

خطاب الصحافة الامريكية ازاء الحشد الشعبي في العراق بعد الحرب ضد "داعش"

ا.م.د. حسين اسماعيل حداد

جامعة ذي قار /كلية الاعلام

huseinhaddad@utq.edu.iq

الملخص

يتناول البحث التمثيل الخطابي لقوات الحشد الشعبي في العراق من قبل الصحافة الأمريكية، وتم دراسة ذلك من خلال استخدام عينة من الصحف الامريكية للمدة من 2018 إلى 2022، وهي الفترة التي اعقبت انتهاء الحرب على تنظيم "داعش" الارهابي بهدف الكشف عن كيفية استخدام خطاب الصحافة الأمريكية، ممثلة في صحيفة واشنطن بوست وستار تريبيون، موضوعات واستراتيجيات خطابية في تمثيل صورة هذه المؤسسة العسكرية، اذ تبحث هذه الدراسة في كيفية تعامل الصحف الامريكية مع الحشد الشعبي من حيث خطابه والمواضيع التي حاولت تقديمها من خلال استراتيجيات مختلفة. تم استخدام المنهج النوعي لتحليل البيانات الواردة في المقالات المختارة باستخدام طريقتين للتحليل: الأول يعتمد على التحليل الموضوعي ، والثاني يعتمد على التحليل الأيديولوجي للاستراتيجيات الخطابية وفقا لإيديولوجية وخطاب فان ديك. وكشفت نتائج التحليل أن المقالات احتوت على مزاعم متكررة تهدف إلى نشر صورة سيئة عن قوات الحشد الشعبي وبناء رواية موجهة ضد وجودها وسلوكها السياسي والعسكري في العراق. كما أظهرت النتائج أن الخطاب السياسي المهيمن يؤثر على الخطاب الإعلامي، ما يقدم صورة واضحة لمقاربات وسائل الإعلام المتنوعة لتصوير الآخر من وجهة نظر سياسية وأيديولوجية.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجيات الخطابية ، الخطاب ، التمثيل الإعلامي ، قوات الحشد الشعبي، العراق.

The discourse of American Press towards Iraqi Popular Mobilization Forces after the war against ISIS

Hussein Ismail Haddad

Faculty of Mass Media -University of Thi-Qar/Iraq

husseinhaddad@utq.edu.iq

Abstract

This study deals with the discursive representation of the Popular Mobilization Forces in Iraq by the American press. This was studied by using a sample of American newspapers for the period from 2018 to 2022, the period following the end of the war on the terrorist organization ISIS, with the aim of revealing how the discourse of the American press, represented by the Washington Post and the Star Tribune, used discursive themes and strategies in representing the image of this military institution. This study examines how American newspapers deal with the Popular Mobilization Forces in terms of its discourse and the topics it tried to present through different strategies. The qualitative approach was used to analyze the data contained in the selected articles using two methods of analysis: the first is based on thematic analysis, and the second is based on ideological analysis of discursive strategies according to Van Dijk's ideological square. The results of the analysis revealed that the articles contained repeated allegations aimed at spreading a bad image of the Popular Mobilization Forces and building a narrative directed against their presence and political and military behavior in Iraq. The results also showed that the dominant political discourse affects the media discourse, which provides a clear picture of the various media approaches to portraying the Other from a political and ideological point of view.

Keywords: discursive strategies, discourse, media representation, Popular Mobilization Forces, Iraq.

المقدمة

خلقت الظروف التي مر بها العراق بعد الغزو الأمريكي عام 2003 بيئة خصبة للتغطية الإعلامية العالمية، بما في ذلك الصحافة الأمريكية التي أظهرت اهتماما ملحوظا يعكس التدخل العسكري الأمريكي من وجهات نظر مختلفة، اذ تعكس الصحافة الأمريكية عادة أيديولوجياتها تجاه الأزمات والحروب في العالم برؤى متحيزة إذا كانت الولايات المتحدة الأمريكية منخرطة في تلك الحروب والصراعات. (W. Lance Bennett, Regina G. Lawrence, 2008). لذلك ، يصبح من المهم الكشف عن تلك المنظورات ازاء القضايا التي تتناول بلد مثل العراق ، لاسيما بعد انتهاء تلك الحرب التي غيرت المشهد السياسي في العراق وتسببت في دخول البلاد في أزمات متتالية، بما في ذلك أزمة احتلال تنظيم "داعش" لأجزاء كبيرة من العراق في عام 2014.

وتمثل قوات الحشد الشعبي في العراق قوة عسكرية ناشئة تشكلت عام 2014 في بداية احتلال تنظيم "داعش" لأجزاء من العراق بناء على فتوى للمرجعية الشيعية في العراق متمثلة بالمرجع الديني الاعلى السيد السيستاني، وجاءت ردا على التهديد الذي شكله "داعش" حينها ،وبناء على هذه الفتوى، توافد المتطوعون للانضمام إلى الوحدات المسلحة النظامية. وفي عام 2017 قامت وحدات الحشد الشعبي بدور حاسم في هزيمة داعش. وفي إطار جهودها لإضفاء الطابع المؤسسي على الحشد الشعبي كجزء من الجيش العراقي، أعلنت الحكومة العراقية أن قوات الحشد الشعبي هي قوات حكومية رسمية تحت قيادة القائد العام للقوات المسلحة العراقية.

يتناول البحث الحالي الابعاد الامنية والسياسية التي يعكسها خطاب الصحافة الامريكية في معالجته لقوات الحشد الشعبي في العراق كقوة ناشئة كان لها الدور الحاسم في تحرير المناطق التي احتلها تنظيم "داعش"، فضلا عن دوره السياسي بعد انتهاء العمليات الحربية. واعتمد البحث على منهجية نوعية في تحليل خطاب الصحافة الامريكية، وشملت اطارا منهجيا ونظريا يحيط بابعاد المشكلة البحثية ومتغيرات موضوعها، مع اطار تحليلي اعتمد على ادوات التحليل النوعي في دراسات الخطاب وصولا الى ابرز النتائج والاستنتاجات.

المبحث الاول: الاطار المنهجي للبحث

1-مشكلة البحث

يسهم الخطاب الإعلامي العالمي في تقديم تفسيرات مختلفة للقضايا والأحداث في العالم، والتي بدورها تؤثر على قرارات ومواقف الجمهور، اذ يمثل التمثيل الإعلامي جانبا مهما من البناء الخطابي لوسائل الإعلام فهو الطرق التي تصور بها وسائل الإعلام مجموعات أو مجتمعات أو مواضيع معينة من منظور أيديولوجي معين (Orgad, 2012) وفي ضوء ذلك، تكمن مشكلة البحث في التعرف على المنظور الإعلامي الذي تمثله الصحافة الامريكية في معالجتها للقضايا المتعلقة بالحشد الشعبي في العراق، لاسيما خلال الفترة التي شهدت بروزه كقوة سياسية اعقبت هزيمة تنظيم "داعش"، وتم صياغة سؤال رئيس يتمثل بـ : ما طبيعة خطاب الصحف الأمريكية ازاء الحشد الشعبي في العراق؟.

مع اسئلة فرعية تتمثل بالاتي:

- ما ابرز الموضوعات الرئيسية التي ركزت عليها الصحافة الامريكية في معالجتها لقضايا الحشد الشعبي في العراق؟.

- ما الاستراتيجيات الخطابية الرئيسية التي استخدمتها الصحافة الامريكية في تمثيل الحشد الشعبي في العراق؟.

2- اهداف البحث:

- التعرف الى طبيعة خطاب الصحف الأمريكية ازاء الحشد الشعبي في العراق؟.
- الكشف عن الموضوعات الرئيسية التي ركزت عليها الصحافة الامريكية في معالجتها لقضايا الحشد الشعبي في العراق؟.
- تحليل الاستراتيجيات الخطابية التي استخدمتها الصحافة الامريكية في تمثيل الحشد الشعبي في العراق؟.
-

3- اهمية الدراسة

تمثل دراسة الخطاب الصحفي العالمي ازاء الاحداث والقضايا المحلية اهمية في معرفة اتجاهات وايدولوجيات هذا الخطاب، فضلا عن امكانية الوقوف على صورة الشأن المحلي ومدى تمثيلها على وفق المنظور الاعلامي الخارجي، لذلك فان هذه الدراسة ونتائجها تسلط الضوء على مواقف وايدولوجيات منظور خطابي عالمي له تاثيره على صورة الحشد الشعبي في العراق على المستوى العالمي ويكشف عن مؤشرات التعامل الاعلامي من منطلقات سياسية وايدولوجية، اذ ركزت معظم الدراسات التي تناولت قضية الحشد الشعبي على تصورات وسائل الاعلام العراقية لهذه المؤسسة شبه العسكرية، ولم تتناول سوى القليل من الدراسات التمثيل الاعلامي العالمي. فضلا عن ذلك، فان البحث الحالي يتناول مؤسسة الحشد الشعبي وقواه الفاعلة خلال مدة غير مدروسة سابقا بحدود علم الباحث، وهي الفترة التي شهدت تبلوره كقوة سياسية وليس عسكرية. علاوة على ذلك ،

3- منهجية البحث

يعد البحث الحالي من البحوث الوصفية النوعية التي توفر طريقة عملية لدراسة الأحداث والقضايا والممارسات الاجتماعية على مر الزمن (Barada, 2013). وتم استخدام المنهج النوعي في تحليل خطاب النصوص الإعلامية حول قوات الحشد الشعبي في العراق في إطار تحليل الخطاب القائم على الكشف الاستقرائي للموضوعات والاستراتيجيات الخطابية المستخدمة لتمثيل جوانب مختلفة من صورة الحشد الشعبي، اذ ان الكشف الاستقرائي للموضوعات الرئيسية في النص وعملية استخلاصها يعد جزءا ثابتا من البحث النوعي (Attride-Stirling, 2001). وتم لهذا الغرض الافادة من ادوات التحليل النوعي المتمثلة باجراءات التحليل الاستقرائي للكشف عن الموضوعات او الثيمات في اطار التحليل الموضوعي Thematic analysis، التي طورها جونسون وكريستنس (2004) فضلا عن الافادة من الإطار الأيديولوجي لـ فان ديك الذي يتضمن الاستراتيجيات الخطابية المستخدمة للكشف عن ايدولوجيات منتج الخطاب.

3 مجتمع وعينة الدراسة

يمثل مجتمع البحث الصحافة الامريكية الصادرة خلال فترة الدراسة وقد تم اختيار عينة ممثلة من صحيفتين رئيسيتين وهما صحيفة واشنطن بوست (The Washington Post) وموقعها الالكتروني (<https://www.washingtonpost.com/>)، وصحيفة ستار تريبيون (Star Tribune) وموقعها الالكتروني (<https://www.startribune.com/>) ، وتم اختيار الصحيفتين بسبب اهتمامهما بالشؤون العراقية وتغطيتهما لاخبار الحشد الشعبي التي تحقق اهداف البحث، فيما كانت العينة الزمنية للمدة من 2018/1/1 ولغاية 2022/12/31 وتم اختيار هذه الفترة لأنها تعكس التكوين السياسي والعسكري الرسمي لفصائل الحشد الشعبي بعد اعلان النصر ضد تنظيم "داعش". وتم الحصول على المقالات والتقارير عن طريق الاشتراك في الموقع الالكتروني للصحيفتين والبحث في محركهما من خلال استخدام الكلمات الرئيسية (Iraqi militia, Iraqi PMF, popular mobilization forces) وتم استخراج 63 مقالا وتقريرا يتعلق بالحشد الشعبي، وكخطوة اخيرة تم استبعاد المقالات والتقارير التي تفتقر إلى معلومات دقيقة وشاملة عن قوات الحشد الشعبي. وهكذا تألفت العينة من 43 مقالا او تقريرا بواقع (24) مقالة لواشنطن بوست و (19) مقالة لستار تريبيون .

4-الدراسات السابقة

ركزت الدراسات الإعلامية التي تتناول الحشد الشعبي في العراق على قضايا مختلفة تتعلق بتمثيلها الإعلامي على المستويين المحلي والعربي والعالمية. وتشمل:

1-دراسة علي عباس (2020) بعنوان (صورة الحشد الشعبي في الفضائيات لدى الجمهور) وتناولت صورة الحشد الشعبي على القنوات الفضائية العراقية من خلال آراء عينة من الجمهور المحلي لدراسة درجة الثقة والمصادقية في تكوين الصورة الذهنية للجمهور ومعرفة مدى التأثير الايجابي او السلبي للتغطية الاعلامية التي تتعلق بالحشد الشعبي، واستخدم الباحث منهجا مسحيا عن طريق استبانة شملت 150 مبحوثا في بغداد، وكانت ابرز النتائج ان (46,67%) اعربوا عن ثقتهم المحدودة بما تعرضه القنوات الفضائية بخصوص الحشد الشعبي، فيما منح (34%) ثقتهم الكاملة، و(33,19%) اعربوا عن عدم الثقة بالمحتوى الذي تقدمه تلك القنوات الفضائية.

2-دراسة منى كاظم (2016) بعنوان (موضوعات الحشد الشعبي في الصحافة العربية) وتناولت قضايا الحشد الشعبي في الصحافة العربية، بما في ذلك الصحف العراقية، لتحديد مستوى الاهتمام الذي أبدته الصحافة العربية متمثلة بـ (الصباح العراقية، والأهرام المصرية، والدستور الاردنية) حول قضايا قوات الحشد الشعبي للمدة بين عامي 2014-2015، وحاولت

الدراسة الكشف عن المواقف الأيديولوجية والسياسية لهذه الصحف تجاه الحشد الشعبي من خلال استخدام تحليل المحتوى. وخلصت الدراسة إلى أن الصحف الثلاث أولت مستويات مختلفة من الاهتمام لقضايا الحشد الشعبي. كانت التغطية الإعلامية العربية سلبية في طابعها ، حيث ركزت على الأخبار التي تتهم الحشد الشعبي بارتكاب انتهاكات وإساءات إنسانية في مناطق النزاع، بينما ركزت التغطية المحلية على الدور الإيجابي للحشد الشعبي في تحرير المناطق من نفوذ "داعش".

3-دراسة كريم عبد الله (2016) بعنوان (دور التغطية التلفزيونية في تشكيل اتجاهات الجمهور ازاء الحشد الشعبي) وهدفت الى بيان تأثير التغطية الإخبارية التلفزيونية في تشكيل مواقف الجمهور تجاه الحشد الشعبي، واستخدم الباحث المنهج المسحي من خلال استبانة وزعت على عينة قوامها (779)، فيما كانت ابرز نتائج دراسته تكمن في أن الصورة التي شكلها الجمهور تتحدد وفقا لعوامل ثقافية وأيديولوجية بين الجمهور، وأن المحتوى الإخباري يصطدم بتلك العوامل في البناء الخطابي لتلك الصورة، ما يعكس التنوع العرقي في العراق وانعكاسات الخلافات الطائفية على موقف الجمهور من القضايا المحلية.

4-دراسة مقارنة أجرتها زينب كريم (2019) بعنوان (تحليل نقدي لخطاب الصحافة الامريكية ازاء قوات الحشد الشعبي وتنظيم داعش) وشملت دراسة خطاب بعض وسائل الإعلام الأمريكية، وهي نيويورك تايمز و يو اس تودي ولوس أنجلوس تايمز، في تغطيتها خلال وقت الحرب عام 2014. وركزت الدراسة على نوع المعالجة الإعلامية والأدوار الرئيسية السائدة في خطاب الصحف تجاه الحشد الشعبي و"داعش" باستخدام منهج الخطاب التاريخي. وكانت أبرز نتائج هذه الدراسة أن قضايا الإرهاب والطائفية تمثل موضوعا مشتركا في خطاب الصحف الأمريكية، وان هناك تحيز في تغطية أي عمل إيجابي يتعلق بالحشد الشعبي من خلال التعامل مع مثل هذه الأعمال في اطار سلبي.

5-دراسة زينب علي حسين (2022) بعنوان (تمثيل قوات الحشد الشعبي في تقارير اخبار البريطانية والايروانية عبر الانترنت- تحليل نقدي للخطاب) والتي تناولت عبر منهجية تحليل الخطاب النقدي صورة الحشد الشعبي في 12 تقريرا إخباريا من وسائل اعلام إخبارية بريطانية وإيرانية تضمنت اذاعة بي بي سي وصحيفة الغارديان البريطانيتين، وصحيفتا طهران تايمز و فاينانشال تريبيون الايرانتين. واستخدمت الدراسة منهجا نوعيا واطر تحليل لغوية للكشف عن التحيزات في تمثيل صورة الحشد الشعبي، اذ استخدمت الباحثة نموذج ووداك في استخدام الاستراتيجيات الخطابية، وكذلك نموذج الفاعل الاجتماعي لـ "فان ليوين" ، فضلا عن اطار الأيديولوجية الذي طوره "فان ديك". وكانت ابرز النتائج أن وسائل الإعلام البريطانية تستخدم بشكل أساسي صورة سلبية عن الحشد الشعبي، في حين تستخدم الصحف الإيرانية في الغالب صورة ذاتية إيجابية.

-التعليق على الدراسات السابقة:

افاد الباحث من الدراسات السابقة من مناحي مهمة تتعلق بالمنهجية واستخدام ادوات التحليل النوعي التي تكشف عن ايدولوجيات الخطاب الصحفي. وقد ركزت بعض الدراسات على مقارنة صورة الحشد الشعبي من خلال اراء الجمهور، كما في دراسة (علي عباس) ودراسة (كريم عبدالله) ، مما حصر النتائج في منظور يركز على الجمهور، ويرى الباحث ان البيانات التي تم جمعها من خلال المقابلات أو الاستبيانات لاتعطي مؤشرا كافيا ذا مغزى يعكس أيديولوجية منتج الخطاب، اما دراسة زينب كريم (2019) و زينب علي حسين (2022) فقد استخدمتا منهج التحليل النوعي في اطار دراسات الخطاب، وتختلف دراستنا من حيث المدة الزمنية التي كانت خلال فترة الحرب والعينة التحليلية الممتدة، اذ ان البحث الحالي يركز على تمثيل الحشد الشعبي في الصحافة الأمريكية في فترة مهمة شهدت بدايات تحوله إلى عمل سياسي بعد انتهاء الحرب على داعش عام 2014 ، وهي فترة لم تتم دراستها في الدراسات السابقة التي تناولت الخطاب الأمريكي تجاه الحشد الشعبي خلال تلك الحرب.

المبحث الثاني: الاطار النظري للبحث

-الخطاب والتمثيل الاعلامي للقضايا والاحداث

وفقا لميشيل فوكو، فإن الخطاب هو نظام تمثيلي يتضمن إنتاج السلطة أو المعرفة من خلال اللغة (Morgan, 2010)، اذ ان تحليل الخطاب هو في الواقع تحليل اللغة (Brown & Yule, 1983). وفي الوقت الذي يتشكل فيه هذا الخطاب من خلال الوسيط الذي يحدث فيه، فانه يؤثر أيضا على إمكانيات ذلك الوسيط (Salzmann et al, 1999) ويمكن توضيح هذه الامكانيات وفقا للأنماط التمثيلية التي تتشعب اشكالها في تحليل الخطاب بناء على طبيعة المنظورات التي يتم بناؤها(Wenden,2005).

ويرى الباحث انه في اطار هذا الفهم للخطاب فان الصورة الخطابية تقوم على انماط تمثيلية لغوية يخلقها منتج الخطاب بناء على منظورات ايدولوجية، وعبر وسائط مختلفة، من بينها وسائل الاعلام، اذ ركزت غالبية أبحاث نظرية الخطاب في مجال دراسات الإعلام والاتصال على تحليل وجود خطابات محددة في مؤسسات الإعلام (Brussel et al., 2019)، حيث تكون صور الدول والجماعات محور خطاب وسائل الإعلام السياسية (Posternyak & Boeva-Omelechko, 2018).

وفيما يتعلق بخطاب وسائل الاعلام، فان هناك نوعين من الخطاب: الاول يحدث في المواقف الطبيعية عندما يتم نقل البيانات الحقيقية عبر وسائل الاعلام دون اختلاقها أو تغييرها، والنوع الآخر هو الخطاب الذي يحدث عندما يتم نقل نص معد مسبقا ويخضع للتحليل الصحفي، (Brzozowska et al., 2015). لذلك تحفل النصوص الإعلامية بوفرة من الخطاب التي تحيط بالأحداث التي يتم تمثيلها. (Hobbs, 2008) فالأخبار هي تقرير أو إعادة صياغة سياق حدث ما، وهي ليست مجرد تمثيل موضوعي للحقائق، فهي بناء ثقافي يرمز القيم التي يستخدمها الصحفيون لتحديد ما هو جدير بالنشر (Wodak & Weiss, 2003). اذ ان محتوى وسائل الاعلام يعتمد بطبيعته على طرق التمثيل التي تستخدم بشكل قصدي عناصر بصرية وسمعية ونصية لها معنى معين، ويتم فهمها من قبل المتلقي بطرق مختلفة، وبعبارة أخرى، فإن وسائل الإعلام تبني الحقائق التي يمكن تفسيرها بشكل مختلف من قبل المتلقين. (Ige, 2016). في سياق هذا المنظور، يمكن لوسائل الإعلام تحديد مديات معرفة الجمهور في تغطيتها للأحداث والقضايا العالمية فهي اشبه ماتكون " نافذة على العالم تمكن الأفراد من اكتساب المعرفة بالسياسة خارج بلد، وذا لم تكن النافذة كبيرة بما يكفي، فإن الناس ستكون لديهم رؤية محدودة للعالم ولا يمكنهم رؤيته إلا من زاوية معينة" (Chaban, 2007).

وتكشف الأبحاث حول تمثيل الخطاب الإعلامي عن مجموعة متنوعة من الأساليب المستخدمة في مقاربتها للقضايا والاحداث في العالم، (Bennett et al., 2013; Ige, 2016)، فالتمثيل هو التجسيد الرمزي للمفاهيم والأفكار والعواطف التي يمكن توصيلها وتفسيرها بشكل هادف. (Hall, 1997, Bardici, 2012). وبناء على هذا الفهم، ينظر غالبية اللغويين الى النصوص الإخبارية من أحد منظورين: الاول يقوم على بنية الخطاب أو الوظيفة اللغوية، والثاني يقوم على فهم الخطاب بكونه يحمل ايدولوجية. (Cotter, 2008). وفي السياق الثاني، لا تعد تمثيلات وسائل الإعلام قضية لغوية فحسب، بل تحمل ايضا تأثيرات ثقافية وسياسية وتاريخية واجتماعية كبيرة. وهكذا ضمن هذا النموذج الثقافي النقدي للدراسات الإعلامية، درس الباحثون مفهوم التمثيل بما يتجاوز فهم الرسائل الإعلامية على أنها مجرد تصوير أو انعكاس للواقع (Gallagher, 2013).

ويرى (فاولر) أن عملية التمثيل الاعلامي media representation تمثل شيئاً مشتركاً بين الخطاب والإعلام، فالمؤسسات الاعلامية لها موقع سياسي واجتماعي واقتصادي، وتقوم بتغطية الاخبار دائما من وجهة نظر معينة (Fowler, 1991). كما ان تمثيل الاحداث في هذه التغطية يتضمن التعبير عن ايدولوجية الكاتب من خلال الخيارات اللغوية التي تهدف إلى التأثير بمهارة على منظور القارئ. (Nawaz et al., 2013).

-الاستراتيجيات الخطابية

تشير الاستراتيجيات الخطابية إلى الاستخدامات اللغوية التي تهدف الى ممارسة التأثير أو السيطرة على العمليات المعرفية للمتلقين وتنعكس في وسائل الإعلام من خلال إخفاء مواقف ومعتقدات ومصالح المجموعات المتناقضة ايدولوجيا (Van Dijk, 2006)، كما ان المنظور الأيدولوجي الذي تنقله القصص الإخبارية لا يتجلى فقط من خلال العناصر النحوية واللغوية المستخدمة في النصوص، ولكن أيضا من خلال البنى المستخدمة بشكل شائع لتمثيل المعارضات الثنائية. (Davies, 2008)، مثل الخير مقابل الشر أو "نحن" مقابل "هم". اذ تساهم هذه التمثيلات الخطابية في تبني الصحافة لهذا النوع من المعارضات الثنائية، وبالتالي التأثير على الفهم العام. ومثال على ذلك، أجرى (فان ديك) دراسة شاملة للاستراتيجيات التي تستخدمها الصحافة اليمينية الأمريكية في توظيف الثنائية: (الولايات المتحدة/ هم) لتصنيف المجموعات الاخرى المختلفة معهم بناء على قربها أو بعدها عن وجهات النظر التي تتبناها تلك الصحافة. ووفقا لفان ديك، تم رصد الاختلافات في تمثيل قطبي هذه الثنائية من خلال الأسلوب واللغة المستخدمة (Davies, 2008). وبالتالي، يقوم التمثيل الإعلامي بدور حاسم في تشكيل التصورات العامة من خلال استخدام استراتيجيات خطابية لخلق وتطبيع معاني محددة بين عامة الناس .

وفي هذا الصدد، قدم فان ديك (2006) أربع استراتيجيات على مستوى البنية الكلية للخطاب سماها بالمربع الأيدولوجي، وهو اطار تحليلي يمثل خصائص الخطاب الأيدولوجي. وهذه الاستراتيجيات الكلية تشمل اربع محاور وهي: التأكيد على إيجابيات الأنا، والتأكيد على سلبيات الأخر، وتقليل التأكيد على سلبيات الأنا، وتقليل التأكيد على إيجابيات الأخر. ويتم تنفيذ

هذه الاستراتيجيات الكلية عن طريق استراتيجيات مختلفة اقترحها للكشف عن الخطاب الأيديولوجي والتي تعمل كمنهج عملي للتحليل الأيديولوجي في سياق الاستراتيجية السياقية الأوسع للتمثيل الإيجابي للذات والتمثيلات السلبية للآخر والذي يمكن استخدامه بفعالية لدراسة الخطاب الأيديولوجي على مستويات متعددة من الخطاب (Dia, 2019). ومن هذه الاستراتيجيات الخطابية التي اقترحها فان دايك للكشف عن ايدولوجية منتج الخطاب في اطار التحليل على المستوى الجزئي لكونها تسهم في تعزيز التحليل الايدولوجي واستكشاف المعاني الكامنة في الخطاب المنتج واتجاهات منتجه، وبرز هذه الاستراتيجيات التي كشف عنها التحليل في الدراسة الحالية (Van Dijk, 1995):

-استراتيجية التسمية Labelling: وهي عملية لغوية لتحديد ووصف شخص أو مجموعة من الأشخاص بعلامات أو تسميات محددة. إذ تُنسب العلامات الإيجابية أو السلبية إلى الأشخاص اعتماداً على المواقف الاجتماعية المرتبطة بالأشخاص أو المجموعة.

-استراتيجية لعبة الأرقام Number Game : وهي استراتيجية خطابية تستخدم للتأكيد على الموضوعية وتعزيز المصادقية في التقارير الإخبارية، فالأرقام هي وسيلة لتمثيل الحقائق مقابل الآراء والانطباعات.

-استراتيجية المبالغة: Hyderpole وهي تُستخدم تعبيرات مبالغ فيها لغرض تكوين انطباعات إيجابية وتضخيم الأفعال السلبية .

-استراتيجية الافتراض المسبق presupposition: وهو يمثل القيم التي يتم أخذها على أنها أمر مسلم به أو غير قابل للظن.

-استراتيجية التعميم Generalization : التعميم هو العملية التي من خلالها يصبح معنى المصطلح أو العبارة أكثر اتساعاً أو شمولاً فيما يتعلق بمعناها الأصلي. ويعني التعميم من شخص واحد أو مجموعة صغيرة إلى مجموعة أو فئة أكبر.

-استراتيجية التصنيف الفئوي: Categorization وتعني تصنيف الناس إلى مجموعات داخلية ومجموعات خارجية لغرض التمييز الأيدولوجي وتكون موجهة أيديولوجياً نحو التلاعب بالمتلقي.

وفي اطار التحليل الموضوعاتي Thematic Analysis للخطاب الذي تستخدمه الدراسة الحالية فانه من الاهمية ان يتم تحديد الموضوعات او الثيمات كونها تتيح امكانية إجراء تقييم نقدي شامل للنصوص (Van Dijk, 1991)، إذ يؤدي ذلك الى الكشف عن الأنماط المتكررة داخل البيانات والى تقديم وصف شامل لظاهرة معينة (Afzal, 2019) ، فضلا عن أن عملية اختيار الموضوعات في إنتاج الخطاب ليست عملية عشوائية، ولكنها تعمل على إظهار التنظيم المنهجي للمعلومات اللازمة لبناء الخطاب الفعال (Kang, 2016) . وفي ضوء ذلك، نجد ان النصوص الصحفية لاتخلو من استخدام آليات خطابية في تشكيل المعاني والموضوعات التي يقصدها منتج الخطاب، اذ تمثل هذه الآليات أو الاستراتيجيات الخطابية محورا مهما في دراسات الاعلام حول التلاعب والتضليل والايديولوجيا الكامنة في عملية انتاج الخطاب.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة التحليلية

استنادا إلى بيانات العينة التحليلية، قدمت كل من صحيفة واشنطن بوست وستار تريبيون تمثيلات مختلفة لصورة قوات الحشد الشعبي ودورها في العراق من حيث طبيعة تشكيلها، وتأثيرها على المشهد السياسي العراقي، وقد كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن تركيز الصحيفتين على موضوعات سائدة ومتكررة في نصوص المقالات والتقارير وكما في الجدول (1).

الجدول (1): البناء الموضوعي لقوات الحشد الشعبي في الصحيفتين

الموضوع	الواشنطن بوست	ستار تريبيون	المجموع	%
التهديد وعدم الاستقرار	77	48	125	34.6
الولاء الخارجي	63	43	106	29.3

21.8	78	41	37	الهيمنة السياسية
14.12	51	20	31	الارتباط الديني
%100	361	152	209	المجموع

يظهر الجدول اعلاه أن الحشد الشعبي قد تم تمثيله من خلال أربعة مواضيع رئيسة في كلتا الصحيفتين، إذ تم التعامل الإيدلوجي مع الحشد الشعبي بشكل متمائل تقريباً من حيث الموضوعات الفرعية التي تعبر عن المحتوى التمثيلي للمواضيع الرئيسية التي تم تصنيفها أثناء عملية تحليل النصوص الإعلامية. ووفقاً للجدول السابق، سيطرت المواضيع الفرعية تحت الموضوعين الرئيسيين "التهديد وعدم الاستقرار" (34.6%) و "الولاء الخارجي" (29.3%) على الخطاب أكثر من المواضيع المتبقية المتعلقة بالارتباط الديني بنسبة (14.12%) او الهيمنة السياسية (21.8%)، وبواقع إجمالي بلغ (361) تكراراً للمواضيع الأربعة التي تم استقرارها عن طريق اطار التحليل المواضيعي وتتضمن قراءة النصوص قراءة تحليلية معمقة، وتكويد المعلومات بشكل اولي في شكل مجموعات فرعية مشتركة، ومن ثم تحديد الموضوعات وتسميتها على مستوى التحليل الكلي للخطاب، وهي عموماً تشير إلى العملية التمثيلية التي يستخدمها الخطاب الإعلامي في معالجة قضايا الحشد الشعبي والتي سيتم تحليلها بالتفصيل في أدناه بحسب كل موضوع رئيس.

اولاً:موضوع التهديد وعدم الاستقرار

يتمثل هذا الموضوع من خلال وصف قوات الحشد الشعبي بأنها قوة مهيمنة تهدد استقرار العراق. وقد أظهر خطاب الصحيفتين أن الحشد الشعبي يحاول أن يوسع نفوذه من أجل السيطرة على عملية صنع القرار الأمني في العراق، ليس فقط على مستوى الأمن الداخلي، ولكن أيضاً على مستوى الأمن الإقليمي. ويستند هذا المنظور إلى سياق الصراع الأمريكي الإيراني في العراق، وكما في الامثلة الآتية:

1-"يمكن لإيران استخدام الميليشيات العراقية لإضعاف الموقف الأمريكي في العراق، أو الحصول على نفوذ في المفاوضات النووية، دون الاضطرار إلى مهاجمة قوة عظمى علانية". (ستار تريبيون، 27 تموز 2021).

2 – "يقول مسؤولون عراقيون وغربيون إنهم قلقون من أن إيران قد تستخدم الميليشيات لمواجهة القوات الأمريكية في القائم إذا تصاعدت التوترات الحالية بين واشنطن وطهران". (واشنطن بوست، 9 أيلول 2019).

يعطي كلا المثالين اعلاه انطباعاً بالاعتماد المطلق على إيران وأن الأخيرة تستخدم قوات الحشد الشعبي كأداة لتنفيذ سياستها تجاه الولايات المتحدة. هذا التركيز والاستخدام المتكرر للتعبيرات التي تتهم قوات الحشد الشعبي بالولاء الخارجي يندرج ضمن التمثيل الخطابي للهوية وفقاً لنمط معين من خلال تكثيف استخدام الصور السلبية. وهكذا، في سياق هذا الموضوع، يركز الخطاب على الوضع الأمني والتهديد الذي تشكله الفصائل المرتبطة بالحشد الشعبي على القوات الأمريكية والوضع الأمني في العراق. على سبيل المثال:

3-"الميليشيات المرتبطة بالحشد الشعبي الشيعي لديها ما يكفي من الصواريخ لتحويل السفارة الأمريكية في بغداد إلى أنقاض". (ستار تريبيون، 3 كانون الثاني 2020).

إن فكرة أن الميليشيات يمكن أن تحول السفارة الأمريكية في بغداد إلى أنقاض، تظهر مدى خطورة هذه الجماعات على الأمريكيين، وفي سياق علم اللغة، يمكن وصف هذا التعبير بأنه نوع من المبالغة التي تستخدم كاستراتيجية للخطاب المقنع بهدف إحداث التأثير. (Al-Dalawi & Al-Mahdawi, 2019). وفي السياق نفسه، يضع الخطاب الأدوار السلبية لقوات الحشد الشعبي وقادتها وأحزابها في المشهد السياسي في سياق أوسع يعكس الوضع العراقي بشكل عام كحقيقة معينة، كما في هذا المثال:

4- "ان العراق اليوم هو دولة على الورق فقط. والديمقراطية فيه هي لعبة سياسية من الكراسي الموسيقية بين نفس الأحزاب والمليشيات التي توزع السلطة والثروة فيما بينها. إيران هي صانع الملوك مع وكلائها المسلحين الذين يحافظون على الوضع الراهن ويقتلون — حرفياً — أي تحديات لوضعها." (ستار تريبيون، تموز 2 ، 2021).

في مثل هذا السياق، يوضح المثال أدناه أن استخدام السياق السياسي في هذا الموضوع يعزز الصورة السلبية لقوات الحشد الشعبي مقابل الإيجابية للولايات المتحدة :

5 - "من المفارقات أن قادة هذه الميليشيات لم يتمكنوا من العودة إلى العراق من المنفى إلا بسبب الإطاحة الأمريكية بصدام حسين. فهؤلاء الوكلاء أنفسهم هم اليوم أعداء لدودون للولايات المتحدة، ويهاجمون مجمع السفارة الأمريكية والقواعد العسكرية الأمريكية القليلة المتبقية هناك لمواجهة تحالف داعش" (ستار تريبيون 2 يوليو 2021).

ويكشف ذلك بحسب الاطار الايدلوجي لفان دايك أن تنفيذ استراتيجية التمثيل الذاتي الإيجابي يتم من خلال تسليط الضوء على الإجراءات الإيجابية للولايات المتحدة في إزالة نظام صدام ومحاربة داعش في مقابل استخدام استراتيجية التمثيل السلبي للأخر المتمثل بفصائل الحشد الشعبي او كما يسميهم الخطاب الميليشيات، وتجاهل الخطاب محاربة الحشد الشعبي ضد داعش ما يعني ضمناً أن الخطاب يقلل من التركيز على عملهم الإيجابي.

كما ركز الخطاب على سلوك الحشد الشعبي في المناطق التي تهيمن عليها الطوائف الأخرى، ما يوحي بانعدام الوحدة الوطنية والانقسام الشعبي بين العراقيين فيما يتعلق بالحشد الشعبي كما في هذا المثال :

6 – "تدير الميليشيات الشيعية العراقية الكبيرة والمسلحة تسليحاً جيداً الآن العديد من المناطق السنية التي ساعدت في تحريرها من تنظيم الدولة الإسلامية، مما يعزز الاستياء المحلي الذي يمكن أن يوجب عودة الدعم للتنظيم المتطرف". (واشنطن بوست، 9 كانون الثاني 2019) .

ان خطاب الخوف هو مثال آخر على معالجة الصحف لهذا الموضوع، ويمكن التعرف اليه من خلال عكس مخاوف الناس كما هو الحال في المقتطف التالي من واشنطن بوست:

7 - "ازداد قلق العراقيين الذين عملوا عن كثب مع الجيش الأمريكي في بلدهم من إمكانية استهدافهم من قبل الميليشيات التي حاربت ضد داعش". (واشنطن بوست، 12 تشرين الثاني / نوفمبر 2020)

إن إسناد السمات أو السلوكيات إلى مجموعة ما يؤدي إلى خلق الصور النمطية والأحكام ضدها، وتقوم وسائل الإعلام بدور مهم في ذلك، إذ يمكنها إشاعة حالة من الذعر بين الجمهور عن طريق المبالغة في تمثيل صورة الآخر أو تشويهها أو تضخيمها. (Cheshmedzhieva 2013). وهكذا نجد ان الخطاب هنا اعتمد على خلق الذعر من خلال الادعاء بأن مقاتلي الحشد الشعبي أصبحوا تهديدا للمواطنين وحریتهم في التعبير، أو أنهم يغتالون من يتحدثون ضدهم، أو أنهم مسؤولون عن عمليات الخطف والاعتقالات والقتل في العراق. وقد تجلّى ذلك في سياق الأزمات السياسية في العراق، لا سيما المظاهرات التي اتهمت فيها قوات الحشد الشعبي بقتل واختطاف خصوم الحكومة والنفوذ السياسي كما في الأمثلة التالية :

8 - " تم اختفاء النشطاء من قبل الميليشيات المدعومة من إيران التي تعاقب من تجرؤ على تحديها، وخوفاً على حياتهم، فر متظاهرون شبان إلى المنطقة الكردية شبه المستقلة في العراق، أو إلى الخارج وإلى المنفى". (واشنطن بوست ، 12 نيسان 2021).

كما استخدم خطاب الصحفتين اللغة العاطفية لوصف الجوانب والقصص الإنسانية التي تظهر الجانب السلبي لقوات الحشد الشعبي، إذ تم استخدام خطاب التعاطف في سياق هذا الموضوع، على سبيل المثال :

9 – "مئات المتظاهرين، كثير منهم من الشيعة الفقراء، اغتيلوا على أيدي قناصة الميليشيات". (ستار تريبيون، 16 أيلول 2020).

10- "في مدن الجنوب، يشعر بعض عائلات القتلى من الحشد الشعبي بالتخلي عنهم، وأحياناً بالخيانة، من قبل الميليشيات التي قاتلوا وماتوا من أجلها". (واشنطن بوست، 9 نيسان 2021).

11 - " في الناصرية ذات الأغلبية الشيعية، تصطف وجوه المجندين القتلى في الشوارع على لوحات إعلانية باهتة، وأشباح الماضي الذين يتحدثون عن مدى التضحية بهذه المدينة المتداعية. إن وجوه هؤلاء "الشهداء" — وهو مصطلح يشير إلى أنهم قتلوا أثناء أداء واجبه الديني-تحتل مكانة بارزة في حملات تجنيد الميليشيات". (واشنطن بوست، 9 نيسان 2021).

عادة ما تستخدم اللغة العاطفية في النصوص الإعلامية لغرض إشراك الجمهور برؤية معينة (Lindquist et al., 2015). وقد ظهر استخدام خطاب التعاطف من خلال سرد حياة بعض أعضاء الحشد الشعبي وحالتهم المعيشية السيئة، كما في المقطعات أعلاه. كما استخدم الخطاب صفات الفقر والخوف والخيانة والتضحية في السرد في سياق يهدف إلى تأكيد الصورة السلبية لوجود الحشد الشعبي ووجهة نظر الناس حوله. في المقطع (43)، على سبيل المثال، وصف المقال عائلات القتلى في عمليات الحشد الشعبي، وشعورهم بالخيانة بعد وفاة أبنائهم، وهذه اللغة العاطفية هي استراتيجية مؤثرة للغاية تستخدم لاستحضار تقييم شخصي لحالة أو خطاب معين. (Wei, L., 2011). ويمكن تفسير ذلك في ضوء المثال المذكور على أن أيديولوجية هذا الخطاب تكمن بتشكيل فكرة أن المجال الاجتماعي لمقاتلي الحشد الشعبي يطور خطاباً مناهضاً لقيادة وسلوك الحشد الشعبي.

2-موضوع الولاء الخارجي

ركزت غالبية مقالات العينة التحليلية على هذا الموضوع من خلال تناولها للجوانب السياسية أو العسكرية ذات الصلة بالحشد الشعبي. ونجد ذلك في استخدام الصحفيين المتكرر لعبارة مثل "المرتبطة بإيران" و "الميليشيات المدعومة من إيران" أو "وكلاء إيران"، وذلك من أجل خلق الانطباع بأن ذلك هو الوضع الواقعي لهذا الكيان وتجاهل حقيقة أنهم عراقيون. وفي هذا السياق، عمدت مقالات الصحفيين إلى استبعاد الحشد الشعبي من الوصف المؤسسي الرسمي، أي كونه مؤسسة عسكرية معترف بها من قبل الحكومة العراقية وتخضع لقوانينها، إذ سلطت هذه المقالات الضوء على فكرة أن هذه المؤسسة تتلقى أوامر من أطراف خارج العراق. على سبيل المثال :

12 - "مقاتلو الحشد الشعبي لا يستجيبون في نهاية المطاف للحكومة بل إلى قادة ميليشياتهم. ويرتبط بعض هؤلاء القادة بدورهم بمؤيديهم في إيران." (واشنطن بوست، 18 تشرين الأول 2019)

13 - " قوات الحشد الشعبي في العراق خلقت دويلات موالية لإيران داخل الدولة." (ستار تريبيون، 6 كانون الثاني 2020).

يمكن تحليل هذا المنظور الأيديولوجي في تمثيل الحشد الشعبي فيما يتعلق بالارتباط بإيران من خلال استراتيجية التصنيف الفئوي Categorization، إذ يشير هذا المفهوم الخطابى إلى تصنيف الأشخاص إلى مجموعات أو فئات مختلفة بناء على معتقداتهم وأفعالهم، مثل انتماءاتهم الدينية أو السياسية (Van Dijk, 2006). وعليه، فإن استخدام مصطلحات صريحة مثل "موالية لإيران" أو "تابعة لإيران"، إلخ. تؤكد صراحة على الصورة السلبية لدور الحشد الشعبي السياسي وقد اعتمد خطاب الصحفيين حول هذا الموضوع على آليات استراتيجية لتأطير الهوية السياسية والوطنية لقوات الحشد الشعبي، بما في ذلك التكرار والافتراضات المسبقة، إذ تكرر موضوع الولاء لإيران في جميع المواد من أجل ترسيخ هذه الفكرة أو الاستفادة من دلالاتها السلبية في معالجة دور قوات الحشد الشعبي على الساحة العراقية. وقد لوحظ استخدام الافتراضات كاستراتيجية خطابية تتطوي على التلاعب بالمعلومات من خلال تقديم بعض وجهات النظر على أنها صحيحة بشكل لا لبس فيه في سياق تقديم أو وصف الأنشطة المختلفة التي تقوم بها قوات الحشد الشعبي. يمكن توضيح ذلك من خلال الأمثلة التالية:

14 - "العراق رهينة" (واشنطن بوست، 28 أيار 2021).

15 - "إن أقوى رمز للسلطة الإيرانية هو مجموعة الميليشيات الشيعية القوية التي تمولها وتجهزها طهران". (واشنطن بوست، 29 كانون الأول 2019).

وتفترض مثل هذه المعلومات الواردة أعلاه أن العراق دولة عاجزة وليس لديها سلطة رسمية لتحرير نفسها من قبضة ماتسميه ميليشيات الحشد الشعبي. ويشار هنا إلى أن الصحفيين تشاركان هذا الموضوع في جميع السياقات وأن قوات الحشد الشعبي تدين بالولاء في المقام الأول لإيران وليس للعراق. كما كانت هناك تعبيرات أيديولوجية عن الحشد الشعبي وأفعاله على مستوى الاختبارات المعجمية Lexicalization في خطابات الصحفيين، وهذا النوع من استراتيجيات الخطاب هو تركيز واع ومنهجي على الكلمة كوحدة اختيار مقصودة. (Dezhkameh et al., 2021) وقد تم استخدام عناصر معجمية مثل "

الميليشيات "و" الميليشيات المدعومة من إيران "و" وكلاء سليمانى " لإظهار الاستراتيجية الأيديولوجية العامة لتصوير الحشد الشعبي بشكل سلبى. على سبيل المثال:

16 - "الصعاب التي تواجه رئيس الوزراء مصطفى الكاظمي شديدة، مع الميليشيات المدعومة من إيران" (ستار تريبيون، 16 تشرين الثاني 2020).

17 - "لقد كان هؤلاء وكلاء سليمانى بالتحديد". (ستار تريبيون، 6 كانون الثاني 2020).

18 - "وكلاء إيران في العراق هم في صميم شبكتها العابرة للحدود ، الممتدة من طهران عبر بغداد ودمشق". (واشنطن بوست، 28 أيار 2019).

إن الإسناد Attribution إلى شخصيات عامة معروفة هو آلية خطابية شائعة في وسائل الإعلام لجذب الانتباه ونشر القضايا (Höijer, 2011). ونجد هذه الاستراتيجية الأيديولوجية واضحة في المصطلح (وكلاء سليمانى). وسليمانى قائد إيراني لعب دورا رئيسيا في دعم قوات الحشد الشعبي خلال الحرب ضد داعش ووصفه المسؤولون الأمريكيون بأنه إرهابي وقتله الأمريكيون لاحقا، ولفهم الرؤية السياسية الأمريكية لمثل هذه الشخصية بوضوح أكثر، قد يكون المقطف التالي من افتتاحية ستار تريبيون (3 كانون الثاني 2020) مفيدا: "من المتوقع عموما أن تتعاون الدول ضد الإرهابيين، ولكن مع قيادة سليمانى، كانت إيران ميسرا رئيسيا للإرهاب. وابتداء من عام 2003، أنشأ شبكة من الوكلاء في جميع أنحاء الشرق الأوسط التي قلبت ميزان القوى لصالح إيران. تحت قيادته ، أصابت الميليشيات الشيعية في العراق أو قتلت الآلاف من القوات الأمريكية بقنابل ومتفجرات على جوانب الطرق". وهكذا، حاول الخطاب الاعلامي الامريكى نشر فكرة أن الحشد الشعبي كان وكلاء لشخص يصنف على أنه راعي للارهاب بحسب المنظور السياسي الرسمي الامريكى، ونستنتج من ذلك ان التمثيل الخطابى فى الصحيفتين تبنى وجهة نظر سياسية تتفق مع المؤسسة السياسية الأمريكية.

3-موضوع الهيمنة السياسية

كشف خطاب الصحيفة أن المستقبل السياسي للحشد الشعبي يميل إلى ترسيخ نفوذه على الساحة السياسية العراقية استنادا إلى قوته العسكرية، وأنه قوة سياسية مهمة لها القدرة على وضع الأجندة السياسية العراقية. ووصفت الصحيفتان الحشد الشعبي بأنه يسيطر على الدولة العراقية ويتغلغل في جميع المؤسسات السياسية والاقتصادية والعسكرية والقضائية. وهذه استراتيجية خطابية قائمة على المبالغة تستخدمها وسائل الإعلام عادة لتعزيز الإقناع، لا سيما في أوقات الأزمات (Neureiter et al., 2021). ويتضح هذا الموضوع مع الأمثلة التالية:

19 - "الحشد الشعبي الشيعي عزز قبضته على الدولة العراقية والنظام السياسي". (واشنطن بوست، شباط 29، 2020)،

20 - "يتمتع عناصر الحشد الشعبي بسطوة واسعة في جميع أنحاء البلاد." (واشنطن بوست، 29 ايار 2021).

21 - "الجماعات التي تنتمي إلى قوات الحشد الشعبي، وهو تحالف ساعد اتباعه في هزيمة الدولة الإسلامية، تدبر الآن هذه القوات وزارتها الخاصة، وتشغل مقاعد في البرلمان وتسيطر على قطاعات رئيسية من الاقتصاد". (واشنطن بوست، 29 كانون الاول 2019)

علاوة على ذلك ، فإن تمثيل الخطاب لهيمنة الحشد الشعبي على صنع القرار السياسي في العراق يعني ضمنا أن الدولة والحكومة العراقية ضعيفتان وليس لديهما سيطرة على كيان الدولة مقارنة بالقوة الصاعدة لقوات الحشد الشعبي وكما في الأمثلة التالية :

22- "على الرغم من كل هذا النشاط الإجرامي وحقيقة أن هذه الميليشيات الشيعية تواصل قصف القواعد العسكرية التي تضم القوات الأمريكية والقوات المتحالفة معها، إلا أن السلطات في بغداد كانت عاجزة تماما عن وقفها. (واشنطن بوست ، 29 ايار 2021)

23 - "الكاظمي (رئيس الوزراء العراقي انذاك) أظهر مرة أخرى أنه لا يستطيع السيطرة على هذه الجماعات المسلحة". (واشنطن بوست ، 28 ايار 2021).

وقد وصف الخطاب عبر بعض الاقتباسات أعلاه، رئيس الوزراء الكاظمي، الذي يمثل قمة التسلسل الهرمي السياسي التنفيذي في الدولة العراقية، بأنه "عاجز" وربط وجهة نظر المؤسسة السياسية من الحشد الشعبي بطموحاتها السياسية واستجابتها للأزمات وحاول تصوير العراق كدولة ضعيفة غير قادرة على مواجهة أو السيطرة على الحشد الشعبي. كما ربط خطاب الصحفية مستقبل العراق كدولة ديمقراطية بوضع الحشد الشعبي :

24 - " لقد أصبح شكل قوات الحشد الشعبي بعد الحرب، بالنسبة للعديد من العراقيين، بنفس أهمية مصير البلد نفسه". (واشنطن بوست، 12 أيار 2018).

علاوة على ذلك، يميل الخطاب إلى استنباط مصطلحات معاصرة في التمثيل الدلالي لقوات الحشد الشعبي ونطاق نفوذها، مثل وصف هيكلها بأنه "شبكة الميليشيات العراقية". الذي يضيف أبعادا عابرة للحدود مرتبطة خارج العراق، كما في هذا المثال:

25 - " وكلاء إيران في العراق هم في قلب شبكتها العابرة للحدود، الممتدة من طهران عبر بغداد ودمشق، وصولا إلى بيروت". (واشنطن بوست ، 28 ايار 2021) .

كما أشار الخطاب إلى أن وجود ممثلي الحشد الشعبي في البرلمان وتحويل بعض فصائلهم إلى أحزاب سياسية بعد الحرب ضد تنظيم "داعش" يشكل تهديدا لمستقبل الدولة العراقية السياسي. على سبيل المثال :

26 - "بعد فوزها بنحو ثلث المقاعد في الانتخابات البرلمانية العام الماضي، تتمتع الميليشيات الشيعية، بما في ذلك العديد من المتحالفين أيديولوجيا مع إيران، بسلطة عسكرية وسياسية غير مسبوقه في العراق". (ستار تريبيون/ اب 20، 2018).

27 - "منذ بدء الحرب على تنظيم الدولة الإسلامية، عززت الميليشيات الشيعية المتحالفة مع إيران قبضتها على الدولة العراقية والنظام السياسي. وهذا يعكس أهمية وفعالية المحسوبية الإيرانية فضلا عن هشاشة العراق — والفراغ الأمني بعد سقوط الجيش العراقي في عام 2014، عندما استولى تنظيم الدولة الإسلامية على الموصل" (ستار تريبيون. تموز 15 ، 2018).

كما يضع التمثيل الإعلامي السلوك السياسي لقوات الحشد الشعبي في إطار المقارنة، كما في هذا المثال عند التحذير من التهديد الذي تشكله هذه القوى وقادتها على حياة رئيس الوزراء العراقي .

28 - "إن الصعاب التي تواجه رئيس الوزراء مصطفى الكاظمي شديدة، حيث تتحدى الميليشيات المدعومة من إيران إصلاحه وجهوده وحياته". (ستار تريبيون ، 16 ايلول 2020).

ويسلط هذا المقتطف الضوء على مفهوم أساسي في تمثيل وسائل الإعلام للصراعات السياسية، وهو تصوير أن هذا الصراع يقتصر على طرفين رئيسيين، أحدهما قوى الحشد الشعبي وتمثيله السياسي، حيث يوجد غياب للدولة وانعدام القانون، والآخر يمثله قوى الإصلاح والتقدم والديمقراطية، إذ يؤدي إدراج ذلك في المواد الإخبارية إلى إضفاء الشرعية على أفكار أو كيانات معينة أو نزع شرعيتها. (Mikkola, M, 2017)، كما قدم الخطاب صورة سلبية عن الحشد الشعبي فيما يتعلق بالدور الذي يقوم به ويصف الاقتباس التالي قوات الحشد الشعبي كقوة مهيمنة شاملة :

29 - "ان شبكة الميليشيات العراقية، المعروفة باسم قوات الحشد الشعبي، لها وجود في جميع أنحاء الدولة". (واشنطن بوست، 12 نيسان 2021).

وتم ضمن هذا الموضوع الرئيسي أيضا تمثيل الحشد إحصائيا من قبل الصحيفتين باستخدام استراتيجية لعبة الأرقام Number Game. وهذه الاستراتيجية، كما حددها فان ديك، تقوم على استخدام البيانات الرقمية والأدلة الإحصائية لتعزيز مصداقية الحجة المطروحة، إذ استخدم الخطاب الإعلامي للصحيفتين هذه الاستراتيجية لغرض الإشارة إلى الحجم المتزايد لقوات الحشد الشعبي، وهذا من شأنه أن ينتج صورة ذهنية تشير إلى الهيمنة السياسية والسيطرة على الوضع الأمني في العراق، وقد ساعد استخدام الأرقام على تعزيز مصداقية الخطاب في التمثيل السلبي لقوات الحشد الشعبي. وعادة ما يميل الصحفيون إلى استخدام الأرقام بشكل متكرر من أجل بناء المصداقية مع القراء، وسواء أكانت البيانات دقيقة أم لا، فإن القراء ينظرون إلى الأخبار على أنها أكثر مصداقية إذا كانت تحتوي على المزيد من الإحصاءات. (Himmelstein, 2014; Hussein, 2022). توضح الأمثلة التالية جوانب استخدام هذه الاستراتيجية:

- 30 - " تم حشد هذا التنظيم المكون من 100,000 من المقاتلين الشيعة لملى الفراغ الأمني الذي أعقب استيلاء تنظيم الدولة الإسلامية على الموصل وما تلاه من انهيار للقوات المسلحة العراقية". (واشنطن بوست ، 12 أيار 2018).
- 31 - " ان الميليشيات الشيعية، بما في ذلك جماعة كتائب حزب الله التي صنفها الولايات المتحدة، متورطة في عشرات محاولات القتل والاعتقالات ذات الدوافع السياسية". (واشنطن بوست، 28 ايار 2021) .
- 32 - " الميليشيات الشيعية في العراق أصابت أو قتلت آلاف الجنود الأمريكيين بقنابل قوية على جوانب الطرق". (ستار تريبيون ، 3 كانون الثاني 2020).
- 33 - " اكتسبوا وضعاً قانونياً في العراق تحت راية قوات الحشد الشعبي ، ووضعوا 50 ميليشياً وحوالي 150.000 مقاتل تحت سيطرة الحكومة الاسمية". (ستار تريبيون ، 14 نيسان 2019)
- 34 - "وكلاء إيران شكلوا وقادوا تنظيم ميليشيا مظلة من 80,000 إلى 100,000 عضو-الحشد الشعبي". (ستار تريبيون ، 5 كانون الثاني 2019)
- تعزز كلتا الصحيفتين من خلال الأمثلة اعلاه الافتراض أن فصائل الحشد الشعبي تتزايد في عديدها من خلال استخدام لغة الارقام، اذ يثير ايراد اعداد كبيرة معاني مرتبطة بالهيمنة والتاثير وخطاب الخوف لد الاخر.

4- موضوع الارتباط الديني

- كان هذا الموضوع حاضراً في الخطاب الصحفي الأمريكي حيث ركز على الخلفية الدينية لقادة الحشد الشعبي وتوجهات الأحزاب الإسلامية التي تتحد أجنتها المسلحة تحت مظلة الحشد الشعبي، فضلاً عن حقيقة أن قوات الحشد الشعبي أنشئت على أساس فتوى دينية، وأن جماعاتها المسلحة تحظى بدعم الشخصيات الدينية في العراق والخارج. ويمكن توضيح ذلك من خلال الأمثلة التالية:
- 35 - "الحشد الشعبي هو مظلة لمجموعة من القوى الإسلامية، بدأت بفتوى صادرة عن آية الله العظمى علي السيستاني بعد هجوم داعش في صيف عام 2014". (ستار تريبيون، 12 كانون الثاني، 2020).
- 36- "الحشد الشعبي قوة ذات أغلبية شيعية" (ستار تريبيون، 6 كانون الثاني 2020).
- 37-"الشيعة هم أكبر مجموعة عرقية- طائفية في العراق- وهؤلاء العراقيون لديهم تاريخ في مناشدة قادتهم الدينيين، المعروفين مجتمعين بالمرجعية، خلال الأزمات السياسية". (واشنطن بوست، شباط 2019)
- من الأمثلة المختلفة المبينة في أعلاه، يمكن ملاحظة أنه تم استخدام أوصاف ومفردات مختلفة في الخطاب الإعلامي للتعبير عن الخصائص المرتبطة بالتوجه الديني والانتماء الطائفي للحشد الشعبي. يعبر هذا الموضوع عن حقيقة بديهية فيما يتعلق بطبيعة التأسيس الديني للحشد الشعبي بعد دعوة المسؤولين للتجنيد (الفتوى)، لكن التحليل على المستوى الكلي للخطاب يكشف عن استخدام أيديولوجي، وكان هذا واضحاً في التركيز على الطائفة الشيعية، التي تمثل غالبية مكونات الحشد الشعبي، متجاهلاً حقيقة أن الحشد يضم أفراداً وجماعات مسلحة من مختلف الطوائف والقوميات في العراق. أمثلة أخرى تبين هذا التركيز الأيديولوجي:
- 38 - "أن المؤسسة الشيعية معروفة بإصدار دعوة ملزمة دينياً لحمل السلاح في عام 2014 لمحاربة الدولة الإسلامية". (واشنطن بوست، 4 شباط 2019)
- 39 - "تعرف مجتمعة بوحدات الحشد الشعبي، أو وحدات الحشد الشعبي، الميليشيات - معظمها من الجماعات الشيعية (واشنطن بوست، 3 حزيران 2019)
- 40 - " توسعت الميليشيات الشيعية في العراق بشكل كبير وتحولت إلى حركات سياسية مؤثرة". (واشنطن بوست، 29 شباط 2020)

كثيرا ما استخدمت المصطلحات المعجمية او التسميات الناعمة مثل "الميليشيات الشيعية" أو "الجماعات الإسلامية الشيعية" أو "المؤسسة الشيعية" في النصوص الإعلامية. وهذه استراتيجية لغوية تساعد في الكشف عن الأيديولوجية الكامنة وراء الخيارات اللغوية لمنتج الخطاب. ووفقا لفان ديك (2006)، فإن دراسة السمات اللغوية في الخطاب وتفسير عملية استخدام الكلمات تسهم في عملية الكشف عن الأيديولوجيات. وقد تم تمثيل هذا الموضوع في النصوص الإعلامية من حيث علاقته بالنسيج الاجتماعي للشعب العراقي ومحاولة لنقل صورة للهيمنة السياسية والاجتماعية لشريحة معينة تمثلها العقيدة والطائفة الدينية، كما هو الحال في المصطلحات المستخدمة في الأمثلة أعلاه مثل: "الأغلبية الشيعية" و"المؤسسة الشيعية" و"الجماعات الشيعية". ومن الواضح أن الخطاب كرر الإشارة الى هذه المفردات الوصفية كأساس طائفي للإشارة إلى الحشد الشعبي مع التركيز في الوقت نفسه على الهيمنة والنفوذ. في مثل هذه الحالة، يمكن للمرء أن يستنتج أن الحشد الشعبي ينتمي إلى مجموعة دينية للتأكيد على هيمنته على الطوائف الأخرى في العراق الذي تعيش فيه طائفة واسعة من الأديان والطوائف. وبالتالي يتم خلق انطباع سلبي لدى الجمهور. إن استخدام الوصف الديني الذي يميز الجماعات هو إلى حد بعيد الطريقة الأكثر شيوعا ووضوحا للتعبير عن المجموعات الدينية والعرقية في الخطاب الإعلامي وتتحدد دلالاته السلبية أو الايجابية على وفق السياق الذي يظهر فيه هذا الوصف وما إذا كانت الهوية الدينية المعنية مقدمة بطريقة مقبولة أو غير متسامحة (Cheshmedzhieva, 2013).

علاوة على ذلك، فإن هذه الأوصاف المختلفة لقوات الحشد الشعبي لا تعكس تصنيفها الرسمي أو وصفها ككيان عسكري تابع إلى الدولة، إذ كثيرا ما تم استخدامها للإشارة إلى أنهم ليسوا جميعا من مكونات الشعب العراقي، بل تحكمهم عوامل طائفية في إطار أيديولوجي ديني واحد. على سبيل المثال:

41 - "كما تقوم الميليشيات الشيعية بتحديد العائلات السنية التي يسمح لها بالعودة إلى ديارها بعد المعارك ضد الدولة الإسلامية" (ستار تريبيون، 6 كانون الثاني 2019).

يضع هذا الاقتباس قوات الحشد الشعبي في إطار يبين أنها في الأساس قوة طائفية وليست قوة عسكرية تتخذ إجراءات أمنية معينة تمنع بعض العائلات من الطوائف الدينية الأخرى من دخول المكان لأسباب أمنية. تم وضع مصطلح "الميليشيات الشيعية" مقابل "العائلات السنية"، ما يشير إلى وضع يفيد الصراع العقائدي الطائفي في سياق واقع ما بعد الحرب، ونلاحظ أن خطاب الصحيفتين يضع مثل هذه الثنائيات المتعارضة، مثل "السنية" مقابل "الشيعية" في سياق سلبي يبرز فيه تلك التعارضات ويتجاهل أوجه التشابه. وهو ما يفترضه التمثيل الإعلامي عموما، إذ يمكن تصوير مجموعات أو أفراد معينين بطرق متنوعة، وهذه الصور لا تعكس بشكل طبيعي الحقائق الموجودة والأحداث الفعلية (ناصر، 2015). وتبين الأمثلة التالية بعض جوانب السياق السلبي في تناول الحشد الشعبي:

42 - "أن وحدات الحشد الشعبي الشيعية ستكون لها عواقب بعيدة المدى، حيث يتم دمج الميليشيات المنتصرة في المراتب العليا للسلطة في العراق". (ستار تريبيون، 2 نيسان 2021).

43 - "تريد الجماعات الشيعية في الحشد الشعبي - أقوى الميليشيات العراقية وأكثرها تفوقا عدديا- إعادة بناء العراق بشروطها الخاصة". (واشنطن بوست، 12 أيار 2018).

في المثالين السابقين، يمكن ملاحظة أن الخطاب يتحدث عن التأثير المستقبلي لقوات الحشد الشعبي وتأثيرها السلبي على مستقبل العراق، وكذلك زيادة حجمها وقوتها، في سياق التعبير الديني من خلال التركيز على ارتباطها بالطائفة الدينية الشيعية، وهو نوع من الخطاب الذي يحاول منتج ان يحدد صورة الآخر، كما استخدم الخطاب السياق الديني التاريخي للطائفة الشيعية وارتباطها بالطائفة الأيديولوجية في إيران لاستنتاج ولائها لإيران على أساس البعد الطائفي التاريخي. على سبيل المثال:

44 - "أعلنت قوات الحشد الشعبي وجماعاتها المهيمنة المتحالفة مع إيران صراحة الولاء لآية الله خامنئي الإيراني والعقيدة التي يقوم عليها نظام الحكم الإيراني". (واشنطن بوست، 12 أيار 2018).

تم استخدام هذا التصنيف كاستراتيجية خطابية تعكس الانتماء الديني للتشكيك في الهوية القومية للحشد الشعبي من خلال التركيز على صلته بالمعتقدات الدينية السائدة في إيران، وبالتالي تقييد ولاءها داخل حدود الإسلام الشيعي.

- النتائج والاستنتاجات:

من اجل فهم طبيعة الخطاب الصحفي الامريكي الذي تمثل في هذا البحث من خلال صحيفة واشنطن بوست وصحيفة ستار تريبيون، ازاء الحشد الشعبي في العراق، شكل التحليل الموضوعي القائم على استخلاص وتصنيف الموضوعات التي ركز عليها منتج الخطاب في المقالات والتقارير الاخبارية لعينة التحليل، إلى جانب تطبيق الإطار الأيديولوجي للاستراتيجيات الخطابية لفان ديك، الأساس المنهجي في تحليل البيانات في هذا البحث. ومن خلال هذا الإطار التحليلي توصل البحث إلى بعض النتائج والاستنتاجات الخالصة منها، وبرزها:

1- على مستوى البيانات الكمية التي تعزز التحليل النوعي الذي اعتمده البحث الحالي اظهرت نتائج البحث ان صحيفتي العينة ركزت على اربعة موضوعات رئيسة سائدة في نصوصها الصحفية، وكان موضوع "التهديد الامني وعدم الاستقرار" الذي يمثلته الحشد الشعبي بحسب خطابها قد احتل المرتبة الاولى بنسبة (34.6) يليه موضوع "الولاء الخارجي" في الترتيب الثاني بنسبة (29.3) ثم موضوع "الهيمنة السياسية" و " الارتباط الديني" بنسبة (21.8) و (14.12) على التوالي.

ونستنتج من ذلك أن السياق السياسي والامني قد طغى على رؤية منتج الخطاب لطبيعة الدور الذي يمثلته وجود قوات الحشد الشعبي.

2- ركز الخطاب الصحفي الامريكي السياسي على الأحداث التي تنطوي على صورة سلبية لقوات الحشد الشعبي سواء على المستوى الداخلي او الخارجي، ويتوافق هذا مع الدراسات التي أفادت بأن قوات الحشد الشعبي يتم تصويرها بشكل سلبي في كل من الصحافة الأمريكية (زينب ، 2019) والصحافة البريطانية (زينب ، 2022). اذ ركز الخطاب حول تصرفات الحشد الشعبي على دورهم كفاعل سلبي ، متجاهلا قتالهم أو ضحاياهم أو دورهم في محاربة داعش . ونستنتج من هذا التعاطي أن الخطاب الصحفي الامريكي يتعامل مع الاحداث او المجموعات في العالم من منطلقات ايولوجية وسياسية منحازة في معالجة الاحداث العالمية وتنسجم مع القرار السياسي الرسمي الامريكي.

3- جاءت مقاربات الخطاب في معالجة قضايا الحشد الشعبي إلى حد كبير في سياق التحديات السياسية للولايات المتحدة في العراق والصراع الأمريكي الإيراني . وتبين ذلك موضوعات " الولاء الخارجي" و " التهديد وعدم الاستقرار" التي تنظر الى الحشد الشعبي على انه خارج السياق الرسمي للدولة وارتباطاته بايران، وهذا يقودنا الى الاستنتاج الى ان التمثيل الاعلامي يعكس علاقة الانظمة الاعلامية الامريكية بالسياسة الخارجية للولايات المتحدة الامريكية.

4- في اطار التمثيل السلبي للحشد الشعبي حاول الخطاب أن يرسخ صورة تميز بين الدولة العراقية والشعب العراقي من جهة وبين عناصر الحشد الشعبي من جهة اخرى عن طريق استخدام ثنائية الانا/ والاخر في اطار المربع الايدلوجي لفان دايك، واستخدمت كلتا الصحيفتين نفس الموضوعات والاستراتيجيات الخطابية التي تكشف مثل هذا الانقسام إلى مجموعتين: الحشد مقابل الدولة والشعب.

6- هيمن الخطاب الأيديولوجي الذي ينظر إلى الولايات المتحدة بشكل ايجابي مقابل السلبية للأخر على الموضوعات التي تم تحليلها وتم تعزيز ذلك من خلال استخدام استراتيجيات خطابية مختلفة مثل التصنيف والتسميات الناعمة والتعميم، إلخ.

7- اظهرت نتائج التحليل الاشارة الى الهوية الطائفية في كل التوصيفات التي يطلقها منتج الخطاب على الاحداث والافعال المرتبطة بالحشد الشعبي، ومحاولة اظهاره كقوة طائفية اكثر منها قوة وطنية، ونستنتج من ذلك ان الخطاب حاول ان يولد صورة نمطية سلبية تقوم على البعد الديني الطائفي في معالجته الاعلامية وهي احد اسس التمثيل الاعلامي التي تتشكل بموجبها الصور الذهنية عن الافراد والجماعات.

المصادر

- Afzal, N. (2019). Discursive Strategies and Media Representation of Conflicts. *International Journal of English Linguistics*, 9(2), 1. <https://doi.org/10.5539/ijel.v9n2p1>
- Al-Dalawi, Y., & Al-Mahdawi, A. (2019). A Pragmatic-Linguistic Study of Hyperbole in English Political Discourse. *Journal of Garmian University*, 6(5th Conference of Human sciences), 1047–1059. <https://doi.org/10.24271/garmian.5thc73>
- Ali Abbas. (2020). The public's image of the Popular Mobilization Forces on satellite channels. *Basic Education Journal*, 26(103), 363–383.
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: An analytic tool for qualitative research. *Qualitative research*, 1(3), 385–405. <https://doi.org/10.1177/146879410100100307>
- Azizi, H. (2022). Integration of Iran-backed armed groups into the Iraqi and Syrian armed forces: implications for stability in Iraq and Syria. *Small Wars and Insurgencies*, 33(3), 499–527. <https://doi.org/10.1080/09592318.2021.2025284>
- Bailey, O.G. and Harindranath, R. (2005) 'Racialized 'othering': the representation of asylum seekers in the news media', in Allan, S. (ed.) *Journalism: Critical Issues* Maidenhead and New York: Open University Press, pp. 274-286.
- Barada, V. (2013). Sarah J. Tracy, *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*. In *Revija za sociologiju* (Vol. 43, Issue 1). <https://doi.org/10.5613/rzs.43.1.6>
- Bardici, M. V. (2012b). A Discourse Analysis of the Media Representation of Social Media for Social Change - The Case of Egyptian Revolution and Political Change By Minavere Vera Bardici Thesis Submitted for Completion of Master of Communication. *Malmo University*, June, 1–72.
- Bennett, S., Wal, J. Ter, Lipiński, A., Fabiszak, M., & Krzyżanowski, M. (2013). The representation of third-country nationals in European news discourse: journalistic perceptions and practices. *Journalism Practice*, 7(3), 248–265. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.740239>
- Birch, T. (2018). Popular: The Monopoly of Force and Iraq's Popular Mobilization Units. *Sigma: Journal of Political and International Studies*, 35.
- Brown, G., & Yule, G. (1983). *Discourse Analysis* (Cambridge Textbooks in Linguistics). In *University of Cambridge* (pp. 248–250).
- Brussel, L. van, Carpentier, N., & Cleen, B. De. (2019). *Communication and discourse theory: Collected works of the Brussels discourse theory group*.
- Brzozowska, A., Kalinichenko, A., & Kabus, J. (2015). Analyzing the strategies used in media discourse management. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 5(3), 10–14. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2015.51397>

- Chaban, N. (2007). WORLDS OUT OF TOUCH, OUT OF REACH AND OUT OF SIGHT»: FOREIGN NEWS AND THE FORMATION OF PUBLIC OPINION. In J. M. B. PANIAGUA, G. L. GARCÍA, P. S. CREMADES, & E. S. ALEGRE (Eds.), *CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS OF MEDIA TEXTS* (pp. 154–173). UNIVERSITAT DE VALÈNCIA.
- Cheshmedzhieva-stoycheva, D. (2013). *Ethnicity and Identity in Media Discourse*.
- Cotter, C. (2008). Discourse and Media. *The Handbook of Discourse Analysis*, 416–436. <https://doi.org/10.1002/9780470753460.ch22>
- Davies, M. (2008). *Oppositions in News Discourse : the ideological construction of ‘ us ’ and ‘ them ’ in the British press*.
- Dezhkameh, A., Layegh, N., & Hadidi, Y. (2021). A critical discourse analysis of covid-19 in iranian and american newspapers. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 21(3), 231–244. <https://doi.org/10.17576/GEMA-2021-2103-13>
- Fetzer, A. (2008). Theme zones in English media discourse: Forms and functions. *Journal of Pragmatics*, 40(9), 1543–1568. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.04.016>
- Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. London: Routledge
- Gallagher, M. (2013). Media and the representation of gender. *The Routledge Companion to Media & Gender*, 23–31. <https://doi.org/10.4324/9780203066911-8>
- Himmelstein, J. (2014). How the Mass Media Use Numbers to Tell a Story: The Case of the Crack Scare of 1986. *Numeracy*, 7(1). <https://doi.org/10.5038/1936-4660.7.1.2>
- Hobbs, M. (2008). On Discourse and Representation : Reflections on Michel Foucault ’ s Contribution to the Study of the Mass Media By Mitchell Hobbs PhD Candidate School of Humanities and Social Science University of Newcastle Annual Conference of the Australian Sociologic. *Annual Conference of the Australian Sociological Association, December*, 1–15.
- Höijer, B. (2011). Social representations theory: A new theory for media research. *Nordicom Review*, 32(2), 3–16.
- Hussein, Z. A. (2022). *The Representation of Popular Mobilization Forces in Online British and Iranian News reports : A Critical Discourse Analysis*. University of Kerbala-College of Education for Human Sciences.
- Ige, O. (2016). Dimensions of media representation: An update and analysis. *Lagos Business School Working Paper Series, September*.
- Jbour, A. Al. (n.d.). *The Popular Mobilization Forces in Iraq Regional Dynamics and Local Variables*.
- J.L. Mey, K. B. (2006). Concise Encyclopedias of Language and Linguistics. In *Encyclopedia of Language & Linguistics*. <https://doi.org/10.1016/B0-08-044854-2/00377-1>

- Johnson, & Christensen, &. (2004). *Educational research: Quantitative, qualitative, and mixed approaches* (5th ed.). Boston: Pearson Educational Inc.
- Kadhim, M. (2016). *Popular Crowd Topics In The Arab Press- Analytical Study Of News Coverage In News Papers Al - Sabah, Al - Al - Ahram And Al - Dustour*. UNiversity Of Baghdad- College of Mass Media - department of Journalism.
- Kang, J. (2016). A Functional Approach to the Status of Theme and Textual Development. *Theory and Practice in Language Studies*, 6(5), 1053. <https://doi.org/10.17507/tpls.0605.20>
- Karim Abdullah. (2016). *The role of Television news coverage in shaping public attitudes about the popular crowd – survey of the audience in Baghdad*. Baghdad University – College of Mass Media.
- Kasfir, N., Frerks, G., & Terpstra, N. (2017). Introduction: Armed Groups and Multi-layered Governance. *Civil Wars*, 19(3), 257–278. <https://doi.org/10.1080/13698249.2017.1419611>
- Kidd, J., Kidd, J., & Studies, C. (2016). *REP - Jenny Kidd-Representation-Routledge (2016)*.
- Lindquist, K. A., MacCormack, J. K., & Shablack, H. (2015). The role of language in emotion: Predictions from psychological constructionism. *Frontiers in Psychology*, 6(MAR). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.00444>
- Mansour, R. (2021). *Networks of power: the Popular Mobilization Forces and the state in Iraq*. February, 45. <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/2021-02/2021-02-25-networks-of-power-mansour.pdf>
- Mikkola, M. (2017). Discursive (de)-legitimation strategies in the media-a case study of Finnish co-operation negotiations during the economic downturn in 2008-2015 (Master's Thesis, Aalto University, Finland). Retrieved from <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/27810>
- Morgan, A. (2010). Discourse Analysis: An Overview for the Neophyte Researcher. *Journal of Health and Social Care Improvement*, May, 1–7.
- Nasser, A. (2015). *Discursive Construction in Media A critical discourse analysis of how BBC World vs. Al Jazeera English Constructed Yemen's 2011 Uprising Coverage* (Issue May). University of Gothenburg.
- Nawaz, S., Bilal, H. A., Kalsoom, M., Fayyaz, Z., & Nayyar, H. (2013). Media discourse and their implicit ideologies. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 2(2), 328–337.
- Neureiter, A., Stubenvoll, M., Kaskeleviciute, R., & Matthes, J. (2021). Trust in Science, Perceived Media Exaggeration About COVID-19, and Social Distancing Behavior. *Frontiers in Public Health*, 9(December), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.670485>
- ORGAD, S. (2012). *Media Representation and the Global Imagination*. Polity Press.
- Podder, S. (2017). Understanding the Legitimacy of Armed Groups: A Relational Perspective. *Small Wars and Insurgencies*, 28(4–5), 686–708.

<https://doi.org/10.1080/09592318.2017.1322333>

- Polyzou, A. (2014). Presupposition in discourse: Theoretical and methodological issues. *Critical Discourse Studies*, 12(2), 123–138. <https://doi.org/10.1080/17405904.2014.991796>
- Posternyak, K. P., & Boeva-Omelechko, N. B. (2018). The formation of the image of Russia in the British political mass media discourse. *Acta Scientiarum Language and Culture*, 40(2). <https://doi.org/10.4025/actascilangcult.v40i2.41086>
- Rached, K., & Bali, A. O. (2019). Post-ISIS Iraq and the Shia Armed Groups. *Central European Journal of International and Security Studies*, 13(1), 122–137. <https://doi.org/10.51870/cejiss.a130105>
- Robinson, P. (2002). *The CNN Effect: The Myth of News Media, Foreign Policy and Intervention* (1st ed.). Routledge.
- Rudolf, I. (2017). *From Battlefield to Ballot Box: Contextualising the Rise and Evolution of Iraq's Popular Mobilisation Units*. 40. <https://icsr.info/wp-content/uploads/2018/05/ICSR-Report-From-Battlefield-to-Ballot-Box-Contextualising-the-Rise-and-Evolution-of-Iraq's-Popular-Mobilisation-Units-1.pdf>
- Salzmann, Z., Georgakopoulou, A., & Goutsos, D. (1999). Discourse Analysis: An Introduction. In *Language* (Vol. 75, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/417076>
- Skelton, M., & Saleem, Z. A. (2021). *Living Among the Hashd: Security Actors in Five Iraqi Provinces*. July.
- Van Dijk, T. A. (1995). Discourse analysis as ideology analysis. *Language and peace*, 10(47), 142.
- Van Dijk, T. A. (2015). Racism and the press. In *Racism and the Press*. <https://doi.org/10.4324/9781315682662>
- Van Dijk, T. A. (2006). Politics, ideology and discourse. In K. Brown (Ed.), *The Encyclopedia of Language and Linguistics*. Vol. 9, (pp. 728-740). Oxford: Pergamon Press.
- Wenden, A. L. (2005). The Politics of Representation: a Critical Discourse Analysis of an Aljazeera Special Report. *International Journal of Peace Studies*, 10(2), 89–112. http://www.gmu.edu/programs/icar/ijps/vol10_2/wWenden10n2IJPS.pdf
- Wei, L. (2011). Moment Analysis and translanguaging space: Discursive construction of identities by multilingual Chinese youth in Britain. *Journal of Pragmatics*, 43(5), 1222–1235. <https://doi.org/10.1016/J.PRAGMA.2010.07.035>
- W. Lance Bennett, Regina G. Lawrence, and S. L. (2008). *When the Press Fails Political Power and the News Media from Iraq to Katrina*. University of Chicago Press.
- Wodak, R., & Weiss, G. (ed). (2003). Critical Discourse Analysis - Theory and Interdisciplinarity. *Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity*, 272–296.

-
- Wodak, R. (2006). Mediation between discourse and society: Assessing cognitive approaches in CDA. *Discourse Studies*, 8(1), 179–190. <https://doi.org/10.1177/1461445606059566>
- Zahid, Z. M. (2016). USA versus “Them”: Fomenting an Enemy for the Hegemonic Discourse. *Ipri Journal*, 2(2), 105–118. <https://www.ipripak.org/wp-content/uploads/2016/11/7-Zahid-M-Zahid.pdf>
- Zaineb Karim. (2019). *A critical discourse analysis of American press in relation to the popular mobilization forces and Isis*. Babil University- Collage of Education for Human Science.