الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

RépubliqueAlgérienneDémocratique etPopulaire.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

(213)550826729

البريد الالكتروني للمجلة

Eljupols@gmail.com

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de

la Recherche Scientifique

Université Mohammed Boudiaf - M'sila

Faculté de Droit et des Sciences Politiques

BP,166:Ichbilia ,28003 M'Sila - Algérie

www.univ-msila.dz

الرقم: 28 / م.ن / ك ح ع س / 2022.

المسيلة في: 09 /05/ 2022.

افـــــادة بالنشر

يشهد الدكتور: كمال شطاب، رئيس تحرير مجلة النخبة للدراسات القانونية والسياسية،

أن مقال: الباحثين:مرزاقة زروقي ، من جامعة محمد بوضياف - المسيلة-، ساعد طيايبة من جامعة محمد بوضياف - المسيلة- ،الموسوم بـ:" الإشهار من الناحية التشريعية في الجزائر: دراسة قانونية". قد صدر في العدد 05من المجلد03. الذي صدر في: جوان 2021.

سلمت هذه الشهادة لاستعمالها في حدود ما يسمح به القانون

رئيس التحرير

مجلة النخبة للدراسات القانونية والسياسية، الرقم الدولي:ISSN-2716-9286– الإيداع القانوني :جوان - 2016
مجلة علمية دولية محكمة تصدر عن كلية الحقوق والعلوم السياسية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة - الجزائر .

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف –المسيلة-

كلية الحقوق والعلوم السياسية.

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila
1985

الترقيم الدولي:ISSN:2716-9286

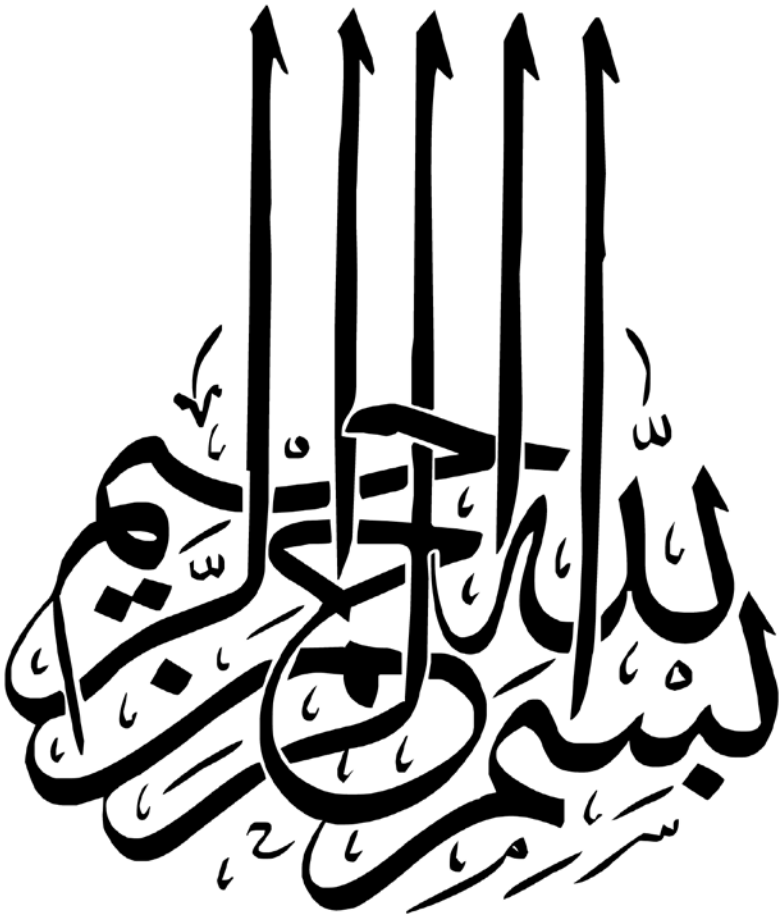
الايداع القانوني : جوان 2019.

مجلة النخبة للدراسات القانونية والسياسية.

مجلة علمية دولية محكمة نصف سنوية. تصدر عن كلية الحقوق والعلوم السياسية. جامعة محمد بوضياف بالمسيلة –الجزائر–

المجلد الثالث. العدد الخامس: جوان 2021.

Third Volume. Number Five. June 2021.


بسم الله الرحمن الرحيم

المدير الشرفي للمجلة: أ.د/ بداري كمال .

مدير جامعة محمد بوضياف - المسيلة-

مدير المجلة:

د/ بوعيسي حسام الدين.

رئيس الهيئة العلمية للمجلة:
د/ حمزة خضري

رئيس التحرير :

د/ كمال شطاب.

نائب رئيس التحرير:

أ/ الميلود عروس.

مجلة علمية دولية نصف سنوية محكمة، تصدر دوريا تعنى بالدراسات والأبحاث في العلوم القانونية والدراسات السياسية، وكذا مختلف مجالات العلوم الاجتماعية كعلوم الإعلام والاتصال، علم الاجتماع...، تلتزم بالموضوعية و المنهجية العلمية على أن تتو افرفيها الاصالة العلمية و الجدية البحثية تحت اشراف هيئة تحرير مكونة من أساتذة و باحثين مع هيئة علمية تتكون من مجموعة من الاساتذة و الباحثين الذين يساهمون في تحكيم الأعمال المقدمة

طاقم هيئة تحرير المجلة :

د/ السعيد كليوات جامعة المسيلة.
د/ عبلة مزوزي جامعة المسيلة.
د/ فريد ابرادشة جامعة المسيلة.
أ.د/ عياد محمد سمير جامعة تلمسان .
د/ محمد بلعسل جامعة المسيلة.
د/ الياس جوادي جامعة أدرار.
أ.د/ محمد الرشيد أبو غزالة جامعة الوادي.
د/ اشنا انوركريم جامعة جيهان-أربيل
د/ مأمون طربية الجامعة اللبنانية.
ط.د/ رياض بوعيسي جامعة تيبازة.

ترسل جميع المراسلات على البريد الالكتروني التالي:

eljupols@gmail.com

أو التواصل على صفحة:

https://www.facebook.com/elju.pols.5

لجنة التحكيم العلمي الوطنية والدولية:

أعضاء لجنة التحكيم العلمي المحلية:

أ.د عنترة بن مرزوق	جامعة المسيلة	أ.د/فاطمة بودرهم	جامعة المسيلة
أ.د/ محمد شاعة	جامعة المسيلة	أ.د/ عزوز غربي	جامعة المسيلة
أ.د/ أحمد غرابي	جامعة المسيلة	د/ السعيد ملاح	جامعة المسيلة
أ.د/ زين الدين ضياف	جامعة المسيلة	أ.د / الصالح لميش	جامعة المسيلة
د/محمد بلعسل	جامعة المسيلة	د/ عبد الله هوادف	جامعة المسيلة
أ.د/ محمد بركات	جامعة المسيلة	د/ فريد ابرادشة	جامعة المسيلة
أ.د/ نورالدين دخان	جامعة المسيلة	أ.د/ سليمان ملوكي	جامعة المسيلة
د /عبد النور مبروك	جامعة المسيلة	د/ عبد الله زوبيري	جامعة المسيلة
د/ فوازلجلط	جامعة المسيلة	د/ عبد اللطيف والي	جامعة المسيلة
د/ محمد الطاهر عديلة	جامعة المسيلة	د/ محمد الزين ميلاس	جامعة المسيلة
د/ مرزاقة زروقي	جامعة المسيلة	د/ عمر بورنان	جامعة المسيلة
د/ فتح النوررحموني	جامعة المسيلة	د/ نورالدين فلاك	جامعة المسيلة
د/ خالد توازي.	جامعة المسيلة	د/ عبد العزيززايدي	جامعة المسيلة
د/ محفوظ بن الصغير	جامعة المسيلة	د/ عبد الرحمان بوكثير	جامعة المسيلة
د- جمال الدين بن عمير	جامعة المسيلة	د/ حسين سالم	جامعة المسيلة
أ.د/ زكرياء عكة	جامعة المسيلة	د- شوقي عرجون	جامعة المسيلة
د/ إسماعيل زروقة	جامعة المسيلة	د/ السعيد كليوات	جامعة المسيلة
د/ دليلة عمارة.	جامعة المسيلة	د/ عبد العالي يوسفي	جامعة المسيلة
د/ فوزي علاوة.	جامعة المسيلة	د/ نعيمة براردي	جامعة المسيلة
د/ بوبكر بوعزيز.	جامعة المسيلة	د/ فاطمة الزهراء حشاني	جامعة المسيلة
د/ عبد الحفيظ بقة.	جامعة المسيلة	د/نادية ضريفي	جامعة المسيلة
د/ آسيا حميدوش.	جامعة المسيلة	د/إبراهيم رابعي	جامعة المسيلة
د/ رضا مهدي.	جامعة المسيلة	د/ عمر بوسكرة	جامعة المسيلة
د/ عبد السلام سليمة	جامعة المسيلة	د/ اسمهان بلوم	جامعة المسيلة
د/ سيد علي فاضلي	جامعة المسيلة	د/ سعيد الوافي	جامعة المسيلة
د/ إلياس عجابي.	جامعة المسيلة	د/محمد بوضياف	جامعة المسيلة
د/ مولود قارة.	جامعة المسيلة	د/ كمال فراحتية	جامعة المسيلة
د/ محمد الطاهر بلموهوب.	جامعة المسيلة	د/ عبلة مزوزي.	جامعة المسيلة
د/ ياسين مقدم	جامعة المسيلة	د/ عبد المالك رداوي	جامعة المسيلة
د/ عبد السلام سليمة	جامعة المسيلة	د/ عبد النور منصوري.	جامعة المسيلة
د/ سليم عشور	جامعة المسيلة	د/ ليلى بن حليمة	جامعة المسيلة
د/ نفيسة زريق	جامعة المسيلة	د/ زروقي مرزاقة	جامعة المسيلة
د/ جمال الدين ميمون.	جامعة المسيلة	د/ بونوة نادية.	جامعة المسيلة
د- ذبيح ميلود.	جامعة المسيلة	د/ عمر حططاش	جامعة المسيلة

أعضاء لجنة التحكيم العلمي الوطنية:

أ.د/ سالم برقوق	جامعة الجزائر3	أ.د/ دلال بحري	جامعة باتنة
أ.د/ رابح لعروسي	جامعة الجزائر3	أ.د/ طلال لموشي	جامعة باتنة
أ.د/ عمر مرزوقي	جامعة باتنة	أ.د/ عادل زقاغ	جامعة باتنة
أ.د/ حسين قادري	جامعة باتنة	أ.د/ سامية عواج	جامعة سطيف 2
أ.د/ نورالدين حاروش	جامعة الجزائر3	أ.د/ يامين بودهان	جامعة سطيف 2
أ.د/ جلول شيتور	جامعة بسكرة	أ.د/ محمد رضا مزوي	جامعة الجزائر3
د/ الطيب بلوصيف	جامعة سطيف 2	أ.د/ فريدة حموم	جامعة جيجل
د/ أحمد باي.	جامعة باتنة	أ.د/ مبروك غضبان	جامعة باتنة
أ.د/ محمد الكر	جامعة الجلفة	أ.د/ العيفة سالمي	جامعة الجزائر
د/ جويدة جاري	جامعة الجزائر	د/ محمد بن عراب	جامعة سطيف 2.
أ.د/يوسف زدام	جامعة باتنة	د/ مسعود دخالة	جامعة قسنطينة03
د/ التوفيق حكيمي	جامعة عنابة	أ.د/محمد سمير عياد	جامعة تلمسان
د/ كريمة لعجال	جامعة برج بوعريريرج	د-عبد النور منصوري	جامعة سيدي بلعباس
د/ زهرة بن علي	جامعة معسكر	د-سفيان ريموش	جامعة جيجل
أ.د/ يوسف بن يزة	جامعة باتنة	د-عمر اني كربوسة	جامعة بسكرة
د/ رجم جنات	جامعة سطيف 2	د/هميسي نورالدين	جامعة سطيف 2
د/ مبني نورالدين	جامعة سطيف 2	د/بوعون أحمد	جامعة سطيف 2

أعضاء لجنة التحكيم العلمي من خارج الجزائر:

د/ اشنا انوركريم	دولة العراق
د/ مأمون طربية	دولة لبنان
أ.د/ أحمد أويصل	دولة تركيا
أ.د/ وليد عبد الحي	دولة الأردن
د/ نادية قنبعي	دولة فرنسا
د/ زياد يوسف حمد	الجامعة العر اقية.
د/ ميثم منفي كاظم العميدي	جامعة بابل.

شروط النشر

تشترط المجلة في الأعمال العلمية المقدمة للنشر مجموعة من الشروط هي :

- ألا يكون العمل العلمي قد تم نشره من قبل، أو قدم كمداخلة في أي مناسبة، علمية كانت أم غير علمية.
- الالتزام التام بالقواعد المنهجية العلمية المتبعة في الجامعات الوطنية والأجنبية، والمراكز البحثية.
- تقدم الأعمال العلمية مكتوبة في عدد صفحات لا يتجاوز 20 صفحة، من حجم صفحات A4 بحجم الخط 17 SAKKAL MAJALLA للغة العربية ، أما بالنسبة للغات الأجنبية (الإنجليزية والفرنسية) فتقدم الأعمال بخط SAKKAL MAJALLA بحجم 14، وتكون الهوامش آخر العمل العلمي وفق ترتيب تسلسلي بحجم خط 14 بالنسبة للغة العربية و حجم 12 بالنسبة للغات الأجنبية .
- ضرورة إرفاق ملخص للعمل العلمي باللغة العربية وملخص آخر بالإنجليزية (200 كلمة كحد أقصى)، مع ارفاقهما بالكلمات المفتاحية (05 كلمات مفتاحية كحد أقصى).
- الأعمال العلمية المرسلة إلى هيئة تحرير المجلة لا ترجع إلى أصحابها سواء تم نشرها أم لم يتم النشر.
- تخضع البحوث للتحكيم العلمي المتعارف عليه، ويبلغ الباحث بقرار هيئة التحرير.
- لا يمكن للباحثين سحب مقالاتهم التي حازت على موافقة الهيئة العلمية و أدرجت للنشر في أعداد المجلة.
- يعد البحث في حكم المسحوب في حال تأخر الباحث عن اجراء التعديلات المطلوبة على البحث لمدة تزيد عن خمسة عشر يوما من تاريخ تسلمه الرد بوجوب التعديل.
- لا تعبّر الآراء والأفكار في الأعمال المنشورة في المجلة إلا عن وجهة نظر أصحابها.
- يحق لهيئة تحرير المجلة إجراء التعديلات الشكلية التي تراها مناسبة لإخراج الأعمال العلمية في أحسن حالة.
- ترسل الأعمال العلمية عبر المنصة الوطنية للمجلات العلمية الجزائرية بعد تسجيلها وجميع المراسلات الخاصة بالمجلة عن طريق البريد الإلكتروني الخاص بالمجلة دون سواه:eljupols@gmail.com
- يجب على مرسل المقال أن يدرج رقم الهاتف والبريد الالكتروني لإتاحة التواصل معه.

هام: تخلي هيئة تحرير المجلة مسؤوليتها اتجاه أي انتهاك لحقوق الملكية الفكرية.

فهرس المحتويات

الاسم واللقب	الموضوع	الصفحة
د/ عمر حططاش جامعة محمد بوضياف- المسيلة -	مبدأ الفصل بين السلطات كآلية دستورية لتجسيد البعد السياسي للحكم الراشد.	27-01
د.كمال بوبعاية جامعة محمد بوضياف- المسيلة - د/ حبيباتني بثينة جامعة الإخوة منتوري قسنطينة -1-	نظام العمل للنفع العام كآلية لتكريس العقوبة الرضائية.	37-28
د/ بن عمير جمال الدين. جامعة محمد بوضياف- المسيلة - د/ ابرادشة فريد جامعة محمد بوضياف- المسيلة -	المفهوم الليبرالي لحقوق الانسان: مقاربة نقدية في الفكر والممارسة.	53-38
د/ كمال شطاب جامعة محمد بوضياف- المسيلة - أ.د/ فاطمة بودرهم جامعة محمد بوضياف- المسيلة -	التمكين الإداري والميزة التنافسية.	73 - 54
د/ عبد الكريم مشان جامعة محمد بوضياف – المسيلة -	دور الحكم الراشد في تحقيق التنمية المستدامة	86 - 74
د.رضا مهدي جامعة محمد بوضياف- المسيلة - ط. د/ حسين قانة جامعة الجزائر– 03 -	إعادة صياغة البعد الإنساني في العلاقات الدولية ما بعد جائحة كورونا	96 -87
د/ مرزاقة زروقي جامعة محمد بوضياف- المسيلة – د/ ساعد طيايبة جامعة محمد بوضياف- المسيلة –	الإشهار من الناحية التشريعية في الجزائر:(دراسة قانونية)	113 - 97

جميع الحقوق محفوظة لجامعة المسيلة

©

أسرة تحرير المجلة تخلي مسؤوليتها عن أي انتهاك لحقوق الملكية الفكرية

الآراء الواردة في أعداد المجلة لا تعبر عن رأي المجلة.

تقديم العدد:

استهل العدد بمقال الأستاذ عمر حططاش الذي حاول تناول مدى توفيق المشرع الدستوري في تكريس مبدا الفصل بين السلطات والابقاء على التعاون والتوازن بالشكل الذي يحقق الحوكمة في ابعادها المتعلقة بفرض سيادة القانون والمشاركة السياسية والاستقرار السياسي وتعميق الممارسة الديموقراطية والشفافية بالتركيز على محورين؛ يتعلق الأول بمفهوم وتقدير مبدأ الفصل بين السلطات بوصفه أداة دستورية لتحقيق الحكم الراشد، والثاني باستعراض تنظيم السلطات الثلاثة في الدستور الجزائري ومدى نقاعته في تحقيق الأبعاد السياسية للحوكمة.

أما الأستاذان كمال بوبعاية و بثينة حبيباتني، فتطرقا إلى العقوبة بالعمل للنفع العام، حيث أن التشريعات الجزائية في العديد من الدول عملت على البحث عن أنظمة رضائية تكون أكثر فعالية و إنسانية، و تسمح بتحقيق الهدف الأسمى ألا و هو اصلاح الجاني و تأهيله لإعادة إدماجه في المجتمع كفرد صالح، أي بديل من شأنه الحد إلى اللجوء المفرط إلى سلب الحرية بطريقة تلقائية.

و الأستاذان بن عمير جمال الدين، و ابرادشة فريد فتناولا بالدراسة مفهوم حقوق الانسان من خلال عرض الأسس الفكرية للمدارس و المفكرين اللبراليين وفق مقاربة نقدية تبحث في الأطر النظرية و المضامين الوثائقية و الممارسات في مجال حقوق الانسان وحرياته منذ الظهور و حتى اليوم. حيث خلصا إلى وجود مواطن قصور في المفهوم اللبرالي لاسيما تطبيقه على أرض الواقع، كالتركيز عل النزعة الفردية والتأكيد على الحقوق المدنية و السياسية دون الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية، وكذا التحيز الواضح في تطبيق تلك الحقوق لأطراف بعينها دون أخرى.

أما الأستاذان شطاب كمال، و بودرهم فاطمة فحاولا معالجة موضوع التمكين الإداري ودوره في بناء الميزة التنافسية للمنظمات، ذلك أن ماعرفه العالم من تطورات وتغيرات متشابكة ومتسارعة كان لها تأثير كبير على واقع ومستقبل المنظمات المعاصرة، فلا يمكن لهذه الأخيرة أن تحافظ على بقاءها واستقرارها واستمرارها، وتحقق نجاحها في بناء ميزتها التنافسية خاصة في ظل بيئة تتميز بكثير من الدينامية والتعقيد إلا عبر آلية التمكين الإداري، وذلك لما له من أهمية بالغة في تعزيز قدرات المنظمة وبلوغ أهدافها في أسرع وقت وبأحسن جودة وّأقل تكلفة

في حين أن الأستاذ عبد الكريم مشان، حاول من خلال التعرض لدراسة دور الحكم الراشد في تحقيق التنمية المستدامة ،باعتبار أن الحكم الراشد يعد شرطا أساسيا لتحسن المستوى المعيشي، بحيث

تعكس الزيادة في الدخل القومي الحقيقي للفرد وتحسين نوعية الحياة لكل أفراد المجتمع بدون أن تكون على حساب الأجيال القادمة، كشف الترابط بين الرشادة السياسية والتنمية المستدامة. أي لضمان نجاح عملية التنمية المستدامة لا بد من توفر مبادئ التي يقوم عليها الحكم الراشد من تمكين المواطنين ومشاركتهم في اتخاذ القرارات وكفاءة أجهزة الدولة وتوفر نظام المساءلة والمحاسبة ،إذ لا يمكن تحقيق التنمية المستدامة ما لم تتوفر بيئة تسودها مبادئ الحكم الراشد.

أما الأستاذان مهدي رضا و حسين قانة ، فتطرقا إلى ما عرفه القانون الدولي الإنساني من تهميش و تحديد في الدور خلال أزمة كورونا مما جعل القيم الإنسانية فيه لا تأخذ حجمها و الصورة التي من المفترض أن تأخذها، فكانت معاناة الكثير من البشر سواء بصفة المواطنة أو الرعايا مما يستوجب إعادة النظر لذلك البعد الإنساني.

أما الأستاذان زروقي مرزاقة وساعد طيايبة، فتطرقا في مقالهما إلى تطور التنظيم التشريعي للإشهار في الجزائر منذ الاستقلال، معرجين على أهم مميزات النشاط الاشهاري لوسائل الإعلام العمومية إلى غاية مرحلة التعددية، و التي جاءت معها قوانين تسير العملية الاشهارية بغرض تحقيق التنمية الاقتصادية و خلق فرص للميزة التنافسية لتحسين الجودة الإنتاجية.

الإشهار من الناحية التشريعية في الجزائر: (دراسة قانونية)

Publicity from the legislative point of view in Algeria: A legal study.

د/ مرزاقة زروقي *
جامعة محمد بوضياف- المسيلة -
البريد الالكتروني: merzaka.zerrouki@univ- msila.dz

د/ ساعد طيايبة
جامعة محمد بوضياف- المسيلة -
البريد الالكتروني: saad.tiaiba @univ- msila.dz

ملخص:

تتلخص دراستنا حول التنظيم التشريعي للإشهار في الجزائر، حيث عرف تغيرات على المستوى التنظيمي و التشريعي، منذ استقلال الجزائر إلى غاية اليوم، حيث كانت دراستنا تتمحور حول القوانين التي سنها المشرع الجزائري بخصوص تنظيم الإشهار في الجزائر.

كما تطرقت أيضا هذه الدراسة إلى أهم مميزات النشاط الإشهاري عبر مختلف وسائل الإعلام و الاتصال العمومية، إلى غاية مرحلة التعددية الحزبية و مع دستور 1989 تم الإعلان عن حرية الإعلام، فجاءت وسائل إعلام خاصة كذلك تم تنظيمها بواسطة قوانين تسير العملية الإشهاري فيها.من اجل المساهمة في التنمية الاقتصادية وخلق فرص للميزة التنافسية لتحسين الجودة الإنتاجية وتطوير التنمية.

كلمات مفتاحية: التنظيم التشريعي للاشهار، النشاط االاشهاري، وسائل االتصال العمومية، وسائل االتصال الخاصة

Abstract:

Our stady is summarized on the legislative regulation of advertising in Algeria, where it has known changes at the organizational and legislative level since the independence of Algeria until today. This research paper focuses on the laws enacted by Algerian legislator regarding the regulation of advertising in Algeria.

This study also touched on the most important features of advertising activity through various media and public communication, until the stage of partisan pluralism, and with the 1989 constitution, freedom of the media was announced. In economic development and creating opportunities for competitive advantage to improve production quality and develop development.

*المؤلف المرسل : مرزاقة زروقي. الايميل: merzaka.zerrouki@univ- msila.dz

Keywords: Legislative regulation of advertising, Publicity activity; public means of communication, private means of communication.

مقدمة

يعتبر الإشهار رسالة تهدف إلى ترويج سلطة أو خدمة أو فكرة معينة في جميع البلدان، وهو احد الوسائل الاتصالية التي اكتسبت مكانة مهمة في عصرنا، حيث، أصبح وسيلة ضرورية تتطلبها جميع المجالات، فلا يمكن تصور وجود مجتمع متطور بدون إشهار فهو سمة المجتمع المتطور نظرا لارتباطه بالحياة اليومية،

ولقد تزامن ظهور الإشهار مع الثورة الصناعية بعد الحرب العالمية الثانية، لان التطور الصناعي كان له دور فعال غي زيادة حجم المنتجات وتنوعها، وهذا ما دفع ببعض المؤسسات بالبحث عن وسيلة لتعريف منتجاتها بالجمهور مستعينة ببعض وسائل الإعلام لجذب المستهلك و إقناعه.

إذا يصل الإشهار إلى الجمهور عن طريق أشكال متعددة من وسائل الاتصال، حيث تشتري الجهات المعلنة مساحات في الجرائد والمجلات لنشر إعلاناتها و تشتري وقت من التلفاز و الراديو، إضافة إلى الإشهار الخارجي و هو الملصقات و اللوحات الملونة و اللوحات الكهربائية الضخمة و هناك إعلانات بأشكال أخرى على وسائل النقل وعرض السلع والمنتوجات في أماكن البيع و دليل الهاتف و توزيع التذاكر.

إذا الإشهار التجاري نشاط يتم بين المستهلك المقتنى للمنتوج و المتلقي للرسالة الإشهارية و المعلن من جهة أخرى، هذا الأخير الذي هو صاحب المنتوج، اي المتدخل أو المهني المحترف أو حتى المصدر للرسالة الإشهارية، و تمتاز هذه العلاقة بعدم التكافؤ لان المعلن يتمتع بعنصر الأفضلية على المستهلك باعتباره على دراية واسعة بالمنتوج أما المستهلك فقليل الخبرة، لذلك وجب وضع ضواب ط قانونية تحقق التوازن في هذه العلاقة.

وهذا ما فكر فيه المشرع الجزائري بحيث وضع مجموعة من القواعد القانونية تحمي المستهلك و تقيه من الوقوع في تضليل المعلن عن طريق الإعلام الذي هو في الحقيقة حق للمستهلك فالهدف من هذه الدراسة هو حماية المستهلك من الأثر السلبي للإشهار التجاري غير المشروع.

نعالج الموضوع بطرح الإشكالية التالية

كيف نظر المشرع الجزائري إلى العملية الإشهارية، و هل وضع قوانين تتماشى مع الواقع الاقتصادي و الاجتماعي للدولة بحيث يحمي المستهلك من تضليل المعلن ؟

نعالج هذه الإشكالية من خلال دراسة النقاط التالية ;

1- التطور التشريعي في مجال الإشهار التجاري في الجزائر من الاستقلال إلى غاية اليوم

2- الوكالة الوطنية للنشر والإشهار و سيطرت القطاع العمومي على ميدان الإشهار

3- مشروع قانون الإشهار 1999 وأسباب عدم خروجه إلى النور

1- التطور التشريعي للإشهار في الجزائر من الاستقلال إلى غاية اليوم

1-1- أ مدخل مفاهيمي للإشهار

تعريف الإشهار: الإشهار لغة مشتق من كلمة أعلن يعلن إعلانا، بمعنى الإظهار و الإشهار و الجهر بالشيء

و اصطلاحا هو وسيلة مدفوعة لإيجاد حالة من الرضي و القبول النفسي في الجماهير لغرض المساعدة لبيع سلعة أو خدمة، أو بموافقة الجمهور على قبول فكرة وتوجه جهة بذاتها، و كما يقول **(grow)** أن الإشهار هو فن إغراء الأفراد على سلوك بطريقة معينة[1] .

الإعلان هو أحد الأنشطة الإعلامية التي تساهم بشكل كبير في تطوير القطاع الاقتصادي، للإشهار معاني متعددة جدا وليس من السهل إعطاء تعريف أو مفهوم معين، لكن نحاول إعطاء بعض التعاريف ومنها.

تعريف دائرة المعارف الفرنسية (مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية أو إقناعه باقتناء منتجاتها). [2]

و يعرفه **(grawwalter)** (على أنه أداة لبيع الأفكار أو السلع أو الخدمات لمجموعة من الناس و يستخدم في ذلك مساحات من الملصقات أو الصحف أو المجلات، أو تخصيص وقت معين من إرسال التلفزيون و الراديو أو دور العرض السينمائي، نظير أجر معين[3] .

ومن أحسن التعاريف التي وضعت حديثا ما وضعته جمعية التسويق الأمريكية.....(الإعلان هو مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء أو بيع السلع و الخدمات.[4]

أو هو وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار و الترويج للسلع بواسطة جهة معينة مقابل أجر مدفوع[5]

من خلال تقديم هذه التعاريف يمكن تحديد وظيفتين أساسيتين للإشهار و هما:

- حث المستهلكين على اقتناء السلع أو شراء الخدمات

- تهيئة هؤلاء المستهلكين إلى تقبل السلع أو الخدمات أو الأفكار أو الأشخاص أو المنشاة

2-1- - تطور التشريعات المنظمة للعملية الاشهارية في الجزائ.

عمل المشرع الجزائري على وضع قواعد قانونية من شأنها حماية المستهلك المتلقي للرسالة الإشهارية من الأضرار التي قد تلحق من جرا ء الإشهارات، و التي قد تمس و تهدد حياته و سلامته و أمواله، خاصة إذا فقدت نتائجها.

و يجب الإشارة أنه من اجل الوصول إلى تحديد القواعد القانونية المنظمة للرسالة الإشهارية في الجزائر، كان يجب البحث في مختلف القوانين ذات الصلة بالمنظومة القانونية الجزائرية، و ذلك لعدم وجود نص قانوني خاص بالإشهار.

هذا لا يعني أن فكرة الإشهار لم تكن موجودة في الجزائر، بل كانت موجودة في الفترة الاستعمارية، و كانت الإشهارات التجارية مسيرة من طرف وكالة اشهارية كبيرة فرنسية تسمى هافاس والتي سيطرت على كل الإعلانات في الجزائر و جعلتها سوقا لمنتوجاتها، لكن بعد الاستقلال الجزائري سنة 1962، صدر مرسوم رقم 69- 301المنظم للعملية الإشهارية في الجزائر، والذي نص على إلغاء العمل بالقوانين الفرنسية و ذلك في إطار عمليات تأميم الشركات و من بينها شركة هافاس للإشهارات، و ذلك لتجعلها وكالة وطنية للنشر والإشهار بموجب الأمر رقم 67- 279 وتم إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار بموجب المرسوم رقم 67- 283، و توالت النصوص القانونية في مجال تنظيم الإشهار إلى غاية تبني الجزائر نظام سياسي و اقتصادي جديد يعتمد على مبادئ جديدة تقوم على التعددية الإعلامية والسياسية و الحرية الاقتصادية.

هذه التغيرات كلها دفعت بالمشرع الجزائري إلى تبني تشريعات جديدة تتماشى و طبيعة المرحلة الجديدة التي تقوم على معايير و أسس أخرى غير الأسس السابقة القائمة على مبدأ وحدة السلطة و الاقتصاد المخطط، و الأحادية الحزبية و طهر ذلك من خلال قانون الإعلام الجديد سنة 1990، و مشروع قانون 1999 أو قانون الإعلام الجديد سنة 2012، كل هذه القوانين تطرقت إلى تنظيم العملية الإشهاري بالجزائر، و لكن نحن في دراستنا هذه سنتطرق بالتفصيل إلى مشروع قانون 1999 على الرغم من تجميده من طرف مجلس الأمة، لأنه أول مشروع قانون يختص بتنظيم الإشهار في الجزائر.

على الرغم من وجود فراغ قانوني في مسألة الإشهار إلا أن هذا لا يمنع السلطات من إيجاد سبل لتنظمه و لو بشكل جزئي، باعتباره نشاطا تجاريا له ضوابط .[6]

و يظهر ذلك في العديد من النصوص القانونية التي تطرقت الإشهار و لو بشكل غير مباشر، و تخص قطاعات أخرى منها المرسوم التنفيذي رقم 90- 39 و الذي تعلق بالرقابة و الجودة و قمع الغش في المادة 02 و التي عرفت الإشهار كما يلي (جميع الاقتراحات أو الدعاية أو العروض أو خدمة بواسطة أسانيد سمعية بصرية) .[7]

وعرفه القانون 04- 02 المتعلق بالممارسات التجارية في مادته الثالثة (على أنه كل إعلان يهدف بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج أو بيع سلع أو خدمات، مهما كان المكان و الوسائل المستعملة)، و ما يمكن ملاحظته من خلال تعرض بعض القوانين إلى الإشهار، أن المشرع الجزائري أراد أن يحصر وسائل الإشهار، و هذا خطأ وقع فيه لان التطور الاقتصادي والسياسي والاجتماعي الذي وصلت إليه الجزائر يمكنها من حصر الإشهار و وسائله

2_الوكالة الوطنية للنشر والإشهار ودورها في العملية الاشهارية في الجزائر

- إنشاء الوكالة الوطنية للنشر والإشهار سنة 1967

أنشئت الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار سنة 1967، بموجب الأمر رقم 67- 279 المؤرخ في 14 رمضان 1387 هجري الموافق ل 20 ديسمبر سنة 1967، و نشر هذا الأمر في الجريدة الرسمية في 5 جانفي عام 1968، إضافة إلى النص الملحق الذي يتضمن القانون الأساسي للشركة الوطنية للنشر و الإشهار.

- أهداف الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار و عملها

تكمن أهمية الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار في:

- دراسة و تطوير الإشهار بكل الوسائل و بجميع الطرق، السمعية و السمعية البصرية.

- نشر المجلات و المؤلفات و الأفلام الناطقة ذات الطابع الإشهاري، أو التمويل

- نشر كل ما يرتبط أو له علاقة بالإشهار، أو يستعمل لذلك الغرض

- نشر الإشهار بجميع الوسائل و الدعامات المتاحة

عمل الشركة

تعمل الوكالة الوطنية للنشر والإشهار بالتكامل مع الهيئات الصحفية، و المنظمات الصناعية و التجارية بهدف الإشهار لمنتوجات و خدمات هذه الأخيرة، في الأماكن المتاحة لدى الهيئات المتخصصة.

وبإمكان الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار القيام وفقا لأهدافها كما يلي;

- امتلاك الأموال العقارية و المنقولة اللازمة لسيرها و تحقيق أهدافها

- استغلال كل الطرق و النماذج التي لها علاقة بهدفها.

- إجراء كل عملية صناعية أو تجارية أو مالية لها علاقة مباشرة بهدفها

- إبرام العقود والاتفاقيات مع مؤسسات أخرى

2-1- تطور المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار و مكانتها على الصعيد التجاري و الإعلامي

عقب إصدار القانون 1967 تم إنشاء الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار المنحدرة من هافاس الفرنسية التي كانت تنشط بالجزائر، و بذلك تكون توارثت تقليد عريق، و اكتسبت تجربة كبيرة للإشهار و الاتصال، وقد أصبحت اليوم تحظى بأعمال كبيرة في مجال النشر و الإشهار، وذلك بتوفيرها على بنية تحتية و أجهزه للإنتاج جد عصرية

من أجل ترسيخ مهاراتها لجعل الاتصال أداة للخدمة النوعية، فزيادة على الإعلانات و الطباعة شرعت المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار مؤخرا في إنشاء فروع أخرى لها لدعم أنشطتها الموجودة المتمثلة في

- فرع الاتصال و الإشهار الخارجي

- فرع التوزيع السريع

- فرع المعهد المتخصص لسير الآراء، و صنع الصور و التسويق

و تتكفل المؤسسة بانجاز وتسيير الميزانيا ت الإشهارية لصالح أكثر المعلنين، و كذلك المناسبات الكبرى، و التظاهرات الرياضية و الشبابية، كما أن هذه المؤسسة من اكبر المساهمين لتمويل السوق الجزائرية بمادة الورق.

2-2- أسباب احتكار الإشهار من طرف الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار و تأثيرها على استقلالية الصحافة

من أهم سمات المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار كونها شركة كانت ولا زالت تابعة للقطاع العام، و هي المتخصص الوحيد في مجال الإشهار في عهد الأحادية **gi** -*الحزبية و النظام الاقتصادي الموجه و العدالة الاجتماعية، لكن اليوم ومع تغيير النظام السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي إلى نظام تعددي و اقتصاد حر و حرية فردية و تعددية إعلامية

برزت شركات ووكلات أخرى على الساحة الإشهارية منافسة للشركة الوطنية للنشر و الإشهار. لكن الاحتكار المفروض على ميدان الإشهار من طرف (ش.و، ن، ش) لا يزال بارزا في الجزائر لأنها تتمتع بامتيازات خاصة في مجال الإشهار من خلال التفرد به من الصحافة العامة والخاصة والمتعاملين الاقتصاديين.

إضافة إلى أنها تشارك في العديد من التظاهرات الثقافية و الرياضية و الجمعوية إضافة إلى صلاحياتها الإشهارية الخارجية.

لكن يبقى السؤال مطروحا

لماذا تسيطر الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار على العملية الإشهارية في الجزائر؟

إن سيطرة القطاع العام على ميدان الإشهار له تأثير كبير على حرية الإعلام، كما له تأثير على حرية المعلنين في اختيار دعايتهم الإشهارية و في إيجاد فرص المنافسة بين الشركات الإشهارية و إتاحة الفرصة المناسبة للاستثمار الأجنبي في هذا المجال.

وفي هذا الصدد ذكر رئيس تحرير يومية الشروق اليومي حسان زهار (إن المشكلة الكبرى ليست الديون التي توضع على عاتق الجريدة أي كانت مساندة للنظام أو معارضة، و لكن المشكل في احتكار السلطة للإشهار الذي يعتبر ماء الحياة بالنسبة لكل الجرائد و ممول رئيسي، فهذه الحنفية بما أنها في يد السلطة وهي التي تتحكم فيها لا تفتح إلى بمقدار الولاء و المساندة للنظام، و هذا ما يجعل السلطة تتحكم في كل الصحف خاصة منها التي لا تحظى بمقدار كافي من المبيعات،[8]

نحن نعلم أن الإشهار يعتبر مصدر تمويل أساسي في الصحافة كلها المكتوبة و السمعية البصرية، لذلك لجأت السلطة إلى إصدار قوانين تفرض على المؤسسات الاقتصادية المرور بالوكالة الوطنية للنشر والإشهار و التي تقوم بتوزيع الإشهارت بين الصحف، لذلك تحظى الصحف المساندة للسلطة السياسية توجه لها أكبر نسبة من الإشهارات خلاف للصحف المعارضة، لذلك نجد أن التحكم في الإشهار من طرف الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار التابعة للحكومة يؤثر بطريقة غير مباشرة على حرية الصحافة،[9]

إضافة إلى أن الإشهار وجه من أوجه الرقابة على الصحافة و الضغط عليها، عن طريق احتكار الإشهار المؤسساتي و المطابع من طرف الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار، و هذه تعد عراقيل أما حرية التعبير .[10]

و في الأخير نقول أنه رغم كل الانتقادات الموجهة للطابع الإشهاري في الجزائر إلا أن الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار مهمة و تلعب دورا كبيرا في تمويل الصحف و خاصة الصحف الضعيفة الموارد و قليلة الإمكانيات ،

3- المبادئ المتعلقة بالرسالة الاشهارية من خلال مشروع قانون1999

يعتبر المستهلك الوسيلة المشتركة في عملية الإشهار بالرغم من اختلاف الوسائل المعتمدة، مثل الجرائد والمجلات وأجهزة الراديو والتليفزيون بمحطاته المختلفة. وكذلك في وسائل النقل وألبسة الناس.[11]

ولهذا وجب وضع شروط قانونية لوسائل الإشهار و ذلك من أجل حماية المستهلك قبل عرض الرسالة الإشهارية، و لأهمية هذه الوساطة المستخدمة لنقل الرسالة الإعلامية من المعلن إلى الجمهور .[12]

لذلك خول لوزير الاتصال ضبط وسائل الإعلام الالكترونية كالصحف و المجلات و الإذاعات و التلفزة عبر الانترنت بالتنسيق مع هيئات الضبط و هذا ما جاء في المرسوم التنفيذي رقم 11- 216 في مادته الثانية

منه، و لوزير الاتصال صلاحيات منح رخص لممارسة النشاطات الإشهارية و ضبط شروطها، ولتفعيل مهام وزير الاتصال في هذا المجال صدر المرسوم التنفيذي رقم 11- 217 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة الاتصال.[13]

وبالرغم من الفراغ القانوني في مسالة تنظيم الإشهار إلا أن المشرع الجزائري و بموجب نصوص قانونية متفرقة و عليه سنتطرق إلى الشروط العامة التي يجب توفرها في الرسالة الاشهارية، ثم نتطرق إلى إلى الشروط الخاصة بوسائل المستعملة للرسالة الاشهارية

11- شروط الرسالة الاشهارية

وتكمن هذه الشروط في الضوابط المتعلقة بالشيء المعلن عنه [14]، بغض النظر على طبيعة السلعة أو الخدمة، التي يجب أن تكون محل إشهار كما يجب أن تكون الرسالة الإشهارية خالية من العيوب، أما الضوابط المتعلقة بالمعلن [15]، بموجب المادة 22 من مشروع قانون بالإشهار يجب على المعلن أن يلتزم 1999اظهار اسمه، أن يكون جاد في عرضه، التصريح الصادق بمحتويات

ب- الشروط المنظمة للرسالة الإشهارية

بالإضافة للشروط العامة لكيفية الإشهار هناك أيضا شروط أخرى يجب احترامها لكن هذه المرة يعتمد على نوع الوسيلة المستخدمة في نقل الرسالة الإشهارية فلكل وسيلة خصائصها القانونية، لذلك نظمها المشرع الجزائري في قواعد قانونية متفرقة و هي كالتالي

12- الضوابط القانونية للإشهار في الوسائل المقروءة

نعني بالوسائل المقروءة جميع النشريات الدورية و التي حددتها المادة السادسة من القانون العضوي رقم 12- 05 المتعلق بالاعلام[16] وقد جاء بتعريف يحددها فهي كصحف و المجلات بكل أنواعها و التي تصدر في فترات منظمة، و صنفتها إلى صنفين، النشريات الدورية للإعلام العام و التي حددتها المادة السابعة من نفس القانون، أما الصنف الثاني فيشمل الدوريات المتخصصة و هي حسب تسميتها تتناول مواضيع خاصة، و توجه لفئات معينة من الجمهور و هذا ما نصت عليه المادة الثامنة من القانون العضوي 12- 05، وقد أعطى هذا القانون الأهمية لهذه الدوريات سواء العامة أو الخاصة، و يظهر ذلك في المادة40 منه

والتي منحت جهاز لضبط الصحافة المكتوبة، و الذي يتمتع بالاستقلالية القانونية و المالية، و الذي من مهامه المخولة له السهر على احترام مقاييس الإشهار لمراقبة هدفه و مضمونه.

- الضوابط القانونية للإشهار في الوسائل السمعية و البصرية

يدخل في فئة هذه الإشهارات كل من الإشهارات التي تتم عن طريق الراديو و التليفزيون و عرفها المرسوم التنفيذي رقم 14- 04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، على أنها اتصال في صورة خدمات إذاعية أو تليفزيونية تقدم للجمهور مهما كانت وسيلة بثها.[17]

=الراديو

تظهر الضوابط الموضوعية من طرف المشرع الجزائري و الخاصة بالرسائل الإشهارية التي تبث عن طريق الراديو في المرسوم التنفيذي 91- 103...[18] والذي وضع شروط متعلقة بالإشهار في الإذاعة، وذلك من خلال جملة من الشروط المتعلقة بالإشهار في الإذاعة، و ذلك من خلال جملة من الشروط و هي كالتالي:

- وجوب أن يطابق محتوى الرسالة الاشهارية مستلزمات الصدق

- خلو الرسالة الإشهارية من اي تمييز عنصري

- عدم استغلال الإشهار للجمهور خاصة الأطفال و المراهقين

رغم هذا تبقى الرسالة الإشهارية للراديو ضعيفة نوعا ما، باعتبارها تعتمد على الوصف اللفظي للسلعة أو الخدمة، وهذا ما يؤثر على إقناع الجمهور

=التلفزيون

عرف المشرع الجزائري خدمة البث التليفزيوني في المادة 7- 3 من المرسوم التنفيذي رقم 91- 01....[19] بأنها(كل خدمة اتصال موصلة للجمهور بواسطة الكترونية تلتقط في أن واحد من طرف عموم الجمهور أو فئة منه و يكون برنامجها الرئيسي مكون من سلسلة متابعة من الحصص على صور وأصوات،

لقد ضبط المشرع الجزائري بواسطة قواعد منظمة للإشهارات التليفزيونية و هذا في الفصل الخامس من المرسوم التنفيذي رقم 91- 101 و هي نفس الشروط المتعلقة بالإشهارات الإذاعية إضافة إلى ذلك حددت المادة 47 من المرسوم التنفيذي 91- 101 بان لا يتجاوز الإشهار أربع دقائق عن كل ساعة من البث.

=الإشهار الالكتروني

ظهر ما يسمى بالإشهار الالكتروني عن طريق الانترنت، أو التليفون المحمول من خلال الرسائل القصيرة (**sms**)، أو البريد الالكتروني عن طريق الرسائل الالكترونية (**inpox**) وهب رسائل دعائية تصدرها مواقع مختلفة، و توهمك بجائزة تنتظرك، الانترنت أكبر سوق عالمية مفتوحة للبيع و الشراء و الإيجار، كل الأمور التسويقية موجودة ما على التاجر سوي نشر إعلانه، وهذا يسهل الأمر كذلك على المستهلك، فيقارن بين العروض الموجودة و يختار الناسب له من حيث الجودة و السعر، كما له خدمة التوصيل في الحقيقة إلى غاية اليوم لم يتطرق المشرع الجزائري إلى هذا النوع من الإشهارات، الذي هو بطبيعة الحال مهم جدا و تقوم عليه اليوم تجارة الدول المتقدمة التي تحمي التجارة الالكترونية وتضع جوانب قانونية تحميها.

جانب الانترنت هناك وسيلة الهاتف النقال بنظام **gsm** الذي أعلنت عليه وزارة البريد و الموصلات سنة 1999 و هو بمثابة انطلاقة الاتصالات الجزائرية اللاسلكية .

و في أوت سنة 2001 منحت الرخصة الأولى لمجمع أوراسكوم لوضع شبكة الهاتف النقال باسمها التجاري جازي، وعام 2002 استفدت شركة اتصالا ت الجزائر من رخصة لتنظيم نشاطاتها للهاتف الثابت و النقال، كما خولت لها بموجب المادة 3 من القرار الوزاري بتقديم الخدمة العامة للمواصلات السلكية و لا سلكية، و في 2003 تم انضمام موبيليس للهاتف النقال و بعدها في ديسمبر 2003 منحت الرخصة الثالثة لمجمع الوطنية للاتصالات باسمه التجاري نجمة، و بالتالي أصبح للجزائر ثلاث شركات تتنافس لتقديم خداماتها للمواطنين، لذلك وجد المشرع الجزائري نفسه مضطرا لضبط الإشهار في هذا المجال، و ذلك بإصداره القانون رقم 2000- 03 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والموصلات السلكية و لا سلكية .

بناء على ما تقدم فان الإشهار باختلاف وسائله سعى فيه المشرع الجزائري إلى وضع قواعد قانونية تضبطه لحماية المستهلك المتلقي للرسالة الاشهارية، لكن هذه القواعد لم تكن كافية و خاصة في الوقت الحاضر أين كثرت المنافسة بين المتعاملين الاقتصاديين، و الانتشار الواسع للإشهار هذه القواعد تبقى غير كافية لذلك كان لابد من قانون مثل مشروع قانون1999 خاص بالإشهار

مشروع قانون الإشهار 1999 مبادئه و أهدافه

أ- التعريف بمشروع قانون الإشهار 1999

بعد استعرضنا لجملة القوانين التي تنظم العملية الإشهارية في الجزائر منذ الاستقلال سنة 1962 إلى غاية اليوم، توصلنا إلى هذه القوانين غير كافية و لا تتماشى و طبيعة المرحلة الحالية التي تعتمد على اقتصاد السوق و الانفتاح الاقتصادي و التعددية الإعلامية و حرية التعبير، هذا ما دفع بالمشرع الجزائري إلى تقديم مشروع قانون 1999.

لأنه من غير المعقول مع هذه المرحلة التي توصلت إليها الجزائر من تطور اقتصادي و تجاري و يبقى قطاع الإشهار محتكر من طرف المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار، لذلك جاء مشروع قانون 1999 لينظم هذه العملية كما يلي:

الباب الأول : يحتوي على 12 مادة و يتكلم عن المبادئ العامة

الباب الثاني : ينظم النشطات الاشهارية

الباب الثالث : يحتوي أيضا على 12 مادة و ينص على محتوى الإشهار

الباب الرابع : يحتوي على 16 مادة تبين الإشهارات الخاصة

الباب الخامس: تضمن 5 مواد و تنص على هيئة متابعة الإشهار

الباب السادس: و فيه 4مواد تنص على أحكام خاصة

كما ذكرنا سابقا مع دخول الجزائر مرحلة اقتصاد السوق و التنوع الاقتصادي أصبح الإشهار آلية من آليات الترويج للسلع و الخدمات، لذلك وجب وضع ضوابط قانونية للإشهار للمحافظة على حقوق و وجبات المستهلك، على هذا الأساس جاء مشروع قانون 1999، و التي تكمن أهميته في كونه يسير فراغا قانونيا طالما انعكس سلبا على النشاط الإشهاري، و كذلك لكونه يمكن من الاستجابة لمتطلبات التحولات التي تعيشها الجزائر خاصة على الصعيدين الإعلامي و الاقتصادي، و قد جاء مشروع قانون ضمن المسعى الهادف إلى استكمال المنظومة التشريعية المتعلقة بالاتصال و ملاءمتها مع المبادئ الدستورية التي تكرس الحريات الأساسية للمجتمع.

_مبادئ مشروع قانون 1999

- رفع القيود على الإشهار من خلال تكريس حق المعلن في اختيار الطريق و الوسائل التي يرغب بث إشهاراته بواسطتها، و تمكين من لهم الإمكانيات من الاستثمار.

- استعمال اللغة الوطنية إلزامي في الوسائل الإعلامية السمعية و البصرية المخصصة للبحث الداخلي في الصحافة التي تصدر باللغة العربية، و الإشهار باللغة الأجنبية فقط في القنوات و الصحف الناطقة باللغة العربية.

- إنشاء هيئة مهنية مستقلة

- المنافسة الشرعية و منع الإشهار التقليدي و المقارن

- حماية المستهلك من الإشهارات العادية

- منع بعض أنواع الإشهارات التي تسيء لقيم وأخلاق المجتمع

=مميزات مشروع قانون 1999

- من الناحية التنظيمية

إن تنظيم و تكييف المنظومة التشريعية الخاصة بقطاع الاتصال مع متطلبات السوق و حجم التعاملات، يقدر بما يقارب 10ملايير دينار إضافة، إضافة إلى حساسية هذا القانون، في وضع ضوابط قانونية تمنع استعمال الإشهار للمنافسة الغير شرعية، و المساس بحقوق الغير.

مميزاته

- تدعيم المسعى الهادف إلى استكمال المنظومة القانونية المرتبطة بالإعلام و الاتصال

- رفع الاحتكار في مجال الإشهار

- إزالة التمييز بين القطاعين العام و الخاص في مجال الإشهار

- المنافسة الاشهارية شرط ضروري، لكن تكون على اطر شرعية و قانونية

- تكريس حرية المعلن في اختيار الدعائم الإشهارية

- حماية المستهلك من الإشهارات الكاذبة

- منع بعض أنواع الإشهارات التي تسئ لقيم و مبادئ المجتمع الجزائري

- وضع الآليات الضرورية لضمان المتابعة و المراقبة و الفصل في النزاعات من خلال متابعة الإشهار.

ج- تقييم نص مشروع قانون 1999

مشروع قانون الإشهار 1999 أحيل إلى البرلمان، و إلى اللجنة الدائمة للبرلمان المتخصصة و هي (اللجنة الثقافية للإعلام و الشبيبة و السياحة)، و أبدت مجموعة من الملاحظات أهمها:

- مضمون المادة الثامنة يؤكد الحاجة إلى ضرورة وضع ضوابط أكثر صرامة تضمن المؤسسات الإعلامية الحديثة النشأة و الضعيفة، و تكريس حقها في الاستفادة من الحد الأدنى من المادة الإشهارية على الأقل كمرحلة انتقالية يتم الاتفاق عليها.

- الإجراءات الردعية التي جاء بها مشروع قانون الإشهار غير كافية و غير ردعية، نظرا للأساسيات الموضوعية، إن لم يعزز قانون الإشهار بقوانين أخرى، مثل إنشاء هيئة أخلاقيات المهنة.

- أن هيئة متابعة الإشهار أسندت لها مهام و صلاحيات عديدة و متنوعة، من غير الممكن نتصور قدرتها على التكفل بها انطلاقا من تركيبتها البشرية الغير منسجمة، إضافة إلى الوسائل المادية و القانونية الموضوعة تحت تصرفها و الغير متناسبة مع حجم المهام الموكلة لها.

- كما أن المادة 10 التي تنص على حتمية الإشهار باللغة العربية كان محل نقاش، تركز أساسا على ماهية الفائدة المرجوة في ظل مناخ يستدعي الفعالية الاقتصادية، خاصة أن المادة 8 تنص على حرية اختيار الدعائم الإشهارية، و بالتالي الترجمة هي الصيغة التوفيقية.

الخاتمة

يعتبر الإشهار من الدعائم المميزة للتطور الاقتصادي في الدول المتقدمة، و في العصر المعاصر أصبحت كل الدول تعمل بالإشهارات نتيجة للتطور العلمي و التكنولوجي الذي يبرز يوميا ابتكارات و

أساليب حديثة يتبعها المتعاملين الاقتصاديين ليسهلوا تسويق منتوجاتهم، و إقحامها في المجال الاشهاري للتأثير في سلوك المستهلك و لحثه على اقتناء منتجاتهم دون غيرها من تلك المنتوجات المعلن عنها.

كما أن الإشهار ارتبط بتطور وسائل الاتصال، و بالتطورات التكنولوجية، و التطورات التي حدثت في إنتاج السلع و الخدمات التي تؤثر على سلوك المستهلك، مما تؤثر عليه في خلق الرغبة و زيادة قناعته بالمنتوجات و الخدمات مما زاد في حجم مبيعات الشركات المصنعة خاصة للمنتوجات الاستهلاكية، و هذا ما يؤكد أن الإعلان يعد احد أهم مروج للسلع و الخدمات.

هذا لا يعني ان الإشهار دائما يكون له دور ايجابي، فربما يكون سلبي و ضار، في حالة سوء اختيار الوقت ونوع الوسيلة و الإعلان بها، إذا الإشهار ما هو إلا وسيلة إن أحسن استخدامها و وظفت جيدا مع مراعاة كل العادات الاجتماعية و التقاليد و الأصول المهنية و الأخلاقية السائدة في المجتمع .

و يكون الإشهار ذو أهداف ايجابية إذا كانت هناك تشريعات و قوانين خاصة به، بحيث تكون الممارسة المهنية للإشهار لا تعارض مبادئ المجتمع الجزائري و احترام مكانة المرأة في الممارسات الإشهارية و حماية الأطفال القصر من الاستغلال و من كل أنواع الغش.

لذلك وجود تنظيم العملية الإشهارية بتشريعات و قوانين يحمي المستهلك و يحمي المعلن في سهولة إيصال رسالته إلى الجمهور، و ذلك عبر وسائل الإعلام المختلفة و الصحافة، إذا نستخلص من خلال هذه الدراسة ما يلي

- الإشهار أصبح منظومة في حد ذاتها تعتمد على مجموعة من القواعد العلمية و المهارات الفنية تدرس من قبل المختصين و هذا ما زاد الهوة بين المعلن و المستهلك أهم طرفي العملية الإشهارية و التي تستلزم ضرورة حماية الطرف الضعيف في هذه العملية بواسطة قواعد قانونية.

- العمل على ضرورة تفعيل المبادئ المرتبطة بالنظام العام

- العمل على رقابة الرسالة الاشهارية قبل وصولها إلى المستهلك

لذلك يجب إصدار قانون خاص بالإشهار، أو الإفراج على مشروع قانون 1999.

هوامش

1 عبد العزيز لعيان،محاضرات في مقياس مدخل الى علوم الاعلام والاتصال، السنة اولى، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية و الاعلام، جامعة الجزئر،2004-2005.

2 منى الحديدي، الاعلان، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة :1990،ص16

3 منى الحديدي نفس المرجع،ص27.

4 احمد عبد الفتاح سلامة، فن الاعلان الاذاعي .مكتبة الاعلام، ص88.

5 مُحَمَّد فريد الصحن، الاعلان، ط1،الدار الجامعية، مصر، 1988،ص64.

6 قندوزي خديجة حماية المستهلك من الاشهارات التجارية (على ضوء مشروع قانون الاشهار 1999)،رسالة ماجستير، قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، سنة 2000-2001، ص16.

7 المرسوم رقم 63-301 المؤخر في 23 ربيع الاول 1387،الموافق ل 14 اوت 1963،المنظم للاشهار التجاري، جريدة رسمية عدد 9 المؤرخة في 23 اوت 1963،ص3.

8 الامر رقم 28 -279 المؤرخ في 19 رمصان 1378 الموافق ل 20 سبنمبر1967 المتصمن احداث شركة وطنية تسمى الوكالة الوطنية للنشر و الاشهار، ج،ر عدد 49 لسنة 1986.

9 مُحَمَّد شيحات، العلاقة بين التمويل الاشهاري و الاداء الصحفي في الصحف اليومية الوطنية –الخبر والشروق **elwatan**.، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية و الاعلام، قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، السنة الجامعية، 2010،2011،ص92.

10 المرسوم التنفيذي رقم 90-93المؤرخ في 3 رجب 1410،الموافق ل 30يناير 1990،المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج،ر عدد،لسنة 1990،ص6.

11 مُحَمَّد بودالي، حماية المستهلك من القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)،دار الكتب الحديثة ط2، 2006،ص112.

12 القاضي أنطوان، الاعلانات و العلاقات التجارية بين القانون و الاجتهاد،(دراسة تحليلية شاملة)،منشورات الحلبي، بيروت، 2004،ص46 .

13 القانون رقم 04-02،المؤرخ في 5جمادى الاولى، 1425 هـ الموافق ل 23 يونيو 2004، المتعلق بالممارسات التجارية، ج،ر عدد 41.

14 القانون رقم 08-13 يعدل ويتمم القانون 85-05المتعلق بحماية الصحة و ترقيتها المؤرخ 17 رجب 1429 الموافق ل 20يوليو 2008،المتعلق بالاعلام الطبي و العلمي، ج،ر،عدد3 سنة 2008.

15 القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر 1430 الموافق ل 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15،سنة 2009.

16 بوراس مُحَمَّد،النظام القانوني للاشهار عن المنتوجات و الخدمات، (دراسة تاصلية عن الاشهار التجاري)،دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2014،ص25.

17 القانون العضوي رقم 12-05،المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق ل 12 يناير 2012، المتعلق بلاعلام، جريدة رسمية رقم 2،لسنة 2012، ص5.

18 المرسوم التنفيذي رقم 91-101 المؤرخ في 5شوال 1411،الموافق ل 20 افريل سنة 1991، المتضمن منح امتياز الاملاك الوطنية و الصلاحيات و الاعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتليفزيون، ج،ر رقم 19 سنة 1991.

19 المرسوم التنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 3 شوال 1411،الموافق ل20افريل 1991، يتضمن منح امتيازات الاملاك الوطنية و الصلاحيات و الاعمال المرتبطة بالبث الاذاعي و السمعي الى مؤسسة عنوهية للاذاعات المسموعة، جريدة رسمية عدد1 سنة 1991.