

المعالجة الإعلامية ودورها في خدمة قضايا كبار السن

دراسة تحليلية

Media Treatment and its Role in Serving the Issues of the Elderly: an Analytical Study

يسري صيشي

جامعة حسيبة بن بوعللي الشلف،

(الجزائر)

y.sichi@univ-chlef.dz

تاريخ القبول: 2022/05/13

تاريخ الاستلام: 2022/01/20. القبول: 2022/02/26.

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تناول فئة مجتمعية حساسة وهي كبار السن، وذلك من خلال توضيح الأدوار التي يجب أن يمارسها الإعلام في خدمة قضايا هذه الفئة، وتشخيص الوضع الحالي للتناول الإعلامي لقضايا كبار السن وأهم المعوقات والتحديات التي تواجه الممارسة الإعلامية في هذا السياق، ولقد اعتمد الباحث في ذلك على دراسة تحليلية استهدفت تحليل مضمون لموقع الشروق أونلاين كعينة من الصحافة الإلكترونية، من أجل كشف وتحليل محتوى الموقع المتعلق بقضايا كبار السن شكلا ومضمونا، ولقد استهدفت الدراسة الحصر الشامل لمختلف قضايا كبار السن ذات الاهتمام المشترك والتي بلغت 60 موضوع منشور بالموقع منذ بداية الموقع حتى 2021، ومن أهم النتائج المتوصل إليها هو غياب منهجية علمية واستراتيجية واضحة في تناول قضايا كبار السن، إضافة إلى سطحية المواضيع المطروحة وغلبة الطابع الخبري في معالجتها.

الكلمات المفتاحية: معالجة؛ إعلام؛ قضايا؛ أدوار؛ كبار السن؛ صحافة إلكترونية؛

Abstract :

The following study aims to address a sensitive social group, which is the elderly. This is by clarifying the roles that the media must play in serving the issues of this category, and studying the current situation of the media's handling of the issues of the elderly and the most important obstacles and challenges facing media practice in this context. In this, the researcher relies on an analytical study aimed at analyzing the content of Echorouk Online as a sample of the electronic press in order to reveal and analyze the content of the website related to the issues of the elderly in form and content. The study aims to comprehensively list the various issues of the elderly of common interest, which is estimated at 60 topics published on the site since the launch of the site until 2021. Among the most important results reached is the absence of a scientific methodology and a clear strategy in dealing with the issues of the elderly, in addition to the superficiality of the issues raised and the predominance of the news nature in addressing them.

Key Words: : Treatment ; Media ; Issues ; Roles ; Elderly ; Electronic Journalism.

I. المقدمة:

يؤدي الإعلام وظائف عديدة سواء كانت مضمرة أو صريحة، وعلى الرغم من اللغط الدائر حول انحراف مختلف وسائل الإعلام الراهنة عن وظائفها السامية والنبيلة وتقوقعها تحت مظلة المكاسب المادية والتوجه نحو تحقيق أكبر قدر من العائدات المادية، ولو على حساب رداءة المضمون وتقديم التافه منه، إلا أنها لازالت تسلط الضوء على مختلف القضايا المجتمعية ولازالت تستهدف مختلف فئات المجتمع، ولعل من بين هذه الفئات التي تعتبر فئة هشة تستحق القدر الكافي من الاهتمام هي فئة كبار السن، هذه الأخيرة التي باتت تعاني من التهميش والشعور بالوحدة، خاصة مع انشغال باقي أفراد العائلة مع ظروف الحياة اليومية من جهة، وانغماسها من جهة أخرى مع وسائل التواصل الاجتماعي هذا الأمر الذي كرس عزلة كل طرف عن الآخر.

يعتبر كبار السن من بين الفئات المجتمعية التي لديها احتياجات مختلفة نفسية واجتماعية واقتصادية وغيرها، وتتراوح هذه المتطلبات ما بين التي تحتاجها من طرف المحيط القريب وهو الأسرة، وما بين متطلباتها التي تعتبر حقوقا لها تجاه الدولة، حيث تحتاج هذه الفئة إلى العلاج والرعاية وتسوية إجراءاتها الإدارية العالقة، وتحتاج أيضا إلى المتابعة النفسية والتكفل بالحالات الخاصة منها خاصة ذوي الاحتياجات، وفي ظل الزخم الإعلامي الحاصل اليوم وتحت وطأة سيطرة فئات معينة على الساحة الإعلامية، كان لزاما أن يكون هناك ناطق رسمي باسم هذه الفئة، يسلط الضوء على قضاياها ويحاول تحقيق أكبر النفاذ مجتمعي ومؤسسي حولها، وهو ما نعتبره مسؤولية وسائل الإعلام بالدرجة الأولى سواء التقليدية كالتلفزيون والفضائيات أو الحديثة مثل مواقع التواصل الاجتماعي والصحافة الإلكترونية، هذه الأخيرة التي باتت تستقطب أغلب شرائح المجتمع سواء الجمهور أو حتى صناع القرار. تأسيسا لما سبق تسعى هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على المضامين المتعلقة بفئة كبار السن وكيفية معالجتها في موقع الشروق أون لاين كعينة دراسة، من أجل تقييم الدور الذي تلعبه الصحافة في خدمة القضايا المتعلقة بهذه الفئة والتدليل على أهميتها وموقعها في المجتمع للرأي العام.

ولتحقيق ذلك حاول الباحث الاجابة على التساؤلات التالية:

- 1- ماهي المضامين ذات علاقة بكبار السن التي يتناولها موقع الشروق؟
- 2- ماهي آليات معالجة هذه المضامين؟
- 3- ما هو حجم التغطية وتوزيعها؟

II. الجانب النظري:

1. مدخل

المسنون والأطفال والمعاقين شرائح تندرج في خانة التهميش إلى حد الاقصاء في بعض المجتمعات لا سيما النامية والفقيرة منها، شرائح لا تجد لذاتها مكاناً مناسباً في فضاءات المجتمع أو عوناً ونصيراً يضمن لها حياة كريمة كباقي الآخرين، قدموا الكثير لمجتمعاتها لتتال في خواتيم حياتهم النزول الياسير من العون والرعاية حيناً أو اللقاء بها في أماكنٍ اطلق عليها " بيوتاً للعجزة"، الشريحة التي نقصدها هنا هي شريحة المسنين .. شريحة يتزايد عددها على المستوى العالمي لتصل نسبتها إلى ثلث السكان في عام 2020.

(محمود الفطافطة، صحافة المسنين حلم التبلور وخصوصية العواقق، على الرابط: <https://bit.ly/3HceeXH>)

يميل المسنون إلى الاتصاف بمجموعة من الخصائص الاجتماعية من أهمها :

العزلة والوحدة، ويزيد عن عزلة المسن زواج الأبناء أو موت أحد الزوجين والضعف البدني (بركات، 2009، صفحة 11) والشعور بالوحدة النفسية وتكون عن الأسى الناتج عن عدم الرضا بالعلاقات الاجتماعية القليلة والغير مشبعة، فالإحساس بالانكسار أو العزلة الاجتماعية والافتقار إلى الآخرين، فالأشخاص مرتفعوا الشعور بالوحدة النفسية أكثر تميزاً للأعراض الإكتئابية والنفسية (سني، 2014/2015، صفحة 76)، خاصة بعد سن التقاعد أين يصبح المسن غير العامل وغير المستفيد من معاش التقاعد أقل رضا عن حالته من المسن العامل. (أحمد عبد اللطيف، 2001، صفحة 162).

2. مكانة قضايا كبار السن في وسائل الإعلام:

تزداد أهمية الإعلام كلما ازداد المجتمع تعقيداً وتقدمت المدينة (عيساني، 2018، صفحة 25)، ومن بين التعقيدات قضايا كبار السن، التي تعد مدعاة للقلق لدى كل فرد، ولدى جميع الأجيال في العالم حيث يستوي في ذلك البلدان النامية والبلدان المتقدمة، وهذا التحول في تركيبة السكان ستنجم عنه نتائج عميقة لكل جانب من جوانب الحياة سواء بالنسبة للأفراد أو الجماعات (حسين، 2021، صفحة 137).

هنا تبرز وظيفة الإعلام إبراز قضايا المسنين، انطلاقاً من قدرته على التوصيل السريع والسهل للأفكار والمعلومات، حيث يخاطب أعداد كبيرة من الأفراد في وقت واحد، وينقل إليهم الأفكار الحديثة، في ظل التغيير السريع الذي يتعرض له المجتمع (عيساني، 2018، صفحة 55)، الأمر الذي استخدمته الأمم المتحدة في إبراز مشكلات الشيخوخة، وتقول في أحد تقاريرها: بغية رفع مستوى الوعي بشأن الشيخوخة، أدرجت الحكومات معلومات عن الشيخوخة في البرامج التعليمية، واستعانت بوسائط الإعلام والمنظمات غير الحكومية للترويج للمسائل المتعلقة بالشيخوخة. ويشكل تخصيص يوم وطني لكبار السن والاحتفال بالسنة الدولية لكبار السن، في بعض البلدان، خطوتين استهلايتين هامتين لزيادة الوعي بحالة كبار السن.

(تقرير الجمعية العامة للأمم المتحدة الدورة 58، متابعة السنة الدولية لكبار السن، على الرابط:

<https://bit.ly/3qfz8ya>

من أهم وظائف وسائل الإعلام في الدول النامية خدمة المجتمع بمختلف وسائل التعبير، حيث يحتاج المجتمع إلى استخدام وسائل التعبير المختلفة في التوعية والتنظيم وحشد الجهود لما يحقق مصالح المجتمع، فمن الوظائف الأساسية التي تقام لأجلها مؤسسات الإعلام المختلفة الوظيفة الاجتماعية و يمكن وصف هذه الوظيفة بأنها صيانة المجتمع وحمائيته، أو القيام بواجب الإرشاد والتوجيه، ... وكذلك لفت أنظار المجتمع والأفراد إلى مساعدة ورعاية كبار السن في المجتمع. (حميش، 2010، الصفحات 204-205)

تؤدي الصحافة المكتوبة دورا بارزا في خدمة قضايا المسنين عن طريق متابعة الأخبار التي تهم وتخص كبار السن، كتابة مقالات عن المسنين، نشر آخر الاختراعات التي تخص علاج او صحة المسنين. (حميش، 2010، صفحة 208).

كما يلعب التلفزيون دورا مهما بوصفه كأداة اتصال مهمة لخدمة كبار السن، حيث أن التلفزيون لا تنحصر في التسجيل ووصف الأحداث المحلية والدولية ونقل الأخبار المصورة، بل في قدرته على الإقناع والتأثير وكونه قوة لا يستهان بها في مجال " إعادة صياغة الإنسان " والتأثير في تغيير اتجاهات المجتمع نحو المسنين وتطويع برامجهم من أجل خدمة كبار السن، ... حيث يخاطب الشعور والعاطفة، فيسيطر على قلوب الجماهير، من هذا المنطلق في الامكان تسخير كفاءة فعالة لخدمة المسنين، وتحقيق الكثير من الخدمات التثقيفية والتعليمية للمسنين وربطهم بالمجتمع الخارجي، وكذلك توعية أسر كبار السن وتوجيههم نحو الطرق العلمية الصحيحة في التعامل معهم. (حميش، 2010، صفحة 309).

اذ يتحتم على وسائل الإعلام القيام بحملات إعلامية وثقافية موجهة للمسنين وذويهم، وللمجتمع ككل، من اجل التثقيف عن مميزات فترة الشيخوخة، والتطورات والتغيرات الجسمية والذهنية والاجتماعية والمخاطر الطبيعية والنفسية التي يجب تفاديها في هذه الفترة.

ومما لاشك فيه أن المعرفة تعكس في تفهم أفضل مما يؤدي إلى توافق أفضل مع هذه المرحلة من الحياة، أننا نرى مجتمعاتنا تعطي الكثير من الوقت الإعلامي من أجل تثقيف المرأة وتوعيتها في رعاية الأطفال، لذا فانه من الضروري في المستقبل العمل على توعية وتعليم المسنين في مجتمعاتنا وعائلاتهم حول سمات هذه المرحلة النهائية من الحياة، وعن كيفية اجتيازها بطريقة انسانية ووقورة. (حميش، 2010، صفحة 310)

وكذا العمل من خلال وسائل التثقيف والإعلام إلى سد الاحتياجات الثقافية لهذه الفئة والترفيه عنها بأعمال أدبية وفنية تتناسب مع اهتماماتهم وثقافتهم، ويزر العمق التاريخي لرعاية المسنين وتقديرهم في الثقافات العالمية والعربية، وبين العطاء الفكري المتميز للعلماء المسنين في دول العالم، كما ركز على قضايا المسن كما تعكسها الدراما التلفزيونية وبرامج البث التلفزيوني الموجه للمسنين.

(تقرير الجمعية العامة للأمم المتحدة الدورة 60، متابعة السنة الدولية لكبار السن الجمعية العالمية الثانية للشيخوخة،

على الرابط: <https://bit.ly/3syMt7s>

وبما أن الدراسات العلمية تؤكد أننا في المستقبل القريب لن نكون قادرين على تحديد طبيعة عملية الشيخوخة والعوامل المحدثة لها، وأنا بالتالي لن نستطيع السيطرة على عوامل التغيير البدني والعقلي المصاحبة للتقدم في السن. هذا التغيير يفرض على الاعلام العربي الاهتمام بهذه الفئة ومنحها اهمية مطلوبة من أجل مواجهة الشيخوخة والتقليل من آثارها ومساعدة المسنين على التعامل بشكل أفضل مع القيود التي قد يفرضها عليهم التقدم في السن، هذه المواجهة تستلزم من وسائل الاعلام اتخاذ إجراءات وتدابير متعددة الأبعاد مع تضافر العديد من التخصصات خدمة لهذه الشريحة التي قدمت للمجتمع الكثير.

محمود الفطافطة ، صحافة المسنين حلم التبلور وخصوبة العواطف ، على الرابط: <https://bit.ly/3yROHjo>

ولكن الإعلام لا يلقي الضوء على كبار السن إلا في المناسبات فقط أي بشكل موسمي بحيث لا تؤخذ مشاكلهم بعين الاعتبار، تتطلع لتغيير المفاهيم النمطية السالبة لكبار السن والتي تعكسها بعض وسائل الإعلام والتي تصور كبار السن في حالة من الضعف واليأس وتظهرهم بصورة لا تليق بهم وبمكانياتهم الرفيعة بالمجتمع. المسلسلات والبرامج الرمضانية لا تهتم شكلا ومضمونا بكبار السن حيث يصورونه على انه رجل عفا عليه الزمن ولم يعد له قيمة وأضحى طريح الفراش أو يصورون الأبناء على أنهم عاقون ويلقون بوالديهم في دار المسنين، ولهذا يعد الطرح المقدم من أسوأ ما يكون ولا يخدم كبار السن منوها على أهمية وجود خطة توعوية تثقيفية للمجتمع ككل حتى تتغير هذه النظرة النمطية كما أن المسؤولية المجتمعية مفقودة خاصة من قبل الشركات الخاصة التي يقتصر اهتمامها بهذه الفئة على تقديم جوائز وهدايا فهم ليسوا أطفالا فلاهتمام بهم يتعدى حدود الجوائز.

(المسنون في الإعلام مهمشون ، جريدة الوطن القطرية ، على الرابط: <https://bit.ly/3HaX7oT>

ولو وجدت صورة إيجابية ستجد أن الثقافة السائدة بالمجتمعات العربية وجوده في المنزل مسلوبا من القرارات الأسرية ويفتقر دوره على أنه مسن وبركة البيت فقط لا غير.

(موزة آل إسحاق، الواقع الإعلامي وقضايا المسنين، على الرابط: <https://bit.ly/3JdNoAb>

3. عوائق انتشار قضايا المسنين في وسائل الاعلام:

ولكن يجب التأكيد على أن اهتمام وسائل الإعلام بشريحة المسنين في الغرب أفضل بكثير مما هو عليه الحال عربيا ففي الغرب هناك اهتمام ملحوظ في هذا الجانب لما تمثله تلك الشريحة من نسبة معتبرة، إلى جانب انتشار المؤسسات الحقوقية والإنسانية التي لا تكف عن المطالبة بتحقيق العدالة والإنصاف لهذه الفئة.(محمود الفطافطة، مرجع سبق ذكره).

ندرة صحافة المسنين في المجتمعات العربية وبين غياب التخطيط لإصدار الصحف أو وسائل الإعلام كصناعة هدفها الربح، مشيرا إلى أن «هدف إصدار الصحف أو تدشين المحطات الفضائية سياسي في الأغلب الأعم، ومن هنا لا وجود للتخطيط الاقتصادي الذي نصادفه في الغرب، وهو تخطيط يضع في اعتباره فئات الجمهور العمرية، واهتماماته، والعادات القرائية وغير ذلك من العوامل، فحتى الميزانيات ليست شفافة، وسرية في أحوال كثيرة.

محمد فتحي يونس، صحف المسنين في مصر، مرآة لمجتمع يدير ظهره لهم، على الرابط:
<https://bit.ly/32kyKXe>

وتوصف الحالة الإعلامية العربية حالياً بأنها «تعاين من غياب فقه الأولويات الصحفية، وليس المسنون فقط هم الغائبون، بل الشباب أيضاً والمرأة، وفئات عديدة تستقبل خدمات إعلامية لا تناسب حاجاتها ولا تشبعها. وعلى الرغم من الواقع السيئ لصحافة المسنين في المنطقة العربية، إلا أنها مجال واعد ومضمون النجاح، خاصة أنها تخاطب فئة اعتادت أن تتعامل مع النسخ الورقية بعكس الأجيال الشابة، ولديها متسع من الوقت لقراءة الصحف، كما أنها كتلة كبيرة من السكان ولديها مشاكل شائكة من الممكن أن تساهم الصحافة في حلها. وفي تفسيره لندرة صحافة المسنين في المنطقة العربية، أرجع الدكتور أحمد زكريا أحد أسبابها إلى غياب الوعي الإعلامي، «فالصحافة قائمة على الإعلان، والمعلنون ينظرون لتلك الشريحة المسنة على أساس انتهاء عمرها الافتراضي، وفي الأغلب لا تملك أموالاً كافية لشراء السلع، فيخشون الإعلان في صحف لهم، أما في الغرب فالوضع مختلف، لأن صحف المتقاعدين هناك قائمة على الاشتراكات. (الفاظطة، مرجع سبق ذكره).
 فبحسب الدكتور شريف اللبان الأمر يتعلق بفلسفة المجتمع تجاه هؤلاء، ففيما تنظر إليهم المجتمعات الغربية كرواد أفنوا سنين عمرهم في خدمة وطنهم، وقدموا عصارة خبراتهم لراحة الأجيال التي تليهم، وتقدم لهم الرعاية من كل نوع، يحدث العكس تماماً في مجتمعاتنا، فنحن نعيش في مجتمعات تدير ظهورها للمسنين وتعتبرهم عالة عليها. (يونس، مرجع سبق ذكره).

III. منهج البحث وأدوات جمع البيانات:

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي من خلال أداة تحليل المحتوى لجمع مختلف البيانات، ولقد تم تصميم استمارة تحليل المحتوى بناء على السياق التالي:

1. وحدات التحليل

لقد تم الاعتماد على وحدة الفكرة كمعيار أساسي لتحليل مضامين المواضيع، حيث مكنتنا من تحديد وتصنيف المواضيع ضمن المجالات التي وردت فيها، إضافة إلى استخدام وحدة الكلمة لسهولة التليل على جغرافية المواضيع.

2. فئات التحليل

تم استخدام فئة الموضوع وفئة الشكل لتحليل المادة الإعلامية كالتالي:

1.2. فئة الموضوع: ماذا قيل؟

تتكون هذه الفئة بدورها من مجموعة فئات فرعية هي: الموضوع/ المصدر / الجمهور المستهدف / الاتجاه

أ- فئة الموضوع:

يتم من خلالها الكشف عن مراكز الاهتمام في محتوى المادة الإعلامية وعلى اعتبار أن موضوع كبار السن بطبيعته موضوعاً يحس شريحة حساسة في المجتمع فقد جاء تقسيم الفئات الفرعية كالتالي:

➤ فئة قضايا تشريعية (التقاعد...قوانين...الخ)

- قضايا اجتماعية(العقوق..ديار العجزة..الرعاية... العنف ضدهم...الانتحار... الخ)
- حالات فردية (إجرام..وفاة...زواج...طلاق... الخ)
- قضايا صحية(الأمراض..الأدوية..العلاج... الخ)
- قضايا اقتصادية(الأجور..الضمان الاجتماعي...الامتيازات...المنح.... الخ)

ب- فئة المصدر:

وتتشكل من الفئات الفرعية التالية:

- ✓ مراسل .
- ✓ مبعوث.
- ✓ وكالة أنباء.
- ✓ تحرير مركزي.
- ✓ أقلام أخرى.

ج- فئة الجمهور المستهدف:

وتتكون من الفئات الفرعية التالية:

- ✓ الرأي العام.
- ✓ كبار السن.
- ✓ المجتمع المدني.
- ✓ المسؤولون وصناع القرار.

د- فئة الاتجاه: وتظم الفئات الفرعية التالية

- ✓ مؤيد
- ✓ معارض
- ✓ محايد

2.2. فئة الشكل: كيف قيل

وتتكون من الفئات الفرعية التالية: العنوان / القالب / تاريخ النشر / التفاعلية / مكان النشر في الموقع

أ- فئة العنوان:

تنقسم إلى: إخباري / مقارن / تساؤل / وصفي / غريب / نقدي / مثير / مقتبس.

ب - فئة القالب:

تنقسم إلى: الخبر الصحفي / التحقيق الصحفي / مقال / الروبورتاج الصحفي/الحديث الصحفي .

ج- فئة تاريخ النشر :

تنقسم إلى :

2016 - 2015

2017 - 2016

2018 - 2017

2019 - 2018

2020 - 2019

2021 - 2020

د- فئة التفاعلية:

تنقسم إلى: عدد المشاهدات / عدد التعليقات.

هـ - فئة مكان النشر في الموقع:

قسمت هذه الفئة على حسب تقسيم موقع الشروق ذاته وجاءت كالتالي:

بوابة الشروق / جواهر الشروق / منتديات الشروق / الشروق العربي

وتم استثناء الأقسام ذات الوسائط المتعددة مثل إذاعة الشروق وقنوات الشروق.

و- فئة الصورة المرفقة

وقد قسمت هذه الفئة إلى الفئات الفرعية التالية:

- صورة كبير في السن: وتشمل أي صورة يظهر فيها شخص مسن أو مجموعة من المسنين

- صورة إدارة: وتشمل صور هيكل أو واجهة إدارة معينة

- بدون صورة

IV. عينة الدراسة:

اعتمد الباحث في استخراج مفردات العينة، من خلال الولوج إلى خاصية البحث الإلكتروني لموقع الشروق أون لاين الجزائري، (<http://www.echoroukonline.com/ara/definition.html>) واستخدام الكلمات المفتاحية التالية: كبار السن - مُسنون - عجزة - شيخوخة - مسن - مسنة، وقد تم البحث بصيغتي التعريف والتذكير من أجل زيادة فرص ظهور كل ما يتعلق بالموضوع العام، وقد أفرزت نتائج البحث في الأرشيف الإلكتروني للموقع على 110 موضوعاً، ظهرت فيه الكلمات المفتاحية الدالة، وقد قام الباحث باستبعاد المواضيع التي ظهرت فيها أحد هذه الكلمات عرضياً دون وجود موضوع يتعلق بهم، أما الـ 110 المتبقية قد تم عزل المواضيع التي تناولت كبار السن كحالات فردية، وتم الاعتماد على المواضيع التي بها قضايا ذات الاهتمام المشترك لفئة كبار السن، وقد كان عدد مفردات هذه القضايا في النهاية 60 قضية فقط ذات اهتمام مشترك.

V. عرض نتج الدراسة التحليلية:

1. عرض النتائج المتعلقة بفئات ماذا قيل؟

1.1. توزيع عينة الدراسة على حسب طبيعة الموضوع المعالج

جدول رقم 01 يوضح طبيعة الموضوع المعالج

النسبة %	التكرار	طبيعة الموضوع
7.3	8	قضايا تشريعية (التقاعد..قوانين...الخ)
18.2	20	قضايا اجتماعية(العقوق..ديار العجزة..الرعاية... العنف ضدهم...الانتحار... الخ)
45.5	50	حالات فردية (إجرام..وفاة...زواج...طلاق... الخ)
16.4	18	قضايا صحية(الأمراض..الأدوية..العلاج)
12.6	14	قضايا اقتصادية(الأجور..الضمان الاجتماعي...الامتيازات..المنح...)
100	110	المجموع

يوضح الجدول رقم 01 توزيع عينة الدراسة على حسب طبيعة الموضوع المعالج، حيث جاءت النسبة الأكبر في شكل مواضيع تتعلق بحالات فردية وذلك بنسبة 45.5%، ويتعلق ذلك بمواضيع تخص حالات بعينها كقتل مسن أو مسنة أو وفاة معمرة أو وفاة مسن بحادث، إضافة إلى بعض ما يتعلق بالمواضيع غير المألوفة كزواج مسن أو اشتراكه في جريمة وغيرها من المواضيع غير ذات علاقة بالاهتمام المشترك لقضايا كبار السن عامة، يليها مباشرة مواضيع القضايا الاجتماعية بنسبة 20% وتعلق أغلبها بمسائل رعاية كبار السن والتطرق للأجراءات الجديدة المستحدثة في هذا السياق، إضافة إلى ما يخص دور العجزة وظواهر مثل العقوق والتعنيف ضد كبار السن من العائلة والأبناء وغيرها من المسائل الاجتماعية، تأتي في المرتبة الثالثة القضايا الصحية وذلك بنسبة 18%، أين كان التركيز على صحة كبار السن أثناء شهر رمضان أو في شهر الصيف، وما تعانیه هذه الفئة في هذه الظروف الخاصة، أما المرتبة الرابعة فقد كانت للقضايا الاقتصادية وذلك بنسبة 14% حيث كان هناك متفرقات تتعلق بزيادة منحة التقاعد أو بعض الامتيازات مثل العمرة والسكن وبعض القضايا المتعلقة بالضمان الاجتماعي وغيرها، أما المرتبة الأخيرة فكانت تتعلق بالقضايا التشريعية بنسبة 8% ويتعلق الأمر بالحديث عن بعض القوانين المطروحة في البرلمان فيما يخص عقوبات ضد الابناء الذين يودعون آباءهم في دار المسنين وقوانين حماية المسنين.

2.1. توزيع عينة الدراسة على حسب فئة المصدر:

جدول رقم 02 يوضح فئة مصدر الموضوع

المصدر	التكرار	النسبة %
وكالة أنباء	5	8.3
تحرير مركزي	55	91.7
المجموع	60	100

ابتداءً من هذا الجدول سيكون التعامل مع 60 قضية فقط من بين القضايا السابقة وهي القضايا ذات الاهتمام المشترك لكبار السن، ومن خلال الجدول رقم 02 نلاحظ أن 91.7% من المواضيع كانت عبارة عن تحرير مركزي من طرف صحفيي الجريدة، يليها نسبة 8.3% كان الاعتماد فيها على وكالات الأنباء بنسبة حيث كانت أغلب المواضيع يشار في بدايتها فقط إلى وكالة أنباء دون ذكر الوكالة إلا في حالات قليلة جداً تكون الوكالة المعتمد عليها كمصدر مذكورة بالاسم، وهنا نشير على عدم وجود مواضيع تناولت قضايا كبار السن بأقلام أكاديمية متخصصة أو باحثين في المجال من أخصائيين نفسانيين واجتماعيين وغيرهم.

3.1. توزيع عينة الدراسة على حسب فئة الجمهور المستهدف:

جدول رقم 03 يوضح فئة الجمهور المستهدف

الجمهور	التكرار	النسبة %
الرأي العام	46	76.7
كبار السن	10	16.6
المسؤولون وصناع القرار	4	6.7
المجموع	60	100

يبين لنا الجدول رقم 03 أن النسبة الأكبر من المواضيع تتضمن خطاباً موجهاً إلى الرأي العام بنسبة 76.7% وهذا شيء غير مجدي إذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن قضايا كبار السن يختص بفئة هشة تقع مسؤوليتها على جهات بعينها داخل الأسرة من جهة وفي الأجهزة الحكومية من جهة الأخرى، حيث نرى أن طرح الموضوع موجهاً على عمومهم للرأي العام فيه تفتيت لأهميته مع الوقت وهذا يعمل على تعزيز الواقع الراهن وإبقائه على ما هو عليه بدل تحريك القضية في اتجاه اتخاذ قرارات حاسمة وتنفيذية تصب في مصلحة كبار السن، أما النسبة المئوية 16.6% فكانت موجهة لكبار السن ذاتهم وأغلبها كانت من القضايا الصحية أين كان الخطاب يحمل صيغة مناشدة ونداء، أما الفئة الأقل من المواضيع فكانت موجهة إلى صناع القرار بنسبة 6.7% وقد كانت عبارة عن

إشارات مباشرة وغير مباشرة في المواضيع إلى ضرورة الاهتمام بكبار السن دون أن يكون هناك خطاب مباشر وتحميل مباشر للمسؤولية لجهة ما.

4.1. توزيع عينة الدراسة على حسب الاتجاه:

جدول رقم 04 يوضح الاتجاه

الاتجاه	التكرار	النسبة %
مؤيد	13	21.7
معارض	12	20
محايد	35	58.3
المجموع	60	100

من خلال الجدول رقم 04 نلاحظ أن نسبة 58.3% من المواضيع جاءت ذات اتجاه محايد، وتعلقت أغلبها بالمواضيع ذات الطبيعة الخيرية أين يغيب رأي وموقف الصحفي، في حين أن نسبة 21.7% كانت تتبنى التأييد فيما يتم طرحه من قضايا خاصة فيما يتعلق بالقضايا التي تمس إجراءات تخدم فئة كبار السن، أما نسبة 20% فقد كانت تحمل اتجاهات معارضة وأغلبها تعلق بالقضايا الصحية أين ناقشت أغلبها تقصير كبار السن في احترام توجيهات الأطباء وعدم التقيد بالاحتياطات الصحية .

2. عرض نتائج الدراسة المتعلقة بفئات الشكل (كيف قيل؟)

1.2 توزيع عينة الدراسة على حسب نوع العنوان الصحفي المستخدم:

جدول رقم 05 يوضح نوع العنوان الصحفي

نوع العنوان	التكرار	النسبة %
إخباري	30	50
مقارن	4	6.7
تساؤل	3	5
وصفي	8	13.3
غريب	1	1.7
نقدي	3	5
مقتبس	4	6.6
مثير	7	11.7
المجموع	60	100

يبين الجدول رقم 05 أن العنوان الإخباري يمثل أعلى نسبة في المواضيع عينة الدراسة بنسبة 50% يليه مباشرة العنوان الوصفي بنسبة 13.3%، في حين جاء العنوان المثير بنسبة 11.7%، وباقي العناوين جاءت في شكل عنوان مقارن بنسبة 6.7%، بعدها العنوان المقتبس بنسبة 6.6%، ثم النقدي والتساؤل بنسبة 5% لكل منهما، وأخيرا العنوان الغريب بنسبة 1.7%. إن للعناوين الصحفية وظائف عديدة تؤديها، من بينها أنها تعمل على تلخيص الخبر وتعتبر كمقدمة للموضوع المنشور، كما يمكنها تقديم فكرة سريعة للقارئ، كما أن هناك العديد من الوظائف الإخراجية للعنوان، وقد جاءت النسبة الأكبر للعنوان الإخباري الذي يحمل معلومات عن الموضوع المصاحب له بجياد، أما عن العنوان الوصفي الذي جاء في المرتبة الثانية فهو يعمل على خلق صورة وصفية في ذهن القارئ عن الموضوع في اتجاه معين، في حين أن العنوان المقتبس غالبا ما يكون اقتباسا من تصريح للشخصية المحاوره في الموضوع أو اقتباسا من آية قرآنية تتوافق مع المضمون المطروح في الموضوع.

2.2. توزيع عينة الدراسة على حسب القالب الصحفي المعالج

جدول رقم 06 يوضح القالب الصحفي الذي عولج فيه الموضوع

النسبة %	التكرار	القالب الصحفي
50	30	الخبر الصحفي
0	0	التحقيق الصحفي
6.7	4	مقال
33.3	20	الروبورتاج الصحفي
10	6	الحديث الصحفي
100	60	المجموع

يدعم الجدول رقم 06 نتائج سابقه حيث نلاحظ أن النسبة الأكبر للمواضيع جاءت ضمن قالب الخبر الصحفي 50%، يأتي قالب الروبورتاج الصحفي في المرتبة الثانية بنسبة 33.3%، ويشمل روبورتاجات حول بعض القضايا الاجتماعية والصحية تخص كبار السن، ثم قالب الحديث الصحفي بنسبة 10%، وأخيرا قالب المقال بنسبة 6.7% وتقييمنا لهذا بأنه مشكلة كبيرة أين تغيب المقالات المتخصصة التي تعالج مشاكل وقضايا كبار السن وتحاول إيجاد واقتراح الحلول لها، بينما لم نسجل أي ظهور لقالب التحقيق الصحفي.

3.2.

توزيع عينة الدراسة على حسب تاريخ نشر الموضوع

جدول رقم 07 يوضح تاريخ نشر الموضوع في الموقع

النسبة %	التكرار	تاريخ النشر
10	6	2016-2015
6.7	4	2017-2016
13.3	8	2018-2017
6.7	4	2019-2018
26.7	16	2020-2019
36.6	22	2021-2020
100	60	المجموع

من الجدول رقم 07 نلاحظ أن 36.6% من العينة قد نشرت في السنتين الأخيرتين أي بين 2021-2020 أما بين 2020-2019 فكانت النسبة 26.7%، يليها نسبة 13.3% بين 2018-2017، في حين كان حضور المواضيع ضعيفا جدا بين 2016-2017 وبين 2018-2019، فإذا ما أخذنا بعين الاعتبار أن الموقع قد تم اطلاقه سنة 2005 ومر بمراحل عديدة، أما سنة 2009 فتعتبر التاريخ الفعلي لإعلان الموقع كصحيفة الكترونية مستقلة، لكن في الغالب وجدنا إن من أهم الدوافع للتطرق إلى موضوع يخص قضايا كبار السن يرجع إلى سببين رئيسيين هما إما تغطية لحدث ما، أو ظهور أزمة وقتية تحتم تناول الموضوع.

4.2.

توزيع عينة الدراسة على حسب التفاعلية

جدول رقم 08 يوضح مشاهدات الجمهور

النسبة %	التكرار	المشاهدات
20	12	أقل من 100
13.3	8	من 100 إلى 1000
10	6	من 1000 إلى 2000
16.7	10	من 2000 إلى 3000
26.7	16	من 3000 إلى 4000
5	3	من 4000 إلى 10000
8.3	5	أكثر من 1000
100	60	المجموع

رغم أن اعتماد إحصاءات المواقع حول عدد قراءها يبقى غير ذات قيمة علمية صادقة وذلك لاعتبارات تقنية وفنية، إلا أنه يمكن الاعتماد عليها كمؤشرات مبدئية لتحليل الواقع الراهن، فالقراءة الأولية للجدول تبين لنا فعلا أن هناك أرقام ذات قيمة لقراء المواضيع المختارة تراوحت بين ال 1000 وأكثر من عشرة آلاف بتوزيعات متقاربة، فيما تجدر الإشارة إلى أن الأرقام الواردة في الجدول موقوفة على تواريخ وأوقات أخذ العينة من الأرشيف الإلكتروني للموقع وقد حاول الباحث الوقوف على اهم الأسباب والعوامل التي تؤدي إلى زيادة نسبة القراءة لموضوع ما وقد توصلنا إلى التالي:

- 1- **طبيعة العنوان:** فكثير من العناوين الغريبة أو التي تتضمن تساؤلا في الغالب تثير فضول القارئ وتجعله يدخل إلى رابط الموضوع مثل: زواج المسنين بصغيرات السن يتحول إلى موضة ! أو مثلا: انتشار ظاهرة "طلاق المسنات" بسبب مراهقة "الشيخوخة"
- 2- **طبيعة الموضوع:** بعض الموضوعات رغم عدم شعبية كتابها إلا أن خصوصية الموضوع المتناول تجذب القراء مثل موضوع يتحدث عن تشريع قوانين وأحكام بالسجن وغرامات مالية في حق من يودع والديه دور المسنين، أو مثل موضوع يتحدث عن اعتماد مؤسسات أو نساج لرعاية المسنين في البيوت.
- 3- **طبيعة الشخصية محل الموضوع:** مثل الموضوعات التي تناولت كبار سن مشهورين كان يكونوا رياضيين سابقين أو فنانيين سابقين أو غيرهم من الشخصيات السياسية المعروفة، والتي بطريقة أو بأخرى وجدت نفسها ضمن قضية من قضايا كبار السن.

جدول رقم 09 يوضح تعليقات الجمهور

النسبة %	التكرار	التعليقات
41.7	25	لا تعليق
33.3	20	من 1 إلى 10
18.3	11	أقل من 100
6.7	4	أكثر من 100
100	60	

حتى في أكثر المواضيع قراءة ليس بالضرورة أن تحظى بنسبة تعليق معينة، فالجدول رقم 09 يوضح أن نسبة 41.7% من المواضيع كانت دون تعليق، و33.3% كانت تحوي أقل من 10 تعليقات وهو رقم ضعيف جدا، أما نسبة 18.3% فتمثل مواضيع تعليقاتها أقل من 100، وفي الأخير نسبة 6.7% للتعليقات الأكثر من المائة. حاول الباحث الوقوف عند اهم المواضيع التي نالت تعليقات كبيرة ولو نسبيا من أجل كشف العوامل الدافعة بالجمهور للتعليق فوجدنا أن:

- 1- **موضوعات تحمل قضية رأي عام:** مثل قضية تتعلق بدار مسنين تطرد 5 مقيمات إلى الشارع في عز الشتاء، أو قضية تتعلق بأبناء يجسسون أمهم المسنة داخل قفص حديدي... الخ، ففي الموضوع استفزاز للوعي الجمعي، وبالتالي تزيد احتمالية الرد أو المشاركة في الموضوع.
 - 2- **قضية تنافي طرح اجتماعي متوارث ومتعارف عليه:** مثل قضية الونسية الموضحة الجديد أين يستأجرها الأبناء بمبالغ خيالية لتعويض غيابهم ورعاية أوليائهم عند الكبر، مثل هذا الطرح سوف يلقي من المؤيدين المدافعين بحجج والمعارضين العاطفيين وكلاهما يشارك في التعليقات.
 - 3- **النعرات الطائفية في التعليقات:** فمن خلال تأملنا وتحليلنا لأغلب المنشورات التي حازت على تعليقات كبيرة، وجدنا بأن ما يفوق 95% من هذه التعليقات لا ترتبط بالموضوع المنشور بقدر ما هي ردود متبادلة بين المعلقين وقد تخرج عن السياق الأصلي في كثير من الأحيان.
- عموما حتى بالنسب المأخوذة في الدراسة إلا أن حضور التعليقات كدليل للمشاركة والتفاعل يظل ضعيفا جدا يكاد يكون منعدما.

5.2 توزيع عينة الدراسة على حسب مكان النشر في الموقع

جدول رقم 10 يوضح مكان نشر الموضوع في الموقع

النسبة %	التكرار	مكان النشر
25	15	بوابة الشروق: قضايا المجتمع
36.7	22	بوابة الشروق: الجزائر
23.3	14	بوابة الشروق: منوعات
15	9	جواهر الشروق: أخبارها
100	60	المجموع

رغم أن تقسيم موقع الشروق أون لاين يظم حاليا تسعة أقسام رئيسة لكل قسم عدد من الأقسام الفرعية، إلا أن قسمين فقط قد ظهرت فيهما عينة الدراسة، فمن خلال الجدول رقم 10 حيث جاءت النسبة الأكبر للمواضيع المعالجة والمتعلقة بقضايا كبر السن في قسم بوابة الشروق وذلك بنسبة إجمالية 85%، وقد انقسمت هذه النسبة على ثلاثة أقسام فرعية تحت قسم بوابة الشروق، حيث نسبة 36.7% ظهرت في فرع الجزائر من قسم بوابة الشروق، وفي المرتبة الثانية فرع قضايا المجتمع بنسبة 25%، تليها نسبة 23.3% في فرع منوعات، أما في المرتبة الأخيرة فقد ظهرت في قسم جواهر الشروق بالضبط في فرع أخبارها وتعلق الأمر بالقضايا التي تخص فئة الإناث.

نلاحظ ان تركز المواضيع جاء في أقسام قليلة وغير موزع على مختلف الفروع بل جاء في أقسام قليلة جدا مقارنة بالتوزيع الموجود في الموقع، إلا أن هذا التوزيع من شأنه توجيه الموضوع إلى قراء بعينهم وتغييره على فئة قراء أخرى، فالتقسيم المعتمد تقريبا هو تقسيم فقوي للمضامين وبالتالي تقل احتمالات وصول الجمهور العام لمثل هذه المواضيع

وفقا لتقسيم يعتمد الاهتمامات الخاصة، من جهة اخرى غاب تقريبا تناول الموضوع في اقسام الرأي أين يكون التحليل الدقيق لقضايا كبار السن، والمناداة بالالتفاف حول مشاكلهم ومسائلهم من طرف أعلام متخصصة.

6.2. توزيع عينة الدراسة على حسب فئة الصورة المرفقة

جدول رقم 11 يوضح طبيعة الصورة المرفقة

النسبة %	التكرار	الصورة المرفقة
25	15	صورة كبير في السن
8.3	5	صورة إدارة
66.7	40	صورة ارشيفية
0	0	كاريكاتير
0	0	بدون صورة
100	60	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 11 أن النسبة الأكبر من الصور المرفقة بالمواضيع المنشورة كانت عبارة عن صور أرشيفية وذلك بنسبة 66.7%، وقد تم الاستدلال على ذلك من خلال الملاحظة المدونة أسفل الصورة بأنها من الأرشيف، وغالبا ما تكون الصورة تحمل قيمة مقارنة لما هو مطروح في الموضوع وهذا يفتح بابا آخر للنقاش حول استخدامات الصورة الصحفية وإن كان الأمر يتعلق بمجهود أقل للصحفي أم بقيود النشر التي تتعلق بالجوانب القانونية من جهة وبذهنية من يمكن أن تنشر صورته مع الموضوع المطروح من جهة أخرى، أما في المرتبة الثانية فكانت الصور المرفقة عبارة عن صورة كبير في السن إما مسن أو مسنة او مجموعة من كبار السن وذلك بنسبة 25%، وغالبا ما كانت هذه الصور مأخوذة إما من شبكة الانترنت أو من الارشيف أيضا ولا تتعلق مباشرة بالفئة التي يتناولها الموضوع المنشور، المرتبة التالية جاءت الصور المرفقة عبارة عن صور لإدارة وذلك بنسبة 8.3% حيث كانت تتعلق بالإدارة التي غالبا ما تطرح مرتبطة بقضايا كبار السن مثل المستشفيات والضمان الاجتماعي أو وزارة السكن وغيرها، في حين لم نجد مواضيع طرحت بدون صورة مرفقة أو مواضيع مرفقة بكاريكاتير صحفي.

VI. الخاتمة:

جاءت الموضوعات عشوائية لا تخضع لاستراتيجية واضحة من إدارة تحرير الموقع وهذا ما يعكسه التشتت الواضح لتوزيع المواضيع في أبعادها الاجتماعية والاقتصادية وغيرها، في حين جاءت المواضيع التي تتناول قضايا تتعلق بمجالات فردية من كبار السن هي الأكثر تناولا ضمن الموقع، وأغلبها تتعلق بجرائم وسلوكات وظواهر ارتكبتها أشخاص مسنون تم التطرق لها باستغلال بعد الإثارة فيها وليس طرحا موضوعيا، ونبته إلى أن هذا يعتبر توجه الصحافة الصفراء وليس الإعلام الموضوعي.

رغم وجود عناوين كثيرة جيدة إلا أنه الفئة الأكبر تفتقر إلى الاحترافية في صياغة العناوين، حيث ترى المدرسة الأمريكية والأوروبية أن المخرج الصحفي هو من يقوم بصياغة العناوين للموضوعات من أجل ضمان أكبر قدر من الاحترافية، أما المدرسة العربية فترى أن محرر الموضوع هو من يجب أن يقوم بتحرير عنوان موضوعه وهو الاتجاه السائد في عينة الدراسة، أما الاتجاه الحديث فيرى ضرورة وجود قسم خاص ومحررين متخصصين في وضع العناوين للموضوعات، كما أن نسبة كبيرة من الموضوعات نسبت إلى وكالات انباء مجهولة، أي الاكتفاء بكتابة وكالة أنباء دون الإشارة إلى اسمها.

لا توجد منهجية واضحة لاستهداف وخدمة قضايا كبار السن انطلاقاً من التطرق لمواضيع محددة ودقيقة الطرح، فبعض المواضيع التي تحتاج التوجه بها لصناع القرار نجد معالجتها تمت لتوجه للرأي العام، وبعضها الذي مفترض أن يوجه للرأي العام نجد يخاطب كبار السن، فالمواضيع التي عولجت ضمن الأقسام الخاصة للموقع متقاربة الاتجاهات فلا نجد فرقا بين موضوع وضع في قسم بوابة الشروق: قضايا المجتمع والآخر الموجود في بوابة الشروق: الجزائر، ما يدفعنا إلى القول بأن اعتبارات إدارة الموقع في رصف المواضيع هي اعتبارات تقنية فنية وليست أكاديمية.

عدم تناول مواضيع وقضايا كبار السن في أقسام الرأي نعتبر أن فيه تهميشا غير مباشر لهذه المواضيع ووضعها مساق المواضيع العادية وليست الجادة والتي يجب أن تصنف بالمواضيع الطارئة نظرا لما أصبحت تحتله هذه الفئة في مختلف الدولة المتقدمة في العالم أين يطرحون قضايا من مساهمة كبار السن في التنمية وليس حصر قضاياهم كما هو لدينا في الأمور الصحية والحج والعمرة وغيرها من المواضيع الكلاسيكية، من ناحية أخرى فإن غياب تناول قضايا كبار السن ضمن قالب الاستطلاع والتحقيق رغم أن طبيعة الموضوع تحتاج فعلا إلى استطلاعات رأي لتسليط الضوء عليها، وإلى تحقيقات تكشف الاحتياجات الفعلية لهذه الفئة.

رغم أن تناول المواضيع كان في نسبة كبيرة منه معالجا في سياق موجه لمخاطبة الرأي العام إلا أن توزيع عينة الدراسة 60 موضوعا ذات اهتمام مشترك بقضايا كبار السن على السنوات من 2015 الى 2021 يضعف من تأثيرها، فالمفترض أن تكون هناك برمجة واضحة لهذه المواضيع مبنية على خطة استراتيجية وأهداف مسبقة.

للأسف فإن نسب مشاهدة المواضيع التي توصلت إليها الدراسة رغم ارتفاعها نسبيا إلا أنها لا تعد دليلا كافيا على قياس المقروئية، فبإمكان الفرد ان يدخل إلى رابط الموضوع ويحتسب ضمن المشاهدات، ولكنه لا يكمل القراءة ويكتفي بالعنوان أو بعض الأسطر ويخرج، وهنا لا يمكن اعتبار النسب ذات مؤشرات فعالة.

تميز طرح المواضيع المتعلقة بكبار السن بالمناسباتية في تناول أين ترتبط أغلب المواضيع إما بمناسبات معينة تخص هذه الفئة، أو تزامنا مع صدور قانون معين أو حدث ما، وهذا مؤشر على غياب استراتيجية إعلامية هادفة لتأدية الدور الإعلامي المفترض تجاه هذه الفئة، والتي لا تقتصر على المناسبات وإنما هي التي يجب أن تفرض جدولا زمنيا له أهداف قصيرة المدى وأخرى طويلة المدى.

قائمة المراجع:

الكتب:

- 1- أحمد عبد اللطيف، رشاد، 2001، الرعاية الاجتماعية المتكاملة للمسنين، مركز نور الإيمان للطباعة، القاهرة.
- 2- أحمد، سني، 2015/2014، تقدير الذات وعلاقته بالتوافق النفسي لدى المسن، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الأسري، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة وهران 2.
- 3- بركات، وجدي محمد، 2009، أهمية التدخل المهني لإعداد برامج تلبية احتياجات المسنين، ورشة العمل الخليجية للعاملين والمتطوعين في مجال رعاية كبار السن، مملكة البحرين.
- 4- حميش، عبد الحق، 2010، رعاية الشيخوخة في الإسلام، دار الأرقم بن أبي الأرقم، الشارقة.
- 5- عيساني، رحيمة الطيب، 2018، مدخل الى الاعلام والاتصال، عالم الكتب، الاردن: عمان.

مواقع الانترنت:

- 1- <https://bit.ly/3HceeXH>
- 2- <https://bit.ly/3qfz8ya>
- 3- <https://bit.ly/3syMt7s>
- 4- <https://bit.ly/3yROHjo>
- 5- <https://bit.ly/3HaX7oT>
- 6- <https://bit.ly/3JdNoAb>
- 7- <https://bit.ly/32kyKXe>
- 8- <http://www.echoroukonline.com/ara/definition.html>