أزمة انهيار أسعار النفط في الصحافة المكتوبة الجزائرية
دراسة تحليلية لجريدتي الخبر والشروق الجزائريتين

عائشة لصلج

أستاذة مساعدة قسم أ قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف

إشكالية الدراسة وأهميتها:

يكتسي الإعلام في المجتمعات الحديثة أهمية بالغة، فهو يعد من القوى المؤثرة في السلوك البشري، ويؤدي دورا محوريا في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية لكافة المجتمعات، إذ يتعدى دوره من نقل الخبر إلى التأثير في المشهد، بل وصنع الحدث في الكثير من الأحيان.

وتعد الصحف، باعتبارها وسيلة إعلام جماهيرية، أحد المصادر الأساسية للقوة داخل المجتمعات المختلفة، لذا يرفض الباحثون النظر إلى الصحافة ووسائل الإعلام باعتبارها بناءات ثانوية خاضعة تماما في توجهاتها لتأثيرات سياسية واقتصادية من خارجها، ويرون أنها تمتلك مقومات ذاتية للقوة تتمثل في خلق معاني ثابتة للأحداث، وذلك من خلال نظام المعلومات التي تقدمها هذه الوسائل الإعلامية لجمهورها وقدرتها على إضفاء سمات معينة على الأحداث والمواقف والشخصيات.

وهذا ما يحيل إلى علاقة الإعلام بالواقع والتي لخصها عالم الاجتماع لويس كيري Quéré Louis فيما يلي: إن الواقع الذي تطلعنا عليه وسائل الإعلام يحمل طابعا متناقضا، لأنه انعكاس للواقع وبديل لمرجعيته في ذات الوقت أو يقوم مقامها، فوسائل الإعلام تبدو أنها تعيد إنتاج الواقع بينما تقوم بتشكيله قطعة قطعة، ليملك مظاهر صور طبق الأصل للواقع ويشكل تمثلا له في آن واحد[1]

وتزداد درجة اعتماد الجمهور على الصحافة على وجه الخصوص، ووسائل الإعلام عموما، في ظل عدم الاستقرار الاجتماعي، أو الصراع، أو الأزمات الطارئة، لخلق معاني وتفسيرات لتلك الأحداث. من هذا المنطلق تتضح أهمية الصحافة في تقديم المعلومات وتفسيرها والتعليق عليها لتهيئة المناخ العام للتكاتف مع الأزمة وأسلوب إدارتها، كما يمكن للصحافة أن تكون طرفا فاعلا في المستويات المختلفة للأزمة.

فإذا كانت مهمة وسائل الإعلام هي بناء المعنى وتأطير رؤيتنا للعالم، فإن عمليات التأطير وبناء المعنى تنشط عند تغطية الأزمات والحروب، ويزداد تأثيرها في المتلقي. ففي فترة الأزمة يزداد الطلب على المعلومة الإعلامية بغية استكشاف مجريات الأزمة وواقعها، وترقب النتائج أو حالة الاستقرار، ويكون المتلقي أكثر استعدادا للتأثر وقابلية الاختراق. ويكتسب الخطاب الإعلامي أهميته خلال الأزمة من منطلق كونه لا يكتفي بتصوير الواقع ونقله، بل يسعى، أكثر من أي زمن أخر، إلى تهيئة الأرضية المعرفية والسياقية المناسبة للمتلقي لحمله على تبني مقاربة توافقية ما حول الأزمة.[2]

وتؤكد الدراسات العلمية التي تعرضت للتأثير المتبادل بين الأزمة والإعلام على النتائج التالية: [3]

أهمية الدور الوسيطي الذي تقوم به وسائل الإعلام وخاصة ما يتعلق بإنجاز المهام التالية: تقديم المعلومات، شرح أهمية ومغزى الأحداث، بناء الوفاق الاجتماعي، وتخفيف التوتر والقلق.

تجذب الأزمة اهتمام وسائل الإعلام، ولكنها أيضا وبالمقابل تجذب اهتمام الرأي العام بوسائل الإعلام، والذي يصبح أكثر تعرضا واستخداما لها. وهذا ما يفسر حقيقة أن ظروف الأزمة تتميز دائما بالاستخدام المكثف لوسائل الإعلام.

وإن تعددت وتنوعت أخبار نهاية سنة 2014 فإن أبرزها على الإطلاق كان أزمة انهيار أسعار النفط وتداعياتها على البلدان التي تسير على اقتصاد الميزانية، ويلعب تصدير النفط دورا بارزا في اقتصادياتها.

وتعتبر الجزائر من أهم الدول التي تعتمد في اقتصادياتها على تصدير النفط من هنا كانت من أكثر الدول التي شهدت نقاشات وسجالات في الفضاء العام حول هذه الأزمة وتداعياتها على الحياة الاقتصادية والاجتماعية وحتى السياسية. وكانت من أهم وسائل وأطراف هذه النقاشات وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت ساحة لمعالجة الموضوع وطرحه على الرأي العام.

على ضوء ما سبق طرحه، تحاول هذه الدراسة التعرف على المعالجة الصحفية للأزمة وقضاياها في صحيفتين من أهم وأعرق الصحف الجزائرية وهما جريدتا الخبر والشروق اليوميتين، وإعطاء صورة واضحة عن طبيعة تلك المعالجة واتجاهاتها. من خلال طرح التساؤل التالي

ما طبيعة المعالجة الصحفية لأزمة انهيار أسعار النفط في صحيفتي الخبر والشروق الجزائريتين؟

تساؤلات الدراسة:

ما مدى اهتمام الجريدتين محل الدراسة بأزمة انهيار أسعار النفط من حيث الموقع؟

ما هي الأنواع الصحفية التي وظفتها الجريدتان لمعالجة الأزمة؟

ما هي الموضوعات التي ركزت عليها الجريدتان محل الدراسة خلال تناولها للأزمة؟

ما هي المصادر التي اعتمدتها الجريدتان محل الدراسة في معالجتها للأزمة؟

ما هو اتجاه المعالجة في الأنواع الصحفية في الجريدتين محل الدراسة؟

ما هي أوجه التشابه والاختلاف في معالجة الصحيفتين محل الدراسة للأزمة؟

أهمية الدراسة: تتمثل أهمية الدراسة في المرتكزات التالية:

تأتي هذه الدراسة لتعطي صورة واضحة لطبيعة اهتمام الصحف الجزائرية ممثلة في جريدتي الشروق والخبر بأزمة انهيار أسعار النفط وحجم التغطية وطرق معالجتها.

يتنامى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات التي تهدد أمن المجتمع، فلقد أوضحت دراسات أنه كلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع، زاد اعتماد أفراده على الوسائل الإعلامية، وحالة عدم الاستقرار هذه تمثل حالة استثنائية في المجتمع، لذلك فإن المعالجة الإعلامية لمثل هذه الأزمات يمثل أيضا حالة استثنائية في العمل الاجتماعي، إذ تستنفر الوسيلة الإعلامية كل طاقاتها وتحشد جهودها لمتابعة الحدث وتقديم تقارير حية عن وقائعه ومستجداته.[4]

أهداف الدراسة:

التعرف على طبيعة المعالجة الإعلامية لأزمة انهيار أسعار النفط في الصحف اليومية الجزائرية، من حيث الموضوعات والمصادر.

التعرف على اتجاه المعالجة الصحفية للأزمة في الجريدتين.

التعرف على نقاط التشابه والاختلاف بين الجريدتين محل الدراسة في معالجة الأزمة.

الدراسات السابقة:

فتيحة أوهايبية: المواضيع الاقتصادية في الصحافة المكتوبة الجزائرية: المميزات الرئيسية للمضامين:مثال تطبيقي عن معالجة الصحف اليومية المكتوبة الجزائرية لمواضيع وقضايا العلاقات الاقتصادية الدولية[5]

حاولت الدراسة وصف وتحليل المضامين المتمحورة حول العلاقات الاقتصادية الدولية في الصحف اليومية الجزائرية خلال سنة 2000، من خلال دراسة ميدانية استهدفت عينة ممثلة للصحف الوطنية الناطقة بالعربية وأخرى ممثلة للصحف الوطنية الناطقة بالفرنسية.

وتمثلت مفردات عينتها في الصحف التالية: صحيفة الخبر، صحيفة النصر، صحيفة Al moudjahid، صحيفة Liberté.

وتمثلت أهم النتائج التي توصلت إليها :

اهتمام الصحف بالمصادر كان مقتصرا في أغلب الأحيان على الصحفيين، أو على جعل الموضوع دون توقيع، ومجهول المصدر في أحايين كثيرة، في حين لم يول الاهتمام بباقي المصادر خصوصا وكالات الأنباء.

الاتجاه العام الذي ساد مواضيع وأخبار العلاقات الدولية الدولية هو الاتجاه الإيجابي، حيث حرصت أغلب الصحف على إبراز الأفكار المؤيدة للمسار المنتهج في العلاقات السائدة بين الدول.

اهتمام كبير أولته الصحف لوظيفة الإعلام ووظيفة إرفاق التفاصيل الخاصة بالأحداث الهامة، وهي مؤشرات تعكس حرص هذه الصحف على إيصال الأخبار كاملة ومستوفية الجوانب.

محمد شحدة علي الحروب: معالجة الصحافة السعودية اليومية للشأن الاقتصادي دراسة تحليل مضمون. [6]

هدفت الدراسة إلى التعرف على التغطيات الصحفية والأحداث الاقتصادية وقضاياها في الصحف اليومية الصادرة في المملكة العربية السعودية، وإعطاء صورة واضحة عن طبيعة تلك التغطيات وحجمها وطرق معالجتها للشأن الاقتصادي. بالإضافة إلى معرفة قدرتها على القيام بدورها الأساسي المتمثل في توفير المعلومات وتقديم الحلول لمساعدة القارئ على استيعاب المستجدات والأحداث في المجالات الاقتصادية، والتعرف إلى سمات المضمون الاقتصادي وخصائصه.

واستندت الدراسة في وصفها للظاهرة موضوع البحث وتفسيرها إلى ثلاث نظريات هي: نظرية ترتيب الأولويات، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية المسؤولية الاجتماعية.واتبعت الدراسة من أجل تحقيق أهدافها والإجابة عن أسئلتها المنهج الوصفي، مستخدمة أسلوب تحليل المضمون، بشقيه الكمي والكيفي، حيث جرى التحليل على عينات من الصحف السعودية اليومية ممثلة في: صحيفة عكاظ، صحيفة الرياض، وصحيفة اليوم.

وتوصلت الدراسة إلى أن الصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية اليومية أولت الجانب الإخباري الأهمية الكبرى، ولم تهتم بنفس الدرجة بالتفسير والتحليل، كما بينت النتائج أن الصحف قد تنشر مواد دون الإشارة إلى مصدر المادة التحريرية، ويعد هذا سببا من أسباب أزمة المضمون. كما أظهرت النتائج أن مؤسسات القطاع

الخاص ترتب مضمون الصفحات الاقتصادية في الصحافة اليومية السعودية وفق ما تتمتع به من تأثير قوي على محتوى المضمون.

كما بينت الدراسة أن العلاقة بين النظام الاقتصادي والمؤسسات الصحفية تتسم بالتعاون إلا أنها تفتقد التوازن، ومن الاستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة ضعف الصحافة الاقتصادية في الصحف اليومية مما يحول بينها وبين القيام بدورها ومسؤوليتها اتجاه المجتمع.

مفاهيم الدراسة:

تُعتبر عملية تحديد المفاهيم عملية مهمة وأساسية في ضبط التصور والمسار البحثيين، حيث يكون الدارس على بيّنة من أمره وهو يحاول الإجابة عن إشكالية بحثه، فالمفاهيم هي الخلفية التي يرتكز عليها البحث العلمي، وتحديدها يساعد الباحث على توضيح معانيها وإزالة الغموض حولها، وذلك طبعا لا يتم بطريقة عفوية أو اعتباطية بل وفق منطلق علمي ووحدة منهجية ملائمة[7]

ويقول الباحث دينر ابروين Wolf Dieter Eberwein أن صياغة المفاهيم هي القاعدة الأساسية للبناء النظري للبحث وتدقيق العبارات ضروري لتعيين الظواهر التي نسعى إلى وصفها وشرحها.

وعمليا تتضمن مداخلتي مجموعة من المفاهيم التي تترابط وتتفاعل فيا بينها لتشكل الإطار العام للدراسة، وهي: المعالجة الإعلامية، الأزمة، إعلام الأزمات.

المعالجة: تتعدد المفاهيم التي تشترك مع مفهوم المعالجة في تناول الحدث الإعلامي، فهناك من يطبق عليها اسم المعالجة الإعلامية، أو التغطية الصحفية أو التناول الإعلامي. وقد جاء تعريف التغطية الصحفية(La couverture médiatique) في قاموس (Le dicom) على أنها عمل يقوم به الصحفي لضمان تغطية فعل من الواقع عن طريق جمع ونشر المعلومات[8]

كما ورد مفهوم التغطية الصحفية في **المعجم الإعلامي** على أنها : "عملية الحصول على البيانات والتفاصيل الخاصة بحدث معين، والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسباب وقوع هذا الحدث ومتى وأين وكيف يقع؟ وأسماء المشتركين فيه ...وغير ذلك من المعلومات والحقائق التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر[9]

وجاء في معنى المعالجة الإعلامية أنها الطريقة التي تتناول بها الصحف قضية أو حدثا أو موضوعا، وفقا لسياسة تحريرية معينة، تتحدد بناء على سياسة الصحيفة وملكيتها، وتشمل:

المضمون وأساليب التأثير. أنماط التحرير المستخدمة.

الإخراج الصحفي.

كما أن المعالجة تركز في الأساس على سؤال مفاده: كيف تعاملت الصحيفة مع تلك القضية أو ذلك الحدث؟[10]

وترصد الدراسات العلمية التي تناولت الإدارة الإعلامية للأزمات أن ثمة نوعان من المعالجات الإعلامية، وهي: [11]

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

المعالجة المتكاملة: وهي التي تتعرض إلى الجوانب المختلفة للأزمة، مواقف الأطراف المعنية، الأسباب، السياق، التطورات والأفاق، وتتسم هذه المعالجة بالعمق والشمولية والمتابعة الدقيقة.

والمعالجة الصحفية في دراستي هي طريقة تناول الصحافة اليومية الجزائرية لأزمة انهيار أسعار النفط من حيث الشكل والمحتوى:

الخصائص الشكلية للمحتوى ويقصد بها الأشكال الصحفية، مكان النشر في الصحيفة والمصادر المعتمدة.

الخصائص الموضوعية ويقصد بها: المواضيع التي تم التركيز عليها في تغطية الأزمة، واتجاهات المضمون.

الأزمة: ترجع أصول كلمة أزمة crisis إلى الكلمة اللاتينية krinein ومعناها أن تقرر to decide لذلك فإن الأزمة تعني لحظة قرار decisive moment أي وقت صعوبة وشدة يهدد تاريخ شخص أو منظمة[12]

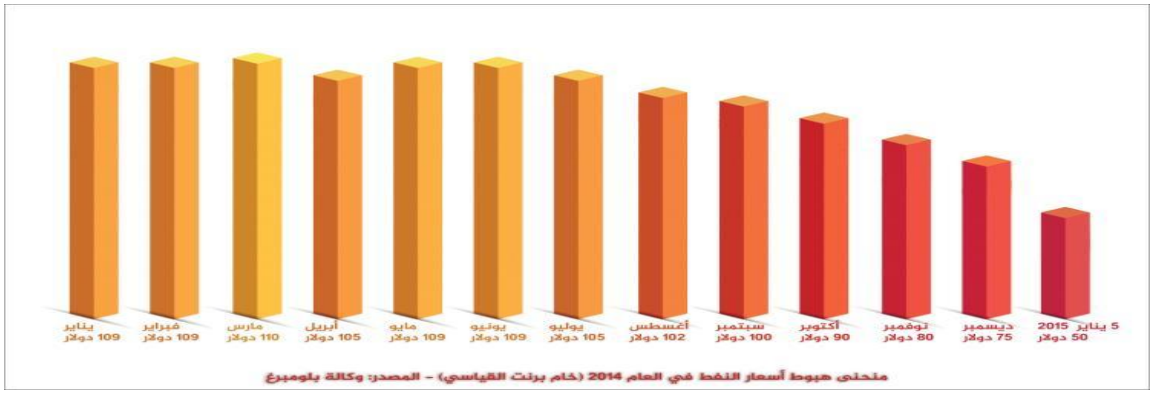
ويؤكد عالم الاجتماع إدغار موران Edgar Morin أن مفهوم الأزمة انتشر في القرن العشرين في كل ميادين العلوم المعاصرة، وعمم انتشاره على درجة إفراغه من محتواه، ليصبح عبارة عن صورة نمطية لا تعبر، في آخر المطاف، سوى عن الفوضى والتشخيصات والتوقعات التي تحصد فجوة مزدوجة: فجوة على مستوى معرفتنا للأزمة، وأخرى على صعيد الواقع الاجتماعي الذي تظهر فيه[13].

إعلام الأزمة، إعلام الأزمات: والمقصود به حالة استثنائية تعيشها المؤسسات الإعلامية استجابة لأزمة سياسية أو أمنية في المجتمع، تنشط فيها برامج التغطية الإعلامية وترتفع فيها نسبة اعتماد الجمهور على الوسيلة الإعلامية. [14] فالتخريج الإعلامي للأحداث وطريقة تأويلها بإعادة تشكيل عناصرها من خلال طبيعة تدريمها، أي تحويلها إلى مادة درامية، استجداء للعاطفة ولدفع الجمهور لاستملاكها، أي الإحساس القوي بأنه معني بها وأن مصيره ومصالحه مرتبطة بها، من خلال سرعة بث وتوزيع المادة الإعلامية المتعلقة به واختراقها للمسافات والثقافات كلها مؤثرات تكشف عن تمثل وسائل الإعلام للأزمات[15].

أزمة انهيار أسعار النفط:

قبل بدء التحليل وجب علينا علميا التطرق لأزمة انهيار أسعار النفط وبعض معطياتها، من أجل فهم أعمق لسيرورة البحث.

شهد الاقتصاد العالمي خلال سنة 2014 حالة من القلق والهلع لانخفاض أسعار النفط، تزامنا مع تراجع الطلب عليه، ووفرة المعروض، هذه الأحوال التي سيطرت على دول العالم شهدت هبوطا في مؤشرات الأسواق العالمية، بعد تراجع أسعار خام برنت منذ مطلع الصيف الماضي والتي وصلت إلى أقل من 84 دولاراً للبرميل، ما يعني انخفاضا نسبته 20 % مقارنة بشهر حزيران /يونيو الماضي. ويبدو تراجع أسعار النفط إلى ما دون المائة دولار للبرميل للمرة الأولى منذ عام ونصف العام، محيرا لخبراء السوق مع الكثير من التكهنات حول أسباب التراجع ومدى استمراريته في المدى المنظور. ويبين المخطط التالي منحنى هبوط أسعار النفط في سنة 2014[16]



الإطار النظري للدراسة: على الرغم من اختلاف الباحثين في تحديد مفهوم الأزمة، إلا أن معظم الدراسات العربية ذات الصبغة التطبيقية اتخذت من نظرية التأثير الإعلامي مرتكزا نظريا رئيسيا في صياغة منهج البحث وإجراءاته الميدانية، وتتصدر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظريات التأثير الإعلامي في هذا النوع من الدراسات، ولا شك أن الفرضية الرئيسية لهذه النظرية تقدم تفسيرا علميا قويا لمناسبة تطبيقها على إعلام الأزمات، إذ تفترض النظرية أن الجمهور يلجأ إلى وسائل الإعلام لتلبية حاجاته المعرفية وبلورة مواقفه السلوكية في مواقف معينة، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع، زاد تعرض الجمهور لوسائل الإعلام. [17]

ويكتسب الخطاب الإعلامي أهميته خلال الأزمة من منطلق كونه لا يكتفي بتصوير الواقع ونقله، بل يسعى، أكثر من أي زمن أخر، إلى تهيئة الأرضية المعرفية والسياقية المناسبة للمتلقي لحمله على تبني مقاربة توافقية ما حول الأزمة[18].

وتقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الفروض الفرعية تأتي في طليعتها[19]:

تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة، وتبعا لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات، فيكون الأفراد أكثر اعتمادا على وسائل الإعلام.

يعد النظام الإعلامي مهما للمجتمع، وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه في حالة إشباعه لحاجاته.

نوع الدراسة ومنهجها:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي تستهدف وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن، ولا تقف عند حدود الوصف المجرد للظاهرة، بل تتعداه لتشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها. [20] من هنا تأتي هذه الدراسة لتصف وتحلل خصائص المعالجة الإعلامية لأزمة انهيار أسعار النفط في الصحافة الجزائرية اليومية، ثم مقارنتها في سياق تحليلي للتعرف على محاور الاتفاق والاختلاف موظفة المنهج العلمي الكمي المتمثل في تحليل المضمون، وفق إجراءات وأسلوب تحليل المضمون المتبع في البحوث الإعلامية، ويعد التحليل الكمي من أبرز سمات تحليل المضمون، حيث يتيح هذا المنهج استخدام الطرق والأساليب الإحصائية التي تهيئ وجود تبويب وتصنيف للفئات وجدولة للوحدات، وقياس نتائجها والتعبير عنها بقيم عددية تهدف إلى التحقق من الموضوعية والتقليل من الأخطاء.

ومنهج تحليل المضمون من المناهج الوصفية التي تعتمد على الوصف الظاهري لمحتوى المادة الإعلامية، حيث يتميز هذا النوع من المناهج بالمرونة في تفكيك ما ينتجه القائمون بالاتصال في وسائل الاتصال الجماهيري[21].

وعرف بيرلسون تحليل المضمون على أنه أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي والموضوعي والمنهجي للمحتوى الظاهر في العملية الاتصالية والإعلامية، ومن خلال هذا التعريف يمكن اشتقاق عدة عناصر يعتمد عليها هذا الأسلوب المنهجي وهي: [22]

الموضوعية: ويقصد بها التجرد من الدوافع الذاتية للباحث، بحيث يمكن إعادة تطبيق الدراسة مرات أخرى من قبل باحثين آخرين والوصول إلى نفس النتائج.

التنظيم: ويشمل التطبيق الكامل لعدد من الخطوات العلمية المنهجية الدقيقة، وتحديد فئات الدراسة، بحيث يمكن أن تندرج تحتها كل أصناف المادة المراد تحليلها.

الاستخدام الكمي: ويقصد به تسجيل التكرار أو القيمة الرقمية لحدوث أي نوع من تصنيفات المحتوى.

المحتوى الظاهر:ويعني بذلك أن أسلوب تحليل المضمون يعتمد على تحليل المعنى الظاهر في المحتوى الإعلامي دون الالتفات إلى معاني كامنة وغير ظاهرة في الرسالة الإعلامية.

أداة جمع البيانات: بعد مراجعات الأدبيات المتعلقة بالموضوع والإطلاع على الدراسات السابقة والإطلاع على عدد من الاستمارات في الدراسات والبحوث ذات العلاقة بالموضوع، قامت الباحثة بتصميم استمارة تحليل المضمون لتطبيقها على الصحف محل الدراسة، وفقا لأهداف البحث وتساؤلاته، وتم تحديد فئات التحليل المرتبطة بتساؤلات البحث وأهدافه بشكل واضح ودقيق.

تصنيف المحتوى وتحليل الفئات: تعد مرحلة من مراحل تحليل المضمون تنطلق من النص المراد تحليله، فهي ترتبط بأسلوب التجزئة أي تدرس الكل إلى تقسيمات ذات خصائص ومواصفات تجسد علميا المفاهيم النظرية والفرضيات والتساؤلات التي حددها الباحث، بتصنيف المضامين الرئيسية والثانوية التي تحتويها المادة إلى عدة فئات رئيسة.

فئات المضمون:

فئة الموضوع:

يقصد بها مواضيع الأزمة التي تناولتها الصحف محل الدراسة وتتضمن:

أليات مواجهة الأزمة - استشراف الأزمة - تداعيات الأزمة على الصعيد المحلي - تحليل الأزمة - تداعيات الأزمة على الصعيد الدولي

فئة مصدر النص الإعلامي: وتناولت دراستي فئة المصادر الداخلية والخارجية تمثلت المصادر الداخلية في المحرر الصحفي، المراسل الصحفي أما المصادر الخارجية ففي وكالات الأنباء والخبراء والمتخصصين.

فئة الاتجاه: ويقصد بها رصد اتجاه النصوص الإعلامية نحو قضية أو حدث معين وذلك وفقا لأهداف الدراسة، وهي أيضا الفئة التي توضح التأييد أو الرفض أو الحياد في المضمون موضع التحليل بالنسبة للموقف أو القضايا أو الموضوعات المتضمنة فيه[23].

ويأخذ الاتجاه ثلاث أشكال مؤيد، معارض، محايد.

فئات الشكل:

فئة الشكل الصحفي: وهي القوالب الصحفية التي وضعت فيها المادة الإعلامية وهي: الخبر، التقرير، التحقيق، الريبورتاج.

فئة الموقع: وتتعلق بموقع الموضوعات الخاصة بانهيار أسعار النفط على صفحات الجريدتين، حيث يرتبط موقع المادة الإعلامية بالأهمية المعطاة للموضوع، ويرتبط الموقع بالصفحة الأولى، الصفحات الداخلية، أو الصفحة الأخيرة.

وحدات التحليل: وهي الوحدات المستخدمة التي يظهر من خلالها تكرار المادة المدروسة، وقد استخدمنا وحدة التحليل المتمثلة في وحدة الفكرة في سياق الفقرة، إذ تعد الفكرة من أكثر وحدات التحليل استعمالا في بحوث الإعلام التي تعتمد على تحليل المحتوى لأنها تعطي دلالة لاتجاه المضمون وعن طريقها يمكن فهم المعاني المتضمنة فيه.[24] وبهذا اعتمدنا اختيار التكرار كوحدة قياس.

مجتمع الدراسة وعينة التحليل: تم اختيار جريدتي الخبر والشروق اليومين على اعتبار أنهما أكثر الجرائد الجزائرية مقروئية وأكثرها جماهيرية لدى الجمهور الجزائري، فهاتين اليوميتين أصبحتا، بلا منازع، ومنذ مطلع الألفية الثالثة تقودان الصحافة في الجزائر، حيث تسحبان يوميا ما يزيد عن مليون نسخة، وهو مؤشر دال وغير مسبوق في تاريخ الصحافة في الجزائر، الناطقة بالعربية منها أو بالفرنسية، مما يؤكد هيمنتها على فضاء الصحافة في الجزائر.

وقد اعتمدت في دراستي على أسلوب العينة القصدية التي عرفها سمير محمد حسن على أنها: طريقة الاختيار العمدي والتحكمي أي المقصود من جانب الباحث لعدد من وحدات المعاينة، يرى الباحث أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا[25]

كما يعرفها محمد عبد الحميد على أنها العينة من أسماء الصحف أو البرامج أو الأعداد أو الأيام التي يلجأ إليها الباحث، وإلى اختيارها لمواصفات معينة ومحددة مسبقا، بحيث لا يكون لفريق البحث حرية الاختيار. [26]

من هنا شملت الدراسة 3 أشهر : شهر نوفمبر 2014، ديسمبر 2014 وجانفي 2015، وقد تم اختيار هذه الفترة الزمنية للتحليل على اعتبار أنها الأشهر التي هبط فيها سعر النفط هبوطا كبيرا، والمنحنى السابق يبين ذلك – انظر المنحنى صفحة 16 –

من هنا قمت بالحصر الشامل لأعداد الثلاث أشهر حيث جرى التحليل على 180 عددا كاملة، 90 عددا بالنسبة لجريدة الخبر و90 بالنسبة لجريدة الشروق اليومي.

بطاقة فنية ليومية الخبر: صدر أول عدد من هذه الجريدة في الفاتح من نوفمبر 1990 من طرف مجموعة من الصحفيين، 26 صحفي، وفي ظرف عشر سنوات أصبحت أكبر صحيفة في الجزائر بتجاوز سحبها 4000 نسخة.

تصدر يومية الخبر عن شركة الخبر وهي شركة ذات أسهم محدودة، يغطي سحبها الولايات الثمانية والأربعين كاملة، حيث تتوزع مكاتبها على كافة الولايات، وقد تنوعت العناوين والملحقات التي تصدر عن مؤسسة الخبر منها: الخبر تسلية، الخبر حوادث، الخبر سات، ونسخة الكترونية وقناة فضائية. (27)

بطاقة فنية ليومية الشروق: على عكس جريدة الخبر، يعود تأسيس يومية الشروق إلى السيد على فضيل بعد انقسام طاقم الشروق العربي الذي أنشأ في ماي 1991، وهي يومية جزائرية صدر باللغة العربية، صدر العدد الأول منها في نوفمبر سنة 2000.

أما مكانة الصحيفة في الساحة الإعلامية فهي تحتل المرتبة الخامسة من حيث المقروئية يسن مجمل الجرائد الصادرة باللغتين العربية والفرنسية، والمرتبة الثانية بعد الخبر بالنسبة للجرائد الناطقة بالعربية.

نتائج الدراسة التحليلية:

موقع المادة الإعلامية المتعلقة بأزمة انهيار أسعار.

الصحف	الشروق		الخبر		المجموع	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
الصفحة الأولى	15	17.2	33	24.4	48	21.6
الصفحات الداخلية	59	67.8	93	86.8	152	86.4
الصفحة الأخيرة	13	14.9	09	6.6	22	9.9
المجموع	87	100	135	100	222	100

جدول رقم01 يوضح موقع المادة الصحفية المتعلقة بأزمة النفط في عينة الدراسة

يعتبر موقع أزمة انهيار أسعار النفط في الصحيفة من المؤشرات الهامة التي تعكس درجة اهتمام الصحيفة بالقضية، حيث يرى خبراء الإعلام والتحرير الصحفي أن هناك تفاوتا في أهمية صفحات الجريدة تبعا لمدى سهولة قراءة كل منها، وعادات القراءة لدى القراء.

وهنا يشار دائما إلى الصفحة الأولى، ثم الخلفية من الجريدة اللتين تحظيان بأهمية مطلقة مقارنة بالصفحات الأخرى(28)

وتوضح بيانات الجدول السابق أن الصفحات الداخلية جاءت بنسبة **86.4** على مستوى الجريدتين، تلتها الصفحة الأولى بنسبة **21.6** وهي نسبة تعكس الاهتمام الذي أولي للموضوع من قبل الجريدتين. وفي الأخير جاءت الصفحة الأخيرة بنسبة **9.9**

أما على مستوى كل جريدة، فقد سجل فارق طفيف على صعيد البيانات حيث جاءت الصفحات الداخلية بأكبر نسبة في جريدة الخبر بنسبة **86.4**، وهذا لاحتواء الجريدة على صفحة اقتصادية قارة غالبا ما تكون رقم 6 أو 7 تضم تحليلات وقراءات للموضوع، أما في جريدة الشروق فجاءت بنسبة **67.8**

وعن الصفحة الأولى والأخيرة أيضا نسجل اختلافا طفيفا بين الجريدتين حيث كانت الصفحة الأولى بنسبة **21.6** في جريدة الخبر وبنسبة **17.2** في جريدة الشروق وكانت معظمها أخبارا تنم بالاهتمام بالموضوع وتحيل القارئ لقراءته في الصفحات الداخلية ، أما بالنسبة للصفحة الأخيرة بنسبة **9.9**في جريدة الخبر وبنسبة في جريدة الشروق **14.9** وكانت في جريدة الشروق في الغالب عبارة عن كاريكاتور يعبر عن الأزمة

القوالب الصحفية المعتمدة في معالجة الأزمة:

الصحف	الشروق		الخبر		المجموع	
الفن الصحفي	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
خبر صحفي	36	35.2	80	43.2	116	40
تحقيق صحفي			08	4.3	08	2.7
حديث صحفي	32	31.3	42	22.7	74	25.7
تقرير صحفي	13	12.7	40	21.6	53	18.4
تعليق صحفي						
عمود صحفي	9	8.8	05	2.7	14	4.8
كاريكاتور	11	10.7	01	0.5	12	4.1
مقال صحفي	1	0.9	09	4.8	10	3.4
المجموع	102	100	185	100	287	100

جدول رقم02 يوضح نوع المادة الصحفية المتعلقة بأزمة النفط في عينة الدراسة

يشير الجدول رقم 2 إلى القوالب المستخدمة في تناول أزمة انهيار أسعار النفط في الجريدتين محل الدراسة، ويظهر من خلال نتائجه أن الخبر هو أكثر القوالب المستخدمة في الجريدتين حيث جاء بنسبة 40 بالمائة، ولعل السبب في كثرة استخدامه هو لكونه أساس القوالب الفنية الأخرى وهو المادة الأولى للأشكال التحريرية الأخرى، إضافة إلى كونه أكثر المواد التي تبثها وكالات الأنباء، وهي نتيجة طبيعة لأن اهتمام لصحف بالأخبار يعكس الوظيفة الإخبارية التي تتصدر الوظائف الأخرى، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد شحدة الحروب التي أكدت أن الخبر هو ابرز القوالب المستخدمة في معالجة الشأن الاقتصادي.

وجاءت نسبة الخبر بين الصحيفتين متقاربة.

جاء في المرتبة الثانية الحديث الصحفي بنسبة 25.7 بالمائة ، حيث لاحظت الباحثة من خلال الدراسة التحليلية اهتمام الجريدتين بإجراء أحاديث وحوارات مع متخصصين اقتصاديين وماليين لفهم الأزمة وتحليلها وفهم تداعياتها. ظلك أن الأزمة واهتمام الرأي العام بها فرض الاستعانة بخبراء لإيضاح جوانبها واستشرافها وتوضيح تداعياتها وغيرها. فيما احتل التقرير المرتبة الثالثة بنسبة **18.4** وهي نسبة تعكس أيضا اهتمام الجريدتين محل الدراسة بالموضوع من خلال تقديم تفاصيل أكثر تخص الأزمة في تقارير خاصة، ولاحظت الباحثة أن نسبة التقرير في جريدة الخبر مرتفعة عنها في جريدة الشروق حيث جاءت في جريدة الخبر بنسبة **21.6**، في حين جاءت في جريدة الشروق بنسبة **12.7**، وهذا يعود إلى أن جريدة الخبر تحتوي على صفحة اقتصادية قارة مما سمح لها بتغطية أوسع وأشمل من خلال رصد تداعيات الازمة وتطوراتها من خلال تقارير متعددة.

أما العمود فجاء بنسبة 4.8، وهي ، وإن كانت ضئيلة فإنها تعكس اهتمام الجريدتين محل الدراسة بقوالب الرأي في معالجتها للازمة ورغبتها في صنع رأي عام حول الموضوع، وجاءت نسبة العمود في جريدة الخبر أعلى منها نسبيا في جريدة الخبر. وكذا الحال بالنسبة للكاريكاتير الذي كان حاضرا بقوة في جريدة الشروق التي أرادت أن تعطي الأزمة بعدا أخر من خلال تحليل تداعياتها على الصعيد المحلي، حيث جاءت نسبته 10 بالمائة وهي نسبة معتبرة.

وبلاحظ من خلال الجدول ضعف نسبة التحقيق الصحفي التي كانت 2.7 وهي نسبة ضعيفة جدا على اعتبار أهميته في مثل هذه الحالات من تغطية الإعلام الاقتصادي وإعلام الأزمات، حيث كان التحقيق غائبا تمام في جريدة الشروق، وربما يعود هذا الأمر إلى ندرة الإعلامي المتخصص في الشأن الاقتصادي، وأيضا لكون التحقيق هو أصعب الفنون الصحفية ويتطلب مهارة وكفاءة عالية من المحرر ويفترض بالمحرر أن يكون قد تمرس في العمل الصحفي لمدة كبيرة بحيث يكون قد عرف كيف يجري اللقاءات الصحفية وكيف يفسر ويعلق على ما يقال من آراء، وكيف يوازن بينها[29]

مصادر المعلومات والأخبار المعتمدة في معالجة الأزمة:

الصحف	الشروق		الخبر		المجموع	
مصدر المعلومة	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
صحفي محرر	87	78.3	142	85.02	229	82.3
مراسل صحفي	1	0.9	02	1.19	3	1.07
وكالات الأنباء	1	0.9			1	0.3
خبراء ومتخصصون	22	19.81	23	13.7	45	16.18
دون مصدر						
المجموع	111	100	167	100	278	100

جدول رقم03 يوضح المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها الجريدتان محل الدراسة في معالجتها للأزمة

تنقسم المصادر التي تعتمدها الصحف في تغطيتها الإعلامية إلى نوعين: المصادر الداخلية، وهي من داخل الصحيفة مثل الصحفيين المحررين والمراسلين وكتاب الأعمدة وغيرها، ومصادر خارجية تتمثل في وكالات الأنباء والاستعانة بالخبراء.

وعند ملاحظة الجدول يتبين أن الجرائد قد نوعت بين المصادر كافة، وكانت نسبة الصحفي المحرر في الصدارة بنسبة 82.3، وهي نسبة تتوافق مع دراسة فتيحة أوهايبية عن المواضيع الاقتصادية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، حيث تذكر الباحثة أن الصحف في أغلبها تعتمد على الصحفي المحرر كمصدر للمعلومة وهذا في رأي الباحثة لقلة تكلفة المصدر الصحفي بالنسبة للصحيفة، وقربه من مقرها الرئيس مما يسهل الاتصال به، والاجتماع به في اجتماعاتها الدورية[30]، كما جاءت نسبة الاستعانة بالخبراء والمتخصصين معتبرة بنسبة 16.18 وهي نسبة معتبرة تعكس أيضا اهتمام الجريدة بدعم أخبارها والتفصيل أكثر فيها بالاستعانة بالخبراء حيث فتحت الجرائد قيد الدراسة المجال للخبراء والمتخصصين لكتابة مقالاتهم والإدلاء بدلوهم في إيضاح زوايا وتداعيات الأزمة الاقتصادية.

كما يسجل للجرائد ابتعادها عن المواضيع والقوالب دون مصدر وهذا يضفي مصداقية أكثر على مضامينها الإعلامية.

مجالات المواضيع المتناولة:

الصحف	الشروق		الخبر		المجموع	
الموضوعات	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
آليات مواجهة الأزمة	39	23.21	59	18.15	98	19.87
استشراف للأزمة	28	16.66	83	25.53	111	22.51
تداعيات الأزمة على الصعيد المحلي	71	42.26	92	28.30	163	33.06
تحليل الأزمة	23	13.69	53	16.30	76	15.41
تداعيات الأزمة على الصعيد الدولي	7	4.16	38	11.69	45	9.12
المجموع	168	100	325	100	493	100

جدول رقم04 يوضح مجالات المواضيع التي تطرقت إليها الجريدتان محل الدراسة في معالجتها للأزمة

جاءت زاوية تداعيات الأزمة على الصعيد المحلي في الصدارة بنسبة **33.06** ، وكانت في الصدارة بالنسبة للجريدتين، وهذا مرده أهمية هذا الجانب بالذات لجمهورها من القراء الذي يبحث دائما على تأثيرات الأزمة على حياته اليومية، وأيضا لطبيعة الجريدتين محل الدراسة فهما جريدتان محليتان يحتل فيهما الخبر المحلي صدارة الأخبار.

ويأتي في المرتبة الثانية استشراف الأزمة وهي زاوية أخذت نصيبها من التحليل، خاصة وأن فترة الدراسة اتسمت بتقلبات معتبرة في سعر النفط جعل الكثيرين يتساءلون عن سيرورة هذا الانخفاض، ومستقبل البلاد ذات الريع البترولي، تزامنت مع تنبؤات متعددة اتسم بعضها بالإيجابية والكثير منها بالسلبية.

تليها آليات مواجهة الأزمة بنسبة **19.87** وتحليل الأزمة بنسبة **15.41** .

اتجاهات المضامين:

الصحف	الشروق		الخبر		المجموع	
الاتجاه	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
إيجابي	17	18.68	11	7.33	28	3.31
سلبي	71	78.02	127	84.66	198	82.15
محايد	3	3.29	12	8	15	6.22
المجموع	91	100	150	100	241	100

جدول رقم05 يوضح اتجاهات مضامين الجريدتين محل الدراسة في معالجتها للأزمة

تحدد عادة ثلاث فئات لاتجاهات مضامين الأخبار والمواضيع، وهي: الاتجاه الإيجابي ويعبر عن تأييد الأفكار التي تنشرها، الاتجاه السلبي، ويعبر عن معارضة ورفض مباشر أو غير مباشر للمواضيع المنشورة. وأخيرا الاتجاه المحايد أو المتوازن يجمع بين الأول والثاني بحثا عن موقع وسط فلا هو بالمؤيد ولا هو بالمعارض. (31)

ومن خلال بيانات الجدول يظهر لنا أن الاتجاه السلبي هو الغالب في تناول الأزمة لدى الجريدتين إذ جاء بنسبة **82.15** وهذا طبيعي ومنطقي لان طبيعة الأزمة وتفاقمها وتداعياتها السلبية على المواطن الجزائري يجعل من المنطقي أن تتبنى الجرائد الاتجاه السلبي.أما الاتجاه المحايد فجاء بنسبة **6.22** وهي نسبة ضئيلة، ومعروف أن الاتجاه المحايد يجعل من تناول الموضوع وطرحه مسألة بسيطة لا تتعدى مجرد سرد للوقائع بعيدا عن التعليق الشخصي أو التخمينات المختلفة ، وهو ما يتعارض مع الأزمة لأهميتها على الصعيد المحلي والدولي على حد سواء

نتائج الدراسة:

من خلال استعراض المعطيات السابقة وتحليل الجداول يمكننا الوصول إلى النتائج الأتي ذكرها:

أظهرت النتائج اهتمام الجريدتين محل الدراسة بأزمة انهيار أسعار النفط من خلال تخصيصها لمساحات واسعة من صفحاتها للموضوع وجاءت مواقع المواد بنسب متفاوتة بين الصفحات الداخلية وبعضها في الصفحة الأولى، كما لوحظ اهتمام جريدة الخبر بالموضوع أكثر من خلال صفحها الاقتصادية القارة.

أظهرت نتائج الدراسة أن الخبر الصحفي هو أبرز القوالب الفنية المستعملة في تناول الأزمة، وهو شأن الإعلام الاقتصادي عموما، الذي هو إعلام إخباري بالدرجة الأولى، كما وظفت الجريدتان محل الدراسة الحديث الصحفي للتفصيل وقراءة الأزمة بشكل أعمق بالاستعانة بالخبراء والاقتصاديين. كما لوحظ الغياب التام للتحقيق الصحفي ومرد ذلك هو نقص الإعلاميين المتخصصين في هذا النوع الإعلامي، وكذا لأنه أصعب الأنواع الصحفية.

سجلت النتائج الاعتماد شبه الكلي على المصادر الخاصة في معالجة الأزمة، حيث أخذت نسبة الصحفي المحرر حصة الأسد، كما لوحظ انعدام المواد الإعلامية دون مصدر وهذا ما يعطي مصداقية أكثر للجريدتين محل الدراسة.

تنوعت وتعددت مجالات المواضيع المتناولة في معالجة أزمة انهيار أسعار النفط بين تداعيات الأزمة على الصعيدين المحلي والدولي وتحليلات للأزمة واستشراف لها،والإجراءات الحكومية المتخذة لمواجهة الأزمة، لكن النسبة الأكبر كانت لتداعيات الأزمة على الصعيد المحلي وهو أمر منطقي باعتبار الجريدتين محليتين وهدفهما الأول تحليل وشرح انعكاسات هذه الأزمة على القارئ الجزائري.

الاتجاه العام الذي ساد مواضيع وأخبار الأزمة هو الاتجاه السلبي، حيث حرصت الجريدتان على بيان صعوبة الوضع، في سبيل دعوة الحكومة لاتخاذ الإجراءات اللازمة.

الهوامش:

1. نصر الدين العياضي، **وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات**، المؤتمر الدولي للإعلام والأزمات: الرهانات والتحديات/ كلية الاتصال جامعة الشارقة 14 15 ديسمبر 2010.ص1
2. شهيرة بن عبد الله، **الحرب في وسائل الإعلام: آليات بناء المعنى وإنتاج المعرفة**، مجلة المستقبل العربي، ص 95
3. عادل صادق محمد، **الصحافة وإدارة الأزمات**: مدخل نظري تطبيقي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى 2007، ص18.
4. محمد بن سعود البشر، التغطية الصحفية لأحداث التفجيرات الإرهابية في مدينة الرياض: دراسة كيفية وصفية تقويمية لأداء الصحف المحلية، موقع حملة السكينة ص7.
5. فتيحة أوهايبية، المواضيع الاقتصادية في الصحف اليومية الجزائرية: المميزات الرئيسية للمضامين، دراسة متوفرة على الرابط

http://www.drdsi.cerist.dz/SNIE/fatiha.pdf تاريخ الولوج 22 مارس 2015.

6. محمد شحدة علي الحروب، **معالجة الصحافة السعودية اليومية للشأن الاقتصادي دراسة تحليل مضمون**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، ديسمبر 2012.
7. فضيل دليو، **أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية**، قسنطينة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1994، ص90.
8. Marie Héléne Westphalien : **Le dicom, le dictionnaire de la communication, les pratiques professionnelles de la communication**, Edition Triangle, Paris, 1992, P 22.
9. منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1 ، القاهرة، مصر، 2004 ، ص154
10. نور الدين دهمار، قضايا البيئة في الصحافة المكتوبة: دراسة تحليلية لجريدتي وقت الجزائر والشعب، مذكرة مكملة لشهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2011 2012، جامعة الجزائر 3،ص11
11. عادل محمد صادق، الصحافة وإدارة الأزمات، مرجع سبق ذكره ص32.
12. حسن عماد مكاوي، الإعلام ومعالجة الأزمات، المكتبة الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى 2005، ص48.
13. نصر الدين العياضي، **وسائل الإعلام واستراتيجيات البناء الاجتماعي للأزمات**، مرجع سبق ذكره، ص3.
14. محمد بن سعود البشر، **التغطية الصحفية لأحداث التفجيرات الإرهابية في مدينة الرياض**، مرجع سبق ذكره، ص3.
15. العياضي، مرجع سبق ذكره...
16. المصدر الجزيرة نت: http://www.aljazeera.net/knowledgegate تاريخ الولوج 29 مارس 2015.
17. محمد بن سعود البشر، **التغطية الصحفية لأحداث التفجيرات الإرهابية في مدينة الرياض** ،مرجع سبق ذكره، ص4.
18. شهيرة بن عبد الله، **الحرب في وسائل الإعلام: آليات بناء المعنى وإنتاج المعرفة** مرجع سبق ذكره، ص 95
19. المرجع نفسه.
20. سمير حسن، **تطبيقات في مناهج البحث العلمي**، عالم الكتب، القاهرة، 1991، ص87.
21. محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، دون طبعة ص16.
22. علي بن شويل القرني، **معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة** ص17
23. سمير محمد، **بحوث الإعلام الأسس والمبادئ**، عالم الكتاب، القاهرة، 1976، ص266.
24. يوسف تمار، **تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين**، الدراسات للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2007، ص51.
25. سمير محمد حس، بحوث الإعلام، **دراسات في مناهج البحث العلمي**، عالم الكتاب، القاهرة، 1995، ص293.
26. محمد عبد الحميد، **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام**، دار الشروق، ط1، جدة، 1983، ص100.
27. www.alkhabar.com
28. عبد الفتاح عبد النبي، **التناول الإعلامي لجرائم النخبة، دراسة النموذج المصري في الثمانينات**، دار الفكر والثقافة والنشر، القاهرة، 1991، ص20.
29. محمد شحدة علي الحروب، **معالجة الصحافة السعودية اليومية للشأن الاقتصادي**، مرجع سبق ذكره، ص 78.
30. فتيحة أهاييبة، المواضيع الاقتصادية في الصحافة المكتوبة الجزائرية، مرجع سبق ذكره ص10.
31. فتيحة أوهاييبة، **المواضيع الاقتصادية في الصحافة المكتوبة الجزائرية**، مرجع سبق ذكره، ص 14.