

ضمانات استقلالية المؤسسة الإعلامية من منظور القانون الجزائري

لخضر عليان

أستاذ مساعد «أ» كلية الحقوق

جامعة الجزائر1

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 - 05⁽¹⁾ وقانون السمعى البصري القانون 14 - 04⁽²⁾ وباقي النصوص التنظيمية⁽³⁾ تكريس فكرتين أساسيتين في التنظيم القانوني للمؤسسة الإعلامية أولهما 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 ، وهذا 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.

(1) القانون العضوي 12 - 05 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية عدد 2 الصادرة 15 يناير 2012.

(2) القانون 14 - 04 مؤرخ في 24 فبراير 2014 يتعلق بالنشاط السمعى 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.

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

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 الأجنبية 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 ضمانا 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 الاعلام⁽¹⁾ بشكل حصري وقطعي أن الأنشطة الإعلامية لا يمكن ممارستها إلا من قبل وسائل الإعلام التي يتحكم فيها جزائيو الجنسية سواء باعتبارهم مالكين أو مسيرين ومديرين .

(1) نص المادة 4 من قانون الاعلام 05 - 12.

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

أتت في نفس السياق نصوص خاصة تشترط الجنسية الجزائرية على مسؤولي المؤسسات الإعلامية للصحافة المكتوبة والصحافة السمعية البصرية حيث نصت المادة 23/ 4 على أن مسؤول النشرية الدورية يجب أن يكون جزائري الجنسية ونصت المادة 61/ 4 من نفس القانون على أنه لا يمكن ممارسة النشاط السمعي البصري إلا من قبل المؤسسات أو الشركات التي تخضع إلى القانون الجزائري⁽¹⁾ 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 والحصري لاعتماد الجنسية الوطنية لكل مسؤولي المؤسسة الإعلامية يأتي على خلاف الكثير من التشريعات ومنها مثلا التشريع المغربي الذي ينص في المادة 9/ 2 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

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

بالجنسية المغربية⁽¹⁾ 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 بالمئة من رأس المال الاجتماعي أو حقوق التصويت في مؤسسة تقوم بإصدار نشرية باللغة الفرنسية⁽²⁾.

يمكن أن يرجع هذا الاختلاف بين التشريع الجزائري والأجنبي في هذا المجال إلى عدم وجود التزام دولي على الجزائر يفرض تمكين الأجانب من امتلاك وتسيير 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 الشأن⁽³⁾.

بالنسبة للتشريع المغربي وغيره من التشريعات العربية فيمكن تكييف 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 للمتمتعين بالجنسية الجزائرية يمكن أن يشكل عقبة أمام المفاوضات المتعلقة بانضمام الجزائر إلى منظمة

(1) ظهير شريف رقم 1.16.122 صادر في 10 اغسطس 2016 بتنفيذ القانون رقم 88-13 المتعلق بالصحافة والنشر.

(2) «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

(3) يتمثل الجدل في رؤيتين مختلفتين حول تطبيق مضمون اتفاقية روما على المجال الصحفي حيث يعتبر البعض وجوب تطبيقها على أساس أنها نشاط صناعي وتجاري كبقية الأنشطة الأخرى بينما يعتبرها البعض الآخر نشاطا ذا خصوصية يمكن أن يندرج ضمن الاستثناءات الثقافية التي اعفتها الاتفاقية من التطبيق.

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 وحرمانهم من هذا الحق وهذا على خلاف باقي التشريعات الإعلامية المقارنة التي سمحت بنسب مختلفة⁽¹⁾ من تملك الأجانب لحصص سواء باعتبارهم مالكين أو مساهمين أو مصوتين .

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 واستيراد 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 الأجنبية⁽²⁾.

إن آلية المنع بالنسبة للمادة الإعلامية الصادرة على مؤسسات مملوكة للأجانب تعتبر آلية تقليدية محدودة الفعالية ففيما يتعلق بالصحافة المكتوبة يمكن الترويج لها الكترونيا وفيما يتعلق بالإعلام السمعي البصري فإن هذا المنع يعتبر شبه مستحيل عمليا وكذلك 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

(1) 30 بالمئة على الأكثر بالتشريع المغربي و 20 بالمئة على الأكثر بالنسبة للتشريع الفرنسي.

(2) المادة 37 من القانون العضوي المتعلق بالإعلام.

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 ولا 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 .

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 ونشر الحسابات السنوية ولكن 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 وقد تستعمل التشريعات الإعلامية هذه المدلولات ولكن بصيغ ومصطلحات مختلفة لكنها تتفق على منعها .

أولاً: منع الدعم المالي الأجنبي للمؤسسة الإعلامية.

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

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 ومنها على سبيل المثال النص المغربي تناول العديد من التفاصيل التي أخذها المشرع الجزائري بنفس الاعتبار وهي :

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

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

إن هذه التوافقات لا تنف بعض الاختلافات و منها على سبيل المثال أن تقرير عقوبة خاصة على تلقي الأموال وحصرها 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، وأيضا 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 وهذا 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 ولهذا 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 وأيضا في مصادرها تمويلها ، فمتى تحقق للمؤسسة المالية رأس مال ومصادر 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 ومعيار التواجد في السوق ومنها المؤسسة الاعلامية التي تسعى بحكم طبيعتها إلى التكون من أكبر كتلة ممكنة من رأس مال وبالمقابل حسن تسيير رأس المال .

إذا كانت التشريعات التجارية و المالية تسعى إلى ثبات رأس مال الشركات التجارية ضمانا لاستمراريتها و تفاديا للاثار 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 اتسيير وإدارة رأس مال المؤسسة الإعلامية هو الشفافية.

أولا: 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 أموالا وطنية ، و أن تكون مبررة ، و أن تكون متعددة الملكية .

أولا : إلزامية وطنية الأموال المكونة لرأس مال المؤسسة الإعلامية تظهر في مجال السمي البصري مثلا في اشتراط خضوع هذه المؤسسات و الشركات إلى القانون الجزائري⁽¹⁾ و أيضا في الزامية وطنية كل رأس المال الاجتماعي للشركة⁽²⁾ و فيما يتعلق بالتشريعين المغربي و الفرنسي فقد اشترطا نسب مختلفة ذكرناها سابقا .

ثانيا : تبرير الاموال المكونة لرأس المال يكون خلال تقديم التصريح لمنح الاعتماد من قبل سلطة الضبط السمي البصري⁽³⁾ فيما يخص النشاط السمي البصري و بالمقابل في نشاط الصحافة المكتوبة يكون وفقا للقواعد العامة التي ينظمها التشريع التجاري و أيضا المتعلق بالمركز الوطني للسجل التجاري تطبيقا لنص المادة 29 من قانون الاعلام و هو نفس الامر الذي اشترطه التشريع المغربي في نص المادة 21/9 من القانون 88-13 المتعلق بالصحافة و النشر .

(1) نص المادة 61 من القانون العضوي المتعلق بالاعلام .

(2) المادة 19 من قانون السمي البصري .

(3) المادة 11 من القانون العضوي المتعلق بالاعلام .

ثالثا : تعدد المساهمين في رأس مال المؤسسة الإعلامية يشكل نقطة خلاف مهمة على عكس وطنية وتبرير مكونات رأس المال ذلك لسببين أولهما أن تعددية المساهمين في رأسمال الشركة حدودها غير واضحة تماما لدى كل المتلقين بنفس الدرجة وهذا ما يشكل خرقا لمبدأ الأمن القانوني وثانيا لان هذه التعددية موكلة إلى العددي من الهيئات في نفس الوقت فهي موكلة وفقا للقواعد العامة الموجودة في قانون المنافسة إلى مجلس المنافسة و موكلة إلى سلطات الضبط (سلطة ضبط السمعى البصري وفقا للمادة 55/12 من قانون السمعى البصري وسلطة ضبط الصحافة المكتوبة وفقا للمادة 10/7 قانون الاعلام) و موكلة أيضا إلى وزير الاتصال بموجب نص المادة 2 المرسوم التنفيذي المحدد لصلاحيات وزير الاتصال⁽¹⁾.

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 والسياسي والأيدولوجي للمؤسسة الإعلامية لمالك واحد بينما وزير الاتصال له سلطة الوزير مفتوحة وغير 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 المحررين⁽²⁾ جزء من رأس مال المؤسسة الإعلامية يعتبر غاية تشجعها التشريعات الإعلامية.

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

(2) شركات المحررين صيغة قانونية اوجدها قانون الاعلام قصد مساهمة الصحفيين المحترفين في الدخول في رأس مال المؤسسات الإعلامية حسب نص المادة 78 من قانون الاعلام .

إن نشأة رأس مال المؤسسة الإعلامية على هذا النحو الوطني والمبرر والتعدد لا يمكن أن يعتبر لوحده ضماناً 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 .

ثانياً: ضمانات تسيير وإدارة رأس مال المؤسسة الإعلامية.

اشتدّت التشريعات المقارنة أن تتم أي عملية لاحقة على تأسيس رأس مال المؤسسات الإعلامية وفقاً لمبدأ الشفافية حيث يتم توضيح كل العمليات الواردة على رأس المال الاجتماعي للمؤسسة الإعلامية لدى المصالح المختصة سواء المصالح المكلفة بمراقبة تسيير 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 والتجارة ولكن 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 والاحكام المتعلقة بتبليغ الجمهور بهذه العمليات يرجع لكون الهدف من تبليغ سلطات الضبط والهيئات العمومية هو الرقابة العادية الهيئات العمومية المتخصصة على رأس مال الشركات التجارية وتفادي التمرکز الاقتصادي بينما إعلام الجمهور المقصود منه هو تنمية الثقة المتبادلة بين الجمهور والمؤسسة 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 بنشر حصيلة الحسابات المصادق عليها للسنة الفارطة نجد أن المشرع الفرنسي قد خصص لهذا الغرض مادة كاملة ضمن القانون 1524-2016 المتعلق بتدعيم حرية واستقلالية وتعددية الاعلام⁽¹⁾ 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.

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

ب - الضمانات المتعلقة بمصادر دخل المؤسسة الإعلامية.

تسعى الشركات التجارية إلى تنوع 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 تنوع 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 ، ولهذا يكون من السهل التحكم في المؤسسة الإعلامية من خلال السيطرة على الاشهار كونه تقريبا مصد دخلها الوحيد .

أولاً: شفافية العائدات الاشهارية للمؤسسة الاعلامية.

الاشهار كتقنية تجارية يشكل مصدر مهم لدخل المؤسسة الإعلامية وهو في نفس الوقت الآلية القانونية الوحيدة لتعامل المؤسسات الإعلامية مع الاعوان الاقتصاديين فتشكل عقود الاشهار المظهر الخارجي لهذا التعامل بين المؤسسة الاقتصادية والعون الاقتصادي.

الاشهار في المادة الإعلامية يعرف عموماً على أنه كل شكل من أشكال الترويج عبر وسيلة إعلامية بمقابل مادي يستهدف ترقية تجارية لاي كيان تجاري ، صناعي أو حرفي أو أعمال حرة وقد اختار المشرع الجزائري حصر تعريف خاص للاشهار السمي البصري في نص المادة 2 من قانون السمي 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 مداخيل عقود الاشهار للمؤسسة الإعلامية ولكن مقابل عدم التفريط في استقلاليتها من خلال التأثير على خطها الافتتاحي.

تتفق التشريعات الإعلامية ومنها 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 بسهرسلطات الضبط على شفافية القواعد الاقتصادية في سير المؤسسة الناشرة ويلاحظ أن السلطات الممنوحة لسلطات الضبط في هذا المجال كبيرة خاصة عند تفحص نص المادة 55/ 10 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 وتجارية أو اقتصادية من أبرز مظاهر المصادر التمويلية للمؤسسات الإعلامية وعليه يكون من الواجب أن تتقيد هذه المؤسسات الإعلامية بمبدأ الحياد في التعاقد الاشهاري. إن ما يميز الاشهار في القوانين المقارنة مقارنة بالقانون الجزائري أنها تخضع (عملية الاشهار) إلى قانون خاص بها بينما العملية الاشهاري 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 تحديد قواعد و شروط الإعانات و المساعدات التي تمنحها الدولة لوسائل الاعلام وأيضا السهر على توزيعها⁽¹⁾.

(1) نص المادة 40/ 7 من القانون العضوي المتعلق بالإعلام .

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 وأخرى وأيضا أن لا تخرج عن السياق العام للدعم .

خاتمة

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

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 والتجديد لأن الممارسة الإعلامية التي تقوم بها هذه المؤسسة ممارسة متجددة بشكل دائم.