

المحاضرة الثانية: المؤسسة الإعلامية- مدخل مفاهيمي وقانوني

أولاً: مفهوم المؤسسة:

- المؤسسة هي منظمة تجمع أشخاصا ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس الأموال وقدرات لإنتاج سلعة ما و التي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تكلفه.
- تكفل مجموعة من الأفراد من الجنسين اجتمعوا من أجل بلوغ بعض أهداف الإنتاج والتي تتجاوز القدرات الفردية لكل واحد منهم.
- المؤسسة مجموعة من العناصر التنظيمية المتداخلة والمرتبطة ببعضها لا يمكن فصل أحدها عن الآخر.

- * نسق علمي أو إنتاجي.
- * نسق القرار أو القيادة.
- * نسق الإعلام.

ثانيا- عناصر المؤسسة:

1-2-الأفراد: الجانب البشري

- 2-2-الأفكار: مبادئ، تشريعات وطرائق عمل، هدف المؤسسة.
- 2-3-الموارد المادية: ركيزة المؤسسة، التسيير، التجهيز، التمويل.
- 2-4-الأهداف: مجموعة غايات تعمل للوصول إلى تحقيقها.

ثالثا- وظائف المؤسسة:

- 1-3 – إدارة الإنتاج
- 2-3 – إدارة الأفراد
- 3-3 – إدارة التمويل
- 4-3 – إدارة الصيانة

رابعا- خصائص مؤسسات الإعلام والاتصال :

يتوفر في المؤسسات الإعلامية العناصر التقليدية لإنتاج أي سلعة وهي: المال money الأيدي العاملة man power المواد الخام matériel الآلات machine الإدارة management information .

ومن أهم خصائص وسمات المؤسسة الاعلامية نذكر:

- تعتبر مؤسسات ثقافية خدماتية بالدرجة الأولى.
- العمل الثقافي منبع لوسائل الإعلام.
- ارتفاع وزيادة المستوى الثقافي والاهتمامات ضرورة قيام مؤسسات.
- يتحد التنظيم العملي لكل من السينما والإذاعة والتلفزيون آليات صناعية ومن ثم القيام بآليات تجارية ، التسويق والتوزيع.
- يسيطر على العمل الثقافي لهذه المؤسسات نشاط الإتصال الجماهيري (المصالح والسيطرة التجارية).
- تحويل النشاط الثقافي إلى سلع قابلة للبيع، السينما، الأفلام، نشر الكتب، التلفزيون، الحصص.

خامسا- الخصائص الاقتصادية المؤسسة الاعلامية:

تعتبر المؤسسة الاقتصادية محور النشاط الاقتصادي وتشمل مجموعة من الوسائل والعوامل البشرية المادية والتقنية والتي ترمي إلى تحقيق تنمية شاملة وتجسيد وإنجاز الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في إطار ضوابط قانونية.

وتقوم المؤسسة بعدة وظائف تمكنها من متابعة نشاطاتها وتكمن هذه الوظائف في :

5-1- الوظيفة الإدارية: وتتماشى هذه الوظيفة مع التخطيط والتنظيم وتنسيق الرقابة حيث أنّ هذه العوامل تمكن من التحكم في الوظائف الأخرى للمؤسسة.

5-2- الوظيفة التقنية ووظيفة الإنتاج : تخص أساليب الإنتاج تقنيته بهدف فتح المنتج وتوجيهه للبيع.

5-3- الوظيفة التجارية: دورها تقديم المنتج وتوزيعه على الزبون .

5-4- الوظيفة التكوينية: تسيير الموارد البشرية تبعا لأحكام قانون الإنتاج الخاص بعلاقات العمل وتشمل كلّ الجوانب وتخصّ أساليب التنمية و التحم في قدرات ومهارات العاملين و الاستخدام الأمثل لهذه الموارد البشرية في شتى المستويات.

5-5- الوظيفة الحسابية: تقوم بملاحظة وتسجيل الملاحظات و الأرقام التي تنشأ نتيجة لنشاط المؤسسة ووفقا لمقاييس تأثيرها.

5-6- الوظيفة الأمنية: وتقتضي حماية الموارد البشرية و المادية و التقنية ضدّ أي خطر محتمل.

5-7- الوظيفة المالية: وهي أهمّ البنود في نشاطات المؤسسة وهذا بغرض التسهيل و التّحقيق و التوفيق في المردود المالي، ويرى بعض الفقهاء في هذا السّياق أنّ الوظيفة المالية أوّل وأهمّ وظيفة للمؤسسة.

سادسا: المؤسسة الإعلامية بين القانون والتنظيم.

يعتبر بحكم القانون المؤسسة الصحفية كلّ شخص معنوي (عام أو خاص) يتميّز بحقوق مكتسبة (القانون التجاري المادة 592) ويخص هذا الاسم أساسا الشركات ذات الأسهم (546 ق تجا) و الشركات ذات المسؤولية المحدودة و الشركات الموحدة الأسهم التي بمقتضى المشروع 9 / 96 / 27 المؤرخ في : ديسمبر 1996

وتقوم المؤسسة الصحفية بإنتاج وتوزيع كتابيا و بالصورة و بالصوت لكلّ منتج فكري وبطريقة اعتيادية وهذا النشاط مضبوط في قانون الإعلام قانون 7 / 90 / 3 أبريل (1990) .

-ونجد أيضا هذه الشروط في بنود قانون المؤلف و الحقوق المجاورة المادة 13 لقانون 97 / 10 المؤرخ في: 3 مارس 1997).

و النظام هذا ينظم ويخصّ كلّ المناشير ما عدا الكتاب. لكن غياب تشريع يخصّ قطاع السّمي البصري يعد مشكلة حقيقية.

المؤسسة الإخبارية تقدّم خدمة عمومية **SERVICE PUBLIC** تقوم على الوظيفة التي تسند لها.

الفرق بين المؤسسة و الشركة أنّ: المؤسسة عمومية ذات طابع ثقافي اجتماعي أمّا: الشركة فهي تجارية (فهو فرق في الوظيفة).

كل هذه الأمور السابقة شرط لتسمية المؤسسة الصحفية مؤسسة اقتصادية.

6-1- الضوابط القانونية لإنشاء مؤسسة إعلامية:

الشرط الأساسي هو تسجيل هذه المؤسسة كشرط تجارية وتنصّ على الشرط القانوني أو المادة (545 / 550 ق / تجا) على أن يكون عقد الإنشاء اسمي ورسمي ومضمونها أي الهدف المؤسّس لها كما يحدّد عقد النشأة مدّتها القانونية . المؤسسة الجزائرية من 30 / 90 سنة (مدة الإنشاء) .

تخالف بعض الإجراءات الوظيفية للمؤسسة الصحفية أحكام القانون العام ، وهذا الإجراء القانوني يخصّ وجوب شفافية تامة حول هوية أصحاب العناوين.

– إلزامية تعيين اسمي لأعضاء المؤسسة وتوزيع الأسهم وتوزيع الأسهم، المادة 11 بالنسبة للقطاع العام و المادة 18 القطاع الخاص و القانون 01 / 88 للقطاع السّمي البصري و الغاية هي إصدار رقابة على مصادر الأموال (خاص) و أموال الدولة (عام).

6-2- الأحكام الخاصة بالمؤسسة الإعلامية الخاضعة للقانون التجاري:

- ينصّ القانون أنّه عند قيام الجمعية العامة لا يجوز فصل المسيرّ المعيّن إلا بموافقة ثلث الأعضاء (أصحاب رأس المال الاجتماعي).

- يمنع القانون أن يسخر أيّ شخص اسمه وما يخصّ أساسا توزيع و اكتساب الحصص.

3-6- **البيان القانوني MENTION LEGALES**: يجب على كلّ شركة تمتلك دورية أو نشرية تضم معلومات تشكل كبيان قانوني لا يمكن التملّص منها، وتنصّ المادة 19 في قانون الإعلام على أنّ التصريح الأوّلي يجب أن يشمل على :

- هدف النشرية Le Bute de la Publication

- عنوان النشرية ووقت صدورها Titre de la Publication

- مكان النشرية Lieu de La Publication

- اسم المدير ولقبه وعنوانه Nom de La Directeur et Adresse

- الغرض التجاري للطابع وعنوانه Le Bute Commercial

- المقاس و السّعر

- لغة أو لغات النشرية غير العربية عند الاقتضاء La Langue

- رأس مال الشركة أو المؤسسة Chiffre d'affaire

- نسخة من القانون الأساسي للمؤسسة .

4-6- تعيين مدير التحرير: يقرّ القانون على وجود مسؤول أو رئيس تحرير معيّن من طرف ممثلي الجمعية العامة للصحفيين مع أنّه لا يوجد عمليا في القانون الجزائري مركز

الجمعية العامة للصحفيين **Société de Journalistes** .

لكن في المقابل يوجد هذا الحق في بالنسبة للجمعية العامة للمؤسسة (المادة 23 قانون الإعلام) .

5-6- إصدار نشرية: المادة 14 القانون 07 / 09 يقدّم تصريح مسبق في ظرف لا يقل عن ثلاثين يوم لوكيل الجمهورية للحصول على رخصة النشر **Quitus de Publié** ويعتبر سكوت السلّطة القضائية بعد هذا التاريخ قبولا ضمنيا .

2-7- تكاليف المؤسسة الإعلامية:

1- **التكاليف الثابتة :** يتمثل في كلّ فصول الميزانية للمؤسسة مثلا : التكاليف الثابتة

بالنسبة : أجور الموظفين دفع الحقوق الاجتماعية ، تكاليف شراء مواد إنتاجية ...

2- **التكاليف المتغيرة :** فيما يخص : البيع ، الطباعة ، شراء المواد الأولية (خاضعة

لقوانين السوق)

ثامنا: دعم الدولة لوسائل الإعلام:

لم تنشأ فكرة دعم الدولة للصحافة إلا حديثا فهذا التوجه معاصر خاصة مع تطوّر فكرة الحريات العامة وحرية الرأي ، وبهذا المقضى أصبح دعم الدولة للصحافة مرتبطا بفكرة وجود تعددية فكرية وحرية التعبير وهي معايير الضبط بالنسبة للمجتمعات الديمقراطية ولكن ترسيخ هذا المبدأ يكمن كذلك في وجود معيار الخدمة العمومية ، وأصبح هذا جليا في أجندة الدول ، حتى تلك التي تأخذ بالنمط الليبرالي ، وهذا راجع كما سبق إلى المصلحة العامة ، ويقوم كذلك هذا المبدأ على اعتبارات دستورية ، أي أنّ الدستور قوام على جميع القوانين وكلّ النشاطات الصحفية مرتبطة بذلك، حرية الصحافة ووجدانياتها وديمومتها إلى غاية الخدمة العمومية و المصلحة العامة للدولة.

تكمّن الغاية من الدعم في الحفاظ على النظام الاجتماعي و السياسي تتدخل الدولة على تمويل الصحافة بقدر من أجل ضمان حريتها و تدعيم شروط الموضوعية لتطور الصحافة بوضع هذا المنتج الإعلامي

ويقوم ذلك بصفة مباشرة أو غير مباشرة مثلا : الإعفاء من الضرائب , تدعيم سعر الورق تحديد أسعار الطباعة

والتوزيع كما أنّ بعد سنوات عديدة من تخليها عن هذه الرسوم أدخلت الدولة تسهيلات لتطوير القطاع الإعلامي كما قامت بتسهيل استيراد الوسائل السلوكية و اللاسلوكية بالنسبة للمؤسسات العمومية ممّا مكن بعض الصحف الخاصة باستيراد وسائل الطباعة كما أنّ الدولة أرادت بذلك أن تحافظ على مصداقية الصحافة بوضع ضوابط أخلاقية ومهنية وظروف مساعدة الدولة للصحافة كما هو معمول به دوليا , هذه المساعدات تشمل كل قطاعات الصحافة أمّا فيما يخصّ الصحافة المكتوبة فلا يجوز تمويل الصحف التي تخصص أكثر من 30% من مساحاتها الإسلامية للإشهار ، كما يجب أن تتحكم الدولة بأحكام الدستور ووضعت لهذا الغرض بنود لدعم الصحافة وهذا وفق المقاييس التالية :

دفتر الشروط : المؤسسة ليس لها حق إخفاء أرقام السحب الدولة تدعم القطاع الخاص عندما يقوم بخدمة عمومية .

- تلبية طلبات المواطن في إعلام عام مكتوب مرئي ومسموع .

- الدفاع عن قيم الديمقراطية وحقوق الإنسان .

- العمل على ترقية الثقافات الوطنية .

- المساهمة في كتابة تاريخ الجزائر.

- ترقية النشر باللغة الوطنية .

- إبراز سمعة الدولة الجزائرية .

- ترقية العلوم والأبحاث و التقنيات .
- ترقية الصحافة المحلية و الجهوية .
- دعم النشرات المتخصصة (أطفال ، قضاء ، بيئة...) وتكون ميكانيزمات هذا الدعم بطريقتين:

* طريقة غير مباشرة : التخفيض من قيمة الضرائب .

* طريقة مباشرة : قروض مغرية .

- المساعدات الغير المباشرة : وتكون مدّة الإعفاء (3سنوات) للمؤسسات الإعلامية الجديدة سواء كانت خاصة أو عمومية ، وتشجع بذلك الدولة هذه المؤسسات على الحصول على أجهزة ووسائل الإنتاج كآلات الطباعة (الورق) الأعلام Flache والصفائح تمكن من سحب الجريدة والحبر .دعم وسائل الطباعة على مستوى المطابع الموجودة ومشروع إنشاء مطابع خاصة وهذا ما حدث أساسا : إنشاء هيئة مستقلة لمراقبة الإشهار و إنشاء هيئة مستقلة لمراقبة التوزيع .

ومن بين صور الدعم الغير المباشرة إنشاء نظام وطني للتوثيق الصحافي والفيلمي لتغطية الطلب الوطني ،لكن هذا الدعم من طرف الدولة عرف فشلا ذريعا بحكم عدم سيطرة الدولة في تقييم تركات المؤسسات الإعلامية النشطة أو التي تمّ تصفيتهامثلا (المؤسسة الوطنية لتوزيع الصحافة) .