



ISSN: 1999-5601 (Print) 2663-5836 (online)

Lark Journal

Available online at: <https://lark.uowasit.edu.iq>



\*Corresponding author:

**Asst. Lect. Alaa Azweer**

**Dhumeed Al-Sarai**

University of Wasit – College of

Arts – Department of Media

Email:

[alaa.thumed@uowasit.edu.iq](mailto:alaa.thumed@uowasit.edu.iq)

**Keywords:** journalistic

coverage, crisis, Iraqi market,

academic elite.

## ARTICLE INFO

Article history:

Received 20Apr 2025

Accepted 19 Jun 2025

Available online 1 Jul 2025



## Journalistic Coverage of the Dollar Rise Crisis in the Iraqi Market from the Perspective of the Academic Elite: A Survey Study at the College of Arts, Wasit University

### Abstract:

In recent years, the Iraqi monetary market has experienced chaos due to the misjudgment of economic experts regarding the global financial crisis, which led to a loss of control over the exchange rate of the Iraqi dinar against the US dollar. Among the contributing factors to price fluctuations in the Iraqi market was the media's role in disseminating false and misleading news and not fully conveying the truth, alongside other economic problems. Therefore, this study aims to highlight the journalistic coverage of the dollar rise crisis in the Iraqi market and propose media-based solutions to address this economic crisis. The study answers the main question: What is the academic elite's perspective on the journalistic coverage of the dollar rise crisis in the Iraqi market? The research adopted a descriptive survey methodology, using a questionnaire distributed to the entire academic elite population, specifically faculty members of the Media Department at the College of Arts, Wasit University, using a comprehensive census method. The study included two main topics: the journalistic coverage and the crisis itself. Findings showed that media institutional dependency is one of the most influential factors affecting journalistic coverage of the dollar rise crisis. The majority of respondents indicated that journalistic reports are the most frequently used news genre in Iraqi newspapers for covering the crisis. Moreover, the primary attracting elements used by Iraqi newspapers in addressing the crisis were continuous presentation of comprehensive figures and statistics.

© 2025 LARK, College of Art, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/lark.4509>

المعالجة الصحفية لأزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية – دراسة مسحية في كلية الآداب-جامعة واسط

م. م علاء أروير ضמיד السراي/ جامعة واسط - كلية الآداب - قسم الإعلام

### الملخص :

خلال السنوات الأخيرة، شهدت السوق النقدية العراقية حالة من الفوضى نتيجة سوء تقدير الخبراء الاقتصاديين للأزمة المالية العالمية، مما أدى إلى فقدان السيطرة على سعر صرف الدينار العراقي مقابل الدولار الأمريكي، ولعل من بين الأسباب التي أسهمت في تقلب الأسعار في السوق العراقية هو مساهمة وسائل الإعلام في نقل أخبار زائفة ومضللة وعدم نقل الحقيقة كاملة، فضلاً عن المشاكل الاقتصادية الأخرى.

وبالتالي، فإن البحث الحالي يحاول تسليط الضوء على المعالجة الصحفية لأزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية وتقديم حلول مقترحة لمعالجة هذه الأزمة الاقتصادية إعلامياً، من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي: ما وجهة نظر النخبة الأكاديمية نحو المعالجة الصحفية لأزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية ؟ وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي المسحي باستخدام أداة الاستبيان لعينة من مجتمع البحث الكلي الذي يمثل النخبة الأكاديمية، أساتذة قسم

الإعلام في كلية الآداب بجامعة واسط بأسلوب الحصر الشامل.

وقد تضمن البحث مبحثين: الأول تناول المعالجة الصحفية، فيما تناول البحث الثاني حول الأزمة، وقد توصل البحث إلى نتائج من بينها أن تبعية المؤسسة الإعلامية تُعد من أبرز العوامل المؤثرة في معالجة الصحافة لأزمة ارتفاع الدولار، وأن النسبة الأكبر من المبحوثين يرون أن التقارير الصحفية تُعد أكثر الفنون الصحفية استخداماً في معالجة الصحف العراقية لأزمة ارتفاع الدولار، فضلاً عن أن أبرز عناصر الجذب التي تتبعها الصحف العراقية في تناولها للأزمة تتمثل في تقديم أرقام وإحصائيات شاملة عنها وبصورة مستمرة.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الصحفية ، الأزمة ، السوق العراقية ، النخب الأكاديمية .

### الإطار المنهجي

#### أولاً: مشكلة البحث:

تعرف بأنها الخطوة الأساسية لدراسة أي موضوع علمي، وهذا ما يدفع الباحث العلمي للتركيز عليها بشكل كبير، وتبقى إبداعات الباحث ومهارته مع اطلاعه وتعمقه في تخصص البحث العامل الرئيسي في اختيار المشكلة المناسبة والتركيز على دراستها وإيجاد الحلول المناسبة والنتائج المثبتة لها، وهي حالة من عدم اليقين أو الشك التي تثير فضول الباحث وتدفعه إلى البحث عن الحل أو التفسير. (عطية ، 2010، ص 30)

ان ازمة ارتفاع الدولار لها تأثير كبير على المجتمع العراقي وبالتالي فان للصحافة دور في معالجة هذه الازمة ومن هنا جاء بحثنا الموسوم والذي تتمحور مشكلته في التساؤل الرئيسي الآتي: ما وجهة نظر النخبة الأكاديمية نحو المعالجة الصحفية لأزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية؟ وقد انبثقت عنها التساؤلات الفرعية الآتية:

أ - من وجهة نظرك ما أساليب المعالجة الصحفية الناجحة لأزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية؟

ب - برأيك ما هي العوامل المؤثرة في معالجة وسائل الإعلام لأزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية؟

ج - من وجهة نظرك ما أبرز عناصر الجذب التي تتبعها الصحف العراقية في تناولها لأزمة ارتفاع الدولار؟

د - برأيك ما هي الحلول التي يجب ان تتبعها الصحف العراقية في معالجة ازمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية؟

**ثانياً: أهمية البحث:**

تأتي أهمية البحث الحالي من خلال التعرف على حقيقة الدور الذي تلعبه الصحافة في تقديم معالجة صحفية جيدة لتأثيرات أزمة ارتفاع الدولار على الاقتصاد العراقي حسب رأي الإعلاميين الأكاديميين، لاسيما مع تذبذب حالة سعر صرف الدولار في السوق خلال السنوات الثلاث الأخيرة، فضلاً عن الكشف عن إجراءات البنك المركزي العراقي بهذا الخصوص. كذلك، فإن هذا البحث يعد من الدراسات القليلة التي تناولت أزمة ارتفاع الدولار في العراق، ولذلك فهو سوف يرفد المكتبة العلمية بمصدر حديث من جهة، ويفيد الباحثين لإجراء دراسات مماثلة وبشكل موسع للحالة الاقتصادية العراقية.

**ثالثاً: أهداف البحث:**

يهدف البحث إلى معرفة وجهة نظر النخبة الأكاديمية نحو المعالجة الصحفية لأزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية، وقد تفرعت عنه الأهداف الآتية:

أ - الكشف عن أساليب المعالجة الصحفية الناجحة لأزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية .

ب - التعرف على العوامل المؤثرة في معالجة الصحافة لأزمة ارتفاع الدولار.

ج - الكشف عن أبرز عناصر الجذب التي تتبعها الصحف العراقية في تناولها لأزمة ارتفاع الدولار.

د - معرفة الحلول التي تتبعها الصحف العراقية في معالجة أزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية.

## رابعاً: منهج البحث وأدواته:

"ويقصد به مجموعة من الأساليب والخطوات التي يستخدمها الباحث لجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها بهدف تحقيق أهداف البحث واختبار الفرضيات." (السلطان، 2010، ص 123) وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي الدراسة المسحية من خلال استخدام أداة الاستبيان لمعرفة آراء عينة البحث بأسلوب الحصر الشامل لأساتذة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة واسط. أداة الاستبانة: تعرف بأنها عبارة عن أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث بحسب أغراض البحث (المشهداني، 2017، ص 94) ، وقد جرى تصميم الاستبانة بحيث تتلاءم مع الإجراءات المنهجية للبحث الحالي، وقُسمت إلى تسعة عشر فقرة موزعة على ثلاثة محاور: المحور الأول: المعلومات الشخصية، وشمل ثلاثة أسئلة، المحور الثاني: بيانات التعرض والمشاهدة، وتضمن سبعة أسئلة، والمحور الثالث: حلول المقترحة للمعالجة الصحفية لأزمة الدولار في السوق العراقية، واحتوى على ثمانية أسئلة.

**خامساً: الصدق الظاهري:** يعد الصدق الظاهري من أهم متطلبات الاختبارات والمقاييس، كونه يوضح كيفية تناسب فقرات الاستبانة وانسجامها مع أسئلة البحث، وبناء على ذلك ، جرى عرض الاستبانة على بعض المحكمين والخبراء والأكاديميين الإعلاميين ، لغرض التعرف على انطباعاتهم وآرائهم عن الأسئلة التي تتضمنها الاستبانة ، وبعد الاطلاع على تلك الآراء والانطباعات والافادة منها من قبل الباحث ، باتت ملائمة للتطبيق العملي وجاهزة للتوزيع على عينة البحث وذلك بما ينسجم مع الملاحظات المنهجية والعلمية للمحكمين ، التي بينت ان نسبة الاتفاق على فقرات المقياس بلغت ( 87% ) وهي نسبة تعد مقبولة وجيدة للقياس" ، اذ جرى احتساب الصدق الظاهري على وفق المعادلة الآتية:

$$\text{الصدق} = \frac{\text{مجموع الفئات المتفق عليها بين المحكمين}}{\text{مجموع الفئات}} \times 100 = 100 \times \frac{16}{19} = 84,21\%$$

19

مجموع الفئات

اسماء الخبراء والمحكمين بحسب الدرجة العلمية :

1- أ. م. د لemy مطير

2- أ. م. د ميثم فالح حسن

3- م. د مرتضى حسن علي

4- م. حمزة خالد مطشر

سادساً: مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث بأنه "مجموعة الأفراد أو المؤسسات أو المنظمات التي تتم دراستها في سياق معين." (زبير، 2015، ص 234) ويتألف مجتمع هذا البحث من تدريسي قسم الإعلام في كلية الآداب - جامعة واسط، البالغ عددهم (30 تدريسياً).

جدول رقم ( 1 ) يبين مجتمع البحث حسب تخصصات تدريسي قسم الإعلام كلية الآداب جامعة واسط

| ت | التخصصات الإعلامية  | العدد | النسبة المئوية | التخصصات الساندة  | العدد | النسبة المئوية |
|---|---------------------|-------|----------------|-------------------|-------|----------------|
| 1 | الصحافة             | 5     | 0,25%          | اللغة العربية     | 3     | 0,3%           |
| 2 | العلاقات العامة     | 5     | 0,25%          | اللغة الانكليزية  | 1     | 0,1%           |
| 3 | الاذاعة والتلفزيون  | 2     | 0,1%           | الإدارة والاقتصاد | 3     | 0,3%           |
| 4 | الإعلام والتواصل    | 3     | 0,15%          | العلوم السياسية   | 1     | 0,1%           |
| 5 | إدارة وسائل الإعلام | 4     | 0,2%           | الاجتماع          | 1     | 0,1%           |
| 6 | تقنيات الاعلان      | 1     | 0,05%          | الحاسوب           | 1     | 0,1%           |
|   | المجموع             | 20    | 100%           | المجموع           | 10    | 100%           |

سابعاً: مجالات البحث :

1- المجال المكاني : جامعة واسط - كلية الآداب - قسم الاعلام  
2- المجال الزماني : وقد اجري البحث الحالي في الفترة الممتدة من 15 / 1 / 2025 لغاية 15 / 3 / 2025/

3- المجال البشري : ويشمل التدريسيون العاملون في قسم الاعلام - كلية الآداب بجامعة واسط ممن يحملون الشهادات العليا في اختصاص الاعلام ، فضلا عن التدريسيون ذوي الاختصاصات الساندة والعاملون في نفس القسم .

ثامناً: مفاهيم البحث:

1- المعالجة الصحفية: "وتعني الأسلوب أو الطريقة التي تعتمدها المؤسسات الإعلامية في تناولها للقضايا والموضوعات، بحيث يتم تسليط الضوء على جانب معين وإغفال جوانب أخرى بما ينسجم مع سياستها الإعلامية." (علي، 2022، ص 856).

2- أزمة الدولار: "تعني حالة من الاضطراب الاقتصادي تؤثر على السوق العراقي بسبب نقص تداول الدولار، مما يؤدي إلى ارتفاع سعر الصرف وتراجع قيمة الدينار العراقي." (حسين، 2022، ص 30).

3- السوق العراقية: "وتعرف بأنها جميع الأنشطة الاقتصادية والخدمات التي تتم في العراق، بما في ذلك التجارة والصناعة والزراعة والخدمات المالية والخدمات الأخرى." (الفخري، 2020، ص 123).

4-النخب الأكاديمية: ويقصد بهم التدريسيون العاملون في قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة واسط ممن يحملون شهادة عليا في مجال الإعلام، فضلاً عن التدريسيين ذوي الاختصاصات الساندة.

#### تاسعاً: الدراسات السابقة:

1-دراسة الدليمي (2019): دور المعالجات الإعلامية للأزمات المحلية في الفضائيات العراقية ببناء أجندة الجمهور — دراسة مسحية على جمهور مركز مدينة بغداد. يهدف البحث إلى دراسة دور أخبار الأزمات المحلية في الفضائيات العراقية في بناء أجندة الجمهور والكشف عن طبيعة هذا الدور ومعرفة أهم الموضوعات البارزة في الأزمات التي تقع ضمن اهتمامات الجمهور العراقي من خلال معالجتها عبر الفضائيات العراقية، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي لجمهور مركز مدينة بغداد، واستخدمت العينة العشوائية متعددة المراحل لطبيعتها المتلائمة مع حجم الجمهور وسعته الجغرافية، وقد توصل البحث إلى نتائج من أهمها قدرة الجمهور على ترتيب أولوياته حول أخبار الأزمات المحلية، فضلاً عن تحديد أولويات طابع الأزمات المحلية التي يهتم بالمعالجة الصحفية للموضوعات المرتبطة بها.

2-دراسة شرشاب (2025): أطر معالجة مواقع الصحف العراقية للقضايا الاقتصادية — دراسة تحليلية للموقع الإلكتروني لجريدة الصباح، تهدف الدراسة إلى تحليل أطر معالجة مواقع الصحف العراقية للقضايا الاقتصادية في الموقع الإلكتروني لجريدة الصباح العراقية للفترة من 2024/8/1 إلى 2024/11/1. اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي التحليلي، مستخدمة أداة استمارة تحليل المضمون، وكشفت نتائج الدراسة عن تركيز واضح على قضايا البيئة والاستثمار بنسبة 23.7%، وجاءت بالمرتبة الثانية موضوعات الدفع الإلكتروني والتحول الرقمي بنسبة 16.9%، ثم تلتها ثالثاً الصناعة والتجارة الخارجية بنسبة 14.7%.

3-دراسة دراز (2008): تقييم الجمهور لأنماط المعالجة الصحفية للقضايا البيئية في الصفحات المتخصصة بالصحف المصرية، تسعى الدراسة إلى الكشف عن تقييم الجمهور لمستوى المعالجة الصحفية المقدمة في الصحافة البيئية ومدى نجاحها في تحقيق أدوارها، ومدى ملاءمتها للأولويات البيئية للجمهور، فضلاً عن معرفة نوعية الفنون الصحفية المستخدمة في الصحافة البيئية ونوعية المصادر التي تعتمد عليها تلك الصحافة ومدى مصداقيتها لدى الجمهور، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي لخصائص الجمهور، والمنهج المقارن للوقوف على أوجه التشابه والاختلاف بين مفردات العينة، أجريت الدراسة في محافظة الجيزة لعينة قوامها (152 مفردة) من الجمهور العام، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من بينها أن التحقيقات والحوارات الصحفية هي أفضل الفنون الصحفية ملائمة لدراسة المشكلات البيئية بنسبة 41%، فضلاً عن

أن الجمهور يرى أن ارتفاع معدلات الفقر يؤثر سلباً على تفاقم المشكلات الاقتصادية والبيئية بنسبة بلغت 83%.

### الإطار النظري المبحث الأول: المعالجة الصحفية

#### أولاً: مفهوم المعالجة الصحفية:

تعرف المعالجة الصحفية بأنها "الطريقة التي تتناول فيها المؤسسة الإعلامية المكتوبة أو المرئية أو المسموعة مختلف الجوانب المتعلقة بالحدث من خلال رصد مجريات الخبر وتحليل أبعاده وإثارته، وذلك بغرض إيصال رسالتها إلى جمهور الرأي العام والتأثير عليه بهدف إحداث التغيير." (عسيري، 2022، ص 612). كما يقصد بالمعالجة الصحفية أنها عملية كشف الاتجاهات واستراتيجيات التغطية الإعلامية من قبل الجهة المعنية باتجاه قضية معينة. (وهيب، 2009، ص 10) وتعني المعالجة الصحفية أيضاً "عملية تأطير إعلامية تفرضها سياسة المؤسسة في التعامل مع الأحداث والقضايا في نقل الأخبار وعرض الواقع، وهذه العملية تنطوي على إضافات تفسيرية أو ممارسة للرصد والتحديد والتحليل أو التلاعب بالألفاظ، أو التدخل لتقييم المعلومات بشكل ذاتي، بل وحتى إبداء الرأي والمقترحات والحلول." (المعبي، 2020، ص 378)

#### ثانياً: أنواع المعالجة الصحفية:

تصنف المعالجة الصحفية إلى ثلاثة أنواع تحددها السياسة الإعلامية للمؤسسة:

##### 1- النوع الأول: حسب عمق مصادر المعلومات وتشمل: (القيسي، 2020، ص 38)

أ- **المعالجة المعمقة:** وهي تلك المعالجة التي يكون هدفها تقديم التفاصيل والبيانات الدقيقة عن القضايا والمشكلات والموضوعات، ويتناولها بالتفسير والتحليل وإعطاء حكم كامل عنها، فضلاً عن تقديم صورة واضحة عن الحدث أو الموضوع.

ب- **المعالجة السطحية:** وهي عكس النوع الأول، إذ تعمل على تقديم معالجة سريعة وسطحية، وتكون خالية من التفاصيل الدقيقة والمعمقة، بحيث تصبح قريبة من التغطية الصحفية من ناحية التضخيم والتهويل، ونشر المعلومات بشكل بسيط من دون تفسيرها أو الحكم عليها أو التعليق عليها، وتنتهي مع انتهاء الأزمة.

##### 2. النوع الثاني: حسب الاتجاه وتتضمن:

أ- **المعالجة الهجومية:** وتكون ذات طابع عدائي لجهات معينة أو أطراف محددة من خلال نشر المعلومات المضللة والخاطئة، وتهدف إلى الإساءة والتشكيك بتلك الجهات والأطراف، وتوظف عند معالجة الأزمات الكبيرة والأحداث السياسية التي تهدف التأثير على آراء الجمهور وقناعاته تجاه الأزمة أو الحدث المطروح. (الطيب، 2010، ص 123).

ب- **المعالجة الموضوعية أو المحايدة:** وتتميز بكونها خالية من التعبير عن الأحداث والوقائع من وجهات النظر الشخصية المعبرة عن وجهة نظر الصحيفة أو صاحبها، وتتسم بإمكانية عرض مختلف وجهات النظر بطريقة متوازنة، فضلاً عن إسناد الأحداث إلى مصادر لها مع التخلي عن فكرة المعارضة أو التأييد للموضوع أو القضية أو الحدث. (إسماعيل، 2009، ص 26)

ج- **المعالجة المتحيزة:** وهي التي تهدف إلى التحيز إلى جهة معينة أو طرف محدد، وتتناول الأحداث بأسلوب يرى الموضوعات من وجهة نظر شخصية تعبر عن السياسة العامة للصحيفة، وبذلك ينصب عملها في تشويه الحقائق والعمل على تضليل الجماهير من خلال عدم التوازن عند تناول وجهات النظر المتنوعة، وتشمل تقديم تأييد أو معارضة علنية للحدث أو الواقعة من دون الرجوع إلى المصادر الحقيقية للموضوع. (عبد العظيم، 2019، ص 18).

##### 3- النوع الثالث: حسب الهدف: وتكون نوعان:

أ- **معالجة نقدية:** وتعمل على عرض الجوانب الإيجابية والسلبية بشكل متوازن ودقيق ومن دون زيادة أو نقصان، وذلك من خلال تناول الأحداث والموضوعات والوقائع بالشرح والتحليل والتفسير، وهي تهتم بالنظر للأحداث الواقعية وتنشر الموضوع من كل جوانبه من غير إخفاء لأي جزء، وتقوم أيضاً على تقديم كل وجهات النظر المؤيدة والمعارضة مع احترامها. (الجمعية، 2006، ص 36)

ب- **معالجة دعائية:** وتعمل فيها وسائل الإعلام على معالجة الموضوعات والقضايا بشكل دعائي، تستخدم وتوظف فيها كافة الطرق الدعائية، وتهدف من وراء ذلك محاولة التأثير على اتجاهات الجمهور وانطباعاته عن

تلك الأحداث، إذ تستخدم أسلوب إخفاء الحقيقة وتشويهها، فضلاً عن اتباع التضليل والإثارة والتهيج. (الكلباني، 2015، ص 192).

#### ثالثاً: مراحل المعالجة الصحفية:

1-مرحلة جمع المعلومات: وفيها تتواكب رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها وأثارها وأبعادها. تبدأ الصحافة في هذه المرحلة باستقصاء جمع المعلومات من المصادر القريبة وذات العلاقة بالأزمة لتلبية رغبات الجماهير حول تفاصيل مجريات الأحداث.

2-مرحلة تفسير المعلومات: تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة، والبحث في جذورها وأسبابها، ومقارنتها بأزمات أخرى متماثلة، وهنا تفسح وسائل الإعلام المجال لكل ما يساعد على استجلاء الحقائق وتوضيحها، سواء من مواد إيضاحية مفسرة أو من تحليلات وآراء للخبراء، وكذلك موقف المسؤولين وصانعي القرار تجاه الأزمة واحتواء أثارها.

3-مرحلة نشر المعلومات: يقوم الإعلام بدور حيوي من خلال إمداد الجماهير بما تم الحصول عليه من معلومات بعد تفسيرها وتفتيحها، تُعد هذه المرحلة من المراحل الأساسية في المعالجة الصحفية، إذ يتم فيها استجلاء الموقف عن الأزمة ومعرفة كافة تفاصيل وتداعياتها في أي مرحلة وصلت. (محمد، 2007، ص 47)

4-المرحلة الوقائية: وهي المرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها، إذ لا تتوقف دور وسائل الإعلام عند مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها، بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البعد لتقديم وسائل الإعلام طرق الوقاية وأسلوب التعامل مع أزمات مشابهة، وعادة ما تستخدم هذه المرحلة بعد الانتهاء من الأزمة للاستفادة من الخطط والاستراتيجيات المستخدمة وكيفية إخماد تداعياتها. (مصطفى، 2000، ص 31)

#### رابعاً: أساليب المعالجة الصحفية للأزمات:

1-أسلوب المعالجة بسررد المعلومات: ويتطلب قيام الوسيلة بوصف الواقعة أو الحادثة أو الإحاطة بجميع جوانبها وظروف حدوثها، وتقديم الاستشهاد بشهود العيان والمسؤولين بما يتناسب مع سياسة الوسيلة الإعلامية.

2-أسلوب المعالجة المركبة: يقوم الأسلوب بوصف الحادثة بشكل موسع، وانتقاء الوقائع التي لا تعطي الحدث بدءاً يتعارض مع سياسة الوسيلة الإعلامية، والربط المركب بين الوقائع وصولاً إلى معالجة أخبارية انتقائية ذات إطار واحد يضم أكثر من واقعة ويؤدي إلى معالجة موسعة للحدث. (الحسين، 2022، ص 150)

3-المعالجة القائمة على تقديم الحقائق: هي أسلوب يعتمد على الشواهد والبراهين والأدلة والبيانات في نقل المعلومات عن حادث معين، سواء من مصدر مسؤول أو من شخصية يدور حولها الجدل، بحيث تشكل مادة إعلامية لها أهميتها.

4-أسلوب المعالجة النقدية: وهو أسلوب عرض المادة الإعلامية على شكل انتقادات موجهة لسياسة أو حزب أو فكر معين لا يتماشى مع سياسة الوسيلة الإعلامية بهدف تقويم ذلك. (ال سلمان، 2022، ص 300)

5-أسلوب عرض الآراء والمقترحات: يقوم على عرض المادة الإعلامية بشكل بيانات ومعلومات وحقائق بهدف خلق توجهات معينة لدى الجمهور عن طريق إمدادهم بالآراء التي تدور حول الموضوع المطروح للمعالجة والنقاش.

6-أسلوب التحليل والتفسير: يقوم على عرض الموضوع على المتلقي، وإثارة القضية للتفسير الإعلامي بهدف تقديم تحليل يتماشى مع سياسة الوسيلة الإعلامية أو يحقق الأهداف التي تتوخاها الوسيلة.

7-أسلوب طرح الحلول: استكمالاً لاهتمام المؤسسة بالموضوع، فإنها تعمل على تقديم الحلول التي تتوافق مع سياسة المؤسسة في سياق عرض المادة الإعلامية المطروحة للنقاش.

8-أسلوب إثارة النقاش: عملية انتقاء قضية للنقاش دون غيرها إنما تنطلق من سياسة الوسيلة الإعلامية، ومن اهتمامها المتميز بالقضية، ذلك أن التجاهل والاهتمام في المعالجة ينطلق من تفضيلات المؤسسة.

9-أسلوب البحث والاستقصاء: تنطلق المؤسسات الإعلامية في اختيار معالجة القضية بشكل استقصائي من اهتمام وتفضيل يتماشى مع سياسة الوسيلة الإعلامية.

10-أسلوب التأثير والتوعية: وهو المعالجة التي تستخدم كل فنون الاتصال في نقل المعرفة وبناء الوعي وتحقيق التأثير عن طريق ما تقدمه من مواد متنوعة، واستخدامها لأنواع صحفية مختلفة تخاطب ذهن متلقيها وعواطفه وانفعالاته.

11-أسلوب تأكيد الحقائق من مصادر متعددة موثوق فيها: وهي معالجة تبدو محايدة، إلا أن البحث والإغراق في تأكيد الحقائق حول موضوع يحمل شبهات التحيز في الوسيلة. (كشكول، 2020، ص 3)

#### خامساً: أشكال المعالجة الصحفية:

1-المعالجة المثيرة: وتستخدم تغطية تميل إلى التهويل والمعالجة السطحية، والتي ينتهي اهتمامها بالأزمة بانتهاء الحدث. وهي معالجة مبتورة تؤدي إلى التضليل وإلى تشويه وعي الجمهور.

2-المعالجة المتكاملة: وهي التي تتعرض للجوانب المختلفة للأزمة (مواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياق، التطورات، الآفاق) وتتسم هذه المعالجة بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة. (خضوري، 1999، ص 29)

3-المعالجة التفاعلية: هي الشكل الذي يهدف إلى تشجيع الجمهور على المشاركة في حل الأزمات والتحديات من خلال تقديم فرص للتفاعل والمناقشة.

4-المعالجة التحليلية: هي أسلوب من أساليب المعالجة الصحفية التي تهدف إلى تقديم تحليل عميق للأزمات والتحديات من أجل مساعدة الجمهور على فهم الأسباب. (القرني، 2202، ص 150)

#### المبحث الثاني - الأزمة

##### أولاً: مفهوم الأزمة:

يقصد بالأزمة "مجموعة الأحداث والظروف المفاجئة التي تنطوي على تهديد واضح للوضع الراهن المستقر بطبيعة الأشياء، ويؤثر هذا التهديد على المصالح العليا للكيانات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة" (عبدالرزاق، 2001، ص 22).

كما يطلق على الأزمة لغوياً "الشدة"، واصطلاحاً "هي موقف أو حدث، أو حالة تخرج عن المألوف وتؤدي إلى تغيير التوازن الاستراتيجي القائم، ويمكن أن تنشأ الأزمة بفعل طبيعية أو بفعل إنسان، فالأزمة هي فترة حرجة أو حالة غير مستقرة تنتظر حدوث تغيير حاسم، أو هجمة مبرحة من الألم كرب أو خلل وظيفي، وهي تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي تصيب به" (إبراهيم، 2003، ص 27).

أما مفهومها العلمي فهو "تعبير عن موقف وحالة تواجهها الدولة في أحد كياناتها، حيث تتلاحق فيها الأحداث وتتشابك معها الأسباب والنتائج، وتفقد معها الدولة قدرتها على السيطرة عليها أو على اتجاهاتها المستقبلية" (حجاب، 2004، ص 45).

### ثانيًا: خصائص الأزمة الإعلامية وأنواعها:

- 1- أن تكون الأزمة ذات أبعاد مركبة ومتداخلة (سياسية، اقتصادية، واجتماعية).
- 2- أن يتجاوز تأثيرها حدود مركزها.
- 3- أن تحتوي على نتائج ذات آثار حالية وأخرى مستقبلية.
- 4- تعقيد التشابك والتداخل في عناصرها وأسبابها وفق المصالح المؤثرة لها.
- 5- وجود مجموعة من القوى ذات الاتجاهات الضاغطة على الكيان الإداري ومنتخذ القرار فيه، تُملِي إرادتها سواء من خلال ضغوط نفسية أو مادية أو اجتماعية أو إنسانية تشكل تيارًا من الضغط الرهيب عليه.
- 6- المفاجأة واستحواذها على بؤرة الاهتمام لدى المؤسسات والأفراد، كما أن مصدرها يمثل نقطة تحول أساسية في أحداث متشابكة ومتسارعة، إضافةً إلى أنها تسبب في بدايتها صدمة ودرجة عالية من التوتر مما يضعف ثبات الفعل المؤثر والسريع لمجابهتها.
- 7- أن تخرج متطلبات معالجة الأزمة عن طريق الوسائل العادية والمعتادة في مواجهة المشكلات والمواقف الحرجة الأخرى. وتحتاج المعالجة إلى استخدام وسائل غير عادية، بل والاستعانة بقوى خارجية أحيانًا من أجل المساعدة في حل الأزمة (عليوة، 2002، ص14).
- 8- المفاجأة: فهي حدث غير متوقع يتسم بالغموض وعدم وضوح الرؤية وتعقيد وتداخل تشابك العوامل والأسباب، وتثير القلق والاضطراب في حياة الفرد.
- 9- التهديد الشديد للمصالح والأهداف: ويسبب حالة رعب من المجهول الذي تتجه نحو الأزمة، إضافةً إلى تعدد الأطراف والقوى المؤثرة في حدوث الأزمة وتطورها، وتعارض مصالحها، مما يخلق صعوبات جمة في السيطرة على الموقف وإدارته، وبعض هذه الصعوبات إدارية أو مادية أو بشرية أو سياسية أو بينية (ال فهد، 2020، ص300).
- 10- نقطة تحول أساسية: حيث يتنقل خطر الأزمة من الحاضر للتأثير في مجريات المستقبل، وتسبب الدخول في دائرة من المجهولات المستقبلية المعقدة المتداخلة التي تصيب حساباتها بدقة.
- 11- تسود فيها ظروف عدم التأكد وتحدث حالة من الارتباك والضيق: بسبب نقص المعلومات وعدم وضوح الرؤية، بالنسبة للإجراءات التي ينبغي اتخاذها بشأن الأزمة (ال سعود، 2020، ص210).
- 12- ضغط الوقت المتاح عادة للتعامل مع الأزمة: والحاجة إلى اتخاذ قرارات سريعة وفعالة وصائبة، فالأحداث تقع أو تتصاعد بشكل متسارع وربما حاد، الأمر الذي يفتقد أطراف الأزمة أحيانًا القدرة على السيطرة في الموقف أو استيعابه جيدًا، حيث لابد من تركيز الجهود لاتخاذ قرارات حاسمة وسريعة في وقت يتسم بالضيق والضغط (ال سعد، 2022، ص350).
- 13- تسبب الأزمة وقوع خسائر مادية وبشرية أو نفسية: أو تستقطب الاهتمام المتصلين بها، فهي تهدد الافتراضات الرئيسية التي يقوم عليها النظام وتخلق حالات من القلق والتوتر وعدم اليقين في البدائل المتاحة، خاصةً في ظل نقص المعلومات، الأمر الذي يضاعف من صعوبة اتخاذ القرار، ويجعل أي قرار ينطوي على قدر من المخاطرة.

### ثالثًا: أنواع الأزمات:

- 1- الأزمات الإدارية: وتنتج من وقوع المنشأة تحت ضغوط حادة وفقدان الإدارة في المنشآت لقدرتها على اتخاذ قرارات صحيحة وانتشار الشائعات والمبالغات داخل المنشأة، فضلًا عن تضارب قرارات الإدارة وتعارضها.
- 2- الأزمات الاجتماعية: تمثل أزمة القيم، وأزمة العدالة الاجتماعية، وأزمة الهوية الوطنية، وأزمة التجانس القومي، وتحدث الأزمات الاجتماعية غالبًا نتيجة اختلال نظام القيم والتقاليد، وانهيار آليات تسوية الصراعات الاجتماعية، مما يؤدي إلى شعور الطبقات أو الفئات الاجتماعية داخل المجتمع بالاغتراب في ظل الأوضاع الراهنة لمجتمعاتها.

3-الأزمات النفسية: تمثل أزمة الهوية، وأزمة المراهقة، وأزمة الزواج، وأزمة الطلاق، وأزمة الخروج على المعاش، وهذه الأزمات نتيجة الشعور بالإحباط والاكتئاب وعدم الثقة بالنفس.

4-الأزمات السياسية: مثل أزمة المشاركة السياسية، وأزمة العلاقة بين الحكومة وأحزاب المعارضة، وأزمة الشرعية. تشير الأزمة من الناحية السياسية إلى حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد النظام السياسي وتستدعي اتخاذ قرار لمواجهة التحدي الذي تمثله، ولكن الاستجابة الروتينية المؤسسية لهذه التحديات تكون غير كافية، فتحول المشكلة إلى أزمة تتطلب تجديدًا حكوميًا ومؤسسيًا إذا كانت النخبة لا تريد التضحية بمركزها، إذا كان المجتمع يريد البقاء (جوابره، 2024، ص11).

5-الأزمات الاقتصادية: مثل أزمة الطاقة، وأزمة التصدير، وأزمة الركود التضخمي، وأزمة عجز الموازنة. وتعتبر الأزمات الاقتصادية نتيجة الانقطاع المفاجئ في مسيرة المنظومة الاقتصادية، مما يهدد سلامة الأداء المعتاد لها.

6-الأزمات الأمنية: مثل الاعتداء على إحدى الشخصيات المهمة أو الحاكم، خطف الطائرات، تفجير أحد وسائل النقل والمواصلات، والتهديدات التي تواجه الدول. وقد يختلف التهديد وتعددته ومصادره واتجاهاته من دولة إلى أخرى، وفقًا لاعتبارات كثيرة منها الموقع الجغرافي، والأهداف، والمصالح، والإمكانيات، والمعتقدات الأيديولوجية والسياسية، والدور الذي تلعبه الدولة في دائرة الصراع الدولي (صادق، 2007، ص89).

وهناك تقسيم آخر لأنواع الأزمات (حواش، 1999، ص34):

1-الأزمة الخارجية: ويكون مصدرها دولة معادية أو دولة صديقة أو منظمات أو أحزاب خارجية تنتمي إلى دولة أجنبية.

2-الأزمة الداخلية: وتنقسم إلى صنفين هما:

3-أزمة ذات طابع عدائي: بحيث تمس الكيان الداخلي للمجتمع وتقوض الأمن القومي للدولة من جراء التخريب والعنف والإرهاب الداخلي والمظاهرات العدائية.  
ب-ذات طابع غير عدائي: بسبب الكوارث الطبيعية كالأمطار والفيضانات والسيول والزلازل والبراكين والحريق والأعاصير وغيرها.

رابعاً: مراحل الأزمة:

1-مرحلة ميلاد الأزمة: وهي مرحلة الاحتكاك التي تمثل الشعور بالقلق من شيء مجهول يلوح في الأفق، وفيها تبدأ الأزمة بالظهور لأول مرة على شكل إحساس بوجود شيء ما يلوح في الأفق وينذر بقرب وقوع خطر مجهول المعالم والاتجاه والحجم. إن الأزمة لا تنشأ غالباً من الفراغ، وإنما هي نتيجة المشكلة ما لم تتم معالجتها بالشكل الملائم.

2-مرحلة نمو الأزمة: وتسود هذه الحالة مع استمرار الاحتكاك حيث تتراكم الآثار السلبية ويتضخم التأثير. كنتيجة للمرحلة الأولى وعدم معالجتها في الوقت المناسب، فإن الأزمة تنمو وتدخل في الاتساع، حيث تغذيها محفزات ذاتية مستمدة من ذات الأزمة ومن المحفزات الخارجية التي تستقطبها وتتفاعل معها.

3-مرحلة نضج الأزمة: هي المرحلة التي تؤدي إلى التصادم في حالة عدم مواجهة الأزمة خلال مرحلتها الميلاد والنمو، وتكون النتائج مدمرة وتتسبب في انهيار الكيان، وتعتبر هذه المرحلة من أخطر وأصعب مراحل الأزمة، وينذر أن تصل الأزمة إلى هذه المرحلة، إلا إذا قوبلت باللامبالاة من قبل متخذي القرار في مراحلها الأولى (رفاعي، جبريل، 2001، ص28).

4-مرحلة انحسار الأزمة: تمثل هذه المرحلة تدهور أو تلاشي الأزمة بعد أن حققت أهدافها وفقدت قوتها، وتبدأ الأزمة بالتقلص والانحسار. وهناك بعض الأزمات تجدد لها قوة الدفع

الجديدة عند الفشل في تحقيق الأهداف (الدليمي، 2010، ص33).

5-مرحلة اختفاء الأزمة: إما أن تكون دافعاً للكيان لاستعادة فعاليته، أو تكون قد تمكنت من تدمير الكيان واختفت معه. عندما تصل الأزمة إلى هذه المرحلة، فإنها تفقد بشكل كامل قوة الدفع المولدة لها أو عناصرها، حيث تتلاشى مظاهرها وينتهي الاهتمام بها، ويغيب الحديث عنها، إلا عندما يذكرها التاريخ، ولا يغيب عن البال ضرورة الاستفادة من دروس الأزمة وتلافي ما حدث من السلبيات في المستقبل.

#### خامساً: أساليب المعالجة الصحفية لأزمة الدولار:

1-المعالجة التحفيزية التفاعلية: هي الشكل الذي يهدف إلى تحفيز الجمهور على المشاركة في حل أزمة الدولار من خلال تقديم معلومات حول كيفية التعامل مع الأزمة وتقديم فرص للتفاعل والمناقشة.

2-المعالجة التربوية الذكية: هي الشكل الذي يهدف إلى تثقيف الجمهور حول أزمة الدولار وتقديم المعلومات حول كيفية التعامل معها من خلال استخدام التكنولوجيا والوسائط المتعددة.

3-المعالجة الاستراتيجية المتقدمة: هي الشكل الذي يهدف إلى تقديم استراتيجيات ومقترحات لحل أزمة الدولار من خلال استخدام النماذج والتقنيات المتقدمة (القرني، 2023، ص180).

4-المعالجة التحليلية العميقة باستخدام الذكاء الاصطناعي: هي الشكل الذي يهدف إلى تقديم تحليل عميق لأزمة الدولار وتقديم تفسيرات ومقترحات للجمهور، من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.

5-المعالجة التفاعلية باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي: هي الشكل الذي يهدف إلى تشجيع الجمهور على المشاركة في حل أزمة الدولار من خلال تقديم فرص للتفاعل والمناقشة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

#### سادساً: العوامل المؤثرة في تذبذب سعر صرف الدولار في السوق العالمية:

1-مستويات الأسعار النسبية: حسب نظرية القوة الشرائية، عندما ترتفع أسعار السلع المحلية، ينخفض الطلب على السلع المحلية ويتجه سعر العملة الوطنية نحو الانخفاض، إذ يمكن الاستمرار في بيع السلع المحلية بطريقة جيدة، والعكس صحيح.

2-التعريفات الجمركية والحصص: تؤثر في سعر الصرف كل من التعريفات الجمركية والضرائب على السلع المستوردة، والحصص والقيود على كمية السلع التي يمكن استيرادها، لأن ذلك يزيد من الطلب على السلعة المحلية.

3-تفضيل السلعة الأجنبية على السلع المحلية: زيادة الطلب على صادرات دولة ما تسبب في ارتفاع عملتها على المدى الطويل، وزيادة الطلب على الواردات يتسبب في انخفاض قيمة العملة الوطنية.

4-الإنتاجية: في حال كانت الدولة أكثر إنتاجية من غيرها، يمكن أن تنخفض أسعار السلع المحلية بالنسبة لأسعار السلع الأجنبية، وتظل تحقق أرباحاً. والنتيجة هي زيادة الطلب على السلع المحلية وميل سعر العملة المحلية إلى الارتفاع (سلمان، 2008، ص5).

سابعاً: أسباب أزمة ارتفاع الدولار في العراق:

1-الطلب على الدولار: يؤدي زيادة الطلب على الدولار إلى زيادة سعره (سيجال، 2018، ص120).

2-النقص في الإنتاج المحلي: يؤثر النقص في الإنتاج المحلي على الطلب على الدولار، مما يؤدي إلى زيادة الطلب على الدولار واستيراد السلع (مانكيو، 2019، ص150).

3-الاعتماد على الاستيراد: يؤدي الاعتماد على الاستيراد إلى زيادة الطلب على الدولار لاستيراد السلع (بريتشير، 2020، ص180).

4-تدهور الاقتصاد العراقي: نتيجة الحروب والصراعات السياسية والاقتصادية.

5-انخفاض إنتاج النفط: نتيجة لتدهور البنى التحتية وتأثيرات الحروب.

6-زيادة الطلب على الدولار: نتيجة زيادة الاستيرادات وتدهور الثقة في العملة المحلية.

7-نقص السيولة النقدية: نتيجة لتدهور النظام المالي والبنكي (حسين، 2020، ص50).

ثامناً: العوامل المؤثرة في أزمة الدولار في السوق العراقية:

1-السياسة النقدية: قرارات البنك المركزي العراقي بشأن أسعار الفائدة والسيولة النقدية.

2-السياسة المالية: قرارات الحكومة العراقية بشأن الإنفاق العام والضرائب.

3-التجارة الخارجية: تأثير التجارة الخارجية على الطلب على الدولار.

4-الاستثمارات: تأثير الاستثمارات على الطلب على الدولار (عبد القادر، 2019، ص40).

تاسعاً: المعالجات الصحفية لأزمة الدولار:

1-التغطية الإعلامية: تغطية أزمة الدولار من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

2-التحليل الاقتصادي: تحليل الأسباب وأثر أزمة الدولار من خلال الخبراء الاقتصاديين.

3-التواصل مع المسؤولين: التواصل مع المسؤولين الحكوميين والبنكيين لتوضيح الأزمة والحوال الممكنة.

4-التغطية الصحفية: تؤثر التغطية الصحفية لأزمة الدولار على الرأي العام والاقتصاد العراقي، إذ تؤدي إلى زيادة الوعي حول الأزمة وتأثيرها.

5-المعالجة الصحفية: يمكن أن تساهم المعالجات الصحفية لأزمة الدولار في حل الأزمة، حيث يمكن أن تقدم التحليل (ال فهد، 2020، ص220).

عاشرأ: الاستراتيجيات الحديثة في تعامل وسائل الإعلام مع الأزمات:

1- استراتيجيات العنف في التعامل مع الأزمة: تستخدم هذه الاستراتيجية في حالة ما إذا كانت المواجهة مع الأزمة المجهولة، حيث لا تتوفر المعلومات الكافية، أو إذا ما كانت تتعلق بمبادئ وقيم انتشار الأزمة في عدة اتجاهات، وتستخدمها إذا كانت المواجهة مع الأزمات تؤكد المعلومات ضرورة استخدام العنف فيها.

2- ضرب العقول المفكرة: أو الوقود المشعل للأزمة، وشل حركتها في إعطاء التعليمات أو وقف تغذية الأزمة بالوقود اللازم لاستمرارها.

3- خلق صراع داخلي: عن طريق استقطاب القوى الصانعة للأزمة في معظم الحالات، وإعطاء امتيازات مادية هامة في سرية تامة.

4- إخفاء الحقيقة: وتقديم أخبار كاذبة ومزيفة حول الأزمة، بمعنى منع ظهورها من الجوانب والأطراف، مثل استخدام الدعاية المغرضة والتدمير الخارجي للأزمة، وذلك من خلال عدم التصريح بالعناصر المسببة للأزمة في الخارج وقطع المصادر التي تدلي بالمعلومات اللازمة.

5- تسليط عناصر خارجية: لتدمير المعوقات والأعمدة الرئيسية للأزمة (حدادي، أعراب، 2023، ص114).

#### الإطار العملي

#### النتائج — الاستنتاجات — التوصيات

#### أولاً: النتائج:

#### المحور الأول: المعلومات الشخصية:

1- الجنس: أظهرت نتائج البحث أن المرتبة الأكبر هي للذكور، وبلغ عددهم (14) أي بنسبة (0.8%)، مقارنة بعدد الإناث (3) التي تشكل نسبة بلغت (0.2%)، كما هو مبين في جدول رقم (2) أدناه.

جدول رقم (2) جنس المبحوثين

| ت | الفقرة  | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|---------|----------------|
| 1 | الذكور  | 24      | 0.8%           |
| 2 | الإناث  | 6       | 0.2%           |
|   | المجموع | 30      | 100%           |

2- العمر: الجدول أدناه أن أكبر فترة عمرية محصورة بين (25 — 30) جاءت في المرتبة الأولى، وبلغ عددهم (11) فرداً من أفراد العينة بنسبة (0.36%) أما المرتبة الثانية فقد حلت فيها الفترة العمرية (31 — 36) بعدد بلغ (9) مبحوثين ونسبتهم (0.3%)، فيما حلت ثالثاً الفترة الممتدة من (37 — 42) بعددهم (6) ونسبة (0.2%)، وأخيراً جاء الأفراد الذين بلغ عددهم (4) وفترتهم انحصرت ما بين (37 — 42) ونسبتهم (0.13%).

جدول رقم (3) يبين عمر المبحوثين

| ت | الفقرة  | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|---------|----------------|
| 1 | 30 — 25 | 11      | 0.36%          |
| 2 | 36 — 31 | 9       | 0.3%           |

|   |                 |    |       |
|---|-----------------|----|-------|
| 3 | 42 — 37         | 6  | 0,2%  |
|   | 43 — 48 فما فوق | 4  | 0,13% |
|   | المجموع         | 30 | 100%  |

**3 الشهادة الجامعية:** وقد أوضحت النتائج كذلك أن حملة شهادة الماجستير هم العدد الأكبر من بين المبحوثين (25) ونسبتهم (0.83%)، فيما كان العدد الأقل من المبحوثين (5) من حملة شهادة الدكتوراه وبنسبة بلغت (0.16%)، كما هو موضح تفصيله أدناه.

#### جدول رقم ( 4 ) التحصيل العلمي للمبحوثين

| ت | الفقرة  | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|---------|----------------|
| 1 | دكتوراه | 5       | 0,16%          |
| 2 | ماجستير | 25      | 0,83%          |
|   | المجموع | 30      | 100%           |

**المحور الثاني: بيانات التعرض والمشاهدة**

تضمن هذا المحور سبعة أسئلة كما هو مبين أدناه:

**1- ما مدى متابعة النخبة الأكاديمية للمعالجة الصحفية لأزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية؟**

يبين الجدول رقم (5) أن أفراد النخبة الأكاديمية البالغ عددهم (14) الذين يتابعون أحياناً المعالجة الصحفية لأزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية نسبتهم (0.46%)، وجاء في المرتبة الثانية الأفراد الذين اختاروا المتابعة بشكل دائم وعددهم (8) وبنسبة (0.26%)، بينما حل في المرتبة الأخيرة أفراد العينة الذين تكون متابعتهم نادرة وبلغ عددهم (7) ونسبتهم (0.23%).

**جدول رقم (5) متابعة النخبة الأكاديمية للمعالجة الصحفية لأزمة ارتفاع الدولار**

| ت | الفقرة  | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|---------|----------------|
| 1 | نادراً  | 7       | 0,23%          |
| 2 | أحياناً | 14      | 0,46%          |
| 3 | دائماً  | 8       | 0,26%          |
|   | المجموع | 30      | 100%           |

**2- برأيك، ما أكثر الفنون الصحفية استخداماً في معالجة الصحف العراقية لأزمة ارتفاع الدولار؟**

وبحسب النتائج، فإن أكثر الفنون الصحفية استخداماً في معالجة الصحف العراقية لأزمة ارتفاع الدولار كان من نصيب (التقارير)، حيث بلغ عدد الذين يفضلون هذا الخيار (9 أفراد) ونسبتهم (0.3%). وفي المرتبة الثانية جاء خيار التحقيقات الصحفية، وصوّت له (7 مبحوثين) بنسبة بلغت (0.23%). وحل ثالثاً فن الخبر الصحفي بعدد (6) أفراد، وكانت نسبتهم (0.2%). وجاء الأفراد الذين عددهم (5) والذين ذهبوا مع خيار المقالات بنسبة (0.16%). واختار (3 مبحوثين) خيار المقالات الصحفية، بنسبة بلغت (0.1%)، وجاءوا في المرتبة الرابعة والأخيرة من مجموع العينة.

#### جدول رقم ( 6 ) أنواع الفنون الصحفية المستخدمة في المعالجة الصحفية

| ت | الفقرة  | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|---------|----------------|
| 1 | اخبار   | 6       | 0,2%           |
| 2 | تحقيقات | 7       | 0,23%          |

|   |               |    |       |
|---|---------------|----|-------|
| 3 | مقالات        | 5  | 0.16% |
| 4 | مقابلات صحفية | 3  | 0.1%  |
| 5 | تقارير        | 9  | 0.3%  |
|   | المجموع       | 30 | 100%  |

### 3. ما درجة تقييم النخبة الأكاديمية لمعالجة أزمة الدولار في الصحافة العراقية؟

وعن درجة تقييم النخبة الأكاديمية لمعالجة أزمة الدولار في الصحافة العراقية، فقد ذهب (13 فرداً) مع خيار "جيدة" ونسبتهم بلغت (0.43%). وفي المرتبة الثانية، فضل (7 مبحوثين) أن الدرجة "متوسطة" ونسبتهم (0.3%). وحل خيار "ضعيفة" في المرتبة الأخيرة بعدد (7 أفراد) ونسبة (0.23%).

جدول رقم (7) درجة تقييم النخبة الأكاديمية لمعالجة أزمة الدولار

| ت | الفقرة  | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|---------|----------------|
| 1 | جيدة    | 13      | 0.43%          |
| 2 | متوسطة  | 10      | 0.3%           |
| 3 | ضعيفة   | 7       | 0.23%          |
|   | المجموع | 30      | 100%           |

### 4. من وجهة نظرك ما هي العوامل المؤثرة في المعالجة الصحفية لأزمة ارتفاع الدولار؟

كما أشارت النتائج إلى أن تبعية المؤسسة الإعلامية تُعتبر من أبرز العوامل المؤثرة في معالجة الصحافة لأزمة ارتفاع الدولار، حيث اختارها (11 فرداً من العينة) بنسبة بلغت (0.36%). وفي المرتبة الثانية، جاء عامل التهويل والمبالغة بنسبة (0.26%) وعدد المصوتين هو (8). أما عامل التقليل من الأضرار والخسائر فقد حل في المرتبة الثالثة، إذ اختاره (7 مصوتين) ونسبتهم كانت (0.23%). وفي المرتبة الرابعة والأخيرة، صوّت (4 أفراد) إلى عامل التجاهل وعدم نقل الحقائق بنسبة بلغت (0.13%). كما هو مبين في الجدول أدناه.

جدول رقم (8) العوامل المؤثرة في المعالجة الصحفية لأزمة ارتفاع الدولار

| ت | الفقرة                      | التكرار | النسبة المئوية |
|---|-----------------------------|---------|----------------|
| 1 | التهويل والمبالغة           | 8       | 0.26%          |
| 2 | تبعية المؤسسة الإعلامية     | 11      | 0.36%          |
| 3 | التقليل من الأضرار والخسائر | 7       | 0.23%          |
| 4 | التجاهل وعدم نقل الحقائق    | 4       | 0.13%          |
|   | المجموع                     | 30      | 100%           |

### 5. برأيك ما الطرق التي تتبعها الصحف العراقية في معالجة أزمة ارتفاع الدولار؟

وحول الطرق التي تتبعها الصحف العراقية في معالجة أزمة ارتفاع الدولار، فقد ركزت النتائج على أن جميع الخيارات المبينة في الجدول أدناه جاءت في المرتبة الأولى، واختارها (10 مبحوثين) وكانت نسبتهن (0.3%). وحل ثانياً التأكيد على نشر الحقائق من مصادر مختلفة بعدد

(9 أفراد) ونسبتهم أيضًا (0.3%). وجاء خيار طرح الحلول المناسبة في المرتبة الثالثة بعدد (6 مصوتين) ونسبتهم (0.2%). وحل أخيرًا خيار المناقشات المستفيضة للأزمة بعد أن صوت له (5 مبحوثين) بنسبة بلغت (0.16%).

جدول رقم (9) طرق معالجة الصحف لأزمة الدولار

| ت | الفقرة                                  | التكرار | النسبة المئوية |
|---|-----------------------------------------|---------|----------------|
| 1 | التأكيد على نشر الحقائق من مصادر مختلفة | 9       | 0.3%           |
| 2 | المناقشات المستفيضة للأزمة              | 5       | 0.16%          |
| 3 | طرح الحلول المناسبة                     | 6       | 0.2%           |
| 4 | جميع الخيارات                           | 10      | 0.3%           |
|   | المجموع                                 | 30      | 100%           |

#### 6- من وجهة نظرك، ما هي شروط المعالجة الصحفية الناجحة لأزمة ارتفاع الدولار؟

وعن شروط المعالجة الصحفية الناجحة لأزمة ارتفاع الدولار، فقد جاء أولاً اختيار (15 مبحوثاً) لشروط التأطير وفقاً للسياسة الإعلامية للمؤسسة ونسبة بلغت (0.5%). فيما حل ثانياً شرط الإبداع والحرفية للفريق الإعلامي بعد أن اختاره (7 مبحوثين) بنسبة (0.23%). وفي المرتبة الثالثة، صوت (6 أفراد) إلى شرط نقل الحقيقة الكاملة للأحداث بدقة، وكانت نسبتهم (0.2%). وفي المرتبة الأخيرة، اختار (4 مبحوثين) شرط الحيادية والموضوعية بنسبة بلغت (0.1%)، كما هو موضح في جدول رقم (10).

جدول رقم (10) شروط المعالجة الصحفية الناجحة لأزمة ارتفاع الدولار

| ت | الفقرة                                  | التكرار | النسبة المئوية |
|---|-----------------------------------------|---------|----------------|
| 1 | نقل الحقيقة الكاملة للأحداث بدقة        | 6       | 0.2%           |
| 2 | التأطير وفقاً للسياسة الإعلامية للمؤسسة | 15      | 0.5%           |
| 3 | الأبداع والحرفية للفريق الاعلامي        | 7       | 0.23%          |
| 4 | الحيادية والموضوعية                     | 3       | 0.1%           |
|   | المجموع                                 | 30      | 100%           |

7- من وجهة نظرك ما أبرز عناصر الجذب التي تتبعها الصحف العراقية في تناولها لأزمة ارتفاع الدولار؟ وقد أظهرت النتائج أن تقديم أرقام وإحصائيات يعد من أبرز عناصر الجذب التي تتبعها الصحف العراقية في تناولها لأزمة ارتفاع الدولار، حيث صوت له (9 مبحوثين) بنسبة بلغت (0.3%). وفي المرتبة الثانية، اختار (7 مبحوثين) عنصر الصورة الصحفية ونسبتهم (0.23%). فيما جاء في المرتبة الثالثة عنصر المانشيتات، حيث صوت له (5 أفراد) ونسبتهم كانت (0.16%). أما رابعاً، فقد صوت (4 مبحوثين) بنسبة (0.13%) إلى عنصر الفيديو.

وخامسًا، حل عنصر الاعتماد على مقالات الرأي بنسبة بلغت (0.1%) بعد أن اختاره (3 مبحوثين). وحل أخيرًا عنصر الإنفوغرافيك بنسبة (0.06%) بعد أن اختاره (مبحوثان)، كما هو مبين في تفاصيل جدول رقم (11).  
 جدول رقم (11) أبرز عناصر الجذب التي تتبعها الصحف العراقية في تناولها لأزمة ارتفاع الدولار

| ت | الفقرة                    | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------------------------|---------|----------------|
| 1 | الانفو كرافيك             | 2       | 0.06%          |
| 2 | الفيديو                   | 4       | 0.13%          |
| 3 | الصورة الصحفية            | 7       | 0.23%          |
| 4 | المانشيتات                | 5       | 0.16%          |
| 5 | تقديم أرقام واحصائيات     | 9       | 0.3%           |
| 6 | الاعتماد على مقالات الرأي | 3       | 0.1%           |
|   | المجموع                   | 30      | 100%           |

**المحور الثالث: برأيك، ما هي الحلول التي يجب أن تتبعها الصحف العراقية في معالجة أزمة ارتفاع الدولار في السوق العراقية ؟**

**1-فقرة الاستعانة بالأسلوب العلمي عند رصد وتحليل أزمة ارتفاع الدولار:** وقد كانت النتائج أن العدد والنسبة الأكبر قد اختاروا خيار الموافقة، البالغ 18 فردًا من أفراد العينة ونسبتهم 0.6%، فيما وقف على الحياد ثمانية مبحوثين ونسبتهم 0.26%، ورفض 6 مبحوثين ونسبة 0.2% الذهاب مع الفقرة.

**2-فقرة التدريب المستمر لتطوير قدرات المحررين لتمكينهم من الإبداع والمعالجة:** وكانت النسبة الأكبر من المبحوثين، البالغ عددهم 20 مبحوثًا ونسبتهم 0.66%، قد صوتوا مع خيار الموافقة، واختار 7 مبحوثين ونسبة 0.23% الوقوف موقف الحياد، واختار 3 مبحوثين ونسبة 0.1% خيار عدم الموافقة على الفقرة أعلاه.

**3-فقرة الاعتماد على عدة مصادر متخصصة بالشأن الاقتصادي:** وجاءت النتائج حول هذه الفقرة بأن المبحوثين قد وافقوا عليها بعدد 17 مبحوثًا ونسبة 0.56%، فيما اختار موقف الحياد 9 مبحوثين ونسبة 0.3%، وكان 4 مبحوثين لا تتوافق آراؤهم مع هذه الفقرة في المعالجة الصحفية بنسبة بلغت 0.13%.

**4-فقرة الإفادة من إمكانيات التكنولوجيا الحديثة:** وصوت 22 مبحوثًا ونسبة 0.73% مع خيار الموافقة على هذه الفقرة، واختار موقف الحياد 5 مبحوثين بنسبة بلغت 0.16%، ولم يتوافق عليها 3 مبحوثين بنسبة بلغت 0.1%.

5- القيام بتحقيقات صحفية تهتم بالقضايا التنموية تسلط الضوء على الأزمة وتأثيراتها على السوق المحلية: جاء أولاً حول هذه الفقرة خيار الموافقة كذلك بعدد مصوتين بلغ 13 مبحوثاً ونسبتهم 0.43%، فيما اختار الحيادية 11 فرداً بنسبة بلغت 0.3%، ورفض التوافق مع الفقرة أعلاه 7 مبحوثين بنسبة 0.23%.

6- فقرة إجراء أحاديث صحفية مع ذوي الشأن من الخبراء الاقتصاديين: وقد وافق عليها 19 مبحوثاً ونسبتهم كانت 0.63%، واختار 8 مبحوثين ونسبتهم 0.26% موقف الحياد، فيما رفض 3 مبحوثين بنسبة 0.1%.

| ت | الحلول التي تتبعها الصحف العراقية في معالجة أزمة ارتفاع الدولار                                 | موافق          |         | محايد          |         | غير موافق      |         |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
|   |                                                                                                 | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار | النسبة المئوية | التكرار |
| 1 | الاستعانة بالأسلوب العلمي عند رصد وتحليل أزمة ارتفاع الدولار                                    | 18             | 0.6%    | 8              | 0.26%   | 6              | 0.2%    |
| 2 | التدريب المستمر لتطوير قدرات المحررين لتمكينهم من الأبداع والمعالجة                             | 20             | 0.66%   | 7              | 0.23%   | 3              | 0.1%    |
| 3 | الاعتماد على عدة مصادر متخصصة بالشأن الاقتصادي                                                  | 17             | 0.56%   | 9              | 0.3%    | 4              | 0.13%   |
| 4 | الإفادة من امكانيات التكنولوجيا الحديثة                                                         | 22             | 0.73%   | 5              | 0.16%   | 3              | 0.1%    |
| 5 | القيام بتحقيقات صحفية تهتم بالقضايا التنموية تسلط الضوء على الأزمة وتأثيراتها على السوق المحلية | 13             | 0.43%   | 10             | 0.3%    | 7              | 0.23%   |
| 6 | إجراء أحاديث صحفية مع ذوي الشأن من الخبراء الاقتصاديين                                          | 19             | 0.63%   | 8              | 0.26%   | 3              | 0.1%    |
| 7 | نشر اخبار توضح للجمهور تسعيرة الدولار مقابل الدينار يومياً                                      | 15             | 0.5%    | 9              | 0.3%    | 6              | 0.2%    |
| 8 | التغطية الصحفية المستمرة لمعرفة انعكاسات الأزمة العالمية على ارتفاع الدولار                     | 23             | 0.76%   | 4              | 0.13%   | 3              | 0.1%    |

جدول رقم (12) الحلول التي تتبعها الصحف العراقية في معالجة أزمة ارتفاع الدولار

التوافق مع الفقرة.

7- نشر أخبار توضح للجمهور تسعيرة الدولار مقابل الدينار يومياً: وقد أظهرت النتائج فيما يخص هذه الفقرة أن 15 مبحوثاً قد توافقوا معها بنسبة بلغت 0.5%، فيما وقف 9 مبحوثين

موقف الحياد بنسبة 0.3%، أما موقف عدم الموافقة فقد اختارته النسبة الأقل 0.2% وبعدها 6  
مبحوثين.

**8-فقرة التغطية الصحفية المستمرة لمعرفة انعكاسات الأزمة العالمية على ارتفاع الدولار:**  
النسبة الأكبر فيما يخص هذه الفقرة ذهبوا مع خيار الموافقة معها بعدد 23 مبحوثاً ونسبة بلغت  
0.76%، والنسبة المتوسطة التي بلغت 0.13% من المبحوثين، البالغ عددهم 4 مبحوثين،  
فضلت الحياد، والنسبة الأقل التي بلغت 0.1% وبعدها 3 مبحوثين رفضت فكرة التوافق مع  
الفقرة.

جدول رقم (12) الحلول التي تتبعها الصحف العراقية في معالجة أزمة ارتفاع الدولار

#### ثانياً: الاستنتاجات:

1-إن للصحف دوراً واضحاً وكبيراً في معالجة الأزمات، لا سيما الأزمة المالية المتعلقة بعدم  
استقرار سعر صرف الدولار، باعتبارها مادة دسمة وأساسية تسارع تلك الوسائل إلى تناولها  
وتغطيتها وتزويد الجمهور بأحدث الأحداث أولاً بأول.

2-تساهم وسائل الإعلام في إعطاء تلميحات للجمهور حول مراحل تطور الأزمة بعيداً عن إثارة  
القلق والرعب في نفوس أفراد المجتمع.

3-كما استنتجت الدراسة أهمية الاستعانة بالخبرات العلمية للمتخصصين في الشأن الاقتصادي  
لشرح أبعاد الأزمة وخطورتها.

4-أهمية الإفادة من تكنولوجيا الإعلام في تدريب العاملين في المؤسسات الإعلامية على تطوير  
إمكانياتهم التحريرية بما يتلاءم مع التطور الذي يشهده العالم.

5-المتابعة الحثيثة لمجريات ارتفاع الدولار في السوق لمعرفة كيفية وأساليب التعامل معها من  
قبل وسائل الإعلام.

#### ثالثاً: التوصيات:

1-يجب على الصحف العمل على معالجة أزمة ارتفاع الدولار من دون تهويل أو مبالغة.  
2-الاهتمام بتوظيف الملاكات الصحفية الذين يملكون المهارات والقدرات الإبداعية على معالجة  
الأخبار والأزمات.

3-ضرورة التدريب بشكل مستمر للمحررين لزيادة مهاراتهم الإبداعية وتحسين قدراتهم على  
التعامل مع مختلف الأزمات، لا سيما الأزمة الاقتصادية.

4-مراعاة أهمية تركيز الصحف على تحقيق المعالجة السليمة للأزمة بما ينسجم مع الاستراتيجية التي وضعتها المؤسسة الإعلامية، واعتماد مبدأ الشفافية في نشر كل ما يتعلق من تفاصيل حول الأزمة.

5-إجراء الحوارات والتحقيقات الصحفية الشاملة مع الخبراء الاقتصاديين عن أزمة ارتفاع الدولار بصورة مستمرة للوقوف على أسباب الأزمة وتقديم الحلول المناسبة لها.

### المصادر والمراجع:

- 1-أحمد عطية (2010): المنهجية البحثية في العلوم الاجتماعية، مصر، القاهرة، دار الفكر العربي، ص30.
- 2-عبدالله بن عبد الرحمن السلطان (2010): منهج البحث العلمي، أسس ومفاهيم وتطبيقات، مصر، دار الفكر العربي، ط1، ص123.
- 3-سعد سلمان المشهداني (2017): مناهج البحث الإعلامي، جامعة تكريت، كلية الآداب، دار الكتاب الجامعي للنشر، الإمارات العربية المتحدة، ط1، ص94.
- 4-محمد عمر زبير (2015): أدوات البحث العلمي، المملكة العربية السعودية، دار الفكر العربي، ط2، ص234.
- 5-محمد سمير علي (2022): أطر المعالجة الصحفية لمؤتمر بغداد للحوار والشراسة – دراسة تحليلية في موقع روسيا اليوم، مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية، المجلد 14، العدد 1، ص856.

DOI:

[<https://doi.org/10.31185/lark.Vol2.Iss45.2308>](<https://doi.org/10.31185/lark.Vol2.Iss45.2308>)

6-علي حسين (2022): الاقتصاد العراقي في ظل التحديات، أزمة الدولار في العراق الأسباب والحلول، دار الكتب العلمية، لبنان، ص30.

7-أحمد حسن الفخري (2020): الاقتصاد العراقي، العراق، دار الفكر العربي، ص23.

8-مثنى فيحان الدليمي (2019): دور المعالجات الإعلامية للأزمات المحلية في الفضائيات العراقية ببناء أجندة الجمهور، دراسة مسحية على جمهور مركز مدينة بغداد، مجلة جامعة ميسان للدراسات الأكاديمية، العدد 35، ص78.

9-أطر معالجة مواقع الصحف العراقية للقضايا الاقتصادية – دراسة تحليلية لموقع جريدة الصباح، مجلة واسط للعلوم الإنسانية، الجزء الأول، ص573.

10-تقييم الجمهور لأنماط المعالجة الصحفية للقضايا البيئية في الصفحات المتخصصة بالصحف المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 29، المجلد الأول، ص17.

11-عهود محمد أحمد عسيري (2022): المعالجة الصحفية للأزمات، المفهوم والمبادئ، آلية التطبيق، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 81، الجزء الأول، ص612.

12-استبرق فؤاد وهيب (2009): المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق – دراسة تحليلية، ص10.

13-جيهان المعيني (2020): أطر معالجة مواقع الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية لتداعيات جائحة فيروس كورونا – دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد الرابع والخمسون، ص338.

14-عادل محمد (2007): الصحافة وإدارة الأزمات، القاهرة، دار الفجر الجديد للنشر، ص47.

15-مصطفى هويدا (2000): دور الإعلام في الأزمات الدولية، القاهرة، مركز المحروسة للبحوث والتدريب، ص31.

16-مهذ محمود وهيب القيسي (2020): المعالجة الإعلامية لأزمة شحة المياه في الصحف العراقية، رسالة ماجستير، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، قسم الصحافة.

17-الباز الطيب (2010): المعالجة الصحفية لظاهرة التنصير في الصحافة الجزائرية، الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ص123.

18-هالة إسماعيل (2009): الصحافة التلفزيونية العربية – الجزيرة والنيل، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ص26.

19-رهام عاطف عبد العظيم (2019): أنماط التحيز في المعالجة الخبرية، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، ص18.

20-أحمد بن محمد الجميعة (2006): المعالجة الصحفية لأحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 في الصحف السعودية، ص36.

21-علي بن عبدالله الكلباني (2015): الحرب النفسية، القاهرة، عالم الكتب، ص129.

- 22-عبد الرحمن بن محمد الحسين (2022): الأزمات والتحديات، السعودية، دار العلوم للنشر، ط1، ص50.
- 23- سلمان بن عبدالله آل سلمان (2022): إدارة الأزمات، السعودية، دار الفكر العربي للنشر، ط1، ص300.
- 24- كشكول محسن (2020): المعالجة الصحفية وإشكالية الدراسة والتحليل، الموقع الإلكتروني لبيت الحكمة، <https://www.baytalhikma.iq/>]
- 25-أديب خضوري (1999): الإعلام ومعالجة الأزمات، الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، ص29.
- 26-عادل بن عبدالقادر المكينزي (2017): معالجة الصحف السعودية لأحداث العدوان على غزة، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 19، ص72.
- 27-حسين عبد الرزاق (2001): إدارة الأزمات والكوارث، دار الأمين، القاهرة، ط1، ص22.
- 28-أحمد أحمد إبراهيم (2003): إدارة الأزمة والمنظور عالمي، مصر، الإسكندرية، دار الوفاء للطباعة والنشر، ص27.
- 29-محمد منير حجاب (2004): المعجم الإعلامي، القاهرة، دار الفجر، ص45.
- 30-السيد عليوة (2002): إدارة الأزمات والكوارث، مخاطر العولمة والإرهاب الدولي، دار الأمين، القاهرة، الطبعة الأولى، ص14.
- 31-فهد بن عبدالله الفهد (2020): المعالجة الصحفية للأزمات، دار العلوم للنشر والتوزيع، ط1، ص300.
- 32-خالد بن عبدالله آل سعود (2020): إدارة الأزمات، السعودية، دار الفكر العربي، ط1، ص210.
- 33-سعد بن عبدالله السعد (2022): التحديات الإدارية، السعودية، دار الفكر العربي، ط1، ص350.
- 34-عبد الرحمن بن محمد الحسين (2015): الأزمات الإدارية، السعودية، دار العلوم، ط1، ص243.
- 35-علي بن محمد القرني (2012): الأزمات الاقتصادية، السعودية، دار العلوم للنشر والتوزيع، ط1، ص145.
- 36-صادق عادل محمد (2007): الصحافة وإدارة الأزمات – مدخل نظري تطبيقي، دار الفجر للنشر والتوزيع، لبنان، ط1، ص89.
- 37-جمال حواش (1999): سيناريو الأزمات والكوارث بين النظرية والتطبيق، القاهرة، المؤسسة العربية للنشر والإعلام، ص34.
- 38-محمد عبدالله الشيخ (2018): الأزمات الاقتصادية، السعودية، دار العلوم للنشر، ط1، ص123.
- 39-ممدوح رفاعي، ماجدة جبريل (2001): إدارة الأزمات، مصر، جامعة عين شمس، كلية التجارة، ص28.
- 40-عبد الرزاق محمد الدليمي (2010): الدعاية والإرهاب، عمان، دار جريز للنشر والتوزيع، ص33.
- 41-علي بن محمد القرني (2023): المعالجة الصحفية للأزمات الدلارية في العصر الرقمي، السعودية، دار الفكر العربي، ط1، ص180.
- 42-ماهر محسن سلمان (2008): التنبؤ باحتمالات تغير سعر صرف الدينار العراقي مقابل الدولار الأمريكي باستعمال سلاسل ماركوف، ص5.
- 43-جون سيجال (2018): الاقتصاد الدولي، دار المعرفة للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، ص120.
- 44-جريجوري مانكيو (2019): الاقتصاد الكلي، نشر دار العلوم للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص150.
- 45-ريتشارد بريتشير (2020): الاقتصاد المالي، دار نشر الفكر العربي، الطبعة الأولى، ص180.
- 46-علي حسين (2020): أزمة الدولار في العراق، دار الكتب العلمية، ص50.
- 47-محمد عبد القادر (2019): الاقتصاد العراقي في ظل الأزمة، دار الفكر، ص40.
- 48-فهد بن عبدالله الفهد، آل فهد (2020): المعالجة الصحفية للأزمات، دار العلوم للنشر والتوزيع، ط1، ص220.
- 49-وليد حدادي، فطيمة أعراب (2023): استراتيجيات ومحددات المعالجة الإعلامية للأزمات في ظل الإعلام الجديد، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، جامعة جيجل، الجزائر، المجلد 5، العدد 4، ص114.