

## الفصل السادس

### جمهورية وسائل الإعلام الروسية

مقدمة:

خلال الخمسة عشرة عاما الماضية تحولت روسيا من دولة قارئة للصحف إلى دولة مشاهدة للتلفزيون، فقد زاد عدد قنوات التسلية والترفيه وزاد جمهورها بشكل دائم ووصلت إلى نصف الشعب الروسي في المدن الصغيرة والقرى، و٩٥٪ في العواصم والمدن الكبرى.

وتشير المسوح التي أجريت في العشر سنوات الأخيرة أن الإنترنت قد أخذ مكان الصحف خاصة بين النخب والشباب المتعلم ذوي المستوى الاقتصادي المرتفع.

ويبدو أن الصحف الورقية لا تستجيب لحاجات الطبقة الوسطى الروسية في الوقت التي أصبح فيه الإعلام الإلكتروني والمجلات الورقية المتخصصة أكثر أهمية وانتشارا، وفي العموم شكلت الأخيرة نفسها على مثال وسائل الإعلام الغربية ونجحت في الاحتفاظ بجمهورها وزيادته.

ومنذ انهيار الاتحاد السوفيتي السابق في ١٩٩١ ووسائل الإعلام الروسية تواجه فترات متعاقبة من الاضطراب وعدم الاستقرار، وكنتيجة للإصلاح الاقتصادي وإعادة تشكيل الأسواق فإن توزيع الصحف شهد سقوطاً سريعاً وتحولت روسيا من دولة قارئة للصحف إلى دولة مشاهدة للتلفزيون.

وشهدت روسيا ظهور إمبراطوريات إعلامية وحروباً معلوماتية في ظلها تصادمت وتقاتلت مجموعات سياسية واقتصادية على امتلاك وسائل الإعلام وعكست هذا الصدام مضامينها، ولكن رئاسة بوتين أنهت كل ذلك وسانده الرأي العام في ذلك، وزادت سيطرة الدولة على قنوات التلفزيون القومية، في الوقت الذي ظلت الصحف خاصة على المستوى الجهوي والإقليمي تتلقى الدعم السياسي والاقتصادي من الحكومة وحققت تنوعاً كبيراً في المقاطعات الثلاثين للاتحاد الروسي.

في نفس الوقت، زادت النزعة التجارية لوسائل الإعلام الروسية وزادت عوائد الإعلانات بشكل سريع على الرغم أن عددا محدودا من وسائل الإعلام هذه وصلت لمستوى الوسائل في غرب أوروبا وأمريكا الشمالية، وبشكل تدرجي شكلت وسائل الإعلام الترفيهية الروسية نفسها إداريا على غرار النموذج الغربي.

وفي الوقت الذي أجريت عدد كبير من الدراسات حول مدى انتشار وسائل الإعلام الروسية، فإن قليل منها نجح في التخلص من التوصيف إلى التحليل، قليل منها فقط من استخدم مداخل نظرية مثل استخدامات وإشباع هذه الوسائل، ومدى اعتماد الجمهور الروسي عليها.

وتعد دراسات الباحث الفنلندي (جوكا بيتالانين) هي الأنضج والأشمل في هذه الفترة، وهدفت إلى تفسير أسباب اختلاف الجمهور الروسي وتقسيماته مستخدمه مدخل الاستخدامات والإشباع الذي يعطي أهمية لتوصيف هذا الجمهور ليس كأفراد ولكن كجماعات وكطبقات للمجتمع الروسي.

ولأن توزيع استثمارات البحوث أمرا يرتبط بالأمن القومي لا بد من أن توافق عليه السلطات الروسية فقد تم استبعاد مناطق إنتاج البترول والمواد الخام، وكذا استبعاد الجمهوريات الإسلامية في الجنوب ذات القلاقل والمطالبات بالانفصال.

#### أولا: التلفزيون .. الوسيلة الإعلامية السائدة في روسيا

على الرغم من الأهمية التي تعطيها التقارير العلمية والصحفية عن انتشار الإنترنت في روسيا ووسائل محاصرته، فإن التلفزيون يظل الوسيلة ذات الشعبية الجارفة التي تشكل التيار السائد لوسائل الإعلام.

وترك «تطهير» قنوات التلفزيون من أي تغطية مستقلة متوازنة آثاراً سلبية هائلة على الجمهور، عندما جعل الرئيس بوتين التحكم في التلفزيون من ضمن أولوياته المهمة منذ قدومه إلى السلطة في عام ٢٠٠٠ ووجه جهوده للسيطرة عليه.

ونتيجة للفجوة بين الأغنياء في المدن والفقراء في الريف والمدن الصغيرة، فإن الأخيرين يعتمدون على التلفزيون بشكل كامل في معرفة ما يدور في بلادهم والبلاد الأخرى، وتستخدم السلطة كل إستراتيجية ممكنة لجعل الأصوات المعارضة غير مرئية على الإطلاق في تقارير وبرامج التلفزيون، فلا مجال لاستضافة النشطاء والشخصيات المعارضة أو الاقتراف من كلامهم.

ليس على الساحة الإعلامية إلا رؤية الكرملين للعالم وللأشياء والشخصيات التي يعتمد عليها الكرملين في التعليق على الأحداث، وهذا يساعد النظام على إجبار الجماهير على اللجوء لسبيل مباشر شبه وحيد لاستقاء الأنباء يمثل قاعدته السياسية.

ويثبت تحليل المضمون أن أغلب التعليقات مؤيدة لكرملين وناقدة للمعارضة وإن قلّ تعرض الجماهير للقنوات نسبياً من ٨٧٪ عام ٢٠٠٠ إلى ٧٣٪ عام ٢٠١٢ للقنوات الرئيسية وهي: الأولى، روسيا، الثقافة، RTR وقنواتها المحلية.

وتحظي برامج انتقاد المعارضة بشهرة مثل البرنامج الوثائقي (تشريح للمعارضة) على قناة NTV التي تملكها مجموعة البترول والغاز الطبيعي Gazporm والتي زعمت أن مظاهرات ومسيرات ٢٠١١ المعارضة على حكم بوتين والمطالبة باستقالته وانتخابات حرة كانت مدفوعة من قبل منظميها، فيما وصفت المعارضة هذا البرنامج بأنه دعاية وقحة للسلطة في روسيا.

ومن الجدير بالذكر أن القنوات التلفزيونية الحكومية والتي دأبت على تجاهل المسيرات المناصرة لبوتين، غيرت من سياستها وبدأت في نقل صورة قريبة مما يحدث بالفعل في ديسمبر ٢٠١٢، وهو ما جعل المشاهدين الروس يثقون في تغطيتها بدلاً من التحول عنها تماماً، بل وأظهرت المعارض الكسي نفالي الذي جعل من مهاجمة الفساد الحكومي نقطة تركيزه الأساسية.

وقد لاحظ الباحث ليف جودكوف أن التلفزيون نجح في بناء دعماً جماهيرياً للقانون الذي سنته الحكومة الروسية، والذي يمنع تبني الأمريكيين للأيتام الروس تحت زعم تعرضهم للتعذيب والاستغلال الجنسي.

ومن أجل إخراس الألسنة التي تنتقد الكرملين بصراحة مثل مقدم البرامج فلاديمير بونزر، هدد البرلمان الروسي بتحرير قانون يمنع مزدوجي الجنسية من الظهور في أي وسيلة إعلامية روسية مثل بونزر إذا أهانوا السلطات.

وكثير من القضايا الحساسة تمنع من النقاش في التلفزيون ومن بينها صحة الرئيس بوتين، ولا يتم تقديم أي أسباب لاعتذار بوتين عن عدم الظهور في برامج تليفزيونية بعد أن يتم الإعلان عنها كما حدث في خريف ٢٠١٢.

أكثر من ٩٨٪ من الجمهور الروسي يشاهد التلفزيون بينما ٦٦٪ فقط يقرأ الصحف ٥٢٪ يستمع للراديو، ٣٨٪ يقرأ الدوريات الثقافية والعلمية.

وتمتلك روسيا قناتان رئيستان هما: القناة الأولى First Channel التي كانت تسمى سابقاً ORT، وقناة روسيا Rossiya التي كانت تسمى سابقاً (RTR).

وتشاهد قنوات NTN والقنوات الترفيهية STS، TNT عدة مرات في الأسبوع وجميع القنوات كانت جماهيرية منذ أواسط التسعينات ولكن الأخيرتين تشاهدان أكثر في المدن الكبيرة (أكثر من ١٠٠ ألف نسختة) ومن قبل الشباب، وكذا قناة الجيش الروسي زفيزستا (قناة النجم) وقناة الكنيسة الأرثوذكسية Saviour، وقناة Ren - TV التي توصف بأنها آخر قناة روسية مستقلة.

ويعتبر التلفزيون أهم مصدر للمعلومات لقطاعات متنوعة من الجمهور الروسي خاصة في القضايا القومية والخارجية وأيضاً في القضايا المحلية، ويعتقد ثلثا الجمهور الروسي أن قنوات التلفزيون الروسية مصدر موضوعي للأخبار وهو الأمر الذي يعتمد عليه بوتين الدعم أجندته السياسية وقد ظهر ذلك في الأزمة الأوكرانية في القرم، إذا ارتفعت شعبيته عقب الأزمة وأعرب ٨٦٪ من الروس عن رغبتهم في إعادة انتخابه.

## ثانياً: الصحف في روسيا .. قارئية متدهورة

تعتبر الصحف مصدراً مهماً للمعلومات المحلية والأقلية ولكنها لا تقارب التلفزيون المسيطر على الجماهير في ذلك، وتقريباً لا يستخدم ثلثا الجمهور الروسي الصحف كمصدر للأخبار.

ويعتبر الراديو والإنترنت مصادر مهمة للأخبار لجزء ضئيل من السكان الروس ويعتمد ذلك على الموضوع المطروح للنقاش ويأتي بعدهما المجالات بحوالي 6,3 فقط يستخدمها كمصدر للمعلومات، ويعد الراديو والصحف الرسمية مصادر هامة في المدن الصغيرة (أقل من 100 ألف نسمة) وفي الريف.

وقد زاد عدد الصحف الورقية والالكترونية وأصبح للجمهور الروسي طيفاً اختيارياً واسعاً من وسائل الإعلام ليختار من بينها أكثر من فترة روسيا السوفيتية بكثير، وفي الوقت الذي كانت فيه الجرائد عددها زهاء 4800 في عام 1990، وصلت إلى 26,058 في عام 2006، أما المجالات والدوريات فزادت من 1160 إلى 19,003 في نفس الفترة.

وكان أهم الظواهر فقدان الصحف الورقية عرشها وجماهيرها، وفيما عدا الراديو والتلفزيون، أصبحت وسائل الإعلام محلية وازدهرت في المقاطعات الجهوية.

وتحولت وسائل الإعلام من معبرة عن رغبة الجماهير في التحول الديمقراطي إلى أدوات للصراع الداخلي على السلطة بين النخب الاقتصادية والسياسية، ثم رجعت رويداً للدور التي لعبته في الفترة السوفيتية كما كينته دعائية واسعة للجمهور مع استثناء أن مصالح الجمهور غير موضوعة في الحساب على عكس الفترة السوفيتية.

وعلى الرغم من أن الإنترنت يزداد استخدامه زيادة مطردة، فإن التلفزيون يتفوق عليه أيضاً فحوالي 83,3 من الجمهور تعتبره المصدر المهم للمعلومات ولكن الإنترنت أكثر أهمية من الراديو والمجلات في ذلك.

ويغلب على استخدام الإنترنت الوصول لمعلومات عن السلع والخدمات  
والمواعيد الرياضية والثقافية، والإنترنت مهم في موسكو العاصمة  
وكذلك المجالات مقارنة بالمدن الصغيرة والريف.

يستخدم الرجال التلفزيون بشكل أكثر قليلا من السيدات الروس  
وضعفين المرأة الروسية في الإنترنت، ولكن النساء تتميز باستخدام الصحف  
الورقية والمجلات كمصدر للمعلومات.

وتعتمد الشرائح الأعلى في المستوى التعليمي على الصحف والمجلات  
والإنترنت بينما يعتمد هؤلاء ذوي المستوى التعليمي الأقل على التلفزيون،  
والأغنياء أقل استخداما للتلفزيون من المتوسطين والفقراء، ويزداد دور  
الصحف والإنترنت كمصدر للمعلومات مع ارتفاع المستوى الاقتصادي  
وبعض القضايا التي تهم هذه النخب لا تظهر في وسائل الإعلام.

تعتبر السنوات من ١٩٩١ - ٢٠٠٤ فترة متقلبة غير مستقرة للإعلام الروسي  
وأوضح شيء فيها الانخفاض الهائل في قراءة الصحف وزيادة الاعتماد على  
التلفزيون، ولأن النخب تطلع على المجلات أكثر من الجرائد الورقية، فإن ذلك  
يعني أن المجلات تحددت نفسها واستجابت لرغبات الشرائح الغنية الإعلامية  
أكثر من الجرائد التي انسحبت من قراءتها حتى الطبقة الوسطى.

فقدت الصحف الورقية جمهورها أساسا بسبب التلفزيون، وفي المدن  
بسبب المجلات والانترنت، وعامة هناك سبب أهم ألا وهو أن الصحف لا تكتب  
عن القضايا التي تهم أغلب الجمهور الروسي.

تعتبر الصحف الورقية وقنوات الخدمة العامة الروسية أقل وسائل الإعلام  
الروسية تحديثاً وأبعدها عن النموذج الغربي، في المقابل فإن قنوات الترفيه  
تشابه القنوات الغربية وكذلك المجلات المتخصصة ومواقع الإنترنت الأكثر  
تصفاً.

وأحد أهم الأسباب للنتيجة السابقة أن الجمهور الروسي لم يتعود على  
القيم العامة المشتركة للميديا الغربية المحايدة سياسيا نظريا على الأقل،  
فالوسائل الإعلامية ( الجرائد - قنوات الخدمة العامة) تعبر عن وجهة النظر

الحكومية التي عادت قوية، وأيضا لأن الصحف الورقية لم تحدث نفسها مقارنة بالتلفزيون التجاري، وفقدت الصحف الورقية الجمهور الذي يسعى إليه المعلنون.

تستعيد المجالات جمهورها عبر كوكبة من المجلات الجديدة التي تناسب أذواق النخب الاقتصادية والتعليمية في المدن والعواصم مقدمه المضمون الذي يحتاجونه ويتمتعون به.

تعتبر المجلات ومحطات الراديو القومية أكثر الوسائل تحديثًا على النمط الغربي وبالطبع فإنه شائع استهلاكها في المدن والعواصم بين الجمهور صغير السن والشباب أكثر من متوسطي السن في المقاطعات وكذلك الأمر بالنسبة للإنترنت.

لم توفق الصحف الورقية لإيجاد دورا جديدا لها في المشهد الإعلامي والسياسي الروسي، والطبقة الوسطى الجديدة لا تشبعها الصحافة الموجودة، وكذلك فإنها ليست مهتمة بالقضايا الحزبية والسياسية قدر اهتمامها بتحسين الأحوال المعيشية والاقتصادية وهو ما لا تهتم به الصحف الورقية عكس التلفزيون التجاري والراديو التجاري والمجلات المتخصصة ومواقع الإنترنت الشائعة وتحتاج روسيا إلى نوع جديد من الصحف الورقية إذا أرادت الصحافة المكتوبة الوجود والاستمرار.

بعض الصحف الورقية (تحديدا كومسومولسكايا برافدا) هي أفضل الصحف توزيعا واحتفاظًا بالجمهور لأنها توحدت مع رغبات شعبية للقراء، في الوقت الذي يأخذ الإنترنت مكان الصحف للطبقة الوسطى والنخب.

في الوقت الذي ارتفع فيه توزيع الصحف الروسية مع سياسة إعادة البناء (البيروسترويكا) في نهاية الثمانينات، تدهور التوزيع مع ١٩٩١ بسبب الانهيار الاقتصادي والتضخم المرتفع جاء بتدهور آخر في ١٩٩٢ و١٩٩٣، فارتفع سعر الجرائد مع وجود ضغوط على الميزانيات المحلية على الرغم من زيادة أعداد الصحف.

ومع عام ٢٠٠٧، كانت هناك صحيفتان لهما توزيع ذو وزن في روسيا وهما: كومسومولسكايا برفادا، وأرجيومني إي فاكتي، والأولى لها توزيع جيد في المدن الصغيرة بينما الأخيرة في موسكو وسان بطرسبرج وفي القرى، وتعتبر صحيفة موسكوفسكي كومسومولتس منافساً قوياً لصيفة كومسومولسكايا برفادا في موسكو.

وتعتبر كومسومولسكايا برفادا جيدة التوزيع بين القراء متوسطي العمر بينما أرجيومنتي إي فاكتي جيدة التوزيع في كل الأعمار ماعدا تحت الثلاثين كونها جريدة أسبوعية متخصصة في التحليل العميق.

الجريدة الثالثة الجماهيرية هي Telesem Antenna وكما يبدو من أسماها فهي متخصصة في عرض قوائم برامج التلفزيون.

الصحفية الرابعة في التوزيع هي جريدة جيزن Zhizn أو الحياة وهي صحيفة نصفية ظهرت ١٩٩١ وكانت جزءاً من مجموعة صحفية إقليمية واسعة ولكنها اندمجت مع أخرى قومية عام ٢٠٠١ وهي صحيفة جيدة التوزيع في المدن المتوسطة.

في المركز الخامس، صحيفة الإثارة الجنسية SPID - Info أو (معلومات للإيدز!!)، وتليها الصحيفة الحكومية روسيسكايا جازيتا Ro - Gazeta ، بعدها صحيفة الاتحاد العمالي السابق المسماة (ترود) Trud أو العمل.

تم تأتي الجرائد المتخصصة وأهمها صحف الرياضة وهي: Sport, Sovetskii sport، والاسم سوفيتي يظهر ببنط صغير وتصدر من سان بطرسبرج صحيفة رياضية أخرى هي Sport den'zadnem منذ عام ٢٠٠٥.

وتعد الصحف المحلية شائعة على المستوى الجهوى والمقاطعات مثل صحيفة (نيران نهر السيفر) Svirskieogni وغيرها من جرائد المقاطعات.

وقد قل توزيع صحف كانت تحظى بتوزيع كبير كما في صحيفة San Petersburg kievdomosti التي تصدر في سان بطرسبرج وقد

انخفاض قارئية الصحف الروسية لكل الأعمار لاسيما في الفئة العمرية

من ١٧ - ٣٠ سنة والذين وجدوا في الإنترنت جنتهم المفقودة، وهو ما  
تعكسه الإحصاءات التي تقول أن ٥٥٪ من الجمهور الروسي يصله الإنترنت  
عام ٢٠١٤.

ثالثا: مطبوعات أكثر.. قراء أقل

منذ منتصف التسعينات زادت عدد الصحف والمجلات من ٨,٢١٦ إلى  
٢٦,٢٤٤ عنوان في ١٩٩٧، ومع دخول رأس المال صدرت طبعات روسية لصحف  
أمريكية شهيرة مثل: بلاي بوي، كوزموبولتيان، صحة الرجل، نيوزويك،  
وتمتلك موسكو وحدها ٣ صحف باللغة الإنجليزية هما: موسكو تايمز،  
موسكو هيرالد، موسكو نيوز، وأغلبها تطبع في فنلندا أو النمسا وتنتقل  
لتوزع في روسيا، وتعتبر أسعار هذه الصحف في غير إمكان الروسي المتوسط  
لذا فتوزيعها قليل.

قل التحمس لمتابعة الصحف نتيجة الإحباط الذي أصاب القارئ/المواطن  
الروسي فأى فساد في الحقبة السوفيتية كان يصل للمسؤولين، الآن نادراً ما  
تتحول قضايا الفساد المثارة في الإعلام إلى القضاء فقل توزيع صحيفة (حقائق  
وأراء) من ٢٣ مليون إلى ١,٢ مليون في ١٩٩٧، وكذلك صحيفة نوفي مير، وقد  
تدهورت (البرافدا) لتصبح صحيفة فقيرة مولها لفترة رأس المال اليوناني ثم  
أغلقت بينما كانت الصحيفة الأولى في الحقبة السوفيتية.

والنجاح الآن منعقد لصحيفة (أخبار الإيدز) وهي صحيفة شهرية  
متخصصة في التعليم الجنسي وهو الأمر الجديد على المجتمع البيورثاني  
الأرثوذكسي الروسي، وكذلك كومرسانت اليومية أو (رجل الأعمال)  
وعدد من الدوريات التي تحاكي السوق الرأسمالي الغربي.

وفي دراسة كيفية عن الجمهور الروسي بواسطة المقابلات تستخدم إطار  
(التعليم الإعلامي) أو (المعرفة الإعلامية)، وجد أن ثورات الربيع العربي ساعدت  
على إشغال اهتمام الباحثين للإجابة على التساؤل: كيف يؤثر الاتصال عبر  
الإنترنت على النظم السلطوية، وهو السؤال التي تلقي اهتمام غير مسبوق من  
تخصص الإعلام.

وهدفت الدراسة إلى تجسير هذه الفجوة المعرفية باقتراح أربعة أوجه متعاقبة للمعرفة النقدية بالأخبار وهي مطبقة في نظام هجين شبه سلطوي مثل المجتمع الروسي على الشباب الروسي المتعلم في المدن، وهذه الأوجه هي: تفتت بيئة الأخبار، عملية إنتاج الأخبار، بنائية الرسائل السياسية، ودور الإعلام في المجتمع الروسي.

وأوضحت الدراسة كيف أن كثافة المعلومات عن هذه الأوجه الأربعة يؤثر بشكل حاسم على كيفية تصفح الشباب الروسي للأخبار وفهمهم لها. ونتيجة قلة عدد أفراد عينة هذه الدراسة، فإن تعميماً حذراً جرى تطبيقه على النتائج، وكل وجه من أوجه المعرفة النقدية بالأخبار تستدعي دراسات أخرى عميقة كيفية، وربما يتمخض عن هذه الدراسات الكيفية دراسات كمية تختبر أشرت عليها المقابلات المتعمقة.

وهي دراسة يمكن نقدها أيضاً لأن حدود تأثير (المعرفة الإعلامية) على ديمقراطية روسيا ربما يكون محكوماً بمدى فعالية الرسائل السياسية الروسية في وسائل الإعلام المسيطرة عليها الدولة، وعلى تكون حركات اجتماعية لها القدرة على تغيير بنية السلطة في روسيا.

وحاولت دراسة أخرى رصد العلاقة بين وسائل الإعلام والسلوك الانتخابي في روسيا للإجابة على تساؤلين هما: كيف تؤثر وسائل الإعلام في روسيا على السلوك التصويتي؟ وما الفارق الذي تستطيع أن تصنعه وسائل الإعلام المستقلة في دولة تتحكم فيها الدولة بالإعلام؟

في سبيل الإجابة على هذين التساؤلين، قارنت الدراسة نتائج التصويت الانتخابيات البرلمانية التي انعقدت عام ١٩٩٩ بين هؤلاء الذين يعيشون في مناطق جغرافياً تمكنهم من الوصول لقناة NTV المستقلة وبين هؤلاء الذين يعيشون في مناطق أخرى لا تستطيع الوصول لقناة NTV.

وأسفرت النتائج عن أن وجود قناة NTV المستقلة قلل من التصويت لحزب الحكومة بنسبة ٢,٥٪، زادت من التصويت لأحزاب المعارضة بنسبة ٢,١٪، وأن احتمالية التصويت لأحزاب المعارضة زادت للأفراد الذين شاهدوا قناة NTV

حتى بالنسبة للأفراد التي كانت نيتهم الانتخابية غير ذلك قبل شهر من التصويت، وكان لقناة NTV تأثيراً ضئيلاً على أصوات الأفراد ذوي المعرفة السياسية العالية والذين يستخدمون مصادر أخرى للأخبار السياسية، ولكن كان لها تأثيراً كبيراً على الأفراد المتقاعدين وأصحاب المعاشات الذين شاهدوا القناة أكثر من الأفراد العاملين.

\*\*\*

## مراجع الفصل

- 1- Florian Toepfl, Four Facets of Critical News Literacy in Non-Democratic Regime: How Young Russian Navigate their News, *European Journal of Communication*, (12) 1, 2013.
- 2- Gennadi Gerasimov, Russia Media Revolution: From Party Control to Money Control, *Asia Pacific*, 37(1), June 1998. pp. 1.8.
- 3- Jukka Pietiläinen: Media Use in Putin's Russia, *Journal of Communication Studies and Transition politics*, 24 (3), 2008, pp. 365-385.
- 4- Robert Orttung and Christopher Walker: Putin and Russia's Crippled Media, *Russian Analytical Digest*, 23(1) February 2013. pp. 1.5.
- 5- Ruben Enikolopov, Maria Petrova and Ekaterina Zhuravskaya., *Media and Political Persuasion: Evidence from Russia*, Working Paper no. 113, Centre for Economic and Financial Research at New Economic School, March 2009. pp. 1 – 55.

\*\*\*