماذا ترمي؟ وبالتالي وضع صناعات القرار وشعوب المنطقة العربية على حقيقة هذا الخطاب ونظرة روسيا وحجم اهتمامها بالمنطقة العربية.

ثالثًا: أهداف البحث:

لكل دراسة هدف أو مجموعة أهداف تسعى إلى تحقيقها وتتلخص الأهداف التي تسعى الدراسة إلى الوصول إليها

بالآتي:

1. تحديد أبرز الأزمات العراقية التي ركز عليها الخطاب الدعائي الروسي في موقع الدراسة؟
2. التعرف على مضامين الأزمات في العراق التي تناولها الموقع؟

3. التعرف على صفات وأدوار القوى الفاعلة ومسارات البرهنة والأطر المرجعية التي اعتمدها موقع الدراسة في خطابه؟

4. الكشف عن أبرز الأساليب الدعائية التي استخدمتها الخطاب الروسي عبر موقع الدراسة؟

رابعاً: نوع البحث ومنهجه:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المعتمدة على المنهج المسحي الذي يعد من انسب المناهج ملائمة للدراسات الوصفية لكونه يستهدف تحليل وتسجيل وتفسير الظاهرة محل الدراسة بعد جمع البيانات والمعلومة الكافية عنها، وعن عناصرها، وطبيعتها أوصافها عن طريق مجموعة من الإجراءات المنظمة التي عن طريقها يحدد نوع مصادر ونوع البيانات وكيفية الوصول إليها (عبد الحميد 1992، 93)، وقد تم اعتماد طريقة تحليل المضمون التي تعد طريقة لتحليل الخطاب، بغية تحليل الرسائل الدعائية الروسية عبر موقع الدراسة.

خامساً: حدود البحث:

1. **حدود مكانية:** وتتمثل بموقع (RT) عربي الإلكتروني لكونه موقع روسي ناطق بالعربية.
2. **حدود زمنية:** تم تحديد مدة زمنية تمتد لمدة ثلاثة أشهر من (2019/10/1) ولغاية (2019/12/31) وهذه المدة شهدت عدة أزمات في العراق.

سادساً: مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث بالمواقع الإلكترونية الروسية الناطقة باللغة العربية وقد تم اختيار موقع (RT) عربي واعتماد أسلوب الحصر الشامل لجميع المضامين التي نشرها الموقع والخاصة بالعراق الذي شهد ثلاث أزمات هي أزمة الاحتجاجات الشعبية وأزمة تشكيل الحكومة وأزمة الحرب على الإرهاب، وسبب اختيار هذه الأزمات هو تركيز موقع الدراسة عليها، ولأن روسيا كانت طرف فاعل فيها وجاء استخدم هذا الأسلوب -الحصر الشامل- رغبة في عدم إغفال أي خطاب دعائي أو مضامين تخدم أهداف الدراسة، وتؤدي للخروج بنتائج دقيقة يمكن تعميمها.

سابعاً: أدوات البحث:

تم اعتماد أداة تحليل المضمون التي تعد من أكثر الأدوات استخداماً في البحوث الإعلامية الوصفية لكونها تحقق الإجابة على التساؤلات التي وضعت في مشكلة البحث وتم تصميم استمارة التحليل، بناءً على خطوات منهجية ملائمة لموضوع البحث، والتي شملت الفئات الفرعية والرئيسية.

وتعد وحدة الموضوع أو الفكرة الوحدة الأكثر ملائمة لمتطلبات الدراسة لذلك تم اعتمادها كوحدة للتحليل، وتم تحديد فئات ماذا قيل وكيف قيل؟، كما تم الاعتماد على أدوات تحليل الخطاب، وقد اخترنا ثلاث أدوات من أدوات تحليل الخطاب للتعرف على محتوى الخطاب الدعائي وهذه الأدوات هي: أداة القوة الفاعلة وأداة الأطر المرجعية وأداة مسارات البرهنة.

ثامناً: اختبار الصدق والثبات :

يحدد صدق التحليل درجة الموضوعية في (تحليل المضمون) لأنه يعتمد على اختيار الفئات ووحدات التحليل، وتم عرض استمارة التحليل على مجموعة من (الخبراء) (*) في مجال الإعلام وقد اقترح الخبراء إجراء بعض التغييرات في تعاريف الفئات وصياغتها، وإضافة بعض الفئات وحذف أخرى، وقد تم الأخذ بتعديلاتهم، وتم وفقاً لذلك احتساب نسبة اتفاق المحكمين والتي بلغت تقريباً (98%). كما تم احتساب ثبات التحليل عن طريق إعادة عملية التحليل على مضامين موقع (RT) عربي بنفسه بعد مرور 20 يوماً، وذلك لمعرفة مدى التطابق والاتفاق لها، وتم ذلك عن طريق تطبيق معادلة (هولستي) وكانت النتيجة (91.41%)؛ وهي نسبة اتفاق مقبولة علمياً، تدل على وجود درجة اتساق كبيرة في التحليل.

تاسعاً: تحديد مصطلحات البحث:

1. **الخطاب:** هو "طريقة معينة للتحدث عن الواقع وفهمه كما أنه مجموعة من النصوص والممارسات الخاصة بإنتاج النصوص وانتشارها واستقبالها مما يؤدي إلى إنشاء أو فهم الواقع الاجتماعي" (شومان 2007، ص25).
2. **الخطاب الدعائي:** هو "رسالة دعائية لسانية أو غير لسانية حاملة لمعنى خطابي تتميز بقيمة إيحائية وإشارية يتم انتاجها بقصد تقنيع الواقع وتصوره وفق إدراك مسبق ومقصدية لما يجب أن يكون من قبل فاعل خطابي" (ال بهيش 1998، ص283).
3. **الخطاب الدعائي الروسي:** وهو الرسالة الدعائية الروسية الموجهة إلى المنطقة العربية عبر وسائل إعلامها الناطقة باللغة العربية بهدف بناء تصورات وقناعات لدى الجمهور المستهدف عن مكانة روسيا وسياساتها ودورها العالمي ونقل مواقفها مما يجري من أحداث عالمية.
4. **الأزمة:** وتعني التحولات والتوترات الناتجة عن عدم استقرار الأوضاع السياسية والأمنية والاجتماعية والاقتصادية في بلد معين بفعل حدث ما أو تدخل ما.

(*) الخبراء هم:

1. أ. د. كامل القيم - جامعة بابل/ كلية الآداب/ قسم الإعلام/ تخصص صحافة.
2. أ. د. سعد المشهداني - جامعة تكريت/ كلية الآداب/ قسم الإعلام/ تخصص صحافة.
3. أ. د. جليل الوادي - جامعة ديالى/ كلية الفنون الجميلة/ تخصص اذاعة وتلفزيون.
4. أ. د. مؤيد خلف الدليمي - جامعة الأنبار/ كلية الآداب/ قسم الإعلام/ تخصص صحافة.
5. أ.م.د. سهام الشجيري - جامعة بغداد/ كلية الإعلام/ قسم الصحافة/ تخصص صحافة.

عاشراً: دراسات سابقة

1. دراسة لفتة:

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الأساليب الدعائية الواردة في الخطاب الإعلامي لقناة روسيا اليوم الموجهة إلى المناطق العربية وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية وقد استخدم الباحث المنهج المسحي وأسلوب تحليل المضمون لتحليل الرسائل الاتصالية الواردة في برنامج (بانوراما) الحواري ضمن المدة من 2015/3/1 إلى 2015/5/31 بما يحقق دورة برامجية واحدة وخرجت الدراسة بالعديد من النتائج أبرزها:

1. تركيز برنامج (بانوراما) في مضامينه على أسلوب التكرار بالدرجة الأساس بهدف ترسيخ الأفكار في أذهان الجماهير كما ركز البرنامج على أسلوب التشويه لتثويبه صورة الولايات المتحدة وإسرائيل بوصفهما أعداء للدول العربية.
2. استخدم البرنامج أسلوب الإجماع والترغيب في محاولة لخلق إجماع حول عدم جدية الولايات المتحدة في القضاء على الجماعات المسلحة المتطرفة في المنطقة العربية فيما ركز الأسلوب الثاني على توصيل فكرة أن روسيا تسعى لحل الأزمات العربية بالطرق السلمية والابتعاد عن الحلول العسكرية لعدم جدواها.
3. استخدم البرنامج أسلوب التشكيك بالخصوم في سياقات سياسية وعسكرية مركزا على عدم قدرة الولايات المتحدة الأمريكية على القضاء على نظام بشار الأسد (لفتة، 2016).

2. دراسة عبد الحسن:

تناولت هذه الدراسة الدعائيات الروسية والأمريكية في الصحافة الإلكترونية إزاء معركة حلب دراسة مقارنة لموقعي روسيا اليوم والحررة وانطلقت مشكلة الدراسة من استخدام المضامين الدعائية لقناتي روسيا اليوم والحررة عبر موقعيهما الإلكتروني إزاء الأزمة السورية، ووجود صراع دعائي متبادل بين روسيا الاتحادية والولايات المتحدة الأمريكية في الحرب على سوريا، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن الأساليب الدعائية التي استخدمتها الدعائيتين الروسية والأمريكية في الصحافة الإلكترونية إزاء الأزمة والمقارنة بين المضامين التي جرى التركيز عليها أكثر من غيرها، وإظهار المصطلحات والمفردات التي وظفها دعائياً الموقعان الإلكترونيان لـ(روسيا اليوم) و(الحررة).

وتعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية وتم اعتماد المنهج المقارن وكذلك المسحي باستخدام أسلوب تحليل المضمون وكان مجتمع البحث (التقارير الإخبارية) التي نشرها الموقعان الإلكترونيان لقناتي روسيا اليوم والحررة للمدة من (2016/11/1) إلى (2016/12/31) وفق أسلوب الحصر الشامل وخرجت الدراسة بنتائج أبرزها:

1. اهتمت الدعاية الروسية بالشخصنة عن طريق التركيز على شخصية الرئيس الروسي بوتين ودوره في تفويض الحرب في سوريا في حين لم تهتم الدعاية الأمريكية بتضخيم صورة الرئيس الأمريكي أوباما.
2. ركزت الدعاية الروسية على دعم الرئيس السوري بشار الأسد لضمان بقائه بالحكم، بينما ركزت الدعاية الأمريكية على إزاحته من الحكم (عبد الحسن ، 2018).

المبحث الثاني: مفهوم الخطاب الدعائي الروسي

أولاً: مفهوم الدعاية الروسية:

تعرف الدعاية وفق المنظور السوفيتي على أنها "نشاط روحي عملي لتكوين القناعات الشيوعية والعلاقة اللازمة بسياسة حزبنا ودولتنا عن طريق نشر وإدخال وتقوية التقييمات ووجهات النظر والأفكار إلى وعي الناس"، ويأتي هذا التعريف من إيقان السوفييت بأن الايديولوجية بمساعدة الدعاية تعمل على طرح سياسة الطبقة المتحكمة والمسيطرة باعتبارها سياسة مناسبة وتتسم بالعقلانية (الشحف 2015، ص9).

ويعرف القاموس السياسي السوفيتي الدعاية على أنها "شرح مركز لكتابات ماركس وانجلز ولينين وستالين وهي شرح أيضاً لتاريخ الحزب البلشفي ولأعماله" (الضلاعين و اخرون ، 2014، ص30)، ويعرفها لينين بأنها "الاستخدام العقلاني لحجج الفلسفة والتاريخ والعلم لغرض التأثير على القلة المتعلمة وتشمل نشاط آخر هو إثارة الجماهير" (حجاب ، 2002، ص18).

ثانياً: أهداف الدعاية الروسية:

تهدف الدعاية الروسية الموجه للغرب وللشرق الأوسط والمنطقة العربية تحديداً إلى تفويض سيطرة الغرب ونفوذه في العالم واسترداد مكانة روسيا كقوة عالمية فاعلة، وهي توظف وسائل الإعلام الروسية للوصول إلى تحقيق هذا الهدف، وهذا ما أكده الرئيس الروسي بلاديمير بوتين قائلاً "حين صممنا مشروع روسيا اليوم 2005 كن نعزم طرح لاعب قوي آخر في الساحة العالمية.. وأيضاً كنا نحاول، ودعوني أشدد على هذه النقطة أعني- نحاول خرق الاحتكار الانكلوسكسون على مسارات المعلومات العالمية" (بورشفسكايا و كليفلاند ، 2018، ص2).

ثالثاً: أساليب الدعاية الروسية:

تميزت الدعاية الروسية منذ بداياته وحتى وقت قريب باستخدامها العديد من الأساليب أبرزها:

1. **التشهير:** عمدت الدعاية الاشتراكية إلى التشهير من خلال قيامها بفضح مغالطات الطبقة الحاكمة الرأسمالية وكشفها أمام الجماهير ويؤكد أحد الشيوعيين هذا الأسلوب قائلاً "يجب أن نجعل العار أكثر عارا بفضحه بالدعاية وأن نجعل الاضطهاد الواقعي أكثر شدة بأن نضيف إليه الشعور بالاضطهاد" (سكري ، 1991، ص 107).
2. **أسلوب إطلاق الشعارات:** إن ربط الواقع وحاجات الطبقة العاملة وأمانيتها كان سر نجاح الثورة البلشفية التي قادها كل من (لينين وتروسكي) فقد اعتمدا على تجسيد هذا المعنى بطرح شعار (الأرض والسلام) وشعار (الخبز والسلام والحرية) فكان اختيار هذه الشعارات سبباً في انتصار الثورة نظراً لتلائمها مع مستوى شعور وطموحات الجماهير وفي ذات الوقت مع الموقف السياسي. (سكري ، 1991، ص108-109).
3. **أسلوب التضليل:** وهو أسلوب يستخدم لتضليل الرأي العام، ولا يقف عند حد الكذب، بل يقوم على المزج بين الوقائع الحقيقية والمكذوبة وتفسيرها، ومن ثم توجيهها للجمهور المستهدف الذي يبقى بحيرة من سيل المعلومات المضللة، بحيث يصل إلى مرحلة عدم التمييز بين الحقيقة والكذب (سالم ، 2005، ص 42)، ومثال ذلك ما التقطته وسائل الإعلام الأوكرانية من معلومات روسية مضللة حول رفض الاتحاد الأوربي منح تأشيرات الدخول للشبان الأوكرانيين من فئة الرجال وقامت بنشرها هذه الوسائل على نطاق واسع الأمر الذي اضطر قيادة الأركان الأوكرانية العامة بياناً يكذب هذه الادعاءات (بول و ماثيوز ، 2016، ص4).
4. **أسلوب التلاعب بالمعلومات:** وهو أسلوب ينتهجه الكرملين ضمن أدوات سياسته الخارجية ضد الغرب (بورشفسكايا و كليفلاند ، 2018، ص1).
5. **أسلوب التشكيك بالخصوم:** حيث تعمل روسيا عبر وسائل إعلامها بتعزيز نظريات الشك والمؤامرة بصورة معادية للغرب وتقوم بتقديمها بقوالب إعلامية كالتقارير المتمتعة بقدر كبير من الدقة وذلك لإقناع المتلقي بمصداقية طرحها لذلك تجد وسائل الإعلام الروسية تتبنى القضايا المحلية للبلدان التي توجه إليها دعايتها، لاسيما القضايا التي ترتبط بالجانب الإنساني مع التركيز على إبقاء الصورة المعادية والمشككة بالغرب (بورشفسكايا و كليفلاند ، 2018، ص2).
6. **أسلوب التكرار:** ويعد هذا من أبرز اساليب الدعاية وينطلق من مبدأ أن الجماهير تنسى بسرعة لذلك يجب تكرار المادة الدعائية عليها كي تصدقها، وحتى لو كانت هذه المادة مكذوبة فإن التكرار يدفع إلى تصديقها من منطلق أننا نستقي معارفنا ونتقبلها إذا كانت من مصادر موثوقة (المشهداني ، 2001، ص26).
7. **أسلوب الإقناع:** وبهذا الصدد يقول ديمتري كيسليوف الذي يعد من أبرز مروجي الدعاية الروسية (الكرملين) واصفا الصحافة بأنها تكنيك حربي مضيئاً: "إذا استطعت إقناع شخص ما، ليس عليك قتله، فلننكر بما هو أفضل: القتل أو الإقناع؟ لأنك إذا عجزت عن الإقناع، عندها سيتوجب عليك القتل" (بورشفسكايا و كليفلاند ، 2018، ص18).

8. **أسلوب التهكم والسخرية:** ووفق هذا الأسلوب يمكن أن يتعرض للسخرية كل من الشخصيات السياسية والاجتماعية وليس ذلك فحسب بل حتى وجهات النظر والأفكار والمؤسسات وغيرها وغاية هذا الأسلوب التقليل من شأن من يستهدف وإظهاره بصورة غير جديّة ومازحة، وهذا ينعكس على بقية تصرفاته وأفكاره في ذهن من يشاهده، وبالتالي يفقد الشخص المستهدف هيئته نتيجة للصورة التي رسمت حوله ويتحول إلى شخصية غير مسؤولة، ويتم تجاهله ويصبح بعيداً عن الاهتمام ولا تأخذ تصريحاته وأفعاله على محمل الجد (الشحف 2015، ص53)، وقد اعتمد الشيوعيون هذا الأسلوب مع أحد مرشحي الانتخابات في بلجيكا اسمه ميشيل؛ كان أحد منافسيه شيوعي فأرادوا السخرية منه فما كان منهم إلا أن جلبوا حمراً وكتبوا على ظهره عبارة "انا انتخب ميشيل" وطافوا به في المدينة (حمزة ، 1984 ، ص187).

9. **أسلوب الاستفزاز:** ومثال ذلك ما فسرتة الخارجية المصرية في 2018 ووصفته بأنه استفزازي هو قيام (RT) عربي بإجراء استطلاع كان أحد اسئلته حول ما إذا كانت أرض حلايب المتنازع عليها تعود إلى مصر أو السودان (بورشفسكايا و كليفلاند ، 2018 ، ص10).

رابعاً: خصائص الدعاية الروسية:

تمتاز الدعاية الروسية بخصائص عديدة أبرزها (بول و ماثيوز ، 2016 ، ص208):

1. تتمتع الدعاية الروسية المعاصر بكونها دعاية ضخمة الحجم، وذات قنوات متعددة، ويقصد بهذا الإنتاج الضخم للدعاية وتوزيعه على قنوات كثيرة، ويكون هذا الإنتاج على شكل مقاطع فيديو أو مقاطع صوتية أو نصوص أو صور ويتم بثها عن طريق الانترنت ومواقع التواصل والقنوات الفضائية ووسائل الإعلام التقليدية الأخرى، ويتولى جانب كبير من ذلك على مواقع التواصل ما يسمى بالجيوش الإلكترونية مدفوعة الأجر التي تهاجم من يتعرضون لروسيا، وتقلل من شأن المعلومات والآراء التي لا تتسجم مع توجهاتها، وتلجأ الدعاية الروسية إلى تنويع المصادر للحصول على مقبولة أكثر لما تطرحه من مضمون دعائي، فتعدد المصادر يجعل الدعاية أكثر إقناعاً من المصدر الواحد، خاصة إذا كانت هذه المصادر تنتهي بالمحصلة إلى نفس النتيجة التي تخدم منتج الدعاية، كما أن تعدد مصادر المعلومات، ووجهات النظر، تلفت انتباه جمهور أكبر للدعاية، كما أن آراء منتج الدعاية والتي يتمشى منها مع توجهات المتلقي تكون أكثر اقناعاً بمضمون الرسالة الدعائية، بمعنى أن القناة الفضائية على سبيل المثال التي تقدم محتوى دعائي يناسب توجهات المتلقي ورغباته ويحس المتلقي بانتمائه لها تكون أكثر اقناعاً وتأثيراً فيه، بالإضافة إلى ذلك فإن الحجم الضخم للدعاية وتعدد القنوات يعمل على إغراق الرسائل المنافسة للدعاية الروسية، ويجعلها هشة، ويؤثر على عملية تقبلها والاقناع بها.

2. سريعة ومتواصلة وتكرارية، فالدعاية الروسية تتميز بكونها سريعة في استجابتها للأحداث ومتواصلة وهي لا تنتظر من أجل فحص الوقائع والتثبت من كل الادعاءات وإنما تقوم بنشر تأويلات الأحداث التي تتفق مع أهدافها وهي بذلك تجعلها سريعة ومرنة، كما تتميز الدعاية الروسية بتكرارها للمعلومات وإعادة تدويرها، وقد تكون هذه المعلومات أو الروايات الدعائية مضللة أو زائفة، لكنها تعتمد إلى هذا التكرار لأنه يؤدي إلى الاعتياد على المعلومات المضللة، وبعد ذلك يتم تصديقها، وهي توظف نتائج دراسات علم النفس التجريبي التي تشير إلى أن الانطباعات الأولى مرنة جداً، وترجح تقبل الفرد للمعلومة الأولى حيال موضوع معين، وعند إعادة تكرارها عليه فإنه سيصدقها كما أنه سيفضل المعلومة الأولى على غيرها عند تعرضه إلى رسائل متناقضة، ومن الأمثلة على تكرار الموضوعات المضللة ما نقلته صحيفة " ويكلي دزنفور مايشن ريفيو" في 14 كانون الثاني 2016 من إلقاء بأن الرئيس البولوني " اندريه دودا" مصر على إعادة ضم أوكرانيا للأراضي البولونية السابقة.

ويساعد على نشر وتكرار المعلومات المضللة وسائل التواصل الاجتماعي وقد تتبنى وسائل إعلام أخرى هذه المعلومات وتساهم بنشرها وتكرارها، مثال ذلك إعادة مصادر اخبارية المانية لمعلومات روسية مضللة تتحدث عن حصول فضائع في أوكرانيا في الربع الأول من عام 2014، كل هذا يعطي ميزة بأن الدعاية الروسية رشيقة بصورة تمكنها من أن تكون الأولى.

3. الدعاية الروسية المعاصرة رغم احتواءها على جوانب حقيقية إلا إن التزامها بالحقائق ضئيل جداً، وقد لا تلتزم في كثير من الأحيان، كما أن الأحداث التي تقوم الدعاية الروسية بنقلها قد تكون مصطنعة بالكامل ومن الأمثلة على ذلك الحملة التي حصلت عبر منصات التواصل الاجتماعي في عام 2014 بشأن الانفجار في ولاية لوزيانا، وما خلفه من سحابة دخانية كيميائية، رغم إن ذلك لم يحدث من الأساس، فقد عمدت الدعاية الروسية على تقديم أدلة مصطنعة هي عبارة عن صور فوتوغرافية معدلة بصورة غير احترافية.

4. الدعاية الروسية تتميز بعدم التزامها بالاتساق، فهي عندما تثبت وسائلها الرسائل الدعائية بشأن الأحداث الخلافية، فإن قنواتها المختلفة لا تثبت نفس الرواية كما لا تخشى هذه الوسائل أو من يمثلها من اقتضاح زيف هذه الرسائل فتجدهم يغيرون موقفهم ويبدؤون بتفسير جديد، ومن الأمثلة على ذلك التفسيرات التي قدمتها المصادر الروسية بخصوص سقوط طائرة الرحلة 17 الماليزية والتي بدت متناقضة، وهنا يتبين عدم اتساق المعلومات الدعائية يؤدي الأضرار بعملية الاقتناع، ويضعف المصادقية.

5. الدعاية الروسية الماركسية – اللينية دعاية عقلانية لتوجهها المباشر إلى العقل والوعي والمنطق، وابتعادها عن إثارة العواطف والغرائز والمشاعر (الرضا و عمار 2013، ص126).

6. نظراً لنتشؤها وارتباطها بالحزب الشيوعي الحاكم فإنها بقيت على الدوام خاضعة للسلطة (حمزة ، 1984 ، ص181).

خامساً: الخطاب الدعائي الروسي:

يرتكز الخطاب الدعائي الروسي المعاصر على النظرية الشيوعية، فهو خطاب خاضع للسلطة فالإعلام الروسي في معظمه يتبع توجيهات السلطة كما إنه خطاب غائي يقوم على رؤية واحدة ويهمل الرؤى الأخرى، وخصوصاً الرؤى الرأسمالية، ويظهرها باعتبارها، عدو وند لروسيا كما يسعى إلى السيطرة على عقول الجماهير، وهو خطاب ازدواجي في طروحاته، فمن جهة يعمل على تحسين صورة العلاقة بين النظام والجمهور الداخلي والخارجي ويقوم بأنشطة تدعو إلى احترام ثقافات الأمم الأخرى ومعتقداتها وديانها، وعلى سبيل المثال إبراز هذا الخطاب زيارة المقدسات الإسلامية من جهة المسلمين الروس وتجده على الجانب الآخر يتهم الدين بكونه من أدوات الظلم الاجتماعي (ابراهيم و علي ، 2017، ص15).

ويرتكز الخطاب الدعائي الروسي على استعادة صورة روسيا قبل انهيار الاتحاد السوفيتي، وعلى إبرازها كقوة عظمى موازية للولايات المتحدة الأميركية، وإن لها الحق في التدخل بشؤون الدول الأخرى على الأقل في المنطقة العربية، وهذا ما هو واضح للعيان في ملف الأزمة السورية، كما يحاول هذا الخطاب كسب حلفاء جدد من خلال مضامينه، فتجده يركز على بناء علاقات من الود مع جميع الأطراف في المنطقة العربية، ويبيد تضامنه مع بعض القضايا العربية، ويبرز الجوانب الإنسانية ويعادي الإرهاب (ابراهيم و علي ، 2017 ، ص25).

المبحث الثالث: تحليل مضامين موقع (RT) عربي

أولاً: الفئات الرئيسية في المضمون عن العراق (ماذا قيل؟):

جدول(1): يبين الأزمات الخاصة بالعراق في موقع (RT) عربي

ت	الازمات الرئيسية	التكرار	%	المرتبة
1	الاحتجاجات الشعبية	567	65.85	الأولى
2	الحرب على الارهاب	175	20.32	الثانية
3	تشكيل الحكومة	119	13.82	الثالثة
	المجموع	861	%100	

تشير نتائج الدراسة التحليلية لجدول (1) الأزمات التي تناولها الخطاب الدعائي الروسي عبر موقع الدراسة إلى ما يأتي:
حازت أزمة (الاحتجاجات الشعبية) على المرتبة الأولى بنسبة (65.85%) وحصلت أزمة (الحرب على الارهاب) على المرتبة الثانية بعد أن حصلت على نسبة مئوية بلغت (20.32%) فيما جاءت أزمة (تشكيل الحكومة) على المرتبة الثالثة بعد أن حققت نسبة بلغت (13.82%). وهذه النتيجة تعكس مدى اهتمام الموقع بأزمة الاحتجاجات الشعبية في العراق على بقية الأزمات.

1. الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الأولى (أزمة الاحتجاجات الشعبية):

جدول(2): يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الأولى (الاحتجاجات الشعبية)

المرتبة	%	التكرار	ازمة الاحتجاجات الشعبية	ت
الأولى	14.8	84	الحكومة العراقية تقمع الاحتجاجات الشعبية	1
الثانية	12.1	69	التأكيد على سلمية التظاهرات	2
الثالثة	11.6	66	الاحتجاجات تشل مفاصل الحياة في العراق	3
الرابعة	10.4	59	المليشيات المسلحة تقمع المحتجين	4
الخامسة	9.1	52	حدوث اشتباكات بين المتظاهرين والقوات الامنية	5
السادسة	8.6	49	ايراز مطالب المحتجين	6
السابعة	7.9	45	ايراز الجوانب الانسانية للمحتجين	7
الثامنة	7	40	الموقف العالمي يؤيد مطالب المحتجين	8
التاسعة	5.9	34	مختلف اطراف الشعب العراقي تساند الاحتجاجات	9
العاشر	4.7	27	وجود اطراف خارجية تشوه سمعة الاحتجاجات	10
الحادية عشر	4	23	رفض الاعتداء على المتظاهرين	11
الثانية عشر	3.3	19	روسيا مع مطالب المحتجين	12
	%100	567	المجموع	

احتلت فئة (الحكومة العراقية تقمع الاحتجاجات الشعبية) المرتبة الأولى بـ (84) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (14.8%)، كما ورد في الخبر الآتي: "أقرت القيادة العسكرية العراقية بـ"استخدام مفرط للقوة" خلال مواجهات مع محتجين بمدينة الصدر شرق بغداد أسفرت عن مقتل 15 شخصا ليلاً" (RT، خبر، 2019/7/10)، فقد رافقت الاحتجاجات عمليات قمع للمتظاهرين تمثلت بعمليات فض الاحتجاجات بالقوة وأثار هذا الأمر ردود أفعال داخل العراق وخارجه، وجاءت فئة (التأكيد على سلمية التظاهرات) بالمرتبة الثانية بعد أن جمعت نسبة (12.1%) ومثال ذلك بيان المرجعية الدينية الذي قالت فيه: "نؤكد مساندة الاحتجاجات والتأكيد على الالتزام بسلميتها وخلوها من أي شكل من أشكال العنف، وإدانة الاعتداءات على المتظاهرين السلميين بالقتل أو الجرح أو الخطف أو التهريب" (RT، خبر، 2019/11/15)، وهنا أبرز الموقع الدعوات التي تؤكد على سلمية التظاهرات وعدم الانجرار وراء العنف الذي سيؤدي إلى ضياع حقوق المحتجين وزعزعة الاستقرار في البلد.

وحازت فئة (الاحتجاجات تشل مفاصل الحياة في العراق) على المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (11.6%) ومثال ذلك ماورد في الخبر الآتي حول تأكيد المفوضية العليا لحقوق الإنسان في العراق: "إن فرض حظر التجوال في المحافظات التي شهدت تظاهرات أدى إلى تعطل العديد من المصالح الاقتصادية للمواطنين وصعوبة التنقل فيها وغلغ العديد من العيادات والصيدليات مما ولد زخما كبيرا على المستشفيات" (RT، خبر، 2019/10/27)، وهنا أعطى منتج الخطاب انطبعا بأن

الاحتجاجات رغم مشروعيتها إلا أن لها تداعيات على مصالح المواطنين والعراق عموماً، لاسيما وأنها تسببت في قيام الحكومة بفرض حظر للتجوال كما أن المحتجين قاموا بإغلاق بعض مؤسسات الدولة للضغط على الحكومة وهذه أسباب عطلت مفاصل الحياة خلال مدة الاحتجاجات.

وجاءت فئة (المليشيات المسلحة تقمع المحتجين) بالمرتبة الرابعة بنسبة (10.4%) ومثال ذلك ما ورد في الخبر الذي تضمن التقرير الذي أصدرته بعثة الأمم المتحدة في العراق والذي أشارت فيه إلى أن: "الجماعات التي وصفت بأنها مليشيات اختطفت ما لا يقل عن خمسة من الناشطين والمتظاهرين البارزين في بغداد، واحتجزتهم في الحبس الانفرادي في مواقع احتجاز غير رسمية لعدة أيام أثناء استجوابهم" (RT، خبر، 2019/11/12)، فقد بين الموقع أن هناك مليشيات قامت طيلة مدة الاحتجاجات بقمع المحتجين السلميين وترهيبهم وتهديدهم واغتيال عدد من الناشطين من المحتجين. وجاءت فئة (حدوث اشتباكات بين المتظاهرين والقوات الأمنية) بالمرتبة الخامسة بنسبة بلغت (9.1%) ومثال ذلك ما ورد في الخبر الآتي: "وتشهد العاصمة العراقية بغداد وعدد من محافظات الوسط والجنوب موجة احتجاجات شعبية واسعة، يطالب فيها المتظاهرون الحكومة بمحاربة الفساد والفاستين وتقديمهم للعدالة، وكذلك توفير فرص العمل للشباب، وتحسين الظروف المعيشية للمواطنين، أدت في معظمها إلى صدامات مع القوات الأمنية، الأمر الذي تسبب في سقوط قتلى وجرحى من الطرفين" (RT، خبر، 2019/2/11)، فقد اهتم الموقع بهذه القضية بعد أن أخذت الاحتجاجات في بعض المحافظات منحى آخر اتجه إلى التصعيد من قبل المتظاهرين للضغط على الحكومة كي تستجيب لمطالبهم.

وحازت فئة (إبراز مطالب المحتجين) على المرتبة السادسة بنسبة (8.6%) ومثال ذلك ما ذكره الموقع في الخبر الآتي: "ورفع المتظاهرون سقف مطالبهم، بعد أن كانت تقتصر على محاربة الفساد وتحسين الحالة المعيشية، إلى المطالبة باستقالة الحكومة، مما أدى إلى استقالة رئيس الوزراء عادل عبد المهدي" (RT، خبر، 2019/12/23)، وهنا بين الموقع الإلكتروني الأسباب الدافعة إلى خروج الاحتجاجات وأبرز مطالب المحتجين. وحصلت فئة (إبراز الجوانب الإنسانية للمحتجين) على المرتبة السابعة بـ(45) تكراراً وبنسبة (7.9%) ومثال ذلك ما نقله موقع الدراسة في أحد الأخبار عن إحدى الحالات الإنسانية في الاحتجاجات ما نصه: "تظهر البائعة المتشحة بالسواد والتي اعتادت بيع المناديل الورقية في ساحة التحرير، في مقطع الفيديو توزع هذه المناديل مجاناً على المتظاهرين، الذين تعرضوا للغاز المسيل للدموع. وكما واضح في المقطع تعتري وجه السيدة معالم القلق على أولئك الشباب" (RT، خبر، 2019/10/9)، وهنا عمل منتج الخطاب إلى إبراز الجوانب الإنسانية التي تخللت الاحتجاجات في إطار نهجه القائم على الاستمالات العاطفية.

وجاءت فئة **(الموقف العالمي يؤيد مطالب المحتجين)** في المرتبة الثامنة بنسبة بلغت (7%) فقد عمل موقع الدراسة على رصد المواقف العالمية المؤيدة للاحتجاجات في العراق ومثال ذلك ماجاء في إحدى الأخبار وتضمن تصريح الممثلة الخاصة للأمين العام للأمم المتحدة في العراق (جينين هينيس بلاسخرت): "نجدد التأكيد على الحق في الاحتجاج، فلكل فرد الحق في التحدث بحرية بما يتماشى مع القانون" (RT، خبر، 2019/10/2)، ورصد الموقع الموقف الأوروبي الذي أعربت فيه بعثة الاتحاد الأوروبي في العراق عن "استعدادها للاستمرار بدعم العراق في العمل على تلبية مطالب المواطنين" المشروعة" من أجل "تحقيق التغيير وإنهاء الفساد وتحسين الخدمات العامة وتقوية الحكومة وإيجاد بيئة مواتية للتنمية وفرص العمل" (RT، خبر، 2019/10/28)، وحصلت فئة **(مختلف أطراف الشعب العراقي تؤيد المحتجين)** بالمرتبة التاسعة بنسبة مئوية بلغت (5.9%) ومثال ذلك وصف الموقع لتطورات الاحتجاجات: "وفي الأيام الأخيرة، تسارعت وتيرة الاحتجاجات التي راح ضحيتها 250 شخصا على مدار الشهر الماضي، إذ اجتذبت حشودا ضخمة من مختلف الطوائف والأعراق في العراق لرفض الأحزاب السياسية التي تتولى السلطة منذ عام 2003" (RT، خبر، 2019/11/1) فقد قام الموقع بترسيخ فكرة أن جميع فئات المجتمع العراقي مؤيدة أو مشاركة في الاحتجاجات كالفنانين والإعلاميين والرياضيين وشيوخ العشائر والأطباء والمهندسين والمحامين والطلبة والرجال الدين من مختلف الطوائف والأديان وغيرهم.

وحازت فئة **(وجود أطراف خارجية تشوه سمعة الاحتجاجات)** على المرتبة العاشرة ب (27) تكرارا وبنسبة مئوية بلغت (4.7%) ومثال ذلك ما ورد في الخبر من إعلان المرشد الأعلى للثورة الإيرانية علي خامنئي أن: "الولايات المتحدة وإسرائيل تتحملان مسؤولية أعمال الشعب وانعدام الأمن في العراق ولبنان" (RT، خبر، 2019/10/30)، فقد سعى منتج الخطاب إلى إبراز فكرة وجود أطراف خارجية لا تؤيد التظاهرات ولا تخدم هذه الاحتجاجات مصالحها في العراق وتؤثر على نفوذها فيه لذلك عمدت إلى تشويهها وادعاء أنها ممولة أو بتحريض من الولايات المتحدة أو إسرائيل لما يثيره هذا الموضوع من حساسية ورفض لدى الشعب العراقي وبالتالي تشويه صورة التظاهرات ونزع صفة الوطنية عنها.

وجاءت فئة **(رفض الاعتداء على المتظاهرين)** بالمرتبة الحادية عشر بنسبة بلغت (4%) ومثال ذلك ما ورد في الخبر من تصريح الرئيس العراقي ابراهيم صالح الذي أورده الموقع: "الحق المشروع لأي مواطن بالاحتجاج والتظاهر السلميين، ومنع وتجريم أي رد فعل مسلح وعنيف ضد المتظاهرين السلميين" (RT، خبر، 2019/12/7)، وقد اهتم الموقع بهذه القضية بعد تصاعد موجة القمع ضد المتظاهرين من قبل الحكومة وأطراف أخرى مسلحة وتدنيد العديد من الأطراف السياسية الداخلية والخارجية والمنظمات المحلية والدولية بهذه الاعتداءات التي تعرض لها المحتجون السلميون. وجاءت فئة **(روسيا مع مطالب المحتجين)** في المرتبة الثانية عشر بنسبة (3.3%) ومثال ذلك تصريح نائب وزير الخارجية الروسي بوغدانوف: أن: "الوضع

في العراق مثير للقلق"، متمنيا أن تتمكن الحكومة العراقية من "الاستجابة المناسبة والسريعة والفعالة لمطالب المحتجين المتعلقة بحالة الاقتصاد والبطالة والفساد"، والتي وصفها الدبلوماسي الروسي بأنها "مبررة إلى حد كبير" (RT، خبر، 2019/11/29)، وهذا يبين أن الخطاب الروسي اتجاه أزمة العراق خطاب متوازن فرغم تأييد الحكومة الروسية للحكومة العراقية إلى أن موقفها من الاحتجاجات كان في صالح المحتجين حيث أبدت استعدادها للمساعدة في إيجاد تسوية لهذه الأزمة وهذا ما أكده الموقع في مضامينه وما أعلنته موسكو من أنها تعمل على مد جسور التواصل مع الحكومات والشعوب في المنطقة العربية.

2. الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الثانية (أزمة الحرب على الإرهاب)

جدول(3): يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الثانية (أزمة الحرب على الإرهاب)

المرتبة	%	التكرار	أزمة الحرب على الإرهاب	ت
الأولى	29.1	51	داعش يهدد أمن العراق	1
الثانية	24	42	القوات الأمريكية تستهدف الحشد الشعبي	2
الثالثة	15.4	27	الوجود الأمريكي يهدد أمن العراق	3
الرابعة	10.8	19	التدخلات الخارجية تهدد أمن العراق	4
الرابعة مكرر	10.8	19	أمريكا تدعم العراق في مواجهة التنظيمات الإرهابية	5
الخامسة	9.7	17	روسيا تدعم العراق في حربه على الإرهاب	6
	%100	175	المجموع	

احتلت فئة (داعش يهدد أمن العراق) المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (29.1%) ومثال ذلك ما نقله الموقع ونصه: "حذر مسؤولون أمنيون أكراد من أن تنظيم "داعش" يعيد تكثيف أنشطته في شمال العراق وقد يستعد لشن هجمات جديدة أوسع نطاقاً، بعد عامين من إنهاء وجود دولة "الخلافة الإسلامية" في أراضي البلاد" (RT، خبر، 2019/12/29)، ويأتي اهتمام روسيا بنشاط التنظيمات المسلحة العابرة للحدود ولاسيما تنظيم داعش لما يشكله عودة نشاط هذا التنظيم من تهديد للأمن الروسي القومي، وحصلت فئة (القوات الأمريكية تستهدف الحشد الشعبي) على المرتبة الثانية بنسبة (24%) ومثال ذلك ما ذكره الموقع ونصه: "أعلنت وزارة الدفاع الأمريكية أن قواتها الجوية نفذت غارات "دفاعية" على 5 أهداف تابعة لـ "كتائب حزب الله" المنضوية تحت لواء "الحشد الشعبي" في أراضي كل من العراق وسوريا رداً على الهجمات التي سبق أن استهدفت القواعد الأمريكية في العراق" (RT، خبر، 2019/30112)، إن تركيز الموقع على هذه الحادثة يأتي من باب التحريض على التدخلات العسكرية الأمريكية في العراق.

وجاءت فئة **(الوجود الامريكي يهدد امن العراق)** بالمرتبة الثالثة بنسبة (15.4%) ومثال ذلك ما نشر في الموقع عن بيان وزارة الخارجية الروسية الذي أعربت فيه: "عن قلق موسكو الشديد إزاء "تبادل الضربات" بين "كتائب حزب الله" ووحدات القوات الأمريكية المتمركزة في أراضي العراق. وتابع البيان أن "السلطات العراقية دانت الضربات الجوابية الأمريكية، واصفة إياها بأنها تمثل انتهاكا لسيادة البلاد وتهديدا لأمنها" (RT، خبر، 2019/12/30)، فقد عمد منتج الخطاب الدعائي في موقع الدراسة على إبراز المخاطر الأمنية المترتبة على الوجود العسكري الأمريكي على العراق وأن هذا الوجود غير مبرر. وحازت فئة **(التدخلات الخارجية تهدد امن العراق)** على المرتبة الرابعة بنسبة بلغت (10.8%) ومثال ذلك تصريح الخبير الأمني فاضل أبو رغيث والذي ورد في الموقع أن: "الهجوم التركي على سوريا يهدد الأمن القومي للعراق وسوريا ولبنان" (RT، خبر، 2019/10/13)، والفكرة التي يحاول منتج الخطاب إيصالها أن العراق هو ساحة لصراعات دولية وأنه يتأثر بالصراعات والأزمات الإقليمية المحيطة به كالأزمة السورية وأن لها انعكاسات أمنية خطيرة.

وجاءت فئة **(امريكا تدعم العراق في مواجهة التنظيمات الارهابية)** بالمرتبة الرابعة بنسبة مئوية بلغت (10.8%)، ومثال ذلك ما ذكرته وزارة الدفاع الأمريكية في بيان أصدرته والذي ورد في الموقع أن: "رود التقى في بغداد أيضا وزير الدفاع العراقي نجاح الشمري حيث أكد أهمية التعاون بين الدولتين في دحر التهديد المشترك المتمثل بتنظيم "داعش"، مشيدا بالعمليات المتواصلة لقوات الأمن العراقية في سبيل تفكيك شبكات "داعش" ومنع عودته" (RT، خبر، 2019/11/27)، وبالرغم أن الموقف الروسي رافض للوجود الأمريكي في العراق إلا أن الموقع لم يتجاهل الدعم الأمريكي للعراق في حربه ضد تنظيم داعش وهذا نابع من المشتركات بين العراق وأمريكا وروسيا في حربها على الإرهاب وأن داعش خطر يهدد الجميع وأيضا أن الدعم الأمريكي حقيقة لا يمكن إغفالها و أن إبراز هذا الدعم يعطي موقع الدراسة مصداقية وتوازن في أطروحاته. وجاءت فئة **(روسيا تدعم العراق في حربه على الإرهاب)** بالمرتبة الخامسة بنسبة بلغت (9.7%) فقد سعى منتج الخطاب في موقع الدراسة الى بيان الدعم الروسي للعراق في مواجهة التنظيمات الإرهابية.

3. الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الثالثة (أزمة تشكيل الحكومة)

جدول(4): يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية الثالثة (أزمة تشكيل الحكومة)

ت	أزمة تشكيل الحكومة	التكرار	%	المرتبة
1	وجود خلافات بين الكتل السياسية	44	36.9	الأولى
2	العملية السياسية في العراق غير مستقرة	35	29.4	الثانية
3	الفساد يهدد العملية السياسية بالعراق	19	15.9	الثالثة
4	روسيا ضد التدخلات السياسية الخارجية في شؤون العراق	8	6.7	الرابعة
5	الولايات المتحدة الأمريكية تنتهك سيادة العراق	7	5.8	الخامسة
6	روسيا تدعم العملية السياسية في العراق	6	5	السادسة
	المجموع	119	%100	

احتلت فئة (وجود خلافات بين الكتل السياسية) المرتبة الأولى بنسبة (36.9%) مثال ذلك ما صرح به مصدر في رئاسة الجمهورية العراقية وجاء في الموقع بخصوص اختيار مرشح لرئاسة وزراء قائلا: إن "أسماء كثيرة بدأت تطرح على الرئيس العراقي، لكن ما زالت هناك خلافات داخل الكتل السياسية" (RT، خبر، 2019/12/19)، فقد حاول الموقع التركيز على الخلافات السياسية في العراق وإظهارها على أنها أحد الأسباب الرئيسية في عرقلة تشكيل الحكومة، بينما حازت الفئة (العملية السياسية في العراق غير مستقرة) حصلت هذه الفئة على المرتبة الثانية ونسبة بلغت (29.4%) ومثال ذلك الخطوة التي أقدمت عليها إحدى الكتل السياسية بتعليق عضويتها في مجلس النواب العراقي مبررة إن: "هذه الخطوة جاءت "رفضاً لاستخدام السلطة التشريعية كأداة للفوضى أو ابتزاز السلطة التنفيذية وإعاقة عمل الوزراء بالتلويح بالاستجواب أو الإقالة لتمرير بعض الصفقات المشبوهة من قبل بعض الأطراف" (RT، خبر، 2019/10/4)، وهذا ما حاول موقع الدراسة إثباته من أن هناك صراع وأزمة بين السلطة التشريعية والتنفيذية يجعل من العملية السياسية في العراق غير مستقرة.

وحازت الفئة (الفساد يهدد العملية السياسية في العراق) على المرتبة الثالثة بنسبة (15.9%) ومثال ذلك ما صرح به زعيم التيار الصدري قائلا: "لم ولن أسمح بعودة الفاسدين بثوب آخر وبمسميات أخرى، وسنمنع كل الأحزاب والتيارات، كما منعنا التيار الصدري من التدخل في تشكيل الحكومة والمفوضية" (RT، خبر، 2019/1/12)، هنا حاول الموقع أن يبين أن حقيقة الفساد وحجم تأثيره في العراق وأنه بات التهديد الأبرز للعملية السياسية مستشهداً بطرف فاعل في العملية السياسية، وحصلت (روسيا ضد التدخلات السياسية الخارجية في شؤون العراق) الفئة على المرتبة الرابعة بـ (8) تكراراً وبنسبة بلغت (6.7%) ومثال ذلك تصريح المتحدث باسم الخارجية الروسية، (ماريا زاخاروفا) التي شددت على ضرورة أن: "يتم حل المشكلات السياسية الداخلية في هذا البلد بأيدي المواطنين العراقيين أنفسهم"، بعيداً عن أي تدخل خارجي.

وجاءت فئة (الولايات المتحدة الأمريكية تنتهك سيادة العراق) بالمرتبة الخامسة بنسبة بلغت (5.8%) ومثال ذلك تصريح الأمين العام لحركة عصائب أهل الحق قيس الذي رد فيه على بيان البيت الأبيض الداعي إلى إجراء انتخابات مبكرة في العراق قائلا: "أن تصريح البيت الأبيض "كشف عن حجم التدخل الأمريكي في الشأن العراقي" (RT، خبر، 2019/11/11)، فقد عمد الموقع إلى الاستشهاد بتصريحات سياسية من مسؤولين عراقيين تدلل على أن الولايات المتحدة تتدخل بشكل سافر وبصورة سلبية في تسيير العملية السياسية وتفاقم أزمة تشكيل الحكومة وهذا يكشف جانبا من الصراع الأمريكي الروسي في المنطقة العربية، وحازت فئة (روسيا تدعم العملية السياسية في العراق) على المرتبة السادسة بنسبة بلغت (5%) مستشهدا بتصريح الخارجية الروسية الذي أكدت فيه على: "النهج الثابت الداعم لوحدة وسيادة وسلامة أراضي الدولة العراقية، مع التأكيد على أهمية تعزيز التوافق العراقي - العراقي عبر حوار وطني شامل بما يخدم مصلحة القوى السياسية والمجموعات الإثنية والدينية الأساسية للبلاد" (RT، خبر، 2019/10/7)، وهذا يبين أن موقف روسيا الداعم للعراق هو موقف تاريخي ونابع من المصالح المشتركة للبلدين على اعتبار أن روسيا لديها مصالح اقتصادية كبيرة في العراق وأن استقرار العملية السياسية في العراق من مصلحة روسيا.

4. الأطر المرجعية:

جدول (5) يبين الأطر المرجعية في مضامين الازمات العراقية

المرتبة	%	التكرار	الأطر المرجعية	ت
الأولى	34.74	262	المرجعية السياسية	1
الثانية	17.50	132	المرجعية الأمنية	2
الثالثة	11.93	90	المرجعية العسكرية	3
الرابعة	11.14	84	المرجعية الانسانية	4
الخامسة	9.5	72	المرجعية القانونية	5
السادسة	7.5	57	المرجعية الدينية	6
السابعة	5.9	45	المرجعية الاجتماعية	7
الثامنة	1.5	12	المرجعية التاريخية	8
	100%	754	المجموع	

احتلت فئة (المرجعية السياسية) على المرتبة الأولى بنسبة بلغت (34.74%) ومثال ذلك استشهاد الموقع بالناطق الناطق الرسمي باسم الكرملين، دميتري بيسكوف، الذي قال إن: "الولايات المتحدة لم تخبر روسيا بقصف مواقع "لكتائب حزب الله" في العراق وسوريا" (RT، خبر، 2019/30112)، فقد أراد منتج الخطاب التدليل على صحة مضمونه بإسناده إلى مرجعية سياسية وهي الكرملين وهذا يعطي مؤشر على ارتباط الخطاب الدعائي بالخطاب السياسي، وجاءت فئة (المرجعية الأمنية) بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت (17.50%) ومثال ذلك ما ذكره موقع الدراسة: "وفي حين كان المتظاهرون يحاولون

اقتحام مبنى محافظتي الديوانية وذي قار أكد مجلس الأمن الوطني حقهم في التظاهر، مستكراً الأعمال التخريبية.. (RT)، خبر، 2019/10/2)، فقد ويأتي اعتماد الموقع على هذه المرجعية نتيجة طبيعة الازمات التي رافقتها أحداث أمنية فرضت الرجوع إلى جهات أمنية، كإزمة الاحتجاجات وما رافقها من صدامات بين القوات الأمنية والمتظاهرين وأحداث أخرى.

وجاءت فئة (المرجعية العسكرية) بالمرتبة الثالثة بنسبة بلغت (11.93%) ومثال ذلك ما ذكره الموقع في إطار تغطيته للقصف الأمريكي لمواقع الحشد والشعبي ما نصه: "ويجري هذا التطور بعد أن أكد البنتاغون، مساء الجمعة الماضي، مقتل متعاقد مدني أمريكي جراء ضربة صاروخية مكثفة على قاعدة "IK" الواقعة قرب كركوك والتي تحتضن قوات أمريكية" (RT، خبر 2019)، فقد اسند منتج الخطاب تبرير القصف الى مرجعية عسكرية هي وزارة الدفاع الأميركية البنتاغون، وجاءت فئة (المرجعية الإنسانية) بالمرتبة الرابعة بنسبة مئوية وصلت الى (11.14%) ومثال ذلك ما ذكره الموقع: "فيما أعلنت المفوضية العليا لحقوق الإنسان، عن مقتل أكثر من 48 متظاهرا وإصابة 2029 بينهم أفراد من قوات الأمن منذ انطلاق التظاهرات في العراق" (RT، خبر، 2019/10/4)، فقد استند موقع الدراسة على مفوضية حقوق الإنسان كمرجعية للاستدلال على أعداد القتلى والجرحى من المتظاهرين والقوات الأمنية خلال أزمة الاحتجاجات.

وحازت فئة (المرجعية القانونية) على المرتبة الخامسة بنسبة بلغت (9.5%) ومثال ذلك ما ذكره الموقع ونصه: "أصدر مجلس القضاء الأعلى في العراق بيانا بشأن التظاهرات، أكد فيه على حق التظاهر السلمي، المكفول بموجب الدستور" (RT، خبر 2019) فقد استند منتج الخطاب على بيان مجلس القضاء الأعلى الذي يعتبر مرجعية قانونية للتدليل على مشروعية التظاهر السلمي فالموقف الروسي أعطى مبرراً للتظاهرات واعتبرها مشروعة ولا ثبات ذلك كان لا بد من الاستشهاد بمرجعية قانونية، جاءت فئة (المرجعية الدينية) بالمرتبة السادسة بـ(57) تكراراً وبنسبة وصلت الى (7.5%) ومثال ذلك استشهاد الموقع ببيان المرجعية الدينية تعليقا على القصف الأمريكي لمواقع الحشد الشعبي الذي جاء فيه إن: "المرجعية الدينية العليا إذ تدن هذا الاعتداء الآثم الذي استهدف جمعا من المقاتلين المنضوين في القوات العراقية الرسمية وأدى إلى استشهاد وجرح عدد كبير منهم، فإنها تشدد على ضرورة احترام السيادة العراقية وعدم خرقها بذريعة الرد على ممارسات غير قانونية تقوم بها بعض الأطراف" (RT، خبر، 2019/10/4)، ويلاحظ أن منتج الخطاب وظف تصريح المرجعية الدينية لإثبات أن الوجود الأمريكي يهدد أمن العراق ومن أجل تحريك الرأي العام في العراق ضد هذا الوجود.

وجاءت فئة (المرجعية الاجتماعية) بالمرتبة السابعة بنسبة (5.9%) ومثال ذلك ما ذكره الموقع ونصه: "عبرت مجموعة من الفنانين العراقيين الشباب، عن تضامنها مع التظاهرات التي تشهدها البلاد، وأطلقت مجموعة أغاني داعمة لها

وللشباب في ساحات التظاهر" (RT، خبر، 2019/10/11)، فقد أراد الموقع التدليل على تأييد أطراف من المجتمع العراقي للتظاهرات فاستند الى مرجعية اجتماعية وهي مجموعة الفنانين. وجاءت فئة (المرجعية التاريخية) بالمرتبة الثامنة بنسبة بلغت (1.5%) ومثال ذلك استشهدا الموقع بتاريخ العلاقات العراقية الروسية ونصه: "وتربط العراق وروسيا منذ عهد الاتحاد السوفيتي علاقات وثيقة متميزة في مختلف المجالات، بما في ذلك التعاون العسكري-التقني وإنتاج النفط والطاقة الكهربائية والزراعة والري، بالإضافة إلى التعاون في مجال الثقافة والعلوم. أقيمت العلاقات الدبلوماسية بين الاتحاد السوفيتي السابق والعراق في سبتمبر 1944، ثم انقطعت في يناير عام 1955 بمبادرة من الحكومة العراقية، واستؤنفت العلاقات الدبلوماسية في يوليو عام 1958" (RT، خبر، 2029/11/24).

5. أساليب الدعاية التي استخدمت في الخطاب الدعائي الروسي إزاء الازمات العراقية:

جدول(6): يبين أساليب الدعاية التي استخدمت في الخطاب الدعائي الروسي إزاء الازمات العراقية

ت	أساليب الخطاب الدعائي	تكرار	%	المرتبة
1	اطلاق التسميات	215	22.65	الأولى
2	التسقيط	110	11.59	الثانية
3	الاتهام	108	11.38	الثالثة
4	التشويه	106	11.16	الرابعة
5	التبرير	101	10.64	الخامسة
6	استعراض القوة	57	6	السادسة
7	التحريض	57	6	السادسة مكرر
8	التهديد	55	5.7	السابعة
9	اثارة الخوف	51	5.3	الثامنة
10	التكذيب	37	3.8	التاسعة
11	التشكيك	21	2.2	العاشر
12	اطلاق الشعارات	17	1.7	الحادية عشر
13	التضليل	11	1.1	الثانية عشر
14	التهمك والسخرية	3	0.31	الثالثة عشر
	المجموع	949	%100	

احتل أسلوب (إطلاق التسميات) المرتبة الأولى بنسبة (22.65%) وجاء أسلوب (التسقيط) بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت (11.59%) وحاز أسلوب (الاتهام) على المرتبة بنسبة بلغت (11.38%) وجاء أسلوب (التشويه) بالمرتبة الرابعة بنسبة وصلت الى (11.16%) وجاء أسلوب (التبرير) بالمرتبة الخامسة بعد أن جمعت بنسبة بلغت (10.64%) وجاء أسلوب (استعراض القوة) بالمرتبة السادسة بنسبة (6%) وجاء أسلوب (التحريض) بالمرتبة السادسة مكرر بنسبة بلغت (6%) وفي المرتبة السابعة جاء أسلوب (التهديد) بنسبة بلغت (5.7%) وجاء أسلوب (اثارة الخوف) في المرتبة الثامنة بنسبة

(5.3%) وفي المرتبة التاسعة جاء أسلوب (التكذيب) بنسبة بلغت (3.8%) وفي المرتبة العاشرة جاء أسلوب (التشكيك) بنسبة (2.2%) وحاز أسلوب (إطلاق الشعارات) على المرتبة الحادية عشر بنسبة بلغت (1.7%) وفي المرتبة الثانية عشر جاء أسلوب (التضليل) بنسبة بلغت (1.1%) وجاء أسلوب (التهكم والسخرية) في المرتبة الثالثة عشر بنسبة بلغت (0.31%).

ويلاحظ أن الأساليب الدعائية التي استخدمها موقع الدراسة تباينت ما بين أساليب مباشرة معبرة عن وجهة النظر الروسية وغير مباشرة عمل خلالها منتج الخطاب على نقل الأساليب التي استخدمها أطراف الازمة والقوى الفاعلة فيها في إطار الصراع الذي دار بين هذه الأطراف والقوى.

ثانياً: فئات تحليل الشكل الرئيسية (كيف قيل؟)

1. فئة الاشكال الصحفية:

جدول(7): يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية (الاشكال الصحفية)

ت	فئة الاشكال الصحفية	تكرار	%	المرتبة
1	الخبر الصحفي	829	96.2	الأولى
2	التقرير الصحفي	26	3	الثانية
3	المقال الصحفي	6	0.6	الثالثة
	المجموع	861	%100	

احتلت فئة (الخبر الصحفي) المرتبة الأولى في فئة الاشكال الصحفية بنسبة بلغت (96.2%) وجاءت فئة (التقرير الصحفي) بالمرتبة الثانية بنسبة (3%) وجاءت فئة (المقال الصحفي) بالمرتبة الثالثة بنسبة بلغت (0.6%) وهذا يبين أن المضامين التي تناولت الأزمات كانت من فئة الخبر الصحفي بالدرجة الأولى.

2. فئة مصادر المعلومات:

جدول(8): يبين الفئات الفرعية لفئة (مصادر المعلومات)

المرتبة	%	تكرار	مصادر داخلية	ت
الأولى	29.9	268	مصدر ذاتي	1
الثانية	29.8	267	وكالات الأنباء	2
الثالثة	20	179	مراسل	3
الرابعة	8.7	78	مواقع الكترونية	4
الخامسة	6.8	61	مواقع التواصل الاجتماعي	5
السادسة	1.6	15	الإذاعة والتلفزيون	6
السابعة	1.2	11	الصحف والمجلات	7
الثامنة	1	9	وسائل اعلام (*)	8
التاسعة	0.7	7	مصادر مجهولة	9
	%100	(*)895	المجموع	

جاءت فئة (مصدر ذاتي) بالمرتبة الأولى في ترتيب مصادر المعلومات للموقع بنسبة بلغت (29.9%) فيما حصلت فئة (وكالات الأنباء) على المرتبة الثانية بنسبة (29.8%) وفئة (مراسل) جاءت بالمرتبة الثالثة بنسبة بلغت (20%) وحازت فئة (مواقع الكترونية) على المرتبة الرابعة بنسبة (8.7%) وجاءت فئة (مواقع التواصل الاجتماعي) بالمرتبة الخامسة بنسبة بلغت (6.8%) والفئة (الإذاعة والتلفزيون) بالمرتبة السادسة بنسبة بلغت (1.6%) في حين جاءت فئة (الصحف والمجلات) بالمرتبة السابعة بنسبة بلغت (1.2%) وحازت فئة (وسائل اعلام) على المرتبة الثامنة بنسبة بلغت (1%) وجاءت فئة (مصادر مجهولة) بالمرتبة التاسعة بنسبة بلغت (0.7%).

كما أن الموقع عمل على تنويع مصادر المعلومات من أجل توسيع مساحة المقبولية لمضامينه الدعائية فتنويع المصادر يجعل الخطاب الدعائي أكثر إقناعاً مما لو كان مصدراً واحداً بالإضافة إلى توظيف هذه المصادر بما يخدم توجهات منتج الخطاب ويجعل الجمهور المتلقي يعتقد أن هذه المصادر تنمهي مع توجهاته.

(*) يعود سبب إضافة هذه الفئة إلى أن الموقع لم يحدد في مضمونه نوع المصدر وإنما اكتفى بذكر وسائل اعلام.

(*) يلاحظ تخطي مجموع تكرارات مصادر المعلومات مجموع مضامين الازمة العراقية ويعود سبب الزيادة في المجموع إلى اعتماد الموقع في مضامين عديدة على أكثر من مصدر ينظر ملحق (3)

3. فئة الوسائط المتعددة:

جدول(9): يبين الفئات الفرعية لفئة (فئة الوسائط المتعددة)

المرتبة	%	تكرار	فئة الوسائط المتعددة	ت
الأولى	75.1	533	الروابط	1
الثانية	24.2	172	الفيديو	2
الثالثة	0.4	3	الانفوجرافك	3
الرابعة	0.1	1	النص المتشعب	4
	%100	709	المجموع	

احتلت فئة (الروابط) المرتبة الأولى في ترتيب الوسائط المتعددة للموقع بنسبة بلغت (75.1%) وجاءت فئة (الفيديو) بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت (24.2%) وجاءت فئة (الانفوجرافك) بالمرتبة الثالثة بنسبة (0.4%) في حين جاءت فئة (النص المتشعب) بالمرتبة الرابعة بنسبة بلغت (0.1%).

جدول(10): يبين انواع الصور

المرتبة	%	تكرار	الصور	ت
الأولى	38.3	254	سياسية	1
الثانية	22.7	151	شخصية	2
الثالثة	11.4	76	عسكرية	3
الرابعة	11	73	ارشيفية	4
الخامسة	8.8	59	انسانية	5
السادسة	7.5	50	أمنية	6
	%100	663	المجموع	

احتلت فئة (سياسية) المرتبة الأولى في ترتيب أنواع الصور بواقع بنسبة بلغت (38.3%) وجاءت فئة (شخصية) بالمرتبة الثانية بنسبة بلغت (22.7%) وجاءت فئة (عسكرية) بالمرتبة الثالثة بنسبة (11.4%) فيما حازت فئة (ارشيفية) على المرتبة الرابعة بنسبة (11%) وجاءت فئة (انسانية) بالمرتبة الخامسة بنسبة بلغت (8.8%) في حين جاءت فئة (امنية) بالمرتبة السادسة بنسبة بلغت (7.5%).

الاستنتاجات:

1. عمل منتج الخطاب الدعائي الروسي في موقع الدراسة فيما يتعلق بأزمة الاحتجاجات على بناء تصور للأزمة وأطرافها بناءً على تطور الأحداث وتصاعد وتيرتها فقام بتشخيص أسباب الاحتجاجات والمواقف الدولية منها سواء كانت مؤيدة أو معارضة وعمل على تقديم واقع انساني عن طريق إبراز مطالب المحتجين تمهيدا لأبداء الموقف الروسي الرسمي المتعاطف مع المحتجين وإمكانية التدخل الإيجابي لتسويتها.
2. أشارت بعض النتائج إلى أن التنظيمات الإرهابية لاسيما تنظيم داعش لا يزال خطراً يهدد امن العراق وكذلك التدخلات الخارجية كما أشارت الدراسة إلى أن الوجود الأمريكي في العراقي يشكل تهديداً لأمنه حسب وجهة النظر الروسية.
3. ارتكز الخطاب الدعائي الروسي على معطيات في تحديد أبعاد أزمة تشكيل الحكومة ولخصها بوجود خلافات بين أطراف العملية السياسية دفعت بالعملية السياسية إلى حالة من عدم الاستقرار وبوجود تدخلات خارجية أبرزها التدخل الأمريكي والفساد المستشري في مفاصل الدولة العراقية وانعكاساته على العملية السياسية وحدد الموقع موقف روسيا الرسمي من هذه الأزمة وأبعادها وفق ما تفتضيه مصالح روسيا في العراق.
4. بينت نتائج الدراسة وجود قوى فاعلة في الأزمات العراقية تنوعت أدوارها ما بين الإيجابية والسلبية وكانت الأدوار الإيجابية هي الغالبة على الأدوار السلبية ففي أزمة الاحتجاجات الشعبية تصدرت فئة المحتجون المرتبة الأولى في سلم الأدوار الإيجابية بينما تصدرت فئة القوات الأمنية سلم الأدوار السلبية أما في أزمة المواجهة مع التنظيمات الإرهابية فقد تصدرت فئة القوات الأمنية العراقية سلم الأدوار الإيجابية للقوى الفاعلة بينما تصدر تنظيم داعش سلم الأدوار السلبية وفي أزمة تشكيل الحكومة جاءت فئة المحتجون في المرتبة الأولى في سلم الأدوار الإيجابية بينما جاءت الحكومة العراقية بالمرتبة الأولى في سلم الأدوار السلبية وهذا يدل على أن القوى العراقية هي القوى الفاعلة الأبرز في الأزمات.
5. وظف الخطاب الدعائي الروسي عدة مراجع واحالات وشواهد لتدعيم خطابه وجاءت المرجعية السياسية بالمرتبة الأولى وجاءت تصدر المرجعية السياسية لارتباط جميع الأزمات بالمواقف السياسية وبدل هذا على أن منتج الخطاب في موقع الدراسة وظّف هذه الأطر المرجعية بما يتلاءم مع الموقف السياسي الروسي وهذا يشير إلى ارتباط الخطاب الدعائي بالخطاب السياسي.
6. اعتمد منتج الخطاب على الحجج والبراهين كمسارات للبرهنة وهذا يدل على أنه أراد اثبات وتدعيم وجهة نظره من الأحداث والقضايا التي رافقت الازمات العراقية ولمهاجمة خصومه ولكسب الجمهور العربي، وبناء جسور التواصل معه، وجاء مسار ربط الأحداث مع بعضها، بالمرتبة الأولى.

7. جاء أسلوب إطلاق التسميات في مقدمة الأساليب الدعائية التي استخدمها الخطاب الدعائي الروسي في موقع الدراسة وتباينت الأساليب ما بين أساليب مباشرة معبرة عن وجهة النظر الروسية وغير مباشرة ما يدل على أن منتج الخطاب عمل على نقل الأساليب التي استخدمها أطراف الأزمة والقوى الفاعلة فيها في إطار الصراع الذي دار بين هذه الأطراف والقوى.

8. قدم منتج الخطاب في موقع الدراسة روسيا كدولة داعمة للعملية السياسية ومؤيدة لتطلعات الشعب العراقي في نيل حقوقه المشروعة ومساندة للعراق في حربه على الإرهاب.

9. أظهرت نتائج الدراسة تنوع المواقع مصادر المعلومات ويستنتج من ذلك أن إدارة الموقع ارادت توسيع مساحة المقبولية لمضامينه الدعائية فتنوع المصادر يجعل الخطاب الدعائي أكثر اقناعاً مما لو كان مصدرًا واحد، بالإضافة إلى توظيف هذه المصادر بما يخدم توجهات منتج الخطاب ويجعل الجمهور المتلقي يعتقد أن هذه المصادر تتماهى مع توجهاته.

قائمة المصادر والمراجع:

- أنا بورشفسكايا ، و كاترين كليفلاند. "الدعاية العربية التي تقوم بها روسيا-ماهيها واهميتها." معهد واشنطن. كانون الاول، 2018.
https://www.washingtoninstitute.org/uploads/Original_Russias_Arabic_Propaganda_What_It_Is_Why_It_Matters.pdf.
- رجاء احمد ال بهيش. "سيمياء الخطاب الدعائي (اطروحة دكتوراه)." كلية الاداب: جامعة بغداد، 1998. 283.
- رفيق سكري. دراسة في الرأي العام والاعلام والدعاية. طرابلس: جروس برس، 1991.
- سحر خليفة سالم. "اساليب الدعاية الامريكية والعراقية في حرب الخليج الثالثة (رسالة ماجستير)." بغداد، كلية الاعلام: جامعة بغداد، 2005. 42.
- سعد سلمان المشهداني. الدعاية الصهيونية في العراق. بغداد: دار الشؤون الثقافية: افاق عربية، 2001.
- صادق عبود لفته. "اساليب الدعاية الروسية الموجهة الى المناطق العربية قناة روسيا اليوم انموذجا (رسالة ماجستير)." كلية الاعلام: جامعة بغداد، 2016.
- عبد اللطيف حمزة. الاعلام والدعاية. القاهرة: دار الفكر العربي، 1984.
- عدنان عبد عبد الحسن. "الدعايتان الروسية والامريكية في الصحافة الالكترونية ازاء معركة حلب-دراسة مقارنة لموقعي روسيا اليوم والحررة (رسالة ماجستير)." كلية الاعلام: جامعة بغداد، 2018.
- فريد حاتم الشحف. الدعاية والتضليل الاعلامي الاساليب والطرق. دمشق: دار علاء الدين، 2015.
- كريستوفر بول، و ميريام ماثيوز. "نموذج الدعاية الروسية:خرطوم الابابيل." مؤسسة RAND. 2016.
https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/perspectives/PE100/PE198/RAND_PE198z2.arabic.pdf.
- محمد شومان. تحليل الخطاب الاعلامي اطر نظرية ونماذج تطبيقية. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2007.
- محمد عبد الحميد. بحوث الصحافة. القاهرة: عالم الكتب، 1992.
- محمد منير حجاب. الدعاية السياسية وتطبيقاتها قديما وحديثا. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002.
- موقع RT. خبر. 11 1، 2019. <https://ar.rt.com/mn9r> (تاريخ الوصول 8 1، 2020).
- خبر. 28 10، 2019. <https://ar.rt.com/mmbv> (تاريخ الوصول 8 2، 2020).
- خبر. 2 10، 2019. <https://ar.rt.com/mh80> (تاريخ الوصول 30 7، 2020).
- خبر. 9 10، 2019. <https://ar.rt.com/mhcl> (تاريخ الوصول 18 7، 2020).
- خبر. 23 12، 2019. <https://ar.rt.com/my2v> (تاريخ الوصول 12 7، 2020).
- خبر. 2 11، 2019. <https://ar.rt.com/mnew> (تاريخ الوصول 10 7، 2020).
- خبر. 11 12، 2019. <https://ar.rt.com/mvlq> (تاريخ الوصول 9 7، 2020).
- "خبر." 15 11، 2019. <https://ar.rt.com/mq61> (تاريخ الوصول 13 7، 2020).
- خبر. 30 10، 2019. <https://ar.rt.com/mmx4> (تاريخ الوصول 2 8، 2020).
- خبر. 7 12، 2019. <https://ar.rt.com/musu> (تاريخ الوصول 15 7، 2020).
- خبر. 29 11، 2019. <https://ar.rt.com/mt32> (تاريخ الوصول 24 7، 2020).
- خبر. 29 12، 2019. <https://ar.rt.com/mzeo> (تاريخ الوصول 16 7، 2020).

- خبير. 13 10 2019. <https://ar.rt.com/mj6k> (تاريخ الوصول 19 7 2020).
- خبير. 27 11 2019. <https://ar.rt.com/mson> (تاريخ الوصول 24 7 2020).
- خبير. 19 12 2019. <https://ar.rt.com/mxb4> (تاريخ الوصول 22 7 2020).
- خبير. 4 10 2019. <https://ar.rt.com/mhq6> (تاريخ الوصول 27 7 2020).
- خبير. 12 1 2019. <https://ar.rt.com/mtdw> (تاريخ الوصول 12 7 2020).
- خبير. 11 11 2019. <https://ar.rt.com/mpay> (تاريخ الوصول 25 7 2020).
- خبير. 7 10 2019. <https://ar.rt.com/mi5y> (تاريخ الوصول 17 7 2020).
- خبير. 2 10 2019. <https://ar.rt.com/mhdc> (تاريخ الوصول 23 7 2020).
- خبير. 29 12 2019. <https://ar.rt.com/mzh5> (تاريخ الوصول 13 7 2020).
- خبير. 4 10 2019. <https://ar.rt.com/mhqr> (تاريخ الوصول 14 7 2020).
- خبير. 26 10 2019. <https://ar.rt.com/mloe> (تاريخ الوصول 27 7 2020).
- خبير. 30 12 2019. <https://ar.rt.com/mzmq> (تاريخ الوصول 28 7 2020).
- خبير. 11 10 2019. <https://ar.rt.com/miw6> (تاريخ الوصول 23 7 2020).
- خبير. 24 11 2019. <https://ar.rt.com/ms2n> (تاريخ الوصول 9 7 2020).
- خبير. 30 12 2019. <https://ar.rt.com/mzpk> (تاريخ الوصول 11 7 2020).
- خبير. 30 12 2019. <https://ar.rt.com/mznu> (تاريخ الوصول 16 7 2020).
- خبير. 27 10 2019. <https://ar.rt.com/mm1v> (تاريخ الوصول 7 7 2020).
- خبير. 30 12 2019. <https://ar.rt.com/mzkt> (تاريخ الوصول 16 7 2020).
- خبير. 7 10 2019. <https://ar.rt.com/mi1p> (تاريخ الوصول 10 7 2020).

موقع RT. خبير، 27 10 2019.

نضال فلاح الضلاعين، و اخرون. الدعاية والحرب النفسية. عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014.

هاني الرضا، و رامز عمار. الرأي العام والاعلام والدعاية. المجلد 2. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2013.

يسرى خالد ابراهيم، و ولاء محمد علي. "مضامين الخطاب الدعائي الروسي ازاء المنطقة العربية دراسة تحليلية لخطابات السياسة الروس في قناة روسيا اليوم." وقائع المؤتمر الدولي: الاعلام والتحوليات السياسية في الشرق الأوسط. جامعة اليرموك، 2017. 15.