

الحاضرة الثامنة : التنظيم القانوني للإشهار في الجزائر:

تعمل معظم دول العالم الثالث على امتلاك المؤسسات الإعلامية ، وتكفل بتمويلها الكلي وهذا لخدمة إيديولوجية الحزب الحاكم وتطلعات الحكومة ، عملت الجزائر قبل 1989م ضمن هذا الاتجاه حيث تقوم الدولة بتمويل مؤسسة الإذاعة والتلفزيون؛ ولأن القاعدة المعروفة تقول أن من يملك يتحكم في مضمون ومحتوى الرسالة الإعلامية ، فالملكية تعني التمويل، والتمويل يعني فرض وجهة النظر أو السيطرة أو التحكم في الهدف والاتجاه.

من خلال المرسوم رقم 63-301 أفرد المشرع الجزائري سد الفراغ القانوني وإلغاء القوانين الفرنسية السابقة ، ويعتبر أول قانون نظم الإشهار التجاري ، و كل القوانين الواردة فيما بعد لم تأتي لإلغائه بمعنى مازال ساري المفعول إلى يومنا لكن يبقى حبيس عدم مراعاة أحكامه ، يلي هذا المرسوم الأمر 67-279 المؤرخ في 1967/11/20م احتوى الأمر على أربع مواد وملحق بالقانون الأساسي المنظم لإنشاء الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، جاء هذا الأمر بعد رسم الوجهة الاقتصادية نحو الاشتراكية مما يستدعي تسيير سوق الإشهار من خلال القطاع العام بعد عرض القانون الأساسي تكون الوكالة هي الممثل الرسمي التي تشرف على سوق الإشهار وهي الهيئة الوحيدة إلى غاية دستور 1989م ، دعمتها نصوص قانونية كرسست الاحتكار وهيئت أرضية السوق وآلية نشاطه لصالح الوكالة الوطنية للنشر والإشهار ANEP .

ثم صدر أمر يقر بتأسيس الاحتكار للإشهار متمثلا في الأمر رقم 68-79 ، ليأتي بعده الأمر رقم 71-96 ركز المشرع على بسط السيادة الوطنية في الفقرة الأولى ، فنصت الفقرة على انه يعطي للوكالة حق ممارسة الاحتكار سواء كان لمصلحته أو لإنتاج وطني ، أو ما يتعلق بالأجانب ويكمن مبدأ شخصية القوانين في الفقرة الثانية بنصها على احتكار النشر والإنتاج المتعلق بالإشهار التجاري ، ثم تم صدور مرسوم رقم 70-74 سنة 1974م ، يتضمن تعريب الإعلانات الخاصة بالإشهار التجاري. إن الحكومات المتعاقبة بعد 1992م لم يتم من خلال مراسيمها إلا تكريس احتكار الدولة للإشهار ، وذلك بدءا بحكومة عبد السلام بلعيد الذي أقر من خلال المنشور الحكومي رقم 626 الصادر بتاريخ 19 أوت 1992م ضرورة تعامل المؤسسات العمومية والإدارات والمنظمات ذات الطابع العمومي في

جميع العمليات المتعلقة بالإشهار مع الوكالة الوطنية للنشر والإشهار وبالمقابل إلغاء العقود الإشهارية المباشرة والوكالات الخاصة.

وقد تدعم هذا الاحتكار بمرسوم آخر أصدرته نفس الحكومة في 15 أوت 1993م. إلا أن تعليمة مقداد سيفي الصادرة بتاريخ 29 نوفمبر 1994م والقاضية بضرورة تحويل الأنشطة الإشهارية للمؤسسات العمومية ، والاقتصادية والمنشآت ذات الطابع الإداري البنوك العمومية وكل هيكل آخر بضرورة توجيه معالجة وانتقاء اشهاراتها وإعلاناتها فقط عن طريق الوكالة الوطنية للنشر والإشهار ANEP، وهي الفكرة التي أكدها الأمر الصادر عن حكومة أويحي والمتضمن إلزام كل المؤسسات بالتعامل مع ANEP.

لم يعرف قطاع الإشهار أي قانون أو نص تشريعي يضبط ينظم السوق الإشهارية حتى وإن جاء دستور 1996م، وفك الاحتكار ضمناً من خلال ما جاء في محتوى المادة (37) والتي تنص على مايلي: " حرية التجارة والصناعة مضمونة وتمارس في إطار القانون"

إذن يعد احتكار المواد الإشهارية من قبل ANEP قيد على المؤسسة وبالتالي يزيد من الصعوبات المالية التي يواجهها القطاع الخاص من الصحف و العراقيل المتعلقة بالسحب والتوزيع، و ارتفاع أسعار الطبع ، هذا ما دفع بعض الجرائد لإنشاء مصالح خاصة داخل مقرها تتولى وظيفة البحث عن المعلنين الخواص والصفقات الإشهارية.

- المشروع التمهيدي لقانون الإشهار 2007م : من بين المشاريع التمهيديّة المهمة والتي تبرز الحاجة الملحة إليها لتحقيق مبدأ الحق في الإعلام وضمان المنظومة التشريعية القانونية للمؤسسة الإعلامية له ، مشروع قانون الإشهار ماي 2007م ، والذي يكتسي أهمية بالغة من جانب التمويل للمؤسسات الإعلامية مما يحافظ على استمراريتها ، يحتوي نص المشروع على مايلي :

الباب الأول: المبادئ العامة(12) مادة.

الباب الثاني: تنظيم وممارسة النشاطات الإشهارية .

الفصل الأول: تنظيم النشاطات الإشهارية (03) مواد.

الفصل الثاني: ممارسة الأنشطة الإشهارية (09) مواد.

الباب الثالث:مضمون الإشهار، الرقابة والعقوبات.

الفصل الأول:مضمون الإشهار (16) مادة.

الفصل الثاني: تأهيل أعوان المراقبة (03) مواد.

الفصل الثالث: العقوبات (15) مادة.

الباب الرابع: اللجنة الوطنية لمراقبة ومراجعة الإشهار (04) مواد.

الباب الخامس: أحكام خاصة (05) مواد.

الباب السادس: أحكام انتقالية (04) مواد.

من بين أهم المبادئ التي تطرق إليها ، بالإضافة إلى ضبط ممارسة الإشهار حتى يؤدي مهامه ، ويساهم في التنمية ويحمي المستهلك ، رفع القيود عن الإشهار من خلال تكريسه حق المعلن في اختيار الوسيلة والدعامة التي يرغب في بث اشهاراته بواسطتها ، فحسب المادة (03) من المشروع نجد إنها نصت على "كل معلن بما في ذلك الدولة ، حر في تصميم إعلاناته ، واختيار الدعائم التي من خلالها يتم نشر أو بث هذه الإعلانات ... " ، وفي نفس الوقت تمكن من لهم الإمكانيات من الإشهار في هذا النشاط من خلال الأشكال التجارية سواء كانت الوكالات الاستشارية ، أو الاشهارية ، أو الشركات ، والمؤسسات والهيئات المؤهلة قانونا حسب نص المادة (17). فيما نصت المادة (19) على انه "يمكن للوحدات الإشهارية التابعة لأجهزة الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية المؤسسة قانونا ، أن تسير المساحات والتخصصات الإشهارية لحسابها الخاص وكذا لحساب جهاز أو أكثر من أجهزة الصحافة".

ركز المشروع على الجانب الأخلاقي للإشهار الذي يسيء إلى قيم و أخلاق المجتمع ، وبالتالي نلاحظ أن المشروع يرفع الاحتكار عن الإشهار ، وجعله عملا تجاريا عاديا ، وإزالته للتمييز بين القطاعين العام والخاص كما وضع آليات لضمان المتابعة والمراقبة، المشروع لم يرى النور ولم يرفع عنه التجميد مثل مشروع 1999م ، وهو آخر مشروع موجود بوزارة الاتصال.