

أثر الإشهار على الأداء المهني للمؤسسات الإعلامية والصحفيين

دراسة ميدانية على عينة من القيادات الصحفية والصحفيون بمدينة وهران

The impact of advertising on the professional performance of media

organization and journalists

A field study of a sample of journalist leaders and journalist in the city of

Oran

غالم عبد الوهاب^{1*}¹ جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، abdelouahab.ghalem@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2021/06/03

تاريخ القبول: 2021/05/21

تاريخ الاستلام: 2021/05/02

ملخص:

يهدف هذا المقال إلى معرفة أثر الإشهار على الأداء الوظيفي للمؤسسات الإعلامية من جهة، وعلى الأداء المهني للصحفيين من جهة أخرى، حيث كانت الدراسة عبارة عن بحث ميداني على عينة من القيادات الصحفية والصحفيين، إذ توصلت الدراسة إلى أن الإشهار له تأثير كبير على المتغيرين موضوع الدراسة، بينما ظهر أن المؤسسات الصحفية تفكر في الإشهار قبل المحتوى الإعلامي، لتظهر متغيرات أخرى على غرار الضغط والرقابة.

كلمات مفتاحية: الإشهار، الأداء الوظيفي، الأداء المهني، الصحفيين، القيادات الصحفية

Abstract: This article aims to know the effect of advertising on the job performance of media organizations; and on the professional performance of journalist; the study was a field research on a sample of journalist leaders and journalists.

As a result; we find that the advertising have a great impact on the two variables of the study; while it appeared that medias are considering advertising more then media content

Keywords: media; advertising; journalist; journalists leaders; job performance

1- مقدمة

يعتبر الإشهار بالنسبة للمؤسسات الإعلامية بمثابة عصب الحياة، فهو يعد من أهم المداخيل التي تضمن لها الربحية والاستمرارية باعتبارها مؤسسة اقتصادية شأنها شأن المؤسسات الأخرى الناشطة في مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى، غير أن حالة الجزائر تعد من الإشكاليات الاستثنائية التي تحدد علاقة المؤسسة الإعلامية بالإشهار والأموال الآتية منه، ذلك أن أغلبية السوق الإشهاري تسيطر عليه الدولة من خلال الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، حيث يتم توظيفه كأداة ضغط على المؤسسات الإعلامية، هذا الضغط لا يظهر في المؤسسات العمومية لأنها تابعة بشكل كامل للدولة، بينما يظهر بشكل جلي في المؤسسات الخاصة للضغط عليها في تحديد أجنداتها الإعلامية من جهة وطريقة المعالجة الإعلامية للمواضيع التي تثير حساسية السلطة.

إن تأثير سيطرة الدولة على الإشهار على الممارسات الإعلامية للمؤسسات الإعلامية ينتقل في مستوى ثاني إلى التأثير على الصحفيين الممارسين، حيث يعود الإشهار من العوامل المعيقة لنشاط الصحفي في الميدان، ذلك أنه يعتبر من عوامل الرقابة الاجتماعية التي تؤدي إلى تفعيل الرقابة الذاتية للصحفي بعد اكتساب الخبرة اللازمة، فهي تؤثر على أداء الصحفي وعلى علاقات العمل بين حراس البوابات الإعلامية وبين منتجي المعلومة.

تسعى هذه الورقة البحثية إلى إجراء دراسة ميدانية على القيادات الصحفية من جهة وعلى الصحفيين من جهة أخرى من أجل الإجابة عن الإشكال التالي: كيف تؤثر أموال الإشهار على السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية؟ وهل لها علاقة بالأداء المهني للصحفيين؟

2- الإشكالية

إن المتتبع لتاريخ الصحافة بصفة خاصة والإعلام بصفة عامة يدرك جيدا العلاقة القائمة بين المؤسسات الإعلامية والسلطة السياسية القائمة في أي بلد من البلدان، حيث لا يمكن

للجزائر أن تخرج عن هذا الإطار العام الذي ارتبط بتطور الإعلام وعلاقته بالحرية بمفهوم فلسفي ومطلب مهني اجتماعي بالنسبة للمهني والمواطن على حد سواء.

لقد خضعت العلاقة القائمة بين المؤسسات الإعلامية والسلطة السياسية لمجموعة من الضوابط التي تتحدد حسب طبيعة النظام السياسي القائم، حيث عرف تاريخ هذه العلاقة أربعة مذاهب أساسية حددت العلاقة حسب السياق الاجتماعي التاريخي، ذلك أن الإعلام خرج من سيطرة الكنيسة ومنها السلطة السياسية في البداية (في ظل المذهب السلطوي)، إلى سيادة نظرتين متناقضيتين وخاضعتين لإديولوجيتين مختلفتين، الأولى تتعلق بالبرالية المرتبطة بالنظام اللبرالي الذي يسمح بقدر كبير من الحرية للمؤسسات الإعلامية والإعلاميين، والمذهب الاشتراكي الذي يجعل من الإعلام بمؤسساته المختلفة خاضعا للنظام السياسي، فقد اعتبر جهازا من أجهزة الدولة، تعمل لصالح المصلحة العامة وتتلقى ميزانياتها من الموازنة العامة.

ليأتي فيما بعد المذهب الذي حاول المزاوجة بين المذهبين السابقين، أساسه ضبط الحرية الممنوحة للإعلام بمجموعة من الضوابط القانونية، حيث تخضع المؤسسة الإعلامية والمنتسبين إليها إلى مجموعة من القوانين والمراسيم التي تفرض عليهم من خلال التشريعات المختلفة، كما تلجأ الدولة إلى مجموعة من الضوابط غير المعلنة التي تعمل على الحد من حرية الإعلام، فهي تمارس نوع من الرقابة على المؤسسات ومنها على العاملين بها.

لعل من أهم الوسائل التي لجأت إليها السلطة السياسية عبر التاريخ كان المال، حيث تحاول التأثير على مداخل الصحافة لتجعلها خاضعة للسلطة السياسية، جاءت هذه الضغوط في شكلين أساسيين عرفا انتشارا منذ البدايات الأولى للصحافة في شكلها الجماهيري، حيث كانت السلطة السياسية تلجأ إلى الغرامات والضرائب من جهة وإلى استغلال الإشهار من جهة أخرى، هذا الأخير أصبح آلية من آليات الرقابة في الجزائر مثلا، الأمر الذي يربط بين المداخل المتأتية من هذا المورد الهام للمؤسسة الإعلامية وبين الرقابة التي تُفرض عليها وعلى

من ينتسب إليها في ظل سلم التراتبية الذي تخضع إليه المؤسسة الإعلامية باعتبارها بنية مثل البنيات الاجتماعية الأخرى.

إن الحديث عن الإشهار في الجزائر يجرنا مباشرة إلى الاحتكار الممارس من طرف الدولة من إنشاء المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار سنة 1967، حيث ظهر دورها محوريا بعد صدور دستور 1989 وبعده قانون الإعلام 1990، حيث يعد الإشهار دائما مستثنى من قوانين الإعلام نظرا لتوظيفه في السيطرة على المشهد الإعلامي بمكوناته المعنوية والاعتبارية، الامر الذي يدفعها إلى البحث في علاقة الإشهار بالرقابة الممارسة على المؤسسات الإعلامية والممارسين المهنيين، ذلك أن المداخلة تسعى للإجابة عن السؤال الرئيس: كيف يؤثر الإشهار على الأداء المهني للمؤسسات الإعلامية والصحفيين في الجزائر؟.

3- تحديد المفاهيم:

1.3- الإشهار: يعتبر الإشهار من المفاهيم الأساسية التي نتجت عن سيادة المجتمع الجماهيري وانتشار الصحافة في شكلها الجماهيري، حيث يعتبر الإشهار نتيجة من نتائج ظهور الصحافة وانتشارها في المجتمع وسببا من أسباب كينونتها واستمرارها. إن الإشهار كممارسة لم يأخذ مفهومه المعاصر إلا بعد 1830، ذلك أنه ارتبط تطوره بالصناعة وانتشارها في الدول الأوروبية (67 : 2004 ; Jaques Lendrevie et autres)، خاصة بعد أن اعتبر آلية من آليات المنافسة في ظل تعدد الموجبات للحاجة الواحدة، مع تعدد المنتجات بتعدد أجزاء السوق وتنوع فئات المستهلكين.

الإشهار في تحديده اللغوي يشير حسب الشيرازي إلى المجاهرة، أما عند بطرس البستاني فيقول عنه الإظهار والنشر. (محمد جودت ناصر، 1998: 102).

أما تعريف لاروس الصادر عن دائرة المعارف الفرنسية فكان تحديده أقرب إلى الاصطلاح منه إلى اللغوي، حيث يشير إلى "مجموعة الأنشطة التي تهدف إلى التعريف بماركة معينة، حفز الجمهور على شراء منتج أو استخدام خدمة، فهو يشير الوسائل المستخدمة للتعريف بمنشأة تجارية أو صناعية. (833 : 2009 ; le petit Larousse)

أما اصطلاحاً فقد عرفته جمعية التسويق الأمريكية على أنه الجهود غير الشخصية التي يدفع عنها مقابل لعرض الأفكار، السلع والخدمات. (أشرف فهمي خوجة، 2008: 20)، حيث يركز الإشهار على الترويج للسلع والخدمات كما يمكن استعماله لنشر الأفكار والمواقف وحتى الشخصيات.

أما التحديد الغربي فقد عرفه غاو وولتر Gaw Walter على أنه أداة لبيع الأفكار أو السلع والخدمات لجمهور مستخدماً في سبيل تحقيق ذلك للصحف، الملتصقات والمجلات ومختلف وسائل الإعلام الأخرى. (طاهر محسن الغالي، أحمد شاكر العسكري، 2003: 18).

2.3- الأداء المهني

يرتبط الأداء بالقدرة والكفاءة في أداء المهام المنوطة بالفاعل الاجتماعي في منظمة معينة، فهو يشير إلى المخرجات أو الأهداف التي يسعى النظام إلى تحقيقها، أي أنه مفهوم يربط بين أوجه النشاط وبين الأهداف التي تسعى هذه الأنشطة إلى تحقيقها داخل المنظمة. (دهماني سهيلة، 2017: 121-131).

يرى هانز أن الأداء يرتبط بمجموعة من العوامل، منها الموظف والوظيفة، فمفهوم الأداء يرتبط بمجموعة من المحددات على غرار الدافعية، بيئة العمل، القدرة والكفاءة. (دهماني سهيلة، 2017: 121-131).

يعرف الأداء على أنه درجة تحقيق واطماف المهام المكونة لوظيفة الفرد، وهو يعكس الكيفية التي يحقق ويشبع بها الفرد متطلبات وظيفته، فهو يقاس على أساس النتائج المحققة. (راوية محمد حسن، 2001: 202).

كما يحدد مفهوم الأداء على أنه القدرة على تحويل المدخلات إلى نتائج مرضية لذاته (محمد سعيد أنور سلطان، 2003: 368)، فهو يرتبط بمستوى الدافعية وتفاعلها مع القدرة.

من هنا كان الأداء يربط بالكفاءة الموجودة لدى الموظف والتي تتأني في الإعلام من خلال الخبرة المهنية أو التكوين في مجال علوم الإعلام والاتصال في مختلف الجامعات، المعاهد

والمدارس العليا، كما قد يمتد التكوين إلى مجالات أخرى على غرار اللغة والتعامل مع النصوص، المعالجة الإلكترونية.

3.3- الرقابة:

أصلها مادة راقب، حيث تشير في الاصطلاح إلى "ممارسة تقييد ولوج العامة إلى مواد معينة، بما فيها النصوص المطبوعة والصور، الفن والموسيقى والفيديو، أو أي عمل متعدد الوسائط، بناء على حكم قيمي خاص بالفرد أو الجماعة التي تقوم بالمراقبة" (غسان مكارم، 2008: 11).

إن الرقابة تكون إما قبلية على مستوى المؤسسة الإعلامية من خلال القرارات التي تتخذها القيادات الصحفية، أو بعدية إما تكون داخلية من طرف المؤسسة الإعلامية حسب تراتبية مصادر القرار، أو أنها تمتد إلى هيئات أخرى إما مهنية على غرار المجاس الأعلى للإعلام الذي جاء مع قانون الإعلام 1990 أو سلطة ضبط الصحافة المكتوبة التي جاءت كمفهوم ضمن القانون العضوي للإعلام والتي لم يتم إنشاؤها إلى غاية إجراء هذا البحث، كما أن الرقابة كما تقول وهيبة محمودي هي تقليد رسمي لأي تعبير عام يعتقد أنه يهدد السلطة الحاكمة أو نظام الآداب، وهناك نمطان للرقابة، مانع قبل النشر، وعقابي بعد النشر " (وهيبة محمودي، 2003: 63).

كما أنها تعني حظر أو حجب تداول الأفكار والآراء التي تتعارض مع المفاهيم العامة للمجتمع، أو التي تكون لها تأثير على السلطة السياسية أو النظام الاجتماعي. (أشرف فهيم خوجة، 2013: 16)، وهو ما تقوم العديد من الدول والذي قامت به الجزائر من قبل من خلال منع الجريدة من الصدور أو المنع النهائي لها على غرار ما حصل مع جريدة الرأي الصادرة بوهران، وهو القرارات التي كان لها طابعا سياسيا قبل أن يكون قانونيا.

تعني الرقابة في مضمون هذا البحث كل أشكال مراقبة المضامين التي تنتجها الصحف، سواء أكانت رقابة قبلية من خلال منع الصدور أو التكميز، كما يمكن أن تكون بعدية بعد نشر المادة الإعلامية والتي تكون من خلال المنع من الصدور، حبس الصحفيين، الطرد، العقوبات

المالية مثل الاقتطاعات من الأجر أو فرض الغرامات أو التوقيف النهائي للجريدة، والجزائر لها الكثير من أوجه الرقابة التي مورست على الصحف العمومية كما الخاصة. هناك نوعين من الرقابة، الأولى اجتماعية إما مفروضة على المؤسسة الإعلامية من خلال القواعد القانونية التي تحمل صفة الإلزامية، أو من خلال أخلاقيات المهنة التي ترتبط بالقواعد الضابطة للسلوك المهني والتي ترتبط بالالتزام في غالب الحالات، أما في الجزائر فقد وردت في شكل مواد قانونية ضمن القانون العضوي للإعلام 05-12.

أما الرقابة الثانية فقط تمارس من الصحفي على نفسه، حيث يعرف من خلال خبرته في المؤسسة الإعلامية ما هي المواضيع التي لا ينبغي التعامل معها، وما هي الشخصيات التي لا ينبغي الكتابة حولها، والأحداث التي يجب تفادي معالجتها، هذا النوع من الرقابة يتعزز مع الوقت بتعرض الصحفي للرقابة القانونية، الاجتماعية أو حتى المؤسساتية.

4- أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى مجموعة من الأهداف يمكن صياغتها في النقاط التالية:

1. التعرف على مستويات الرقابة التي يتعرض لها الصحفيون والمؤسسات الإعلامية.
2. دور الإشهار في فرض هذه الرقابة وهل أثره يقتصر على الشخصية الاعتبارية أم يمتد إلى الفاعلين المعنويين.
3. معرفة أثر الإشهار على الأداء المهني، الممارسة والحياة الشخصية والاجتماعية للصحفيين.
4. معرفة كيفية توظيف الإشهار كآلية من آليات الرقابة على الإعلام العمومي والخاص.
5. معرفة التصور الذي يحمله الصحفي على الرقابة الاجتماعية وهل لها علاقة بالرقابة الذاتية.

5- المنهج

يعتبر المنهج من الخطوات الأساسية التي تضبط البحث العلمي وترسم له المسار الصحيح للوصول إلى نتائج علمية قابلة للمناقشة والتحليل، حيث يرى موريس أنجرس أن "المنهج محدد بمجموعة من الإجراءات والطرق الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة، إن المنهج في العلم مسألة جوهرية، كما أن الإجراءات المستخدمة أثناء إعداد البحث وتنفيذه هي التي تحدد النتائج" (موريس أنجرس، 2008: 36).

يشير محمد مسلم إلى أهمية المنهج وعلاقاته بمجال البحث بالقول "ينبغي الإشارة هنا إلى التلازم الموجود بين المنهج أو الطريقة وبين مجال البحث" (محمد مسلم، 2004: 8). من خلال البحث في العلاقة الموجودة بين الإشهار والأداء المهني للمؤسسات الإعلامية والصحفيين باعتبارهم فاعلين في بنية من البنيات الاجتماعية، ونظرا لطبيعة العلاقة فقد تم التعامل مع هذه الإشكالية من خلال إجراءات المنهج الوصفي التحليلي. ينتهي هذا البحث حسب تصنيف موريس أنجرس إلى البحوث الميدانية، حيث يقول "يتم اللجوء إلى منهج البحث الميداني عادة لدراسة ظواهر موجودة في الوقت الراهن (موريس أنجرس، 2008: 106)، فالدراسة هذه تسعى إلى فهم الظاهرة المتمثلة في العلاقة بين الإشهار والأداء المهني باعتبارهما متغيران أساسيان في البحث، خاصة في محولة فهم الأثر.

6- مجتمع البحث

إن تحديد مجتمع البحث وتحديد خصائصه يعتبر من المسائل المنهجية الجوهرية، حيث عملنا من خلال هذه الدراسة على مجتمعين، المجتمع الأول يتعلق بالمؤسسات الإعلامية الناشطة بمدينة وهران، حيث حاولنا العمل مع المؤسسات الخاصة والمؤسسة العمومية المتمثلة في جريدة الجمهورية، أما مجتمع البحث الثاني فتمثل في الصحفيين العاملين في الميدان، إضافة إلى القيادات الصحفية التي يرتبط عملها بالعمل المكتبي.

7- العينة

اعتمدنا في هذا البحث على عينة قصدية تمثلت في 15 بين صحفي وقيادات صحفية، حيث راعينا محدد أساسي يتمثل في العمل ضمن جرائد تعرضت للرقابة من قبل، كما تنوعت وحدات العينة بين الفاعلين في المؤسسات العمومية والخاصة، حيث تراوحت أعمارهم بين 27 و54 سنة، كما أخذنا بعين الاعتبار متغير الخبرة نظرا لأهميته في التواجد في الساحة الإعلامية لفترة تمكنه من الحكم على أدائه المهني.

شملت العينة 4 إناث و11 ذكرا، حيث تم الاستثمار في العلاقات الشخصية لإجراء المقابلات في مكان العمل، ذلك أننا اعتقدنا أنه يمكن أن من بين المؤشرات الدالة على أدائهم المهني، خاصة وأن بيئة العمل تعتبر كما أشرنا من بين محددات الأداء.

وقد جاءت تفاصيل العينة التي قمنا بإجراء المقابلات معها مبينة في جدول البيانات الشخصية الموضح كما يلي:

الرقم	الجنس	السن	الخبرة	الوظيفة	طبيعة المؤسسة
01	أنثى	27	أقل من 5 سنوات	رئيس مكتب	عمومية
02	ذكر	53	أكثر من 10 سنوات	رئيس تحرير	خاصة
03	ذكر	37	من 5 إلى 10 سنوات	رئيس قسم	عمومية
04	ذكر	30	من 5 إلى 10 سنوات	رئيس تحرير	خاصة
05	أنثى	45	أقل من 5 سنوات	صحفية	عمومية
06	أنثى	29	أقل من 5 سنوات	صحفية	خاصة
07	أنثى	27	أقل من 5 سنوات	رئيس قسم	خاصة
08	ذكر	30	أقل من 5 سنوات	رئيس قسم	خاصة
09	ذكر	49	أكثر من 10 سنوات	رئيس قسم	خاصة
10	ذكر	54	من 5 إلى 10 سنوات	رئيس قسم	خاصة
11	ذكر	37	من 5 إلى 10 سنوات	صحفي	خاصة
12	ذكر	38	من 5 إلى 10 سنوات	صحفي	خاصة
13	ذكر	44	من 5 إلى 10 سنوات	رئيس قسم	عمومية
14	ذكر	47	أكثر من 10 سنوات	مدير النشر	خاصة
15	ذكر	35	من 5 إلى 10 سنوات	رئيس تحرير	خاصة

الجدول رقم 1: يمثل توضيح السمات الشخصية للعينة

8- الأداة:

تم اللجوء في هذا البحث إلى تقنية المقابلة على اعتبار مناسبتها للبحث، حيث يندرج هذا البحث ضمن البحوث الكيفية التي تحاول فهم الظاهرة في ابعادها مؤشراتنا المختلفة، فالدراسة فهمية كما يصنفها موريس أنجرس بقوله "الدراسة الفهمية كما يجري في

الدراسات التي تتخذ من المقابلة أو الملاحظة في عين المكان تقنية لها". (موريس أنجرس، 2008: 106).

إن خصوصية هذا البحث جعلت من المقابلة الأداة المناسبة، ذلك أن القصد من الدراسة هو معرفة العلاقة القائمة بين متغيري البحث من خلال الفئة المهنية التي لها سلطة القرار والمتمثلة في القيادات الصحفية، كما سعينا إلى فهمها من خلال الممارسات التي تقع على الصحفيين باعتبارهم الفاعل الرئيس الذي يرتبط بالممارسة والأداء المهني، خاصة في ظل القرارات التي تتخذ في حقهم من خلال مثلا عدم السماح لما ينتجونه من مواد إعلامية بأن تنشر.

تعتبر المقابلة حسب أحمد بن مرسلي من أدوات البحث العلمي التي يسعى الباحث من خلالها إلى جمع معلومات من أشخاص يمتلكونها والتي تكون في الغالب غير موثقة. (أحمد بن مرسلي، 2003: 213).

لقد استغلينا علاقاتنا الشخصية ومعرفتنا بالميدان في الحصول على المقابلات، حيث كان الإجراء يرتبط بإجراء المقابلة في مكان العمل، كما أن استغلال العلاقات الشخصية ارتبط بطبيعة الموضوع في حد ذاته وهو المرتبط بالإشهار، هذا الأخير يعتبر من المواضيع التي لا يتم الحديث فيها في غالب الحالات، إما لعدم امتلاك المعلومة أو بتعليمات من المالكين الأصليين للعناوين الصحفية بالنسبة للمؤسسات الخاصة أو بتعليمات من مدراء المؤسسات الإعلامية العمومية.

حاولت من خلال المقابلة الحصول على معلومات التي يمكن من خلالها الحكم على العلاقة بين الإشهار والضغطات التي تحصل في المجال الإعلامي، سواء من طرف الدولة المسيطرة على الإشهار العمومي من خلال المؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، أو من خلال ما يمارسه أصحاب المال الخواص، سواء من خلال خضوعهم للسلطة أو بحثهم عن مصالحهم

الشخصية من خلال العلاقة المباشرة مع القائمين على تسيير المؤسسات الإعلامية، خاصة وأن بعض القيادات التي قابلناها كانت تشتغل في مؤسسات ذات أسهم.

9- المجال الزمكاني:

شمل البحث المؤسسات الإعلامية الناشطة في ولاية وهران، حيث عملنا مع المؤسسات التي قبلت قياداتها الصحفية أو الصحفيين الذين ينتمون إليها الحديث إلينا، خاصة مع شرط إجراء المقابلة في مكان العمل لاعتقادنا أن الفضاء يشكل عاملاً من عوامل الرقابة التي يمارسها الفرد على ذاته، حيث تم إجراء المقابلات في شهر نوفمبر من سنة 2019، حيث كان السياق الاجتماعي العام السائد في هذه الفترة مساعداً على إجراء المقابلات والحصول على إجابات حول مختلف الأسئلة التي احتواها دليل المقابلة.

10- نتائج الدراسة

كشفت المقابلات التي تم إجراؤها عن النتائج التالية:

1. يتعرض الصحفي وحتى القيادات الصحفية إلى العديد من أوجه الرقابة، سواء على مستوى المؤسسة، المجتمع أو على المستوى الذاتي، حيث تربط عينة البحث الرقابة الذاتية بالفترة التي قضاها في مجال الصحافة.
2. أثبتت الدراسة أن الإشهار يعد من آليات الرقابة الأساسية التي توظفها السلطة السياسية ممثلة في وزارة الاتصال، حيث تبدأ مع التأسيس للجريدة، إذ تحدد مساحات الإشهار في البداية حسب طبيعة المضمون وتبدأ في التزايد بعد التأكد بأن القائمين على الجريدة لن يخرجوا عن الخطوط العريضة التي رسمت لهم من قبل من منحهم رخصة إنشاء جريدة.
3. كانت المؤسسات الإعلامية تلجأ إلى مجموعة من الطرق للحصول على الإشهار العمومي، على أنه المال الذي يبحث عنه أصحاب الجرائد، ولعل من أهم الوسائل

التي لجأت إليها تعيين شخصيات معروفة بولائها للسلطة السياسية في منصب مدير النشر.

4. كان الإشهار العمومي من بين آليات الضغط التي لجأت إليها وزارة الاتصال لغلق جرائد على غرار ما حصل لجريدة صوت الغرب التي تعرضت لضغوط كبيرة من خلال منعها من الإشهار العمومي بعد مقال نشر على موقعها الإلكتروني، وهو الأمر ذاته الذي حدث مع جريدة الرأي التي كان قرار الغلق مرتبط بافتتاحيتها.

5. أغلبية القيادات الصحفية مرت عبر جرائد تعرضت إلى التضييق والرقابة من خلال استغلال الإشهار العمومي، كما امتد التضييق إلى منع المتعاملين الخواص من الإشهار عبر صفحات الجرائد التي لا يرضي خطها الافتتاحي أو مضمونها السلطة السياسية.

6. أشارت عينة البحث أن الإشهار يعد من العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على أداءهم الوظيفي، حيث يفكر القيادات الصحفية في الإشهار قبل التفكير في المادة الإعلامية التي أحضرها الصحفي، فالكثير من المضامين تم رفض نشرها بسبب التخوف من منع الإشهار خاصة العمومي.

7. ربط الصحفيون الرقابة التي تمارس عليهم من طرف القيادات الصحفية ترتبط بالإشهار، حيث ينعكس هذا على الرضا الوظيفي بشكل كبير، ذلك أن بعض الصحفيين أصبحوا يلجؤون إلى مخرجات أخرى لنشر ما تم منعهم من نشره عبر صفحات الجرائد التي يشتغلون بها أو يتعاونون معها، ولعل من أبرز البدائل المدونات الشخصية ومواقع التواصل الاجتماعي.

8. توصلت الدراسة إلى أن الرقابة من خلال توظيف الإشهار كان من بين نتائجها توقف مسار العديد من الصحفيين وإحالتهم على البطالة بعد غلق المؤسسات التي كانوا يشتغلون بها، كما أن الأمر أدى إلى إصابة العديد من الصحفيين بأمراض عضوية

مثل الضغط الدموي والسكري، والأمراض النفسية على غرار ضغوط العمل، الاحتراق النفسي، الاكتئاب وحتى الهلوسة.

11- خاتمة:

سعت الدراسة إلى معرفة العلاقة القائمة بين الإشهار والأداء المهني في مجال الصحافة المكتوبة، حيث كانت الدراسة عبارة عن دراسة ميدانية من خلال إجراء مقابلات مع عينة من الصحفيين والقيادات الصحفية الناشطون في المؤسسات الإعلامية المتواجدة بولاية وهران، سواء كانت ذات طابع عمومي أو مؤسسات خاصة.

لقد تعاملنا مع مفهوم الأداء المهني كان لأن التعامل مع صحفيين ناشطين في القطاع الخاص لا يمكن أن يتم دراسة أدائهم الوظيفي، ذلك أن أغلبهم بما فهم القيادات يعملون في إطار العقود، سواء المحددة أو المفتوحة، الأمر الذي لا يمكن معه اعتبارهم موظفين.

توصلت الدراسة إلى إثبات أن الإشهار يعد من آليات الرقابة التي توظفها السلطة السياسية من أجل ضمان ولاء الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، حيث أثر ذلك على أدائهم المهني، بل امتد الأثر إلى الحياة الاجتماعية لهم من خلال فقدان مناصبهم وإحالتهم على البطالة، الإصابة بالأمراض العضوية والنفسية.

12- المراجع:

أحمد بن مرسلي (2003): مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

أشرف فهمي خوجة (2013): التشريعات الإعلامية بين الرقابة وحرية التعبير، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية.

أشرف فهمي خوجة (2013): التشريعات الإعلامية بين الرقابة وحرية التعبير، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية.

دهماني سهيلة (2017): معايير قياس الأداء المهني للصحفي الجزائري، في مجلة دراسات في علم الاجتماع المنظمات، المجلد 1، العدد 10.

راوية محمد حسن (2001): إدارة الموارد البشرية، رؤية مستقبلية، الدار الجامعية، الإسكندرية.

طاهر محسن غالي، أحمد شاعر العسكري (2003): الإعلان، مدخل تطبيقي، دار الفكر، الأردن.

غسان مكارم (2008): الرقابة في لبنان، دار مسار السياسات الشبانية، لبنان.

محمد جودت ناصر (1998): الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، عمان، الأردن.

محمد سعيد أنور سلطان (2003): إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، الإسكندرية.

محمد مسلم (2004): منهجية البحث العلمي، ط2، دار الغرب، وهران، الجزائر.

موريس أنجيس (2008): منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، الجزائر.

وهيبة حمودي (2003): انعكاسات الخطاب الرئاسي لعبد العزيز بوتفليقة على الممارسة الإعلامية في الجزائر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

Le petit Larousse illustré ; les éditions Larousse ; Paris ; 2009

Jaques Lendrevie Et autres (2004) :publicitor, de la publicité à la communication intégrée ;édition Dalloz ; Paris.