البيئة القانونية والتنظيمية للإشهار العمومي في الجزائر

The Legal and Regulatory Environment for Public Publicity in Algeria

د/أحمد شريف بسام^{1*}، مخبر الاتصال السياسي والاجتماعي في الجزائر¹ جامعة يحي فارس بالمدينة (الجزائر)، bessam.ahmedcherif@univ-medea.dz

تاريخ النشر: 2023/06/05

تاريخ القبول: 2023/05/30

تاريخ الاستلام: 2023/04/27

ملخص:

تسعى هذه الدراسة للوقوف على البيئة القانونية والتنظيمية للإشهار العمومي في الجزائر، خاصة فيما تعلق بقطاع الصحافة المكتوبة، باعتبار أن الإشهار يمثل للمؤسسة الصحفية الأكسجين الذي يضمن بقاءها، فهو أسرع طريقة وأضمنها لتجلب هذه المؤسسات أموالا تستطيع بما أن تغطي تكاليف الإنتاج وابعائه المختلفة حتى تضمن استمرارها، وإبراز الحالة التي يعيشها القطاع نتيجة غياب قانون إشهار يوظف وينظم السوق الاشهارية في الجزائر، واحتكار الاشهار العمومي من طرف السلطة عن طريق الوكالة الوطنية للنشر والاشهار، الأمر الذي يؤثر على استمرارية وبقائها على أيديولوجيتها وخطها الافتتاحي.

الكلمات المفتاحية: الصحافة المكتوبة، الإشهار العمومي، الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، قانون الإشهار،

قانون الإعلام.

Abstract:

This study aims to test the legal and regulatory environment of public publicity in Algeria, specifically in the printed press, where publicity is regarded as the oxygen of the continuity of press institutions. Therefore, it is the best way to own money in order to cover production costs and its different expenses to ensure intuitional sustainability. Moreover, this study aims to show the chaotic situation in the press sector as a result of the absence of law publicity that organizes the publicity market in Algeria and the state monopoly of public publicity represented by the National Agency of Publication and Publicity. Hence, the press will remain using its ideas, ideologies, and opening line.

Keywords: Written press, public publicity, National Publishing and Publicity Agency, Publicity Law, Information Law

* أحمد شريف بسام

1. مقدمة:

تحتل حرية الصحافة مكانة هامة في المجتمع المتقدم المعاصر، وذلك لما لهذه الحرية من سمو بين الحقوق والحريات العامة ضمن مجال حرية الرأي والتعبير، فلقد أحاطت بحرية الصحافة مجموعة من العوائق القانونية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والمهنية، حدثت من ممارستها وأفرغتها من معناها الحقيقي في الواقع العملي وأبقتها من الناحية النظرية فقط، مما أدى إلى افتقاد الكثير من الصحف للموضوعية والاستقلالية في نقل الأحداث والمعلومات والأخبار أو التعليق عليها وإبداء الآراء بشأنها خصوصاً في الأمور السياسية والاقتصادية بسبب تلك العوائق التي تعيشها الصحافة المكتوبة في الجزائر.

ومن أهم هذه المعوقات الإشهار العمومي واحتكاره من طرف (الوكالة الوطنية للنشر والإشهار)، مما جعل هذا القطاع الحيوي يعرف فوضى عارمة، خاصة في ظل الفراغ القانوني الذي ينظم سوق الإشهار في الجزائر، وينظم العلاقة بين الأطراف الفاعلة في هذا السوق، وفي خضم ذلك الفراغ، دأبت الوكالة على توزيع الإشهار وفق معايير سياسية لا علاقة لها بالمعايير التجارية والضحية هي الجرائد الخاصة التي تحاول بناء خط سياسي مستقل، أو غير منضو ضمن توجه السياسة الرسمية، وعليه يمكن فهم الرغبة الجارحة من قبل السلطة في تعزيز دور الوكالة العمومية للإشهار كي تلعب الدور المؤثر في جعل عدة جرائد سيما التي حظها قليل من الإشهارات الخاصة كي تعدل من خطها الافتتاحي وتقلل من جرأتها اتجاه السياسة الرسمية وإلا سوف تواجه بشح في مجال الإشهار.

وبالرغم من ان قانون الإعلام لسنة 1990 جاء كتتويج للتوجه الديمقراطي وإقرار التعددية الإعلامية وحرية التعبير. والذي فتح مجال للممارسة للقطاع الخاص (الذي سمي بالصحافة المستقلة)، بعدما كانت حكراً على المؤسسات العمومية، حيث أثرت بحرية الصحافة أي الحرية من حيث الملكية، التعبير، النشر، وحق النقد باسم الشعب، إلا أن المادة 100 منه، تنص على أن يستثنى الإشهار من تطبيق هذا القانون، ويحال على قانون خاص، ومنذ تلك الفترة بقي سوق الإشهار في الجزائر يسير بمراسيم حكومية.

وفي غياب أي قانون يوطر عملية توزيع الإشهار العمومي، بالرغم من بلورة عديد من المحاولات لسن قانون إشهار يكون ضامنا لجميع الأطراف والشركاء، إلى ان هذا الأمر لم يتجسد على أرض الواقع، لعدد من الأسباب، فالسلطة توظف ورقة الإشهار كورقة من الضغط على الصحف الخاصة، وحتى العمومية منها. وهذا ما أدى على مدار السنوات الماضية توقف سحب العشرات من الصحف، وتأخر صحف أخرى فيما تعلق بالسحب والتوزيع، نتيجة غياب الإشهار الذي يعد الضامن الأساسي للتوازن المالي للصحف. وانطلاقا مما سبق نطرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هو واقع البيئة القانونية والتنظيمية للإشهار العمومي في الجزائر؟ وما أثر احتكار السلطة للإشهار العمومي على الممارسة الإعلامية للصحافة المكتوبة في الجزائر؟

2. البيئة القانونية والتنظيمية للإشهار العمومي في الجزائر

استعصى على السلطات المتعاقبة في الجزائر منذ الاستقلال 1962 حتى وقتنا الحالي، بلورة مشروع قانون ينظم سوق الإشهار بالجزائر، طيلة سنوات عديدة، ولم يجد الوزراء المتعاقبون على قطاع الاتصال بالجزائر إجابات شافية حول ما الذي يمنع من سن قانون إشهار في الجزائر، والعارف بهذا الموضوع يرى إن منظومة الحكم في الجزائر تتعامل مع الإشهار بمراسيم ومناشير حكومية فقط، ومن جانب واحد، يغيب فيها رأي الشركاء الحقيقيين في المنظومة الإعلامية، لان غالبية هذه المراسيم لا تلي حاجات الصحف والعاملين في هذا المجال، ولذلك نستعرض أهم المراسيم التي سنتها الحكومات المتعاقبة حول الإشهار في الجزائر والتي جاءت لتلي رغباتها وتحقيق أهدافها وحدها فقط وهي كالتالي:

1.2 المرسوم رقم 63-301 المنظم للإشهار التجاري:

وهو أول نص تشريعي ينظم قطاع الإشهار في الجزائر إذ بموجبه تم إلغاء القوانين الفرنسية المنظمة للإشهار بما يخدم جزائر الاستقلال سياسيا واقتصاديا، فتم تأميم قطاع الإشهار على غرار باقي القطاعات الاستراتيجية.

2.2. الأمر رقم 67-279 المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية للنشر والإشهار:

في إطار عمليات تأميم الشركات التي قامت بها الحكومة الجزائرية، كانت شركة هافاس من بين الشركات المؤممة، لتسمى لاحقاً: الوكالة الوطنية للنشر والإشهار ANEP، وهي أول مؤسسة وطنية في هذا المجال (بدر، 2017، صفحة 371).

ويصدر فيما بعد مرسوم آخر في 19 أكتوبر 1971، يكرس احتكار الدولة لمجال الإشهار، وهذا حسب المادة الأولى من المرسوم التي تنص على أنه تمارس الوكالة الوطنية للنشر والإشهار الاحتكار بالنسبة لأي منتج أو مصلحة جزائرية أو أجنبية، إضافة إلى المادة الثانية والتي تنص على أن: الوكالة الوطنية للنشر والإشهار تمارس الاحتكار على كل المنتجات الوطنية أو الأجنبية، كما تمارس احتكار الإنتاج ونشر الإشهار التجاري للمنتجات والخدمات الجزائرية في الخارج، ثم جاء المرسوم رقم 74-70 عام 1974 القاضي بتعريب الإشهار، وبعدها جاء مرسوم آخر رقم 86-283 الصادر عام 1986، والقاضي بتنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار (سحاري، 2006، صفحة 63).

والواقع أن الحكومات المتعاقبة بعد سنة 1992 لم ترد من خلال مراسيمها إلا تكريس احتكار الدولة للإشهار، وبدء ذلك بحكومة بلعيد عبد السلام الذي أقر من خلال المنشور الحكومي رقم 626 الصادر بتاريخ 19 أوت 1992، 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 (سعيد، 2011، صفحة 108).

وقد تبع هذا المنشور، منشور آخر مكمل في محاولة من السلطات العمومية لتسيخ وضع احتكاري تام للإشهار، تستطيع من خلاله الضغط على الصحافة المستقلة والتحكم في مواقفها السياسي، وقد صدر المنشور الثاني في شهر أكتوبر من نفس السنة ينبه فيه رئيس الحكومة آنذاك إلى أن اختيار السند الإشهاري من حق الوكالة الوطنية للإشهار وحدها، ولقد أرادت السلطات العمومية من خلال هذين المنشورين الضغط على الصحافة المستقلة واستعمال الإشهار كأداة مساومة وذلك بمنح الوكالة الوطنية للإشهار حق

توزيع الصفحات الإشهارية بطريقة انتقائية، حسب مقاييس ومعايير سياسية بالدرجة الأولى (قلاقي، 2017،
صفحة 25)

هذا وقد تدعم هذا الاحتكار بمرسوم آخر أصدرته نفس الحكومة في 15 أوت 1993 وفيه منحت كل
صلاحيات تسيير الميدان الإشهاري للوكالة الوطنية للنشر والإشهار.

وعمجيء رضا مالك إلى رئاسة الحكومة، تم الاستغناء عن هذه التعلية، ولكن بعثت من جديد بمجرد تولي
مقداد سيفي لرئاسة الحكومة في 1995، وهذا ما دفع بجمعية الناشرين للمطالبة بإلغاء هذا الاحتكار
والعمل بقوانين المنافسة، وقواعد السوق (لصوان، 2016، صفحة 132).

كما عرفت سنة 1996 صدور مرسوم حكومي رقم 14/1996 عن رئيس الحكومة السابق أحمد أو يحيي
يؤكد فيها على جعل الوكالة الوطنية للنشر والإشهار أداة تسيير الإشهارات وجهازا في يد السلطات العمومية
وملزما للمراقبين الماليين للدولة بعدم المصادقة، ورفض كل مصاريف الإشهار التي ليست لها فواتير صادرة
عن الوكالة وذلك ابتداء من 31 جوان 1996، (سعيدو، 2011، صفحة 108).

وحتى بداية السداسي الأول من سنة 1999، كانت السوق الإعلانية تخضع للسلطة، عبر ANEP، لكن
سرعان ما جاء المنشور الحكومي رقم 907/99، والذي أكدت عليه التعلية الرئاسية ليفسح المجال
الاستثمار للخواص، فأصبحت السوق الإشهارية تضم 143 وكالة إشهارية خاصة خلال نفس السنة (قادم،
2002، صفحة 130).

وفي إطار الإجراءات التي قام رئيس الحكومة السابق أحمد أو يحيي في أوت 2004 بإصدار تعليمات تتضمن
إلزام المؤسسات العمومية بتوجيه إشهارها وإعلاناتها إلى الوكالة الوطنية للنشر والإشهار دون سواها وهذا
ابتداء من أول سبتمبر 2004 حيث تعتبر هذه التعلية بمثابة تكرار لتعلية بلعيد عبد السلام رقم 93/194
والمؤرخة في 2 أوت 1993.

وبرر رئيس الحكومة آنذاك هذه التعلية بحرص السلطات العمومية على ترشيد الإنفاق الحكومي في مجال
الإشهار والإعلانات وجعله أكثر فعالية بالاعتماد على الوكالة الوطنية للنشر والإشهار التي ستقوم بدور
الاستشارة والضبط وفي خدمة أصحاب الإعلانات العموميين (سعيدو، 2011، صفحة 108).

وفي تأكيد آخر على سيطرة الدولة واحتكارها للإشهار، مراسلة الوزير الأول السابق عبد المالك سلال والمصنفة تحت باب “سري” مؤرخة في 18 أبريل 2016، و الموجهة لأعضاء الحكومة والولاية ومديري المؤسسات العمومية الاقتصادية والمؤسسات العمومية، جاء فيما ما يلي: لقد تناهى إلى علمي بأن عدة دوائر وزارية ومؤسسات وشركات خاضعة للوصاية وبعض الهيئات العمومية، تستتر في إدراج لوحات إشهارية في الصحافة دون المرور المسبق عبر قناة المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر والإشهار، وذلك انتهاكا لأحكام المنشور الصادر عن السيد رئيس الحكومة بتاريخ 18 أوت 2004 (في إشارة لتعليمه رئيس الحكومة الأسبق أحمد أويحي) (سلال، 2016).

وبالرغم من الايجابيات التي أتى بها قانون الإعلام 2012، خاصة فيما تعلق بفتح قطاع السمع البصري، إلا أنه خلى قانون الإعلام 2012 من أي إشارة إلى فيما تعلق بقانون للإشهار، بالرغم من أنه جاء في المادة 40 من الباب الثالث المتعلق بسلطة ضبط الصحافة المكتوبة بأن هذه الأخيرة، تحدد قواعد وشروط الإعانات والمساعدات التي تمنحها الدولة لأجهزة الإعلام والسهر على توزيعها، و تسعى السلطة أيضا إلى السهر على احترام المقاييس في مجال الإشهار ومراقبة هدفه ومضمونه (الإعلام، 2012).

3. أهم مشاريع قوانين الإشهار في الجزائر

يعرف في الجزائر موضوع الإشهار فراغا تشريعي واضحا، لكن كانت هناك محاولات ملأ هذا الفراغ تمثلت في اقتراح مجموعة من مشاريع قوانين للإشهار إلا أنها باءت بالفشل لعدم المصادقة على مشروع القانون الخاص أو لسحبه من طرف الحكومة من دون أي سبب، أو لعدد الأسباب الأخرى ونذكر من هذه مشاريع القوانين ما يلي:

1.3 المشروع الأول:

يعد مشروع قانون الإشهار المقترح من طرف وزير الإعلام الأسبق، عبد العزيز رحابي، الوحيد الذي حاول إحداث نقلة في موازين سوق الإشهار، وكان ذلك عام 1999، لكن تم تجميده على مستوى مجلس الأمة، بعدما حظي بمصادقة بالإجماع بالغرفة السفلى، ليحال على اللجنة متساوية الأعضاء، ولم تعرف له وجهة إلى اليوم. وكان مشروع رحابي يستهدف رفع الاحتكار عن الإشهار ومراعاة حق المعلن في اختيار

الطريق والوسائل التي يرغب بث إشهاراته بواسطتها، والسماح بتأسيس شركات أو وكالات في شكل تجاري، كما ينص المشروع المجدد على إنشاء هيئة مهنية مستقلة تتولى مسؤولية متابعة الأنشطة الاشهارية، ومدى تطابقها مع القانون (شراق، 2020).

أما النقطة الهامة والأساسية التي وردت في هذا المشروع فقد جاءت في المادة السابعة ونصت على ما يلي: «كل معلن حر في إعداد الإعلانات الاشهارية واختيار الدعائم التي ينشر ويبيث بواسطتها إعلاناته الاشهارية مع مراعاة أحكام هذا القانون».

ويذهب عديد الباحثين والممارسين أن هذه المادة هي التي أعاققت المصادقة على مشروع قانون الإشهار وتركته حبيس الأدراج، فمع وجود المادة السابقة يعني رفع احتكار الدولة للإشهار العمومي، ويجعل من المعلن سواء كان مؤسسة عمومية أو خاصة حرية الذهاب مباشرة إلى المؤسسات الإعلامية دون المرور عبر الوكالة الوطنية للنشر والإشهار و سيختار الوسيلة الإعلامية الأكثر جمهوراً وهنا يفرض السوق من ناحية أخرى منطقته التجاري وبطبيعة الحال فإن على واقع الممارسة الإعلامية (فريح، 2016، الصفحات 392-391).

وهذا القانون طالما انتظرته الصحف آنذاك، حتى تتمكن أخيراً من التخلص من الضغط الممارس عليها من طرف السلطة، فالصحف بدأت تعلق آمالاً كبيرة في رؤية هذا القانون يلامس الواقع، بمجرد تبني مجلس الوزراء لمشروع قانون الإشهار في 28/02/1999، فرغم مروره على المجلس الشعبي الوطني وتصويت النواب عليه، إلا أنه تم رفضه على مستوى مجلس الأمة، لأنه ببساطة يرفع الاحتكار الدولة للإشهار، وقد أوضح رئيس مجلس الأمة آنذاك، المرحوم بشيرة بومعزة: أن رفض القانون المتعلق بالإشهار بالإجماع، جاء بسبب أنه يعطي الاحتكار لسلطة المال الخاص على حساب سلطة الدولة، وحرية المنافسة الحقيقية في هذا المجال، كما أنه يأتي قبل سن القانون العضوي المتعلق بالإعلام، وهذا مخالف للمنطق (معتوق، 2012، الصفحات 65-66).

2.3 المشروع الثاني:

في سنة 2008 تم إعداد مشروع آخر لقانون الإشهار من طرف وزارة الاتصال، وحسب رشيد بوكرازة الوزير السابق للاتصال، أن مشروع القانون يهدف إلى حرية نشاطات الإشهار مع ضمان الشفافية وحماية المستهلك من أي تجاوز، مع وضع ضوابط تأخذ بعين الاعتبار المعايير الدولية المعمول بها، إلى جانب الحرص على عدم بروز احتكارات في هذا القطاع مما يؤدي إلى انعكاسات خطيرة على الصعيد السياسي تسبب ضرر كبير للجزائر، وقد عرض المشروع على المجلس الشعبي الوطني، وتم قبوله من طرف نواب المجلس، لكنه بقي معلقا ورفض على مستوى مجلس الأمة مثل مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 (حميدي، 2009، صفحة 27).

3.3 المشروع الثالث:

جاء هذا الطرح في شكل مجلس وطني للإشراف على نشاط الإشهار، وليس في شكل قانون على غرار المشاريع السابقة الخاصة بتنظيم الإشهار، فنظرا لدعوات المهنيين الوزارة الوصية بضرورة وضع قانون لمهنة الإشهار، فإن السلطات تعد في كل مرة بمشروع قيد الصياغة، ولكن سرعان ما يتبخر المشروع بمجرد تنحية الوزير من منصبه، فالمتعارف عليه في الجزائر أن وزراء الاتصال لا يعملون كثيرا في مناصبهم، فمشروع الإشهار هو وعد قطعه كل من الوزراء السابقون: عبد الرزاق بوكرازة، ناصر مهل، عز الدين ميهوبي، عبد العزيز رحابي وغيرهم من الوزراء، لكن يبقى المشروع حبر على ورق، فقد وعد وزير الاتصال السابق ناصر مهل في فيفري 2012، بإنشاء مجلس وطني للإشراف على نشاط الإشهار، والذي سيتكفل بتسوية أمور الوكالات الإشهارية بالجزائر، وصرح حينها أنه يجب تنظيم عمل ونشاط الوكالات الإشهارية الخاصة التي قال أن عددها بلغ 3000 وكالة عبر التراب الوطني، وأوضح أيضا وزير الاتصال السابق أنه سيتم تنظيمها مستقبلا من طرف مجلس الإشراف على الإشهار (بوصابة، 2015، الصفحات 47-48).

4.3 المشروع الرابع:

جاء هذا المشروع في فترة تولي عبد الحميد قرين وزارة الاتصال السابق، حيث أوضح حينها، أنه

تنظيماً لمجال الإشهار ستصدر قبل بداية سنة 2015 مجموعة من النصوص التنظيمية والقانونية في مجالات الإعلان والإشهار وسبر الآراء، وأضاف الوزير السابق أنه بعد صدور هذه النصوص سيتم صدور قانون خاص بالإشهار لتنظيم هذه السوق التي تعرف حالياً فوضى كبيرة على حد تعبيره، وحسب عدد العاملين بالقطاع الإعلامي والخبراء، فإن المشروع التمهيدي لقانون يتعلق بالنشاطات الإشهارية” الذي أعدته وزارة حميد قرين، لتنظيم السوق الوطنية للإشهار، أن السلطة لا تريد تحرير القطاع وتمسكة باستمرار فرض قبضتها في تسيير هذا الملف، و المشروع الذي يحتوي على 101 مادة، يحيل تطبيق 20 مادة منها عن طريق التنظيم، ما يعني أن السلطة التنفيذية تفرض هيمنتها على مجال السلطة التشريعية، بالرغم من أن الملف يخص قانوناً تشريعياً وليس مراسيم تنظيمية، كما أن الإحالة على التنظيم عادة ما تصعب تنفيذ القانون في الميدان لتعطل صدور المراسيم التنفيذية لسنوات، ما يعني أن هناك نية لربح الوقت مجدداً في هذا المشروع الذي ظل حبس الأدرج منذ التسعينات. كما تعكس الإجراءات العقابية ومبالغ الغرامات الواردة في مشروع القانون، أن هناك نية مبيتة لوأد كل انفتاح في السوق الإشهارية والإبقاء على الاحتكار القائم، خاصة أن المرصد الذي اقترح تشكيله في المشروع، خاضع بصفة كلية لوصاية وزارة الاتصال في تركيبته البشرية، ما يفقده الدور المنوط به، وأبقى المشروع التمهيدي لقانون الإشهار على صلاحية وزير الاتصال في منح رخصة ممارسة النشاطات الإشهارية، لكنه لم يحدد تفاصيل ذلك في المشروع وتركها للتنظيم، بينما لم يشر إلى ضرورة مرور الإشهار العمومي عبر الوكالة الوطنية للنشر والإشهار “أناب” التي تحتكر حالياً هذا النشاط (شراق، 2020).

غير أن المشروع تم تجميده على مستوى رئاسة الحكومة برئاسة الوزير الأول الأسبق عبد المالك سلال، وبالتالي يصبح كغيره من مشاريع قوانين الإشهار التي أجهضت من دون سبب وجيه، والذي تتحفظ على الحكومات المتعاقبة دائماً.

5.3 المشروع الخامس:

جاء طرح هذا المشروع، بعد انتخاب رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، وقد كشف وزير الاتصال السابق والناطق الرسمي للحكومة عمار بلحيمر أن مشروع قانون المتعلق بالإشهار سيكون جاهزا قبل نهاية سنة 2020، متعهدا بتطهير قطاع الصحافة من القوى غير الإعلامية، وجدد الوزير بالمناسبة التأكيد على أهمية استحداث "جهاز ضبط خاص بممارسة الصحافة" يسهر على متابعة عملية السحب و الإشهار لضمان إرساء العدالة في التوزيع إضافة إلى العمل على إرساء إجراءات الوساطة أو التحكيم لحل النزاعات المتعلقة بممارسة المهنة بدل اللجوء إلى القضاء (الانباء، 2020).

غير ان السؤال الذي يطرح نفسه مجددا، أن غداة تعيين كل وزير اتصال جديد ، هل سيكون مشروع قانون للإشهار الذي وعد وزير الاتصال، وقبله رئيس الجمهورية، سيكون كسابقه، مجرد مشاريع موجهة للاستهلاك العام، من دون أن ترى النور، أو ان منظومة الحكم الجديدة، تسعى إلى بلورة أول قانون للإشهار في الجزائر، يعكس كل اتجاهات وأراء وأفكار العاملين في القطاع الإعلامي في الجزائر، وما يؤكد صحة الطرح السابق، أن وزير الاتصال السابق، رحل من الحكومة وتولى المنصب وزير جديد، لكن من دون أن يرى مشروع الإشهار النور، مثلما وعد به وزراء سابقون.

4. آثار احتكار الإشهار العمومي على الممارسة الإعلامية في الصحافة المكتوبة في الجزائر

رغم انتقال الجزائر إلى التعددية الإعلامية التي أقرها قانون الإعلام رقم 90-07 في سنة 1990، إلا أنها لم ترس الأدوات القانونية والتنظيمية التي تحميها وتصونها، فقد ظلت السلطات العمومية تحتكر إشهار القطاع العمومي لتوزعه على من تشاء، وقد انجر على هذا الواقع العديد من الممارسات التي لا تسير في اتجاه تلبية حق المواطن في الإعلام، ولا ترمي إلى بناء منظومة إعلامية، تهدف إلى تقديم إعلام نوعي، ويتجلى هذا عبر المستويات التالية:

- استغل الإعلان لتمويل الصحافة التابعة للقطاع العام، التي لم تتمكن من التمتع في حلبة المنافسة

الصحافية، نتيجة التزامها بإعادة إنتاج ماضي الصحافة الجزائرية (الناطق الرسمي باسم السلطة السياسية)، فالتجربة تؤكد أن الصحافة التابعة للقطاع العام ظلت تسعى لنيل رضا الحكومات المتعاقبة قبل التفكير في القارئ، بل أن بعض عناوينها لم تكن تعبا بعدد مبيعاتها ومرتجعاتها، ولا تهتم حتى بخريطة توزيعها.

- استغلت السلطات العمومية عائدات الإعلان، ولازالت للضغط على الصحف التابعة للقطاع الخاص ومساومتها على خطها التحريري أو بعض مواقفها، وهذا يعني أن السلطات العمومية في الجزائر لم تحتكم لمنطق السوق في توزيع الإشهار على الصحف، والقائم على عدد مبيعاتها وقوة تأثيرها ومدى مساهمتها في الخدمة العامة.

- انحرف الإشهار في الجزائر عن دوره الاقتصادي والسياسي، فلم يعد منذ أكثر من عقد من الزمن، يستخدم في الدفاع عن توجهات السلطة الحاكمة فقط، بل تحولت عائداته إلى ريع، يتقاسمه من يملكون سلطة توزيعه دون حسب أو رقيب أو المتسلطين على يملك هذه السلطة، وقد أدى هذا الأمر إلى التضحية بوظائف الصحافة، والإضرار بالمهنة لأن غاية إصدار الصحيفة لدى البعض اختصرت في جمع الثروة وفي أقصر مدة زمنية (العياضي، 2016، صفحة 176).

وعليه فإن الإشهار المدفوع سواء العمومي منه أو الخاص يؤثر على شكل ومحتوى الصحف، وأحيانا حتى على الخط الافتتاحي، وقد يتم بسبب الإشهار المساس بالمنتج الإعلامي، وقد يؤثر كذلك على المحتوى الإعلامي للصحيفة، التي قد تلجأ إلى إلغاء المحتويات الإعلامية التي تشكل إزعاجا للمعلنين، وأحيانا يؤثر المعلن في الجزائر على الأخبار المنشورة بفعل الدعم المالي الذي يقدمونه للصحيفة، الأمر الذي يؤدي بالصحيفة إلى عدم قدرتها على نقل خبر موضوعي ونزيه وأداء مسؤوليتها أمام قرائها. بعض الصحف اليوم تتغافل عن الانحرافات التي تحدث لدى المؤسسات التي تقدم لها الإشهار. بعض الصحف الجزائرية اليوم ترسخ أمام المنطق الاقتصادي، متخلفة عن المبادئ وأخلاقيات المهنة (معتوق، 2012، الصفحات 66-65).

وكنتيجة أيضا لاحتكار الدولة للإشهار عبر الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، عرفت الصحافة المكتوبة خلال السنوات الأخيرة تسجيل تراجع كبير في مداخيل الإشهار ما تسبب في توقف العديد من العناوين عن

الصدور حيث تم إحصاء 60 صحيفة ما بين يومية وأسبوعية أثرت الأزمة الاقتصادية بالسلب عليها. وقد أكد ذلك وزير الاتصال جمال كعوان السابق في تصريح للإذاعة الجزائرية بتاريخ 2017/10/22: "إن هناك 26 يومية إضافة إلى 34 أسبوعية توقفت عن الصدور في غضون السنوات الثلاث الأخيرة أي تقريبا منذ بداية ظهور ما يعرف بالأزمة الاقتصادية (الإذاعة، 2017).

ويرى حامد رباح في كتابه *La presse Algérienne journal d' un défi*، أن احتكار ANEP للإشهار، جعل الصحف تعاني من الضغوطات المالية والاقتصادية المتعلقة بالسحب والتوزيع وارتفاع أسعار السحب.

وهذا الإشكال دفع بالصحف للبحث عن معلنين خواص، إذ تشتكي جل الصحف شح الإشهار العمومي الممنوح من طرف الوكالة، كما أن توزيعه لا يخضع لمقاييس الحياد والعدالة في التوزيع بين الصحف (قجالي، 2015، صفحة 142).

وبالرغم من أن المشهد الإعلامي عرف ارتفاعا عدد اليوميات ابتداء من عام 2007 من 52 يومية إلى 113 صحيفة عام 2012، وهو ما يدل على وجود تعددية إعلامية دون أن يكون هناك حاجز إداري، وفي هذا الإطار ذكر وزير الإعلام السابق عبد الرشيد بوكرازة عام 2008، بأنه بلغت عدد تراخيص إصدار الصحف الممنوحة من قبل وزارته 29 يومية في الفترة الممتدة ما بين جويلية 2007 إلى غاية 2008، وبالتالي المواطن لديه عدة اختيارات بما يتماشى مع حاجاته (بلحاجي، 2013، الصفحات 499-498).

وقد ارتفع عدد اليوميات حسب إحصائيات وزير الاتصال الأسبق حميد قرين إلى 149 صحيفة تسحب حوالي 2.5 مليون نسخة يوميا، ويعود هذا الارتفاع في عدد الصحف اليومية، حسبه إلى الإصلاحات السياسية التي قام بها رئيس الجمهورية الأسبق عبد العزيز بوتفليقة منذ سنة 2011، خاصة مع قانون الإعلام 2012. (دفاتر، 2015، صفحة 6).

ولكن هذا الارتفاع في عدد اليوميات لا يعكس تنوع وتعدد الخارطة الإعلامية في الجزائر، عرفت الساحة الإعلامية الجزائرية توقّف العديد من العناوين عن الصدور على غرار "الجزائر نيوز 2014"، "الأحداث

في 2016"، "لاتريين في 2017" و«التحرير 2017»، ناهيك عن وجود الكثير من الصحف الأخرى تحت وطأة متاعب كبيرة جدا على غرار "صوت الأحرار" ويومية "ليبرتي" اللتين قام صحافيوهما وعمالهما بوقف احتجاجية منتظمة الماضي للمطالبة بأجورهم في صورة التهديدات الكبيرة التي تهدد حياة الكثير من الصحف وانخفاض عدد الجرائد الوطنية في المطابع الحكومية بنسبة 45 بالمائة، كما انخفض سحب كل الجرائد من دون استثناء، وتشير آخر الإحصائيات التي أعلنت عنها وزارة الاتصال في 2015، أنّ عدد اليوميات قد بلغ 149 منها 86 بالعربية و63 بالفرنسية بمعدل سحب 2.3 مليون نسخة، وهذا في الوقت الذي كانت فيه حسب نفس الهيئة وجود 80 يومية، منها 41 بالعربية و39 بالفرنسية، بمجموع سحب 3 ملايين نسخة في سنة 2010 (بوغرارة، 2017).

وبالرغم من سيطرة السلطة على الإشهار العمومي، ومنعه عن العديد من الصحف المعارضة لتوجه السلطة، إلا أن السلطة اتهمت بالتدخل في توجيه الإشهار الخاص أيضاً، حسب مزاجها السياسي، ففي نهاية 2014، اتهمت صحيفتنا "الخبر" و"الوطن"، واسعتنا الانتشار، وزير الاتصال السابق، حميد قرين، بالضغط على مجموعة من كبار المعلنين الخواص لقطع الإشهار عنهما، مقابل حصولهم على تسهيلات وامتيازات من الدولة، بدعوى أن الصحيفتين تعارضان نظام الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة، وهذا مؤشر خطير يتنافى مع كل المواثيق المنظمة للعمل الإعلامي سواء في الجزائر أو في العالم (علاوة، 2018).

والسلطة في الجزائر على الأقل قبل رئاسيات 2019، لم يكن لديها أعداء دائمين و أصدقاء دائمين، ولكن لديها مصلحة دائمة مع الصحف في الجزائر، وخير دليل جريدة الشروق اليومي، التي كانت ولفترة ليست بالقصيرة قد استفادت بشكل كبير من حصص إخبارية من طرف ANEP، بالإضافة إلى الإشهار من طرف الخواص، وهذا ما شكل لها أريحية وتوازن ماليين لأن خطابها كان يتناغم إلى حد كبير مع خطاب السلطة وتوجهاتها حينها، ولكن بعد سنة 2017، بدأت الصحيفة تتعرض للتضييق من طرف السلطة التي كانت تمنحها الإشهار العمومي، فحرمته منه، وتوقف الطبع في المطابع العمومية، وهذا ما صرح به الراحل علي فضيل، بأن السياسة الإعلامية للصحيفة وانحيازها لتطلعات الشعب، ومعارضة الشروق اليومي لعهدة رئاسية جديدة، كلها كانت أسباب للتضييق التي تعرضت له الصحيفة (فضيل، 2019).

تجدر الإشارة ان مشاكل الصحافة المكتوبة في الجزائر، لا يقف وراءها فقط سوء التوزيع العادل للإشهار العمومي، ولكن هناك أسباب ومعوقات أخرى تحول دون بقاء الجسم الإعلامي في الصحافة المكتوبة يقوم بدوره المنوط به، ومن أهم هذه الأسباب، نذكر منها: تراجع حرية الرأي والتعبير والضغطات السياسية على أصحاب المؤسسات الإعلامية على وجه الخصوص الصحافة الخاصة أو المستقلة، مشاكل الطباعة، مشاكل في التوزيع، بالإضافة تراجع كبير في البيئة المهنية والاجتماعية للصحفيين مشكل الأجور والذي يؤرق العاملين في هذا القطاع الإعلامي الحساس (نوارى، 2015، صفحة 66) .

ويمكن تقديم 3 نماذج من اليوميات التي تعتمد على الإشهار، وهي:

1.4 النموذج الأول:

وهو النموذج الأكثر شيوعا، إذ يمثل أغلبية الصحف التي تعتمد على الإشهار العمومي الآتي من الإدارات والمؤسسات العمومية، والذي توزعه الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، على الصحف ذات السحب الضعيف والمقرئية المحدودة، كمساعدة غير مباشرة من قبل الدولة، والمتمثلة في حوالي 3 صفحات تقريبا، وعموما لا يتحصل هذا النوع من اليوميات على أي إشهار من القطاع الخاص.

2.4 النموذج الثاني:

يتمثل في اليوميات التي تتحصل على الإشهار العمومي والخاص في نفس الوقت، مما يسمح لها بالحصول على موارد مالية معتبرة ومتنوعة، على غرار اليوميات التالية: ليبرتي، النهار الجديد، الشروق اليومي.

3.4 النموذج الثالث:

يمثل اليوميات التي تعتمد فقط على الإشهار الخاص، كما هو الحال بالنسبة ليوميتي الوطن و الخبر* (منذ 1998 حتى 2016 وصحيفة الخبر تعتمد فقط على الإشهار الخاص)، اللتين تعتبران من أكثر اليوميات استقطابا واحتكارا للإشهار الخاص، لكنها في المقابل لا تتحصل على أي إشهار عمومي بسبب إلغاء تعاملهما مع الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار (بلحاجي، الشروط الاقتصادية لحرية الصحافة الخاصة في الجزائر، 2016، صفحة 281).

وحسب آخر الإحصائيات المقدمة من وزارة الاتصال في 18 جوان 2015، أنّ القيمة المالية لسوق الإشهار في الجزائر تقارب 200 مليون دولار ما يقارب 20 مليار دج تتصارع عليها مئات الجرائد. وجاءت تلك التصريحات ردًا حول دراسة أجريت، والتي أشارت إلى أنّ قيمة سوق الإشهار في الجزائر وصلت إلى 350 مليون دولار، وحسب الوازرة "إنّ هذا الرقم مشكوك فيه، وأنّ القيمة المالية الحقيقية لسوق الإشهار تقارب 200 مليون دولار." وكشفت وزارة الاتصال في أكتوبر 2015 أنّ حجم الإشهار العمومي تراجع بنسبة 65 بالمائة خلال سنتي 2015 و2016 بسبب الأزمة الاقتصادية العالمية. و أضافت في سياق متصل أنّ 90 بالمائة من الإشهار الذي توزّعه الوكالة الوطنية للنشر والإشهار تستفيد منه الصحف الخاصة، فيما تستفيد الصحف العمومية بنسبة أقل من 10 بالمائة من إشهار ANEP (بوغرارة، 2017)

وتعد الصحف الحكومية الأقل تضررا من الأزمة، لأنها تحصل على حصص إعلانية تكفيها، كما أنّها تحظى بمعاملة خاصة لدى المطابع الحكومية رغم أن مبيعاتها لا تكاد تذكر، لكن دعم الدولة لها يضمن استمرارها، مقارنة بالصحف الخاصة. فمن المفروض أن تتحكم في توزيع الحصص الشهرية مقاييس علمية وموضوعية واضحة، لا على أساس المحاباة والتحيز لبعض الصحف على حساب الأخرى، وأهم هذه القواعد والضوابط نذكر:

- معرفة مدى مقروئية الصحف واتجاهات القراء وميولاتهم، وأماكن انتشارهم عن طريق إجراء سبر الآراء للجمهور.

- ان توزيع الحصص الشهرية يكون حسب نسبة السحب اليومي ونسبة المرتبوعات.

- النظر والتدقيق في محتوى الصحف.

هذه المقاييس من شأنها أن تحقق نوعا من العدل والمساواة في توزيع الإشهار العمومي على الصحف (سحاري، 2006، صفحة 67).

ومن الأمثلة الكثيرة على الضغط الذي تمارسه السلطة على الصحف ما حدث في سنة 1997، وفي ظل جو سياسي مضطرب، حيث اتهمت العديد من الأحزاب السياسية بتزوير الانتخابات، ففي هذه الظروف، قررت السلطة استعمال الإشهار العمومي كوسيلة للضغط على الصحف الخاصة، حتى تتمكن من توجيه

الخط الإعلامي للصحف، ولمعاقبة الصحف المعارضة، لم تتحصل عديد اليوميات الخاصة على أي إشهار عمومي، فما جعل هذه الصحف تندد بما سمته: الضغط التمويلي، وفي هذه الظروف كانت صحيفة المجاهد تستفيد من سبعة صفحات إخبارية من طرف ANEP، أما في المقابل كانت تستفيد صحيفة La Tribune من نصف صفحة إخبارية فقط (معتوق، 2012، صفحة 62).

وفي السياق ذاته كشف المدير السابق لمؤسسة الاتصال والنشر والإعلانات الحكومية في الجزائر العربي ونوغي عن أرقام مهولة بخصوص الإعلانات الحكومية التي وزعت على الصحف خلال العقدين الماضيين، مشيراً إلى نواب ومسؤولين وأبنائهم أسسوا صحفا بشكل مباشر أو عن طريق وسطاء واستفادوا من المليارات، وقدّر ذات المسؤول حجم الأموال التي استفادت منها الصحف في إطار الإعلانات الحكومية بحوالي 1,2 مليار دولار خلال العشرين سنة الماضية، وهي أموال قال إنها كانت تصب في مصلحة ملاك الصحف بالدرجة الأولى على حساب الصحافيين، وترجع على عرش الاستفادة من ريع الإعلانات الحكومية صحيفة النهار التي كانت مقربة من محيط الرئيس السابق، والتي حصلت على حوالي 14 مليون دولار كإعلانات بين عامي 2012 و2015، وحوالي 13 مليون دولار بين عامي 2016 و2019، بما يرفع القيمة الإجمالية لما حصلت عليه الصحيفة إلى 235 مليار سنتيم في الثماني سنوات الأخيرة.

أما صحيفة الشروق، فقد حصلت على حوالي 11 مليون دولار بين عامي 2012 و2015، ثم تراجعت حصتها إلى حوالي ثلاثة ملايين دولار بين عامي 2016 و2019، أما صحيفة الخبر فاستفادت من مبلغ 2,7 مليون دولار في الفترة ما بين 2016 و2019، علما أنها لم تكن تحصل على الإعلانات الحكومية. أما الصحف المملوكة للنائب السابق عن حزب جبهة التحرير الوطني عبد الحميد سي عفيف، فقد حصلت منها "منبر القراء" على 1,5 مليون دولار بين 2012 و2015، و31 مليار بين 2016 و2019، أما "تريبون دي ليكتور" (النسخة الفرنسية) فاستفادت من 2,4 مليون دولار بين 2012 و2015، و2,1 مليون دولار بين 2016 و2019، ما يجعل مجموع ما حصلت عليه الجريدتين حوالي 8 مليون دولار. (العربي، 2020).

وتقرر بحسب ونوعي وضع 15 معياراً لمنح الإعلان الحكومي، في الفترة الانتقالية الحالية التي تسبق ظهور قانون الإعلان، بما فيها المواقع الإلكترونية التي ستستفيد قبل شهر سبتمبر 2020، بينها معايير جدية الصحافة وانتشارها وتوزيعها واحترامها لقانون الإعلام والخدمة العامة والتزام أخلاقيات المهنة واحترام مؤسسات الجمهورية وثوابت الأمة وخصوصيات المجتمع الجزائري، وتأمين الصحفيين والتصريح لدى مصلحة الضرائب (الحيايني، 2020).

غير أن الواقع اليوم، يثبت عكس ما تفضل به العربي ونوعي، فقد أقيّل من منصبه، ورحلت معه الوعود التي اقر بها أكثر من مرة، حالها حال الوعود السابقة سواء من طرف رؤساء حكومة أو وزراء، بقيت مجرد حبر على ورق.

5. خاتمة

من المغامرة اليوم محاولة إنشاء جريدة بدون إشهار، إذ يعتبر الركيزة الأساسية لحياة الجريدة. فالصحف التي لديها أقل من 03 صفحات من الإشهار، من الصعب أن تجد توازناً مالياً، لأن مداخيل مبيعاتها لا تكفي لسد حاجياتها للاستمرار، هذا ما يجعل الصحف في بحث دائم عن الإشهار، فهو اليوم يعد من بين الوسائل التي تستعملها السلطة السياسية للضغط على الصحافة من زاوية التشريعات الصادرة في شأنه في الجزائر، فسعر بيع الجريدة الخاصة لنسخها يومياً لا يكفي لتغطية احتياجاتها. إذ أنه لا يعود لها سوى ب: 1 بالمائة من عائدات بيع العدد الواحد، حيث تأخذ المطبعة لوحدها دون الموزع والبائع 90% من سعر النسخة، بالإضافة إلى الديون التي لم تسدد من طرف الموزعين لأصحابها أي الناشرين وأجور العمال والصحفيين. هذا الاختناق المالي يدفع بالصحافة المستقلة التوجه إلى الإشهار كمصدر دخل أساسي. وقد كانت هذه الصحف في بدايتها تعاني من الفوضى في هذا القطاع، فالإشهار هو أهم عنصر تمويلي فإنه أهم عنصر مقيد لاستقلاليتها التحريرية، فهو يفرض عليها أن تبحث عن قراء مستهلكين لمنتج ملعن وبهذا فهي تكون مجبرة على التخلي عن سياستها التحريرية وبالتالي تفقد مصداقيتها أمام القراء.

فسياسة الكيل بمكيالين في توزيع الإشهار العمومي على أساس الولاء و الزبائنية، وفي ظل هذه الظروف، لن يزيد إلا في تأزم الممارسة الإعلامية في الجزائر، و بروز أوليغارشيا جديدة تستفيد من المال العام باسم الصحافة، والتي تعكر العمل الإعلامي مما يؤدي إلى الإضرار بمهنة الصحافة والذوق العام للمتلقي.

نحن أما ضرورة حتمية لتعزيز الحريات الإعلامية والسياسية، حتى تمارس الصحافة دورها المحوري في المجتمع، ولن يتأني هذا في الواقع المزري وحالة الفوضى التي يعيشها الواقع الإعلامي في الصحافة المكتوبة في الجزائر، فغياب قانون إشهار في الجزائر يعكس حالة التخبط فبدل انتهاج أساليب ضبط، سقطت الحكومات المتعاقبة في الحلول الترقيعية السهلة، الأمر الذي لن يتضرر منه سوى الصحفيين والعاملين في القطاع فمن دون وجود قانون إشهار يكون باتفاق بين السلطات العمومية والشركاء على اختلاف أفكارهم وتوجهاتهم، ويحفظ حقوق كل الأطراف، لن تبقى هناك صحافة مستقلة في المدى المتوسط والبعيد، خاصة مع ظهور الصحافة الإلكترونية والتي أصبحت منافسا قويا للصحف الورقية في الجزائر، ومع تواصل الأزمة المالية التي تعرفها الجزائر وتقلص حجم الإشهار العمومي بشكل كبير مقارنة عما كان عليه في السابق، ومع تراجع السحب بنسب كبيرة لدى غالبية الصحف الجزائرية، ستختفي عشرات الصحف بدون استثناء، ولن يبقى هناك إلا بعض الصحف التي تعد على الأصابع مع مقاومة شرعة للبقاء، في مناخ لا سياسي وإعلامي لا يعترف إلا بالأقوى.

وبالرغم من حاجة القطاع إلى قانون إشهار يرسم العدالة في التوزيع، ويؤطر السوق الاشهارية مع الحقوق والواجبات لكل جهة، إلا أننا في الجزائر نحتاج إلى التطبيق أكثر من وجود القوانين في حد ذاتها، خاصة مع وجود ترسانة من القوانين التي تنظم الإعلام في الجزائر إلا أن العديد من المواد في قانون الإعلام 2012 غير مطبقة على أرض الواقع، وعليه فإننا اليوم بحاجة إلى قانون إشهار فعلي مع تطبيق مواد على أرض الواقع، وليس قانون تزين بها المكتبات وتتغنى بها وسائل الإعلام، من دون أن له أثر على الواقع.

إن الملامح المشهد الإعلامي المكتوب في الجزائر، رغم كل النقائص التي يعاني منها قطاع الإعلام خاصة فيما تعلق بالإشهار وتأثيره على الممارسة الإعلامية، وتقييده لحرية التعبير، وبقاء الصحف و استمراريتها، لكنه استطاع أن يحقق تطورا ملموسا وقفزة نوعية، تحتاج إلى تشجيع حتى تتطور فالمهنة مازالت تحتاج لتأطير

وتقنين وتجسيد تصريحات المسؤولين على أرض الواقع مع توفير الضمانات اللازمة والمناسبة للأداء الإعلامي وممارسة حرية التعبير، وعلى الرغم من الصعوبات في ممارسة العمل الإعلامي في الجزائر، إلا أن الصحافة المكتوبة الخاصة تعد حسب كثير من المتابعين و الأكاديميين من الأكثر حرية في العالم العربي.

قائمة المصادر والمراجع

- الاتصال دفاتر. (2015). تقديم عام عن قطاع الاتصال. الجزائر: وزارة الاتصال الجزائرية.
- الجزائرية الاذاعة. (2017, 10 22). الصحافة المكتوبة بين مطرقة الاشهار وسندان الانترنت. تاريخ الاسترداد 15 3, 2020، من موقع الاذاعة الجزائرية: <https://2u.pw/bUeW3>
- الجزائرية وكالة الانباء. (2020). بلحيمر: "مشروع القانون المتعلق بالاشهار سيكون جاهزا قبل نهاية السنة الجارية. تاريخ الاسترداد 14 3, 2020، من وكالة الأنباء الجزائرية: <https://2u.pw/O6EJM>
- أمنة فجالى. (2015). الاعلام والعنف والسياسي. الأردن: دار الكتاب الجامعي.
- جريدة القدس العربي. (6 8, 2020). مسؤولون وأبناءؤهم وراء تأسيس صحف لحصد المليارات. تاريخ الاسترداد 7 12, 2021، من <https://2u.pw/G8rw0>
- جميلة قادم. (2002). الصحافة المسقلة بين السلطة والارهاب 1990-2001 دراسة مسحية على عينة من الصحفيين الجزائريين (الإصدار رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الجزائر.
- حكيم بوغرارة. (2017). توقف المؤسسات الإعلامية بسبب الأزمة المالية يرهق مستقبل الصحفيين. جريدة الشعب.
- رشيد فريخ. (2016). القوانين التنظيمية لسوق الاشهار في الجزائر. مجلة أنسنه للبحوث والدراسات، 17 (2).
- عبد الكريم قلاتي. (2017). إشكالية الصحافة المكتوبة وحرية التعبير. المجلة العلمية لجامعة الجزائر 3 (9).
- عبد النور بوصابة. (2015). الاشهار الالكتروني في الجزائر بين الحضور المتزايد وغياب القانون المنظم له. مجلة الاتصال والصحافة (3).
- عثمان لحياني. (6 8, 2020). تحقيقات في فضائح توزيع أكثر من 800 مليون دولار إعلانات على صحف محلية وأجنبية. تاريخ الاسترداد 11 5, 2021، من صحيفة العربي الجديد: <https://2u.pw/VeKod>
- علي فضيل. (21 3, 2019). الوضع الاعلامي في الجزائر.
- فريدة معتوق. (2012). حرية الصحافة المكتوبة الجزائرية في ظل قوانين السوق الجديدة، خلال مرحلة التعددية. الجزائر: جامعة الجزائر 3.
- قانون الاعلام. (2012). القانون العضوي المتعلق بالإعلام. الجزائر.

- كافية لصوان. (2016). الفيدرالية الدولية للصحفيين ووضعية الصحافة الخاصة والصحفيين في الجزائر 1996-1999. مصر، مصر: دار الجامعة الجديدة.
- لعور بدر. (2017). الإشهار التضييلي كوسيلة لخرق نزاهة الممارسات التجارية في التشريع الجزائري. (16)، صفحة 371.
- محمد حاجي علاوة. (2018). تراجع الصحافة الورقية، ابحث عن إعلان. لندن: جريدة العربي الجديد.
- محمد شراق. (2020). موقع جريدة الخبر اليومي. تاريخ الاسترداد 2020 3، 12، من مشروع الإشهار لا يكرس الشفافية ويبقي الاحتكار.
- محمد عبد الغني سعيود. (2011). تأثير حرية الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية. رسالة ماجيستير غير منشورة. الجزائر: جامعة باجي مختار عنابة الجزائر.
- مراسلة الوزير الأول عبد المالك سلال. (2016). مراسلة الوزير الأول السابق عبد المالك سلال. الجزائر: رئاسة الحكومة.
- مصطفى سحاري. (2006). إشكالية التوزيع الصحفي في الجزائر، الصحافة الخاصة نموذجا 1990-2006 (الإصدار مذكرة ماجيستير غير منشورة). الجزائر.
- نصر الدين العياضي. (2016). الصحافة الجزائرية في بيئة الواب ارهاصات التغيير. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية (6).
- نصر الدين نواري. (2015). الصحافة و الإرهاب في الجزائر. الاردن: دار البيازوري العلمية.
- وليد حميدي. (2009). الإشهار في الصحافة الجزائرية، دراسة مقارنة بين الصحافة الورقية والصحافة الإلكترونية. الجزائر: جامعة الجزائر.
- وهيبة بلحاجي. (2013). البيئة القانونية لحرية الصحافة في الجزائر بعد سنة 1999، الصحافة الخاصة أنموذجا. مجلة المفكر ، 9.
- وهيبة بلحاجي. (2016). الشروط الاقتصادية لحرية الصحافة الخاصة في الجزائر. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية ، 7 (4).
- *تعرضت صحيفة الخبر لأزمة مالية، حيث تقلصت مداخيلها من الإعلانات وتراجعت مبيعاتها، فاضطرت لرفع سعر نسختها اليومية، خصوصا أنها لا تستفيد من الإعلانات الحكومية منذ 1998، قبل أن تعود إليها في شهر ديسمبر 2016، بعدما قرر المساهمون فيها، بيعها إلى أحد رجال الأعمال في الجزائر، ولكن الحكومة اعترضت حينها على الصفقة وإبطالها بقرار قضائي.