

ضمانات استقلالية المؤسسة الإعلامية من منظور القانون الجزائري.

تقديم:

1. ضمانات الاستقلالية عن القوى الأجنبية.

أ. الجنسية كضمان لاستقلالية المؤسسة الاعلامية.

أولاً: فرض الجنسية الجزائرية على مسؤولي المؤسسة الإعلامية.

ثانياً: تقييد المؤسسات الإعلامية المملوكة لغير الجزائريين.

ب. منع أشكال التأثير الأجنبي.

أولاً: منع الدعم المالي الأجنبي للمؤسسة الإعلامية.

ثانياً: منع المؤسسة الاعلامية من الحصول على امتياز أجنبي.

2. ضمانات الاستقلالية عن القوى الاقتصادية الوطنية.

أ. الضمانات المتعلقة برأس مال المؤسسة الإعلامية.

أولاً: ضمانات تكوين رأس مال المؤسسة الإعلامية.

ثانياً: ضمانات تسيير وإدارة رأس مال المؤسسة الإعلامية.

ب. الضمانات المتعلقة بمصادر دخل المؤسسة الإعلامية.

أولاً: شفافية عائدات الاشهار.

ثانياً: نجاعة الدعم العمومي.

خاتمة.

ضمانات استقلالية المؤسسة الإعلامية من منظور القانون الجزائري

أ. لخضر عليان

أستاذ مساعد أكلية الحقوق

جامعة الجزائر 1

تقديم:

يعتبر قانون الاعلام مؤطرا للعلاقات القانونية التي تنشأ عند مزاوله عملية التعبير والنشر المفتوحة للعموم مهما كانت طريقة التعبير والنشر، وبهذا تتكون استقلالية في المضمون الذي يتناوله قانون الاعلام عن باقي القوانين.

إن قانون الاعلام وإن اعتبر بالمفهوم الاجتماعي نقطة تجاذب بين المهنيين والسلطة فهو وفقا للمفهوم القانوني نقطة التقاء اهتمامات قانونية لأشخاص مختلفة أبرزها: المطالبات المهنية لممارسي الاعلام، حقوق المتلقين بمختلف شرائحهم (مشاهدين، قراء، مستمعين...الخ)، السياسة الإعلامية للبرامج الحكومية، السعي الترويجي للمتعاملين الاقتصاديين، تدخلات الهيئات المكلفة بحفظ النظام العام...الخ.

تشكل المؤسسة الإعلامية أبرز محاور قانون الاعلام من حيث أنها المؤسسة القاعدية في الممارسة الإعلامية، فغاية قانون الاعلام ليست سوى توفير المحيط القانوني المناسب للمؤسسة الإعلامية عبر تمكينها من مجموع حقوقها كالحق في الحرية الإعلامية وبالموازاة إلزامها بحدود الممارسة الإعلامية في إطار للنظام العام الإعلامي.

المؤسسة الإعلامية وفقا للتعريف الفقهي المتعارف عليه شخص معنوي يجمع الوسائل المادية والبشرية اللازمة بهدف القيام بعملية نشر محتوى موجه للعموم أو لفئة منه، وتخضع إلى نظام قانوني محدد وسلطة ضبط مختصة، إن هذا التعريف يحاول الجمع بين مختلف خصائص المؤسسة الإعلامية فهي بالإضافة إلى كونها شركة تجارية يجب ان تستجيب

لقواعد نص المادة 416 من القانون التجاري الجزائري تعتبر شخصا معنويا ذو طبيعة خاصة نظرا لحجم المسؤولية المعنوية الكبيرة المرتبطة بمجال نشاطها.

حاول المشرع الجزائري من خلال قانون الاعلام القانون العضوي 12-105¹ و قانون السمعي البصري القانون 14-204² و باقي النصوص التنظيمية³ تكريس فكرتين أساسيتين في التنظيم القانوني للمؤسسة الإعلامية أولاها هي فكرة الشفافية وثانيهما فكرة الاستقلالية وحاول إعطاء كل منهما القدر اللازم من الاحكام القانونية.

إن استقراء النصوص القانونية الجزائرية يؤكد اهتمام المشرع الجزائري باستقلالية المؤسسة الإعلامية أكثر من فكرة الشفافية ، و هذا نظرا للتأثير الكبير لفكرة الاستقلالية على سلاسة الممارسة الإعلامية .

إن التكريس القانوني لفكرة استقلالية المؤسسة الإعلامية يجب ان يتوسط مطلبين متعاكسين أولهما مطلب عدم تبعية المؤسسة الإعلامية وثانيهما عدم التضيق على حق الممارسة الإعلامية، ولا شك أن التشدد في تطبيق أحدهما يعني تساهلا في الآخر.

ولهذا نجد الكثير من الاختلاف في تناول هذه النقطة بين الأنظمة القانونية المختلفة بحسب طبيعة التنظيم القانوني للدولة وبحسب اعتبارات النظام العام ويتجلى هذا الاختلاف في طبيعة الاليات المتعمدة لتكريس الاستقلالية.

إن الاستقلالية المراد الحفاظ عليها تستهدف عدم الخضوع إلى القوى الأجنبية بالإضافة إلى عدم الخضوع إلى القوى الاقتصادية الداخلية و لهذا سنحاول التركيز على هذين العنصرين في هذه الدراسة.

¹القانون العضوي 12-05 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالاعلام، الجريدة الرسمية عدد 2 الصادرة 15 يناير 2012.
²القانون 14-04 مؤرخ في 24 فبراير 2014 يتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية عدد 16 الصادرة 23 مارس 2014.
³ أبرز هذه النصوص التنظيمية في هذا المجال هو المرسوم التنفيذي 11-216 المؤرخ في 12 جوان 2011 يحدد صلاحيات وزير الاتصال الجريدة الرسمية عدد 33 الصادرة في 12 يونيو 2011.

1. ضمانات الاستقلالية عن القوى الأجنبية.

إن التحكم الاجنبي في الممارسة الإعلامية بالدولة يشكل أهم المخاوف التي تسعى الأنظمة القانونية عموما وقانون الاعلام تحديدا إلى مكافحتها من خلال فرض ضمانات لهذه الاستقلالية.

تشكل الضمانات التي يمكن النص عليها في مجال تكريس الاستقلالية عن القوى الأجنبية في قطع الروابط المعنوية والمادية للقوى الاجنبية بالمؤسسة الإعلامية ويتمثل الرابط المعنوي في الجنسية والرابط المادي في الدعم المالي والامتيازات المختلفة، لهذا فالتشريعات الإعلامية المقارنة ومنها التشريع الجزائري تنص على توطين المتحكمين في المؤسسة الإعلامية ومنع اشكال التأثير المادي الأجنبي.

أ. الجنسية كضمان لاستقلالية المؤسسة الاعلامية.

إن الجنسية قبل أن تكون صفة قانونية فهي تعبير عن الانتماء والولاء المعنوي للدولة ولهذا فإن الربط بين جنسية مالك المؤسسة الإعلامية ومسيرها لا يمكن أن يفسر إلا باعتباره ضمانة لولاء المؤسسة الإعلامية بالجزائر إلى الدولة وبالمقابل الاستقلالية عن الدول الأخرى.

إن فسح المجال أمام الممارسة الإعلامية بالجزائر من خلال مؤسسات تبعه مباشرة ربط مباشر و صريح للمتحكمين في هذه المؤسسات بالجنسية الجزائرية حيث حدد قانون الاعلام⁴ بشكل حصري و قطعي أن الأنشطة الإعلامية لا يمكن ممارستها إلا من قبل وسائل الإعلام التي يتحكم فيها جزائيو الجنسية سواء باعتبارهم مالكين أو مسيرين و مديرين .

أولا: فرض الجنسية الجزائرية على مسؤولي المؤسسة الإعلامية.

نص القانون الجزائري في نص المادة الرابعة بقانون الاعلام على أن مالكي المؤسسة الإعلامية بالجزائر هم على سبيل الحصر : القطاع العمومي الاقتصادي، الهيئات العمومية

⁴نص المادة 4 من قانون الاعلام 05-12.

، الأحزاب السياسية و الجمعيات ذات الاعتماد ، الأشخاص المعنويون الخاضعون للقانون الجزائري الذين يمتلك رأسمالهم اشخاص لديهم جنسية جزائرية سواء كانوا معنويين أو طبيعيين .

أنت في نفس السياق نصوص خاصة تشترط الجنسية الجزائرية على مسؤولي المؤسسات الإعلامية للصحافة المكتوبة والصحافة السمعية البصرية حيث نصت المادة 4/23 على أن مسؤول النشرة الدورية يجب أن يكون جزائري الجنسية ونصت المادة 4/61 من نفس القانون على أنه لا يمكن ممارسة النشاط السمعي البصري إلا من قبل المؤسسات أو الشركات التي تخضع إلى القانون الجزائري⁵ بالإضافة إلى القطاع العمومي الاقتصادي والهيئات العمومية.

إن قانون السمعي البصري نص أيضا و بكل وضوح في نص المادة 19 على أن الترشيح للحصول على الترخيص لممارسة النشاط السمعي البصري يشترط فيه لأن تخضع الأشخاص المعنوية إلى القانون الجزائري بالإضافة إلى أن يثبت جميع المساهمين الجنسية الجزائرية ، بل يتعدى هذا حتى إلى اشتراط أن يكون رأس المال الاجتماعي أيضا وطنيا خالصا .

إن هذا التبني الصريح و الحصري لاعتماد الجنسية الوطنية لكل مسؤولي المؤسسة الإعلامية يأتي على خلاف الكثير من التشريعات و منها مثلا التشريع المغربي الذي ينص في المادة 2/9 من القانون 13-88 المتعلق بالصحافة و النشر على وجوب أن يكون على الأقل ثلثا المالكين أو المساهمين أو الشركاء أو من لديهم حق التصويت متمتعين بالجنسية المغربية⁶ و أيضا التشريع الفرنسي الذي نص من خلال المادة 7 من قانون 86-897 المتعلق بإصلاح النظام القانوني للصحافة على أنه لا يمكن للأجانب أن تتعدى حصتهم 20

⁵ولا شك أن المؤسسات الجزائرية تخضع لأحكام القانون التجاري في إنشاء الشركات الذي يشترط بدوره الجنسية الجزائرية وفقا للتشريع المعمول به.

⁶ظهير شريف رقم 1.16.122 صادر في 10 اغسطس 2016 بتنفيذ القانون رقم 13-88 المتعلق بالصحافة و النشر .

بالمئة من رأس المال الاجتماعي أو حقوق التصويت في مؤسسة تقوم بإصدار نشرية باللغة الفرنسية⁷.

يمكن أن يرجع هذا الاختلاف بين التشريع الجزائري و الأجنبي في هذا المجال إلى عدم وجود التزام دولي على الجزائر يفرض تمكين الأجانب من امتلاك و تسيير مؤسسة إعلامية عكس ما نجده مثلا بالتشريع الفرنسي من خلال الالتزامات الأوروبية الموقعة بموجب اتفاقية روما (1957) المتضمنة الالتزام بعدم التمييز بين مواطني الدول الأوروبية رغم الجدل الحاصل بفرنسا في هذا الشأن⁸.

بالنسبة للتشريع المغربي وغيره من التشريعات العربية فيمكن تكيف هذا الالتزام على أنه متعلق بمبدأ عدم التمييز والمعاملة الوطنية المنبثقة عن التزامات المنظمة العالمية للتجارة خاصة منها الاتفاقية المتضمنة التجارة في مجال الخدمات خاصة المواد 2 و 17 منها .

إن النص على حصر المسؤولية في المؤسسة الإعلامية للمتبعين بالجنسية الجزائرية يمكن أن يشكل عقبة أمام المفاوضات المتعلقة بانضمام الجزائر إلى منظمة التجارة العالمية على أساس أن الاتفاقية تعتبر ملزمة بالنسبة للدول التي تريد الانضمام إضافة إلى أن هذا النوع من الخدمات مصنف في اتفاقية تجارة الخدمات (trips).

ثانيا: تقييد المؤسسات الإعلامية المملوكة لغير الجزائريين.

إن حصر المسؤولية بالمؤسسة الإعلامية فقط للجزائريين يقابله تقييد الأجانب و حرمانهم من هذا الحق و هذا على خلاف باقي التشريعات الإعلامية المقارنة التي سمحت بنسب مختلفة⁹ من تملك الأجانب لحصص سواء باعتبارهم مالكيين أو مساهمين أو مصوتين .

⁷ "les étrangers ne pourront, à compter de la publication de la présente loi, procéder à une acquisition ayant effet de porter, directement ou indirectement, leur part à plus de vingt pour cent du capital social ou des droits de vote d'une entreprise éditant une publication de langue française". Art 7 Loi n° 86-897 du 1 août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse

⁸ يتمثل الجدل في رؤيتين مختلفتين حول تطبيق مضمون اتفاقية روما على المجال الصحفي حيث يعتبر البعض وجوب تطبيقها على أساس أنها نشاط صناعي و تجاري كيفية الأنشطة الأخرى بينما يعتبرها البعض الآخر نشاطا ذا خصوصية يمكن أن يندرج ضمن الاستثناءات التقافية التي اعفتها الاتفاقية من التطبيق .

⁹ 30 بالمئة على الأكثر بالتشريع المغربي و 20 بالمئة على الأكثر بالنسبة للتشريع الفرنسي.

بمقابل المنع من التملك فإن المشرع الجزائري استحدث آلية الترخيص للسماح بتناول المادة الإعلامية المكتوبة بالجزائر بالنسبة للنشريات الإعلامية التي تصدرها المؤسسات الأجنبية فعلى سبيل المثال نصت المادة 22 من قانون القانون العضوي المتعلق بالإعلام على أن طبع أي عنوان مملوك لشركة أجنبية يخضع إلى ترخيص من وزارة الاتصال ، كما نصت المادة 38 منه على أن نفس الاجراء إزاء إصدار و استيراد النشريات الدورية الموجهة للتوزيع المجاني من قبل الهيئات الأجنبية و البعثات الدبلوماسية التي تستوجب ترخيص وزارة الخارجية و أيضا ترخيص سلطة ضبط الصحافة المكتوبة فيما يتعلق باستيراد النشريات الدولية الأجنبية¹⁰.

إن آلية المنع بالنسبة للمادة الإعلامية الصادرة على مؤسسات مملوكة للأجانب تعتبر آلية تقليدية محدودة الفعالية ففيما يتعلق بالصحافة المكتوبة يمكن الترويج لها الكترونيا و فيها يتعلق بالإعلام السمعي البصري فإن هذا المنع يعتبر شبه مستحيل عمليا و كذلك الامر فيما يتعلق بالصحافة الالكترونية.

إن ربط المسؤولية في المؤسسات الإعلامية بالجنسية لا يعن بالضرورة الاستقلالية حيث أن التمتع بالجنسية الجزائرية لا يمنع التمتع بجنسيات أخرى تشكل ولاء معنويا لمسؤولي هذه المؤسسات بالإضافة إلى كون المؤسسة الإعلامية ذات المسؤولين الجزائريين قد تتأثر بالتبعية المادية وليس المعنوية المتعلقة بالجنسية.

ب. منع أشكال التأثير المادي الأجنبي.

يعتبر طبيعيا سعي المؤسسات الإعلامية كونها في الأصل شركات تجارية إلى البقاء والتوسع و لا شك أن للدعم المادي أثر بالغ في تحقيق هذا ،لذا وجب على التشريعات الإعلامية التصدي لإمكانية التحكم المادي الأجنبي في المؤسسات الإعلامية الذي لاشك أن له تأثيرات بالغة على الخط الافتتاحي لأي مؤسسة إعلامية مما يعني تهديدا واضحا لاستقلاليتها .

¹⁰المادة 37 من القانون العضوي المتعلق بالإعلام.

ركزت التشريعات الإعلامية على الزام المؤسسة الإعلامية بشفافية في التسيير المالي من خلال نشر التصريح بمصادر الأموال المشكلة لرأس المال أو الكتلة المالية المخصصة للتسيير و نشر الحسابات السنوية و لكن هذا الاجراء يعتبر اجراءا بعديا يجب أن يسبقه إجراء سابق يتمثل في منع التأثير المادي الأجنبي للمؤسسة الإعلامية .

يتخذ التأثير المادي صيغ مختلفة يمكن تلخيصها في الدعم المادي أو الامتياز المادي حيث يتميز الدعم المادي بأنه تأثير مادي مباشر بينما الامتياز المادي يتميز بأنه تأثير غير مباشر و قد تستعمل التشريعات الإعلامية هذه المدلولات و لكن بصيغ و مصطلحات مختلفة لكنها تتفق على منعها .

أولاً: منع الدعم المالي الأجنبي للمؤسسة الإعلامية.

منع الدعم المادي الأجنبي عبر عنه المشرع الجزائري في نص المادة 3/29 من قانون الاعلام "يمنع الدعم المادي المباشر...الصادر عن أية جهة أجنبية" و هو ذات الموقف الذي اتخذه المشرع الفرنسي في نص المادة 8 من قانون 86-897 المتعلق بإصلاح النظام القانوني للصحافة و أيضا التشريع المغربي في نص المادة 13 من القانون 13-88 المتعلق بالصحافة و النشر.

إن ما يجب أن نسجل في هذا الصدد التوافقات الكبيرة الموجودة في النص الجزائري الذي تناول هذه النقطة مقارنة بالنصوص الأخرى ، حيث أن النصوص الأجنبية و منها على سبيل المثال النص المغربي تناول العديد من التفاصيل التي أخذها المشرع الجزائري بنفس الاعتبار و هي :

أولاً أشكال الدعم المباشر المبررة كخدمات الاشتراك و الاشهار غير أن التشريع المغربي أضاف أنماط أخرى للدعم المادي الأجنبي المبرر الجوائز المقدمة للصحف و الصحفيين و هو الامر الذي أهمله المشرع الجزائري .

ثانيا تحديد الهيئة التي يمنع تلقي الدعم المادي المباشر منها فالنص المغربي شمل كل من الحكومات و الجهات الأجنبية بما فيها المؤسسات و الشركات التجارية الأجنبية و هي نفس اعتبارات المشرع الجزائري في نص المادة 117 من القانون العضوي المتعلق بالاعلام .

إن هذه التوافقات لا تتف بعض الاختلافات و منها على سبيل المثال أن تقرير عقوبة خاصة على تلقي الأموال و حصرها في غرامة ذات قيمة مالية كبيرة بينما المشرع الجزائري حدد لها قيمة هينة جدا من الأموال (من 100 إلى 40000 دج) .

ثانيا: منع المؤسسة الاعلامية من الحصول على امتياز أجنبي.

الامتياز المادي الأجنبي آلية غير مباشرة للتأثير على المؤسسة الإعلامية و يعتبر التصدي تحديا صعبا قانونيا إذا قورن مع الدعم المباشر لبساطة هذا الأخير، و أيضا للصعوبة تحديد أنماط الامتيازات المادية التي يمكن أن تمنحها الجهات الأجنبية سواء للمؤسسة الإعلامية في حد ذاتها أو لمسؤوليها الذي لهم تأثير مباشر على خطها الافتتاحي .

إن الامتياز المقصود في النصوص القانونية الإعلامية المقارنة هو بصورة عامة التسهيل المادي الغير مبرر المقدم إما للمؤسسة الإعلامية أو مسؤوليها بشكل منفرد أو جماعي سواء اقترن بمقابل مباشر من قبل المؤسسة الإعلامية أم لا .

إنه يجب الإقرار أن الامتيازات المادية المقدم من الجهات الأجنبية للمؤسسة الإعلامية يستحيل أن يشملها المنع بصفة كلية نظرا لتداخلها مع حرية التعامل الممنوحة للشركات التجارية و الاعوان الاقتصاديين عموما و تبقى مسألة تقديرية مخولة إما لسلطات الضبط أو المحاكم المختصة .

2. ضمانات الاستقلالية عن القوى الاقتصادية الوطنية.

إذا كانت الضمانات القانونية المتعلقة بمنع التأثير الأجنبي على المؤسسة الإعلامية تستهدف القطيعة مع أشكال الولاء المعنوي و المادي للمؤسسة الإعلامية للجهات الأجنبية فإن القوى

الاقتصادية الداخلية المشكلة من الاعوان الاقتصاديين المتواجدين داخل الجزائر تسعى أيضا إلى استهداف المؤسسات الإعلامية بهدف الترويج الإعلامي لها و هذا ما يعتبر سبب كل الاحكام القانونية التي تستهدف حماية استقلالية المؤسسة الإعلامية من القوى الاقتصادية داخل الوطن .

إن كل الاحكام المتعلقة بحماية المؤسسة الإعلامية من القوى الاقتصادية الوطنية احكام تتعلق بجانبها المالي ، حيث أن الجانب المالي يعتبر تقريبا الالية الوحيدة لتأثير الاعوان الاقتصادية الوطنية على المؤسسة الإعلامية و لهذا وجب على التشريعات الإعلامية إحاطة المؤسسة الإعلامية الجزائرية بمحيط مالي سليم .

إن ضمان استقلالية المؤسسة الإعلامية من الاعوان الاقتصاديين الوطنيين يكون من خلال ضمان سلامة تدخل هذه الأخيرة إما في رأس مال المؤسسة الإعلامية و أيضا في مصادر تمويلها ، فمتى تحقق للمؤسسة المالية رأس مال و مصادر دخل غير خاضعة لضغط الاعوان الاقتصاديين كانت المؤسسة الإعلامية مستقلة عن الاعوان الاقتصاديين الوطنيين.

أ. رأس مال المؤسسة الإعلامية تعددية التكوين و شفافية التسيير.

رأس مال الشركات التجارية مصدر التوازن المالي و معيار التواجد في السوق و منها المؤسسة الاعلامية التي تسعى بحكم طبيعتها إلى التكون من أكبر كتلة ممكنة من رأس مال و بالمقابل حسن تسيير رأس المال .

إذا كانت التشريعات التجارية و المالية تسعى إلى ثبات رأس مال الشركات التجارية ضمنا لاستمراريتها و تفاديا للآثار السلبية التي يمكن أن تنتج عن الإفلاس لكن التشريعات المالية تسعى إلى جعل رأس مال المؤسسة الإعلامية متعددا من حيث التكوين و شفافا من حيث التسيير فالتعددية le pluralisme هو الضمانة استقلالية الأساسية في تكوين رأس مال المؤسسة الإعلامية و شفافية la transparence تسيير و إدارة رأس مال المؤسسة الإعلامية هو الشفافية.

أولاً: ضمانات تكوين رأس مال المؤسسة الإعلامية.

لضمان استقلالية رأس مال المؤسسة الإعلامية اشترط المشرع الجزائري كغيره من التشريعات المقارنة عدة صفات في الأموال التي تكون رأس مال الشركة و تتمثل هذه الصفات في أن تكون أموالاً وطنية ، و أن تكون مبررة ، وأن تكون متعددة الملكية .

أولاً : إلزامية وطنية الأموال المكونة لرأس مال المؤسسة الإعلامية تظهر في مجال السمي البصري مثلاً في اشتراط خضوع هذه المؤسسات و الشركات إلى القانون الجزائري¹¹ و أيضاً في إلزامية وطنية كل رأس المال الاجتماعي للشركة¹² و فيما يتعلق بالتشريعين المغربي و الفرنسي فقد اشترطاً نسب مختلفة ذكرناها سابقاً .

ثانياً : تبرير الأموال المكونة لرأس المال يكون خلال تقديم التصريح لمنح الاعتماد من قبل سلطة الضبط السمي البصري¹³ فيما يخص النشاط السمي البصري و بالمقابل في نشاط الصحافة المكتوبة يكون وفقاً للقواعد العامة التي ينظمها التشريع التجاري و أيضاً المتعلق بالمركز الوطني للسجل التجاري تطبيقاً لنص المادة 29 من قانون الاعلام و هو نفس الامر الذي اشترطه التشريع المغربي في نص المادة 9/21 من القانون 13-88 المتعلق بالصحافة و النشر .

ثالثاً : تعدد المساهمين في رأس مال المؤسسة الإعلامية يشكل نقطة خلاف مهمة على عكس وطنية و تبرير مكونات رأس المال ذلك لسببين أولهما أن تعددية المساهمين في رأسمال الشركة حدودها غير واضحة تماماً لدى كل المتلقين بنفس الدرجة و هذا ما يشكل خرقاً لمبدأ الامن القانوني و ثانياً لان هذه التعددية موكلة إلى العددي من الهيئات في نفس الوقت فهي موكلة وفقاً للقواعد العامة الموجودة في قانون المنافسة إلى مجلس المنافسة و موكلة إلى سلطات الضبط (سلطة ضبط السمي البصري وفقاً للمادة 12/55 من قانون السمي البصري و سلطة ضبط الصحافة المكتوبة وفقاً للمادة 7/10 قانون الاعلام) و

¹¹ نص المادة 61 من القانون العضوي المتعلق بالاعلام .

¹² المادة 19 من قانون السمي البصري .

¹³ المادة 11 من القانون العضوي المتعلق بالاعلام.

موكلة أيضا إلى وزير الاتصال بموجب نص المادة 2 المرسوم التنفيذي المحدد لصلاحيات وزير الاتصال¹⁴.

في هذا الصدد تحديدا يجب التنويه إلى نقطة في غاية الأهمية وهي أن محدودية السلطة التقديرية لسلطة الضبط في تقدير التعددية المطلوبة مقابل توسيع السلطة التقديرية الممنوحة لوزير الاتصال في تقدير التعددية المطلوبة حيث أن سلطة الضبط تقوم بالتدخل فقط لمنع التأثير المالي و السياسي و الأيديولوجي للمؤسسة الإعلامية لمالك واحد بينما وزير الاتصال له سلطة الوزير مفتوحة و غير مقيدة بتهديد شخص واحد.

إن تعدد المساهمين في رأس مال المؤسسة الإعلامية يطرح من منظور آخر وهو مدى مساهمة الصحفيين المحترفين في الدخول كمساهمين في رأس مال المؤسسة الإعلامية كون أن امتلاك الصحفيين المهنيين سواء بصفة انفرادية أو مشتركة عبر شركات المحررين¹⁵ جزء من رأس مال المؤسسة الإعلامية يعتبر غاية تشجعها التشريعات الإعلامية.

إن نشأة رأس مال المؤسسة الإعلامية على هذا النحو الوطني و المبرر و التعددي لا يمكن أن يعتبر لوحده ضمانا لاستقلالية رأس مال المؤسسة الإعلامية بل يجب أن يتبعه مساهمة لطريقة إدارة رأس المال حتى لا تخضع المؤسسة الإعلامية التي أسست بطريقة سلسلة إلى تأثيرات لاحقة من خلال التدخلات في رأس مالها الاجتماعي .

ثانيا: ضمانات تسيير وإدارة رأس مال المؤسسة الإعلامية.

اشتدت التشريعات المقارنة أن تتم أي عملية لاحقة على تأسيس رأس مال المؤسسات الإعلامية وفقا لمبدأ الشفافية حيث يتم توضيح كل العمليات الواردة على رأس المال الاجتماعي للمؤسسة الإعلامية لدى المصالح المختصة سواء المصالح المكلفة بمراقبة تسيير

¹⁴مرسوم تنفيذي رقم 11-216 ماضي في 12 يونيو يحدد صلاحيات وزير الاتصال 2011 الجريدة الرسمية عدد 33 المؤرخة في 12 يونيو 2011.

¹⁵شركات المحررين صيغة قانونية أوجدها قانون الاعلام قصد مساهمة الصحفيين المحترفين في الدخول في رأس مال المؤسسات الإعلامية حسب نص المادة 78 من قانون الاعلام .

كل الشركات التجارية كالمركز الوطني للسجل التجاري أو المكلفة بضبط المجال الإعلامي كسلطات الضبط.

إن التصريح بأي عملية واردة على رأس مال الاجتماعي للمؤسسة الإعلامية يأتي إضافة إلى التصريح العادي الدوري لدى الهيئات المختصة بالمراقبة الدورية لرأس مال المؤسسات الإعلامية كالمركز الوطني للسجل التجاري.

يعتبر التصريح إزاء أي عملية واردة على رأس مال المؤسسة الإعلامية قصد ممارسة الرقابة عليه سواء من قبل الهيئات العمومية أو من قبل السلطات الضبط استثناء على حرية التعاقد الناتجة عن مبدأ حرية الصناعة و التجارة و لكن خلفية النصوص الداعية إلى فرض الرقابة على هذه الممارسة التعاقدية يمكن أن يفسر لصالح منع التحكم في المؤسسة الإعلامية من قبل المتعاملين الاقتصاديين

يكون رأس المال الاجتماعي باعتباره أحد عناصر التصريح أو الاعتماد -حسب الحالة- الممنوح للمؤسسة الإعلامية قصد ممارسة نشاطها الإعلامي محل تبليغ بأي عملية ترد عليه لدى سلطات الضبط من أجل تغيير مضمون التصريح أو الاعتماد.

إن أحكام دعم الشفافية المتعلقة بتسيير رأس مال المؤسسة الإعلامية ليست موجهة فقط للهيئات العمومية المختصة أو سلطات الضبط ولكن حتى الجمهور حيث نجد أن التشريعات الإعلامية المقارنة تلزم المؤسسة الإعلامية بالإعلام المباشر لمتلقيها-قراء أو مشاهدين حسب الحالة- وترجع خلفية هذا إلى تقدير القارئ والمشاهد والثقة المتبادلة التي تسعى التشريعات الإعلامية إلى تثبيتها في احكامها المختلفة.

إن الاختلاف بين الاحكام المتعلقة بتبليغ سلطات الضبط و الهيئات العمومية المختصة بعمليات تسيير الرأس المال الاجتماعي للمؤسسة الإعلامية و الاحكام المتعلقة بتبليغ الجمهور بهذه العمليات يرجع لكون الهدف من تبليغ سلطات الضبط و الهيئات العمومية هو الرقابة العادية الهيئات العمومية المتخصصة على رأس مال الشركات التجارية و تفادي

التمركز الاقتصادي بينما إعلام الجمهور المقصود منه هو تنمية الثقة المتبادلة بين الجمهور و المؤسسة الإعلامية .

تخصص التشريعات بشكل متباين الاحكام المتعلقة بتبليغ المشاهد أو القارئ العمليات الواردة على رأس مال الشركة فمثلا بينما خصص المشرع الجزائري فقرة واحدة في مادة عامة تتضمن إلزام مؤسسات الصحافة المكتوبة نشر حصيلة الحسابات المصادق عليها للسنة الفارطة نجد أن المشرع الفرنسي قد خصص لهذا الغرض مادة كاملة ضمن القانون 2016-1524 المتعلق بتدعيم حرية و استقلالية و تعددية الاعلام¹⁶ تلزم المؤسسة الإعلامية في مجال الصحافة المكتوبة إبلاغ قرائها بأي تنازل أو وعد بالتنازل على حقوق في رأس مال المؤسسة الإعلامية أو تغيير في وضع الشركة أو تغيير في المساهمين ...الخ.

إن الاهتمام بالرأس مال الاجتماعي للمؤسسة الاعلامية سواء فيما يتعلق بتكوينه أو تسييره على أهميته لا يمكن أن يكون ضامنا وحيدا لاستقلاليتها من القوى الاقتصادية مالم يتبع بضمانات متعلقة بمصادر عائدات المؤسسة الإعلامية لأن أي مؤسسة إعلامية مهما كان رأس مالها يمكن التحكم فيها من خلال تجفيف أو السيطرة على مصادر دخلها.

ب. الضمانات المتعلقة بمصادر دخل المؤسسة الإعلامية.

تسعى الشركات التجارية إلى تنويع مصادر الدخل حسب مجال نشاطها والمؤسسات الإعلامية بحكم انها شركات تجارية في الأصل تسعى إلى نفس الغاية غير أن هذا المسعى يصدم بمشكلة عدم إمكانية تنويع مصادر الدخل حيث أن المؤسسة الإعلامية إذا استثنينا الاشهار الذي عادة ما يشكل الجزء الأكبر من مداخيلها لا يمكنها الحصول على مصادر تمويلية أخرى كثيرة ، و لهذا يكون من السهل التحكم في المؤسسة الإعلامية من خلال السيطرة على الاشهار كونه تقريبا مصدر دخلها الوحيد .

أولاً: شفافية العائدات الاشهارية للمؤسسة الاعلامية.

¹⁶ Art 19 du LOI n° 2016-1524 du 14 novembre 2016 visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias

الاشهار كتقنية تجارية يشكل مصدر مهما لدخل المؤسسة الإعلامية و هو في نفس الوقت الالية القانونية الوحيدة لتعامل المؤسسات الإعلامية مع الاعوان الاقتصاديين فتشكل عقود الاشهار المظهر الخارجي لهذا التعامل بين المؤسسة الاقتصادية و العون الاقتصادي.

الاشهار في المادة الإعلامية يعرف عموما على أنه كل شكل من أشكال الترويج عبر وسيلة إعلامية بمقابل مادي يستهدف ترقية تجارية لاي كيان تجاري ، صناعي أو حرفي أو أعمال حرة و قد اختار المشرع الجزائري حصر تعريف خاص للاشهار السمعي البصري في نص المادة 2 من قانون السمعي البصري يندرج في هذا السياق العام.

إن عقد الاشهار يمكن أن يشكل وسيلة تأثير للعون الاقتصادي على المؤسسة الإعلامية من خلال منح عقود الاشهار التي تحتاجها المؤسسات الإعلامية مقابل مساومات تهدد استقلالية المؤسسة الإعلامية وبالتالي وجب على التشريعات الإعلامية التدخل بحذر قصد الإبقاء على انسياب مداخل عقود الاشهار للمؤسسة الإعلامية و لكن مقابل عدم التفريط في استقلاليتها من خلال التأثير على خطها الافتتاحي.

تتفق التشريعات الإعلامية و منها التشريعات الأولية في هذا السياق على محاربة ظاهرة الاشهار المبطن من خلال الزام المؤسسة الإعلامية اعتبار سلطات الضبط في إطار ما عبر عنه المشرع الجزائري بسهر سلطات الضبط على شفافية القواعد الاقتصادية في سير المؤسسة الناشرة و يلاحظ أن السلطات الممنوحة لسلطات الضبط في هذا المجال كبيرة خاصة عند تفحص نص المادة 10/55 من قانون السمعي البصري الذي يخول سلطة السمعي البصري الرقابة بكل الوسائل فيما يتعلق بموضوع ومضمون و كيفية برمجة الحصص الاشهارية .

يعتبر الاشهار المقدم من قبل المؤسسات العمومية سواء إدارية كانت أو صناعية و تجارية أو اقتصادية من أبرز مظاهر المصادر التمويلية للمؤسسات الإعلامية و عليه يكون من الواجب أن تتقيد هذه المؤسسات الإعلامية بمبدأ الحياد في التعاقد الاشهاري.

إن ما يميز الأشهار في القوانين المقارنة مقارنة بالقانون الجزائري أنها تخضع (عملية الأشهار) إلى قانون خاص بها بينما العملية الأشهاري موزعة على مختلف النصوص بالمنظومة القانونية الجزائرية.

ثانيا: نجاعة الدعم العمومي.

تمنح الدولة إعانات لترقية حرية التعبير حسب نص المادة 127 من القانون العضوي المتعلق بالاعلام غير أن كل إعانة مالية أو مساعدة مادية تقدمها الدولة للمؤسسة الإعلامية مقيدة يجب أن تراعي مبدأ الحياد بين كل المؤسسات الإعلامية .

تختلف طرق التحكم في الإعانات الممنوحة بين التشريعات المقارنة حيث في فرنسا تقوم الوزارة بتوزيع الدعم العمومي على المؤسسات الإعلامية على أن تكون التخصيصات السنوية محل عرض يمكن الاطلاع عليه من العموم .

بالمقابل نجد قانون الاعلام الجزائري يجعل من سلطة ضبط ا متخصصة في تحديد قواعد و شروط الإعانات و المساعدات التي تمنحها الدولة لوسائل الاعلام و أيضا السهر على توزيعها¹⁷.

إن الرهان الحقيقي أمام الأشهار العمومي و أيضا الدعم العمومي للمؤسسات الإعلامية أنه يجب أن لا يخرج من مفهوم الدعم إلى صيغة من صيغ التفضيل بين مؤسسة إعلامية و أخرى و أيضا أن لا تخرج عن السياق العام للدعم .

خاتمة.

إن استقلالية المؤسسة الإعلامية تعني بالضرورة استقلالية الاعلام و رغم كل الاحكام القانونية المتشعبة التي تسعى إلى الوصول إلى الاستقلالية تبقى هذه الاستقلالية غير قابلة للتطبيق بشكل نهائي و كامل خال من كل نقص .

¹⁷ نص المادة 7/40 من القانون العضوي المتعلق بالاعلام .

إن المساعي القانونية أيا كانت للحصول على مؤسسة إعلامية مكتملة الاستقلالية تبقى غير كاملة مادامت الكيانات التي تحاول احتواء المؤسسة الإعلامية سواء خارجية أو اقتصادية داخلية تقوم باستحداث آليات جديدة للتأثير على استقلالية هذه الأخيرة .

إن الإطار القانوني لاستقلالية المؤسسة الإعلامية يبقى خاضعا للتنقيح و التجديد لأن الممارسة الإعلامية التي تقوم بها هذه المؤسسة ممارسة متجددة بشكل دائم.

المخلص :

تحاول الدراسة تحليل النظام القانوني لاستقلالية المؤسسة الإعلامية انطلاقا من مقارنة النصوص الجزائرية بالنصوص المقارنة خاصة في التشريعين المغربي و الفرنسي من خلال جانبيين هما الضمانات التي تستهدف حماية استقلالية المؤسسة الإعلامية من التأثير الأجنبي سواء بتجنيس مسؤولي المؤسسات الإعلامية أو منع أي دعم مادي مباشر كان أو غير مباشر للمؤسسة الإعلامية .

تتطرق الدراسة في الجزء الثاني إلى تحليل الاحكام القانونية الجزائرية و المقارنة التي تستهدف حماية الاستقلالية من القوى الاقتصادية الداخلية من خلال حماية رأس مال المؤسسة الإعلامية في مرحلتي التكوين و التسيير و أيضا التأطير القانوني لمصادر دخل المؤسسة الإعلامية و هما الأشهار كمصدر دخل أساسي و الدعم العمومي كمصدر دخل استثنائي.

الكلمات المفتاحية :

المؤسسة الإعلامية ، الاستقلالية ، قانون الاعلام ، استقلالية الصحافة، السمعى البصري.

Le résumé

La présente étude essaye d'analyser le statut juridique de l'établissement médiatique en comparant la législation Algérienne avec celle du Maroc et France, par deux volets principaux qui sont les garanties à but de garantir l'indépendance de l'établissement médiatique de l'influence étrangère que sois par la nationalisation des responsables de cet établissement, ou bien par l'interdiction de n'importe quelle donation matérielle directe ou indirecte a cet établissement médiatique .

Le deuxième volet de l'étude s'intéresse à analyser les textes algériens et comparés a pour objet de protection cet établissement médiatique aux forces économiques intérieur, par la protection de capital social dans l'étape de la création et la gestion, et aussi l'encadrement juridique des sources financières de cet établissement médiatique qu'ils

sont la publicité en tant que source financier principal et les aides publics en tant que source financière exceptionnelle.

Anglais

The present study tries to analyse the legal status of the media establishment, by comparing the Algerian legislation with that of Morocco and France, by two main components which are the guarantees to ensure the independence of the institution Media of foreign influence whether by the nationalization of the officials of this establishment, or by the prohibition of any material donation direct or indirect to this media establishment.

The second part of the study is interested in analyzing the Algerian , and comparative texts aims to protect this media establishment with the internal economic forces, by the protection of social capital in the stage of creation and management, and also The legal framework of the financial sources of this media establishment that they are advertising as a main financial source and public aid as an outstanding financial source.