

توظيف المنشورات الدعائية في الحرب النفسية دراسة تحليلية للوسائل والاساليب والاستمالات (معارك الموصل إنموذجا)

أ.م.د. سهام الشجيري

جامعة بغداد - كلية الإعلام

المستخلص:

يهدف هذا البحث الموسوم الى التعرف على اساليب الدعاية والاقناع والاستمالات التي تم استخدامها في معارك الموصل، من خلال المنشورات التي اقتها القوات الجوية المسلحة سواء على الجمهور أم على الارهابيين في الارض، وتعد المنشورات من الوسائل الدعائية التقليدية، تلجأ إليها الدول المتحاربة، بهدف تخويف العدو واضعاف معنويات جنوده او سكانه، ولخلق حالة من الخوف والرعب وزعزعة الثقة لدى الجمهور المستهدف، وتلقى المنشورات عادة عبر الطائرات أو البالونات وبكميات كبيرة قد تصل الى الملايين، وتعد ادوات ملائمة للدعاية، إذ تمكنت الباحثة من الحصول على (١١٥) نصا لمنشور حصلت على نسخ نصوصها من وزارة الدفاع العراقية، لتكريس الجهد الدعائي من اجل تحقيق الاهداف المطلوبة ويدعم رغبة القوات العراقية المسلحة في تحرير المدن من داعش، فأهمية البحث وهدفه تتبع من أنه محاولة بحثية للتعرف إلى اساليب الدعاية ووسائلها واستمالاتها المتبعة في المنشورات، وخرجنا بعدة استنتاجات ذكرت في نهاية البحث :

كلمات مفتاحية: المنشورات، الدعاية، الحرب النفسية، الاستمالات، معارك الموصل.

توظيف المنشورات الدعائية في الحرب النفسية

أولاً: المقدمة:

فسحت العلاقة بين المنشورات والدعاية كإحدى وسائل الحرب النفسية المجال للاقتزان بين النظريات النفسية والإعلامية، كما فسحت المجال لظهور أشكال أخرى من التلاحق بين الإعلام وعلم النفس وخاصة الصحافة، في التعامل مع الوقائع والأحداث، مولودة عند ملتقى تلك النظريات، ذلك أن مقاربتها مع بعضها، وإخضاعها للتحليل العلمي، وفق النسق المعرفي يكشف عن قراءات متميزة وفق ما تلعبه الاساليب الدعائية ومنها المنشورات من أدوار ملحوظة في مختلف القضايا، إذ تعد المنشورات إحدى وسائل الحرب النفسية في عالم اليوم المليء بالصراعات، واقتزانها بالصحافة الورقية التي تعزز توظيف المنشورات الدعائية في الحروب النفسية، ويعد احيانا من أهمها، وأستخدمت المنشورات بشكل فعال ومؤثر في مختلف الحروب ابتداء من الحرب العالمية الاولى وإلى يومنا هذا، وتفنن الخبراء في تصميمها وإعدادها، وشهدت بعض الحروب تقنيات مختلفة جديدة على

عكس ما هو مألوف منها، من حيث الاسس النفسية المعتمدة في إعدادها وتصميمها وأخراجها والقاؤها على الخصم، أو إستمالة الجمهور الذي يقع تحت يد العدو، بعدها صحافة متنقلة فاعلة تجاه استخدامهما في الحروب والصراعات لسهولة نشرها وتوزيعها، وتسهم المنشورات إلى جانب أساليب الحرب النفسية الأخرى إلى مس وإثارة عواطف أفراد الخصم من خلال مادتها، وبما تحمل من أخبار منتقاة ومنسقة ومعدة وفق أسس نفسية وقادرة على النفاذ إلى العقل والنفس، وإرشادات وتحذيرات وتنبهات وفق مسارات الحروب ومقاصدها النفسية، ولذا فإن الحرب على الارهاب أخذ بعدا واضحا في العمليات النفسية الموجهة لـ(داعش)، والعمليات النفسية الموجهة لأهل الموصل، فالمنشورات الدعائية، كانت أحد أهم الاساليب الصحفية في معارك الموصل، فضلا عن إلقاء المنشورات فأن طائرات القوة الجوية العراقية ألقت عشرات الآلاف من الصحف والمجلات وأعداد خاصة من صحيفة الخيمة التي تصدرها وزارة الدفاع العراقية، تحمل أخبارا مهمة، وتحيط السكان بالمستجدات والحقائق والانتصارات، متضمنة توصيات وأرشادات لأهالي الموصل، وأخبار انتصارات القوات المسلحة وأبناء إنكسار عصابات داعش الارهابية وإنهزامها، فضلا عن إلقاء الأعلام العراقية بشكل ورقي، وإلقاء بطاقات الامان للمواطنين التي تستخدم أثناء خروج العوائل من المناطق الأمنة أثناء المعارك، تحث المواطنين للاستماع الى تردد الراديو وتوصيات بالحفاظ على ابنائهم من عدم التقرب من المدارس والمعسكرات والابتعاد عن مقرات داعش لأنها ستكون أهداف منتخبة للطيارين العراقيين.

ثانيا- أهمية البحث والحاجة إليه:

تتبع أهمية هذا البحث من عدة عوامل مترابطة، وذلك على النحو الآتي:

١- يعد البحث محاولة بحثية للتعرف على القضايا المطروحة في المنشورات وأساليبها ووسائلها الصحفية المختلفة المتبعة خلال المدة المحصورة بين احتلال الموصل وتحريرها، بعدها أسلوب دعائي عاجل.

٢- إرتباطه بالتوثيق السياسي والتاريخي لتوظيف المنشورات الدعائية في الحرب النفسية.

٣- تتأكد أهمية البحث من واقع أهمية الوقوف على الأساليب والوسائل وتأثيرهما، وهو ما يمنحنا فرصة لفهم الآليات التي أستخدمت إليها القائم بالاتصال في إلقاء المنشورات من أجل الوصول إلى فهم أكبر لتوظيفها في صحافة الحرب النفسية.

٤- إستقراء الخصائص الدعائية والنفسية في مضمون صحافة المنشورات.

٥- إظهار دور المنشورات الدعائي في الحرب النفسية المتبعة، بعدها أدوات ملائمة للدعاية.

٦- تتضح أهمية البحث من واقع ما تكشف عنه دراسة المنشورات بتأثيرها كأسلوب دعائي سهل ومضمون لإيصال التوجيهات والإرشادات حين يتعذر الوصول إلى تنبيه الجمهور.

ثالثاً- مشكلة البحث: تحددت مشكلة البحث وفقاً للمعايير العلمية بالتساؤلات الآتية:

- ١- ما الموضوعات والقضايا المستخدمة في مضامين المنشورات؟
- ٢- ما الأشكال اللغوية المستخدمة في المنشورات؟
- ٣- ما أنواع الحروف المستخدمة في المنشورات؟
- ٤- ما اتجاهات المنشورات المستخدمة؟
- ٥- ما الاستمالات العاطفية والعقلانية المستخدمة في المنشورات؟
- ٦- ما أشكال المنشورات المستخدمة من ناحية حجم الورقة والحرف؟
- ٧- ما أهم الصفات والأفعال التي أظهرتها المنشورات؟
- ٨- ما طبيعة الصور المستخدمة في المنشورات؟
- ٩- ما القوى الفاعلة في مضامين المنشورات؟
- ١٠- ما الرسوم التوضيحية التي ابرزتها المنشورات؟

رابعاً- هدف البحث:

يستهدف البحث التعرف على الاسس التي يتم توظيفها دعائياً وفق الحرب النفسية يتم بموجبها استخدام صحافة المنشورات، لذا تحدد الهدف الرئيس للبحث في التعرف على المضامين المختلفة للمنشورات، إذ تمثل إشكالية نظرية وعلمية تتطلب البحث والمناقشة، الأمر الذي يعطى أهمية كبرى للتركيز على المضامين والقضايا المستخدمة في المنشورات كأساليب دعائية في الحرب النفسية عاجلة ومؤثرة، عن طريق تحليل مضمون المنشورات شكلاً ولغة للمدة من (١٧/١٠/٢٠١٦ - ١٠/٧/٢٠١٧) وهي المدة المحصورة بين البدء بتحرير الموصل، وتحريرها بالكامل، والافترات المرتبطة بإلقاء المنشورات، لذلك تحدد هدف البحث في الإجابة عن التساؤلات التي طرحتها المشكلة وكالاتي:

- ١- التعرف على الموضوعات والقضايا المستخدمة في المنشورات.
- ٢- الوقوف على الأشكال اللغوية المتبعة في المنشورات.
- ٣- رصد انواع الحروف المستخدمة في المنشورات.
- ٤- الاطلاع على اتجاهات المنشورات.
- ٥- الكشف عن الاستمالات العاطفية والعقلية المستخدمة في المنشورات.
- ٦- إظهار أشكال المنشورات المستخدمة من ناحية حجم الورقة والحرف.
- ٧- تحديد الصفات والأفعال التي عكستها المنشورات.
- ٨- معرفة طبيعة الصور المستخدمة في المنشورات.
- ٩- الوقوف على القوى الفاعلة في مضامين المنشورات.
- ١٠- رصد الرسوم التوضيحية التي بينتها المنشورات؟

خامسا - منهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية التي تسعى إلى تجاوز وصف المحتوى الظاهر للرسالة الاتصالية إلى الكشف عن المعاني الكامنة، والاستدلال على الأبعاد المختلفة للظاهرة الاتصالية، للوصول إلى نتائج تحليلية دقيقة ومفيدة في مجال إثراء الدراسات البحثية الوصفية المقدمة التي تعتمد على التحليل الكيفي في كشف أبعاد القضايا محل البحث، كما يستخدم البحث منهج المسح في مستوييه الوصفي (Descriptive) والتحليلي (Analytical) لوصف وتحليل التصورات المطروحة في المنشورات مع وصف وتحليل مضمونها ووسائلها وأساليبها، وإستمالاتها، ومفرداتها، كونها مادة صحافية خلال مدة زمنية معينة وهذا المنهج يمثل جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على البيانات والمعلومات عن الظاهرة موضوع البحث كونها أساليب دعائية في الحرب النفسية، ويعد هذا البحث أيضاً من البحوث الاستطلاعية التي تنتمي إلى الدراسات الوصفية التفسيرية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بموضوع البحث.

سادسا - مجالات البحث ومجتمعه: حدد البحث مجالين هما المجال الزماني المتمثل بالمدة من (١٧/١٠/٢٠١٦ - ١٠/٧/٢٠١٧) والمجال الموضوعي المتمثل بالمنشورات التي لقتها الطائرات العراقية على مدينة الموصل قبل وأثناء تحريرها، أما مجتمع البحث فتمثل في جميع نصوص المنشورات من التي تم القاؤها بأوقات متفاوتة قصيرة وبعدة أثناء المدة المحددة، وتحدد إجراءات البحث بالآتي:

١- التحليل الدلالي: لجمع البيانات الخاصة بتحديد الحقول الدلالية التي تبرز التصورات التي تطرحها المنشورات عن طريق تحليل الكلمات والجمل والصور فيها خلال مدة البحث وتوزيعها على الحقول الدلالية المختلفة.

٢- نصوص المنشورات نفسها: لجمع البيانات الخاصة بتحديد مضامينها وأساليبها ووسائلها وإستمالاتها.

٣- الأطر المرجعية التي أستخدمت إليها المنشورات، والإطار الدلالي للمفردات المستخدمة ومستويات المنشور المستخدم.

٤- القوى الفاعلة: الصفات والأفعال والأدوار المنسوبة لأطراف المواجهة التي ركزت عليها المنشورات.

٥- تحليل المضمون الكمي والكيفي: بهدف تحليل وتفسير المنشورات من خلال تحويل المؤشرات الكمية الدقيقة إلى نتائج كيفية.

وقد تمكنت الباحثة من الحصول على (١١٥) نصا لمنشور حصلت على نسخ نصوصها من وزارة الدفاع العراقية، وجدت أنها يمكن أن تقي بمتطلبات البحث وتجيب عن

تساؤلاته المطروحة، وتوفر إمكانية تحديد قضاياها، وأبرز ما تضمنته المنشورات وأساليبها ووسائلها، وتحديد عناصر الاستمالات العاطفية والعقلانية، والتخوفية، إذ قامت بإخضاع كل منشور منها للتحليل، وهو ما يمكن أن نعهده عينة صدفة فضلا عن أهميتها التي تكمن في الآتي:

- ١- أن تحليل مضمون المنشورات يحدد مدركات المتلقين تجاه ما مطلوب منهم.
- ٢- تعد صحافة المنشورات رسائل دعائية في الحرب النفسية مباشرة واضحة وصريحة، تعبر عن إدراك الجهات المعنية وموقفهم ووجهات نظرهم تجاه المتلقين وما ينتج عنه من وصايا وتحذيرات، وإرشادات لحمايتهم وإنقاذهم من الإرهابيين، مما يتيح للباحث رصد ذلك.
- ٣- اللقاء المنشورات يحفز الأهالي على إبعاد المسلحين من المدينة أو تركهم ل منازلهم، كي لا يكونوا عرضة للضربات الجوية، مما يرسم ملامح حاجات المتلقين ومطالباتهم من خلال الالتزام بمضمون المنشور والذي يتيح فرصة كاملة للباحث لدراسة كافة أبعاد الظاهرة محل البحث، وباستخدام أسلوب الحصر الشامل الذي وجدت فيه الباحثة تمثيلا لبحث متغيرات موضوعة المنشورات التي تلقى الطائرات على مدينة الموصل والتي تميز طابعها بالتحذيرات المختلفة لكي تضمن الآتي:

- أ- إرباط الحصول على المنشورات وتحليلها بهدف البحث.
- ب- الالتزام بالموضوعية والابتعاد عن التحيز غير المقصود في إختيار عينة المنشورات.
- ج- تثبيت البيانات الخاصة بالعينة وفق المؤشرات الدالة لمعاني المنشور الواحد الذي تم إختياره من أجل السعي إلى الوصف الدقيق للمنشور وتحليله.
- سابعاً- أداة جمع بيانات البحث:

١- استمارة تحليل المضمون: قامت الباحثة بإعداد إستمارة لتحليل مضمون المنشورات الدعائية تتضمن الموضوعات التي تناولتها هذه المنشورات، وأعدت نموذجاً لجمعها وتحليلها، أعتمد في تصنيفه على تصميم إستمارة تحليل المضمون بما يتناسب وأهداف البحث.

٢- الصدق: أستعملت الباحثة طريقة الصدق الظاهري للوصول الى صدق الاستمارة، وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين^(*) لإختيار مدى ملائمتها لتحقيق أهداف البحث ومدى صلاحيتها لقياس متغيرات البحث، وعملت الباحثة على إجراء التعديلات التي أبدوها المحكمين على إستمارة التحليل، والأخذ بالملاحظات التي أبدوها على الصيغة الاولى للاستمارة.

٣- الثبات: يقصد بهذا الاختبار مدى ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات، والتأكد من درجة الاتساق العالية لها بما يتيح قياس ما تقيسه من ظاهرات ومتغيرات بدرجة عالية من الدقة^(١)

وتم اختيار الثبات كالاتي:

-قامت الباحثة بتعريف فئات التحليل وشرح وحدات التحليل لمحلل آخر^(**) والذي قام بتحليل عينة بلغت ١٠% من مجموع المواد التي خضعت للتحليل والتي سبق للباحثة أن قامت بتحليلها.

-اعتمدت الباحثة معادلة هولستي من أجل اختبار الثبات والوصول إلى درجة الاتساق في التحليل، والمعادلة كالاتي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2}{n} / \frac{1}{n} + 2$$

٢ن=عدد الحالات التي يتفق عليها الباحثان.

١ن=عدد الحالات التي توصل اليها الباحث الاول.

٢ن=عدد الحالات التي توصل اليها الباحث الثاني.

وبعد تطبيق المعادلة بلغ معامل الثبات للدراسة التحليلية (٩٣%).

ثامنا - إجراءات التحليل: تم إجراء التحليل على النحو الآتي:

-وحدات التحليل: يشير مصطلح وحدة التحليل الى الوحدة التي يتم وصفها بواسطة البيانات التي نقوم بجمعها^(٢) وقد تم تحديد وحدة الموضوع أو القضية وأعمالها لأجل تصنيف الموضوعات أو القضايا التي تناولتها المنشورات عينة البحث من أجل إخضاعها للتحليل وفق فئات المضمون ماذا قيل؟ وكيف قيل؟.

١- فئات تحليل المضمون التي تجيب عن سؤال (ماذا قيل؟) وتضمنت الفئات الآتية:

أ-فئة الموضوعات أو القضايا: تتضمن الموضوعات والقضايا التي تناولتها بالمنشورات وتم تصنيفها كالاتي:

-الموضوعات والقضايا الوطنية: وتعني التركيز على الهوية العراقية والولاء للعراق الواحد.

-الموضوعات والقضايا الامنية: التي تركز على الجانب الامني في المنشور، سواء كان ارشادا أو تنبيها، أو توجيها، أو تحذيرا، أو تشجيعا.

-الموضوعات والقضايا الاجتماعية: إبراز النص والصورة لقضايا إجتماعية تؤثر على المتلقي وتشده نحو مدينته ومجتمعه ليساهم في طرد المعتدين.

-الموضوعات أو القضايا الدينية: إظهار الموضوعات التي تبرز الدين والمعتقدات الدينية في نص المنشور سواء أكانت حديث شريف، أم نص تاريخي، أم مواظ، أم آيات قرآنية.

ب-فئة اللغة التي تمت بها كتابة الموضوعات التي تناولتها المنشورات، مثل اللغة العربية الفصحى، والجمع بين اللغة الفصحى والعامية العراقية.

ج-فئة إتجاه المنشور: تعمل هذه الفئة على تحديد إتجاه مضمون المنشور، مثل إتجاه مع العراق كوطن، إتجاه مع القوات العسكرية، إتجاه ضد عصابات داعش، إتجاه مع الدولة

العراقية.

ح- فئة الأساليب اللغوية: الطريقة التي يتم بها أداء المعنى المقصود، ولكل معنى مُراد أسلوبٌ خاصٌ به يميزه عن غيره، وتضمنت المنشورات أساليب: أسلوب النداء والتوكيد والتطمين للمواطنين، أسلوب التذكير والتحذير والتشجيع للمواطنين، أسلوب التهديد والوعيد والتهكم على العدو، جميع الأساليب المذكورة سلفاً.

خ- فئة العمليات النفسية الموجهة لأطراف الأزمة: تعمل الفئة على الوقوف على العمليات النفسية الموجهة لأهالي الموصل، والعمليات الموجهة لداعش.

- العمليات النفسية الموجهة لداعش.

- العمليات النفسية الموجهة لأهل الموصل.

٢- فئات تحليل الشكل التي تجيب عن سؤال (كيف قيل؟) وتضمنت:

- فئة الشكل: الاشكال التي قدمت فيها الموضوعات أو القضايا التي تضمنتها المنشورات ك(حجم ورقة المنشور، الصور، حجم الحرف، الالوان، رسوم توضيحية).
أ- فئة حجم المنشور: وتضمنت الفئات الفرعية الآتية: نصف ورقة A4، ورقة A4، منشور بحجم عملة الدولار.

ب- أعلى وتذييل المنشور: تتضمن الفئات التي تناولتها المنشورات وهي، الشعار الجمهوري بوسط صفحة المنشور مع شعار وزارة الدفاع، شعار رئاسة اركان الجيش/ دائرة العمليات/ مديرية الاستخبارات العسكرية، مجلس الامن الوطني/مستشارية الامن الوطني/ الخلية الوطنية للعمليات النفسية.

ج- الالوان: تتضمن الفئات الفرعية التي تناولتها المنشورات، كاللون الابيض والاسود ، ومجموعة الوان، الاخضر (الخاكي) + الاحمر + الازرق، الاحمر الفاتح + الاخضر.

د- رسوم توضيحية: وتتضمن مخططات ورسوم توضح امرا ما يتناوله المنشور مثل الرسوم التوضيحية التي تطالب بعدم التردد لامكنة وطرق غير آمنة، ورسوم توضيحية لتحديد الهدف للدخول لصفحة الابلاغ عن الدواعش عبر البريد الالكتروني، ارقام هواتف مجانية وعامة للتعاون مع القوات الامنية.

- فئة موقع الموضوع أو القضية من المنشور بشكل عام: تتضمن تحديد المضمون سواء كان في أعلى الصفحة أو في منتصفها أو أنه توزع على صفحة المنشور بشكل كلي.

- فئة الصور: وتتضمن الصور المصاحبة للمنشور وتم تقسيمها كآتي:

أ- صور ذات مضمون ديني: كصور الجوامع والكنائس، وسور من القرآن الكريم.

ب- صور ذات مضمون وطني: كصور تفعل قضايا الولاء للهوية الوطنية.

ج- صور ذات مضمون تاريخي: ترصد تاريخ العراق منذ القدم بكل آثاره وحضارته.

د- صور ذات مضمون اجتماعي: تلامس روح تمسك المواطن ببيئته وتكوينه المجتمعي.
- فئة حجم الحرف: ويتضمن حجم الحرف الذي تمت كتابة المنشور بواسطته (حجم الحرف مثل: ١٤، ١٦، ١٨، ٢٠...).

- فئة الصفات والأفعال المستخرجة من مضامين المنشورات:
أ- للقوات المسلحة (الابطال المنتصرون النشامى، حماة المقدسات المقاومون، مخلصون، عراقيون وطنيون، ثأرون للشهداء وللمواطنين)
ب- للدو عش (مجرمون وقتلة وعصابات، إرهابيون ومتوحشون، همجيون وجهلة، مارقون وضالليون، تكفيريون وكفرة، مفسدون ومخربون، كالوباء والورم).
ج- لالهالي (موالون لعراقيتهم ووطنهم حماة لمدنهم واهلهم، مساندون للقوات المسلحة محاربون لطرد الارهابيين، مساهمون بطرد داعش للنار لشهادتهم ومحررون لأهلهم، مصرون على خلق الامل لعوائلهم ومدنهم الصامدة)
- فئة الاستمالات: تتضمن الاستمالات العاطفية، الاستمالات العقلية، استمالات التخويف، وهي:

١- الاستمالات العاطفية التي أبرزتها المنشورات: تستهدف الاستمالات العاطفية التأثير على وجدان المتلقي وإنفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائل بالاتصال وأبرزها: (إثارة العاطفة في الانتماء للوطن، تحذير السكان من المجاميع الارهابية، جذب الانتباه لخلق الاستعداد لطرد الارهابيين، الدعوة لحفظ أمن الناس، توظيف الدين، جميع ما تم ذكره أعلاه).

٢- الاستمالات العقلانية: تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتنفيذ الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة، وتتنوع وتتعدد أساليب الإقناع المستخدمة في الأساليب الدعائية في الحرب النفسية لإقناع المتلقي بمضمونها، وهناك العديد من الاعتبارات التي تؤدي إلى إختيار أسلوب معين لتقديم نصوص المنشورات، وإستخدام نوع معين من الاستمالات، بما يتوافق وطبيعة الموضوع وخصائص المتلقي ومن تلك الأساليب الإقناعية: تقديم حجج إقناعية وإظهار القوة والتقدم العسكري، ودعوة الاهالي للالتحاق بالقوات المسلحة لحفظ امنهم، وإبراز الاحتياجات العاجلة للاهالي ورفع معنوياتهم، والاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية لتنفيذ وجهة النظر الأخرى، والاستشهاد ببطولات العراقيين والتشجيع على التصدي للارهابيين، وتقديم أدلة وشواهد على إجرام داعش.

٣- استمالة التخويف: تعمل استمالات التخويف على تنشيط الاثارة العاطفية لدى المتلقي مثل: إثارة خوف الناس من المجاميع الارهابية، وتحذير الناس من جرائم داعش، وإثارة خوف الناس من المجاميع الارهابية، وتحذيرهم من جرائم داعش الارهابية، وتشكيل حافز

للاهالي يستجيب به للنداء لشدة الحدث، وتوصيف جرائم داعش للاهالي، وخلق توقعات بإمكان تجنب الاخطار لتقليل التوتر، وتؤدي استمالة التخويف الى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين:

أ-شدة الاثارة العاطفية تشكل حافزا لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة.

ب-توقعات الفرد بإمكانية تجنب الاخطار لتقليل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة.

تاسعا-تحديد المفاهيم والمصطلحات:

١-المنشورات: وسائل إعلامية واسلوب من اساليب الحرب النفسية تستخدم اللغة المكتوبة على اوراق بأحجام واللوان مختلفة تقذف على الخصم لزعزعة معنوياته وتغيير اتجاهاته ودعوته للهرب والاستسلام، او تقذف على السكان المدنيين لطمأنتهم وتحذيرهم من العدو.

٢-دعاية: نشر آراء ووجهات النظر التي تؤثر في الافكار او السلوك او كليهما معا" للتاثير على الشخصيات او السيطرة على سلوك الافراد.

٣-حرب نفسية: مجموعة من الاساليب الاعلامية والدبلوماسية والاقتصادية والنفسية المختلفة التي تتبعها جهة ما تجاه طرف اخر، بغرض تقليل كفاءة عوامل نجاح وكفاءة العمل، وتحييد التأييد الداخلي أو كسبه، والعمل على تأصيل روح الهزيمة او الازعاج في المعنويات واستحالة استمرار المواجهة، وغالبا ما تكون بشكل مخطط ومنظم، وتدرجي يتصاعد بحسب الرد الإعلامي أو العسكري او المعلوماتي للعدو.

٤-الموصل: ثاني اكبر المدن العراقية، تقع في الشمال احتلتها مجاميع اراهابية تدعى (تنظيم

الدولة الإسلامية) (داعش) في ٩/٦/٢٠١٤، وتم تحريرها في ٩/٧/٢٠١٧

عاشرا- مفهوم المنشورات الدعائية في الحروب:

تعد المنشورات ادوات ملائمة للدعاية الصحفية خاصة والإعلامية عامة، إلا أن تأثيراتها ليست دائمية بل مؤقتة، في حين تساعد الصحافة في تشكيل وجهات نظر عامة محليا، كما تعد الاذاعة أداة مهمة للتعامل الدولي والحرب النفسية^(٣) وتعد المنشورات إحدى وسائل الحرب النفسية في عالم اليوم المليء بالصراعات، وبعد احيانا من أهمها، وأستخدمت المنشورات بشكل فعال ومؤثر في مختلف الحروب أبتداء من الحرب العالمية الاولى وإلى يومنا هذا، وتقنن الخبراء في تصميمها وإعدادها، وشهدت بعض الحروب تقنيات مختلفة جديدة على عكس ما هو مألوف منها، وفي هذا البحث ضوء ينير الطريق لكل من له علاقة بميدان الحرب النفسية ويبغي التعرف على هذا الاسلوب (المنشور) من أساليبها من حيث الأسس النفسية المعتمدة في إعدادها وتصميمها وإخراجها وقذفها على الخصم.^(٤)

الدعاية في الاصطلاح: التأثير على سلوك الآخرين ومعتقداتهم بواسطة الاستخدام الانتقائي

المدرّوس للرموز ونشرها سواء أكانت الرموز لفظية أم سمعية، أم بصرية أم إدراكية والتركيز على الكلمة المنحوتة أم المقروءة المسموعة أم مصورة أم مرئية، وخلال العصور الوسطى استخدمت المنشورات التي كانت تكتب باليد كسلاح في الكفاح الديني، وخلال حرب الثلاثين في العصور الوسطى استخدم الجانبين كميات هائلة من المنشورات والرسوم اليدوية بما في ذلك الكاريكاتير.^(٥) ومن بين الوسائل الدعائية المنشورات التي تستخدم عادة أثناء الحروب بقصد خلق حالة من الخوف والرعب وزعزعة الثقة لدى الجمهور المستهدف، وتلقى المنشورات عادة عبر الطائرات بكميات كبيرة قد تصل إلى الملايين، إذ استخدمها الحلفاء خلال الحرب العالمية الثانية كما استخدمتها الولايات المتحدة الأمريكية أثناء حرب الخليج ١٩٩١ وحرب احتلال العراق عام ٢٠٠٣، وأستخدمت هذه المنشورات أسلوب التخويف الذي يعمل على إضعاف معنويات الجمهور المستهدف، وإدخال الرعب والشك لدى الجمهور، فضلاً عن استخدامها أسلوب تحويل الانتباه، واستعملت الولايات المتحدة المنشورات خلال الحرب العالمية الأولى، إذ استخدمت البالونات لإلقاء المنشورات عام ١٩١٨ وكانت تحمل مضامين دعائية وحقق نتائج جيدة بحسب مؤرخون، ولجأت إلى إستعمالها أثناء الحرب العالمية الثانية إذ خصصت سرباً خاصاً من الطائرات لشن غارات تقوم خلالها بإسقاط المنشورات وفي نهاية الحرب كان الأمريكيان يسقطون أكثر من سبعة ملايين نسخة من المنشورات أسبوعياً على دول أوروبا المحتلة، وكانت تحث الجنود على الاستسلام أو التهرب من الخدمة العسكرية.^(٦) وتعد المنشورات من الوسائل الدعائية التقليدية، إذ لجأت إليها الدول المتحاربة في مختلف الحروب، وكانت تهدف إلى تخويف العدو وإضعاف معنويات جنوده، وأعتمدت الدعاية الأمريكية على المنشورات وأستعملت بكثافة أثناء الاستعدادات العسكرية والسياسية الأمريكية لشن الحرب على العراق واحتلاله، وتسهم المنشورات إلى جانب أساليب الحرب النفسية الأخرى إلى مس وإثارة عواطف أفراد الخصم من خلال مادتها، لأن الأثر الانفعالية هي التي تشق الطريق نحو تصرفات الخصم المقبلة، وكلما كان المنشور يحمل أخباراً منتقاة ومنسقة ومعدة وفق أسس نفسية وقادرة على النفاذ إلى عقول ونفسيات الخصم كلما كان له أثراً واضحاً في تصرفاتهم اللاحقة، فالمنشورات تشبع حاجات معينة ومنشورات أخرى تشبع حاجات أخرى، ولكي يتحقق هذا الإشباع فأن من واجبات علماء النفس الاستفادة من مزايا كل موقف غامض بالنسبة لأفراد الخصم الذين تكون لديهم الرغبة في التعرف على حقيقة هذا الموقف الغامض وبالتالي تشبع حاجاتهم حوله، وتسمى (المنشورات العسكرية) أو (المنشورات الحربية)، والفرق في تسميتها يعود إلى أن المنشورات الحربية كأنها تستخدم وقت الحرب فقط، بينما المنشورات العسكرية تستخدم وقت السلم وألحرب، ولما كانت المنشورات العسكرية هي رسائل صحفية وإعلامية، إذن تبرز الحاجة بشكل كبير

إلى استخدام كل المعطيات العلمية في مجال الإعلام وبالاخص معطيات علم النفس، حيث ان مادة المنشورات مهما اختلفت مفرداتها تسعى إلى إحداث تغيرات مرغوبة في نفوس الخصم، وأستخدمت أساليب الحرب النفسية في مختلف الحروب وخاصة المنشورات التي أستخدمت في الحرب العالمية الاولى والثانية والحرب الكورية وحرب فيتنام وغيرها من الحروب في بقاع كثيرة من العالم، وأدت المنشورات دورا مهما لما لها من قوة التأثير الانفعالي التي تؤدي إلى خفض الروح المعنوية للخصم، وتزيد في أفراده الشعور بالخوف والقلق والملل والتعب وتولد لديهم طاقات جديدة ورغبة واضحة تدفعهم لعدم القتال والهرب والاستسلام والتمرد ونبد الحرب، فأن منشورات اخرى قد تفعل فعلها المباشر في تغيير الاتجاهات وزعزعة الثقة في النفوس، ولابد للمنشورات أن تعتمد على الأسس التالية:^(٧)

- الواقع الذي يعيشه الخصم حاليا.

- إستقراء الخصائص النفسية لأفراد الخصم.

- إستثمار الاحداث والمواقف المختلفة التي تمر بالخصم.

- إستثمار قدرات وإبداعات الذين يسهمون في إعداد وتصميم المنشورات.

- إستثمار الوقت المناسب واللحظة القاتلة لايصال المنشورات إلى أفراد الخصم.

احد عشر - الحرب النفسية:

- تعود الأصول التاريخية للحرب النفسية إلى قدم الإنسان نفسه، ذلك أنها فن من فنون الاتصال الإنساني الشخصي أو الجماهيري، وكانت منذ بداية تأريخها تعتمد الكلمة المنطوقة أو المكتوبة ثم ازدادت قوتها إثر التطورات التكنولوجية التي شهدتها العالم عبر التأريخ والتي نجم عنها استعمال الصورة واللون والحركة وازدادت تأثيراً مع وجود وسائل جعلت العالم قرية الكترونية.^(٨) ونالت الحرب النفسية اهتمام وإنشغال الباحثين والمتخصصين في مجالي علم النفس وعلم الاتصال فوضعوا العديد من التعريفات، فيعرفها متخصصو علم النفس الاجتماعي على وجه الخصوص بأنها: استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول في وقت الحرب أو وقت السلام لإجراءات إعلامية بقصد التأثير في آراء وعواطف ومواقف وسلوك جماعات أجنبية معادية أو محايدة أو صديقة تساعد على تحقيق سياسة وأهداف الدولة أو الدول المستخدمة.^(٩) أما منظرو علم النفس العسكري فينظرون إليها من الجانب القتالي فيعرفوها: بأنها حرب دفاعية أو هجومية تقوم بتقوية معنويات المقاتلين وتعمل على تحطيم معنويات الاعداء، وهي بعيدة عن عُرف وتقاليد الحرب التقليدية ولا تخضع لرقابة القانون.^(١٠) ومن التعريفات الأكثر شيوعاً هو تعريف د. حامد ربيع: الحرب النفسية نوع من القتال النفسي لا يتجه إلا إلى العدو ولا يسعى إلا للقضاء على إيمان المستقبل بذاته وبنقته في نفسه، أي هي تسعى لا إلى الاقناع والافتناع وإنما تهدف تحطيم

الإرادة الفردية هدفها أكثر إتساعاً ولكن دائرة فاعليتها أكثر تحديداً، وتسعى إلى القضاء على الإرادة ولكنها لا تتجه إلا إلى الخصم أو العدو.^(١١)

اثنا عشر: تفسير نتائج التحليل: الجانب التحليلي للمنشورات الدعائية في معارك الموصل: إذ أسفرت عملية التحليل، بعد أن جرى ترميزها وتكميمها وفق جداول خاصة عن مجموعة من المؤشرات العلمية والنتائج يمكن الإشارة إليها على وفق الآتي:

اولاً- جدول فئات تحليل المضمون التي تجيب عن سؤال (ماذا قيل؟)

١- فئة الموضوعات أو القضايا: تتضمن الموضوعات والقضايا التي تناولتها بالمنشورات وتم تصنيفها وفق الجدول رقم (١) وكالاتي:

أ-الموضوعات أو القضايا الوطنية: إذ جاءت أكثر القضايا المطروحة استخداماً في المنشورات وأخذت المرتبة الأولى بواقع (٣٥) تكراراً وبنسبة (٣٠,٤٣%) وأكدت تلك المنشورات على ضرورة التأكيد على الولاء الوطني، وإن العراق عراق الجميع، وحث السكان على التعاون مع الجيش لأثبات عراقيتهم، والتشجيع على المسؤولية الوطنية المشتركة للتخلص من الارهابيين، والاشادة بمقاومة محاولات التفريق بين أبناء الشعب الواحد، والاشادة بوقفه العراقيين على ارض مدنهم الطاهرة وقفة واحدة ضد المد المشبوه وقطع دابر الأعداء.

ب- الموضوعات والقضايا الامنية: وحصلت على المرتبة الثانية بواقع (٣٢) تكراراً وبنسبة (٢٧,٨٢%) وركزت على تشجيع الاهالي لتقديم المساعدة والعون للقوات العسكرية، والتأكيد على أن داعش ينفذون مخططات لتدمير وجود الاهالي في مدنهم، تحث فيها المواطنين على التعاون مع القوات الأمنية أثناء تقدمهم لتحرير أراضيهم، نصائح وارشادات تحث السكان بالابتعاد عن أماكن تواجد عناصر داعش فيها، لأنها أهداف لطيارينا، دعوة السكان لوضع اشرطة لاصقة على زجاج النوافذ لمنع تحطمها أثناء القصف، وتجنب مواقع الضربات الجوية.

ت- الموضوعات والقضايا الاجتماعية: واحتلت المرتبة الثالثة بواقع (٢٧) تكراراً وبنسبة (٢٣,٤٧%) وأكدت على تشجيع الاهالي على رفع راية النصر في مدنهم بعد تحريرها والتأثر لشهادتهم وأثارهم وتاريخهم ودماء ابناءؤهم وعشائهم، الوعد بتوفير الراحة والامان وطرد الدواعش من المدن، وترسيخ فكرة العيش بأمان عند التخلص من عصابات داعش، التأكيد على ضرورة التخلص من داعش التي أفسدت الارض والزرع والمال، مطالبة الاهالي بمساعدة الحكومة والقوات المسلحة للحفاظ على ارواح الناس، الاشادة بدور ابناء المحافظات والعشائر التي قاتلت داعش.

ث- الموضوعات والقضايا الدينية: حصلت هذه الفئة على المرتبة الرابعة بواقع (٢١) تكراراً

وبنسبة (١٨,٢٦%) وبرزت المنشورات كيفية استخدام الايات القرانية التي تحض على التعاون للقضاء على الضلالة والكفر، والتشجيع على مقاومة المخططات التي تمس المقدسات، والتأكيد على المحافظة على الجوامع واضرحة الانبياء، فضلا عن التركيز على ان (الدواعش) سائرين في ضلالة الهدم البين لأركان الاسلام، والتركيز على محاربة أهل الضلالة، والتحذير من المد التكفيري والعصابات.

جدول رقم (١) يبين الموضوعات والقضايا المطروحة في المنشورات

ت	فئات الموضوعات والقضايا	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الموضوعات والقضايا الوطنية	٣٥	٣٠,٤٣%	الأولى
٢	الموضوعات والقضايا الامنية	٣٢	٢٧,٨٢%	الثانية
٣	الموضوعات والقضايا الاجتماعية	٢٧	٢٣,٤٧%	الثالثة
٤	الموضوعات والقضايا الدينية	٢١	١٨,٢٦%	الرابعة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

٢- فئة اللغة التي تمت بها كتابة الموضوعات التي تناولتها المنشورات: تتضح فئاتها الفرعية وفق الجدول رقم (٢) كالاتي:

أ- اللغة العربية الفصحى: جاءت هذه الفئة بالمرتبة الاولى بواقع (١١٣) تكرارا وبنسبة (٩٨,٢٦%) إذ استعملت المنشور اللغة العربية الفصحى في نصوصها.

ب- اللغة الفصحى مع اللهجة العامية العراقية: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٢) تكرارا وبنسبة (١,٧٤%)، إذ ان المنشورات برزت بعض الكلمات باللهجة العراقية متداولة في مناطق الحرب مثل مخاطبة اهل الموصل "كلكم نشامى واصحاب الغيرة" وهكذا.

جدول رقم (٢) يبين فئات اللغة المستخدمة في المنشورات

ت	فئات اللغة المستخدمة في المنشورات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	اللغة العربية الفصحى	١١٣	٩٨,٢٦%	الأولى
٢	اللغة الفصحى مع اللهجة العامية العراقية	٢	١,٧٤%	الثالثة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

٣- فئات إتجاه المنشور: وتتوضح فئاتها وفق الجدول رقم (٣) وكالاتي:

أ- إتجاه مع العراق كوطن: إذ جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (٤١) تكرارا وبنسبة (٣٥,٦٥%) مثل التأكيد على الولاء الوطني، وإبراز قدرات الاهالي بتأدية الواجب الوطني، والتركيز الى ان العراق عراق الجميع، التشجيع على المسؤولية الوطنية المشتركة للتخلص من الارهابيين،

التركيز على بذل المزيد من الجهد المشترك ومن التفاهم المشترك ومن التضحية في سبيل العراق، الاشادة بالقوات المسلحة ببذل المزيد من الهد والتضحية حتى تحقق الاهداف في بسط الامن وتحقيق العدالة للجميع في ظل دولة العراق الموحد.

ب- إتياء مع القوات العسكرية: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٣٩) تكرارا وبنسبة (٣٣,٩١%) مثل تشجيع الاهالي لتقديم المساعدة والعون للقوات العسكرية، والدعوة لمساندة القوات المسلحة للتخلص من الارهابيين، ومطالبة الاهالي بمساعدة الحكومة والقوات المسلحة للحفاظ على ارواح الناس، والتركيز على ان القوات المسلحة لقنت الارهاب درسا، والتحذير بالابتعاد عن مقرات الارهابيين وأماكن تواجدهم لأنها ستكون أهداف عسكرية، ومطالبة الاهالي بتقديم المعلومات الى القوات العسكرية من خلال الاتصال على الرقم (١٢٠) الذي يعمل على كافة شركات الهاتف النقال، و المطالبة بدعم القوات المسلحة بالدلالة على اوكار داعش الذي سيقول من الخسائر ويسرع من موعد الحسم، وتشجيع الاهالي على رفع راية النصر في مدنهم بعد تحريرها والثأر لشهداءهم وأثارهم وتاريخهم ودماء ابناءهم وعشائهم.

ج- إتياء ضد عصابات داعش: وجاءت بالمرتبة الثالثة بواقع (٢٤) تكرارا وبنسبة (٢٠,٨٦%) وبرزت المنشورات النوايا التخريبية لداعش، والتحذير من المد التكفيري والعصابات، والابتلاء بمد تكفيري جاهل وعصابات تجمعت لغزو المدن، وتحذير الاهالي من الدواعش الذي يتخذونهم دروعا بشرية، وتوصيف الدواعش بأنهم وباء لابد من القضاء عليه، التركيز على ان (الدواعش) سائرين في ضلالة الهدم البين لأركان الاسلام، الوعيد بأن نهاية داعش باتت قريبة، التحذير لداعش بأن لا فائدة من الاختباء بين المواطنين فهم جميعا ضد وجود الارهابيين، التأكيد على ان قرارنا بتدمير الشر في داخلكم ثابت وسنسير به الى آخر المشوار.

ح- إتياء مع الدولة: وحصلت على المرتبة الرابعة بواقع (١١) تكرارا وبنسبة (٩,٥٦%) مثل مطالبة الاهالي بمساعدة الحكومة للحفاظ على ارواح الناس، ومطالبة المواطنين بتأشير من تعاون مع الارهابيين في تخريب حضارة العراق العريقة، وحماية الدولة العراقية منهم، التحذير من المساس بالعراق كدولة لها تاريخها وحضارتها، والتأكيد على ان داعش جاءت للعراق من أهل تدميره وأذلال أبنائه، ومحو تاريخه، والتركيز على بذل المزيد من الجهد المشترك ومن التفاهم المشترك ومن التضحية في سبيل العراق، والتأكيد على تعاون رصين لدى العراقيين جميعا مع قواتهم المسلحة وابنائهم من الحشد الشعبي، والسعي لتطهير العراق من الارهاب والعصابات الداعشية، وهكذا.

جدول رقم (٣) يبين فئات اتجاه المنشورات

ت	فئات اتجاه المنشورات	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	اتجاه مع العراق كوطن	٤١	٣٥,٦٥%	الأولى
٢	اتجاه مع القوات العسكرية	٣٩	٣٣,٩١%	الثانية
٣	اتجاه ضد عصابات داعش	٢٤	٢٠,٨٦%	الثالثة
٤	اتجاه مع الدولة العراقية	١١	٩,٥٦%	الرابعة
٦	المجموع	١١٥	١٠٠%	

٤- فئة الأساليب اللغوية: والجدول رقم (٤) يبين الفئات الفرعية لهذه الفئة الرئيسة وكالاتي:
أ- اسلوب النداء والتوكيد والتطمين للمواطنين: احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى بواقع (٥١) تكرارا وبنسبة (٤٤,٣٤%) فالمنشورات تهيب بالمواطنين كافة التهيؤ لاستقبال القوات الأمنية العراقية والابتعاد عن مقرات وتجمعات تنظيم داعش الإرهابي لأنها ستكون أهدافا لقواتنا، ودعت المواطنين إلى الاستعداد لتحرير الموصل، فالمنشورات تضمنت توصيات للمواطنين واخبار عن الانتصارات التي تحققت، كما أن المنشورات التي تلقيها الطائرات العراقية تحتوي على إرشادات للسكان للابتعاد عن الأماكن الخطرة؛ لكي لا تسقط ضحايا في صفوفهم، فقواتكم المسلحة حسمت أمرها، تتقدم صوب التحرير، عازمة على تطهير كل مناطقكم من رجز الغدر والردة، وهكذا.

ب- اسلوب التذكير والتحذير والتشجيع للمواطنين: وحصلت على المرتبة الثانية بواقع (٤٢) تكرارا وبنسبة (٣٦,٥٢%) التذكير بأن وجود (داعش) على ارضنا الطاهرة مرفوض، ومنشورات تحذيرية بالابتعاد عن الأجسام الغريبة والعبوات المتفجرة، ومنشورات تشجع المواطنين إلى الانتفاض ضد عناصر تنظيم داعش الارهابي، والتحذير لداعش بأن لا فائدة من الاختباء بين المواطنين فهم جميعا ضد وجود الارهابيين، التذكير بأن وجود (داعش) على ارضنا الطاهرة مرفوض، وتشجيع الاهالي على رفع راية النصر في مدنهم بعد تحريرها والتأثر لشهداءهم وأثارهم وتاريخهم ودماء ابناءؤهم وعشائهم، ومطالبة الاهالي بتقديم المزيد من التعاون مع العمليات الخاصة وقوى المقاومة، تحذير الأهالي من التعاون مع داعش والابتعاد عنهم لأنهم مجرمون لحين التحرير.

ج- اسلوب التهديد والوعيد والتهكم على العدو: وأخذت المرتبة الثالثة بواقع (١٦) تكرارا وبنسبة (١٣,٩١%) مثل الوعيد بأن نهاية داعش باتت قريبة، والتأكيد على ان قرارنا بتدمير الشر في داخلكم ثابت وسنسير به الى آخر المشوار، مطالبة الاهالي بتقديم المزيد من التعاون مع العمليات الخاصة وقوى المقاومة، حث الأهالي للتخلص من الدواعش كي لا ينتهكوا الاهالي، وفضح جرائم داعش من قتل ونهب واغتصاب وتشريد وأدلال، ومطالبة

الاهالي بضرورة اخذ الثأر لشهادتهم والتهكم على الدواعش المجرمين، والتأكيد على ان داعش لن تتوقف عن ارتكاب المزيد من الجرائم البشعة ضد السكان لذا علينا الثأر منهم، وبيان ضرورة إزالة الورم الداعشي الخبيث، والسعي لتطهير المناطق من عصابات داعش الارهابية.

د- جميع الاساليب المذكورة أعلاه: جاءت بالمرتبة الرابعة بواقع (٦) تكراراً وبنسبة (٥,٢١%) إذ تضمنت المنشورات عدة اساليب في المنشور الواحد.

جدول رقم (٤) يبين فئات الاساليب اللغوية

ت	فئات الأساليب اللغوية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	اسلوب النداء والتوكيد والتطمين للمواطنين	٥١	٤٤,٣٤%	الأولى
٢	اسلوب التذكير والتحذير والتشجيع للمواطنين	٤٢	٣٦,٥٢%	الثانية
٣	اسلوب التهديد والوعيد والتهكم على العدو	١٦	١٣,٩١%	الثالثة
٤	جميع الاساليب المذكورة أعلاه	٦	٥,٢١%	الرابعة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

٥- فئة العمليات النفسية الموجهة لأطراف الأزمة، والجدول رقم (٥) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة وكالاتي:

أ- العمليات النفسية الموجهة لاهل الموصل ولداعش معا: احتلت هذه الفئة المرتبة الاولى بواقع (٤١) تكراراً وبنسبة (٣٥,٦٥%) مثل الدعوة لمحاربة الاعداء المارقين القادمين من مجاهل الأرض، والحض على طرد أهل الضلالة، والوعد بتوفير الراحة والامان وطرد الدواعش من المدن، و تحذير الاهالي من الدواعش الذي يتخذونهم دروعاً بشرية، وحث الاهالي بالابتعاد عن مقرات الارهابيين ومناطق تجمعهم.

ب- العمليات النفسية الموجهة للآهالي: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٣٩) تكراراً وبنسبة (٣٣,٩١%) مثل التأكيد على ان قرارنا بتدمير الشر في داخلكم ثابت وسنسير به الى آخر المشوار، والاصرار على تحرير المناطق المحتلة كافة، والاشادة بوقفة العراقيين على ارض مدنهم الطاهرة وقفة واحدة ضد المد المشبوه وقطع دابر الأعداء، و التأكيد على ضرورة التخلص من داعش التي أفسدت الارض والزرع والمال، ومحاربة الاعداء المارقين القادمين من مجاهل الأرض.

ج- العمليات النفسية الموجهة للارهابيين: نالت المرتبة الثالثة بواقع (٢٤) تكراراً وبنسبة (٢٠,٨٦%) مثل الوعد بأن يوم القضاء على الدواعش قريب، وأن نهايتهم باتت قريبة، والتحذير لداعش بأن لا فائدة من الاختباء بين المواطنين فهم جميعاً ضد وجود الارهابيين، ومطالبة الارهابيين بالقاء اسلحتهم وضمان محاكمات عادلة لمن يسلم نفسه على الفور،

والتركيز على ان الدواش سائرين في ضلالة وإجرام، وقد حان وقت القصاص من جرائمكم. جدول رقم (٥) يبين فئات العمليات النفسية

ت	فئات حجم ورقة المنشور	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	نصف ورقة حجم A4	٥٧	%٤٩,٥٦	الأولى
٢	ورقة حجم A4	٤١	%٣٥,٦٥	الثانية
٣	ورقة بحجم عملة الدولار	١٧	%١٤,٧٨	الثالثة
	المجموع	١١٥	%١٠٠	

ثانياً-فئات تحليل الشكل التي تجيب عن سؤال (كيف قيل؟) وتضمنت الفئات الرئيسة وفروعها:

١-حجم ورقة المنشور: تتضمن الفئات التي تناولتها المنشورات وتم تصنيفها وفق الجدول رقم (٦) وبالفئات الفرعية وكالاتي:

أ-نصف ورقة A4: احتلت المرتبة الاولى بواقع (٥٧) تكرارا وبنسبة (%٤٩,٥٦) استعملت المنشورات عدة احجام للمنشور الواحد وركزت على حجم نصف ورقة A4 الاكثر استخداما ب- ورقة A4: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٤١) تكرارا وبنسبة (%٣٥,٦٥) ثم استخدمت ورقة حجم A4 كاملة وخاصة المنشورات التي تحتوي صورا مختلفة.

ج- ورقة بحجم عملة الدولار: أخذت المرتبة الثالثة بواقع (١٧) تكرارا وبنسبة (%١٤,٧٨) اختارت المنشورات ورقة بحجم عملة الدولار لتكون سريعة الالتقاط من قبل الاهالي.

جدول رقم (٦) يبين حجم ورقة المنشور

ت	فئات العمليات النفسية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	العمليات النفسية لاهل الموصل ولداعش معا	٤١	%٣٥,٦٥	الأولى
٢	العمليات النفسية الموجهة للاهالي	٣٩	%٣٣,٩١	الثانية
٣	العمليات النفسية الموجهة للارهابيين	٢٤	%٢٠,٨٦	الثالثة
	المجموع	١١٥	%١٠٠	

٢-أعلى وتذييل المنشور: تتضمن الفئات التي تناولتها المنشورات وتم تصنيفها وفق الجدول رقم (٧) وبالفئات الفرعية وكالاتي:

أ-الشعار الجمهوري بوسط صفحة المنشور مع شعار وزارة الدفاع: أخذت المرتبة الاولى بواقع (٧١) تكرارا وبنسبة (%٤٩,٥٦) إذ استعمل المصممون للمنشور الشعار الجمهوري للجمهورية العراقية في أعلى الصفحة فيما استعملت هذا الشعار وسط المنشور ووضعت شعار وزارة الدفاع في نهاية المنشور.

ب-شعار رئاسة اركان الجيش/دائرة العمليات/ مديرية الاستخبارات العسكرية: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٢٩) تكرارا وبنسبة (%٣٥,٦٥) تم استعمال شعار رئاسة اركان الجيش مع دائرة العمليات ومديرية الاستخبارات العسكرية في الجانب الايمن من أعلى صفحة المنشور.

ج-مجلس الامن الوطني/مستشارية الامن الوطني/ الخلية الوطنية للعمليات النفسية: حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (١٥) تكرارا وبنسبة (١٤,٧٨%) تم استعمال شعار مجلس الامن الوطني ومستشاريته والخلية الوطنية للعمليات النفسية.

جدول رقم (٧) يبين أعلى وتذييل المنشور

ت	فئات أعلى وتذييل المنشور	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الشعار الجمهوري بوسط صفحة المنشور مع شعار وزارة الدفاع	٧١	٤٩,٥٦%	الأولى
٢	شعار رئاسة اركان الجيش/دائرة العمليات/ مديرية الاستخبارات العسكرية	٢٩	٣٥,٦٥%	الثانية
٣	مجلس الامن الوطني/مستشارية الامن الوطني/ الخلية الوطنية للعمليات النفسية	١٥	١٤,٧٨%	الثالثة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

٣-الالوان: تتضمن الفئات الفرعية التي تناولتها المنشورات وتم تصنيفها وفق الجدول رقم (٨) وكالاتي:

أ-الابيض والاسود: حصلت على المرتبة الاولى بواقع (٣٩) تكرارا وبنسبة (٣٣,٩١%) إذ استعمل المنشور بياض الورقة البيضاء مع اللون الاسود لكلمات المنشور.

ب-مجموعة الوان: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٣١) وبنسبة (٢٦,٩٥%) تم استعمال اغلب الالوان المعروفة في كتابة الكلمات او لتأطير الجمل أو لون الصور المرفقة بالمنشور.

ج-الاخضر (الخاكي) +الاحمر +الازرق: احتلت المرتبة الثالثة بواقع (٢٣) تكرارا وبنسبة (٢٠%) تم استعمال اللون الخاكي الذي يرمز الى البدلة العسكرية كأطوار وحاشية للمنشور مع اللون الاحمر او الازرق لحروف الكتابة.

د-الاحمر الفاتح +الاخضر: اخذت المرتبة الرابعة بواقع (٢٢) وبنسبة (١٩,١٣%) استعمال هذه الالوان في المنشور مع الصور.

جدول رقم (٨) يبين الالوان التي يتضمنها المنشور

ت	الالوان التي يتضمنها المنشور	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الابيض والاسود	٣٩	٣٣,٩١%	الأولى
٢	مجموعة الوان	٣١	٢٦,٩٥%	الثانية
٣	الاخضر (الخاكي) +الاحمر +الازرق	٢٣	٢٠%	الثالثة
٤	الاحمر الفاتح +الاخضر	٢٢	١٩,١٣%	الرابعة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

٤-رسوم توضيحية: وتتضمن مخططات ورسوم توضح امرا ما يتناوله المنشور وتبلغ (١٥)

منشورا من ضمن ١١٥ منشور وتم تصنيفها وفق الجدول رقم (٩) وكالاتي:

أ-رسوم توضيحية تطالب بعدم التردد لامكنة وطرق غير أمنة: احتلت المرتبة الاولى بواقع

(٧) تكرارا وبنسبة (٤٦,٦٦%) رسوم للطرق والاماكن التي تحمل تنبيه عن الطرق غير الامنة من اجل حماية ارواح الاهالي، ورسومات تطالب بالابتعاد عن اماكن الخطر.

ب-رسوم توضيحية لتحديد الهدف للدخول لصفحة الابلاغ عن الدواش عبر البريد الالكتروني: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٥) تكرارا وبنسبة (٣٣,٣٣%) ركزت المنشورات على تزويد الاهالي بخرائط تدلهم على المواقع الالكترونية التي يرسلون بها البلاغات عن الارهابيين، وطرق معرف استخدامها خرائطيا.

ج-ارقام هواتف مجانية وعامة للتعاون مع القوات الامنية: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٣) تكرارا وبنسبة (٢٠%) استعملت المنشورات أرقام هواتف مجانية وأخرى عامة لأجل التعاون مع القوات الامنية في حالة معرفة تواجد الجماعات الارهابية والابلاغ عنها.

جدول رقم (٩) يبين الرسوم التوضيحية في المنشور

ت	فئات موقع الموضوع او القضايا	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	كل الصفحة	٥٤	٤٦,٩٥%	الأولى
٢	منتصف الصفحة	٤٣	٣٧,٣٩%	الثانية
٣	أعلى الصفحة	١٨	١٥,٦٥%	الثالثة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

٥- فئة موقع الموضوع أو القضية من المنشور بشكل عام: تتضمن موقع الموضوعات او القضايا التي تناولتها المنشورات وتم تصنيفها وفق الجدول رقم (١٠) وكالاتي:

أ- كل الصفحة: احتلت المرتبة الاولى بواقع (٥٤) تكرارا وبنسبة (٤٦,٩٥%) إذ كان نص المنشور مكتوبا في كل الصفحة.

ب-منتصف الصفحة: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٤٣) وبنسبة (٣٧,٣٩%) وتم وضع المنشور في منتصف الصفحة محاطاً بصور أو رسومات توضيحية، أو ارقام هواتف ومعلومات أخرى تحيط بنص المنشور الاساسي.

ج-أعلى الصفحة: أخذت المرتبة الثالثة بواقع (١٨) تكرارا وبنسبة (١٥,٦٥%) تم وضع نص المنشور في أعلى الصفحة وتحت صور او رسوم توضيحية او ارقام هواتف وغيرها.

جدول رقم (١٠) يبين موقع الموضوعات او القضايا

ت	فئات الرسوم التوضيحية في المنشور	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	رسوم توضيحية تطالب بعدم التردد على امكنة وطرق غير آمنة	٧	٤٦,٦٦%	الأولى
٢	رسوم توضيحية تخطيطية لتحديد الهدف للدخول لصفحة الابلاغ عن الدواش عبر البريد الالكتروني	٥	٣٣,٣٣%	الثانية
٣	ارقام هواتف مجانية وعامة للتعاون مع القوات الامنية	٣	٢٠%	الثالثة
	المجموع	١١٥/١٥	١٠٠%	

٦- فئة مضامين الصور: تتضمن الصور المصاحبة للمنشور وتم تصنيفها وفق الجدول رقم (١١) وكالاتي:

أ- صور ذات مضمون ديني: احتلت المرتبة الاولى بواقع (٣٨) تكرارا وبنسبة (٣٣,٠٤%) كصور الجوامع والكنائس، وسور من القرآن الكريم.

ب- صور ذات مضمون وطني: اخذت المرتبة الثانية بواقع (٣٢) تكرارا وبنسبة (٢٧,٨٢%) كصور تفعل قضايا الولاء للهوية الوطنية، مثل بنايات أو أمكنة أو كل ما يتعلق بالهوية الوطنية، والبيئة المتعلقة بروح الانتماء للعراق.

ج- صور ذات مضمون اجتماعي: حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٣١) تكرارا وبنسبة (٢٦,٩٥%) تلامس روح تمسك المواطن ببيئته وتكوينه المجتمعي، وصور مدينته وغيرها.

د- صور ذات مضمون تاريخي: احتلت المرتبة الرابعة بواقع (١٤) تكرارا وبنسبة (١٢,١٧%) إذ ترصد تاريخ العراق منذ القدم بكل آثاره وحضارته وتاريخه القديم والحديث.

جدول رقم (١١) يبين فئات مضامين الصور

ت	فئات الصور	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	صور ذات مضمون ديني	٣٨	٣٣,٠٤%	الأولى
٢	صور ذات مضمون وطني	٣٢	٢٧,٨٢%	الثانية
٣	صور ذات مضمون اجتماعي	٣١	٢٦,٩٥%	الثالثة
٤	صور ذات مضمون تاريخي	١٤	١٢,١٧%	الرابعة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

٧- فئة حجم الحرف: ويتضمن حجم الحرف الذي تمت كتابة المنشور بواسطته وصنفت وفق الجدول رقم (١٢) وكالاتي:

أ- حرف حجم ١٦+١٨: حصل على المرتبة الاولى بواقع (٥٢) تكرارا وبنسبة (٤٥,٢١%)

ب- حرف حجم ٢٠+١٨: احتل المرتبة الثانية بواقع (٢٩) تكرارا وبنسبة (٢٥,٢١%)

ج- حرف حجم ١٦+١٤: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٢٤) تكرارا وبنسبة (٢٠,٨٦%)

د- كل الاحجام المذكورة أعلاه: حصلت المرتبة الرابعة بواقع (١٠) تكرارا وبنسبة (٨,٦٩%)

جدول رقم (١٢) يبين فئات حجم الحرف

ت	فئات حجم الحرف	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	حرف حجم ١٦+١٨	٥٢	٤٥,٢١%	الأولى
٢	حرف حجم ٢٠+١٨	٢٩	٢٥,٢١%	الثانية
٣	حرف حجم ١٦+١٤	٢٤	٢٠,٨٦%	الثالثة
٤	كل الاحجام المذكورة اعلاه	١٠	٨,٦٩%	الرابعة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

٨- فئة الصفات والأفعال المستخرجة من مضامين المنشورات ووفق الموضوع المتعلق بأطراف القضية وتوضيح هذه الصفات والأفعال ما يتعلق بالقوات المسلحة، وللجماعات الارهابية (داعش) وللاهابي، والجدول رقم (١٣) يعرض صفات وأفعال القوات المسلحة:

أ-الابطال المنتصرون النشامي: احتلت المرتبة الاولى بواقع (٣٧) تكرارا وبنسبة (٣٢,١٧%)

ب-حماة المقدسات المقاومون: حصلت على المرتبة الثانية بواقع (٣١) تكرارا وبنسبة (٢٦,٩٥%) إذ يصف المنشور بطولة قواتنا المسلحة والحشد الشعبي ورجال المقاومة في نصوص المنشورات ويعدهم منتصرون نشامي.

ج-مخلصون، عراقيون وطيون: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٢٦) تكرارا وبنسبة (٢٢,٦٠%) يضع المنشور في مضمونه صفات وأفعال رجال القوات المسلحة والحشد الشعبي بأنهم مخلصون لعراقيتهم ووطنهم.

د-ثائرون للشهداء وللمواطنين: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (٢١) تكرارا وبنسبة (١٨,٢٦%) تصف المنشورات رجال القوات المسلحة والحشد الشعبي بأنهم ثائرون للشهداء منهم والشهداء من المدنيين.

جدول رقم (١٣) يبين فئات الصفات والأفعال للقوات المسلحة

ت	صفات وأفعال القوات المسلحة	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	الابطال المنتصرون النشامي	٣٧	٣٢,١٧%	الأولى
٢	حماة المقدسات المقاومون	٣١	٢٦,٩٥%	الثانية
٣	مخلصون، عراقيون وطيون	٢٦	٢٢,٦٠%	الثالثة
٤	ثائرون للشهداء وللمواطنين	٢١	١٨,٢٦%	الرابعة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

والجدول رقم (١٤) يعرض صفات وأفعال الدواعش وكالاتي:

أ-مجرمون وقتلة وعصابات شريرة: حصلت على المرتبة الاولى بواقع (٣٢) تكرارا وبنسبة (٢٧,٨٢%) تنعت المنشورات عصابات داعش بأنهم مجرمون وقتلة وعصابات شريرة.

ب-إرهابيون ومتوحشون، همجيون وجهلة: أحتلت المرتبة الثانية بواقع (٢٩) تكرارا وبنسبة (٢٥,٢١%) ركزت المنشورات على ان داعش إرهابيون ومتوحشون وهمجيون جهلة

ج-مارقون وضالليون، وتكفيرون:حصلت على المرتبة الثالثة بواقع(٢٨) تكرارا وبنسبة (٢٤,٣٤%) تصف المنشورات عصابات داعش بانهم مارقون وضالليون وتكفيرون.

د-مفسدون ومخربون، كالوباء والورم: أخذت المرتبة الرابع بواقع (٢٧) تكرارا وبنسبة (٢٢,٦٠%) أستعملت المنشورات توصيفا لعصابات داعش مثل مفسدون ومخربون وأنهم كالوباء والداء والورم في جسد العراق علينا التخلص منهم.

جدول رقم (١٤) يبين صفات وافعال الدواعش

ت	فئات صفات وافعال الدواعش	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	مجرمون وقتلة وعصابات	٣٢	٢٧,٨٢%	الأولى
٢	إرهابيون ومتوحشون، همجيون وجهلة	٢٩	٢٥,٢١%	الثانية
٣	مارقون وضلاليون، تكفيريون وكفرة	٢٨	٢٤,٣٤%	الثالثة
٤	مفسدون ومخربون، كالوباء والورم	٢٦	٢٢,٦٠%	الرابعة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

والجدول رقم (١٥) يعرض صفات وافعال الاهالي وكالاتي:

أ-موالون لعراقيتهم ووطنهم حماة ومدنهم واهلهم: حصلت على المرتبة الاولى بواقع (٣٧) تكرارا وبنسبة (٣٢,١٧%) تصف المنشورات الاهالي بانهم موالون لعراقيتهم ووطنهم وهؤلاء حماة ومدنهم واهلهم.

ب- مساندون للقوات المسلحة محاربون لطرد الارهابيين: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٣٢) تكرارا وبنسبة (٢٧,٨٢%) استعملت المنشورات توصيفات افعال الاهالي بأنهم مساندون للقوات المسلحة ومحاربون مع لطرد الارهابيين من مدنهم.

ج- مساهمون بطرد داعش للتأثر لشهادتهم محررون لأهلهم: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (٢٧) تكرارا وبنسبة (٢٣,٤٧%) تم استعمال صفات وافعال الاهالي بانهم مساهمون بطرد داعش للتأثر لشهادتهم ومحررون لأهلهم.

د-مصريون على خلق الامل لعوائلهم ومدنهم الصامدة: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (١٩) تكرارا وبنسبة (١٦,٥٢%) من صفات وافعال الاهالي بانهم مصريون على خلق الامل لعوائلهم ومدنهم.

جدول رقم (١٥) يبين صفات وافعال الاهالي

ت	فئات صفات وافعال الاهالي	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	موالون لعراقيتهم ووطنهم حماة ومدنهم واهلهم	٣٧	٣٢,١٧%	الأولى
٢	مساندون للقوات المسلحة محاربون لطرد الارهابيين	٣٢	٢٧,٨٢%	الثانية
٣	مساهمون بطرد داعش للتأثر لشهادتهم محررون لأهلهم	٢٧	٢٣,٤٧%	الثالثة
٤	مصريون على خلق الامل لعوائلهم ومدنهم الصامدة	١٩	١٦,٥٢%	الرابعة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

٩-فئة الاستمالات: تتضمن الاستمالات العاطفية، الاستمالات العقلية، استمالات التخويف،

وهي: الاستمالات العاطفية: ويوضحها الجدول رقم (١٦) وكالاتي:

أ-إثارة العاطفة في الانتماء للوطن: حصلت على المرتبة الاولى بواقع (٣٤) تكرارا وبنسبة (٢٩,٥٦%) كالوعد بتوفير الراحة والامان وطرد الدواعش من المدن، لبنائها وأعمارها للعيش فيها بسلام وأمان بعد تحريرها من دنس الغزات، والسعي لتطهير المناطق من عصابات داعش الارهابية، لنحظى بالامان والاستقرار، بتحقيق الامل لعوائلهم ومدنهم

الصامدة .

ب-تحذير السكان من المجاميع الارهابية: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٢٧) تكرارا وبنسبة (٢٣,٤٧%) مثل مطالبة المواطنين بمتابعة مخابئ الارهابيين وتسجيل اعمالهم المنكرة وتخير السكان منهم، والتركيز الى ان العراق عراق الجميع.

ج- جذب الانتباه لخلق الاستعداد لطرد الارهابيين: اخذت المرتبة الثالثة بواقع (١٩) تكرارا وبنسبة (١٦,٥٢%) التشجيع على الابلاغ عن اماكن تواجد الدواعش لطردهم من بلدنا، والتشجيع على المسؤولية الوطنية المشتركة للتخلص من الارهابيين.

ح-الدعوة لحفظ أمن الناس: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (١٨) تكرارا وبنسبة (١٥,٦٥%) ضرورة مساعدة ومساندة القوات المسلحة للتخلص من جرائم داعش والحفاظ على أمن المدن وحياة الناس، ومطالبة المواطنين بتأشير من تعاون مع الارهابيين في تخريب حضارة العراق العريقة.

خ-توظيف الدين: اخذت المرتبة الخامسة بواقع (٩) تكرارا وبنسبة (٧,٨٢%) إذ تم توظيف الدين والتركيز على ان الدواعش سائرين في ضلالة الهدم البين لأركان الاسلام، والتشجيع على مقاومة المخططات التي تمس المقدسات، وأضرحة الانبياء والاولياء في المدن، واستخدام الايات القرآنية التي تحض على التعاون للقضاء على الكفار.

د-جميع ما تم ذكره أعلاه: حصلت على المرتبة السادسة بواقع (٨) تكرارا وبنسبة (٦,٩٥%) إذ تم توظيف كل الاستمالات العاطفية في المنشور الواحد من خلال أثارة العواطف وتحذير الاهالي من المجاميع الارهابية، وجذب الانتباه لخلق الاستعداد لطرد الارهابيين والدعوة لحفظ الامن، وتوظيف الدين في تلك الاستمالات.

جدول رقم (١٦) يبين فئات الاستمالات العاطفية

ت	فئات الاستمالات العاطفية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	إثارة العاطفة في الانتماء للوطن	٣٤	٢٩,٥٦%	الأولى
٢	تحذير السكان من المجاميع الارهابية	٢٧	٢٣,٤٧%	الثانية
٣	جذب الانتباه لخلق الاستعداد لطرد الارهابيين	١٩	١٦,٥٢%	الثالثة
٤	الدعوة لحفظ أمن الناس	١٨	١٥,٦٥%	الرابعة
٥	توظيف الدين	٩	٧,٨٢%	الخامسة
٦	جميع ما تم ذكره أعلاه	٨	٦,٩٥%	السادسة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

١٠-فئات الاستمالات العقلانية: يوضح الجدول رقم (١٧) الاستمالات وفق الاتي:

أ-تقديم حجج إقناعية وإظهار القوة والتقدم العسكري:احتلت المرتبة الاولى بواقع (٢٧) تكرارا وبنسبة (٢٣,٤٧%) بالتحذير بالابتعاد عن مقرات الارهابيين وأماكن تواجدهم لأنها ستكون أهداف عسكرية، ومطالبة الاهالي بتقديم المعلومات الى القوات العسكرية من خلال الاتصال

على الرقم (١٢٠) الذي يعمل على كافة شركات الهاتف النقال، للابلغ عن المجرمين.

ب- دعوة الاهالي للالتحاق بالقوات المسلحة لحفظ امنهم: اخذت المرتبة الثانية بواقع (٢٥) تكرارا وبنسبة (٢١,٧٣%) كالمطالبة الاهالي بمساعدة الحكومة والقوات المسلحة للحفاظ على ارواح الناس، ويتقديم المزيد من التعاون مع العمليات الخاصة وقوى المقاومة.

ج- إبراز الاحتياجات العاجلة للاهالي ورفع معنوياتهم: حصلت على المرتبة الثالثة بواقع (٢١) تكرارا وبنسبة (١٨,٢٦%) منح بوابر الامل للاهالي بضرورة تحقيق النصر وعودة الاهالي لمدنهم وقراهم بهمة القوات المسلحة والعشائر.

ح- الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية لتفنيذ وجهة النظر الأخرى: اخذت المرتبة الرابعة بواقع (١٧) تكرارا وبنسبة (١٤,٧٨%) التحذير لداعش بأن لا فائدة من الاختباء بين المواطنين فهم جميعا ضد وجود الارهابيين، ومطالبة الارهابيين بالقاء اسلحتهم وضمان محاكمات عادلة لمن يسلم نفسه على الفور.

خ- الاستشهاد ببطولات العراقيين والتشجيع على التصدي للارهابيين: احتلت المرتبة الخامسة بواقع (١٤) تكرارا وبنسبة (١٢,١٧%) التأكيد على تعاون رصين لدى العراقيين جميعا مع قواتهم المسلحة وابناؤهم من الحشد الشعبي، والوعيد بأن نهاية داعش باتت قريبة.

د- تقديم أدلة وشواهد على إجرام داعش: اخذت المرتبة السادسة بواقع (١١) تكرارا وبنسبة (٩,٥٦%) سعت المنشورات على إبراز النوايا التخريبية لداعش والتي هدمت الاثار والاضرحة في المدن، والابتلاء بمد تكفيري جاهل وعصابات تجمعت وغزت المدن، وقتلت الابرياء من النساء والاطفال.

جدول رقم (١٧) يبين فئات الاستمالات العقلانية

ت	فئات الاستمالات العقلانية	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	تقديم حجج إقناعية بإظهار القوة والتقدم العسكري	٢٧	٢٣,٤٧%	الأولى
٢	دعوة الاهالي للالتحاق بالقوات المسلحة لحفظ امنهم	٢٥	٢١,٧٣%	الثانية
٣	إبراز الاحتياجات العاجلة للاهالي ورفع معنوياتهم	٢١	١٨,٢٦%	الثالثة
٤	الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية لتفنيذ وجهة النظر الأخرى	١٧	١٤,٧٨%	الرابعة
٥	الاستشهاد ببطولة العراقيين والتشجيع على التصدي للارهابيين	١٤	١٢,١٧%	الخامسة
٦	تقديم أدلة وشواهد على إجرام داعش	١١	٩,٥٦%	السادسة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

١١- استمالات التخويف: يوضح الجدول رقم (١٨) استمالات التخويف وفق الفئات الاتية:

أ- إثارة خوف الناس من المجاميع الارهابية: حصلت على المرتبة الاولى بواقع (٣٣) تكرارا وبنسبة (٢٨,٦٩%) كالتأكيد على ان داعش لن تتوقف عن ارتكاب المزيد من الجرائم البشعة ضد السكان لذا علينا الثأر منهم.

ب-تحذير الناس من جرائم داعش الارهابية: احتلت المرتبة الثانية بواقع (٣١) وبنسبة (٢٦,٩٥%) تحذير الأهالي من التعاون مع داعش والابتعاد عنهم لأنهم مجرمون لحين التحرير، والتشجيع على المسؤولية الوطنية المشتركة للتخلص من الارهابيين.

ج-تشكيل حافز للاهالي يستجيب به للنداء لشدة الحدث: أخذت المرتبة الثالثة بواقع (٢٣) تكرارا وبنسبة (٢٠%) مثل الاشادة بالقوات المسلحة ببذل المزيد من الجهد والتضحية حتى تحقق الاهداف في بسط الامن وتحقيق العدالة للجميع في ظل دولة العراق الموحد.

ح-توصيف جرائم داعش للاهالي: حصلت على المرتبة الرابعة بواقع (١٥) تكرارا وبنسبة (١٣,٠٤%) كالتذكير بجرائم داعش من قتل ونهب واغتصاب وتشريد وأذلال،

د-خلق توقعات بإمكان تجنب الاخطار لتقليل التوتر: احتلت المرتبة الخامسة بواقع (١٣) تكرارا وبنسبة (١١,٣٠%) ترسيخ فكرة العيش بأمان عند التخلص من عصابات داعش والتأكيد بأنه حان وقت القصاص من جرائمه.

جدول رقم (١٨) يبين استمالات التخويف

ت	فئات استمالات التخويف	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	إثارة خوف الناس من المجاميع الارهابية	٣٣	٢٨,٦٩%	الأولى
٢	تحذير الناس من جرائم داعش الارهابية	٣١	٢٦,٩٥%	الثانية
٣	تشكيل حافز للاهالي يستجيب للنداء لشدة الحدث	٢٣	٢٠%	الثالثة
٤	توصيف جرائم داعش للاهالي	١٥	١٣,٠٤%	الرابعة
٥	خلق توقعات بإمكان تجنب الاخطار لتقليل التوتر	١٣	١١,٣٠%	الخامسة
	المجموع	١١٥	١٠٠%	

١٢-تحليل كفي لفئة المنشورات كصورة: يتم فيها شرح وتوضيح الصور المرفقة بالمنشورات ومنها صور مرفقة مع النص وأخرى بمفردها، وأخرى كتبت عليها اسماء المطلوبين من الارهابيين، وصور تحذيرية وأخرى لجوامع ومراقد وللقوات المسلحة، وأخرى للارهابيين وغيرها وهي:

أ-صورة مركبة من ارض المعركة وجزء من نهر، مغروس بجانبه العلم العراقي وشارع عام في جانبه الأيمن العربات العسكرية والمدنية لداعش، وفي جانبه الأيسر الاليات العسكرية للقوات المسلحة تحت عنوان (أرهابيو داعش يهربون أمام مقاتلي العراق الابطال في سد الموصل وأمرلي وسيهربون أمام قوة وإقدام أبناء الموصل).

ب- صورة بوجه رجل عربي نصفه يعتزم العقال العربي المعروف باللون الاحمر وبمساحة بيضاء والنصف الاخر من الوجه باللون الاسود وبمساحة خلفية سوداء وكتبت في المساحة البيضاء أربع عبارات(الموصل البيضاء: المحبة والنخوة العربية، النية الصافية، الكرم والجود، المضاييف العامرة) وفي المساحة السوداء كتبت اربع عبارات (الموصل السوداء: الكراهية والحقد والإجرام، الدسائس والمؤامرات، الفقر والجوع، المآتم والأحزان) وكتبت جملة

وسط الصفحة (مازال أمامك الوقت أن تحدد مستقبل أطفالك بين الأبيض والأسود).
ت-صورة تطلب بالدخول على موقع الغوغول والنقر على خرائط غوغول لتحديد موقع الهدف من الحاسوب للأطلاع على التعليمات التي تريد الجهات الأمنية أن تصل للأهالي، وتم وضع أربعة أرقام موبايل للاتصال مع رقمين مجانيان مختصرة، فضلا عن كتابة بريد الكتروني (إيميل) خاص ترافقه تعليمات توضح كيفية الاتصال وكيفية الإرسال، والنقر على أداة تحديد الموقع وتحديد الهدف عن طريق الانترنت.

ث- صورة منشور يضم (١٣) صورة لإرهابيين هاربين والتنويه عن اسمائهم الحقيقية والوهمية والمطالبة بالتبليغ عن أماكن تواجدهم، ولكل أرهابي صورتان وأكثر من أسم وكنية.
ج-صورة ملونة لجوامع الموصل تتوسطها نص آية قرآنية (وما النصر إلا من عند الله) وعبرة بمستطيل مائل تطالب أبناء الموصل بتعاونهم مع القوات المسلحة من أجل التخلص من عصابات داعش الارهابية.

ح- صورة منشور تظهر بها صور جوامع الموصل بجانيي الصفحة، وعلى اليمين صورة أحد الجوامع يقف أمامه مجموعة من النساء رافعين أيديهن بالدعاء، وفي الجانب الثاني صورة الجامع وأثار مدمرة ويقف فوق دمارها مجموعة من الدواعش على أحجاره، وتتوسط الصورة عبارات تشجع أبناء الموصل للتصدي لعصابات داعش التي دنست المراقد والاماكن المقدسة ومطالبتهم بمقاومة الإحتلال المتخلف لمدينتهم وذيل الجانب الأيمن من المنشور بالدعوة لإعلان المقاومة في مواقع التواصل الاجتماعي، وظهور شعار في أسفل الصفحة اليسرى.

خ- صورة منشور ملونة يظهر فيها جانب من طائرة للقوات الجوية العراقية يفحصها أحد الصقور، وطائرة أخرى تحلق في الأجواء وفي الجهة اليمنى وقف عدد من شباب المدينة أمام الاماكن الإعلامية لداعش وكتبت في أعلى المنشور عبارة تحذيرية بأن صقور القوة الجوية العراقية البواسل سيقومون بقصف النقاط الإعلامية في المدينة، لذا نهيب بالعوائل الكريمة حث أبناءهم على عدم التردد على هذه النقاط أو الاقتراب منها حفاظا على أرواحهم، مع ظهور شعار الجمهورية في أسفل الصفحة.

د- صورة منشور ملونة تظهر فيها (١٩) صورة لكل منطقة محررة ثلاثة صور لـ(تحرير الرمادي، تحرير بيجي، تحرير سامراء، تحرير الجرف، تحرير تكريت، تحرير آمرلي) وصورة كبيرة تحتل نصف الصفحة فيها خارطة للعراق وتحلق طائرات مختلفة النوع في سماءه ومجموعة دبابات وجنود مدججين بالسلاح يتقدمون على جزيرة سامراء وكتبت عبارة (قادمون الى الموصل بعد تحرير كل المدن).

د-صورة منشور ملونة يظهر في وسطها صورة جندي عراقي، وفي الجانبين اليمين واليسار الايسر تظهر صورة لدواعش يرتدون الملابس النسائية لأغراض التخفي بعد هروبهم من المعارك وكتبت في وسط الصفحة باللون الاحمر (زي الفخر لأبطال جهاز مكافحة الارهاب) ثم كتبت بعدها باللون الاسود (زي العار والذل لأعداء العراق) وتركزت في أعلى الجانب اليمين خارطة العراق مزينة بعلامة النصر.

ر-صورة منشور ملونة يظهر في جانبها اليمين جنود من القوات المسلحة، وفي الجانب الايسر يظهر العلم العراقي، وفي وسط الصفحة ظهرت راية داعش ممزقة الى نصفين وتحتها نار، وكتبت عبارة تتوسط الصفحة (نتحداكم، لم نخسر معركة أبدا، لقد حررنا "٣٦" مدينة)

النتائج والاستنتاجات:

١-تبين من البحث ان المنشورات ركزت على الموضوعات والقضايا الوطنية، والامنية، والاجتماعية، والدينية، إذ أستخدمت أكثر من طريقة للتعبير والوصول الى الاهالي داخل المدن التي يسيطر عليها داعش، من خلال التركيز على إتجاه المنشورات وتحديد إتجاه مضمونها، مثل إتجاه مع العراق كوطن، إتجاه مع القوات العسكرية، إتجاه ضد عصابات داعش، إتجاه مع الدولة العراقية.

٢-أوضح أن المنشورات أهتمت باللغة المستعملة في كتابة الموضوعات التي تناولتها، مثل استعمال اللغة العربية الفصحى، والجمع بين اللغة الفصحى والعامية العراقية، مثلما اهتمت بالأساليب اللغوية، المستخدمة، والطريقة التي يتم بها أداء المعنى المقصود، ولكل معنى مُراد أسلوبٌ خاصٌ به يميزه عن غيره، كاسلوب النداء والتوكيد والتطمين للمواطنين، اسلوب التذكير والتحذير والتشجيع للمواطنين، اسلوب التهديد والوعيد والتهكم على العدو، جميع الاساليب المذكورة سلفاً.

٣- العمليات النفسية الموجهة لأطراف الأزمة، كالوقوف على العمليات النفسية الموجهة، لأهالي الموصل، والعمليات الموجهة لداعش، معززة ذلك بالصور المصاحبة للمنشور، مثل صور ذات مضمون ديني، وصور ووطني، وتاريخي، واجتماعي.

٤-برزت المنشورات الاشكال التي قدمت فيها الموضوعات أو القضايا التي تضمنتها المنشورات كحجم ورقة المنشور، الصور، حجم الحرف، الالوان، رسوم توضيحية، أي استخدام أساليب متنوعة للكتابة ومتنوعة الالوان وحجم الكتابة بمختلف الاحرف من اجل إيصال المعلومات للاهالي وتحذيرهم من داعش.

٥-ركزت على الصفات والأفعال المستخرجة من مضامين المنشورات، للقوات المسلحة، وللدواعش، وللاهلالي، معتمدة على الاستمالات العاطفية والعقلانية واستمالات التخويف،

للتأثير في المتلقين من ابناء المدن، إذ طالبت المنشورات بالاستجابة للاستمالات العاطفية والعقلانية بعد ان احتلت اهتماما كبيرا في نصوص المنشورات مما يدل على أهميتها في خلق مشاعر ملائمة لدى الاهالي المعنيين ببناء إستمالة مشاعرهم، أو قيمهم، أو تاريخهم، أو عن طريق اطلاعهم على جرائم داعش، كما أن المناشدة العقلانية تحاول إقناع المتلقين لتبني اعتقاد ما عن طريق تقديم شاهد تجريبي أو منطقي لتأييد ذلك الاعتقاد.

٦- رمت هذه المنشورات إلى إظهار الرؤى والاتجاهات وتحديد المواقف، وبيان الإصرار على المضي في القضاء على الارهابيين، وتشير تقارير الرصد لافعال داعش بانهم انتهكوا حرمة الاهالي ومقدساتهم وأعراضهم، مما اهتمت به المنشورات في التحذير من نوايا الارهابيين، وضرورة القضاء عليهم بمساعدة الأهالي.

٧- المنشورات طالبت المواطنين بترك مناطقهم والتوجه إلى القوات الأمنية، وبأن القوات المسلحة العراقية والحشد الشعبي قررت تطهير المدن وسحق الدواعش، لأن داعش زائلة وأيامهم اقتربت من نهايتها، كما حثت المنشورات المواطنين على التعاون مع القوات الأمنية ومتابعة إذاعة عمليات نينوى، للاستماع الى الإرشادات والتوجه نحو منافذ الخروج الامنة من المدينة.

٨- تضمنت المنشورات توصيات توعوية للمواطنين عن خطط السلامة والأمان والوقاية وخطط الطوارئ داعية اهالي المدينة الى التعاون مع القوات الامنية لاستعادة الموصل من سيطرة تنظيم داعش، والتركيز على توجيهات للمواطنين، للاستعداد بالخلاص من عصابات داعش الارهابية، وحددت المنشورات المنافذ الآمنة لخروج العوائل من الكوير وكيفية استخدام بطاقة الأمان عند التوجه للقوات الامنية.

٩- تبين من البحث ان المنشورات ركزت على الموضوعات والقضايا الوطنية، والامنية، والاجتماعية، والدينية.

١٠- أتضح أن المنشورات أهتمت باللغة المستعملة في كتابة الموضوعات التي تناولتها، مثل استعمال اللغة العربية الفصحى، والجمع بين اللغة الفصحى والعامية العراقية.

١١- اهتمت بالأساليب اللغوية، المستخدمة، كاسلوب النداء والتوكيد والتطمين للمواطنين، اسلوب التذكير والتحذير والتشجيع للمواطنين، اسلوب التهديد والوعيد والتهمك على العدو.

١٢- ركزت على الصفات والأفعال المستخرجة من مضامين المنشورات، للقوات المسلحة، وللدواعش، وللاهابي، معتمدة على الاستمالات العاطفية والعقلانية واستمالات التخويف.

١٣- المنشورات طالبت المواطنين بترك مناطقهم والتوجه إلى القوات الأمنية.

١٤- حثت المنشورات المواطنين على التعاون مع القوات الأمنية ومتابعة إذاعة عمليات نينوى، للاستماع الى الإرشادات والتوجه نحو منافذ الخروج الامنة من المدينة.

١٥- تضمنت المنشورات توصيات توعوية للمواطنين عن خطط السلامة والأمان والوقاية وخطط الطوارئ.

المراجع والمصادر والهوامش:

- * المحكمين: ١- أ.م.د. حمدان السالم. ٢- أ.م.د. رعد الكعبي. ٣- أ.م.د. سعد كاظم.
- ** المحلل الثاني: أ.م.د. سعد كاظم.
- 1-susanna Hornig Priest (2010) Doing Media Research ,Los Angeles, SAGE Publication In c. P41.
- ٢- د. سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث الإعلامي، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٦، ص ٣١٠.
- ٣- صالح خليل أبو اصبع: الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، دار المجدلوي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦ (١٨٨)
- ٤- د. كامل علوان الزبيدي، المنشورات دراسة نفسية تحليلية، مجلة كلية الاداب، جامعة بغداد، العدد السابع والثلاثون، ١٩٩٠، ص ٢٤٦
- ٥- د. هشام محمود الاقداحي، الرأي العام والدعاية الدولية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، ٢٠١٠، ص ١٨٧
- ٦- فيليب تايلور: قصف العقول، الدعاية للحرب منذ العالم القديم حتى العصر النووي، ترجمة: سامي خشبة، سلسلة عالم المعرفة، ابريل ٢٠٠٠، صفحات متفرقة.
- ٧- د. كامل علوان الزبيدي، م، س، ذ، ص ٢٤٧-٢٤٩
- ٨- د. إبراهيم أبو عرقوب، سليمان الطعان، معجم مصطلحات الحرب النفسية، ط ١، دار مجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، ١٩٩٢، ص ١٣٥
- ٩- د. حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، القاهرة، ط ٥، ١٩٨٤، ص ٣٩٥.
- ١٠- د. كامل علوان الزبيدي، علم النفس العسكري، بيت الحكمة، بغداد، ١٩٨٩، ص ٢١٧.
- ١١- د. حامد ربيع، الحرب النفسية في الوطن العربي، دار واسط للدراسات والنشر والتوزيع، بغداد، ١٩٨٩، ص ٣٣

Distribution Of Propaganda Publication in psychological warfare Analytical Study Of Methods And Convincing Means (Al-Mousl's Battles)

Sihaam Al-Shujairy

Faculty of Information

Abstract

This research aims to identify methods and convincing means which is used in Al-Mousl's battles throughout posters that threw down by Armed air force weather on people or the terrorist on the ground. The publications regards to be one of the most conventional means that used by warring countries to frightened the enemy and weakened the morale of the soldiers as well as people. The publication usually cast

by airplanes or balloons in a massive amounts. Its considers to be important for propaganda , if the researcher managed to have (115) text about posters that she already has its contains from the Ministry of Defence in order to devote the propagation efforts to achieve the required purpose and support the eagerness of Iraqi forces to liberate cities from ISIS. The importance of research lies in the fact that it is a research attempt to identify the means and methods that used in posters, it come out with many conclusions and most importantly:

1-The research proved that the posters focused on the national, social, security and religious topics.

2-It turns out that posters took a spatial care with the language used in the text , for instant mixed between slang and classical Arabic.

3-It took a spatial care with the language methods for example calling style, emphasis style, assurance style, the reminded style, warning and encourage style for citizens mean while a threat, menace and satire style for the enemy.

4-Focused on the qualities and actions extracted from the contents of publication for the armed forces, ISIS and citizens based on emotional solicitation , rational solicitation and intimidation.

5-The publication demanded the citizens to leave their cities and go to the security forces.

6-The publications argued citizens to cooperate with the security forces and follow up on the Nineveh radio station to listen to the guidance and move towards safe exit point from the city.

7-The posters included awareness recommendations on safety, prevention and emergency planes.