جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال

رقم التسلسلي: ...../ 2026

رقم التسجيل ط1: 08083060158

# الإطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر

## - دراسة لرؤية عينة من الاساتذة المتخصصين في التشريعات الإعلامية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطلبة:

- زيغم هجيرة

إشراف الأستاذ:

أ.د/ علاوة فوزي

| | | |
|---|---|---|
| صاولي عبد المالك | أستاذ التعليم العالي | رئيسا |
| علاوة فوزي | أستاذ التعليم العالي | مشرفا |
| يوسفي عبد العالي | أستاذ التعليم العالي | مناقشا |

دورة جوان 2026


بسم الله الرحمن الرحيم

# شـكر وعرفـان

الحمد لله الذي انار لي درب العلم وأعانني على اكمال العمل أتوجه بجزيل الشكر للأستاذ الفاضل علاوة فوزي على كل مجهوداته وتوجيهاته التي ساهمت إتمام البحث وعلى حسن إشرافه وتأطيره لي، دون ان أنسى شكر كل من ساعد على إنجاح هذا العمل وابدا بشكر الأساتذة الافاضل الذين شاركوا معي في المقابلة ولم يبخلوا بمشاركتي خبرتهم الاكاديمية التي اثرت كل الثراء دراستي ميدانيا، واخص بالذكر الأستاذ طيبي رابح، كما لا أنسى شكر كل من دعمني بالتشجيع والكلمة الطيبة.

# إهداء

ان عملي العلمي هذا يستحق ان يعتد به كمرجع علمي ثري وصادق النية لذا ارجو من الله ان ينال رضى كل من يطلع عليه واهديه أولا لنفسي الطموحة التي افتخر بها، ان تحلت بالصبر والمثابرة رغم كل الصعوبات التي واجهت البحث ثم اهديه لوالدي الذي شجعني على العودة الى مقاعد الجامعة بعد غياب سنين وكان نعم السند.

**ملخص:**

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات القانونية الاعلامية، وتتناول إشكالية التأطير القانوني لنشاط المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر، وتحاول الدراسة توضيح المنطلقات المفاهيمية والتشريعية للمؤثر، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، كما تناولت آراء الخبراء والمختصين حول مدى كفاية الإطار القانوني المعمول به حاليا في بلادنا.

وقد كشف الإطار المفاهيمي أن المؤثر هو شخص ينشط على مواقع التواصل الاجتماعي يملك قاعدة جماهيرية يعتبرون متابعين جذبهم المحتوى لتوافقه مع اهتماماتهم الشخصية، وتربطهم به علاقة اتصالية وتفاعل مستمر ومتبادل الشيء الذي يسمح له بالتأثير على سلوكهم سوآءا فكريا، او استهلاكيا، او اجتماعيا، وبهذا فهو من الناحية القانونية لا صحفي خاضع لأخلاقيات المهنة الإعلامية، ولا هو معلِن تقليدي تحكمه قواعد التجارة، بل يقع في منطقة وسطى لم يُحددها المشرع الجزائري.

كما يتبين من خلال ما سنتناوله في دراستنا أن الجزائر تمتلك قوانين عامة متعددة تصلح ان تكون أرضية، منها قانون الإعلام العضوي 12-05 وقانون التجارة الإلكترونية 18-05 وقانون حماية المستهلك وقانون حماية المعطيات الشخصية 18-07 وقانون الجرائم الإلكترونية 09-04، غير أن هذه النصوص تبقى قاصرة، لأنها لم تراعِ خصوصية هذا الفاعل الرقمي المستحدث، وتفتقر الى التأطير المهني المتخصص فضلاً عن ضعف آليات التطبيق والرقابة ، كذلك يتضح جليا غياب تعريف قانوني دقيق للمؤثر وللإشهار المقنّع، وهو ما يفسح المجال لكثير من الانتهاكات والممارسات الاحتيالية ، كما أشار المبحوثين إلى معضلة المحتوى العابر للحدود التي تُضعف سيادة التشريع الوطني أمام ضغوط الفضاء الرقمي العالمي، وإلى ضرورة تنسيق مؤسسي أوسع بين القضاء والجهات التنظيمية.

**الكلمات المفتاحية:** *مؤثرين رقميين – وسائل تواصل اجتماعي – إطار قانوني– إعلام رقمي، تسويق عبر المؤثرين.*

**Abstract**

This study falls within the scope of legal media studies, addressing the issue of the legal framework governing influencers' activities on social media platforms in Algeria. Utilizing a descriptive-analytical approach, the study attempts to clarify the conceptual and legislative baselines of the "influencer," while examining the perspectives of experts and specialists regarding the adequacy of the legal framework currently in force in our country.

The conceptual framework reveals that an influencer is an individual active on social media platforms who commands a fan base of followers drawn to content that aligns with their personal interests. They share a communicative relationship and continuous, mutual interaction, which allows the influencer to impact their behavioral, intellectual, consumerist, or social choices. From a legal standpoint, an influencer is neither a journalist subject to media ethics nor a traditional advertiser governed by trade regulations; rather, they operate in a gray zone that remains undefined by the Algerian legislator.

Furthermore, our study demonstrates that although Algeria possesses a variety of general laws that could serve as a foundational baseline—such as Organic Law No. 12-05 on Information, Law No. 18-05 on Electronic Commerce, the Consumer Protection Law, Law No. 18-07 on the Protection of Personal Data, and Law No. 09-04 on Cybercrime—these texts remain inadequate. They were drafted in legal contexts predating the emergence of the influencer, failing to account for the unique nature of this newly introduced digital actor, and they lack specialized professional regulation as well as robust enforcement and oversight mechanisms. There is a clear absence of a precise legal definition for both the "influencer" and "surreptitious advertising," which creates loopholes for numerous violations and fraudulent practices. Finally, interviewees highlighted the dilemma of cross-border content, which weakens the sovereignty of national legislation against the pressures of the global digital space, and emphasized the urgent need for broader institutional coordination between the judiciary and regulatory bodies.

**Keywords:** *Digital Influencers, Social Media, Legal Framework, Digital Media, Influencer Marketing.*

## فهرس المحتويات


| الموضوع | الصفحة |
|---|---|
| شكر وعرفان | – |
| إهداء | – |
| ملخص الدراسة (عربي / إنجليزي) | – |
| فهرس المحتويات | – |
| فهرس الجداول | – |
| مقدمة | ي– ل |
| الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة | 03 |
| 1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها | 04 |
| 2. أهمية الدراسة | 05 |
| 3. أهداف الدراسة | 06 |
| 4. أسباب اختيار الموضوع | 07 |
| 5. المدخل النظري للدراسة: نظرية حارس البوابة | 08 |
| 6. مفاهيم الدراسة | 09 |
| 7. منهج الدراسة | 15 |
| 8. أدوات جمع البيانات | 08 |
| 9. حدود الدراسة المكانية والزمانية | 18 |
| 10. التعريف بمجتمع البحث | 19 |
| 11. عينة الدراسة | 20 |
| 12. الدراسات السابقة | 21 |
| الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة | 25 |
| المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي | 28 |
| المطلب الأول: تعريف المؤثر الرقمي وتطور مفهومه | 28 |
| المطلب الثاني: تمييز المؤثر عن المفاهيم المجاورة | 31 |
| المطلب الثالث: تصنيف المؤثرين الرقميين | 32 |
| المطلب الرابع: علاقة المؤثر بمتابعيه ودوره في الفضاء الرقمي | 34 |
| المطلب الخامس: التسويق عبر المؤثرين والبعد الاقتصادي لنشاطهم | 36 |

| | |
|---|---|
| المبحث الثاني: التشريع الجزائري ونشاط المؤثرين الرقميين | 37 |
| المطلب الأول: قانون التجارة الإلكترونية رقم 05-18 ومحاولات الإدماج | 37 |
| المطلب الثاني: قانون الإعلام العضوي رقم 05-12 ونشاط الإعلام عبر الإنترنت | 39 |
| المطلب الثالث: المبادرات التشريعية الراهنة وقضايا النصب والاحتيال | 42 |
| المطلب الرابع: حماية الطفل في الفضاء الرقمي وموقف المشرع الجزائري | 43 |
| المطلب الخامس: مقترحات الإصلاح في الفقه القانوني | 44 |
| المبحث الثالث: تحديات التنظيم القانوني لنشاط المؤثرين في الجزائر | 46 |
| المطلب الأول: غياب التعريف القانوني الصريح وآثاره | 47 |
| المطلب الثاني: ضعف الرقابة على المحتوى العابر للحدود | 48 |
| المطلب الثالث: ضعف الوعي القانوني لدى الفاعلين | 46 |
| المطلب الرابع: التزامات المؤثرين وفق التجربة الفرنسية المقارنة | 49 |
| المطلب الخامس: المسؤولية القانونية للمؤثرين في التشريع المقارن | 51 |
| الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة | 55 |
| الدراسة التحليلية | 56 |
| المحور الأول: البيانات الشخصية | 56 |
| المحور الثاني: مدى وضوح وكفاية النصوص التشريعية الحالية | 58 |
| المحور الثالث: مدى حماية الثقافة الوطنية للمجتمع الجزائري في المحتوى الرقمي للمؤثرين | 73 |
| المحور الرابع: التدابير القانونية المتخذة | 89 |
| المحور الخامس: تحديات نشاط المؤثرين | 118 |
| النتائج العامة | 130 |
| الخاتمة | 134 |
| قائمة المصادر والمراجع | 136 |
| الملاحق | 142 |

| رقم الجدول | عنوان الجدول | الصفحة |
|---|---|---|
| 01 | يوضح عدد المبحوثين حسب متغير الجنس (ذكر / أنثى) | 59 |
| 02 | يوضح عدد المبحوثين الذين ينتمون لتخصص الإعلام والاتصال وتخصص الحقوق | 60 |
| 03 | يوضح عدد المبحوثين حسب الرتبة العلمية الوظيفية | 60 |
| 04 | يوضح نسبة المبحوثين حسب سنوات الخبرة في التدريس | 61 |
| 05 | يمثل نسبة العينة المبحوثة حسب نسب متابعتهم لنشاط المؤثرين عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي | 61 |

# مقدمة

**مقدمة:**

أفرزت الثورة الرقمية تحولات عميقة في أنماط التواصل، فلم تعد المعلومة حكرا على المؤسسات الإعلامية التي تملك سلطة القبول والرفض والتعديل، اين كان المحررون والناشرون و أصحاب المؤسسات يتحكمون في ما يصل إلى المتلقي؛ بل ان منصات التواصل الاجتماعي التي أنتجتها هذه الثورة الرقمية جاءت لتُعيد رسم هذه المعادلة من جذورها، فانتقل مركز الثقل لأطراف أخرى جديدة ؛ الا وهم المؤثرون حيث أتاحت لهم هذه المنصات الرقمية حرية في التواصل ومكنتهم من نشر كل شيء في أي وقت ومن أي مكان، دون أي استجابة لمعيار مهني او حتى أخلاقي لذلك تمكنوا من استقطاب جمهور واسع، والمؤثرين الرقميين اليوم تحوّلوا بفضل المنصات الرقمية من متلقّين سلبيين إلى منتجين لمحتوى ينشرونه عبر حساباتهم وحتى انهم يُساهمون في تشكل الرأي العام، ويؤثرون على القرارات الاستهلاكية لملايين المتابعين، الأمر الذي جعل اغلب الدول تهتم بتنظيم نشاط هذه الفئة الفاعلة في البيئة الرقمية، وذلك بإصدار قوانين تراقبهم وتأطرهم على غرار ما قامت به الدول الشقيقة تونس والمغرب إضافة لفرنسا اين تمكنت من اصدار قانون سنة 2023 يعتبر الأول عالميا في تنظيم هذه الفئة .

وفي الجزائر تحديدا و بغياب إطار قانوني مُنظِّم لهذه الفئة من الفاعلين يزداد خطر هذه الحرية التي منحها العالم الافتراضي للمؤثرين، فلا بطاقة صحفية تُلزمهم بمبادئ الصدق والموضوعية، كما أن اغلبهم لا يتمتع بروح المسؤولية الاجتماعية اتجاه الجمهور؛ وخير دليل على هذا وقوع عدة انتهاكات من تضليل للمستهلكين واحتيال، كما وقع مع الطلبة الجزائريين الذين راحوا ضحية لأطراف تروج لشركات أو تلك الفيديوهات التي أشعلت نقاشات مجتمعية حادة حين تجرّأ بعض المؤثرين على المساس بثوابت دينية أو قيم وطنية تحت غطاء حرية التعبير.

وهنا تأتي دراستنا لتعالج إشكالية حقيقية، ففي هذا الفضاء المفتوح الذي يغيب عنه تحكم قانون صارم منظم للمؤثرين تجد الجزائر نفسها أمام منعرج خطير، ففي الوقت الذي يمتد فيه نشاط المؤثرين الرقميين ليطال كل جانب من جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، يغيب عن المنظومة التشريعية أي تعريف قانوني للمؤثر الرقمي، أو تحديد لطبيعة نشاطه، أو تأطير لمسؤوليته .

ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا لتبحث في رؤية الأساتذة المتخصصين في القانون وعلوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة للإطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وتكتسي الدراسة أهميتها من جدة الموضوع بحد ذاته، إذ يتناول ظاهرة مستحدثة لم تنل حظها الكافي من الدراسة في السياق الجزائري، لا سيما من زاوية استطلاع رأي النخبة الأكاديمية في تخصص القانون والإعلام وثانيا بسبب الأثر التطبيقي للدراسة، إذ لا تقتصر الدراسة على سرد النصوص القانونية الجامدة، بل تتجاوز ذلك إلى التساؤل عن مدى فاعليتها على ارض الواقع، مُقدِّمةً خلاصات قابلة للتوظيف في مرحلة الإصلاح التشريعي المرتقب لاحقا. وأيضا لا ينبغي انكار دور المؤثرين في المجتمع، إذ يُمثّل غياب الرقابة القانونية على نشاطهم خطراً حقيقياً على المستهلك الرقمي، وتهديداً للقيم الثقافية والأخلاقية للمجتمع.

وتهدف دراستنا الى التعرف على النصوص التشريعية الجزائرية المتاحة لتنظيم نشاط المؤثرين ورصد مواطن قوتها وقصورها من خلال رؤية الأساتذة المتخصصين، وإبراز التحديات التي تعترض التنظيم، وتقديم رؤية إصلاحية أكاديمية بناءة قوامها الخبرة الميدانية للنخبة الجامعية المبحوثة.

ويمكن القول ان دراستنا قدمت بطرحها لموضوع غياب الإطار القانوني الخاص بالمؤثر في الجزائر رؤية علمية حكيمة حول خطورة الفراغ القانوني، حيث لا يمسّ النظام القانوني وحده، بل يُهدد توازن المنظومة الاتصالية برمتها ولهذا تبرز أهمية استطلاع رأي النخبة الأكاديمية المتخصصة لتشخيص هذا الواقع وتقييمه علمياً واقتراح حلول لمعالجته .

تمت دراستنا من خلال تقسيمها الى ثلاث فصول رئيسية تتدرج تحتها فصول إضافة الى المقدمة والخاتمة وفي المقدمة عرضنا الاطار العام للدراسة اما الفصل الأول فكان الجانب المنهجي للدراسة، حيث خصص لعرض البناء الفكري وتضمن تقديما للإشكالية والمعالجة المنهجية لهذه الإشكالية (أسباب اختيار الموضوع والاهمية والاهداف وتحديد المفاهيم الأساسية ونوع المنهج المستخدم " الوصفي التحليلي" ومجتمع وعينة الدراسة واداة الدراسة "المقابلة "والمقاربة النظرية للدراسة والدراسات السابقة )، اما الفصل الثاني فهو الاطار النظري للدراسة والذي ناقش متغيرات دراستنا من الناحية النظرية كالتطرق لمفهوم المؤثرين وتمييزه عن المفاهيم المتشابهة التشريع الجزائري الحالي المنظم لنشاطهم وتحديات المشرع، اما الفصل الثالث فتضمن الدراسة التطبيقية التي تضمنت أربع محاور تغطي المحاور التالية وتغطي محاور الدراسة الميدانية: مدى كفاية الإطار القانوني، حماية القيم الثقافية والأخلاقية، التدابير المتخذة تجاه المخالفات، والتحديات التشريعية والتنظيمية.

وتم عرض إجابات المبحوثين وتحليلها في كل محور ثم نتائج الدراسة ومقترحاتها والخاتمة لتأتي قائمة المراجع في النهاية.

# الفصل الأول:

# الإطار المنهجي

## 1- الإشكالية:

فرضت التكنولوجيات الحديثة تطورات سريعة في شتى أنماط الحياة، ومع انتشار الوسائط الرقمية ظهر نشاط جديد يهتم بصناعة المحتوى الرقمي الذي تمارسه فئة من الفاعلين الجدد، تسمى المؤثرون او صناع المحتوى، الذين وجدوا في هذه المنصات الحديثة سواء تيك توك او انستغرام او فيسبوك وغيرها، فضاءا خصبا للظهور والشهرة وكسب المال والتعبير عن اراءهم وافكارهم بحرية متجاوزين كل القيود التي تفرضها وسائل الاعلام التقليدية وكذلك حدود الزمان والمكان.

حتى وصل نشاطهم لمستوى لم يعد يهم فيه نوع المحتوى المقدم للجمهور المتابع، فكل شيء أصبح يسوق ويبث عبر هذه المنصات؛ حتى لو كان مخالفا للقيم الأخلاقية والثقافية للمجتمع، فالكثير من الدول على غرار الجزائر سجلت العديد من التجاوزات والمخالفات التي قام بها بعض المؤثرين وصناع المحتوى، الامر الذي بات يستدعي وجود إطار قانوني ينظم نشاط هؤلاء عبر منصات التواصل الاجتماعي خاصة مع ازدياد التأثير الكبير لهم في حياة كل فرد فينا.

وفي بلادنا تحديدا يواجه المشرع الجزائري تحديا كبير يبدأ من غياب تحديد مفهوم قانوني واضح للمؤثرين الرقمين وتحديد طبيعة نشاطهم ومدى خضوعهم للتشريعات المرتبطة بالإعلانات التجارية والمسؤولية القانونية المترتبة على محتواهم وأمام هذا الفراغ التشريعي والتساؤلات التي يُثيرها، تبرز أهمية استطلاع رأي المتخصصين الأكاديميين الذين يجمعون بين الخلفية القانونية والمعرفة بمنظومة الإعلام والاتصال، باعتبارهم يملكون القدرة على تشخيص هذا الواقع وتقييمه علمياً. ومن هذا المنطلق تتحدد إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي الآتي.

**ماهي رؤية الأساتذة المتخصصين في القانون وعلوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف للإطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟**

**وتطرح دراستنا التساؤلات الفرعية الاتية.**

- ما مدى كفاية ووضوح الاطار القانوني الحالي في تأطير نشاط المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الأساتذة ؟

- هل توفر النصوص التشريعية الحالية الحماية القانونية للقيم الثقافية والأخلاقية للمجتمع الجزائري من انتهاكات المؤثرين عبر المحتوى الرقمي الذي ينشرونه ؟

- ماهي التدابير القانونية التي اتخذها المشرع الجزائري في حق المؤثرين الذين وقعو في تجاوزات تخالف القانون ؟

- ماهي اهم التحديات التي تواجه تنظيم نشاط المؤثرين على المستوى القانوني ؟

## 2- أهمية الدراسة:

تنبع أهمية بحثنا من جدته، فهو موضوع مستجد جاء كنتيجة للتحول التكنولوجي المتسارع الذي يسبق التشريع بخطوات تجعل الفجوة بينهما كبيرة خاصة في الجزائر.

وتبرز أهمية دراستنا في استطلاع راي النخبة الاكاديمية الجزائرية بقسم علوم الاعلام والاتصال وقسم الحقوق لتقييم التدابير والاليات التي تعامل بها المشرع مع المخالفات التي يقع فيها بعض المؤثرين؛ مثل خطاب الكراهية وتهديد قيم المجتمع بنشر الظواهر الأخلاقية الفاسدة بحجة حرية التعبير، فإشراك الأساتذة الجامعين في اقتراح حلول قانونية امر في غاية الأهمية، لأنهم يملكون خبرة بالواقع وليسوا مجرد متعاملين مع النصوص القانونية الجامدة. ومعالجة قصور غياب التحديد الدقيق للمفاهيم المرتبطة بالموضوع مثل من هو المؤثر الرقمي وتعريف حرية التعبير ضمن البيئة الافتراضية الرقمية ولان تحديد المفاهيم بدقة هوما يبني تشريعات قوية وواضحة.

ان بحثنا لا يكتفي بسرد النصوص القانونية الحالية، بل يتعدى للتساؤل عن مدى فعاليتها في تنظيمها نشاط المؤثرين الذين وبفضل ما اتحاته لهم البيئة الرقمية الجديدة من

حرية غير محدودة أصبحوا قادرين على إعادة تشكيل القيم الاجتماعية والسلوكية، ويمتلكون تأثيرا كبيرا على متابعيهم، لذلك وجب إيجاد قوانين قادرة فعليا على حماية الجمهور المتابع وحماية المؤثر من الوقوع فيما يخالف القانون من تضليل بنشر الاخبار الكاذبة، واشهار مضلل ونشر القيم السلبية، والتلاعب بالراي العام واستغلال المتابعين ماديا.

**3- أهداف الدراسة:**

من المعلوم ان أهمية أي بحث علمي تتوقف على قيمة ووضوح الأهداف التي يسعى الباحث لإثباتها كحقائق علمية وتسعى دراستنا للوصول الى الأهداف التالية:

- التعرف على النصوص التشريعية الجزائرية المعمول بها لتنظيم نشاط المؤثرين في الجزائر.
- الاطلاع على واقع التنظيم القانوني لنشاط المؤثرين من خلال اكتشاف مدى معرفتهم والتزامهم بالقوانين، الامر الذي يعكس وضوحها لهم وكفايتها في تأطيرهم.
- ابراز مواطن الحماية القانونية لقيم المجتمع الثقافية والأخلاقية؛ وإبراز جوانب القصور.
- اكتشاف التحديات التي تواجه المشرع في تنظيم هذه الفئة.

## 4- أسباب اختيار الموضوع:

### أ- أسباب ذاتية:

- الميول الشخصي للموضوع المبحوث والفضول لمعرفة خبايا ظاهرة المؤثرين الرقمين.
- الإيمان الشخصي بضرورة وأهمية تقنين نشاط المؤثرين.

**ب- أسباب موضوعية:**

- موضوع دراستنا حديث ومرتبط بتخصص علوم الاعلام والاتصال.
- انتشار ظاهرة المؤثرين وصناع المحتوى بشكل رهيب، وتزايد تأثيرهم علينا كجمهور متابع ومستهلك لمحتوياتهم.
- وقوع حالات خطيرة من التجاوزات القانونية من طرف المؤثرين في الجزائر، الأمر الذي يؤكد ان موضوع دراستنا يعاني فعليا من فراغ قانوني في التشريع وفي التطبيق، بينما يجعل الفجوة العلمية التي نحاول البحث فيها ذات قيمة عالية.

## 5- المدخل النظري:

أو كما يسميه الدكتور فضيل دليو النظرية الموجهة للبحث وهي خطوة منهجية يمر بها أي باحث يقوم بإعداد رسالته الجامعية حيث تمكنه من تحديد المفاهيم الأساسية والفرضيات او التساؤلات والمتغيرات، كما ان اعتماد المدخل النظري يوضح موقع دراستنا بين مجموع المعارف النظرية المتخصصة.[1]

ونظرا لأهمية اعتماد أي دراسة على الخلفية النظرية فان انسب النظريات لمعالجة موضوع الإطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين في الجزائر هي نظرية حارس البوابة.

### أولا- فحوى النظرية:

تُعدّ نظرية حارس البوابة (Gatekeeper Theory) من أعرق النظريات في حقل الاتصال والإعلام، وتعود نشأتها إلى عالم النفس الاجتماعي الأمريكي كيرت ليوين (Kurt Lewin)الذي وضع أُسسها عام 1947 في سياق دراسته لأنماط اتخاذ القرار داخل الجماعات الاجتماعية، ثم طوّرها ديفيد ماننج وايت (David Manning White) حين طبّقها على العمل الصحفي، إذ رصد كيف يُمارس المحرر او القائم بالاتصال داخل المؤسسة الإعلامية صلاحية انتقاء الأخبار وتصفيتها قبل وصولها إلى الجمهور، فالرسالة الإعلامية حسب الباحثين حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد تمر بعدة مراحل اثناء تنقلها من المصدر الى المتلقي وقد شبه الكاتبان هذه المراحل بالسلسلة المكونة من عدة حلقات، فالحدث الذي يقع في الهند مثلا يمر بمراحل قبل ان يصل الى القارئ، او المستمع، او المشاهد في بلد اخر ؛ومن الحقائق التي أشار اليها كيرت لوين انه في كل سلسلة هناك فرد يتمتع بحق التعديل على الرسالة وغربلتها وحتى حذف جزء منها او الغاءها أي انه

[1] فضيل دليو، مدخل الى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي، بن عكنون، الجزائر، نسخة الكترونية مجانية ،2024، ص99

يتمتع بسلطة تجعل منه حارس البوابة ، وقد أشار كيرت لوين حسب ماتناوله الدكتور حسن عماد مكاوي الى ان هناك عوامل تؤثر على عمل هذا الحارس وهي كالاتي معايير المجتمع وقيمه وتقاليده ؛ فعلى القائم بالاتصال في أي مؤسسة إعلامية الذي يلعب دور حارس البوابة ان يتحلى اثناء تمريره للرسالة بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه المواطنين؛ فحتى تلقى رسالته قبولا يجب ان تتلاءم مع قيم المجتمع وتقاليده، كما تعمل وسائل الاعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع ؛ مثل الراس مالية والولاء للوطن واحترام رجال الدين والقضاة ،وتوقير كبار السن ورجال القوات المسلحة ، وغالبا تتجنب وسائل الاعلام انتقاد هؤلاء.[1]

ومن العوامل التي تؤثر على حارس البوابة الإعلامية حسب الباحثة خيرة مكرتار في مقالها الذي يتحدث عن دور حارس البوابة في الاعلام الجديد العوامل الذاتية وتتمثل في المصداقية أي مصداقية حارس البوابة مع نفسه ،ومع موضوع الرسالة ومع الجمهور فقدرته على التعامل مع المعلومات والأشخاص والمواقف الاتصالية بتجرد وموضوعية دون ما تحيز والتدقيق والتحكم في ردود الأفعال، إضافة الى كل هذه العوامل الذاتية نجد ان هناك معايير مهنية تؤثر في عمل القائم بالاتصال فحسب الدكتورة مكرتار انه يتوجب على القائم بالاتصال مراعاة سياسة المؤسسة الإعلامية التابع لها، والا فانه قد يتعرض لعقاب مالك المؤسسة خاصة اذا تسبب في خفض أرباح المؤسسة المالية ،كما نجد ان معايير الجمهور تؤثر بصورة مباشرة على القائم بالاتصال، وذلك بتقبله للخبر او رفضه.[2]

تركز نظرية حارس البوابة على جملة من الافتراضات المنهجية:

[1] حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، ص ب 2022، ص 177-178 .

[2] خيرة مكرتار، دور حارس البوابة في ظل الاعلام الجديد، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد الخامس، الجزائر، جوان 2017، ص 314

-**افتراض التحكم في تدفق المعلومات** : تفترض النظرية أن تدفق الرسائل الإعلامية خاضع لعملية انتقاء ممنهجة، لا يصل إلى الجمهور من المعلومات المتاحة سوى جزء محدود تُعيّنه معايير الحارس.

-**افتراض التأثير المزدوج** : يتأثر حارس البوابة بعوامل ذاتية (قيمه الشخصية ومواقفه وخلفيته الثقافية) وبعوامل مؤسسية (السياسة التحريرية، الضغوط التجارية، علاقات القوة داخل المؤسسة الإعلامية).

-**افتراض تعدد البوابات** : البوابة ليست نقطة واحدة، بل هي سلسلة متكاملة تبدأ من مرحلة جمع الأخبار وتنتهي عند إخراجها الأخير، وكل مرحلة تنطوي على "حراسة" لها معاييرها الخاصة.

-**افتراض علاقة القوة** : يتضمن مفهوم الحراسة علاقة غير متكافئة بين من يملك قرار الإذاعة ومن يُنتج المعلومة في الأصل، إذ تبقى السلطة الفعلية في يد الحارس لا المصدر.

**ثانيا- ارتباط النظرية بموضوع الدراسة:**

تقوم النظرية على تصوّر أن تدفق المعلومات من مصادرها الأولية إلى الجمهور النهائي لا يسير في خط مستقيم، بل يمرّ عبر "بوابات" متعددة يقف على كل منها حارس يملك سلطة القبول أو الرفض أو التعديل ؛ وقد تنوّعت هذه البوابات تاريخياً لتشمل المحرر والناشر ورئيس التحرير ومالك المؤسسة الإعلامية، وكلّهم يُمارسون تأثيراً مغربلا على المضمون الإعلامي قبل أن يبلغ المتلقّي ولكن مع تطور اشكال الممارسة الإعلامية الذي نتج عن انتشار الانترنت ظهرت ممارسة جديدة تعرف بالإعلام الشبكي او الميديا الجديدة التي لا تقتصر على التكنولوجيات الحديثة فقط بل تشمل الأنظمة التقنية والممارسات والترتيبات الاجتماعية، الامر الذي أتاح لأشخاص لا يحملون هوية الصحفي فرصة لممارسة نقل المعلومات والاخبار والتعبير عن الآراء والأفكار بدون أي قيود تحكمهم كما

كان الحال في الاعلام التقليدي هؤلاء الفاعلون الجدد في البيئة الرقمية الافتراضية او ما يسمى بالمؤثرين الرقمين او المدونين سابقا قد تحولوا بفعل المنصات الرقمية من متلقٍّ سلبي إلى حراس بوابة جدد، يُنتجون المحتوى وينشره ويُصفونه دون أن يخضعوا لأيّ من الضوابط والاشتراطات التي كانت مفروضة تاريخياً على الحرّاس التقليديين، كالصحفيين ورؤساء التحرير ؛ والمعضلة الكبرى حين تبين في السنوات الأخيرة انهم وصلوا لمرحلة لم يعد يهمهم احترام قيم وعادات المجتمع واغلبهم لا يملك خبرة مهنية تمكنه من التأكد من مصداقية المعلومات التي يمررونها بل ويتسابقون لحصد سبق في نشر أي معلومات، كما ان اغلبهم لا يتحلى بروح المسؤولية الاجتماعية، الامر الذي يجعلنا نفترض ان غياب إطار قانوني خاص بتنظيم نشاط المؤثرين في الجزائر يعني أن "حارس البوابة الرقمية الجديد " يمارس دوره في منطقة عمياء قانونياً، بلا معايير تحريرية ملزمة، ولا مسؤولية قانونية واضحة، ولا رقابة مؤسسية فعّالة ومتخصصة. ومن ثمّ تأتي دراستنا لتعالج إشكالية حقيقية تتمثل في التساؤل المطروح انفا.

**ثالثا- النقد الموجه للنظرية:**

رغم الحضور الراسخ لنظرية حارس البوابة في الحقل الإعلامي، فإنها لم تسلم من جملة من الانتقادات الجوهرية، يمكن إجمالها فيما يلي:

التشكيك في صلاحيتها في عصر الإعلام الجديد اذ يرى كثير من الباحثين أن الانتشار الهائل للإنترنت، ومنصات التواصل الاجتماعي قد أسقط مشروعية تطبيق النظرية بصورتها الكلاسيكية، إذ بات كل فرد قادراً على إنتاج المحتوى ونشره دون المرور ببوابة حراسة، وهو ما يعني من وجهة نظر بعض الباحثين تفتيت الحراسة وتوزيعها على ملايين الحرّاس الافتراضيين.

-النقد المتعلق بالفاعلية الجماهيرية : أغفلت النظرية في طورها الكلاسيكي دور الجمهور كفاعل نشيط لا متلقٍ سلبياً، وأثبتت الدراسات اللاحقة أن الجمهور يُمارس بدوره نوعاً من الحراسة عبر آليات الانتقاء والمشاركة وإعادة النشر.

-**النقد المتعلق بالفاعلين الجدد** : تبقى النظرية في حاجة إلى مراجعة جذرية لاستيعاب الفاعلين الرقميين الجدد كالمؤثرين، إذ لا تنطبق عليهم المعايير الكلاسيكية للحارس (التدريب المهني، الانتماء المؤسسي، الخضوع للسلطة التحريرية) ، غير أن تأثيرهم في صناعة الرأي العام يفوق في بعض الأحيان تأثير الحارس التقليدي.

## 6- المصطلحات والمفاهيم الأساسية.

**المؤثرون (Influencers)**: هم صغار المشاهير الذين أضحى وجودهم مواكبًا للحياة الحديثة، يقدمون آراء تحظى بانتشار واسع على منصات التواصل الاجتماعي ومحتويات تستقطب عددًا كبيرًا من المتابعين في شتى المجالات: الأناقة والموضة (Fashion)، الطبخ، الرياضة، الأسفار، ريادة الأعمال... وحتى السرد الخاص لحياتهم الشخصية اليومية.[1]

وتتفق الباحثة ممو سهام مع التعريف السابق اذ ترى ان المؤثرين هم نجوم مواقع التواصل الاجتماعي قد يكونون يوتيوبر، او مدونون، او ما يسمى Instagrameurs وغالبا ما ينشطون في مجال محدد ؛ مثل مؤثري الألعاب الالكترونية gaming influencers او مؤثرين في مجال الجمال والموضة ومؤثرون في مجال الرياضة او السياحة ؛ وتعتبر الباحثة انهم قادة الراي الجدد على شبكة الانترنت، ما يمنحهم القدرة على

[1] فاطمة صابي التنظيم القانوني لنشاط المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي" قراءة في التشريع الوطني و القانون الفرنسي رقم 2023-451 "، مجلة التشريع القانوني ، المجلد 04،العدد02، 2026

التأثير الكبير على متابعيهم ويجعلهم محط استقطاب العلامات التجارية التي أضحت تعتمد عليهم في استراتيجياتها التسويقية، نظرا لتميز اسلوبهم القريب من الجمهور المتابع لهم.[1]

ويعتبر الباحث عمر بن جداه ان مصطلح المؤثر حديث النشأة وقد ولد من رحم التحولات التكنولوجية والاقتصادية في بيئة الاعلام الرقمي، وانتشر هذا المصطلح في البيئة العربية مع دخول اليوتيوب عام 2011، وبحلول عام 2015 بدأت العلامات التجارية تدرك أهمية المؤثر في انتشار وانجاح الحملات الاعلانية ويضيف عمر بن جداه انه يمكن تعريف المؤثر بانه ذلك الشخص الذي يملك قاعدة جماهيرية يستثمر فيها للتأثير على سلوك الشراء لمتابعيه.[2]

**تعريف المؤثر اجرائيا:** هو شخص ينشط على مواقع التواصل الاجتماعي يملك قاعدة جماهيرية تفوق10000 متابع ؛ يعتبرون متابعين جذبهم المحتوى الذي ينشره هذا المؤثر، والذي غالبا ما يندرج ضمن اهتماماتهم الشخصية وتربطهم به علاقة اتصالية وتفاعل مستمر ومتبادل عبر التعليقات والاعجابات والمشاركات اليومية مع المحتوى المنشور له الشي الذي يسمح له بالتأثير على سلوكهم سوآءا فكريا، او استهلاكيا، او اجتماعيا لكن ما يميزه انه يمارس نشاط مقصود ولكنه ليس موظفا ولا ينتمي الى مؤسسة محددة ولم يتلق تكوين ولا يملك بطاقة محترف انما ينشط ضمن الفضاء الرقمي الواسع .

**تعريف وسائل التواصل الاجتماعي.**

**الموقع:** لغة هو اسم المكان اما التواصل الاجتماعي لغة نعني به مختلف مظاهر التواصل بين البشر بعضهم مع بعض.

---

[1] ممو سهام، صناعة المحتوى في البيئة الرقمية استراتيجيات أدوات وتحديات، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع الجزائر، 2025، ص ص 126 ،127

[2] عمر بن جداه، ظاهرة المؤثرين من هواية الى صناعة، دار رسائل للنشر والتوزيع، الجزائر ،2025، ص 35 ص40 بتصرف

**اصطلاحا:** مواقع التواصل الاجتماعي هي تطبيقات إلكترونية على شبكة الإنترنت تتيح لمستخدميها مشاركة محتوى مقروء أو مرئي أو مسموع ، وإرساله من خلال تلك التطبيقات إلى افراد أو جماعات أخرى والتواصل المستمر معهم، وهي تشمل واتساب تويتر، الفيس بوك، سناب شات، انستغرام، يوتيوب وتتيح هذه المواقع. الفرصة للأفراد للتشارك في الآراء والاهتمامات والتعليقات والأخبار وتكوين صداقات جديدة.[1]

ونتعرف انها عبارة عن مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم ؛يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد.

او هي مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة بين دول العالم المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور.[2]

**موقع فيسبوك:** يعد الأكثر شهرة بين مواقع التواصل الاجتماعي وظهر عام 2003 حين قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفيس بوك عندما كان طالبا في جامعة هارفارد، كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد. ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل طلبة الكليات الاخرى.

**التويتر:** وأخذ تويتر اسمه من مصطلح تويت الذي يعني التغريد، واتخذ من العصفورة رمزاً له وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية وموقع تويتر خاص بالتدوين يسمح لمستخدميه بكتابة تغريدات لا تتعدى 140 حرفا في التغريدة الواحدة.

[1] هبة صبحي جلال إسماعيل، التماسك الاجتماعي الى اين الجانب المظلم لوسائل التواصل الاجتماعي، دار الراوي للنشر، مصر، ط1 ،2021، ص111

[2] وهيبة بشريف وسائط التواصل الاجتماعي كآليات إستراتيجية لتسويق السياحي في الجزائر م المجلد 5، العدد 3،2019، ص14

**اليوتيوب:** تأسس YouTube كموقع مستقل في 41 فبراير من عام 2005، ويعود الفضل لتأسيسه إلى مجموعة من الموظفين. الذين يعملون في شركة payable المتخصصة في التجارة الإلكترونية.[1]

وقد بلغ عدد مستخدمي اليوتيوب في 2026 حوالي 2.7 مليار مستخدم وتنزل المنصة ما يقارب عشرون مليون فيديو يوميا اما عدد مستخدمي فيسبوك فقد بلغ 3 مليار مستخدم وهو نفس الرقم تقريبا الذي سجله انستغرام بحلول عام 2026.[2]

**موقع انستغرام:** يعرف الإنستغرام: بأنه أحد: "منصات التواصل الاجتماعي التي تعني بتحرير ورفع الصور و مقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المستخدم على هذه منصة، كما يسمح الإنستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى (الفايسبوك و توتير) ".[3]

ويعرف أيضا الإنستغرام: هو تطبيق متاح مجانا عبر store App و play Google، تأسس سنة 2010 ويعرف كأشهر تطبيقات مشاركة الصور ليتحول خلال سنوات قليلة إلى منصة تشبيك اتصالية وتسويقية بامتياز.[4]

## 7- منهج الدراسة:

**تعريف المنهج:**" هو الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدد الكشف عن. الحقيقة والبرهنة عليها ". ونظرا لطبيعة دراستنا وأهدافها فأفضل اختيار لمنهج الدراسة هو

---

[1] وهيبة بشريف، مرجع سابق ذكره ،ص 15

[2] موقع صحيفة العين الإخبارية -article/20- billion-videos-uploqded-to-youtube-since/ al-ain.com،launch،

[3] محمد سالم دوبل، كتاب الإنستغرام: دار سعد للنشر، د ط، ،2023ص2.

[4] وداد سميشي، صورة الذات عبر شبكة الإنستغرام منظور تحليلي، مجلة جزائرية للبحوث الإعلام والرأي العام، مجلد 4، العدد2، ص101.

المنهج الوصفي بأسلوب تحليلي حيث يعتبر منهجا بحثيا شائعا يستخدم في العلوم الاجتماعية والإنسانية خاصة في البحوث الكفية.

**تعريف المنهج الوصفي:** تستخدمه العلوم الاجتماعية ويعتمد على الملاحظة بأنواعها بالإضافة الى عمليات التصنيف والاحصاء مع بيان وتفسير تلك البيانات ويعد المنهج الوصفي أكثر المناهج ملائمة للواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره واستخلاص سماته ويأتي على مرحلتين:

مرحلة الاستكشاف والصياغة التي تحتوي بدورها على ثلاث خطوات كالآتي: تلخيص تراث العلوم الاجتماعية فيما يتعلق بموضوع البحث التي تزيد من استبصارنا بالمشكلة وتلقى الضوء عليها.

والمرحلة الثانية هي مرحلة التشخيص والوصف، وذلك بتحليل البيانات التي تم جمعها تحليلا يؤدي الى اكتشاف العلاقة بين المتغيرات وتقديم تفسير ملائم لها.[1]

او يمكن ان نعرفه كما عرفته الدكتورة فطوم بلقبي انه "المنهج الذي يقوم فيه الباحث بالوصف المنظم الدقيق للظاهرات الإعلامية كما هي مستخدما التحليل والمقارنة والتفسير والتقويم من اجل الوصول الى تعميمات يزيد بها الرصيد المعرفي حول الظاهرة موضوع الدراسة بغية التنبؤ والتخطيط للمستقبل".[2]

## 8- ادوات جمع البيانات:

**المقابلة:** هي "المحادثة الجادة الموجهة نحو هدف محدد وهذا الهدف علمي قائم على أسس معرفية مضبوطة للإجابة على بعض التساؤلات البحثية وهي تستخدم للحصول على

[1] العسكري ، عبود عبد الله، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ،ط1 ،دار النمير للنشر ،دمشق ،2002،ج1،ص 06

[2] بلقبي فطوم ، المقاربات الكمية والكيفية ،دار المتنبي للطباعة والنشر ،المسيلة ،الجزائر ،2023،ص144

معلومات واسعة على ظواهر معينة سيما فيما يخص تصرفات الافراد والجماعات اتجاه قضايا معينة في فترات تاريخية مهمة.[1]

والمقابلة من طرق جمع المعلومات التي يقوم الباحث فيها بطرح الأسئلة على المبحوث من خلال حوار لفظي مباشر او غير مباشر عن طريق وسائل الاعلام والاتصال ومن امثلتها المقابلة المنظمة التي يعد فيها الباحث تساؤلاته ويطرحها مسبقا على المبحوث ثم يجيب المبحوث لاحقا بناءا على ما اعده من إجابات مقدما [2] وهذا هو الأسلوب الذي اعتمدنا عليه في دراستنا اذ تم اعداد الأسئلة ثم ارسالها عبر البريد الالكتروني الى المبحوثين وهم اربع أساتذة من قسم علوم الاعلام والاتصال واستاذين بقسم القانون بجامعة محمد بوضياف لنلتقي بهم في مقابلة منظمة تم تقديم الإجابات فيها بالشرح المستفيض بما يراه كل أستاذ مبحوث مناسبا، مما يُتيح للباحث التوغل في تفاصيل الموضوع واستثمار الردود الغنية التي قد تفتح آفاقاً تحليلية غير متوقعة.

وقد صممت استمارة المقابلة التي اعدت في أربع محاور تُغطي مجمل التساؤلات الفرعية للدراسة، مع ترك المجال مفتوحاً للمبحوثين للإسهاب والتوضيح والإضافة، وفق ما تقتضيه خبرتهم الأكاديمية.

اما عن مبررات اختيار أداة المقابلة فان دراسة تسعى إلى استكشاف "رؤية" الأساتذة للإطار القانوني، والرؤية بطبيعتها لا تختزل في إجابات من نوع "نعم" أو "لا" التي قد يجيبنا عنها استبيان عادي، بل ان استخراج اقصى قدر من المعلومات من كل حالة مبحوثة والاستفادة الكاملة من كفاءة المبحوثين تتطلب منا منحهم مجالا مفتوحا للشرح والتأويل وهذا ما تُتيحه المقابلة دون سواها. اجريت المقابلات مع المبحوثين، بعد الحصول على موافقتهم واطلاعهم

[1] عادل جربوعة، فاطمة الزهراء تتيو خطوات البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، مجلة الاعلام والمجتمع، العدد 02، 2017، ص 100

[2] خلف بوبكر، منهجية اعداد البحث العلمي الأكاديمي الناجح، مطبعة منصور، الوادي الجزائر، ص 44

على الغرض العلمي من الدراسة واسئلتها وضمان سرية إجاباتهم، وارسلت لهم استمارة المقابلة عبر البريد الالكتروني للإجابة بالتدقيق والتأمل اللازمين، نظراً للطابع التخصصي للأسئلة القانونية المطروحة، وقد أتاح هذا الأسلوب للمبحوثين حرية التعمق في إجاباتهم والاستناد إلى مراجعهم ومعارفهم التخصصية وهذا التزاما منا بما أشار اليه الباحث البروفيسور فضيل دليو في مقاله عن اخلاقيات البحث العلمي انه ينبغي على الباحث قبل الخوض في المقابلة طلب موافقة المبحوث الطوعية، بعد تلقيه معلومات كافية عن الدراسة وتلخيص اهداف البحث وعدم التضليل واحترام خصوصية وسرية هوية الأشخاص المبحوثين.[1]

## 9- حدود الدراسة:

**المجال المكاني:** وفقا لطبيعة الموضوع المتضمن دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة المتخصصين في القانون وعلوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف حول رؤيتهم لتنظيم نشاط المؤثرين فانه يتضح ان مجال دراستنا هو جامعة محمد بوضياف وبالتحديد قسم علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وقسم القانون بكلية الحقوق والعلوم السياسية.

**المجال الزماني:** للدراسة شمل المجال الزمني لدراستنا الفترة الممتدة من بداية شهر فيفري 2026 الى نهاية شهر ماي 2026.

**المجال البشري:** الأساتذة المتخصصين في التشريعات الإعلامية.

[1] فوضيل دليو، اخلاقيات ومناهج البحوث الكيفية تلازم تفاعلي، مجلة الاتصال والصحافة ،جامعة قسنطينة ،المجلد 07،العدد 01، 2020، ص193

## 10- مجتمع البحث:

ان المقصود بمجتمع البحث حسب ماورد في كتاب مدخل الى منهجية البحث العلمي للباحث الأستاذ الدكتور فوضيل دليو هو جميع الوحدات المستهدفة من البحث مباشرة او من خلال تعميم او توسيع النتائج أي هو كل الوحدات البشرية او غير البشرية الفردية او الجماعية فيمكن ان تكون صحيفة مثلا او وسيلة إعلامية او مجموعة افراد ينتمون لمؤسسة ما ويشتركون في سمة واحدة على الأقل تجعل منهم مستهدفين لاختيارهم في الدراسة محل البحث[1].

نظراً لتوفّر خبرات أكاديمية بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة والتي تجمع بين البعدين القانوني والإعلامي اللذين يُشكّلان المرجعيتين المفاهيميين لهذا البحث فانه يتعين.

ان يكون مجتمع البحث في الدراسة الراهنة من بين الأساتذة المتخصصين في القانون وعلوم الإعلام والاتصال المدرجون تحت كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد بوضياف ، حيث ان قسم علوم الاعلام والاتصال يضم ما يقارب 50 أستاذا غير ان تخصصاتهم تتعدد في مجال التدريس بهذا القسم اما عن المتخصصين في التشريعات الإعلامية فعددهم 4 أساتذة وقع اختيارهم كعينة لإجراء المقابلة لدراستنا اما عن قسم الحقوق والعلوم السياسية الذي يضم ما يقارب 160 أستاذا فقد لجانا في اخيار العينة لأستاذين احدهما تخصص قانون عام والأخر تخصص قانوني جنائي.

## 11- عينة الدراسة:

العينة هي جمع البيانات من جزء معين او نسبة معينة من افراد المجتمع الأصلي ثم تعميم نتائج الدراسة على المجتمع كله.[2]

[1] فضيل دليو، مرجع سبق ذكره ، ،ص 178

[2] بلقبي فطوم: مرجع سبق ذكره، ص68

نظراً لطبيعة الدراسة التي تعتمد على المقابلة بوصفها أداةً كيفية، فقد اعتُمدت في دراستنا هذه العيّنة القصدية (العمدية)، وهي عينة لا مجال فيها للاختيار العشوائي، بل ان الباحث يختار قصدا مجموعة محددة من المفردات دون غيرها لأنها تعطيه بيانات أكثر خاصة من خلال المقابلة.

وتعرف الدكتورة فطوم بلقبي "العينة القصدية انها تعمد الباحث اجراء دراسته على فئة معينة ويكون هذا التعمد لاعتبارات علمية ووجود ادلة تجعل العينة المختارة ممثلة حقيقة لمجتمع البحث الكلي"[1] وهنا ننوه انه وبتركيز شديد انصبّ الاختيار على الأساتذة الجامعيين الذين تتوفر فيهم المعايير الآتية: التخصص في التشريعات الإعلامية، والخبرة الأكاديمية في هذا المجال. ومن بين أهم خصائص العينة المختارة هو الاطلاع على إشكاليات الفضاء الرقمي والتشريعات الجزائرية ذات الصلة.

وقد بلغ عدد المبحوثين في هذه الدراسة 06 أساتذة أربع منهم بقسم علوم الاعلام والاتصال واستاذين بقسم القانون.

وأما عن اختيار تخصصين اثنين، فالأمر تم بغية الحصول والوصول الى رؤيتين مختلفتين لنفس النقاط مما يتيح لنا التحليل بزاويتين مختلفتين لنفس الظاهرة.

## 12- الدراسات السابقة :

من الضروري ان لا تنطلق الدراسات الجديدة من فراغ فهي تنطلق مما توقف عنده الاخرون مع محاولة تقديم رؤية جديدة والدراسات السابقة هي دراسات تناولت نفس الموضوع الذي نبحث فيه بنفس المقاربة والمنهج تقريبا مع اختلاف في المجال الزماني والمكاني للدراسة.[2]

[1] بلقبي فطوم، مرجع سابق.

[2] عادل جربوعة، فاطمة الزهراء تنيو ، مرجع سبق ذكره ،ص 94

تعتبر الادبيات والدراسات السابقة حسب اغلب الباحثين ومنهم الباحث الدكتور لبيد عماد في كتابه منهجية اعداد وتصميم المذكرات والرسائل الجامعية الذي يرى انها عنصر ومرحلة ذات أهمية كبيرة في مسار البحث العلمي، نظرا للأدوار التي تؤديها فهي تمنع التكرار المبدد للوقت والجهد وتدفع فخ وقوع الباحث في السرقة العلمية كما تساعده في ضبط النموذج او المقاربة النظرية التي يبني عليها بحثه، كما ان الاطلاع على أبحاث الاخرين تمنحه فرصة الضبط التام لإطاره المنهجي في دراسته وتجعله اكثر تحكما في المصطلحات والمفاهيم التي سيتعرض لها في دراسته[1] واعتمدت دراستنا على مجموعة من الدراسات نذكرها كالاتي.

**الدراسة الأولى:**

عنوانها" :إشكالية التأطير القانوني لنشاط المؤثرين عبر المنصات الرقمية — دراسة مقارنة بين التشريع الوطني والدولي (فرنسا، مصر، والسعودية أنموذجاً)"

صاحباها :هنية رزيق وسعاد ولد جاب الله، حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 39، العدد 02، 2025.

تناولت هذه الدراسة إشكالية بحثية تدور حول غياب الإطار القانوني الواضح الذي ينظم نشاط المؤثرين على المنصات الرقمية وما يترتب عنه من صعوبة في تحديد مسؤولية هذه الفئة قانونيا عن محتواهم اعتمدت الباحثة على المنهج المقارن بمقارنة التجربة الجزائرية ببعض التجارب العربية كمصر والسعودية إضافة لاختيار التشريع الفرنسي كونه يعتبر نموذجا متقدم في تنظيمه للقطاع كما اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي لبعض المواد التشريعية في بعض مواطن الدراسة.

[1] لبيد عماد، منهجية اعداد وتصميم المذكرات والرسائل الجامعية، دار ايلياء للنشر والتوزيع، الجزائر،2024، ص 53

أهم نتائجها :خلصت الدراسة إلى غياب تعريف قانوني موحّد للمؤثر في التشريع الجزائري، وإلى قصور المنظومة التشريعية القائمة عن استيعاب خصوصيات نشاطه التجاري والإعلامي، مقترِحةً سن قانون خاصّ يُجسّد تعريفاً دقيقاً للمؤثر ويُرسي التزاماته الضريبية والإعلانية.

ومن مواطن قصور هذه الدراسة رغم انها تناولت بإسهاب المقارنة بين التشريعات وما قدمته التشريعات الاخرى لضبط بنشاط المؤثرين لكن لم تبرز الباحثة كيف يمكن للمشرع الجزائري الاستفادة من هذه المقارنة على ارض الواقع.

أوجه الاتفاق والاختلاف مع دراستنا :تلتقي هذه الدراسة مع بحثنا في التساؤل المحوري عن مدى كفاية الإطار القانوني الجزائري، غير أنها اعتمدت المنهج المقارن بين تشريعات عدة دول مع تركيز على التحليل النصي القانوني، في حين تعتمد دراستنا المنهج الوصفي الميداني الكيفي من خلال استطلاع آراء خبراء أكاديميين، مما يجعلها مكمّلة لا مكرِّرة.

**الدراسة الثانية:**

عنوانها" :التأطير القانوني لنشاط التأثير التجاري ومحاربة انحرافات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي — دراسة في ضوء التجربة الفرنسية"

صاحبتها: بوهنوش فتيحة، مجلة الفكر القانوني والسياسي، جامعة البليدة 2، المجلد التاسع، العدد الثاني، 2025.

تناولت هذه الدراسة إشكالية بحثية تدور حول مدى نجاح القانون الفرنسي في تنظيم النشاط التجاري للمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومدى فعاليته في حماية المستهلكين اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي بتحليل بعض النصوص القانونية الفرنسية في هذا المجال.

أهم نتائجها: رصدت الدراسة بنية القانون الفرنسي رقم 2023-451 الخاصّ بالمؤثرين رصداً تحليلياً دقيقاً، وكشفت عن المنظومة المتكاملة للالتزامات والعقوبات التي ارساها، مؤكدةً أن النموذج الفرنسي يُشكّل مرجعاً مقارناً نافعاً للمشرّع الجزائري الذي يعاني من غياب تأطير هذه الفئة، الامر الذي فتح باب التجاوزات الخطيرة في الجزائر مؤكدة على ان التصدي لها لن يتم الا بإيجاد آليات قانونية صارمة.

ورغم ان الباحثة تميزت بشكل لافت في معالجتها لموضوع مستحدث لم يسلط عليه الضوء في الدراسات الأخيرة كثيرا واستنادها للتشريع الفرنسي الذي يعتبر حديثا أيضا الا انها لم تركز على إمكانية تطبيق نتائج دراستها على التشريع الوطني أي انها لم تبرز كيف للمشرع الجزائري ان يستفيد من هذه القوانين الفرنسية على ارض الواقع.

أوجه الاتفاق والاختلاف :تُثري هذه الدراسة بحثنا النظري إثراءً واضحاً في الجانب المقارن، غير أنها تتمركز حول التجربة الفرنسية دون التعمق في السياق الجزائري الخاصّ الذي تتخذه دراستنا ميداناً رئيسياً.

**الدراسة الثالثة:**

عنوانها التنظيم القانوني لنشاط المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي قراءة في التشريع الوطني والقانون الفرنسي.

صاحبتها صابي فطيمة، مجلة التشريع الإعلامي، المجلد 4، العدد2، 2026.

تناولت هذه الدراسة إشكالية بحثية تدور حول كيف يمكن للتنظيم القانوني أن يضبط نشاط المؤثرين على شبكات التواصل الاجتماعي.

وركزت الدراسة على البحث في واقع نشاط المؤثرين حيث تعتبر الدراسة ان المؤثر فاعل اقتصادي واجتماعي ويملك تأثير على الراي العام خاصة في مجال الاستهلاك وتسلط

الدراسة الضوء على غياب قانون خاص بهذه الفئة الفاعلة في الجزائر واكتفاء التشريع الوطني بقواعد عامة بينما القانون الفرنسي يعترف بالمؤثر ككيان مستقل، الامر الذي استدعى إيجاد ضوابط قانونية خاصة به.

اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن التحليلي والوصفي التحليلي في مواطن أخرى.

اهم نتائجها الجزائر تفتقر الى نص قانوني واضح يحدد مسؤولية المؤثرين عن محتواهم والقانون الفرنسي قانون متقدم ويقدم مقاربة شاملة لتأطير المؤثر.

النقد الموجه لم تقدم بشكل واضح كيف للمشرع في بلادنا ان يستفيد اجرائيا وفعليا من التجربة الفرنسية بل مجرد توصيات عامة.

# الفصل الثاني:

## الإطار النظري

**تمهيد:**

شهد العقد الأخير تحولات بنيوية عميقة في طبيعة الفضاء العمومي وفي بنية الفعل الاتصالي، فبرز فاعل جديد لم يكن معروفاً في المنظومة الكلاسيكية للإعلام، يجمع في شخصه بين أدوار المروّج التجاري وقائد الرأي وصانع المحتوى وناشر المعلومة، ورصدت رزيق وولد جاب الله هذا التحول بقولهما إنّ «شهدت البيئة الرقمية تحولات جذرية في طرق وأساليب نقل المعلومات، نتيجة للتطور المتسارع لتكنولوجيا الاعلام والاتصال مما أدى الى ظهور أنماط تواصلية حديثة تعتمد على المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي»[1]، وأنّ هذه المنصات الرقمية «تمثل اليوم فضاء رقميا يؤثر في الأفراد ويوجه سلوكهم وقراراتهم»[2].

ومن رحم هذا التحول البنيوي ولدت ظاهرة المؤثرين الرقميين، إذ أفرز الفضاء الرقمي فئة جديدة من الفاعلين تختلف اختلافاً جوهرياً عن قنوات الإعلام التقليدية، وتسير شفيقة خنيفر إلى أنّ الإعلام الجديد قد أفرز «فئة جديدة استطاعت أن تشق لها طريقا في المجتمعات الافتراضية المعاصرة وهم ما يعرف بالمؤثرين الاجتماعيين»[3]، وهؤلاء يستندون في تأثيرهم إلى آليات اتصالية مختلفة عن تلك التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام التقليدية، ومن ثَمّ فإنّ قراءتهم القانونية تستلزم منهجية مغايرة لا تكتفي بإسقاط النصوص العامة عليهم، بل تجتهد في فهم خصوصيات نشاطهم.

---

[1] هنية رزيق وسعاد ولد جاب الله، "إشكالية التأطير القانوني لنشاط المؤثرين عبر المنصات الرقمية – دراسة مقارنة بين التشريع الوطني والدولي (فرنسا، مصر، والسعودية أنموذجا)،" حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 39، العدد 02، 2025، ص 198.

[2] المرجع نفسه، ص 198.

[3] شفيقة خنيفر، "قادة الرأي والمؤثرون الاجتماعيون بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد،" مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الشريف مساعدية – سوق أهراس، المجلد 15، العدد 03، 2023، ص 498.

غير أنّ هذا الفاعل الجديد على أهميته الاقتصادية والاجتماعية، لا يجد في المنظومة التشريعية الجزائرية إطاراً قانونياً يضبط نشاطه ويحدّد التزاماته، ويرسم مسؤولياته، وهو ما يطرح إشكاليات قانونية مركّبة، إذ تذهب الباحثتان رزيق وولد جاب الله إلى أنّ «غياب تعريف موحد للمؤثرين يعود إلى اختلاف حول طبيعتهم القانونية، حيث أوجدت هذه العوامل واقعا يستدعي وضع قواعد قانونية تتناسب مع خصوصيات المنصات الرقمية»[1]، وهو الواقع الذي يستلزم قراءة قانونية معمّقة من زاوية مزدوجة: الزاوية المفاهيمية والزاوية التشريعية.

ينطلق هذا الفصل من تحليل ثلاثي الأبعاد، فهو يتناول المسألة في بعدها المفاهيمي ابتداءً، ثم في بعدها التشريعي الجزائري، وينتهي بعرض التحديات التي تواجه أيّ تنظيم قانوني لهذا النشاط، مع الاستفادة من نماذج التشريع المقارن، وعلى رأسها التجربة الفرنسية التي أصدرت قانوناً خاصاً بالمؤثرين سنة 2023، فضلاً عن التجربة الأردنية التي اعتمدت قانون الجرائم الإلكترونية رقم 17 لسنة 2023، وذلك لإثراء النقاش الجزائري بمداخل قانونية مقارنة تساعد في صياغة حلول ملائمة للواقع الجزائري.

[1] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 198.

## المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لنشاط المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

لا يستقيم البحث في الإطار القانوني لأيّ نشاط دون ضبط مفاهيمي دقيق له، إذ يشكّل التعريف القانوني الأرضية التي تُبنى عليها بقية الأحكام، فهو الذي يحدّد الفئة المخاطبة بالنص، ويرسم الحدود الفاصلة بينها وبين الفئات المجاورة، ويتناول هذا المبحث في خمسة مطالب: تعريف المؤثر الرقمي ومسار تطوره، وتمييزه عن المفاهيم المجاورة كصانع المحتوى والصحفي وقائد الرأي، وتصنيفاته بحسب المعايير الكمية والنوعية، ثم علاقته بمتابعيه ودوره في الفضاء العمومي، وأخيراً البعد الاقتصادي والتجاري لنشاطه.

### المطلب الأول: تعريف المؤثر الرقمي وتطور مفهومه.

لم يعرف الفقه القانوني والإعلامي الجزائري تعريفاً موحّداً للمؤثر الرقمي، فالتعريفات تتعدّد بتعدّد الزوايا التي يقاربه منها الباحثون، ويتضح هذا التعدد بجلاء في التعريف الذي قدّمته الباحثتان رزيق وولد جاب الله، إذ تذهبان إلى أنّ «المؤثرون هم أشخاص لديهم شعبية وقاعدة جماهيرية واسعة في المجتمعات الافتراضية يقومون بنشر محتوى بشكل يومي عن حياتهم وتفاعلاتهم في المحيط الاجتماعي الخاص بهم، وعادة ما يتمتعون بقدرات قيادية ملحوظة ويمتلكون خلفيات موسعة في المجال الذي ينشطون فيه»[1].

ويذهب الدكتور رفيق بلعيدي إلى تعريف المؤثر من زاوية لغوية ووظيفية، إذ يرى أنّ «المؤثر (Influencer) مصدر يأتي من الفعل أثر، أي يمتلك تأثير نسبي على قضية معينة، وهو شخص يملك إمكانية تأثيرية كبيرة على كل شخص يتابعه رغم تفاوت نسبة

[1] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 199.

التأثير، وله اتصال مع مختلف العلامات التجارية»[1]، ويُكمل الباحث ذاته بإضافة بُعد اجتماعي على هذا التعريف بالقول إنّ ما يجب التركيز عليه هو «حول المؤثرين أنهم أشخاص عاديون أو متعلمون يتحولون إلى مؤثرين من خلال الرأي العام»[2].

وفي السياق ذاته تذهب تشير شفيقة خنيفر إلى تعريف موسّع للمؤثر يربطه بالقدرة الإبداعية، إذ تقول إنّ «المؤثر إنسان لديه قدرة إبداعية يستطيع عن طريقها التأثير في الآخرين، وحين نتحدث عن المؤثر الرقمي nfluencerl Digital فنحن نتحدث عن منتج للمحتوى يؤثر في سلوك المتابعين له»[3].

أما الباحثون بلل والربضي والحنيطي، فإنهم يقاربون المفهوم من زاوية وظيفية تجارية، إذ يرون أنّ المؤثرين هم «الأشخاص الذين يمتلكون قاعدة متابعين كبيرة على مواقع التواصل الاجتماعي، ويستخدمون هذه المنصات لتحقيق أهداف تجارية أو شخصية»[4]، ويضيفون أنّ هذه الفئة «غالبا ما يحقق هؤلاء دخلا من خلال الترويج للعلامات التجارية والشركات، مما يجعل من نشاطهم وظيفة رقمية مستحدثة في ضوء التطور التكنولوجي المتسارع»[5].

وعلى صعيد الفقه التسويقي الغربي، يبرز التعريف الذي قدّمته الباحثة الأمريكية باريس مارتينو، والذي ينقله الباحثون بلل والربضي والحنيطي بقولهم إنّها تشير إلى أنّ المؤثر هو «فرد يتمتع بقوة تأثير على القرارات الخاصة بالآخرين بسبب سلطته أو معرفته

---

[1] رفيق بلعيدي، "انعكاسات متابعة مؤثري تيك توك على الهوية عند الشباب الجزائري،" مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 28، العدد 73، 2024، ص 1198.

[2] رفيق بلعيدي، مرجع سابق، ص 1198.

[3] خنيفر، مرجع سابق، ص 508

[4] أحمد إبراهيم بلل ونجم رياض الربضي ومأمون راشد الحنيطي، "النظام القانوني للمؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي: دراسة مقارنة،" مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال، جامعة الشرق الأوسط، المجلد 5، العدد 1، 2025، ص 4.

[5] المرجع نفسه، ص 4.

أو موقعه أو علاقته بجمهوره، أو يمكن تعريفه بأنه فرد لديه متابعون في منصة معينة، يشاركون فيها بنشاط، ويعتمد حجمهم على حجم المنصة[1]»

أما على صعيد التشريعات المقارنة، فإنّ تعريف المؤثر شهد تطوراً ملحوظاً ابتدأ بمحاولات الهيئات المهنية ثم انتقل إلى التعريف القضائي، ثم استقر في النصّ التشريعي، وقد رصدت الباحثة بوهنوش فتيحة هذا المسار التطوري في التجربة الفرنسية بقولها إنّه «في عام 2017، قدمت الهيئة المهنية لتنظيم النشر (ARPP) تعريفا للمؤثر، حيث اعتبرته "كل من يقوم بنشر محتوى، عبر وسائل إلكترونية، يروج من خلاله لمنتج (سواء كان سلعة أو خدمة) أو لقضية معينة، بشكل مباشر أو غير مباشر، مقابل الحصول على مقابل مالي و/أو مزايا عينية، موجها هذا المحتوى لجمهوره المتواجد في الأراضي الفرنسية، بغض النظر عن عدد الأشخاص المعنيين[2]».

وقد توّج هذا المسار التطوري بإصدار قانون فرنسي مستقلّ، إذ تنقل الباحثة ذاتها أنّه «يعتبر ممارسا لنشاط التأثير التجاري عن طريق إلكتروني كل شخص يقوم، مقابل أجر أو مزايا عينية، باستخدام شهرته بين جمهوره لنشر محتوى عبر الإنترنت يهدف إلى الترويج، بشكل مباشر أو غير مباشر، لسلع أو خدمات أو أي قضية كانت»[3]، وهذا التطور التعريفي ينطوي على دلالة قانونية مهمة، فالباحثة تخلص إلى أنّ «مفهوم "المؤثر" لم يعد يقتصر على كونه ناشر محتوى على وسائل التواصل، بل أصبح فاعلا اقتصادياً يؤثر في عادات المستهلكين».[4]

---

[1] الربضي، مرجع سابق، ص 10.

[2] بوهنوش فتيحة، "التأطير القانوني لنشاط التأثير التجاري ومحاربة انحرافات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي – دراسة في ضوء التجربة الفرنسية،" مجلة الفكر القانوني والسياسي، جامعة البليدة 2، المجلد التاسع، العدد الثاني، 2025، ص 474.

[3] بوهنوش، مرجع نفسه، ص 475.

[4] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 200.

## المطلب الثاني: تمييز المؤثر عن المفاهيم المجاورة.

لا يقف الإشكال المفاهيمي عند تعريف المؤثر، بل يتعدّاه إلى تمييزه عن المفاهيم المجاورة كصانع المحتوى والصحفي وقائد الرأي، وهو تمييز ضروري قانونياً لأنّ كلّ مفهوم من هذه المفاهيم يخضع لقواعد قانونية مختلفة، فالصحفي يخضع لقانون الإعلام وأخلاقيات المهنة، بينما المعلن يخضع لقانون التجارة وحماية المستهلك، أما المؤثر فإنه يقع في منطقة رمادية بين هذه الفئات.

وتشير الباحثتان رزيق وولد جاب الله «على الرغم من وجود تشابه طفيف بين المؤثر والصحفي إلا أن هناك عدة اختلافات أساسية بينهما»، وأضافتا أنّ المؤثر «يميل إلى نشر معلومات بناء على وجهة نظره وآرائه وقيمه الشخصية في مقطع فيديو يعرض فيه تجربته مع منتج أو خدمة من استعماله الشخصي دون أدنى مسؤولية أو التزام بمعايير العمل الصحفي».[1]

ومن جهة العلاقة بين المؤثر وقائد الرأي التقليدي، تشير الباحثة شفيقة خنيفر إلى أنّ التقاطع بينهما ليس جديداً، إذ تذهب إلى أنّ «قطاعات واسعة من الجمهور تحتاج – خاصة في أوقات الأزمات– إلى تدعيم وتوضيح من "قادة الرأي" و "المؤثرين" لما يعرض عليهم ويرونه في وسائل الإعلام، حتى لو كانت الرسالة الإعلامية واضحة في مضمونها ودلالاتها».[2]

أما العلاقة بين المؤثر وصانع المحتوى فهي أكثر تشابكاً، فالباحثتان رزيق وولد جاب الله تذهبان إلى أنّ مفهوم صانع المحتوى يُعدّ «أكثر المفاهيم ارتباطا وتداخلا مع المؤثرين»[3]، غير أنّ المعيار الفاصل بينهما يتمثّل في الهدف الذي يسعى كلّ منهما إلى

[1] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 201.

[2] خنيفر، مرجع سابق، ص 499.

[3] رزيق وولد جاب الله، مرجع نفسه، ص 200.

تحقيقه، إذ «يهدف المؤثرون إلى التأثير على المستخدمين لاتخاذ قرارات معينة، أما صناع المحتوى فهم الافراد الذين يقومون بإنشاء محتوى على وسائل التواصل الاجتماعي دون السعي للتأثير على سلوكيات الاخرين وقراراتهم. ومن هنا، يمكن القول إن كل مؤثر هو صانع محتوى، لكن ليس كل صانع محتوى يعتبر مؤثرا»[1].

وفي السياق ذاته، تنقل الباحثة شفيقة خنيفر تعريفاً تقنياً للمؤثر يُلقي الضوء على وسائله، إذ تقول إنّ «المؤثر هو الشخص الذي يستخدم مدونة شخصية أو أي وسيلة أخرى (حساب أو الشبكات الاجتماعيةInstagram ; ,Twitter Facebook ) لنشر آرائهم لمستخدمي الانترنت»[2]، وهذا التعريف يبرز الوسيلة لا الوظيفة، فيما تبرز التعريفات الأخرى الوظيفة لا الوسيلة، وهو ما يكشف عن صعوبة الإحاطة بالمفهوم من زاوية واحدة.

وعلى الصعيد القانوني المقارن، فإنّ المشرّع الفرنسي حسم هذا التشابك جزئياً بإفراد قانون خاصّ بالمؤثر يحدّده بدقّة، فيما اكتفى المشرّع الأردني، كما يلاحظ بلل والربضي والحنيطي، باعتماد قواعد عامّة، إذ يذهب الباحثون إلى أنّه «فعلى خلاف بعض الدول، كفرنسا، التي بادرت إلى سن تشريع خاص بالمؤثرين، لا يزال المشرع الأردني يعتمد القواعد العامة في معالجة هذه الظاهرة».[3]

## المطلب الثالث: تصنيف المؤثرين الرقميين.

اتجهت الدراسات إلى تصنيف المؤثرين الرقميين بحسب معايير كمية ونوعية، بهدف ضبط الفئات المختلفة قانونياً، فالمؤثر الذي له ملايين المتابعين يختلف في تأثيره وفي مسؤوليته القانونية عمّن له بضعة آلاف فقط، ويُعدّ معيار عدد المتابعين من أبرز المعايير الكمّية المعتمدة في هذا المجال، فالباحثتان رزيق وولد جاب الله تشيران إلى أنّه «لا يمكننا

[1] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 201.

[2] خنيفر، مرجع سابق، ص 507.

[3] بلل والربضي والحنيطي، مرجع سابق، ص 5.

على وصف شخص بأنه مؤثر إلا إذا امتلك 10 الأف متابع أو أكثر على أي منصة من المنصات الرقمية».[1]

ويذهب الدكتور رفيق بلعيدي إلى تصنيف أكثر تفصيلاً يميّز فيه بين فئات المؤثرين بحسب عدد المتابعين، إذ يرى أنّ المؤثرين الماكرو «هم المؤثرون الذين يزيد عدد متابعيهم عن 500.000 مستخدم في أحد حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي مع تحقيق نسبة تفاعل engagement تتراوح بين 1% إلى 20%».[2]

في المقابل، يبرز تصنيف آخر يميّز المؤثر الصغير (Micro-Influencer) كفئة لها خصائصها الخاصة، إذ يعرّفه الباحثون بلل والربضي والحنيطي بأنّه «مؤثر يمتلك عددا محدودا من المتابعين مقارنة بالمؤثرين الكبار، لكن تأثيره غالبا ما يكون عميقا على جمهور متخصص»[3]، فالعبرة إذن ليست بعدد المتابعين فحسب، بل بنسبة التفاعل وعمق التأثير وتخصص الجمهور المستهدف.

ومن منظور تصنيفي وظيفي، تنقل الباحثة شفيقة خنيفر تصنيف الباحث Jim Barry للمؤثرين، إذ تذكر أنّه «صنف Jim barry أنواع المؤثرين إلى 4 أنواع أساسية وهم:

1) **المعلمون:** وهم المؤثرون الذين يعلمون المستخدمين الآخرين الأشياء المفيدة وينقلون خبراتهم لغيرهم.

2) **المدربون:** وهم المؤثرون الذين يعلمون ويدربون غيرهم، ويعتمدون في الأساس على التدريب والمشاركة.

[1] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 199.

[2] بلعيدي، مرجع سابق، ص 1198.

[3] بلل والربضي والحنيطي، مرجع سابق، ص 8.

3) **الترفيهيون:** وهم المؤثرون الذين يقومون ببث المضامين الترفيهية والخفيفة ويعتمدون على الأسلوب الكوميدي الخفيف»[1].

غير أنّ هذه التصنيفات الكمية والنوعية تواجه اعتراضات منهجية، فالأرقام في الفضاء الرقمي قابلة للتضخيم عبر الحسابات الوهمية وشراء المتابعين،،كما أن جودة المتابعة تختلف من مؤثر إلى آخر، وقد لاحظ الباحثون بلل والربضي والحنيطي أنّ هناك «شخصيات (يوتيوبرز أو بلوقرز أو إنستغرامرز مشهورين) قادرون من خلال سمعتهم على مواقع التواصل الاجتماعي على التأثير في سلوك المستهلكين والجمهور الواسع الذين تجذبهم المحتويات التي ينشرونها على هذه المواقع»[2]، فالعبرة إذن ليست فقط بالكم بل أيضاً بالقدرة الفعلية على التأثير في سلوك الجمهور، وهي قدرة يصعب قياسها بمعيار رقمي صرف.

## المطلب الرابع: علاقة المؤثر بمتابعيه ودوره في الفضاء العمومي.

لم يعد دور المؤثر مقتصراً على البعد التسويقي بل امتدّ إلى الفضاء العمومي بكلّ أبعاده، فالباحثتان رزيق وولد جاب الله تذهبان إلى أنّ «تمكن العديد من المؤثرين في البيئة الاتصالية الجديدة من إثراء تفاعلات جماهيرهم وتغيير توجهاتهم السياسية»[3]، وأنّ المؤثرين «باتوا يلعبون دورا حيويا في توجيه الرأي العام وإقناع الأفراد بمختلف الأفكار على اعتبار أنهم شخصيات بارزة في مجالاتهم، يسعون إلى نشر محتوى يتعلق بالقضايا السياسية والاجتماعية مثل الديمقراطية والتنديد بالحروب والمساواة بين الجنسين»[4].

هذا الدور المتنامي يفرض على القانون أن يعيد النظر في إطار حرية التعبير، فالمؤثر لم يعد كالفرد العادي حتى تشمله القواعد العامة لحرية التعبير دون تخصيص، كما

[1] خنيفر، مرجع سابق، ص 509.

[2] بلل والربضي والحنيطي، مرجع سابق، ص 10.

[3] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 200.

[4] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 200.

أنّه ليس كالصحفي حتى تنطبق عليه أخلاقيات المهنة وقوانين الإعلام، بل هو في وضع وسيط يستلزم قواعد قانونية مخصّصة، وقد رصدت الباحثتان هذا التحول البنيوي في النظام الإعلامي بقولهما إنّه «لقد حلت منصات التواصل الرقمي إذن محل قنوات الإعلام التقليدية من خلال كونها مصادر أساسية للأخبار لشريحة كبيرة من السكان».[1]

ومن المنظور الجزائري، يلاحظ الدكتور رفيق بلعيدي أنّ المؤثرين يستثمرون هشاشة الروابط الاجتماعية الحقيقية لتعزيز نفوذهم في الفضاء الرقمي، إذ يذهب إلى أنّ «مؤثرو تيك توك يتوجهون لاستغلال هشاشة الروابط ضمن الواقع الاجتماعي واستهداف فردانية الشباب واندفاعهم للوصول إلى جمهور أوسع لديه القدرة على تعزيز متابعيهم والرفع من مكانتهم الاجتماعية وهويتهم الرقمية».[2]

ويرصد الباحث ذاته انعكاسات هذا التأثير على البنية القيمية للمجتمع الجزائري، إذ يخلص إلى أنّ التأثير «يتعدى علاقة المؤثرين مع الشباب حدود الاستعمال الرقمي على تيك توك لينتقل من الواقع الافتراضي للواقع الاجتماعي، ذلك بارتباط خياراتهم وأفعالهم بما يطرحه المؤثر»[3]، ومحذراً من خطورة المحتوى الموجَّه للشباب الجزائري، إذ «تيك توك يحوي على محتوى منوع يستهدف فئة الشباب في الجزائر، ويكون ملغما بالخطابات الإيديولوجية المؤثرة عليهم على عدة أبعاد اجتماعية، ثقافية، دينية، شخصية واقتصادية»[4].

وينعكس هذا التأثير على البنية الاجتماعية للدولة بصورة قد تكون خطيرة، فالباحث ذاته يلاحظ أنّ التأثيرات تتجلى «في حدوث تغييرات على المستوى القيمي والهوياتي

[1] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 200.
[2] بلعيدي، مرجع سابق، ص 1195.
[3] بلعيدي، مرجع سابق، ص 1206.
[4] المرجع نفسه، ص 1206.

للشباب، محدثين تمردا وتوترا على مستوى مختلف أنساق البناء مما يهدد استقرار المجتمع من جهة ويضعف تماسك الوطن من جهة أخرى»[1].

## المطلب الخامس: التسويق عبر المؤثرين والبعد الاقتصادي للنشاط.

شكّل التسويق عبر المؤثرين تحولاً جوهرياً في الصناعة الإعلانية المعاصرة، إذ تخلّت الشركات تدريجياً عن الأساليب التقليدية وتوجّهت نحو هذا النمط الجديد من التسويق، ورصدت رزيق وولد جاب الله هذا التحول بدقّة بقولهما إنّ «التوسع الملحوظ في استخدام الأفراد للمنصات الرقمية وارتفاع مستوى المنافسة بين الشركات التجارية، إلى التخلي عن الأساليب التقليدية في الإعلان والتوجه نحو أساليب تسويق ذات فعالية أكبر مثل التعاون مع المؤثرين وصناع المحتوى»[2].

وتعرّف الباحثتان التسويق عبر المؤثرين تعريفاً جامعاً بقولهما إنّه «التسويق عبر المؤثرين أحد أساليب التسويق الإلكتروني، حيث يتم إبرام عقود تشاركية بين الشركات والمؤثرين، يمنح بمقتضاها هذا الأخير مقابلا ماديا لقاء التعريف بخدمات الشركة ومنتجاتها وتعزيز علامتها التجارية»[3].

غير أنّ هذا النمط التسويقي يحمل في طياته إشكاليات أخلاقية وقانونية حقيقية، فالباحثتان تنبّهان إلى أنّ الشركات «لا تتردد هذه الشركات في تخصيص مبالغ مالية معتبرة مقابل محتوى إعلاني لا تتجاوز مدته بضع دقائق، يتكون من إشادة بالسلع أو الخدمة، حتى وإن لم يكن المؤثر قد اختبرها فعليا، الأمر الذي من شأنه أن يثير إشكالات أخلاقية وقانونية تتعلق بدرجة الشفافية والمصداقية المتعلقة بالمؤثر»[4].

---

[1] المرجع نفسه، ص 1206.

[2] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 206.

[3] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 206.

[4] المرجع نفسه، ص 206.

ومن منظور أوسع، تتقاطع تعريفات التأثير التجاري الإلكتروني عند فكرة جوهرية، فالباحثة بوهنوش فتيحة تخلص إلى أنّ «تتقاطع هذه التعريفات حول فكرة أن التأثير التجاري الإلكتروني هو ممارسة تسويقية تعتمد على استخدام شخصيات مؤثرة على منصات التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الالكترونية للترويج للمنتجات أو الخدمات او العلامات التجارية بهدف تعزيز المبيعات او نشر رسائل معينة، إلا أن هذا النشاط، رغم مزاياه التسويقية، يثير العديد من الإشكالات القانونية، خاصة فيما يتعلق بتنظيم العلاقة بين المؤثرين والمستهلكين، وضمان الشفافية في الترويج للمنتجات، وحماية الجمهور من الإعلانات المضللة»[1].

## المبحث الثاني: التشريع الجزائري ونشاط المؤثرين الرقميين.

على عكس بعض التشريعات المقارنة التي قطعت أشواطاً متقدّمة في تنظيم نشاط المؤثرين، يبقى الواقع التشريعي الجزائري يعاني من قصور بنيوي يتمثل أساساً في غياب نصّ خاصّ يضبط هذا النشاط، وهو ما تشير إليه الباحثتان رزيق وولد جاب الله بقولهما إنّه «عند الرجوع إلى المنظومة التشريعية الجزائرية، يُلاحظ غياب مواد قانونية تقدم تعريفا صريحا وواضحا للمؤثرين وصناع المحتوى، على الرغم من مباشرتهم لأنشطة تجارية وإعلانية تتم تحت إشراف وزارة التجارة والاتصال والبريد»[2].

### المطلب الأول: قانون التجارة الإلكترونية رقم 18-05 ومحاولات الإدماج.

صدر القانون رقم 18-05 المؤرّخ في 10 ماي 2018 ليحدّد القواعد العامة للتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات في الجزائر، وقد كان هذا القانون مدخلاً لتنظيم بعض جوانب الفضاء التجاري الرقمي، غير أنّه لم يتضمّن تنظيماً خاصاً بنشاط المؤثرين، وقد رصدت

[1] بوهنوش، مرجع سابق، ص 474.

[2] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 202.

الباحثتان رزيق وولد جاب الله هذا القصور بقولهما إنّه «بالرغم من صدور القانون رقم 05-18 في ماي 2018 الذي يحدد القواعد العامة للتجارة الإلكترونية للسلع والخدمات، وفقا لما تنص عليه المادة رقم 01 إلا أنه يلاحظ عليه عدم تخصيص تنظيما خاصا بنشاط المؤثرين، وما يحققونه من إيرادات وأرباح ضخمة من خلال التعاون مع الشركات»[1].

غير أنّ مصالح وزارة التجارة سعت إلى سدّ هذا الفراغ التشريعي بإجراءات إدارية، إذ تشير الباحثتان إلى أنّ الوزارة «أدرجت مصالح وزارة التجارة "المؤثرين" في قائمة النشاطات التجارية وقيدتهم في السجل التجاري الوطني تحت تصنيف القيد التجاري رقم 617040»[2]، وهو إجراء مهم لكنّه يبقى إدارياً وغير كافٍ في غياب نصّ تشريعي خاصّ ينظم النشاط بكلّ أبعاده.

وفي السياق ذاته، يفتح هذا القانون باباً غير مباشر لإدماج المؤثرين في المنظومة الاقتصادية الرسمية عبر صيغة المقاول الذاتي، إذ تذهب الباحثتان إلى أنّه «يضع هذا القانون نشاط هؤلاء المؤثرين ضمن الأنشطة السبعة المعنية بما يعرف بالمقاول الذاتي، ويصفها بالخدمات الرقمية والأنشطة ذات الصلة، والخدمات الثقافية والاتصال والسمعي البصري»[3].

ومن جهة الإدماج الاقتصادي، تذهب الباحثتان إلى أنّ «ارتفاع المداخيل التي تدار من هذا الاقتصاد الذي أصبح أحد اهم مكونات الاقتصاد غير الرسمي (الموازي) يستدعي تحديث آليات الرقابة على هذه الأنشطة»[4]، وأنّه على الصعيد الواقعي «المؤثرون غالبا لا يتحملون أي أعباء ضريبية على اعتبار أنهم ليسوا عمالا ولا يملكون أي مؤسسات أو

[1] المرجع نفسه، ص 207.

[2] المرجع نفسه، ص 203.

[3] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 203.

[4] المرجع نفسه، ص 204.

شركات بموجب القانون، وعدم مشاركتهم في أي نشاط تجاري صريح على الرغم من تحقيقهم أرباحا كبيرة من الإعلانات وما توفره لهم المنصات الرقمية الشهيرة»[1].

## المطلب الثاني: قانون الإعلام العضوي رقم 12-05 ونشاط الإعلام عبر الإنترنت.

يُمثل القانون العضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام المرجعية الأساسية لتنظيم النشاط الإعلامي في الجزائر، وقد لاحظت الباحثة رمدوم نورة أنّ هذا القانون قد «عالج لأول مرة الإعلام الإلكتروني وأعطاه أهمية بالغة، وذلك بتخصيص الباب الخامس لوسائل الإعلام الإلكترونية»[2]، ثمّ «صدر بعد ذلك المرسوم التنفيذي رقم 20-332 الذي يحدد كيفية ممارسة الإعلام عبر الأنترنت والرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني الذي أعطى مفهوم للإعلام عبر الأنترنت وعالج كيفيات ممارسته»[3].

وقد عرّف المشرّع الجزائري نشاط الإعلام عبر الإنترنت تعريفاً تشريعياً، وفقاً لما تنقله الباحثة رمدوم، إذ «عرفه المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 20-332 الذي يحدد كيفية ممارسة الإعلام عبر الأنترنت والرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني بقوله "يقصد بنشاط الإعلام عبر الأنترنت:

- كل خدمة اتصال مكتوب عبر الأنترنت.

- كل خدمة سمعي بصري عبر الأنترنت (واب تلفزيون واب إذاعة) ...."»[4].

---

[1] المرجع نفسه، ص 203.

[2] رمدوم نورة، "التنظيم القانوني لنشاط الإعلام عبر الأنترنت وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 20-332،" مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد السابع، العدد الرابع، ديسمبر 2022، ص 288.

[3] رمدوم، مرجع سابق، ص 288.

[4] المرجع نفسه، ص 289.

غير أنّ هذا التعريف لا يشمل نشاط المؤثرين الرقميين بصورة صريحة، إذ تنبّه الباحثة رمدوم إلى استثناء جوهري أورده المشرّع، فالنصّ يقرّر أنّه «الإعلام عبر الأنترنت لا يشكل أداة للترويج أو فرعا لنشاط صناعي أو تجاري»[1]، ممّا يعني أنّ النشاط الترويجي للمؤثر يخرج بطبيعته عن نطاق هذا المرسوم.

وقد وضع المشرّع الجزائري شروطاً لمالك جهاز الإعلام عبر الإنترنت، أبرزها شرط الجنسية، وفقاً لما تذكره الباحثة رمدوم، إذ «فرض المشرع الجزائري على كل من يمارسون نشاط الإعلام عبر الأنترنت أن يكونوا مواطنين يتمتعون بالجنسية الجزائرية، وذلك لضمان ولائه للدولة وعدم تبعيتها لدولة أخرى أجنبية»[2].

ومن جهة التقييم الفقهي العام للقانون العضوي 12-05، يقدّم الباحث بوعبد الله بن عجايمية قراءة نقدية، إذ يعتبر أنّ هذا القانون «القانون العضوي رقم 05/12 الذي صدر سنة 2012 اضطرت فيه السلطة إلى سنه خوفا من انتقال رياح الربيع العربي الذي كان ساخنا جدا في هذه الفترة، ليس هذا فحسب بل تبعه قانون آخر حاول إطلاق وتنظيم قطاع السمعي البصري سنة 2014، لكنه لم يلبي هو الآخر مطالب الإعلاميين بحريات أكبر وتشريعات من شانها ضمان الحقوق وحماية حرية الرأي والتعبير»[3].

ويكمل الباحث ذاته قراءته النقدية بطرح إشكال جوهري حول مدى ملاءمة هذا القانون للواقع الراهن، إذ يتساءل «بعد التحولات الكبيرة التي عرفتها الجزائر سواء السياسية من خلال الحراك الشعبي الأخير أو الاقتصادية من خلال الأزمة المالية التي تعرفها البلاد أو التكنولوجية وسطوة مواقع التواصل الاجتماعي على المشهد الاتصالي، هل ما يزال هذا

---

[1] المرجع نفسه، ص 289.

[2] المرجع نفسه، ص 292.

[3] بوعبد الله بن عجايمية، "التشريعات الإعلامية في الجزائر بين متغيرات المرحلة وضرورات التعديل: دراسة نقدية للقانون العضوي 12-05 المتعلق بالإعلام،" المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، المجلد 01، العدد 01، 2021، ص 53.

القانون العضوي قادرا على ضبط المجال الإعلامي بكل تفرعاته وجديده وتعقيداته خاصة مع ظهور وتطور واتساع الصحافة الإلكترونية كمنافس للقطاعات الصحفية الأخرى؟»[1].

ويخلص الباحث إلى أنّه «لم يعد هذا القانون العضوي مواكبا للتغيرات الداخلية والإقليمية والعالمية التي تعيشها الإنسانية بالنظر إلى مضمونه ومواده التي لا تزال منغلقة وغير منفتحة على التحديات الجديدة، خاصة في مجال الحقوق والحريات التي تم تضمينها في هذا القانون»[2].

ومن نافلة القول أنّ القانون العضوي 12-05 قد تضمّن نصوصاً لم تُفعَّل عملياً، فالباحث بن عجايمية يرصد هذه الإشكالية بقوله إنّه يوجد «ميثاق شرف مهنة الصحفي الذي نصت عليه المادة 93 وحددت له أجل أقصاه سنة من صدور هذا القانون، مر حتى الآن أكثر من عشر سنوات ولم يرى هذا الميثاق النور أبدا»[3]، فإذا كان هذا واقع نصوص متعلقة بالمهنة الصحفية الكلاسيكية، فمن باب أولى أن يكون أصعب مع نشاط حديث كنشاط المؤثرين.وفيما يتعلّق بأثر هذا التطور التشريعي على نشاط المؤثرين، تذهب الباحثتان رزيق وولد جاب الله إلى أنّ «المشهد التنظيمي للمؤثرين في الجزائر قيد التطوير، ويرتبط ارتباطا وثيقا بالتعديلات التي تطرأ على قانون الإعلام، والتي تشمل جميع الفاعلين في البيئة الرقمية، بما فيهم المؤثرين وصناع المحتوى الرقمي»[4].

## المطلب الثالث: المبادرات التشريعية الراهنة وقضايا النصب والاحتيال.

شهدت السنوات الأخيرة في الجزائر مبادرات برلمانية لضبط نشاط المؤثرين، ورصدت الباحثتان رزيق وولد جاب الله أبرز هذه المبادرات بقولهما إنّه «تتواصل في هذا

[1] المرجع نفسه، ص 53.

[2] المرجع نفسه، ص 67.

[3] بن عجايمية، مرجع سابق، ص 66.

[4] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 207.

السياق المبادرات والبرامج البرلمانية الهادفة إلى ضبط نشاط المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي إذ أعلن النائب البرلماني، عزيز عبد القادر بتاريخ 14 مارس 2025 عن تقديم مقترح يهدف إلى وضع إطار قانوني يضمن الحفاظ على النظام العام ويمنع أي استغلال غير مشروع لهذه المنصات»[1].

ومن أبرز ما يتضمّنه المقترح في بعده الرقابي ما تذكره الباحثتان من أنّه يتضمّن «توفير آليات رقابية على جميع الأنشطة الرقمية من أجل منع استخدام المنصات الرقمية بهدف نشر أخبار "مظللة" أو "كاذبة" بغرض زعزعة الاستقرار الوطني أو الإضرار بالنظام العام»[2]، وهنا تظهر معضلة قانونية جوهرية تتمثّل في الموازنة بين حماية النظام العام وصون حرية التعبير الدستورية. ومن البعد الاقتصادي، فإنّ المقترح ـ كما تنقله الباحثتان ـ يعالج مسألة الإدماج الضريبي للمؤثرين، إذ «يعتبر المؤثرون الرقميون فاعلين اقتصاديين يؤثرون في السوق الرقمية لذا، من الضروري ادراجهم ضمن المنظومة الضريبية، مما يتيح لهم المساهمة بشكل عادل في تمويل الخزينة العمومية»[3].

ولم تأت المطالبات بضبط نشاط المؤثرين قانونياً من فراغ، بل جاءت في أعقاب قضايا اهتزّ لها المشهد الإعلامي الجزائري وكشفت أنّ الفراغ التشريعي يخلق بيئة خصبة للممارسات الاحتيالية، وقد رصدت الباحثتان إحدى أبرز هذه القضايا بقولهما إنّ هذه الواقعة «تسببت هذه الواقعة في تعرض أكثر من 75 طالبا لعمليات نصب واحتيال، مما سلط الضوء على العواقب القانونية المرتبطة بمسؤولية المؤثرين ضمن البيئة الرقمية»[4].

[1] المرجع نفسه، ص 204.

[2] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 204.

[3] المرجع نفسه، ص 204.

[4] المرجع نفسه، ص 205.

وتصدرت هذه القضية المشهد الإعلامي الجزائري بشكل لافت، إذ تذهب الباحثتان إلى أنّها «تصدرت هذه القضية المشهد الإعلامي الجزائري، واثارت نقاشات مكثفة عبر المنصات الرقمية، نظرا لتورط العديد من الشخصيات المؤثرة بطرق مختلفة نتيجة لمشاركتهم في الحملة الدعائية لصالح الوكالة المعلنة»[1].

وأثارت هذه القضية تساؤلات جوهرية حول مسؤولية المؤثر في الإعلان التجاري، فالباحثتان تنبّهان إلى أنّ بعض المؤثرين «قد لا يتحقق البعض منهم من دقة المعلومات التي يروجون لها بل ينحصر دورهم في تعزيز الدعاية خاصة في المجال الاقتصادي»[2]، وهو ما «دفع هذا الأمر بالسلطات إلى إدراك الحاجة الملحة إلى ضرورة وضع إطار قانوني صارم ينظم القطاع الرقمي، ويحد من الممارسات الاحتيالية»[3].

## المطلب الرابع: حماية الطفل في الفضاء الرقمي وموقف المشرّع الجزائري.

لا يكتمل البحث في الإطار القانوني لنشاط المؤثرين الجزائري دون استحضار البعد المتعلّق بحماية الطفل في الفضاء الرقمي، إذ يُشكّل الأطفال شريحة مستهدفة من قِبَل كثير من المؤثرين، سواء كمتلقّين للمحتوى أو كأطراف فيه، وقد رصدت الباحثتان فطيمة إعراب ووسام مروة كحال هذا البعد بدراسة معمّقة، إذ تعتبران أنّ المشرّع الجزائري قد حرص على هذه الحماية في عدد من النصوص. ومن أبرز هذه النصوص ما تنقله الباحثتان من أحكام قانون الإعلام نفسه، إذ تشيران إلى أنّ المادة 33 من القانون قد نصّت على «على ممارسة هذا النشاط بكل حرية إلا ما يتعلق بحماية الطفولة الآداب العامة»[4]، فالحرية الإعلامية

[1] المرجع نفسه، ص 205.

[2] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 205.

[3] المرجع نفسه، ص 205.

[4] فطيمة إعراب ووسام مروة كحال، "الحماية القانونية للطفل من مخاطر وسائط الإعلام الجديدة في التشريع الجزائري – مقاربة نظرية،" مجلة التشريع الإعلامي، كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، المجلد 02، العدد 01، 2023، ص 18.

مقيّدة بحماية الطفل، وهذا قيد عام يجب أن يلاحظه المؤثر في محتواه أيضاً. وفيما يتعلّق بحماية الصورة، تذهب الباحثتان إلى أنّ «منع قانون الحماية للطفل نشر أفلام أو صور أو تسجيلات مهما كان شكلها إلا بترخيص من ممثله الشرعي وخارج فترات التمدرس»[1]، وهذا النصّ ينطبق على المؤثرين الذين يستعينون بأطفالهم في إنتاج المحتوى، إذ يلزمهم بالحصول على ترخيص الممثل الشرعي ومراعاة فترات التمدرس.

ومع ذلك تنبّه الباحثتان إلى ثغرة جوهرية تتعلّق بالطابع العابر للحدود للفضاء الرقمي، فالقانون الجزائري لا يستطيع ضبط المحتوى الأجنبي، إذ «رغم حرص المشرع الجزائري على فعالية مضمون الرسالة الإعلامية الا أنه على خلاف ذلك لا يشمل هذا المجال الإعلام الأجنبي الذي يبقى تأثيره مستمر عبر وسائط الاعلام الجديدة الذي يبقى دون رقيب ولا حسيب، خاصة مع ظهور مفهوم جديد الا وهو صحافة المواطن الذي ظهر مع ظهور الاعلام الجديد»[2].

**المطلب الخامس: مقترحات الإصلاح في الفقه القانوني.**

في خضم هذا الواقع التشريعي القاصر، يتقدّم الفقه القانوني الجزائري بجملة من المقترحات الإصلاحية لتنظيم نشاط المؤثرين، وأبرز هذه المقترحات ما تطرحه الباحثتان رزيق وولد جاب الله من ضرورة إنشاء سجل تجاري إلكتروني وبطاقة مهنية، إذ ترى الباحثتان أنّ «يتمثل أحد الحلول في وضع شروط للعمل بسجل تجاري الكتروني وبطاقة مهنية للمؤثرين»[3].

وتذهب الباحثتان إلى ضرورة استكمال هذه المقاربة بضوابط قانونية شاملة، إذ تطالبان بـ «طرح مواضيع هادفة مع وضع تعريف واضح لمفهوم "للمؤثر" وتحديد شروط

[1] المرجع نفسه، ص 18.

[2] إعراب، مرجع سابق، ص 18.

[3] المرجع نفسه، ص 18.

عمله ووضع إطار قانوني لنشاطه لما يتطلبه المجتمع من حيث المحتوى والتحصيل المالي والضريبي».[1]

وعلى الصعيد المقارن، تقدّم الباحثة بوهنوش فتيحة جملة من المقترحات يمكن للمشرّع الجزائري الاستفادة منها، أبرزها «سن قانون وطني خاص بنشاط التأثير التجاري الإلكتروني: يجب تحديد تعريف دقيق للمؤثرين وطبيعة المحتوى الإعلاني، مع فرض نظام تسجيل أو ترخيص رسمي للمؤثرين الذين يتجاوز عدد متابعيهم حدا معينا، هذا يتيح مراقبة نشاطهم وضمان الالتزام بالمعايير القانونية، ويحد من الانفلات السائد في السوق الرقمي الجزائري»[2].

وتقترح بوهنوش كذلك ضرورة إلزام المؤثرين بالإفصاح، فترى أنّ من المقترحات العملية «إلزام المؤثرين بالإفصاح عن المحتوى المدفوع أو الشراكات التجارية: الإعلان الصريح والواضح عن أي شراكة تجارية أو محتوى مدفوع يضمن للمستهلك معرفة طبيعة المحتوى الذي يتابعه، ويمنع التضليل والتلاعب، ويضع حدا لانحرافات بعض المؤثرين الذين يستغلون الشهرة لتحقيق مكاسب مالية غير مشروعة»[3].

ومن المقترحات المؤسسية، تطالب الباحثة بإنشاء هيئة رقابية وطنية متخصّصة، إذ ترى أنّه يجب «إنشاء هيئة رقابية وطنية متخصصة: تتابع هذه الهيئة المحتوى الرقمي بالتنسيق مع الجهات المختصة، ولها الحق في إصدار أوامر فورية بالحذف أو التعديل، وجود هذه الآلية يحمي المستهلكين ويحد من انتشار الإعلانات المضللة، ويضع قواعد واضحة للجهات الفاعلة في السوق الرقمي»[4]، وتضيف ضرورة «اعتماد نظام عقوبات

[1] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 203.

[2] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 203.

[3] بوهنوش، مرجع سابق، ص 484.

[4] المرجع نفسه، ص 484.

متدرج: يشمل الغرامات المالية، والمنع المؤقت أو الدائم، وصولا إلى الملاحقة القضائية في حالات الاحتيال المتعمد»[1].

## المبحث الثالث: التحديات التي تواجه التنظيم القانوني والاستفادة من التشريع المقارن.

لا يقتصر القصور التشريعي في الجزائر على غياب النصوص فحسب، بل يمتد إلى تحديات بنيوية تتعلق بطبيعة الفضاء الرقمي وبضعف الوعي القانوني لدى الفاعلين فيه، وبتشتّت الجهات الرقابية وضعف التنسيق بينها، ويستلزم البحث في الإطار القانوني لنشاط المؤثرين تحليل هذه التحديات تحليلاً معمّقاً، مع الاستفادة من التجربتين الفرنسية والأردنية، إذ تقدّمان نموذجين متكاملين يستحقّان الدراسة.

### المطلب الأول: غياب التعريف القانوني الصريح وآثاره.

يعد غياب التعريف القانوني الصريح للمؤثر الرقمي أحد أبرز التحديات التي تواجه أي محاولة لتنظيم نشاطه، وتعتبران رزيق وولد جاب الله أنّ «من أبرز هذه الإشكالات تحديد الطبيعة القانونية لنشاط المؤثرين ومدى خضوعهم للتشريعات المرتبطة بالإعلانات التجارية والمسؤوليات القانونية المترتبة على محتواهم»[2].

ويزداد الإشكال تعقيداً حين يطرح سؤال التصنيف القانوني للمؤثرين، فالباحثتان تذهبان إلى أنّ «يثير الغموض المرتبط بطبيعة المؤثرين العديد من التساؤلات حول هويتهم وتصنيفهم القانوني، هل هم صحفيون يمكن اخضاعهم لقوانين الإعلام، معلنون يحتكمون إلى القانون التجاري، أم مجرد مستخدمين يستغلون المنصات الرقمية لتحقيق الربح والشهرة

[1] المرجع نفسه، ص 484.

[2] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 198.

وكسب الاعتراف بالذات من خلال نشر مجموعة من الفيديوهات لجذب جمهور واسع من المتابعين؟»[1].

تترتب على هذا الغموض تبعات قانونية مباشرة، فالباحثتان تخلصان إلى أنّ «القول بأن هذه الظاهرة لا تزال في مراحلها الأولية ولم تتضح ملامحها بعد، يجعل من الصعب وضع إطار موحد وشامل يحدد هوية المؤثرين ويضبط نشاطهم من الناحية القانونية»[2]، فإطار قانوني موحّد لا يمكن أن يُبنى على مفهوم غير محدّد، وأيّ تشريع يُسنّ في غياب هذا الضبط المفاهيمي سيظلّ ناقصاً وقابلاً للالتباس عند التطبيق.

## المطلب الثاني: ضعف الرقابة على المحتوى العابر للحدود.

الفضاء الرقمي بطبيعته فضاء عابر للحدود، ولا تتوقف فيه المعلومة عند سياج جغرافي، وهذا ما يشكّل أحد أكبر التحديات أمام أيّ تنظيم وطني، فالباحثتان رزيق وولد جاب الله تشيران إلى أنّ من بين أبرز إشكاليات هذا التنظيم «ضعف الرقابة: صعوبة متابعة وتطبيق القوانين على الأنشطة الرقمية العابرة للحدود تسهم في إلى ارتفاع حالات الاحتيال والانتهاكات»[3].

وللتغلب على هذا التحدي، اعتمد المشرّع الفرنسي حلولاً مبتكرة، إذ تذكر الباحثة بوهنوش فتيحة أنّ القانون الفرنسي رقم 451-2023 فرض «تعيين ممثل قانوني داخل الاتحاد الاوروبي: يجب على المؤثرين المقيمين خارج الاتحاد الأوروبي الذين يستهدفون الجمهور الفرنسي تعيين ممثل قانوني داخل الاتحاد الأوروبي، يكون مسؤولا عن الامتثال للقوانين الفرنسية والتعاون مع السلطات المختصة»[4].

---

[1] المرجع نفسه، ص 202.

[2] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 207.

[3] المرجع نفسه، ص 206.

[4] بوهنوش، مرجع سابق، ص 477.

ولأهمية هذا التحدي اعتمد المشرّع الفرنسي كذلك آليات الحجب والتقييد للمحتوى المخالف، إذ تذكر الباحثة بوهنوش أنّ القانون «سمح القانون للسلطات المختصة بإصدار قوائم رقمية بالمواقع والحسابات المخالفة مع إلزام المنصات بحجبها أو تقييد الوصول إليها باستخدام التصفية الآلية والذكاء الاصطناعي، بما يحد من انتشار المحتوى الضار للمؤثرين».[1]

## المطلب الثالث: ضعف الوعي القانوني لدى الفاعلين.

لا تكفي النصوص القانونية لضمان تنظيم فعّال لأيّ نشاط ما لم يقترن بوعي قانوني لدى المخاطَبين بها، وهي نقطة ترصدها الباحثتان رزيق وولد جاب الله بدقّة بقولهما إنّ «الفضاء الرقمي في الجزائر وخاصة مجال عمل المؤثرين يعاني من فوضى قانونية كبيرة يعود سببها إلى عدم وعي كل من المؤثرين والمتابعين بالقوانين المنظمة للعقود والالتزامات التجارية في البيئة الرقمية»[2].

وتمتد آثار هذا الضعف إلى ممارسة المؤثرين أنفسهم، إذ يلاحظ الفقه أنّ غياب الإطار التنظيمي والمنظمة المهنية المتخصصة يساهم في تعميق الفوضى، فالباحثتان تنقلان أنّ «يرى بعض الخبراء في مجال القانون أن غياب إطار تنظيمي أو منظمة مهنية مختصة بنشاط المؤثرين قد يساهم في هذه الفوضى، حيث إن القوانين الحالية لا تلزمهم بتحمل أي مسؤولية تجاه المستخدمين الآخرين»[3].

[1] بوهنوش، مرجع سابق، ص 481.

[2] رزيق وولد جاب الله، مرجع سابق، ص 205.

[3] المرجع نفسه، ص 206.

## المطلب الرابع: التزامات المؤثرين وفق التجربة الفرنسية المقارنة.

تقدّم التجربة الفرنسية نموذجاً متكاملاً للالتزامات التي يمكن فرضها على المؤثرين، وقد رصدت الباحثة بوهنوش فتيحة هذه الالتزامات بدقّة، إذ تنقل أنّ من أبرزها «الإفصاح عن الطابع التجاري للمحتوى: يجب على المؤثرين الإشارة بوضوح إلى أن المحتوى الترويجي هو إعلان من خلال استخدام عبارات مثل "Publicité" (إعلان) أو "Collaboration commerciale" (تعاون تجاري)، بحيث تكون الإشارة مرئية طوال مدة الترويج»[1].

وضمن الالتزامات الإدارية تشير الباحثة ذاتها إلى أنّه يقع على عاتق المؤثر «الالتزام بإبرام عقد مكتوب لتنظيم العلاقة بين المؤثرين والجهات المتعاملة معهم: يجب على المؤثرين الذين يمارسون نشاط التأثير التجاري عبر الوسائل الإلكترونية إبرام عقد كتابي مع وكلاء التأثير أو المعلنين أو وكلائهم»[2].

ومن جهة الحماية الخاصّة بالقاصرين، تذكر بوهنوش أنّ القانون الفرنسي يفرض «حماية القاصرين من الاستغلال التجاري في نشاط التأثير: إذا كان المؤثر أقل من 16 عاما، يجب على صاحب العمل الالتزام بأحكام القانون رقم 1266-2020، الذي يهدف إلى تنظيم استغلال صورة الأطفال على المنصات الإلكترونية»[3].

وبخصوص القيود الموضوعية على الترويج، تشير الباحثة ذاتها إلى أنّ القانون الفرنسي يحظر صراحةً الترويج لبعض المنتجات والخدمات، فمنع «حظر الترويج للإجراءات التجميلية الخطرة: يمنع على المؤثرين الترويج لأي عمليات أو تقنيات تجميلية قد تؤثر على الصحة العامة، مثل بعض الإجراءات الجراحية أو التجميلية التي قد تشكل

[1] بوهنوش، مرجع سابق، ص 476.

[2] المرجع نفسه، ص 477.

[3] المرجع نفسه، ص 477.

مخاطر طبية على المستهلكين»[1]، ومنع كذلك «حظر الترويج لمنتجات النيكوتين: يمنع على المؤثرين الترويج للمنتجات التي تحتوي على النيكوتين بأي شكل من الأشكال، نظرا لتأثيرها الضار على الصحة العامة ومخاطرها على المدخنين وغير المدخنين»[2].

ومن أبرز الابتكارات التشريعية في القانون الفرنسي إنشاء هيئات رقابية متعددة الاختصاصات، إذ تذكر الباحثة بوهنوش أنّ «طبقا للمادة 13 من القانون 2023-451 تضطلع هذه المديرية بدور رئيسي في مراقبة مدى التزام الفاعلين الاقتصاديين بمن فيهم المؤثرون بقواعد حماية المستهلك»[3]، فيما «طبقا لأحكام المادة 14 من نفس القانون، تتولى هيئة الأسواق المالية (AMF) مهمة الرقابة على الترويج الإلكتروني لعروض الاستثمار، خاصة تلك التي تتم دون ترخيص قانوني»[4].

## المطلب الخامس: المسؤولية القانونية للمؤثرين في التشريع المقارن.

تعدّ مسألة توزيع المسؤولية القانونية بين المؤثر والمنصة الرقمية والشركة المعلِنة من أعقد المسائل التي يطرحها نشاط المؤثرين، وقد عالجها المشرّع الفرنسي بإقرار أنواع متعدّدة من المسؤولية، فالباحثة بوهنوش فتيحة ترصد هذه التصنيفات بقولها إنّه «بموجب القانون الفرنسي رقم 451-2023 المؤرخ في 9 يونيو 2023، تُصنف المسؤولية القانونية للمؤثرين الناشطين على شبكات التواصل الاجتماعي إلى ثلاثة أنواع رئيسية، وذلك لحماية المستهلكين وضبط الممارسات الإعلانية الإلكترونية وضمان التزام المنصات بالقواعد التنظيمية»[5]. وتفصّل الباحثة هذه الأنواع بادئة بالمسؤولية المدنية العقدية، إذ تذكر أنّها «تتحقق عند وجود علاقة تعاقدية تربط المؤثر بالعلامة التجارية أو الوكالة الإعلانية أو

[1] المرجع نفسه، ص 478.
[2] بوهنوش، مرجع سابق، ص 478.
[3] المرجع نفسه، ص 478.
[4] المرجع نفسه، ص 480.
[5] المرجع نفسه، ص 481.

المنصة الرقمية، حيث يلتزم باحترام شروط التعاقد لا سيما فيما يخص الإفصاح عن المحتوى الدعائي والترويج وفق المعايير القانونية»[1].

أما المسؤولية الجنائية، فتنشأ .كما تنقل الباحثة . «تتحقق عندما يكون الفعل المرتكب من طرف المؤثر أو المنصة مجرما بموجب القوانين السارية، وخاصة في إطار الدعاية المضللة أو الترويج غير المشروع»[2]، وقد رتّب القانون الفرنسي عقوبات صارمة على هذه المخالفات، إذ «يعاقب المخالف بالسجن لمدة تصل الى سنة واحدة وغرامة تصل إلى 300,000 يورو، ويمكن مضاعفة العقوبة في حال العود او وجود ظروف مشددة مثل تكرار الفعل او استهداف قصر»[3].

وعلى صعيد التضليل الإعلاني تحديداً، رتّب القانون الفرنسي عقوبات تصاعدية مرتبطة برقم أعمال المؤثر السنوي، إذ تنقل بوهنوش أنّ «تصل العقوبات إلى غرامة مالية قدرها 5% من حجم أعمال المؤثر السنوي، مع غرامات يومية قد تصل إلى 3,000 يورو حتى إزالة المخالفة، مع إمكانية المساءلة المدنية والجنائية إذا تبين قصد الاحتيال»[4].

أما على صعيد العقوبات الإدارية، فإنّ القانون الفرنسي وضع نظاماً تصاعدياً، إذ «ترتب المواد 13 و15 جزاءات مالية على الإخلال بمتطلبات الرقابة الإدارية، إذ نصت المادة 13 على فرض غرامات مالية تصاعدية قد تصل إلى 3,000 يورو يوميا عن كل يوم تأخير في تنفيذ الأوامر الإدارية، مع إمكانية بلوغ الحد الأقصى وهو 300,000 يورو أو 5% من حجم الأعمال السنوي للمنصة أو الجهة المخالفة»[5]. وعلى صعيد التجربة الأردنية، يلاحظ الباحثون بلل والربضي والحنيطي أنّ المشرّع الأردني اعتمد صياغة عامة

[1] بوهنوش، مرجع سابق، ص 481.

[2] المرجع نفسه، ص 481.

[3] المرجع نفسه، ص 482.

[4] المرجع نفسه، ص 482.

[5] بوهنوش، مرجع سابق، ص 483.

لتعريف المنصات الإلكترونية، إذ «عرفت المادة الثانية من القانون سالف الذكر المنصة الإلكترونية بأنها: "كل مساحة إلكترونية تتيح للمستخدمين إنشاء حساب أو صفحة أو مجموعة أو قناة أو ما يماثلها، يقوم المستخدم من خلالها بنشر أو إرسال أو استقبال الصور أو الفيديوهات أو التعليقات أو الكتابة أو الأرقام أو الرموز أو التسجيلات الصوتية"»[1].

ويختم بلل والربضي والحنيطي قراءتهم المقارنة بالخلوص إلى أنّ المشرّع الفرنسي قد تجاوز نظيره الأردني في تنظيم نشاط المؤثرين، إذ «نجد أن المشرع الفرنسي قد تجاوز الجرائم الإلكترونية التي تضمنه القانون الأردني رقم 17 لسنة 2023، بل إنه ذهب إلى تقنين المزيد من الجرائم ذات صبغة خاصة بموضوع عمل المؤثرين على منصات التواصل خاصة فيما يتعلق بمنع الترويج المباشر وغير المباشر لبعض المنتجات ذات التأثير السلبي على المجتمع»[2].

[1] بلل والربضي والحنيطي، مرجع سابق، ص 12.

[2] المرجع نفسه، ص 15.

**خاتمة الفصل.**

يتبيّن من خلال ما تقدّم أنّ الإطار القانوني المنظِّم لنشاط المؤثرين في الجزائر ما زال قيد التشكّل، وأنّ المنظومة التشريعية القائمة لا تستوعب خصوصيات هذا النشاط المستحدث، فلا توجد نصوص خاصّة بهذا النشاط، وما يطبَّق عليه هي نصوص عامّة سُنّت قبل أن تنضج الظاهرة، ومن ثمّ فإنّ المعالجة القانونية تظلّ ناقصة ومتذبذبة، يفتقدها المؤثرون الجادون الذين يبحثون عن مرجعية قانونية تضبط نشاطهم، ويستفيد منها بعض المؤثرين غير الملتزمين الذين يستغلون الفراغ التشريعي لممارسات تضر بالمتابعين وبسمعة المهنة.

ولا يقتصر الإشكال على غياب النصّ، بل يمتدّ إلى تشتّت الجهات الرقابية، وضعف التنسيق المؤسسي، والطبيعة العابرة للحدود للنشاط الرقمي، وضعف الوعي القانوني لدى المؤثرين أنفسهم، فضلاً عن قصور القانون العضوي 12-05 الذي وصفه الباحث بن عجايمية بأنّه لم يعد مواكباً للتغيرات الراهنة، وكلّها عوامل بنيوية لا يحلّها مجرد سنّ قانون جديد، بل تحتاج إلى مقاربة شاملة تجمع بين الإصلاح التشريعي والتأهيل المؤسسي والتكوين القانوني للمؤثرين والمتابعين.

وقد كشفت قراءة التشريع المقارن، خاصّة الفرنسي بمختلف أبعاده، أنّ بناء إطار قانوني شامل لنشاط المؤثرين يتطلّب أربعة عناصر متكاملة: تعريفاً قانونياً صريحاً للمؤثر، والتزامات تفصيلية للإفصاح، وقيوداً موضوعية على الترويج، ونظاماً للمسؤولية القانونية يشمل الأبعاد المدنية والجنائية والإدارية، فضلاً عن آليات للحجب والتقييد ومراقبة عابرة للحدود، وهي عناصر يمكن للمشرّع الجزائري الاستفادة منها، وفق ما يلائم خصوصيات السياق الوطني.

# الفصل الثالث:

# الإطار التطبيقي للدراسة

**تمهيد:**

تناولت دراستنا في الفصلين المنهجي والنظري المفاهيم والإشكاليات التي تُحيط بظاهرة المؤثرين الرقميين ، وما يثيره نشاطهم من تساؤلات قانونية غامضة، ننتقل الى الدراسة الميدانية التي اعتمدنا فيها على استمارة المقابلة التي تم تحكيمها من قبل عدة أساتذة من قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة لتوزع على العينة المستجيبة ،من قسمي الحقوق وعلوم الاعلام والاتصال بنفس الجامعة، وهذا من اجل ان يُبدي المتخصصون آراءهم في محاور الاستمارة الأربعة ؛ مستندين إلى خبرتهم الأكاديمية والقانونية ؛ وهذا الفصل التطبيقي هو قلب الدراسة النابض، إذ يُخرج التساؤل من دائرة الاف تراض والغموض إلى البحث عن إجابات من ذوي الاختصاص ومحاور المقابلة تتدرج من وضوح النصوص التشريعية وكفايتها مروراً بحماية القيم الثقافية والاليات المتخذة وصولاً إلى التحديات تُعيق تنظيم هذا النشاط الرقمي الفتيّ. ولا يسعنا إلا أن نُقرّ بأن ما أفضت إليه هذه المقابلات كان أغنى مما توقعناه، فقد كشف المبحوثون عن وعي نقدي عميق بفجوات التشريع الجزائري وبالرهانات الحقيقية لتنظيم المؤثر الرقمي في سياق رقمي لا يعرف الحدود.

**المحور الأول: محور البيانات الشخصية:**

**بالنسبة لمتغير الجنس:**

**شكل رقم 1 يمثل عينة الدراسة حسب متغير الجنس**

| الفئة | التكرار | النسبة |
|---|---|---|
| ذكر | 06 | 100 |
| انثى | 00 | 00 |

يوضح الجدول رقم 1 ان العينة هي ستة أساتذة متخصصين في القانون وعلوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وقد جاءت عينتنا ذكورية بالكامل كما هو موضح في الشكل 1 انعكاساً لطبيعة توزيع الكفاءات الأكاديمية المتوفرة في مجتمع الدراسة لا انحيازاً منهجياً .

**بالنسبة لمتغير التخصص**

**شكل رقم 2: يمثل عينة الدراسة حسب متغير التخصص**

| التخصص | النسبة | التكرار |
|---|---|---|
| علوم الاعلام والاتصال | 04 | 66,66 |
| الحقوق | 02 | 33.33 |

يوضح الجدول رقم 2 عدد المبحوثين الذين ينتمون لتخصص الاعلام والاتصال وتخصص الحقوق الذين يعتبرون قليل كميا لكن ازدواج التخصص زاد من ثراء معلومات الدراسة.

**بالنسبة لمتغير الرتبة العلمية**

**شكل رقم 3 يمثل عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية**

| الرتبة | النسبة | التكرار |
|---|---|---|
| أستاذ مساعد | 00 | 00 |
| أستاذ محاضر ا | 02 | 33,33 |
| أستاذ محاضر ب | 01 | 16,66 |
| أستاذ التعليم العالي | 03 | 50 |

يوضح الجدول رقم 3 توزيع الأساتذة المستجيبون حسب رتبهم العلمية بين أستاذ محاضر ا و ب وأستاذ تعليم عالٍ الامر الذي يثبت خبرة كبيرة للعينة.

**بالنسبة لمتغير سنوات الخبرة**

**الشكل رقم 4 يمثل عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة في التدريس**

| الرتبة | النسبة | التكرار |
|---|---|---|
| اقل من 5 سنوات | 00 | 00 |
| بين 5 سنوات و10 سنوات | 00 | 00 |
| بين 11 عام و20 سنة | 04 | 66,66 |
| اكثر من 20 سنة | 02 | 33,33 |

يوضح الجدول رقم 4 ان خبرة العينة المبحوثة الميدانية لا تقل في معظمها عن أحد عشر عاماً في التدريس، مما يمنح آراءهم رصانةً تُمكّنهم من الحكم على واقع التشريع الجزائري بعمق.

**بالنسبة لمتغير متابعة المبحوث لنشاط المؤثرين**

**شكل رقم 5 يمثل مدى متابعة المبحوثين لنشاط المؤثرين حسب وسائل التواصل الاجتماعي**

| نسبة المتابعة | النسبة | التكرار |
|---|---|---|
| دائما | 00 | 00 |
| احيانا | 05 | 83,34 |
| نادرا | 01 | 16,66 |

يوضح الجدول رقم 5 ان متابعة العينة لنشاط المؤثرين عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي ليس بشكل مستمر وهذا ان العينة ليسوا من فئة الشباب والمراهقين التي تعتبر اكبر جمهور للمؤثرين كذلك العينة هم أكاديميون يقدرون أهمية الوقت فلا يضيعونه على مواقع التواصل بل في البحث العلمي

**الدراسة التحليلية:**

**المحور الاول: مدى وضوح وكفاية النصوص التشريعية الحالية المنظمة لنشاط النشر عن طريق المؤثرين الرقمين.**

**01- مدى وضوح وكفاية الإطار القانوني الحالي في تحديد مسؤولية المؤثرين على المحتوى الذي يقومون بنشره: فقد تمثلت إجابات المبحوثين كما يلي:**

فقد صرح المبحوث رقم 1 على أنه وبالنظر الى حجم الانتهاكات التي يقوم بها المؤثرين في نشرهم للمحتويات الخاصة بهم عبر منصات التواصل الاجتماعي، ألا أن النصوص القانونية غير كافية وغير واضحة.

في حين أجاب المبحوث رقم 2 على أنه يعتري الإطار القانوني الحالي فراغا واضحا فيما يتعلق بتحديد مسؤولية المؤثرين في مجال النشر

كما أجاب المبحوث رقم 3 القوانين الحالية من حيث المبدأ كافية وشاملة ومواكبة للتطورات العصرية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال والبيئة الرقمية رغم بعض التأخر الذي تتصف به، وهي واضحة في تحديد مسؤولية المؤثرين فيما يخص المحتوى الذي يقومون بنشره، من حيث التجريم والعقاب والمسؤولية بنوعيها، مسؤولية الأشخاص الطبيعية والمعنوية.

وكانت إجابة المبحوث رقم 4 كالاتي: الإطار القانوني للمؤثرين في الجزائر فيما يتعلق بمسؤولياتهم عما ينشر من محتوى يعتبر واضحا من حيث المبدأ لكنه غير كافٍ من حيث التنظيم التفصيلي، والسبب هو أن المشرع لم يضع قانونا خاصا بالمؤثرين، بل يخضعهم لقواعد عامة متفرقة، لأنه يعامل كأي ناشر، ويخضع لقوانين الجمهورية لاسيما قانون العقوبات، والقانون المدني وقوانين الاعلام ... والسؤال المطروح: من هو "المؤثر"؟ متى يصبح نشاطه مهنيا؟ ما الفرق بينه وبين الصحفي أو المعلن؟

بينما تمثلت إجابة المبحوث رقم 5 في قوله: يمكن اعتبار ان الإطار القانوني الجزائري الحالي يوفّر أساسًا قانونيًا عامًا يسمح بتحديد مسؤولية المؤثرين عن المحتوى الذي ينشرونه عبر منصات التواصل الاجتماعي، غير أنّ هذا الإطار لا يزال يعاني من بعض أوجه الغموض وعدم التخصص الدقيق في التعامل مع ظاهرة المؤثر الرقمي. فمعظم النصوص القانونية الحالية وُضعت أساسًا لتنظيم الإعلام التقليدي أو الجرائم الإلكترونية بصفة عامة، ولم تُصغَ خصيصًا لتنظيم نشاط المؤثرين بوصفهم فاعلين جدد في البيئة الرقمي .

ورغم إمكانية الاستناد إلى عدة قوانين مثل قانون الإعلام، وقانون العقوبات، وقانون مكافحة الجرائم الإلكترونية، وقانون حماية المستهلك، إلا أن غياب تعريف قانوني دقيق للمؤثر، وحدود نشاطه، وطبيعة مسؤوليته المهنية أو التجارية، يجعل عملية تطبيق النصوص أحيانًا محل اجتهاد وتأويل .

كما أنّ تطور المنصات الرقمية وسرعة انتشار المحتوى يفرضان تحديات جديدة تتجاوز أحيانًا قدرة النصوص الحالية على المواكبة، خاصة فيما يتعلق بالإعلانات المموّلة، والمحتوى المضلل، وانتهاك الخصوصية، وخطاب الكراهية. لذلك يمكن اعتبار الإطار القانوني الحالي موجودًا لكنه غير كافٍ بصورة كاملة، ويحتاج إلى تطوير تشريعات أكثر تخصصًا ووضوحًا تتلاءم مع خصوصية النشاط الرقمي للمؤثرين .

ويرى المبحوث رقم 6 ان الإطار القانوني الحالي يتسم بوجود فراغ تشريعي نسبي متعمد او قصور في الملاحقة التدقيقية حيث لا يوجد قانون موحد وخاص ينظم مهنة المؤثر الرقمي بشكل مباشر ؛حتى الان ككيان قانوني مستقل ومع ذلك فان المسؤولية الجزائية والمدنية تقع عليهم كأفراد عبر تطبيق القواعد العامة الواردة في قانون العقوبات وقانون مكافحة الجرائم الالكترونية ومنه فالإطار القانوني الحالي غير كاف لأنه يعتمد على اسقاط نصوص تقليدية على بيئة رقمية ديناميكية ومعقدة.

**تفسير وتحليل:**

اجمع غالبية المبحوثين على أن الإطار القانوني الحالي يعاني من قصور واضح في تحديد مسؤولية المؤثرين الرقميين، فبينما ذهب المبحوثين الأول والثاني إلى وصف الفراغ التشريعي بشكل مباشر وصريح بقولهما ان النصوص غير كافية وغير واضحة، جاء موقف المبحوثين الرابع والخامس والسادس أكثر دقةً وتمييزاً، إذ أقرّوا بوجود أساس قانوني عام يمكن الاستناد إليه مبدئيا كقانون العقوبات، لكنه يفتقر إلى التخصيص والتفصيل الذي تقتضيه ظاهرة المؤثر الرقمي الذي لم تفصل القوانين في هويته القانونية في المقابل انفرد

المبحوث 3 بموقف أكثر إيجابية، رأى فيه أن القوانين الحالية كافية ومواكبة للتطورات العصرية وواضحة في تحديد مسؤوليتهم.

أبرز ما كشفت عنه الإجابات هو غياب تعريف قانوني موحد وصريح للمؤثر الرقمي في المنظومة التشريعية الجزائرية، وغموض وضعه القانوني بين الصحفي والمعلن والمواطن العادي؛ يُضاف إلى ذلك أن معظم النصوص القائمة صُمّمت أصلاً لتنظيم الإعلام التقليدي أو للتصدي للجرائم الإلكترونية بصفة عامة، ولم تُراعِ خصوصية البيئة الرقمية الديناميكية التي يعمل فيها المؤثرون، ومن ثمة، فإن تطبيق هذه النصوص على المؤثرين يظل قاصرا.

**2- رأي المبحوثين حول مدى وضوح وكفاية النصوص الجزائرية مثل قانون الاعلام وقانون حماية المستهلك وقانون الجرائم الالكترونية وقانون مكافحة خطاب الكراهية وقانون حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي إضافة الى قانون 23-14 في تحديد مسؤولية المؤثر على المحتوى الذي يقدمه، فقد تمثلت إجابات المبحوثين كما يلي:**

جاءت إجابة المبحوث رقم 1 كالاتي : بالرغم من كل هذه المواد القانونية الا انها غير كافية في تحديد مسؤولية المؤثرين عن المحتوى المنشور؛ ويجب ان نفرق بين ناشر المحتوى كصحفي تضبطه القوانين الخاصة بقطاع الاعلام والمؤثر الرقمي

كما صرح المبحوث رقم 2 هذه القوانين تعد غير كافية ولا تستجيب لتحديات المسؤولية عن المحتوى الذي ينشره المؤثرون الرقميون نظرا لخصوصية البيئة التي يتم فيها نشر محتواهم وهي التطبيقات الرقمية .

في حين تمثلت إجابة المبحوث رقم 3 النصوص القانونية التي لها علاقة مباشرة بمسؤولية المؤثرين الجزائية، رغم أنها لم تشرع خصيا من أجل هؤلاء المؤثرين، إلا أنها تغطي أغلب جوانب نشاط هؤلاء سيما الأفعال الخارجة عن القانون وفي جميع المجالات التي يرتكبونها بصورة أو أخرى، وبخاصة القانونية 09-04 و18-07.

بينما تمثلت إجابة المبحوث رقم 4 في قوله :ان الإطار التشريعي الجزائري موجود ومتنوع، لكنه ليس واضحا ولا كافيا بشكل كامل لتحديد مسؤولية "المؤثرين" تحديدا، كمالا يوجد في التشريع الجزائري تعريف صريح لـ "المؤثر الرقمي". وفي هذا غموض في تحديد صفته القانونية (أهو صحفي؟ أم معلن؟ أم تاجر؟ أم شخص عادي؟) وبالتالي صعوبة تحديد النظام أما عن المسؤولية فتستخرج من عدة نصوص: مسؤولية إعلامية (قانون الإعلام) ومسؤولية جزائية (الجرائم الإلكترونية، خطاب الكراهية) مسؤولية مدنية/تجارية (حماية المستهلك عند الإشهار)

المؤثر اليوم يقوم بإشهار منتجات توجيه الرأي العام وتحقيق أرباح ولكن عبر الإعلانات غير المصرح بها.

كما يعتمد على التضليل التجاري عبر المحتوى، وهنا تمنح سلطة تقديرية واسعة للقاضي، كما تشير الدراسات، الجرائم الإلكترونية معقدة من حيث الإثبات والتكييف، وهذا يؤثر مباشرة على مساءلة المؤثرين وتتبع المحتوى المنشور.

أما قانون 23-14 فلم يضع نظاما خاصا بالمؤثرين

بينما تمثلت إجابة المبحوث 5 في قوله: تُعدّ النصوص التشريعية الجزائرية الحالية إطارًا قانونيًا مهمًا يمكن من خلاله مساءلة المؤثرين عن المحتوى المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إذ تغطي هذه القوانين عدة جوانب مرتبطة بالنشاط الرقمي مثل حماية المستهلك، مكافحة الجرائم الإلكترونية، حماية المعطيات الشخصية، والتصدي لخطاب الكراهية والمحتوى المخالف للقيم العامة. وهذا يدل على وجود إرادة تشريعية لتنظيم المجال الرقمي بصفة عامة .

غير أنّ هذه النصوص تبقى في معظمها ذات طابع عام، ولم تُصمم خصيصًا لتنظيم نشاط المؤثرين الرقميين، مما يطرح إشكالًا على مستوى الوضوح والتطبيق العملي فمثلًا، لا يوجد تعريف قانوني دقيق للمؤثر، ولا تمييز واضح بين النشاط الشخصي والنشاط

التجاري أو الإعلامي الذي يمارسه عبر المنصات الرقمية، وهو ما قد يخلق صعوبة في تحديد طبيعة المسؤولية القانونية المترتبة عليه .

كما أنّ بعض القوانين، رغم أهميتها، تحتاج إلى نصوص تنظيمية أو آليات تطبيق أكثر دقة تتلاءم مع طبيعة البيئة الرقمية الحديثة، خاصة فيما يتعلق بالإعلانات المموّلة، والتأثير على الرأي العام، واستعمال البيانات الشخصية، والمحتوى العابر للحدود .

وعليه، يمكن القول إن التشريعات الحالية تشكل قاعدة قانونية مهمة ، لكنها لا تزال بحاجة إلى تحديث وتخصيص أكبر، من خلال سنّ إطار قانوني مستقل أو نصوص مكملة تُعنى مباشرة بتنظيم نشاط المؤثرين الرقميين وتحديد حقوقهم وواجباتهم بشكل أكثر وضوحًا .

وتوافقت إجابة المبحوث 6 معه بان هذه النصوص توفر أرضية ردعية عامة لكنها تفتقر الى التخصيص الاجرائي لنشاط المؤثرين فقانون الاعلام 23-14ركز بشكل اكبر على الصحافة الالكترونية والقنوات السمعية البصرية تاركا صناع المحتوى والمؤثرين في منطقة رمادية قانونيا (بين النشاط الشخصي والتجاري) وعن قوانين خطاب الكراهية والجرائم الالكترونية فهي فعالة جدا وصارمة من الناحية الجزائية في ضبط التجاوزات الأمنية والأخلاقية والخلاصة ان النصوص تشتت المسؤولية بين عدة قطاعات (تجارة بريد واتصالات واعلام) مما يجعلها غير كافية من الناحية التنظيمية والمهنية رغم كفايتها من الناحية العقابية العامة

**تفسير وتحليل:**

تتقاطع إجابات المبحوثين حول تشخيص مشترك، مفاده أن المنظومة التشريعية الجزائرية الحالية وإن كانت تُشكّل أرضية ردعية قانونية عامة، إلا أنها تعاني من تشتت تشريعي واضح وغياب التخصيص الإجرائي لنشاط المؤثرين تحديداً، فالمسؤولية موزعة على قطاعات متعددة (إعلام، تجارة، اتصالات، قضاء جزائي) دون تنسيق كافٍ فيما بينها، مما يُعسّر تطبيق النصوص بصورة فعّالة.

المبحوث 3 استثنى نفسه نسبياً من هذا التشخيص، إذ رأى أن القوانين تغطي أغلب جوانب نشاط المؤثرين لا سيما القانونين 09-04 و18-07. غير أن بقية المبحوثين أكدوا أن المشكلة ليست فقط في مضمون النصوص، بل في غياب تعريف قانوني واضح للمؤثر الرقمي، وغموض حدود الفصل بين نشاطه الشخصي والتجاري والإعلامي. كما أبرز المبحوث 6 ملاحظة جوهرية مفادها أن النصوص تكفي من الناحية العقابية العامة، لكنها تفشل على المستوى التنظيمي والمهني، وهو ما يُجسّد بوضوح المنطقة الرمادية التي يشغلها المؤثرون بين النشاط الشخصي والتجاري.

**3- وضوح الإطار القانوني على مستوى اليات حماية المستهلك من الترويج المضلل حسب قانو، 09-03،**

فقد صرح المبحوث 1 ان هذا القانون يحتاج الى تحيين وأن يكون أكثر تفصيلا في حين أجاب المبحوث 2 على أنه يمكن الاستناد إلى القانون 09-03 في إطار حماية المستهلك من الإشهار المضلل كإطار عام، لكنه يعد غير كاف وفعال للاستجابة للمحتوى الذي يبثه المؤثرون الرقميون الذي قد يشكل جريمة الكترونية، نحتاج إذن فيها إلى حماية المستهلك الالكتروني في البيئة الالكترونية وليس المستهلك التقليدي.

كما أجاب المبحوث 3 قانون حماية المستهلك وضع خصيصا لأجل حماية المستهلك من كل ما يضر به في صحته وذوقه وذمته المالية وغيرها، وأنا أعتقد بأن هذا القانون كاف لحماية المستهلك من كل صور الترويج المضلل، شريطة أن يتم الاستعانة بقوانين أخرى ومنها قانون ممارسة الأنشطة التجارية وقانون العقوبات، لأن هذا القانون لوحده عاجز عن إضفاء الحماية الكافية للمستهلك من الترويج المضلل.

وكانت إجابة المبحوث 4 كالاتي : قانون 03-09 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ويتضمن قواعد مهمة مثل :

-1 منع الإشهار الكاذب أو المضلل

فرض الإعلام الصادق للمستهلك 2-

3حماية المستهلك من الخداع في طبيعة أو خصائص المنتوج

وهذا كل ما يتعلق بالمؤثرين

بينما تمثلت إجابة المبحوث 5 في قوله : انه يوفر قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03 مجموعة من المبادئ القانونية التي تهدف إلى حماية المستهلك من الممارسات التجارية المضللة، بما في ذلك الإشهار الكاذب أو تقديم معلومات غير صحيحة حول المنتجات والخدمات، ويمكن تطبيق هذه الأحكام على نشاط المؤثرين عندما يقومون بالترويج لمنتجات أو خدمات عبر منصات التواصل الاجتماعي، خاصة إذا كان المحتوى ذا طابع إشهاري أو تجاري .

غير أنّ الإطار القانوني الحالي لا يزال يواجه بعض الغموض فيما يتعلق بكيفية تطبيق هذه الآليات على المؤثرين الرقميين تحديدًا، لأن القانون وُضع أساسًا لتنظيم العلاقات التجارية التقليدية ولم يواكب بصورة كاملة تطور التسويق الرقمي عبر المنصات الاجتماعية. فالكثير من المؤثرين يمارسون نشاطًا إشهاريًا دون التصريح الواضح بالطابع التجاري للمحتوى، مما يصعّب أحيانًا إثبات المخالفة أو تحديد المسؤولية القانونية .

كما أن آليات الرقابة والمتابعة الإلكترونية لا تزال محدودة ؛ مقارنة بسرعة انتشار المحتوى الرقمي، إضافة إلى صعوبة مراقبة الإعلانات العابرة للحدود أو المنشورة عبر حسابات شخصية لذلك، ورغم وجود أساس قانوني لحماية المستهلك، إلا أن الحاجة تبقى قائمة إلى نصوص أكثر دقة تُلزم المؤثرين بالشفافية في الإعلانات الرقمية، وتحدد بوضوح واجباتهم تجاه الجمهور والمتابعين .

في حين يرى المبحوث 6 ان قانون حماية المستهلك غير واضح بما يكفي فهو يضبط الممارسات التجارية التقليدية (التاجر والزبون) اما في البيئة الرقمية فيمارس المؤثر ما يعرف بالإشهار المقنع او التوصيات الشخصية دون الإعلان صراحة عن وجود عقد

اشهاري او رعاية ممولة مما يصعب على مصالح الرقابة التابعة لوزارة التجارة لإثبات المخالفة او الترويج المضلل لغياب نصوص تلزم المؤثر بوضع وسم الاشهار او ممو.

**تفسير وتحليل:**

تكشف إجابات المبحوثين عن توافق واسع على نقطة محورية الا وهي ان قانون حماية المستهلك 09-03 يوفر مبادئ قانونية صالحة كمنع الإشهار الكاذب وفرض الإعلام الصادق، إلا أنه غير مُعدّ في أصله للتعامل مع البيئة الرقمية الخاصة بالمؤثرين. فالقانون وُضع أساساً لتنظيم العلاقة بين التاجر التقليدي والمستهلك، في حين يتميز الإشهار عبر المؤثرين بطابعه المقنّع والضمني الذي يصعب إثباته قانونياً.

أبرز المبحوث 2 و6 إشكالية جوهرية تتمثل في ظاهرة الإشهار الغير مصرح به حيث يروّج المؤثرون لمنتجات دون الإفصاح الصريح عن وجود عقد إشهاري أو رعاية مموّلة، وهو ما يجعل مصالح الرقابة التابعة لوزارة التجارة عاجزة عن إثبات المخالفة وتوفير الحماية الكافية للمستهلك من الترويج المضلل خاصة في ظل غياب نص صريح يُلزم المؤثر بالإفصاح عن ان ما يروج له داخل في الاشهار وهذا كله من اجل حماية المستهلك الإلكتروني وقد أضاف المبحوث 5 سببا آخر لقصور القانون 09-03 يتعلق بمحدودية آليات الرقابة الإلكترونية وصعوبة مراقبة الإعلانات العابرة للحدود وعليه يبقى القانون أداةً ناقصة دون تعديلات تلائم البيئة الالكترونية وتُلزم المؤثرين بالشفافية.

**4- إمكانية تطبيق قانون الاعلام 12-05 (الذي صمم في الأصل للإعلام التقليدي) على النشاط الاعلامي للمؤثرين.**

فقد صرح المبحوث 1 انه بالنسبة للقانون العضوي للإعلام 23-14 فانه يتحدث عن نشاط المؤسسات والاعلامين المنتمين لمؤسسات الكترونية والذي يجب ان تكون في ظل إجراءات قانونية واضحة.

في حين أجاب المبحوث 2 على أنه تبنى المشرع من خلال القانون العضوي 12-05 المتعلق بالإعلام حرية الإعلام عبر الأنترنت، من خلال الاعتراف القانوني بالصحافة والإعلام الالكتروني لكن المشكل أن نشاط المؤثرين الرقميين يعد نشاطا موازيا (غير) رسمي، حيث يمارسه هواة وأحيانا ذو سوابق عدلية، بدون الخضوع للقانون كالقيد في السجل التجاري أو دفع الضرائب وهذا كله استغلالا للفراغ التشريعي الذي يحكم نشاطهم

كما أجاب المبحوث 3 إذا ارتكب المؤثر جريمة ذات طابع إعلامي، أو جريمة من الجرائم التي يتشارك فيها مع الإعلاميين، فهنا يمكن تطبيق هذا القانون، بشرط الاستعانة بالقوانين الأخرى سيما قانون العقوبات.

وكانت إجابة المبحوث 4 كالاتي : نعم القانون 12-05 في جانب الاعلام الالكتروني ، لا يخضع المؤثرون تلقائيا إلا إذا مارسوا نشاطا إعلاميا منتظما (مثل نشر محتوى إخباري أو تحليلي دوري)، حيث يعاملون كصحافة إلكترونية تتطلب تصريحًا أو ترخيصًا؛ وجود مقترح قانون منفصل لتنظيم "المؤثرين" فيما بعد 2025 يشير إلى عدم تغطية كاملة حاليًا، لكن القوانين الحالية تُطبَّق جزئيًا عبر قوانين أخرى مثل قانون العقوبات للقذف والسب أو التحريض.

وتوافقه إجابة المبحوث 5 في قوله ان يمكن تطبيق بعض أحكام قانون الإعلام 12-05 المعدل والمتمم بالقانون 23-14 على نشاط المؤثرين، خاصة في الحالات التي يتحول فيها المحتوى الرقمي إلى نشاط إعلامي مؤثر في الرأي العام أو يتضمن نشر معلومات وأخبار ومضامين ذات طابع جماهيري، فالمؤثر اليوم لم يعد مجرد مستخدم عادي لوسائل التواصل الاجتماعي، بل أصبح في كثير من الأحيان فاعلًا إعلاميًا يمارس التأثير والتوجيه ويشارك في صناعة المحتوى الإعلامي والاتصالي .

غير أنّ تطبيق هذا القانون على المؤثرين يظل نسبيًا وغير شامل، لأن القانون وُضع أساسًا لتنظيم وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحافة المكتوبة، والسمعية البصرية

والإلكترونية المهنية، بينما يتميز نشاط المؤثرين بطابع فردي ورقمي سريع التطور يصعب إخضاعه بالكامل لنفس القواعد التقليدية .

كما أن بعض المفاهيم الواردة في قانون الإعلام، مثل المؤسسة الإعلامية أو الصحفي المحترف أو مدير النشر، لا تنطبق بشكل مباشر على المؤثرين، ما يخلق فراغًا قانونيًا في تحديد الوضعية القانونية لهذه الفئة؛ ومع ذلك، يمكن الاستناد إلى المبادئ العامة للقانون، خاصة المتعلقة بأخلاقيات النشر، واحترام النظام العام، وعدم نشر الأخبار الكاذبة أو المحتويات المخالفة للقانون .

لذلك، فإن تطبيق قانون الإعلام على المؤثرين ممكن من حيث المبدأ، لكنه يحتاج إلى تكييف قانوني وتشريعي أكثر وضوحًا يأخذ بعين الاعتبار خصوصية البيئة الرقمية وطبيعة نشاط المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي .

وجاءت إجابة المبحوث 6 على انه يمكن اسقاط بعض المبادئ العامة فقط مثل احترام الآداب العامة والنظام العام وعدم نشر الاخبار الكاذبة لكن من الناحية الإجرائية يصعب تطبيقه لان قانون الاعلام ينظم المؤسسات الإعلامية والصحفي المحترف الذي يخضع لأخلاقيات المهنة وله بطاقة مهنية بينما المؤثر الرقمي ينشر بصفة فردية ولحسابه الخاص ولا تصنف صفحته كوسيلة إعلامية نظامية مما يمنع اخضاعه لنفس اليات الضبط كأحكام سلطة السمعي البصري او مجلس اخلاقيات المهنة

**تفسير وتحليل:**

تتفق إجابات المبحوثين على أن تطبيق قانون الإعلام على المؤثرين ممكن من حيث المبدأ في الحالات التي يكتسب فيها نشاطهم طابعاً إعلامياً أو جماهيرياً، ولكنه يظل تطبيقاً جزئياً ومحدوداً يفتقر إلى الشمولية. المبحوث 1 نبّه إلى أن القانون العضوي 23-14 يركّز على المؤسسات الإعلامية والإعلاميين المنتمين إليها، مما يُخرج المؤثر المستقل من نطاق تطبيقه. وقد أضاف المبحوث 2 إلى ذلك إشكالية أعمق، تتعلق بالطابع غير الرسمي لنشاط

المؤثرين وغيابهم عن المنظومة الرسمية للإعلام. كما يعتبر ان عدم تسجيل المؤثرين أنفسهم لدى مصالح التجارة مشكل وفراغ تشريعي خطير

أما المبحوثون الرابع والخامس والسادس، فقد اتفقوا على أن المفاهيم الجوهرية في قانون الإعلام كالمؤسسة الإعلامية والصحفي المحترف ومدير النشر لا تنطبق بشكل مباشر على المؤثرين، مما يُفرز فراغاً قانونياً في تحديد وضعيتهم القانونية ويُخلص المبحوث 6 إلى أنه يمكن إسقاط بعض المبادئ العامة كاحترام الآداب العامة وعدم نشر الأخبار الكاذبة، لكن من الناحية الإجرائية يتعذّر إخضاع المؤثر للآليات نفسها التي تخضع لها المؤسسات الإعلامية أو الصحفيون المحترفون.

**5- مساهمة قانون حماية المعطيات الشخصية 07-18 في توضيح الإطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين، وتوفيره الحماية الكافية لخصوصية الافراد وبياناتهم ذات الطابع الشخصي من بعض ممارسات المؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي.**

فقد صرح المبحوث 1 ان هذا القانون يساهم في حماية البيانات الشخصية بفرض احترام الشفافية في نشر المعطيات التي تخص الأشخاص واوجد هذا القانون هياكل رسمية مسؤولة عن معالجة المعطيات خاصة بعد دخول حيز التنفيذ القانون رقم 25-11 المعدل والمتمم لقانون 18-07 كما صدر قانون مكمل يعرف

بقانون 26-07 الذي صدر بتاريخ السابع من جانفي لسنة 2026، الذي يؤسس لإنشاء هيكل مسؤول عن الأنظمة المعلوماتية.

في حين أجاب المبحوث 2 على أنه قانون حماية المعطيات الشخصية 07-18 يهدف الى الحماية القانونية للحياة الشخصية والخاصة للأفراد من خلال بياناتهم الشخصية، والقانون يشترط موافقة صريحة ومسبقة لهم على هذه الحماية، لكن المؤثرين يشتغلون في الفوضى وبدون أي رقابة، أو التزام قانوني في البيئة الرقمية، مما يصعب إجبارهم على هذا الالتزام فعليا لغياب إطار قانوني يحدد حقوقهم ومسؤولياتهم.

كما أجاب المبحوث 3 يمكن تطبيق القانون 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، وذلك عندما يقوم المؤثر بجمع أو انتهاك أو تعديل أو محو أو استعمال دون إذن أو وجه حق بيانات أو معطيات ذات طابع شخصي في البيئة الرقمية، وبخاصة على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي .

وأكدت إجابة المبحوث 4 ان قانون حماية المعطيات الشخصية 18-07 (المعدل بالقانون 25-11 لعام 2025) يسهم في تأطير نشاط المؤثرين كمعالجي بيانات شخصية عبر فرض التزامات صارمة على الشفافية والموافقة، إذا جمعوا أو نشروا بيانات شخصية (مثل الصور أو التعليقات) دون موافقة صريحة، ويشمل ذلك المعالجة الآلية أو اليدوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، يوفر القانون ضمانات قوية عبر السلطة الوطنية لحماية المعطيات التي تمنح التصاريح، تفرض عقوبات، وتتعاون دوليًا، مع حقوق الأفراد مثل الولوج والتصحيح. ومع ذلك، غياب ذكر صريح للمؤثرين يجعل الحماية غير كاملة أمام الانتشار السريع للمحتوى الرقمي، مقارنة بالهيئة الأوروبية، مما يتطلب تنظيمات إضافية

وتوافقت إجابة المبحوث 5 مع الإجابة السابقة في قوله ان قانون حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي 18-07 يسهم في تعزيز الإطار القانوني المنظم للنشاط الرقمي بصفة عامة، من خلال وضع مجموعة من المبادئ والالتزامات المتعلقة بجمع البيانات الشخصية، ومعالجتها، واستعمالها وتكتسي هذه الأحكام أهمية كبيرة بالنسبة لنشاط المؤثرين، باعتبار أنهم يتعاملون بشكل مباشر أو غير مباشر مع بيانات المتابعين، سواء عبر المسابقات الإلكترونية أو الحملات الإشهارية أو المحتويات التفاعلية على منصات التواصل الاجتماعي .

ويُلزم القانون مختلف معالجي البيانات، بمن فيهم المؤثرون، باحترام مبادئ الشفافية والموافقة المسبقة وحماية الحياة الخاصة وعدم استغلال البيانات خارج الأغراض المصرح

بها. كما يمنح للأفراد حق حماية معلوماتهم الشخصية ومنع استخدامها بطريقة تمس خصوصيتهم أو حقوقهم الرقمية .

غير أنّ فعالية هذا القانون في الواقع العملي ما تزال مرتبطة بمدى تطبيقه وآليات الرقابة عليه، خاصة في البيئة الرقمية التي تتميز بسرعة تداول المعلومات وصعوبة مراقبة المنصات الأجنبية. كما أنّ الكثير من المؤثرين قد يفتقرون إلى الوعي القانوني الكافي المتعلق بحماية البيانات الشخصية، مما يؤدي أحيانًا إلى ممارسات تمس خصوصية الأفراد دون إدراك للعواقب القانونية .

وعليه، يمكن القول إن قانون 18-07 يشكل خطوة مهمة نحو تنظيم النشاط الرقمي وحماية الخصوصية، إلا أنّ الحاجة تبقى قائمة إلى تعزيز آليات التطبيق والرقابة، إلى جانب تكثيف التوعية القانونية للمؤثرين والجمهور حول حقوق حماية البيانات الشخصية في الفضاء الرقمي .

إجابة المبحوث 6 تعتبر ان قانون حماية المعطيات الشخصية 18-07 يسهم كأداة حمائية قوية من الناحية النظرية ، حيث يلزم المؤثرين قانونا بعدم تصوير الأشخاص في الأماكن العامة ،او استغلال صورهم وفيديوهاتهم وبياناتهم دون موافقتهم الصريحة (باعتبار الصورة بيانا شخصيا) ، ومع ذلك فان قدرته على مواكبة البيئة الرقمية تظل مرهونة باليات الرقابة الرقمية وتفعيل دور السلطة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي للتعامل مع المحتوى الفوري (كالدستوريات والبث المباشر )الذي يختفي سريعا ،ويصعب تتبعه واثباته ان لم يقم الضحية بالتبليغ الفوري.

**تفسير وتحليل:**

يبرز من مجموع الإجابات توافق واضح على أن قانون 18-07 يُشكّل أداة حماية قوية من الناحية النظرية، ويُلزم من حيث المبدأ المؤثرين بمجموعة من الالتزامات الجوهرية كالشفافية والموافقة المسبقة وعدم معالجة البيانات الشخصية خارج أغراضها المصرح بها.

وقد نوّه المبحوث 1 إلى التطورات التشريعية الحديثة من خلال القانونين المُعدِّلَين 25-11 و26-07 بوصفهما خطوة ممتازة نحو تفعيل منظومة حماية البيانات وإنشاء هياكل رقابية مختصة.

غير أن المبحوثين 2 و5 و6 أجمعوا على أن فاعلية هذا القانون في الواقع العملي تواجه عدة عقبات كضعف آليات الرقابة الرقمية وصعوبة تتبع المحتوى الرقمي الفوري كالقصص والبث المباشر الذي يختفي بسرعة وغياب الوعي القانوني لدى المؤثرين أنفسهم بالتزاماتهم في مجال حماية البيانات وعدم ذكر المؤثرين صراحةً في نصوص القانون، مما يجعل مساءلتهم رهينة باجتهاد السلطة الوطنية لحماية المعطيات وفي النهاية يبقى هذا القانون أداةً جزئية تحتاج إلى دعم على مستوى اليات التطبيق.

**ملخص لنتائج تحليل إجابات المحور الثاني:**

يكشف التحليل المعمّق لإجابات المبحوثين الستة حول المحور الثاني ،أن المنظومة التشريعية الجزائرية المنظِّمة لنشاط النشر عبر المؤثرين الرقميين تعاني في مجملها من قصور بنيوي واضح، يتجلى في الفجوة بين وجود نصوص قانونية عامة، تطبق على المؤثرين وغياب تشريع ملائم ومتخصص لهذه الفئة بالتحديد من الناشطين في الفضاء الافتراضي التي تسمى المؤثرون ، فرغم توافر أطر قانونية متعددة، كقانون الإعلام وقانون حماية المستهلك ، وقانون مكافحة الجرائم الإلكترونية، وقانون حماية المعطيات الشخصية، إلا أن هذه النصوص صُمِّمت في أصلها لتنظيم بيئات قانونية تقليدية أو جرائم رقمية عامة، ولم تُراعِ خصوصية المؤثر الرقمي بوصفه فاعلاً جديداً ،يجمع بين الصفة الشخصية والتجارية والإعلامية في آنٍ واحد .

ويُعدّ غياب تعريف قانوني دقيق وموحّد للمؤثر الرقمي مصدرَ الإشكال الجوهري، إذ يُفضي إلى غموض في تحديد وضعيته القانونية وحدود المسؤولية المترتبة على ما ينشره فالمشرّع الجزائري يعامل المؤثر بوصفه فرداً عادياً خاضعاً للقواعد العامة دون أن يُخصص

له إطاراً تنظيمياً مهنياً خاصاً، مما يتركه في منطقة رمادية ومتشتت بين النشاط الشخصي والتجاري الامر الذي يستغله الكثيرون للإفلات من المساءلة.

وتزيد من حدة هذا القصور ظاهرة الإشهار المقنّع التي يعجز قانون حماية المستهلك عن اثباته وملاحقته في غياب نص يُلزم المؤثر بالإفصاح الصريح عن الطابع التجاري لمحتواه. كما يواجه تطبيق قانون الإعلام على المؤثرين إشكالاً إجرائياً عميقاً، إذ لا يمكن بموجبه مساءلة المؤثر، باعتباره صحفياً محترفاً ينتمي إلى مؤسسة إعلامية نظامية، مما يُصعب إخضاعه لآليات الضبط المهني والأخلاقي المعمول بها، أما قانون حماية المعطيات الشخصية 18-07 فرغم أهميته النظرية وتعديلاته الأخيرة، فإن فاعليته العملية تظل مقيّدةً بضعف آليات الرقابة الرقمية، وصعوبة تتبع المحتوى الآني كالبث المباشر والقصص المؤقتة.

وفي ضوء كل ذلك، يتضح أن المنظومة التشريعية الجزائرية تمتلك أرضية عقابية جزائية مقبولة جدا، لكنها تفتقر إلى التأطير التنظيمي المهني المتخصص، مما يجعل الحاجة ماسّةً إلى سنّ تشريع مستقل، كما حدث في بعض الدول كفرنسا، وايجاد نصوص مكمّلة تُعرِّف المؤثر الرقمي، وتُحدد حقوقه وواجباته، وتُرسي آليات رقابة فعّالة تتلاءم مع خصائص البيئة الرقمية المتطورة.

**المحور الثالث: حماية الثقافة الوطنية للمجتمع الجزائري في المحتوى الرقمي للمؤثرين.**

**6 - حماية التشريعات الجزائرية مثل قانون التراث (98-04) للأطر الثقافية المادية والمعنوية من الدعاية الضارة وسوء الاستغلال عبر محتوى المؤثرين:**

فقد صرح المبحوث 1 ينص القانون 98-04 على حماية التراث الثقافي للمحافظة على الممتلكات الثقافية باعتبارها تراث مشترك كما اقر ضرورة انشاء بنوك معطيات لتسجيل التراث اللامادي وحسبه يحتاج هذا القانون الى تعديل.

في حين أجاب المبحوث 2 على أنه يمكن الاستناد إلى المادة 100 من القانون رقم 98-04 المتعلق بالتراث الثقافي التي عاقبت على كل إشهار مخالف لأحكام هذا القانون.

كما أجاب المبحوث 3 انها مقبولة إلى حد كبير لكن يجب دائما ملاحظة النقائص وتدارك هذه التشريعات بالتعديل اللازم تجنبا لأي تناقض أو التباس أو ثغرة قد يستغلها هؤلاء المؤثرون الجناة

وكانت إجابة المبحوث 4 كالاتي: نعم، تحمي التشريعات الجزائرية مثل قانون التراث 98-04 الإطار الثقافي المادي واللامادي من الدعاية الضارة وسوء الاستغلال عبر محتوى المؤثرين، من خلال تجريم الإساءة والنشر غير المرخص، معتمدًا على عقوبات جزائية صارمة، يغطي القانون التراث الثقافي المادي (مثل المعالم والآثار) والمعنوي (مثل التقاليد والفنون)، ويجرم التخريب، التهريب، الإتجار غير المشروع، والإهمال، مع عقوبات تتراوح من الغرامات إلى السجن اذ يُحظر تحويل التراث إلى سلعة تجارية دون ترخيص، مما يشمل الاستغلال الرقمي. يمكن تطبيق القانون على المؤثرين إذا نشروا محتوى يُشوِّه أو يستغل التراث تجاريًا دون إذن، كما أظهرت دراسات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كأداة مزدوجة؛ ومع ذلك، يفتقر إلى آليات رقابة رقمية محددة، مما يعتمد على قوانين أخرى مثل الإعلام أو العقوبات للدعاية الضارة.

بينما تمثلت إجابة المبحوث 5 في قوله: ان توفر التشريعات الجزائرية، وعلى رأسها قانون حماية التراث الثقافي 98-04، إطارًا قانونيًا مهمًا لحماية الموروث الثقافي المادي والمعنوي من مختلف أشكال الاستغلال أو التشويه أو المساس بالقيم الوطنية والثقافية. ويشمل ذلك حماية المعالم التاريخية، والعادات والتقاليد، والرموز الثقافية، وكل ما يرتبط بالهوية الوطنية الجزائرية .

وفي ظل الانتشار الواسع للمحتوى الرقمي، أصبح للمؤثرين دور كبير في عرض التراث والثقافة عبر منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يمكن أن يكون إيجابيًا في التعريف

بالموروث الوطني، لكنه قد يتحول أحيانًا إلى وسيلة للإساءة أو التوظيف التجاري غير اللائق أو نشر صور ومضامين تسيء للرموز الثقافية والقيم المجتمعية .

ورغم أن قانون التراث يتضمن نصوصًا تجرّم بعض أشكال الاعتداء أو الاستغلال غير المشروع للتراث، إلا أن تطبيقه على المحتوى الرقمي للمؤثرين ما يزال يواجه تحديات مرتبطة بطبيعة البيئة الإلكترونية وسرعة انتشار المحتوى، كما أن القانون لم يتناول بشكل صريح الممارسات الرقمية الحديثة التي تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما يحد أحيانًا من فعاليته في مواجهة بعض التجاوزات الإلكترونية .

لذلك يمكن القول إن التشريعات الحالية توفر حماية قانونية مهمة للثقافة الوطنية، لكنها تحتاج إلى تطوير وتحيين يتماشى مع التحولات الرقمية الحديثة، مع ضرورة تعزيز الرقابة والتوعية بأهمية احترام التراث الثقافي في المحتوى الرقمي الذي يقدمه المؤثرون.

ويتوافق إجابة المبحوث 6 مع سابقتها في قوله نعم يوفر القانون حماية موضوعية عامة، لكنه يفتقر للنصوص الضابطة للممارسات الرقمية الحديثة.

التحليل القانوني القانون رقم 98-04 المتعلق بحماية التراث الثقافي يفرض عقوبات صارمة على تشويه او تهريب او استغلال التراث الثقافي (المادي كالمعالم والمعنوي كالفلكلور واللباس لتقليدي) دون ترخيص من وزارة الثقافة

بالنسبة للمؤثرين: اذا قام مؤثر بنشر محتوى مسيئ لصورة معلم اثري او ينسب تراثا جزائريا لغير اهله بغرض الدعاية الضارة او الربح المادي يمكن ملاحقته قضائيا ومع ذلك هناك فراغ في اليات الملكية الفكرية الرقمية لحماية التراث غير المادي من السطو التجاري عبر منصات التواصل الاجتماعي

**تفسير وتحليل:**

تتمحور إجابات المبحوثين الستة، حول صلاحية القانون رقم 98-04 المتعلق بحماية التراث الثقافي في التصدي لما يمكن أن يُحدثه المؤثرون الرقميون من أضرار قد تطول

الموروث الثقافي الجزائري المادي واللامادي على حدٍّ سواء. وما يلفت النظر في مجمل هذه الإجابات أنها تتقاطع في نقطة جوهرية مفادها أن القانون المذكور يحمل في طياته آليات حماية حقيقية، فالمبحوثون اتفقوا على أهمية هذا القانون كقاعدة قانونية غير أن فاعليتها تبقى ناقصة نوعا ما مقارنة بالواقع الرقمي المتسارع التطور والمتشعّب.

اذ يؤكد المبحوث 1 أن هذا القانون يمسّ في جوهره مسألة المحافظة على الممتلكات الثقافية وتسجيلها، لا سيما اللامادية منها عبر إنشاء بنوك المعطيات، مع الإشارة الصريحة إلى ضرورة مراجعته وتحيينه. ويُعزز هذا الطرح ما ذهب إليه المبحوث الثاني حين أشار تحديداً إلى المادة 100 من القانون ذاته التي سلّطت عقوبة صريحة على كل إشهار يسيء باي طريقة لاحد رموز التراث، وهنا يتوضح انه يمكن الاستناد نظرياً لهذا القانون لكن يبقى عائق غياب آليات تطبيق الرقابة الرقمية فعليا على أرض الواقع.

أما المبحوث 3 فتحمله اجابته تشابها نوعا ما مع اجابات زملائه فهو يعتبر التشريعات "مقبولة إلى حد كبير" وينوه إلى ضرورة تدارك النقائص بالتعديل المستمر، وهو موقف يعكس وعياً بديناميكية التشريع وحاجته للتجديد المتواصل لمواكبة ما يُحدثه الفضاء الرقمي من تحديات مستجدة.

ومن جهة أخرى، ينبّهنا المبحوث 1 إلى كون وسائل التواصل الاجتماعي سلاحا ذو حدين وجب الانتباه منه اثناء التعامل مع التراث، إذ يمكن أن تكون أداة للتعريف بالموروث الثقافي سواء التراث المادي من معالم وآثار، او المعنوي من فنون وتقاليد وملابس تقليدية، والترويج له وتوثيقه، كما يمكن أن تتحول إلى منبر للتشويه والاستغلال التجاري غير المرخص. مُحذراً أيضا من وجود فراغ قانوني، فيما يتعلق بوجود اليات الرقابة الحقيقة التي تتصدى لتشويه التراث عبر المنصات الإلكترونية.

وفي السياق ذاته، يُقدّم المبحوث 1 قراءة أكاديمية رصينة تنبع من خبرته الطويلة في مجال الاعلام والقانون تربط بين النص القانوني وإشكالية التطبيق، مُلاحظاً أن قانون التراث

وإن تضمّن نصوص تجريم صريحة لبعض أشكال الاستغلال غير المشروع، فإن تطبيقه على المحتوى الرقمي يصطدم بتحدي طبيعة البيئة الإلكترونية المتسارعة التي تجعل الانتشار يسبق كل تدخل قانوني ممكن. ويرى أن القانون لم يُعالج بشكل صريح الممارسات الرقمية الحديثة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يحدّ من فاعليته في مواجهة بعض التجاوزات الإلكترونية.

والمبحوث 1 بدوره يؤكد أن القانون يوفر "حماية موضوعية عامة" لكنه يفتقر إلى النصوص الضابطة للممارسات الرقمية الحديثة

ومن هنا نقول بناءا على مجمل الإجابات أن القانون رقم 98-04 يمثل قاعدة قانونية جيدة لحماية التراث الجزائري، لكنه شُرّع في زمن لم تكن فيه وسائل التواصل الاجتماعي ولا ظاهرة المؤثرين منتشرة. ومن ثمّ فإن تطبيقه على السياق الرقمي يفتح الباب للتأويل القضائي ويبقى بحاجة ملحّة إلى إصلاح تشريعي يُدمج آليات حماية رقمية صريحة، ويُحدد بوضوح مسؤولية المؤثر تجاه التراث الثقافي الوطني.

**7- كفاية النصوص القانونية الحالية بالجزائر لمنع انتهاكات المؤثرين للتراث الثقافي الجزائري (مثل تشويه الرموز الوطنية)**

فقد صرح المبحوث 1 انها غير كافية وتحتاج الى اثراء وإعادة تحيين نظرا لحجم الانتهاكات مما يؤثر على سمعة البلد

ويوافق المبحوث 2 على أنه للأسف لا تعد هذه النصوص كافية لتوفير الحماية، بل يتم الاستناد فيها عادة إلى نصوص عامة كالدستور وقانون العقوبات

كما أجاب المبحوث 3 بان نصوص قانون العقوبات من المادة 160 وما يليها كفيلة إلى حد كبير لحماية رموز الوطن وتراثه الثقافي، لكن يجب الاستعانة أيضا ببعض القوانين الخاصة لتدعيم الحماية أكثر .

وكانت إجابة المبحوث 4 كالاتي: يجرم القانون 98-04 (المعدل والمتمم) الإساءة، التخريب، والاستغلال غير المشروع للتراث المادي واللامادي، مع عقوبات تصل إلى السجن والغرامات، ويحظر النشر أو الدعاية دون ترخيص. يدعم بقانون العقوبات لجرائم الإهانة أو التشهير بالرموز الوطنية، مما يسمح بملاحقة المؤثرين إذا ثبت الضرر.

يتطلب الأمر تعديل القانون 98-04 ليشمل آليات رقمية مثل الرقابة الإلكترونية والتعاون مع المنصات، بالإضافة إلى تفعيل دور السلطات مثل الديوان الوطني للتراث.

بمعنى هناك غياب لتشريعات متخصصة بالرقمنة يعيق الرقابة على المؤثرين، رغم الإرادة الوطنية للحماية

بينما تمثلت إجابة المبحوث 5 كالاتي:

تتضمن المنظومة القانونية الجزائرية عدة نصوص تهدف إلى حماية الرموز الوطنية والتراث الثقافي من مختلف أشكال الإساءة أو التشويه، سواء من خلال قانون التراث الثقافي، أو بعض مواد قانون العقوبات التي تجرّم المساس بالمصلحة الوطنية والرموز المرتبطة بالهوية الوطنية والثوابت الثقافية للمجتمع الجزائري .

غير أنّ هذه النصوص رغم أهميتها، لا تبدو كافية بشكل كامل لمواجهة كل الانتهاكات التي قد يرتكبها المؤثرون عبر المنصات الرقمية، خاصة في ظل التطور السريع لوسائل التواصل الاجتماعي وظهور أشكال جديدة من المحتوى الرقمي يصعب أحيانًا ضبطها قانونيًا. كما أن بعض التجاوزات تتم تحت غطاء "حرية التعبير" أو "المحتوى الترفيهي"، مما يجعل عملية التكييف القانوني للمخالفة أكثر تعقيدًا .

وتكمن إحدى الإشكالات الأساسية في غياب نصوص قانونية متخصصة تنظم بشكل مباشر مسؤولية المؤثرين تجاه المحتوى المرتبط بالهوية الوطنية والرموز الثقافية، إضافة إلى محدودية آليات الرقابة الرقمية وسرعة انتشار المحتوى قبل التدخل القانوني .

وعليه، يمكن اعتبار النصوص الحالية قاعدة قانونية مهمة، لكنها تحتاج إلى تدعيم بإجراءات أكثر تخصصًا ووضوحًا، تشمل وضع ضوابط قانونية خاصة بالمحتوى الرقمي، وتعزيز الوعي لدى المؤثرين بأهمية احترام الرموز الوطنية والتراث الثقافي الجزائري أثناء إنتاج المحتوى ونشره عبر المنصات الرقمية.

وكانت إجابة المبحوث 6 تعتبر بان النصوص القانونية الحالية كافية وصارمة جدا فيما يتعلق بالرموز الوطنية ومتوسطة الفعالية في حماية الجزئيات الثقافية الأخرى فعندما يتعلق الامر بالرموز الوطنية ( كالعلم الوطني والنشيد الوطني او رموز الثورة التحريرية (فان قانون العقوبات الجزائري وقانون المجاهد والشهيد بالإضافة الى الدستور يفرضون حماية مطلقة فأي مساس او تشويه لهذه الرموز من طرف مؤثر (سواءا بالتهكم او التحريف في الفيديوهات )يقع تحت طائلة الجنايات والجنح الماسة بالمصلحة الوطنية والعقوبات هنا رادعة جدا وتصل الى السجن النافذ

**تفسير وتحليل:**

يبين لنا هذا السؤال عن شبه إجماع بين المبحوثين على أن المنظومة التشريعية الجزائرية تعاني من قصور واضح في مواجهة الانتهاكات الرقمية التي يمكن أن يرتكبها المؤثرون بحق التراث الثقافي الوطني غير أن هذا الإجماع ليس مطلقاً، إذ تتباين مستوياته بين المبحوثين.

فالمبحوث 1 يُصدر حكماً قاطعاً بعدم الكفاية، ويُرجع ذلك إلى حجم الانتهاكات المتراكمة وانعكاسها السلبي على صورة الجزائر، والمبحوث 1 يؤيده في هذا الحكم لكنه يُضيف بُعداً اخر يتمثل في الاعتماد التشريعي على النصوص العامة كالدستور وقانون العقوبات عوضاً عن نصوص متخصصة، وهو ما يعني في جوهره غياب الدقة التشريعية المطلوبة.

في المقابل، يتبنى المبحوث 1 موقفاً أكثر تفاؤلاً حين يُحيل إلى المواد 160 وما يليها من قانون العقوبات باعتبارها توفر حماية كافية لرموز الوطن وتراثه، مع الإقرار بضرورة الاستعانة بقوانين خاصة داعمة. وهذا الموقف لا يتناقض مع الاجابتين السابقتين، بل إنه يُكمّلهما، لأن المبحوث لا ينفي الحاجة إلى تدعيم النصوص الموجودة بل يدعو إليها.

أما المبحوث 4 فيقدّم أعمق تحليل في هذه النقطة فهو يشير الى وجود ثغرات كثيرة كغياب آليات رقابة رقمية ضمن القانون ذاته، وثغرة صعوبة التطبيق التي تتجلى في ضعف التعاون مع المنصات الدولية وغياب دور الديوان الوطني للتراث. وهذا ما إلى ما يوضح ان "الإرادة الوطنية لحماية التراث موجودة لكن هناك غياب اليات حقيقية على ارض الواقع"

والمبحوث 6 يُقدّم إجابة تحليلية مهمة حيث يرى ان كل ما يتعلق بالرموز الوطنية الكبرى كالعلم والنشيد والثورة التحريرية، محمي حماية قانونية مطلقة وصارمة وفعلية.

واما ما يتعلق بالجزئيات الثقافية الأخرى كالموروث الفلكلوري والموسيقى الشعبية واللباس التقليدي، فيصف الفعالية بالمتوسطة، وهو تمييز يُثري التحليل وهذا ما يقودنا الى إدراك.

أن المشكلة ليست فراغاً تشريعياً كاملاً بقدر ما هي غياب تخصص تشريعي يُراعي طبيعة المحتوى الرقمي، وخصائص الفضاء الافتراضي، فالنصوص موجودة لكنها تنتظر مراجعة تُفعّلها في البيئة الرقمية، وتُحدد مسؤولية المؤثر بشكل أدق.

**8- تجريم النصوص التشريعية الجزائرية للمحتوى المسيء الذي ينشره المؤثرون الذي يمس بالثوابت الدينية أو يقصد به الإساءة إلى الشعائر الإسلامية والثوابت الوطنية**

فقد صرح المبحوث 1 نعم النصوص القانونية تجرم المحتوى المسيء الذي ينشره المؤثرون المسيء للثوابت الدينية التجريم مستمد من قانون العقوبات وقانون الاعلام إذا كان المؤثر إعلاميا ومن الدستور، ويوافقه المبحوث 2 على أنه نعم يمكن الاستناد إلى هذه

النصوص كإطار عام يحكم ويجرم هذه الممارسات لكنه يحتاج كما قلنا إلى نصوص خاصة أكثر دقة ووضوحا

وتذهب إجابة المبحوث 3 في نفس السياق بقوله نعم تجرم النصوص التشريعية كل ما يمس الثوابت الدينية والوطنية والشعائر الإسلامية، ومثال ذلك المادة 144 مكرر 2 التي تعاقب كل من أساء إلى الرسول صلى الله عليه وسلم أو بقية الأنبياء أو استهزأ بالمعلوم من الدين بالضرورة أو بأية شعيرة من شعائر الإسلام

وكانت إجابة المبحوث 4 كالاتي : تُجرم المادة 144 مكرر من قانون العقوبات الإساءة إلى النبي محمد صلى الله عليه وسلم أو الأنبياء، أو الاستهزاء بالمعلوم من الدين بالضرورة أو أي شعيرة إسلامية عبر الكتابة، الرسم، التصريح، أو أي وسيلة إلكترونية، بعقوبة حبس من 3 إلى 5 سنوات وغرامة 50,000 إلى 100,000 دج. تشمل جرائم أخرى تدنيس المصحف، انتهاك حرمة المقابر، والاستهزاء بالشعائر كأصل عام.

تحمي المادة 160 مكرر العلم والنشيد الوطنيين من التشويه أو التدنيس، مع عقوبات مشددة إذا رُبطت بأمن الدولة أو الوحدة الوطنية، وتنطبق على المنصات الرقمية. يُعزز ذلك دستوريا برموز ثورة نوفمبر كثوابت غير قابلة للتغيير.

تباشر النيابة العامة المتابعة تلقائيًا للنشر عبر الإنترنت، كما حدث في حالات سابقة، مما يجعل المؤثرين مسؤولين عن محتواهم الرقمي

بينما تمثلت إجابة المبحوث 5 كالاتي: نعم، تتضمن التشريعات الجزائرية عدة نصوص قانونية تُجرّم المحتوى الذي يمس بالثوابت الدينية والوطنية أو يتضمن إساءة للشعائر الإسلامية والقيم الأساسية للمجتمع الجزائري، سواء تم نشره عبر وسائل الإعلام التقليدية أو عبر المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي .

ويظهر ذلك من خلال قانون العقوبات وبعض القوانين المكملة، مثل قانون الوقاية من خطاب الكراهية والتمييز، إضافة إلى الأحكام المتعلقة بحماية النظام العام والأخلاق العامة

والوحدة الوطنية ، كما أن الدستور الجزائري يؤكد على حماية مقومات الهوية الوطنية المتمثلة في الإسلام والعروبة والأمازيغية، مما يمنح أساسًا قانونيًا لتجريم أي محتوى يتعمد الإساءة لهذه الثوابت .

وفي سياق نشاط المؤثرين، يمكن مساءلة أي مؤثر قانونيًا إذا قام بنشر محتوى يتضمن سبًا أو استهزاءً بالشعائر الدينية أو تحريضًا على الكراهية أو المساس بالقيم الوطنية، خاصة إذا كان المحتوى منشورًا بشكل علني ويؤثر على الرأي العام أو السلم الاجتماعي .

ورغم وجود هذه النصوص، تبقى بعض التحديات مرتبطة بكيفية تطبيقها على المحتوى الرقمي، خاصة مع الطابع السريع والعابر للحدود لوسائل التواصل الاجتماعي، إضافة إلى صعوبة التمييز أحيانًا بين حرية التعبير والمحتوى المسيء. لذلك تظل الحاجة قائمة إلى تطوير آليات المتابعة الرقمية، وتعزيز الوعي القانوني لدى المؤثرين بمسؤولياتهم الأخلاقية والقانونية أثناء إنتاج المحتوى ونشره.

وتوافقت إجابة المبحوث 6 معه بان نعم بشكل قطعي وصريح بموجبي قانون العقوبات وقوانين الاعلام بحيث نجد في قانون العقوبات المادة 144 مكرر تعاقب بالحبس والغرامة كل من اساء الى رسول الله عليه الصلاة والسلام او استهزا بمعلوم من الدين بالضرورة او باي شعيرة من شعائر الإسلام سواء عن طريق الكتابة الرسم او أي وسيلة الكترونية، اما قانون الاعلام وقانون السمعي البصري فيلزم صناع المحتوى والقنوات بعد بث أي مادة تمس بالمرجعية الدينية الوطنية او الهوية الثقافية للمجتمع ،فالمؤثرون الذين يتعمدون اثارة الجدل حول الثوابت الدينية لكسب المشاهدات يتعرضون للمتابعة القضائية الفورية بتهمة المساس بالمعلوم من الدين واثارة الفتنة.

**تفسير وتحليل:**

يتضح لنا جليا التوافق الكبير في الآراء فيما يتعلق بنقطة تجريم النصوص لمحتوى المؤثرين المسيء، إذ أجمع المبحوثين الستة على أن التشريع الجزائري يُجرّم بوضوح

وصرامة أي محتوى يمسّ الثوابت الدينية أو يُسيء إلى الشعائر الإسلامية أو الثوابت الوطنية .

اذ يتبيّن من خلال ما تم تقديمه لنا من إجابات أن الحماية القانونية للثوابت الدينية والوطنية تتميز بالوضوح والصرامة، وأن المشرّع خصّص لها نصوصاً صريحة ومفصّلة تُشكّل درعاً قانونيا متكاملا. ومع ذلك تبقى التحديات التطبيقية قائمة، خاصة في ما يتصل برصد المحتوى الرقمي وتكييفه قانونياً قبل أن يُحدث أضرارا اجتماعية.

غير أن هذا التوافق لم يمنع المبحوثين من الاختلاف في تفصيل زوايا الموضوع فنرى ان المبحوث 3 يشير الى اهمية قانون الإعلام وقانون السمعي البصري اللذين يُلزمان صنّاع المحتوى بعدم بث أي مادة تمسّ بالمرجعية الدينية الوطنية أو الهوية الثقافية للمجتمع وهذا يعني أن الحماية لا تقتصر على الجانب الجزائي البحت بل تمتد إلى جانب الضبط الإداري والإعلامي، مما يُنشئ منظومة حماية متكاملة تُغطي أوجه الإساءة الرقمية من زوايا مختلفة.

ونجد المبحوث 4 يسهب في شرح اكثر دقة فيعتبر انه من اهم المواد في هذا الشأن المادة 144 مكرر من قانون العقوبات التي تُجرّم الإساءة إلى النبي محمد صلى الله عليه وسلم أو إلى الأنبياء، أو الاستهزاء بما هو معلوم من الدين بالضرورة، أو بأي شعيرة إسلامية، وذلك عبر الكتابة أو الرسم أو التصريح أو أي وسيلة إلكترونية. ويُضيف أن هذا النص يمكن ان يُطبق على المنصات الرقمية باعتبارها وسيلة إلكترونية، ويُجزم بأن النيابة العامة تتحرك تلقائياً بمجرد النشر عبر الإنترنت دون انتظار شكوى.

وبالنسبة لإجابة المبحوث 5 فنجده يشير إلى إشكالية التكييف القانوني، حيث يرى أن الصعوبة لا تكمن في غياب النصوص بل في التمييز بين ما يقع تحت خانة "حرية التعبير" وما يتخطى حدودها ليدخل في دائرة الإساءة المجرَّمة خاصة كما يلزم اخذ الطابع السريع

والعابر للحدود لوسائل التواصل الاجتماعي بعين اثناء الاجتهاد القضائي وواعي وتفاعل المشرع مع طبيعة المحتوى الرقمي.

ويُشير المبحوث 6 بأسلوب مباشر إلى أن المؤثرين الذين يتعمدون استغلال الجدل حول الثوابت الدينية لكسب المشاهدات يتعرضون للمتابعة القضائية الفورية بتهمة المساس بالمعلوم من الدين وإثارة الفتنة، وهو وصف يعكس التطبيق الفعلي للنصوص لا مجرد وجودها النظري.

**9- تُوفير النصوص التشريعية الجزائرية (كقانون حماية الطفل 05-12) حمايةً قانونية كافية للقاصرين من التوظيف التجاري في محتوى المؤثرين أو استهدافهم بالإعلانات المضللة عبر منصات التواصل الاجتماعي**

فقد صرح المبحوث 1 بقوله اظن ان هذا القانون يحتاج الى مواد أخرى قصد حماية الطفل حيث نجد نص المادة 10 فقط من القانون التي تنص على عدم استعمال الطفل في ومضات اشهارية او صور إعلانية

في حين أجاب المبحوث 2 على أنه النصوص الحالية رغم توفيرها حماية قانون للطفل لكن في البيئة الرقمية ظهرت ممارسات أخرى يقوم بها المؤثرون مثل استغلال الأطفال عبر الأنترنت، الاتجار بالبشر عبر الأنترنت، تحتاج إلى قمع لها، وكذلك تدخل من السلطات المختصة على المستوى التقني لمنع وصول هذه الإعلانات لهم.

كما أجاب المبحوث 3 القانون 12-15 المتعلق بحماية الطفل هو قانون إجرائي وليس قانون موضوعي هدفه تحديد مختلف الإجراءات المطبقة على الأحداث منذ ارتكاب الجريمة إلى غاية مرحلة المحاكمة، وهذا القانون له علاقة بما قد يقترفه المؤثرون بحق الأطفال أو استهدافهم للأطفال بالإعلانات المضللة، ومنه ما نصت عليه المواد 137 و 140 و 141 و 143 من هذا القانون إضافة إلى ما نصت عليه قوانين أخرى. المؤثرون بحق الأطفال

أو استهدافهم للأطفال بالإعلانات المضللة، ومنه ما نصت عليه المواد 137 و140 و141 و143 من هذا القانون إضافة إلى ما نصت عليه قوانين أخرى.

وكانت إجابة المبحوث 4 كالاتي يحظر القانون 15-12 الاستغلال الاقتصادي للطفل، بما في ذلك التوظيف أو التكليف بعمل يضر بصحته أو سلامته أو يحرمه من الدراسة، ويمنع استعمال الطفل في الإشهار أو الأفلام أو الصور دون ترخيص من ممثله الشرعي وخارج فترات التمدرس. يعاقب المؤثرون كمستغلين اقتصاديين بعقوبات جزائية، مع تدابير وقائية عبر مصالح الوسط المفتوح والسلطة القضائية. يحمي القانون القاصرين من الإعلانات الضارة عبر التزام الدولة بمنع المعلومات الضارة للطفل، مدعومًا بقانون الإعلام 23-14 وقانون العقوبات (مثل المادة 196 مكرر للأخبار المضللة)، وقانون حماية المستهلك الإلكتروني. يجرم التشهير أو نشر صور قاصرين دون إذن (المادة 298 مكرر).

بينما تمثلت إجابة المبحوث 5 في قوله ان توفر التشريعات الجزائرية، وعلى رأسها قانون حماية الطفل 15-12، إطارًا قانونيًا مهمًا لحماية القاصرين من مختلف أشكال الاستغلال أو الإضرار بمصالحهم النفسية والاجتماعية والأخلاقية، بما في ذلك الاستغلال التجاري أو التعرض لمحتويات غير ملائمة عبر الوسائط الرقمية. كما تنص بعض القوانين الأخرى، مثل قانون حماية المستهلك وقانون الإعلام، على مبادئ تهدف إلى حماية الفئات الهشة من التأثيرات السلبية للمحتوى الإعلامي والإشهاري .

غير أنّ هذه الحماية، رغم أهميتها، لا تزال تواجه تحديات كبيرة في البيئة الرقمية الحديثة، خاصة مع تنامي ظاهرة المؤثرين الذين يعتمدون على الأطفال أو يوجهون محتوى إشهاريًا للقاصرين دون رقابة كافية. فبعض الممارسات الرقمية قد تتضمن استغلال الأطفال في المحتوى التجاري أو التأثير على سلوكهم الاستهلاكي من خلال الإعلانات المموّهة أو المضللة .

كما أنّ النصوص الحالية لا تتناول بشكل تفصيلي خصوصية الإعلانات الرقمية الموجهة للأطفال عبر منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يخلق فراغًا قانونيًا نسبيًا في تنظيم هذا النوع من المحتوى. إضافة إلى ذلك، تبقى آليات الرقابة والتتبع الإلكتروني محدودة مقارنة بسرعة انتشار المحتوى الرقمي وتنوع المنصات المستعملة .

وعليه، يمكن القول إن التشريعات الجزائرية توفر حماية قانونية أساسية للقاصرين، لكنها تحتاج إلى تدعيم بنصوص أكثر تخصصًا تتعلق بالمحتوى الرقمي والإعلانات الإلكترونية، مع تعزيز الرقابة والتوعية الرقمية لحماية الأطفال من الاستغلال التجاري والتأثيرات السلبية للمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وتوافقت إجابة المبحوث 6 معه بان قانون حماية الطفل يوفر حماية عامة صلبة لكن هناك فراغ اجرائي كبيير في بيئة صناعة المحتوى vlogging

التحليل القانوني : التوظيف التجاري للأطفال القانون رقم 15- 12 المتعلق بحماية الطفل يمنع استغلال الأطفال اقتصاديا او في أي اعمال تضر صحتهم او نموهم النفسي والأخلاقي قيام بعض الاولياء المؤثرين باشراك أطفالهم القصر في فيديوهات يومية لغرض الربح التجاري (اليوميات تحديات الإعلانات ) الامر يعد انتهاكا لخصوصية الطفل واستغلالا تجاريا غير مشروع

الاستهداف بالإعلانات المضللة اذ يفتقر التشريع الجزائري الحالي لنصوص خاصة (مثل قانون coppa الأمريكي الذي يمنع الخوارزميات من توجيه إعلانات تجارية مضللة او ضارة كالأطعمة الغير صحية او الألعاب الالكترونية الخطرة للأطفال عبر حسابات المؤثرين(

النتيجة حماية الطفل من الاستغلال الرقمي في الجزائر تحتاج الى قوانين تكميلية تنظم عمل الأطفال في الفضاء الر قمي وتحدد مسؤولية الاولياء والمؤثرين بشكل دقيق.

**تفسير وتحليل:**

يُجمع المبحوثون على أن قانون حماية الطفل 15-12 يُرسي حماية قانونية أساسية للقاصرين في ما يتصل بالاستغلال التجاري، غير أنه يُعاني من فراغات إجرائية وموضوعية جوهرية حين تكون البيئة الرقمية مسرح الجريمة.

يُشير المبحوث 1 إلى أن القانون لا يتضمن في مجال حماية الطفل الرقمي إلا نص المادة العاشرة التي تحظر استعمال الطفل في الإشهار، وهو نص ذو طابع عام لا يستوعب بكل أبعاده أشكال التوظيف الرقمي المعاصر، كاليوميات المسجلة والتحديات وفيديوهات المؤثرين التي تستعمل الأطفال لجذب الجمهور وزيادة المشاهدات. ويُفيد المبحوث 2 أن ظهور ممارسات رقمية جديدة كاستغلال الأطفال عبر الإنترنت والاتجار الإلكتروني بالبشر يستوجب تدخلاً أمنياً وتقنياً وتشريعياً متكاملاً ومتخصصاً.

وفي هذا الصدد، يُقدّم المبحوث 3 تأهيلاً قانونياً دقيقاً حين يُفرّق بين الطابع الإجرائي للقانون 15-12 وبين الحاجة إلى قوانين موضوعية تُحدد بدقة المسؤوليات المرتبطة بنشاط المؤثرين تجاه القاصرين، مُشيرا في الوقت نفسه ان المواد 137 و140 و141 و143 من هذا القانون التي توفر بعض الأدوات القانونية المهمة المعالِجة لهذه القضية.

ويُقدّم المبحوث 4 تحليلاً مُعمّقاً يُبيّن فيه أن القانون يحظر الاستغلال الاقتصادي للطفل بما فيه استعماله في الإشهار دون ترخيص من الممثل الشرعي، وأنه يُدرج المؤثر في دائرة المستغلين الاقتصاديين الخاضعين لعقوبات جزائية. ويذهب أبعد من ذلك حين يُشير إلى قانون حماية المستهلك الإلكتروني والمادة 196 مكرر من قانون العقوبات بشأن الأخبار المضللة، باعتبارها ضمانات تكميلية لحماية القاصرين من الاستهداف الإعلاني المُضلِّل.

ويكشف المبحوث 5 والسادس عن الفراغ القانوني الأخطر في هذا الملف، وهو غياب نصوص متخصصة تُنظم الإعلانات الرقمية الموجهة للأطفال عبر منصات التواصل الاجتماعي. ويُحيلنا المبحوث 6 في هذا الصدد إلى قانون "كوبا" الأمريكي بوصفه نموذجاً

تشريعياً يمنع الخوارزميات من توجيه إعلانات ضارة للأطفال، وهو مقارنة تُظهر مدى التفاوت بين ما وصل إليه التشريع الغربي و ثغرات التشريع الجزائري.

وكمحصلة لاهم ماورد في الإجابات نقول ان المنظومة التشريعية توفر حداً لابأس به من الحماية للقصر لكنها تعجز عن مواكبة التعقيد الرقمي لظاهرة توظيف الأطفال في محتوى المؤثرين، وتحتاج إلى قوانين تكميلية صريحة تُنظم عمل الأطفال في الفضاء الرقمي وتُحدد مسؤولية الأولياء والمؤثرين بدقة وشمولية.

**ملخص لنتائج تحليل إجابات المحور الثالث:**

يكشف تحليل اجابات المحور الثالث من هذه المقابلة بخصوص مسألة حماية الثقافة الوطنية الجزائرية من خلال المنظومة التشريعية القائمة، في مواجهة الانتهاكات المحتملة التي يرتكبها المؤثرون عبر محتواهم الرقمي عدة حقائق جوهرية تستحق الوقوف عندها بعمق.

أولاً: الجزائر تمتلك منظومة تشريعية لا بأس بها في مجال حماية التراث والثوابت الوطنية والدينية وهي في الواقع أكثر شمولاً رغم تشتت النصوص، فهناك قانون التراث 98-04، وقانون العقوبات بمواده المتعددة، والدستور بثوابته العليا، وقانون الإعلام، وقانون السمعي البصري، وقانون حماية الطفل، وقانون مكافحة خطاب الكراهية، كل هذه النصوص تُشكّل في مجملها شبكة حماية جيدة

ثانياً: غير أن هذه الشبكة تم سنها في زمن سابق لعصر وسائل التواصل الاجتماعي والمؤثرين الرقميين، مما يجعل تطبيقها على هذه الظاهرة الجديدة يستلزم في أحيان كثيرة تأويلاً قضائياً توسعياً، والقضاة وحدهم ليسوا المعنيين بهذه المهمة بل ان المشرّع نفسه مطالَب بتدخل تحديثي عاجل.

ثالثاً: تبرز ثلاثة مجالات على وجه التحديد يشعر فيها المبحوثون بأن النقص التشريعي هو الأكثر حدةً فالملكية الفكرية الرقمية للتراث اللامادي، وحماية الأطفال في البيئة الرقمية

من الاستغلال التجاري عبر المحتوى الترفيهي، وآليات الرقابة الرقمية الاستباقية التي تحول دون الانتشار الواسع للمحتوى المسيء قبل التدخل القانوني اكثر ما يجب تكميله بنصوص تخصيصية في أسرع وقت

رابعاً: ثمة اتفاق ضمني بين جميع المبحوثين على أن المطلوب ليس هدم المنظومة التشريعية القائمة واستبدالها بأخرى، بل تدعيمها بنصوص تكميلية متخصصة تُعرّف المؤثر الرقمي قانونياً وتُحدد مسؤولياته بوضوح تجاه التراث والقيم الوطنية والجمهور المستهدَف.

**المحور الرابع التدابير القانونية المتخذة تجاه المخالفات**

**10- كفاية النصوص الواردة في قانون الوقاية من الجرائم الإلكترونية ومكافحتها 09-04 لمواجهة الجرائم الرقمية التي يرتكبها المؤثرون كالتشهير الإلكتروني ونشر المعلومات المضللة وانتهاك الخصوصية.**

فقد صرح المبحوث 1 رغم وجود هذا القانون الا انه لابد من إيجاد قوانين أخرى فيس ظل التحول الرقمي

في حين أجاب المبحوث 2 على أنه رغم أهمية الاستناد إلى هذا القانون إلا أنه كما سبق القول نحتاج إلى معرفة من يخاطب هذا القانون أحيانا، لأن الكثير من المؤثرين ينشطون من خارج الدولة، وأحيانا قد يصعب تتبع نشاطهم أو من يشتركون فيه

كما أجاب المبحوث 3 هذا القانون قديم نسبيا إذا ما قورن بغيره من القوانين، غير أنه من الناحية العملية كاف لتغطي مختلف جوانب الجريمة الالكترونية، لكن لا بد من تدعيمه بقوانين أخرى تكون له سندا في تغطية مكافحة مختلف أصناف الجريمة المعلوماتية.

وكانت إجابة المبحوث 4 كالاتي قانون (09-04) يركّز أساسًا على:

جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية (الاختراق، القرصنة) والجرائم المتعلقة بالبيانات (التزوير، الإدخال غير المشروع) بعض الأفعال المرتبطة بالمحتوى (لكن بشكل عام)

بمعنى: هو قانون تقني/جزائي عام، وليس موجهًا خصيصًا للمحتوى الإعلامي أو نشاط المؤثرين.

بينما تمثلت إجابة المبحوث 5 في قوله يشكل قانون الوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها 09-04 خطوة مهمة في مواجهة الجرائم الرقمية التي ظهرت مع التطور التكنولوجي وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي. إذ يتضمن القانون أحكامًا تسمح بمتابعة الأفعال المرتبطة بالتشهير الإلكتروني، والاعتداء على الحياة الخاصة، واختراق الأنظمة المعلوماتية، واستعمال الوسائط الرقمية في ارتكاب أفعال مخالفة للقانون .

وفيما يتعلق بالمؤثرين، يمكن تطبيق هذا القانون على العديد من التجاوزات التي قد يرتكبها بعضهم، مثل نشر معلومات مضللة، أو المساس بسمعة الأشخاص، أو استغلال الصور والمعطيات الشخصية دون إذن، أو التحريض عبر المحتوى الرقمي. كما يمنح القانون للجهات القضائية والأمنية صلاحيات للتحقيق والمتابعة في الجرائم المرتكبة عبر الوسائط الإلكترونية .

غير أنّ فعالية هذا القانون تبقى مرتبطة بمدى مواكبته للتطور السريع للمنصات الرقمية وأساليب التأثير الحديثة التي يعتمدها المؤثرون. فبعض الجرائم الرقمية اليوم أصبحت أكثر تعقيدًا من الناحية التقنية والقانونية، خاصة فيما يتعلق بالمحتوى العابر للحدود أو المنشور عبر منصات أجنبية يصعب إخضاعها للإجراءات الوطنية .

كما أن غياب تنظيم قانوني خاص بالمؤثرين يجعل تطبيق النصوص أحيانًا يتم بصورة عامة دون معالجة دقيقة لخصوصية نشاطهم الرقمي. لذلك، ورغم أهمية قانون 09-04 في مكافحة الجرائم الإلكترونية، إلا أنّ الحاجة تبقى قائمة إلى تطويره وتحيينه باستمرار، مع تعزيز آليات الرقابة الرقمية والتنسيق بين الهيئات المختصة لمواجهة مختلف أشكال الانحرافات التي قد تحدث عبر المحتوى الرقمي للمؤثرين.

وتوافقت إجابة المبحوث 6 معه بان هذا القانون يتضمن قواعد موضوعية واجرائية هامة لملاحقة الجرائم الرقمية ويعطي صلاحيات واسعة للهيئات القضائية والأمنية لجمع الأدلة الرقمية لكنه صيغ بشكل عام ليعالج الجريمة الالكترونية بمفهومها التقليدي كالقرصنة والاختراق اما عندما يتعلق الامر بالمؤثرين فتظهر ثغرات في تحديد المسؤولية القانونية عن المحتوى التفاعلي مثل التعليقات المضللة والاعلانات المموهة مما يجعل الحاجة ملحة لنصوص تكميلية تضبط مسؤولية المؤثر على ما ينشره على منصات التواصل

**تفسير وتحليل:**

يُطرح في هذا السؤال إشكال دقيق يتعلق بكفاية قانون متخصص في الجرائم الإلكترونية رقم 09-04 لمواجهة الجرائم الرقمية المستحدثة التي ظهرت في نشاطات بعض المؤثرين الرقميين بعد سنوات من صدوره. وقد كشفت الإجابات عن توافق قوي يفيد بأن هذا القانون يُشكّل قاعدة قانونية جيدة لكنه غير كافٍ وحده لمعالجة الجرائم الرقمية الخاصة بالمحتوى الذي ينشره المؤثرون وقد تطرقت مختلف الإجابات في هذه النقطة بالتحديد الى مفهوم الجريمة الإلكترونية التقليدية الذي بُني عليها القانون 09-04، ومفهوم جريمة المحتوى الرقمي التي تنشأ عن نشاط المؤثرين. وتميزت اغلب الإجابات برؤية ضرورة ادخال تعديلات على هذا القانون ليشمل الجرائم المرتبطة بالمحتوى والتأثير الرقمي، وسنّ قانون متخصص يعالج هذه الجرائم ويراعي خصائصها التقنية.

وهنا نجد ان المبحوث نبهنا الى إشكالية الاختصاص الإقليمي، حيث يُلاحَظ أن كثيراً من المؤثرين ينشطون من خارج الحدود الجزائرية أو يُشارك في نشاطهم أطراف أجانب، مما يُعقّد تطبيق القانون الوطني ويُضعف فاعليته العملية. وهذه الإشكالية هي في جوهرها مسألة سيادة رقمية تُمثل أحد أبرز تحديات القانون الجزائي الدولي في الفضاء الإلكتروني.

ويُحدد المبحوث 4 بدقة علمية نطاق القانون الحقيقي، إذ يُبيّن أنه يُركّز على ثلاثة محاور: جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية من اختراق وقرصنة، وجرائم التزوير وإدخال

البيانات غير المشروع، وبعض الأفعال المرتبطة بالمحتوى لكن بصياغة عامة. وبهذا التحليل يُظهر أن القانون ذو طابع تقني–جزائي عام وليس موجهاً خصيصاً لتنظيم النشاط الرقمي للمؤثرين. وهو بهذا يُوضح الفرق بين الجريمة الإلكترونية بمفهومها التقليدي وجريمة المحتوى الرقمي التي تُعدّ ظاهرة أحدث وأكثر تعقيداً.

ويعتبر المبحوث 5 ان هذا القانون يسمح للسلطات المختصة بمتابعة الأفعال المرتبطة بالتشهير الإلكتروني لكن فعالية هذا القانون تبقى ناقصة مقارنة بالتطور السريع للمنصات الرقمية وأساليب التأثير الحديثة التي يعتمدها المؤثرون .

أما المبحوث 5 فيُقرّ بأن القانون يتضمن قواعد موضوعية وإجرائية هامة وصلاحيات واسعة للهيئات القضائية والأمنية في جمع الأدلة الرقمية، غير أنه يُشير إلى ثغرة بنيوية جوهرية تتمثل في صعوبة تحديد المسؤولية القانونية عن المحتوى التفاعلي، لا سيما التعليقات المضللة والإعلانات المُموَّهة، مما يجعل الحاجة ملحّة لنصوص تكميلية تضبط مسؤولية المؤثر عمّا ينشره.

**11- جدوى التدابير القانونية الحالية (قانون العقوبات وقانون الإعلام وتحديدا لمادة 71منه) في التصدى بشكل جيد لكل التجاوزات مثل نشر الأخبار الكاذبة.**

فقد كان السؤال مبهما نوعا ما بالنسبة للمبحوث 1 الذي أشار لنا ان قانون الاعلام الجديد يحتوى فقط على 56 مادة فقط

في حين أجاب المبحوث 2 على أنه نصت المادة 71 على ممارسة نشاط الصحافة الالكترونية والنشاط السمعي البصري لكن المؤثرين الرقميين ليسوا صحفيين ولا يمارسون نشاطهم وفق الضوابط المتعلقة بهذا القانون في الغالب

كما أجاب المبحوث 3 بالرجوع لنصوص قانون العقوبات وقانون الإعلام ومع مختلف التعديلات التي عرفها قانون العقوبات ومؤخرا قانون الإعلام، أعتقد بأن النصوص الواردة في كليهما كافية للتصدي بشكل جيد لكل التجاوزات وبخاصة نشر الأخبار الكاذبة، وأخص

بالذكر هنا المادة 196 مكرر من قانون العقوبات التي تعاقب بالحبس من سنة إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 100.000 دج إلى 300.000 دج، كل من ينشر أو يروج عمدا، بأية وسيلة كانتن أخبارا أو أنباء كاذبة أو مغرضة بين الجمهور ويكون من شأنها المساس بالأمن العمومي أو النظام العام .

وكانت إجابة المبحوث 4 كالاتي التشهير الإلكتروني لا يعتمد أساسًا على قانون 09-04، بل على قانون العقوبات + قانون الإعلام، ف قانون 09-04 لا يتضمن تعريفًا واضحًا للمحتوى المضلل ولا يضع التزامات خاصة بالمؤثرين فالنصوص القانونية لهذا الموضوع موزعة بين عدة قوانين

قانون 09-04 قانون العقوبات قانون الإعلام 12-05 قانون حماية المستهلك 03-09 بمعنى أن قانون 09-04 كافٍ لمواجهة الجرائم التقنية، لكنه غير كافٍ لمواجهة الجرائم المرتبطة بالمحتوى والتأثير الرقمي، فيجب وضع تعريف قانوني للمؤثر ، كما يجب تنظيم الإشهار الرقمي والمحتوى الممول.

بينما تمثلت إجابة المبحوث 5 في قوله ان تُعدّ التدابير القانونية الواردة في قانون العقوبات وقانون الإعلام من الآليات الأساسية التي يعتمد عليها المشرّع الجزائري لمواجهة مختلف أشكال التجاوزات الإعلامية، بما في ذلك نشر الأخبار الكاذبة أو المضللة. إذ تتضمن هذه النصوص أحكامًا تُجرّم الأفعال التي تمس بالنظام العام أو الأمن العمومي أو سمعة الأفراد والمؤسسات، وهو ما يمكن تطبيقه على حالات النشر غير المسؤول عبر وسائل التواصل الاجتماعي، بما فيها نشاط المؤثرين .

وتُعد المادة 71 من قانون الإعلام من النصوص التي يمكن الاستناد إليها في ضبط الممارسات الإعلامية المخالفة، خاصة عندما يتعلق الأمر بنشر معلومات غير صحيحة أو مضللة من شأنها التأثير على الرأي العام أو الإضرار بالمصلحة العامة. كما أن قانون

العقوبات يحتوي على مواد تتعلق بالتشهير ونشر الأخبار الكاذبة والمساس بالأمن والاستقرار الاجتماعي .

غير أنّ فعالية هذه التدابير تبقى نسبية، لأنها وُضعت في الأصل لضبط الإعلام التقليدي، مما يجعل تطبيقها على البيئة الرقمية الحديثة يواجه بعض الصعوبات. فسرعة انتشار المعلومات عبر منصات التواصل الاجتماعي، واعتماد المؤثرين على محتوى سريع وغير مهني في بعض الحالات، يجعل من الصعب أحيانًا ضبط التجاوز قبل انتشاره الواسع .

كما أن غياب تعريف دقيق للأخبار المضللة في السياق الرقمي، وصعوبة إثبات النية أو المسؤولية المباشرة في بعض الحالات، يزيد من تعقيد التطبيق العملي للنصوص القانونية .

وعليه، يمكن القول إن التدابير الحالية توفر أساسًا قانونيًا مهمًا لمكافحة الأخبار الكاذبة، لكنها بحاجة إلى تحديث وتكييف أكبر مع طبيعة الإعلام الرقمي، بما يضمن فعالية أكبر في مواجهة التجاوزات المرتبطة بنشاط المؤثرين.

ويرى المبحوث 6 ان هذه القوانين والمواد تتصدى لكل التجاوزات بصرامة عقابية لكن الفعالية في الردع القبلي مازالت محدودة والمادة 71 من قانون الاعلام الحالي الى جانب التعديلات الأخيرة في قانون العقوبات المتعلقة بنشر الاخبار الكاذبة التي تمس بالنظام العام والامن الوطني تفرض عقوبات مشددة ومع ذلك فان الطبيعة الفيروسية لتداول الاخبار عبر حسابات المؤثرين تجعل الضرر يقع فورا قبل تحريك الدعوى العمومية اذن فالتحدي لا يكمن في النص القانوني بل في سرعة الاستجابة الرقمية وحجب المحتوى او الزام المؤثرين بالتصحيح الفوري.

**تفسير وتحليل:**

تُفصح الإجابات المتنوعة على هذا السؤال عن امر مهم للغاية ويكمن في ان النصوص الموجودة قوية من الناحية العقابية، لكنها هشّة من حيث الفعالية الوقائية في مواجهة الطبيعة الفيروسية لانتشار الأخبار الكاذبة عبر حسابات المؤثرين. وهذا ما يدل على وجود فجوة بين المنطق التقليدي للقانون الجزائي الذي يتدخل بعد وقوع الضرر، ومنطق البيئة الرقمية الذي يجعل الضرر يقع قبل أن تُحرَّك الدعوى العمومية مما يستدعي إجراءات استباقية وقائية

فيُفرّق المبحوث 2 بوضوح بين المنظومة الإعلامية التقليدية المُنظَّمة بقانون الإعلام، وبين نشاط المؤثرين الرقميين الذين لا يخضعون في الغالب لأحكام هذا القانون لأنهم ليسوا صحفيين محترفين ولا يمارسون عملهم وفق الضوابط المهنية المقررة له. وهذا ما يكشف عن ثغرة مهمة تجعل كثيراً من تجاوزات المؤثرين تقع في منطقة رمادية بين قانون الإعلام وقانون العقوبات دون أن تُعالَج بأي منهما بشكل كافٍ.

ويؤكد المبحوث 3 أن المادة 196 مكرر من قانون العقوبات توفر أداة قانونية دقيقة لمواجهة نشر الأخبار الكاذبة عبر أي وسيلة كانت، بعقوبة حبس من سنة إلى ثلاث سنوات وغرامة مالية، مُشترطاً أن يكون من شأن هذه الأخبار المساس بالأمن العمومي أو النظام العام. وهذا يعني من جهة أخرى أن الأخبار الكاذبة التي تضر بسمعة وامن الأفراد دون أن تُهدد النظام العام قد لا تقع ضمن نطاق هذه المادة بشكل مباشر.

والمبحوث 6 يُصوّر المسألة بصورة ادق حين يقول إن التحدي لا يكمن في النص القانوني بل في سرعة الاستجابة الرقمية، فالضرر يقع فورياً بمجرد نشر الخبر الكاذب، ويصل إلى ملايين المتابعين قبل أن تُحرَّك الدعوى العمومية، وهنا يُقترح مبدأ الالتزام بالتصحيح الفوري من قِبل المؤثر وحجب المحتوى كضمانات استباقية تُكمّل الجانب العقابي.

وعليه يتبيّن أن التدابير القانونية الراهنة تُشكّل درعاً وقائياً ذات طابع رادع على المستوى العقابي، لكنها تعجز عن اللحاق بسرعة الضرر الذي يُحدثه المحتوى المضلل للمؤثرين قبل التدخل القضائي. ومن ثمّ فإن المسألة لا تُختزل في إعادة كتابة النصوص بل في تطوير آليات رقابية استباقية تعمل بالتوازي مع هذه النصوص.

**12-أهمية التسجيل الرسمي لدى الهيئات المختصة والحصول على الترخيص المهني للمؤثرين باعتباره آلية ملائمة لتنظيم نشاطهم.**

فقد صرح المبحوث 1 لابد من إيجاد اليات قانونية وإدارية لتحديد مهام وطبيعة المحتوى للمؤثرين قصد تسهيل عملية مراقبتهم

في حين أجاب المبحوث 2 على أنه هذه الالتزامات من شأنها إضفاء شفافية على نشاطهم والرقابة عليه

كما أجاب المبحوث 3 التسجيل الرسمي يضفي الشفافية على المحتوى المقدم من طرف المؤثرين ويحدد مسؤولياتهم القانونية فهو يمنعهم من التضليل ويتيح للسلطات التدخل عند وقوع مخالفات.

ويعتبر المبحوث 4 ان هذه الالية ستحدد الشروط التي يسمح للمؤثر بالعمل بموجبها، وتمنع الممارسات العشوائية مثل الترويج لسلع غير مصرح بها أو انتهاك حقوق الملكية، و تلزم المؤثر بالإفصاح عن الطبيعة المدفوعة للمحتوى، وترفع مستوى المسؤولية أمام الجمهور والجهات الرقابية، وتعطي المؤثر حماية قانونية في العقود مع العلامات التجارية، وتسهل متابعة المخالفات أو الاحتيال إن وجد.

بينما تمثلت إجابة المبحوث 5 في قوله يعد اقتراح إخضاع نشاط المؤثرين للتسجيل الرسمي أو الحصول على ترخيص مهني من الآليات التنظيمية التي يمكن أن تسهم في ضبط هذا النشاط المتنامي، من خلال إدماجه ضمن إطار قانوني واضح يحدد طبيعة

الممارسة وحدود المسؤولية. فالتسجيل الرسمي من شأنه أن يمنح صفة قانونية للمؤثر باعتباره فاعلًا رقميًا يمارس نشاطًا له أثر إعلامي وتجاري على الجمهور .

كما يساهم هذا الإجراء في تعزيز الشفافية، خاصة فيما يتعلق بالإعلانات المموّلة والشراكات التجارية، إذ يمكن إلزام المؤثر بالتصريح بنشاطه ومصادر دخله المرتبطة بالمحتوى الرقمي، مما يحدّ من الممارسات غير المعلنة أو المضللة. إضافة إلى ذلك، يسهل هذا النظام عملية الرقابة والمتابعة القانونية عند وقوع تجاوزات، من خلال تحديد هوية قانونية واضحة للمؤثر ومسؤوليته تجاه المحتوى المنشور .

ومن جهة أخرى، يمكن أن يساهم الترخيص المهني في رفع مستوى الاحترافية في هذا المجال، عبر فرض شروط معينة مثل احترام أخلاقيات النشر، وحماية المستهلك، وعدم المساس بالقيم والثوابت الوطنية، مما يعزز جودة المحتوى الرقمي ويقلل من الفوضى الرقمية .

غير أنّ تطبيق هذا النظام يتطلب توازنًا دقيقًا بين التنظيم وعدم تقييد حرية التعبير، إضافة إلى ضرورة تحديد الجهة المخولة بالتسجيل والرقابة بشكل واضح، حتى لا يتحول الترخيص إلى عائق بيروقراطي أمام حرية النشاط الرقمي .

وعليه، يمكن اعتبار التسجيل الرسمي أو الترخيص المهني آلية تنظيمية فعالة إذا ما تم تصميمها بطريقة مرنة تتماشى مع طبيعة البيئة الرقمية وتضمن في الوقت نفسه حماية الجمهور والمجتمع من التجاوزات.

وتوافقت إجابة المبحوث رقم 6 في الرؤية حيث يعد التسجيل الالية الأساسية والمدخل الاجباري للانتقال من " العشوائية" الى " المأسسة."

الاثار الإيجابية لهذه الالية:

تحديد الهوية القانونية اذ ينهي حالة الغموض الرقمي (الأسماء المستعارة) ويجعل المؤثر خاضعا للمساءلة كشخص طبيعي ومعنوي

التنظيم الجبائي والمالي اذ يربط النشاط بالمنظومة الضريبية (الضرائب على المداخيل الاعلانية)

الالتزام بأخلاقيات المهنة فالحصول على الترخيص يكون مشروطا بامتثال المؤثر لدفتر الشروط يمنع التضليل ويحمي المستهلك ويحافظ على القيم الوطنية

**تفسير وتحليل:**

وفي هذا السؤال نجد جل المبحوثين يدعون إلى تفعيل آلية التسجيل الرسمي والترخيص المهني للمؤثرين وقد أبدى الجميع ترحيباً واضحاً بهذه الآلية مع تباين في مستوى التفصيل والتحليل.

حيث يُقدّم المبحوث 4 تصوراً وظيفياً مفصلاً يُبيّن أن الترخيص المهني سيُحدد الشروط التي يُسمح بموجبها للمؤثر بالعمل، ويمنع الممارسات العشوائية كالترويج لسلع غير مصرح بها أو انتهاك حقوق الملكية، فضلاً عن إلزامه بالإفصاح عن الطابع المدفوع للمحتوى وإعطائه حماية قانونية في عقوده مع العلامات التجارية.

أما المبحوث 5 فيُضيف بإجابته اتزاناً حين ينبّه إلى ضرورة التوازن بين التنظيم وحماية حرية التعبير، مُؤكداً أن الترخيص لا يصح أن يتحوّل إلى عائق أمام حرية النشاط الرقمي. كما يطرح مسألة تحديد الجهة المخوّلة بالتسجيل والرقابة ، وهي إجابة تنبع من الوعي الكبير للمبحوث بالإشكاليات التطبيقية التي قد تواجه هذه الآلية حتى لو اعتُمدت نصاً.

ويُقدّم المبحوث 6 أشمل تحليل لهذه الآلية حين يصفها بأنها "المدخل الإجباري للانتقال من العشوائية إلى المأسسة"، وهو وصف يُلخّص بعمق الإشكالية القائمة. ويعدد آثارها الإيجابية في ثلاثة نقاط: النقطة الأولى هي تحديد الهوية القانونية الامر الذي سيُنهي حالة الغموض الرقمي المرتبطة بالأسماء المستعارة ويجعل المؤثر خاضعاً للمساءلة بوصفه شخصاً طبيعياً أو معنوياً. والنقطة الثانية هي التنظيم الجبائي والمالي الذي سيربط النشاط

الرقمي التجاري بالمنظومة الضريبية. والنقطة الثالثة هي الالتزام بأخلاقيات المهنة حيث يُشترط الترخيص بامتثال المؤثر لدفتر شروط يمنع التضليل ويحمي المستهلك.

وبين كل هذا الاثراء المعرفي الذي قدمه المبحوثون يتبيّن أن التسجيل الرسمي والترخيص المهني يُمثّلان آلية تنظيمية ممتازة تحظى بقبول واسع في الأوساط الأكاديمية والقانونية. غير أن فاعليتها تتوقف على جملة من الضمانات أبرزها: مرونة الإجراءات، وضوح معايير الترخيص، واستقلالية الجهة الرقابية، والتوازن بين الواجبات القانونية وحرية التعبير.

**13- اقتراح تدابير قانونية جديدة يرى المستجيب انها ضرورية وفعالة لتعزيز التنظيم القانوني لنشاط المؤثرين تماشيا مع ما تتضمنه التشريعات الجزائرية الحالية (كقانون العقوبات وتحديدا الأمر 66-156والمادة 79 منه وتعديلاته وقانون 05-20 الذي يجرم خطاب الكراهية ) نصوصًا رادعة لمكافحة خطاب الكراهية والتحريض على التمييز العرقي أو الديني الذي قد يبثه المؤثرون عبر الوسائط الرقمية .**

فقد صرح المبحوث 1 انه بالنسبة لمكافحة خطاب الكراهية فقد تم ضبطه مؤخرا بموجب القانون 20-05 ،وتحديد إجراءات المتابعة والعقوبات وحسب رأيي الشخصي قانه لابد من وجود مدونة سلوك إضافة لقانون منظم لنشاط المؤثرين في الجزائر.

في حين أجاب المبحوث 2 على أنه نعم وتشكل إطارا قانونيا يمكن الإسناد إليه في أي متابعات تقع تحت طائلة هذه المواد والجرائم يرتكبها المؤثرون.

إصدار قانون خاض يحكم نشاط المؤثرين الرقميين ويحدد حقوقهم وواجباتهم

كما أجاب المبحوث 3 هذه النصوص كافية لمكافحة خطاب الكراهية، وخاصة قانون 20-05 المتعلق بمكافحة خطاب الكراهية، حيث عرفه وحدد نطاقه، وجرائمه والعقوبة المقررة له اما عن المقترحات فأعتقد بأن النصوص القانونية الموجودة حاليا كافية لمواجهة تأثيرات المؤثرين وانعكاساتها على توجهات الرأي العام، لكن إذا أردنا سن قانون خاص

بهذه الفئة، فإن أول ما يجب القيام به هو تقديم تعريف لهذا المصطلح (مؤثر) يكون منطلقا للمشرع لسن مختلف القواعد القانونية اللازمة لمواجهة ظاهرة المؤثرين.

وكانت إجابة المبحوث رقم 4 كالاتي : نعم، تعد التشريعات الجزائرية الحالية خاصة قانون العقوبات (المبنى على الأمر 66-156 والمادة 79 وتعديلاته) والقانون 05-20 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتهما مزودة بنصوص رادعة يمكن توظيفها ضد خطاب الكراهية والتحريض على التمييز العرقي أو الديني الذي يبثه المؤثرون عبر الوسائط الرقمية واقترح:

إنشاء «نظام ترخيص وتصريح مهني خاص بالمؤثرين الرقميين» مؤطر بمعايير أخلاقية ورقابية، يربط بتسجيل رسمي، وضريبي ورقمي متكامل، توفر هوية رقمية واضحة، كما يتوفّر على شهادة في «الأخلاقيات الإعلامية الرقمية» والالتزام بضوابط الإعلان والشفافية (مثل الإفصاح عن الطبيعة المدفوعة للمحتوى).

بينما تمثلت إجابة المبحوث رقم 5 في قوله: ان تُظهر التشريعات الجزائرية، خاصة من خلال الأمر 66–156 المتضمن قانون العقوبات وتعديلاته، إضافة إلى قانون الوقاية من خطاب الكراهية والتمييز 05–20، وجود إطار قانوني ردعي يهدف إلى حماية المجتمع من مظاهر التحريض على الكراهية والتمييز، سواء كانت هذه الأفعال في الفضاء الواقعي أو الرقمي. وتُعد هذه النصوص ذات أهمية كبيرة في سياق تطور وسائل التواصل الاجتماعي وظهور المؤثرين كفاعل رقمي قادر على التأثير في الرأي العام .

وتكمن قوة هذا الإطار القانوني في كونه يجرّم بشكل صريح الأفعال التي تمس بالوحدة الوطنية أو تحرض على التمييز على أساس العرق أو الدين أو الجنس، كما يمنح السلطات القضائية صلاحيات لمتابعة ومعاقبة مرتكبي هذه الأفعال، بما في ذلك عند ارتكابها عبر الوسائط الإلكترونية. وهذا يشكل عنصر ردع مهم في مواجهة المحتوى الرقمي المسيء .

غير أنّ التحدي الأساسي لا يكمن فقط في وجود النصوص القانونية، بل في كيفية تطبيقها في البيئة الرقمية التي تتسم بالسرعة والعابرية وصعوبة تتبع مصدر المحتوى أحيانًا. كما أن بعض المؤثرين قد ينشرون محتوى يحمل إيحاءات أو مضامين غير مباشرة يصعب تصنيفها قانونيًا بشكل دقيق بين حرية التعبير وخطاب الكراهية .

وعليه، يمكن القول إن الجزائر تمتلك إطارًا قانونيًا مهمًا ورادعًا في هذا المجال، لكنه يحتاج إلى تعزيز على مستوى الآليات التقنية للرقابة، والتنسيق بين الهيئات المختصة، إضافة إلى توضيح أكبر للمعايير التي تفصل بين حرية التعبير وخطاب الكراهية في الفضاء الرقمي.

وفي ظل التطور السريع لنشاط المؤثرين واتساع تأثيرهم في الفضاء الرقمي، يمكن اقتراح استحداث إطار قانوني خاص بالمؤثرين الرقميين أو ما يمكن تسميته بـ "قانون تنظيم النشاط الرقمي للمؤثرين "، يكون مكملًا للتشريعات الحالية وليس بديلًا عنها .

ويقوم هذا التدبير على مجموعة من العناصر الأساسية، أهمها :

أولًا: التعريف القانوني الدقيق للمؤثر الرقمي، بما يميّز بين المستخدم العادي وصاحب المحتوى المؤثر ذي الطابع التجاري أو الإعلامي .

ثانيًا: إلزامية التصريح بالنشاط الرقمي التجاري، خاصة عند وجود إشهار أو شراكات مدفوعة، مع فرض واجب الشفافية والإفصاح الصريح للمحتوى الإعلاني .

ثالثًا: إنشاء سجل وطني للمؤثرين الرقميين تحت إشراف هيئة تنظيمية مختصة، يسمح بمتابعة النشاط وضبطه عند وقوع التجاوزات .

رابعًا: فرض مدونة أخلاقيات رقمية ملزمة تتضمن قواعد واضحة تتعلق باحترام القيم الوطنية، حماية القاصرين، حماية البيانات الشخصية، وعدم نشر الأخبار المضللة .

خامسًا: تدعيم آليات الرقابة الرقمية السريعة بالتعاون بين الجهات القضائية والهيئات الإعلامية والهيئات التقنية، بما يسمح بالتدخل الفوري عند نشر محتوى مخالف .

إن هذا التدبير من شأنه أن يحقق توازنًا بين حرية التعبير من جهة، وحماية النظام العام والمجتمع من جهة أخرى، كما يساهم في إضفاء طابع احترافي على نشاط المؤثرين وتحويله إلى نشاط منظم وواضح المسؤوليات.

واجابنا المبحوث رقم 6 بقوله ان هذه المنظومة القانونية تعد الأقوى والأكثر حزما في التشريع الجزائري فالقانون رقم 20-05 المتعلق بالوقاية من التمييز وخطاب الكراهية ومكافحتها جاء صريحا وشاملا واعتبر استخدام تكنولوجيات الاعلام والاتصال "ظرف تشديد "في العقوبة المؤثرون الذين يستغلون قواعدهم الجماهيرية لإثارة النعرات، او التمييز يقعون مباشرة تحت طائلة هذا القانون وتتحرك ضدهم الدعوى العمومية تلقائيا من طرف النيابة العامة مما يمثل جدار حماية قانوني صلب للأمن المجتمعي

اما عن المقترح الموصي به فان استحداث مجلس اعلى لضبط المحتوى الرقمي واخلاقيات المؤثرين امر مهم كذلك إقرار "الهوية الرقمية الموثقة قانونا".

**تفاصيل المقترح:**

دفتر شروط اعلاني رقمي يلزم المؤثرين بوضع وسم صريح (مثلا: اعلان مدفوع او محتوى ترويجي) على أي منشور تجاري مع فرض غرامات مالية فورية تسحب تلقائيا من العائدات في حال التضليل

نظام الإنذار الرقمي التلقائي بالتنسيق مع سلطات الضبط يتم توجيه اعذارات الكترونية رسمية للمؤثرين المخالفين عبر حساباتهم الموثقة يتبعها حظر مؤقت او نهائي للنشاط داخل النطاق الجغرافي الوطني في حال عدم الامتثال.

**تفسير وتحليل:**

يُعبر تقديم المبحوثين بصفتهم نخبة المجتمع الاكاديمية والقانونية لاقتراحات يمكن للمشرع الجزائري ان يعتد بها أكثر ما أضاف اثراء على المحور الرابع، إذ يفسح المجال للمبحوثين للانتقال من التشخيص إلى الوصف ثم إلى الاقتراح، وهو ما أنتج إجابات بالغة

الأهمية وتُشكّل في مجملها ملامح ما يمكن أن يكون عليه "التشريع الجزائري المثالي مستقبلا" لتنظيم نشاط المؤثرين الرقميين.

ويُقرّ المبحوثون بأن قانون مكافحة خطاب الكراهية 05-20 يُمثّل أحدث وأقوى أدوات التنظيم في هذا الشأن، لا سيما أنه اعتبر استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال ظرفاً مُشدداً في العقوبة.

وهنا نجد ان المبحوث 1 يقترح بشكل مُباشر وجود مدونة سلوك تُكمّل قانون مكافحة خطاب الكراهية، وهو اقتراح يُشير إلى وعي كبير بأن التنظيم القانوني وحده لا يكفي ما لم يُرافقه تنظيم مهني ذاتي. والمبحوث 3 من جهته يُشدّد على أن أولى خطوات أي تشريع متخصص يجب أن تكون تقديم تعريف قانوني واضح لمصطلح "المؤثر"، لأن التعريف هو المنطلق الذي تُبنى عليه سائر القواعد القانونية.

ويفيدنا المبحوث 5 بطرح أكثر الأفكار اكتمالاً وتفصيلاً حين يُقترح "قانون تنظيم النشاط الرقمي للمؤثرين" المبني على خمسة عناصر أساسية: أولاً، التعريف القانوني الدقيق للمؤثر الرقمي بما يُفرّق بينه وبين المستخدم العادي. ثانياً، إلزامية التصريح بالنشاط التجاري الرقمي والإفصاح الشفاف عن الإشهار المموّل. ثالثاً، إنشاء سجل وطني للمؤثرين تحت إشراف هيئة تنظيمية مختصة. رابعاً، مدونة أخلاقيات رقمية ملزمة تشمل احترام القيم الوطنية وحماية القاصرين وحماية البيانات الشخصية. خامساً، تدعيم آليات الرقابة الرقمية السريعة بالتعاون بين الجهات القضائية والإعلامية والتقنية.

ويُعلّق المبحوث 6 على هذه الميزة بأنها تُحوّل القانون إلى "جدار حماية قانوني صلب للأمن المجتمعي"، مما يُشير إلى الوعي بأن منصات التواصل الاجتماعي صارت ميداناً فعلياً لممارسة خطاب الكراهية بشكل منظّم ومُدبَّر.

ويُضيف المبحوث 6 اقتراحات تقنية-قانونية مبتكرة تشمل إنشاء مجلس أعلى لضبط المحتوى الرقمي وأخلاقيات المؤثرين، وإقرار "الهوية الرقمية الموثّقة قانوناً"، ونظام إنذار

رقمي تلقائي يُوجّه إنذارات إلكترونية رسمية للمؤثرين المخالفين عبر حساباتهم الموثّقة، يتبعها حظر مؤقت أو نهائي في حال عدم الامتثال. كما يقترح "دفتر شروط إعلاني رقمي" يُلزم المؤثرين بوضع وسم صريح على كل منشور تجاري مع غرامات مالية فورية تُسحب تلقائياً من العائدات في حالة التضليل.

وعليه يمكن الجزم انطلاقا هذه الإجابات والاقتراحات أن الأكاديميين الجزائريين المتخصصين يمتلكون رؤية تشريعية ناضجة وواضحة المعالم وواعية، وأنهم يتجاوزون مجرد تشخيص الخلل إلى تقديمهم لمقترحات بنّاءة يمكن اخذها بعين الاعتبار اوليا في مرحلة سن القوانين تبنى منظومة تشريعية متكاملة تُعالج ظاهرة المؤثرين الرقميين.

**14- مساهمة آليات الرقابة المنصوص عليها في قانون الإعلام الجديد 23-14 وكذلك القانون الجديد المتعلق بالنشاط السمعي البصري 20-23 إضافة الى قانون 07-18**

في الحدّ من التجاوزات التي يرتكبها المؤثرون عبر منصات البث المباشر والمحتوى الرقمي والمرئي في حماية الجمهور المتابع وخصوصيات الافراد والبيانات ذات الطابع الشخصي.

فقد صرح المبحوث رقم 1 يمكن لهذه الاليات القانونية الحد من تجاوزات المؤثرين خاصة من خلال ماورد في المادة 32 من قانون السمعي البصري لسنة 2025 وكذا صلاحيات السلطة الوطنية المستقلة لضبط نشاط السمعي البصري هذا فضلا عن دفاتر الأعباء بين القنوات وسلطة الضبط والمؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزي

في حين أجاب المبحوث رقم 2 على أنه ممارسة هذا النشاط تحتاج وفقا للقانون إلى رخصة، واحترام الضوابط المتعلقة بمحتوى السمعي البصري كتجنب تضليل المستهلكين واحترام سمعتهم وكرامتهم وحياتهم الخاصة.

كما أجاب المبحوث رقم 3 هذه الآليات تسهم في الحد من تأثيرات المؤثرين في الوسط الرقمي والإعلامي، من خلال الحد من ظهورهم وتقديم برامجهم، وهو الأمر الذي تقوم به هيئات الرقابة.

وكانت إجابة المبحوث رقم 4 كالاتي يجب تكليف السلطة الوطنية المستقلة لضبط السمعي البصري بمراقبة المحتوى السمعي البصري للمؤثرين، وتحديد معايير الشفافية والاحترام، واتخاذ إجراءات تصحيحية ضد المخالفين (تنبيه، إنذار، تعليق، إلغاء الرخصة...)

جعل الهيئة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي، المسؤولة عن مراقبة الالتزام بقواعد المعالجة القانونية للمعطيات، واتخاذ إجراءات إدارية ضد من ينتهك سياسة الخصوصية أو يستعمل معطيات شخصية دون إذن.

بينما تمثلت إجابة المبحوث رقم 5 في قوله ان احكام القانون السمعي البصري 23-20 تشكل أساسا قانونيا يمكن الاستناد اليه لضبط نشاط المؤثرين وصناع المحتوى باعتبارهم في نشاط اتصالي تفاعلي ولهم تأثير على الراي العام لذلك وجب عليهم الالتزام بأخلاقيات الاعلامين من الصدق واحترام الحريات الفردية واحترام النظام العام.

ويرى المبحوث رقم 6 بانه يمكن توسيع مفهوم البث السمعي البصري ليشمل القنوات والمنصات الرقمية كما ان قانون 18-07 يمنح سلطة الضبط (سلطة ضبط السمعي البصري) صلاحية مراقبة المحتوى الذي يبث عبر الانترنت إذا كان موجها للجمهور الجزائري وله طابع سمعي بصري اذ تساهم هذه الاليات في:

- مراقبة مدى احترام القوانين المتعلقة بالرموز الوطنية الآداب العامة والنظام العام
- إمكانية التدخل لمطالبة مديري المنصات او أصحاب الحسابات بسحب المحتوى المخالف

–فرض عقوبات إدارية كالإيقاف المؤقت او النهائي للترخيص الرقمي قبل الوصول الى العقوبات القضائية السجنية .

**تفسير وتحليل:**

يختتم المحور الرابع بنقطة مهمة الا وهي معالجة آليات الرقابة المؤسسية المستحدثة في القوانين الأحدث، ومدى قدرتها على ضبط نشاط المؤثرين على منصات البث المباشر والمحتوى الرقمي اذ يربط الجانب التشريعي بالجانب المؤسسي حيث تُظهر الإجابات أن الجزائر تمتلك بنية مؤسسية للرقابة الإعلامية والرقمية قادرة من حيث المبدأ على التدخل لضبط نشاط المؤثرين، غير أن تفعيل هذه البنية يستلزم توسيع مفهوم البث السمعي البصري ليشمل المحتوى الرقمي التفاعلي، وتنشيط دور الهيئات المختصة، وإرساء منظومة جزاءات إدارية متدرجة تعمل موازية للجزاءات الجزائية.

اذ يحيلنا المبحوث 1 مباشرة إلى المادة 32 من قانون السمعي البصري لسنة 2025 وصلاحيات السلطة الوطنية المستقلة لضبط نشاط السمعي البصري، مما يُشير إلى وجود هيئة مؤسسية قائمة تتمتع بصلاحيات رقابية فعلية. أما المبحوث 2 فيُركّز على شرط الترخيص الذي يفرضه القانون على ممارسة النشاط السمعي البصري، وما يترتب عليه من التزامات بتجنب تضليل المستهلكين واحترام كرامتهم وحياتهم الخاصة.

ويأخذ المبحوث 4 المبادرة باقتراح توزيع مؤسسي واضح للمسؤوليات الرقابية، إذ يدعو إلى تكليف السلطة الوطنية المستقلة لضبط السمعي البصري بمراقبة المحتوى السمعي البصري للمؤثرين وتحديد معايير الشفافية واتخاذ الإجراءات التصحيحية المتدرجة من التنبيه إلى الإنذار إلى التعليق فالإلغاء. كما يُطالب بتفعيل دور الهيئة الوطنية لحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي في مراقبة الالتزام بقواعد المعالجة القانونية للبيانات الشخصية التي يجمعها المؤثرون عن متابعيهم، وهو جانب كثيراً ما يُغفل عنه الباحثون.

ويُقدّم المبحوث 5 أعمق قراءة نظرية في هذا الباب، إذ يُعيد تعريف المؤثر باعتباره فاعلاً في "نشاط اتصالي تفاعلي له تأثير على الرأي العام"، ومن ثمّ فإنه كالإعلامي المحترف مُلزَم بأخلاقيات المهنة من الصدق واحترام الحريات الفردية وصون النظام العام.

أما المبحوث 6 فيمنح الاعتبار البالغ لقانون 18-07 بوصفه الأداة التي تمنح سلطة الضبط صلاحية مراقبة المحتوى المبثوث عبر الإنترنت إذا كان موجهاً للجمهور الجزائري وله طابع سمعي بصري، ويُفصّل ثلاثة اليات للتدخل: أولاً، مراقبة مدى احترام القوانين المتعلقة بالرموز الوطنية والآداب العامة. ثانياً، إمكانية مطالبة مديري المنصات أو أصحاب الحسابات بسحب المحتوى المخالف. ثالثاً، فرض عقوبات إدارية كالإيقاف المؤقت أو النهائي للترخيص الرقمي كحلقة وسيطة قبل الوصول إلى العقوبات القضائية المُشددة.

**ملخص لنتائج تحليل إجابات المحور الرابع:**

يُعدّ المحور الرابع المحور عمليا أكثر من كونه تنظيريا، إذ ينتقل من السؤال النظري عن وجود النصوص إلى السؤال العملي عن فاعلية التدابير وجدوى الآليات. وقد أسفرت الإجابات عن جملة من النتائج الأساسية يمكن اختصارها في:

أولاً: يتبيّن مما سبق أن الجزائر تمتلك منظومة تشريعية متشعبة تُغطي الجرائم الرقمية من زوايا متعددة، فقانون الجرائم الإلكترونية 09-04، وقانون العقوبات، وقانون الإعلام 23-14، وقانون السمعي البصري 20-23، وقانون مكافحة خطاب الكراهية 05-20 كلها قوانين تعتبر قاعدة رصينة وبين هذه القوانين تكامل وظيفي نظري، غير أن غياب التنسيق التطبيقي الفعلي يُحوّل هذا التكامل وأحياناً يجر إلى تشتت يُصعّب الإجراءات ويُطيل مسارات المتابعة القضائية.

ثانياً: الفجوة بين النص والتطبيق. تكشف الإجابات عن فجوة حقيقية بين متانة النصوص القانونية وضعف التطبيق الفعلي، وهو ما يعزوه المبحوثون إلى ثلاثة أسباب رئيسية: غياب تعريف قانوني للمؤثر الرقمي يُحدد نطاق تطبيق هذه النصوص، وبطء

الاستجابة المؤسسية مقارنة بسرعة انتشار المحتوى الرقمي، وصعوبة إثبات النية في بعض الجرائم الرقمية ذات الطابع التحريضي أو التضليلي.

ثالثاً: مسألة التسجيل والترخيص. حظيت هذه الآلية بإجماع المبحوثين على أهميتها، بوصفها تحلّ الإشكال المنهجي الأساسي المتمثل في غياب الهوية القانونية للمؤثر، وتُفضي إلى سلسلة من الإصلاحات تشمل الجانب الجبائي والمهني والرقابي. ومع ذلك أشارت إجابات بعضهم إلى مخاطر الانجراف البيروقراطي الذي قد يُحوّل الترخيص إلى أداة تقييد لحرية التعبير.

رابعاً: توصيات الإصلاح التشريعي. أبدى المبحوثون في مجملهم رؤية إصلاحية وواعية تقوم على مبدأ التكامل لا الاستبدال، أي أن القوانين الجديدة ينبغي أن تُكمّل المنظومة القائمة وتُعالج فراغاتها لا إلغائها. وتتقاطع مقترحاتهم في ثلاثة محاور: التعريف القانوني الدقيق للمؤثر، ومدونة الأخلاقيات الرقمية الملزمة، والرقابة الرقمية السريعة والاستباقية.

**المحور الخامس: تحديات نشاط المؤثرين على المستوى التشريعي والتنظيمي**

**15- السبل القانونية لمواجهة المشرع الجزائري تحدي سرعة تطور التقنيات الحديثة للاتصال مقارنة ببطء إجراءات التشريعات**

فقد صرح المبحوث رقم 1 انه لابد من تنصيب لجنة عمل بين مختلف الوزارات (الداخلية والعدل وسلطة ضبط البريد والاتصال والدفاع) لإيجاد قوانين ضابطة

في حين أجاب المبحوث رقم 2 على أنه يجب التأسيس لنظام يقظة قانونية مستدامة يستبق التهديدات ويعالجها بفعالية عند وقوعها من خلال القدرة على الابتكار التشريعي

كما أجاب المبحوث رقم 3 ان مواكبة التشريعات لمختلف التطورات التكنولوجية الحاصلة خاصة في مجال الإعلام والاتصال يوجب على المشرع وضع نصوص قانونية تكون ألفاظها عامة وواسعة تستوعب هذه التطورات، دون الإخلال بحقوق الإنسان وحرياته أو المساس بكرامته .

وكانت إجابة المبحوث رقم 4 كالاتي *يمكن التغلب على التحديات من خلال اعتماد نهج تشريعي أكثر مرونة وتكيفا مع التحول الرقمي.

يصيغ النصوص العامة في قوانين الإعلام، والاتصال، والبيانات، والإنترنت بنصوص كلية وقابلة للتطور، باستشارة الخبراء.

يفوض للنصوص التنفيذية (مراسيم، منشورات، قرارات) التكيف مع التطورات التكنولوجية (مثل الذكاء الاصطناعي، البث المباشر، وسائل التشفير)، بحيث يعاد تنقيحها بسرعة دون إجراءات تشريعية طويلة.

يستفاد من التجارب الدولية في مجال الأمن السيبراني والاتصال الرقمي.

تعزيز التفاعل بين التشريع والمجتمع الرقمي.

بينما تمثلت إجابة المبحوث رقم 5 في قوله هذا التحدي من أعقد الإشكاليات التي تواجه المشرّع الجزائري، ويتجلّى في الفجوة بين التطور المتسارع للتحولات الرقمية وبطء الدورة التشريعية التقليدية القائمة على مراحل الإعداد والمناقشة والإقرار والنشر في الجريدة الرسمية. اذ لايزال النظام التشريعي الجزائري في مجال الإعلام الرقمي يفتقر إلى المرونة، فهو يرتكز أساساً على القانون العضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام، وعلى قانون البريد والمواصلات الإلكترونية رقم 18-04، وهي نصوص صِيغت سابقا في وقت لم تكن ظاهرة المؤثرين تظهر جليا لذلك لم تستوعب ظاهرة المؤثرين الرقميين استيعاباً كافياً.

ومن انجح الحلول اعتماد ومنح سلطة الضبط للسمعي البصري صلاحيات تنظيمية تفويضية، تُمكّنها من إصدار قرارات تنظيمية سريعة دون الحاجة إلى المرور بالمسار التشريعي الكامل.

إنشاء لجنة يقظة تقنية-تشريعية تضم خبراء في القانون الرقمي والتكنولوجيا، مهمتها رصد المستجدات التقنية وتقديم توصيات استباقية للمشرّع قبل أن تتفاقم الفراغات القانونية.

وتوافقت إجابة المبحوث رقم 6 معه بان يمكن للمشرع الجزائري التغلب على هذا التحدي من خلال تبني "التشريعات المرنة flexible regulation "

والاطر القانونية التوجيهية بدلا من النصوص الجامدة ويتم ذلك عبر:

منح سلطات الضبط صلاحيات اصدار مناشير وتوجيهات تحينية دورية تتماشى مع المستجدات التقنية دون الحاجة لانتظار مسارات تشريعية طويلة

الاعتماد على التنظيم الذاتي بالتنسيق مع المنصات الرقمية والمؤثرين أنفسهم لوضع مواثيق أخلاقية ملزمة تفاعليا

**تفسير وتحليل:**

تكشف إجابات المبحوثين الستة عن وعي أكاديمي عميق بإشكالية جوهرية يعاني منها التشريع الجزائري، وهي الفجوة بين تطور التكنولوجيا المتسارع وثقل المسارات التشريعية التقليدية. اذ لابد على المشرع ان يكيف نصوصه مع العصر الرقمي.

فالمبحوث 1 ذهب نحو حل تنسيقي مؤسسي، إذ طالب بتنصيب لجنة عمل تضم وزارات عدة كالداخلية والعدل والدفاع وسلطة الضبط، مما يعني إدراكه أن المشكلة لا يمكن لجهة واحدة أن تتصدى لها، بل تستدعي تضافر مؤسسي متعدد الاختصاصات. وهذا التصور يحمل في طياته نقداً ضمنياً للعمل المؤسسي المنفرد والمشتت الذي يسم الواقع الجزائري الراهن.

أما المبحوث 2 فقد أسس تصوره على مفهوم "اليقظة القانونية المستدامة"، وهو مصطلح في غاية الدلالة يشير إلى ضرورة أن يكون القانون في حالة مراقبة دائمة لا أن يتحرك بعد الفاجعة. ومفهوم الابتكار التشريعي الذي استعمله يتجاوز فكرة مجرد تعديل النصوص ليصل إلى المطالبة بعقلية تشريعية مغايرة، عقلية استباقية تُنتج القانون قبل أن يُنتج الواقع الأزمة.

وجاء المبحوث 3 ليقدم حلاً تقنياً بالغ الأهمية يتمثل في صياغة النصوص القانونية بألفاظ عامة وواسعة قابلة للتوسع التأويلي. وهذه الفكرة تعكس فقهاً تشريعياً ناضجاً يدرك أن التحديد الجامد للنص القانوني يُفضي حتماً إلى تجاوزه في ظل بيئة تكنولوجية لا تعرف الثبات، مع التنبه إلى ضرورة ألا يكون ذلك على حساب الحقوق والحريات الفردية، وهو توازن دقيق يصعب تحقيقه دون خبرة تشريعية رفيعة.

المبحوث 4 قدّم أكثر الإجابات تفصيلاً وشمولاً، إذ اعتمد نهجاً ثنائي المستوى؛ فمن جهة دعا إلى إبقاء النصوص الأساسية كقوانين الإعلام والبيانات في صورتها الكلية المرنة، ومن جهة أخرى نادى بتفويض النصوص التنفيذية كالمراسيم والقرارات مهمة التكيف السريع مع المستجدات التكنولوجية. هذا التصور يُفصل بذكاء بين ما هو ثابت في القانون وما هو متحرك، وهو نهج تنتهجه كثير من الدول الديمقراطية الناضجة. كما أشار إلى الاستفادة من التجارب الدولية في الأمن السيبراني، مما يُدرج الحل في سياق مقارن يتجاوز الإطار الوطني الضيق.

المبحوث 5 قرأ الواقع بعمق أكبر، فرصد أن المشكلة ليست نقصاً في الإرادة التشريعية، بل خللاً في البنية ذاتها للمنظومة. فهو لاحظ أن القانون العضوي 12-05 المتعلق بالإعلام وقانون البريد والمواصلات 18-04 أُعِدّا قبل أن تُفرز ظاهرة المؤثرين ملامحها الواضحة، مما يعني أن هذه النصوص لم تُوضع أصلاً لمعالجة هذا الواقع، فهي تتحمّل إسقاطات لم تتوقعها. ومن هنا يطالب بمنح سلطة الضبط للسمعي البصري صلاحيات تنظيمية تفويضية، أي آلية استعجالية تسمح بالاستجابة الفورية دون انتظار الدورة التشريعية الكاملة.

وجاءت إجابة المبحوث 6 منسجمة مع التوجهات الدولية الحديثة، حين أدرج مصطلح "التشريع المرن(Flexible Regulation) "، وهو مفهوم مستمد من القانون المقارن يُحيل إلى التنظيم الذي يتيح التكيف التدريجي بدلاً من الجمود في نصوص صارمة. وأبرز ما

قدمه هو الدعوة إلى التنظيم الذاتي بالشراكة مع المنصات الرقمية والمؤثرين أنفسهم لوضع مواثيق أخلاقية ملزمة، وهو مسلك يكمل التشريع الرسمي لا يلغيه، ويعترف ضمنياً بأن الدولة لا تستطيع وحدها إدارة هذا الفضاء المتشعب.

خلاصة التحليل أن المبحوثين يتفقون ضمنياً على أن الإصلاح التشريعي الحقيقي لا يكون بمجرد سن قوانين جديدة، بل بإعادة هيكلة فلسفة التشريع كليّا نحو المرونة والاستباقية والتشاركية، مع بناء آليات تقنية–قانونية هجينة تجمع بين الأطر الرسمية والضوابط الذاتية.

**16- كيفية يمكن تدارك تحدي نقص الثقافة القانونية لدى المؤثرين باعتباره تحدٍّ أساسي في تنظيم نشاطهم المتعلق بنشر المحتوى الرقمي.**

فقد صرح المبحوث رقم 1 عن طريق إيجاد هيئة ضابطة ورقابية لنشاط المؤثرين ومنحهم ترخيص بعد حصولهم على تكوين قانوني.

في حين أجاب المبحوث رقم 2 على أهمية التكوين الرقمي وبناء قدراتهم ومرافقتهم من طرف الجهات المختصة.

كما أجاب المبحوث رقم 3 يتمثل هذا التحدي في نشر الثقافة القانونية والتوعية بمخاطر هذا الفضاء إذا خرج عن أهدافه والأطر القانونية المسطرة له، بحيث يتحول إلى معول هدم وأداة لانتهاك خصوصيات الأفراد ونشر الفتنة والأخبار المغرضة.

وكانت إجابة المبحوث رقم 4 كالاتي يُطالب كل مؤثّر يخضع للترخيص أو التسجيل المهني بحضور ورشة تكوينية مختصة في «القانون الرقمي لصنّاع المحتوى»، تشمل:

قواعد حماية الخصوصية، وخطاب الكراهية، وقانون 05-20، وقانون الإعلام السمعي البصري، وقوانين حقوق الملكية، وغيرها...

اعتماد هذه الورشة كـ«شرط أو شهادة» لمنح الترخيص المهني للمؤثر، كما يطبّق في بعض الدول العربية التي تربط الرخصة بحضور تكوين مهني وقانوني.

تُوكل مهمة التكوين لكليات الحقوق، وعلم الاجتماع، والاعلام وغيرها لوضع وحدات تدريبية للمؤثرين تدربهم على: الأخلاقيات الإعلامية وقانون العقوبات والحماية القانونية للمعطيات، ومراجعة المحتوى قبل وخلال وبعد النشر ، بينما تمثلت إجابة المبحوث رقم 5 في قوله ان يُشكّل جهل المؤثر بالإطار القانوني الناظم لنشاطه امرا قد يُعرّضه شخصياً للمساءلة القانونية، ويُفضي أيضا نقص الثقافة القانونية في الوقت ذاته إلى انتشار محتوى مضلل أو مسيء دون وازع قانوني واعٍ.

أما عن طرق وآليات تدارك هذا النقص فيمكن ان تُلزَم المنصات الرقمية المرخّصة في الجزائر بعرض لوائح إرشادية قانونية باللغة العربية والعامية عند بداية إنشاء الحساب، على غرار آلية القبول بشروط الاستخدام.

أيضا إنشاء هيئة مهنية للمؤثرين الرقميين تضطلع بمهمة التكوين والتوعية وتمنح شهادة احترافية، على غرار الهيئة الوطنية للصحافة.

تفعيل دور وزارة الاتصال والمجلس الأعلى للأخلاقيات والممارسات الإعلامية في تنظيم دورات تدريبية دورية .

وتوافقت إجابة المبحوث رقم 6 معه بان يتطلب تنظيم هذا النشاط رفع الوعي القانوني عبر اليات تشاركية تشمل:

اطلاق منصات رقمية حكومية توعوية تقدم دليلا مبسطا للمؤثر الرقمي يشرح الحقوق والواجبات والمسؤولية الجزائية والمدنية على المحتوى .

فرض شروط تأهيلية او دورات تأديبية قصيرة بالتنسيق مع وزارة الاتصال والثقافة والمؤسسات الناشئة للحصول على الاعتماد او بطاقة المؤثر المحترف .

**تفسير وتحليل:**

تكشف إجابات المبحوثين عن إدراك واضح بأن غياب الثقافة القانونية لدى المؤثرين ليس مجرد إخلال فردي، بل هو خلل بنيوي في منظومة التنظيم برمتها، لأن المؤثر الجاهل

بالقانون لا يُجرَّم أحياناً لجهله حتى حين يتجاوز الحدود، مما يجعل النص القانوني عديم الأثر من الناحية الرادعة.

المبحوث 1 اقترح ربط الترخيص بالتكوين القانوني عبر هيئة رقابية مختصة، وهو حل يجمع بين البعدين الوقائي والرسمي، فلا يكتفي بالتعليم بوصفه توصية أكاديمية، بل يربطه باشتراط مؤسسي لا يمكن تجاوزه.

المبحوث الثاني أكد على البناء القدراتي ومرافقة المؤثرين من قبل الجهات المختصة، وهو مقاربة تنموية تدريجية تنطلق من فكرة أن المؤثر شريك في المنظومة لا مجرد موضوع للرقابة. ومفهوم "البناء القدراتي" الذي استخدمه ذو دلالة عميقة، لأنه يُفيد بأن الثقافة القانونية مهارة تُبنى لا معلومة تُلقَّن.

أما المبحوث 3 فركز على البُعد المجتمعي لهذا التحدي، إذ لفت الانتباه إلى أن الفضاء الرقمي إذا خرج عن أطره المشروعة تحوّل إلى "معول هدم" وأداة لانتهاك الخصوصيات ونشر الفتن. وهذا التأطير يمنح المسألة بُعداً أخلاقياً وأمنياً يتجاوز الجانب القانوني الضيق، ويضع التوعية في مرتبة الضرورة الاجتماعية الكبرى.

المبحوث 4 قدّم مقترحاً أكاديمياً متكاملاً يقضي بإلزام المؤثرين بحضور ورشات في "القانون الرقمي لصنّاع المحتوى" تغطي قانون العقوبات وقانون 05-20 وحقوق الملكية الفكرية وأخلاقيات الإعلام، على أن تكون هذه الورشة شرطاً للترخيص المهني. والمثير للاهتمام في هذا الطرح هو استحضاره لتجربة بعض الدول العربية التي تشترط مثل هذا التكوين للحصول على الرخصة، مما يُدرج المقاربة في سياق مقارن يُضفي عليها مصداقية تطبيقية. كما اقترح توكيل مهمة التكوين لكليات الحقوق والإعلام وعلم الاجتماع، وهو ما يُنبئ بفهم واسع للطابع متعدد التخصصات لظاهرة التأثير الرقمي.

المبحوث 5 رأى أن نقص الثقافة القانونية لا يعرّض المؤثر للمساءلة وحده، بل يُفضي إلى انتشار محتوى مضلل دون وازع واعٍ، أي أن الضرر لا يطال المؤثر فحسب بل يتعداه

إلى المجتمع بأسره. ومن هنا اقترح إلزام المنصات المرخصة في الجزائر بعرض لوائح إرشادية قانونية باللغتين العربية والعامية عند إنشاء الحساب، وهو مقترح بالغ العملية لأنه يستثمر البنية التحتية للمنصات ذاتها في التوعية. وكذلك دعا إلى إنشاء هيئة مهنية للمؤثرين الرقميين على غرار الهيئة الوطنية للصحافة، وهو ما يُصنّف المؤثر مهنياً ويُخضعه لمنظومة أخلاقيات مهنية ملزمة.

المبحوث 6 دعا إلى منصات رقمية حكومية توعوية تقدم دليلاً مبسطاً يشرح للمؤثر حقوقه وواجباته ومسؤوليته الجزائية والمدنية على محتواه. كما اقترح فرض شروط تأهيلية بالتنسيق بين وزارة الاتصال والثقافة والمؤسسات الناشئة. ولافت في إجابته أنه ربط التأهيل بـ"بطاقة المؤثر المحترف"، وهو مفهوم يشبه الاعتراف المهني الرسمي ويضع المؤثرين في خانة فاعلين منظمين لا هواة عشوائيين.

في مجمله، يكشف هذا السؤال أن المبحوثين يُؤسسون لعلاقة تعاقدية بين المؤثر والدولة قوامها الاعتراف المتبادل، فالدولة تُرخّص وتُكوّن، والمؤثر يلتزم ويحترف. وهذا التصور يتجاوز الخطاب الأمني التقليدي الذي ينظر إلى المؤثر بوصفه تهديداً محتملاً.

**17- لماذا يشكل طابع المحتوى المتاح عبر البيئة الافتراضية العابر للحدود عائقا أمام تطبيق التشريعات الوطنية؟**

فقد صرح المبحوث رقم 1 من خصوصيات الجريمة الالكترونية انها عابرة للحدود وعليه وجب التعاون القضائي الدولي.

في حين أجاب المبحوث رقم 2 على أنه لأنه قد يصعب رقابته أو تطبيق قواعد الامتثال للتشريعات الوطنية والقضاء الوطني إزاء هذا المحتوى الذي قد يروج أو يشكل وسيلة لجريمة عابرة للحدود.

كما أجاب المبحوث رقم 3 تطبيق التشريع العقابي الجزائري مقيد بمبادئ نص عليها كل من قانون العقوبات في المادة الثالثة منه، وتتعلق بمبدأ الإقليمية، والذي يعني تطبيق

هذا القانون على كافة الجرائم التي ترتكب على إقليم الدولة الجزائرية بغض النظر عن جنسية مرتكبها، إضافة إلى قانون الإجراءات الجزائية، فيما يتعلق بالجنايات والجنح المرتكبة بالخارج عملا بمبدأي الشخصية والعينية المنصوص عليهما بالمادة 744 وما يليها. لذلك يمكن ألا تختص الجهات القضائية بنظر جريمة معينة ارتكبت في بيئة افتراضية عابرة للحدود الوطنية بسبب استحالة تطبيق المبادئ المنوه عنها أعلاه على هذه الجريمة

وكانت إجابة المبحوث رقم 4 كالاتي

محاولة تكييف القوانين الوطنية مع القوانين الدولية، ولكن في اطار احترام السيادة الوطنية والرقمية.

توقيع التزامات مع مختلف دول العالم في إطار التعاون الدولي (لتفعيل الانابة القضائية، واحترام تنازع القوانين، وتسوية النزاعات في اطار احترام الخصوصيات الرقمية لكل مواطن في دولته، وعدم التذرع بالحرية لتجاوز حدود الاخلاقيات) بينما تمثلت إجابة المبحوث رقم 5 في قوله ان القانون الوطني محدود جغرافياً بإقليم الدولة (مبدأ الإقليمية)، في حين أن الفضاء الرقمي لا حدود له ولا سيادة عليه بالمعنى التقليدي. فنجد ان المادة 2 من قانون البريد والمواصلات الإلكترونية 18-04 تُخضع لأحكامه الشبكات والخدمات المقدَّمة على التراب الوطني، وهو ما يُضيّق نطاق تطبيقه أمام محتوى يُنتَج خارج الجزائر ولكن يُستهلك داخلها، أو يُنتَج داخلها ويُستضاف على خوادم أجنبية.

لذلك وجب الحرص على عقد اتفاقيات ثنائية وإقليمية فعّالة تُنظّم التعاون القضائي في مجال الجرائم الإلكترونية والمحتوى الرقمي.

إبرام اتفاقيات تعاون قانوني مع المنصات الكبرى(Meta ، Google، TikTok) لضمان استجابتها لطلبات الحذف الرسمية، على غرار ما أبرمته دول شقيقة كالمغرب وتونس.

وتوافقت إجابة المبحوث رقم 6 معه بان يشكل المحتوى العابر للحدود عائقا بسبب تداخل السيادات القانونية واحتكار الشركات التكنولوجية الكبرى (Google,Meta,Tik Tok) للمجال الرقمي خارج النطاق الجغرافي للدولة ولتجاوز ذلك وجب:

تفعيل الاتفاقيات الدولية والإقليمية الخاصة بمكافحة الجريمة الالكترونية والمعلوماتية

الزام المنصات الرقمية العالمية بفتح مكاتب تمثيلية قانونية لها في الجزائر لضمان الامتثال للقوانين الوطنية وحماية المستهلك الجزائري.

**تفسير وتحليل:**

تتمحور إجابات المبحوثين حول إشكالية عميقة في صميم القانون الدولي الرقمي، وهي أن السيادة القانونية تقف عند الحدود الجغرافية بينما المحتوى الرقمي لا يعرف حدوداً أصلاً، مما يُخلق فراغاً قانونياً يجعل التشريع الوطني مجرد إعلان نوايا في كثير من الأحيان.

المبحوث 1 ذهب مباشرة إلى جوهر المسألة بالإشارة إلى ما يُعرف بـ"خصوصية الجريمة الإلكترونية" وعبورها للحدود، ومن ثم ضرورة التعاون القضائي الدولي. وهذا الطرح يعني ضمنياً أن التعامل مع هذا التحدي يستوجب التخلي عن التصورات المتمحورة حول السيادة الكاملة لصالح نماذج تعاونية أكثر مرونة.

أما المبحوث 2 فأكد أن المحتوى العابر للحدود قد يُروّج لجريمة دون أن تستطيع القضاء الوطني الإمساك بها، لأن العدالة تفقد أدواتها عندما يُنتَج المحتوى خارج نطاق ولايتها القضائية. وهذا التوصيف يعكس ثغرة هيكلية تُضعف ليس القانون في النص، بل القانون في التنفيذ.

وجاء المبحوث 3 بأعمق تحليل قانوني أكاديمي في هذا الصدد، حين استحضر المادة الثالثة من قانون العقوبات المتعلقة بمبدأ الإقليمية، والمادة 744 من قانون الإجراءات الجزائية المتعلقة بمبدأي الشخصية والعينية. وهذا التأطير القانوني الدقيق يكشف أن المشكلة ليست فراغاً تشريعياً كاملاً، بل هي تعارض بين مبادئ قانونية راسخة ومبنية على نموذج

الدولة الوستفالية ذات الحدود الثابتة، وهذا النموذج يتآكل أمام طبيعة الفضاء الرقمي اللاحدودي. وهنا تبرز مفارقة حادة: القانون لا يُخطئ في منطقه الداخلي، لكنه يُخطئ في غفلته عن واقع متحول.

المبحوث 4 طرح حلاً دبلوماسياً قانونياً يقوم على التوفيق بين القوانين الوطنية والدولية في إطار محترم للسيادة الرقمية، وكذلك على توقيع التزامات دولية لتفعيل الإنابة القضائية وتنازع القوانين. واللافت أنه نبّه إلى خطورة "التذرع بالحرية لتجاوز حدود الأخلاقيات"، مما يُنبّه إلى أن خطاب الحقوق الرقمية لا ينبغي أن يتحول إلى غطاء للإفلات من المساءلة.

المبحوث 5 قدّم نقداً مسنداً للقانون الجزائري من داخله، محيلا إلى المادة الثانية من قانون البريد والمواصلات 18-04 التي تُقيّد تطبيقه بالتراب الوطني، وهو ما يُنشئ حالة عجيبة حيث المحتوى المنتج خارج الجزائر لكن المستهلك داخلها أو المنتج داخلها والمستضاف على خوادم أجنبية يقع في منطقة رمادية قانونية. ودعا إلى إبرام اتفاقيات مع المنصات الكبرى على غرار ما فعلته المغرب وتونس، وهو مسلك براغماتي يتعامل مع هذه الشركات بوصفها قوى قانونية فاعلة لا مجرد وسطاء تقنيين.

المبحوث 6 أضاف بُعداً اقتصادياً سياسياً حين أشار إلى "احتكار الشركات التكنولوجية الكبرى" للمجال الرقمي خارج نطاق الدولة، مما يُنبّه إلى أن المشكلة ليست قانونية فحسب بل هي معادلة قوى بين الدول ذات السيادة وشركات التقنية ذات النفوذ العابر للحدود. ودعا إلى إلزام هذه المنصات بفتح مكاتب تمثيلية في الجزائر، وهو ما يمثل تحوّلاً نوعياً نحو إخضاع هذه الكيانات للاختصاص القضائي المحلي.

يتضح من مجمل الإجابات أن التحدي ليس تقنياً بحتاً، بل هو في جوهره أزمة سيادة من نوع جديد تستوجب أدوات قانونية جديدة تجمع بين التشريع الوطني والتعاون الدولي والتفاوض مع شركات التقنية الكبرى.

**18- ضعف التنسيق بين الجهات المعنية (القضاء، وزارة الاتصال، سلطة الضبط...) يُسهم في محدودية التشريع وقصور في الإطار المنظم لنشاط المؤثرين**

فقد صرح المبحوث رقم 1 ان حجم الانتهاكات للمؤثرين اكبر دليل على عدم التنسيق مما يلزم المؤسسات المعنية ضرورة التنسيق فيما بينها بإنشاء فوج عمل مختص بين الوزارات المعنية وإيجاد نص قانوني شامل .

في حين أجاب المبحوث رقم 2 على أنه ضعف التنسيق يصعب عملية الرقابة وإفلات المؤثرين من العقاب.

كما أجاب المبحوث رقم 3 ضعف التنسيق بينها يؤدي إلى الجهل بمواطن الخلل، خاصة بالنسبة للجهات التي هي على احتكاك يومي وتواصل يومي بالجرائم المرتكبة عبر البيئة الافتراضية، خاصة القضاء وسلطة الضبط، إضافة للسلطة التشريعية التي تستعين بمختلف التقارير والبحوث المعدة من قبل هذه الجهات حتى تقوم بسن قوانين على درجة عالية من الدقة الاحترافية.

وكانت إجابة المبحوث رقم 4 كالاتي :

المسألة تتجاوز ضعف التنسيق المحلي إلى ضعف التنسيق الدولي باعتبار أن نشاط المؤثرين ذو طابع دولي ، وبالتالي فأي تغافل عن مواكبة التطورات سيكون له انعكاس سلبي على المنظومة ككل ، لأن هناك تطورات متسارعة في هذا الميدان –سواء تعلق الأمر بالأداة أو بالتقنيات .

بينما تمثلت إجابة المبحوث رقم 5 في قوله يُعدّ التشتت المؤسسي من أشد العوائق الهيكلية التي تُقيّد فاعلية أي تشريع، إذ تتوزع صلاحيات تنظيم النشاط الرقمي على جهات متعددة لا يربطها إطار تنسيقي متماسك.

فوزارة الاتصال تملك صلاحيات السياسة الإعلامية العامة استناداً إلى قانون 12-05، لكنها لا تملك آليات رقابة تقنية فعّالة على المحتوى الرقمي.

وسلطة ضبط السمعي البصري صلاحياتها مُقيّدة بالقنوات الإذاعية والتلفزيونية المرخّصة وسلطة ضبط البريد والمواصلات الإلكترونية تُعنى بالبنية التحتية التقنية

القضاء يتدخل بعد وقوع الضرر (رقابة لاحقة) في غياب ضوابط وقائية مسبقة

وتوافقت إجابة المبحوث رقم 6 معه بحيث يرى انه يسهم ضعف التنسيق في خلق ثغرات إجرائية وبيروقراطية تؤدي الى الإفلات من العقاب او تأخر الفصل في التجاوزات ويظهر القصور في:

غياب قنوات ربط رقمية سريعة لتبليغ وسحب المحتوى المخالف

تداخل الصلاحيات بين ما هو اداري ضبطي وما هو قضائي جنائي

العلاج التشريعي انشاء هيئة وطنية عليا مشتركة للأمن الرقمي وتنظيم المحتوى تضم ممثلين عن كل هذه القطاعات لتوحيد الرؤية وسرعة اتخاد القرار

**تفسير وتحليل:**

تُشكّل هذه الإجابات مجتمعةً صورة قاتمة عن التشتت المؤسسي الذي يُضعف فاعلية المنظومة التنظيمية للمحتوى الرقمي في الجزائر، ويجعل التشريع الجيد عديم الأثر حين يُفقد أدوات تنفيذه المتكاملة.

المبحوث 1 استند إلى دليل واقعي ملموس وهو حجم انتهاكات المؤثرين المتصاعد، ليستخلص منه ضمنياً أن هذا الحجم لا يمكن تفسيره إلا بغياب التنسيق المؤسسي الفعلي واقتراحه بإنشاء فوج عمل مشترك بين الوزارات المعنية مقرون بإيجاد نص قانوني شامل يُحيل إلى ضرورة أن يسير البناء التنظيمي وإصلاح البنية القانونية معاً لا أن ينفرد أحدهما عن الآخر.

المبحوث 2 أشار ببساطة نافذة إلى أن ضعف التنسيق يُفضي عملياً إلى إفلات المؤثرين من العقاب، مما يعني أن أفضل القوانين تبقى عاجزة حين يغيب التكامل المؤسسي اللازم لتطبيقها.

المبحوث 3 نظر إلى الأمر من زاوية إبستيمولوجية لافتة؛ فقد رأى أن ضعف التنسيق يُؤدي إلى "الجهل بمواطن الخلل"، أي أن غياب الربط بين الجهات لا يحرم الدولة فقط من آليات التدخل، بل يحرمها أيضاً من المعرفة الدقيقة بطبيعة المشكلة. ذلك أن القضاء وسلطة الضبط هما في تماس يومي مع الجرائم الرقمية، وتقاريرهما تُعدّ المادة الخام للسلطة التشريعية، فإذا انقطع هذا التدفق المعلوماتي أنتج المشرّع قوانين مبنية على تصورات غير مُحدَّثة وغير مُعاشة.

المبحوث 4 وسّع دائرة التشخيص لتشمل التنسيق الدولي، مُنبّهاً إلى أن النشاط الرقمي للمؤثرين ذو طابع عابر للحدود، وأن أي تقاعس عن متابعة التطورات على المستوى الأداتي والتقني سيُولّد انعكاسات سلبية تطال المنظومة الكاملة. وهذا التوسع في التشخيص يفتح الباب على مقاربة استراتيجية تتجاوز الترتيب الإداري الداخلي نحو بنية تنسيقية متعددة الأبعاد.

المبحوث 5 قدّم التشخيص الأكثر دقة وتفصيلاً، إذ ميّز بدقة بين صلاحيات كل جهة: فوزارة الاتصال تملك سياسة إعلامية عامة لكنها تفتقر إلى رقابة تقنية فعالة، وسلطة ضبط السمعي البصري مُقيّدة بالقنوات المرخصة، وسلطة ضبط البريد تُعنى بالبنية التحتية، فيما القضاء لا يتدخل إلا بعد وقوع الضرر، وهذا التشريح يكشف أن المنظومة بأسرها تعمل على مبدأ التدخل اللاحق لا الوقاية السابقة، وهو ما يُضمن بطبيعة الحال تأخراً مزمناً في معالجة الانتهاكات.

المبحوث 6 أضاف ثلاثة مظاهر عملية لهذا القصور : غياب قنوات رقمية سريعة لسحب المحتوى المخالف، وتداخل الصلاحيات بين ما هو إداري ضبطي وما هو قضائي جنائي، وهو ما يُنتج في الواقع مساحات رمادية تُضيع فيها الملفات بين المرجعيات. وحله التشريعي المقترح وهو إنشاء "هيئة وطنية عليا مشتركة للأمن الرقمي وتنظيم المحتوى" يُمثل أجمع ما قُدِّم في هذا المحور من مقترحات هيكلية.

في مجمله، يُبيّن هذا السؤال أن إصلاح المنظومة التشريعية للمؤثرين لا يكفيه تعديل النصوص، بل يحتاج إلى بناء معماري مؤسسي جديد يضمن التكامل بين الجهات والتدخل الاستباقي قبل وقوع الأضرار.

**19- أبرز فجوة بين النصوص التشريعية الجزائرية الحالية وطبيعة المحتوى الرقمي الذي ينشره المؤثرون، وكيف يمكن معالجتها تشريعيًا**

فقد صرح المبحوث رقم 1 برايي اكبر فجوة هي عدم وجود هيئة منظمة لهذا النشاط في ظل تزايد المنصات الالكترونية .

في حين أجاب المبحوث رقم 2 على أنه النصوص التشريعية الحالية مازالت بعيدة عن التكيف السريع والاستجابة الفعالة لمخاطر وتهديدات البيئة الرقمية الذاتي ينشط فيها فاعلون مجهولون وأحيانا من خارج الدولة .

كما أجاب المبحوث رقم 3 المعالجة التشريعية تتحقق بالتنسيق بين مختلف الجهات الحكومية ذات الصلة بهذا الموضوع إضافة إلى ممثلي المجتمع المدني الحقيقيين الذي ينالون في هذا الإطار وليس المندسين الذين لا هم لهم سوى الحصول على المناصب والألقاب، لذلك وبحكم هذه الهيئات على تواصل واحتكاك يوم بمثل هذه الظواهر فإنه سيقومون بتوصيف الداء بشكل جيد وفعال للسلطة التشريعية، والتي تقوم بدورها على ضوء هذا التوصيف بسن القواعد القانونية المناسبة لذلك .

وكانت إجابة المبحوث رقم 4 كالاتي:

لا يوجد في التشريع الجزائري تعريف قانوني موحد للمؤثر، ما يسمح بتطبيق نصوص قانون العقوبات، وقانون 05 20، وقانون 18 07 على الوجه الصحيح

كما نجد صعوبة في توقيف المحتوى المضر في الزمن المناسب، وغموضا في تحديد وقت ارتكاب الجريمة ومسؤولية المنصة نفسها.

لم يحدد معايير رقمية واقعية لقياس خطورة المحتوى، أو حجم التأثير، ما يضعف قابلية التكييف مع واقع المؤثرين الجزائريين.

بينما تمثلت إجابة المبحوث رقم 5 في قوله ان يبقى غياب نص تشريعي جزائري يقدم تعريفاً قانونياً دقيقاً للمؤثر الرقمي أو للمحتوى التجاري الرقمي هو أبرز ما يوجد فجوة في تنظيم هذا القطاع اما القانون العضوي 12-05 فيُعرّف الصحفي والمؤسسة الإعلامية بمفهوم تقليدي لا يمكن اسقاطه على المدوّن أو صانع المحتوى وفي غياب التعريف، يصعب التطبيق.

كذلك مشكل لم يتناوله التشريع بجدية وهو "الإشهار الخفي (Native Advertising) " عن منظومة قانون الإشهار الجزائري رقم 04-17.

ويبقى إصدار قانون خاص بالمؤثرين الرقميين يُحدد تعريفاً قانونياً للمؤثر (بمعيار عدد المتابعين أو حجم التأثير التجاري)، ويُلزمه بالتصريح بالنشاط وبالإفصاح عن الشراكات التجارية، على غرار القانون الفرنسي رقم 2023-451 الصادر في يونيو 2023 المتعلق بالمؤثرين التجاريين هو ما سيسد هذه الفجوة.

إدراج ظرف تشديد العقوبة في قانون العقوبات حين يُرتكب الجرم الإلكتروني عبر حساب ذي تأثير جماهيري.

وتوافقت إجابة المبحوث رقم 6 معه بان الفجوة الأساسية تكمن في ان القوانين الحالية صممت في الأصل لبنيات تقليدية كقانون الاعلام وقانون العقوبات او لمواقع الكترونية ثابتة بينما محتوى المؤثرين يتميز بالديناميكية الانية والاندماج التجاري (الإعلانات المبطنة).

طريقة المعالجة: سن قانون خاص ومستقلا يعنى بالمؤثر الرقمي وصناعة المحتوى يحدد بوضوح المفاهيم (الراعي الاشهار الموجه المحتوى الهادف) ويقر اليات واضحة للرقابة المالية والجبائية على الأرباح الرقمية

**تفسير وتحليل:**

تصبّ إجابات المبحوثين الستة في واد واحد وإن تنوعت مداخلها؛ فكلهم يشتركون في تشخيص فجوة أصيلة بين ترسانة تشريعية صُمِّمت لزمن ما قبل المؤثرين وواقع رقمي متجدد لا تكفي القوانين القائمة لاحتوائه.

المبحوث 1 حدد الفجوة الكبرى في غياب هيئة منظمة لنشاط المؤثرين في ظل تصاعد المنصات، وهو ما يعني أن الطاقة التنظيمية للدولة لم تُكيَّف بعد مع بنية اقتصاد المنصات الذي أفرز فاعلين جدداً لا تعرفهم القوانين القائمة.

المبحوث 2 رأى أن النصوص التشريعية الراهنة لا تزال قاصرة عن مواجهة مخاطر بيئة رقمية يُسيطر عليها أحياناً فاعلون مجهولون أو قادمون من خارج الحدود الوطنية. وهذا التوصيف يُحيل إلى أن الفجوة ليست في النص فحسب، بل في طبيعة الفاعلين أنفسهم الذين لم يُتوقع وجودهم عند صياغة هذه القوانين.

المبحوث 3 دعا إلى تنسيق بين الجهات الحكومية وممثلي المجتمع المدني "الحقيقيين" لا المندسين في هذه المشاورات بغرض المناصب، وهو تحذير ضمني من ظاهرة احتكار المشاورة وتسخيرها لمصالح شخصية بدلاً من الغاية العامة. والحل الذي يقترحه قائم على أن الهيئات الأقرب إلى الواقع هي الأقدر على توصيف الداء، وهو توصيف وظيفي صائب.

المبحوث 4 أتى بأكثر المقاربات أكاديمية، إذ رصد ثلاث ثغرات جوهرية: أولها غياب تعريف قانوني موحد للمؤثر، مما يُصعّب التطبيق السليم لقانون العقوبات وقانون 05-20. وثانيها صعوبة إيقاف المحتوى المضرّ في الوقت المناسب مع غموض في تحديد لحظة ارتكاب الجريمة ومسؤولية المنصة. وثالثها غياب معايير رقمية واقعية لقياس درجة خطورة المحتوى أو حجم التأثير، وهو ما يُضعف قابلية التكييف القانوني مع الواقع. والتعريف القانوني في منظور هذا المبحوث ليس مجرد تفصيل تقني بل هو شرط وجودي لأي تنظيم فعّال.

المبحوث 5 حدد الفجوة المركزية في غياب التعريف القانوني الدقيق للمؤثر الرقمي، مُنبّهاً إلى أن القانون العضوي 12-05 يُعرّف الصحفي والمؤسسة الإعلامية بمفهوم تقليدي لا يمكن أن يُسقَط على صانع المحتوى الرقمي. وهنا يكمن عُمق الإشكالية، فالمؤثر يمارس وظيفة إعلامية وتجارية واجتماعية في آنٍ واحد، لكن لا يُسعفه نص قانوني يعترف بهذه الهوية المركبة. كما أثار مسألة "الإشهار الخفي" أو ما يُعرف بـ (Native Advertising) بوصفه فراغاً قانونياً خطيراً، واستحضر القانون الفرنسي 2023-451 المتعلق بالمؤثرين التجاريين نموذجاً للاقتداء، وهو ما يُعزز حجته بالاستناد إلى تجربة ديمقراطية ناضجة سبقت الجزائر في معالجة هذا الملف.

المبحوث 6 كشف عن الفجوة من زاوية مغايرة وهي أن القوانين الحالية صُممت لبنى تقليدية ثابتة، في حين أن محتوى المؤثرين يتسم بالديناميكية الآنية والاندماج التجاري عبر الإعلانات المبطنة. ودعوته لسن قانون خاص ومستقل بالمؤثر الرقمي يُحدد المفاهيم ويُقر آليات الرقابة المالية والجبائية تعني أنه لا يُعالج القضية من منطلق إعلامي فحسب، بل يُدخلها في المنظومة الاقتصادية الرسمية.

تكشف هذه الإجابات مجتمعةً عن حاجة ملحّة لقانون خاص بالمؤثرين الرقميين؛ يُعرّف هويتهم المهنية ويحدد حقوقهم وواجباتهم الجزائية والمدنية والجبائية، مع اعتماد معايير رقمية موضوعية قابلة للتطبيق.

**20- يشكّل نقص التوعية الإعلامية بالإطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين عائقا لا يقل أهمية عن التشريع بحد ذاته، إذ لا يكفي النص القانوني وحده ما لم يُرافقه وعي مجتمعي لدى المؤثر والمتلقي على حد سواء اقترح تدبيرا ترى انه يقضي على هذا التحدي.**

فقد صرح المبحوث رقم 1 نعم لا يكفي النص القانوني لوحده فلابد من وجود ما يعرف بالتربية الإعلامية التي تعنى بنشر الوعي على مستوى مؤسسات التنشئة المدارس والثانويات والجامعات، وحتى المساجد لتوضيح مخاطر النشر العشوائي للمحتوى الهابط

ضرورة تزويد متعاملي الهاتف النقال الثلاث بتطبيقات حديثة تعمل على حذف المحتويات الهابطة والغير لائقة أخلاقيا حذفا اليا.

نشر الوعي القانوني على أوسع نطاق وتوضيح العقوبات.

في حين أجاب المبحوث رقم 2 على أنه يعد إشراك الجهات المختصة في التوعية القانونية بأي إطار قانوني جديد يحكم هذه الفئة؛ مثل تنظيم ندوات للتوعية أو جلسات لذلك

كما أجاب المبحوث رقم 3 صحيح لا بد من التوعية بمخاطر الجرائم التي ترتكب عبر البيئة الرقمية، لأن آخر المتدخلين هو النص القانوني، والذي يمكنه وبدونه الحيلولة دون وقوع أغلب هذه الجرائم إذا سبقها نشاط جمعوي توعوي تشارك فيه جميع مكونات المجتمع المدني توقيا من مثل هذه الجرائم.

وكانت إجابة المبحوث رقم 4 في اقتراح: برامج تكوين للمؤثرين، تدرس في الكليات التقنية والحقوق والاتصال وفي المدارس الثانوية، في صورة مقررات دراسية مختصرة أو دورات توعوية عن «استخدام وسائل التواصل المسؤول»، تستعين في تكوينها بمؤثرين حقيقيين باعتبارهم «سفراء مهنيين» للسلوك الرقمي الصحيح.

*انشاء منصات قانونية تنشر (مثلاً: «ما يُسمح به/ما يُعدّ جريمة في البث المباشر؟»، «كيف يحمي المؤثر خصوصية متابعيه؟ وهكذا...

*تبرم شراكات مع مؤثرين «مُلتزمين» لتقديم محتوى قانوني وتعليمي.

*ربط التوعية القانونية بالترخيص المهني للمؤثرين

*تُطلق حملات إعلامية واسعة (تليفزيون، إذاعة، منصات رقمية عمومية...) للتعريف بالمحتوى المضلل والزائف وكيفية معاقبة المنحرفين

بينما تمثلت إجابة المبحوث رقم 5 في قوله التدبير المقترح: ايجاد منظومة "الإعلام القانوني الرقمي المتكاملة" والتي تقوم بتقديم توعية للمؤثر: بشرح حقوق المؤثر وواجباته، التزاماته الضريبية، حدود حرية التعبير، وضوابط الإشهار الرقمي .

توعية اللمتلقي:

إدراج وحدة تعليمية في التربية الإعلامية ضمن مناهج التعليم المتوسط والثانوي،

الحرص على التحفيز بالالتزام الأخلاقي.

وكانت إجابة المبحوث رقم 6 نقترح إطلاق البرنامج الوطني للتوعية والرقمية والذي يركز على توضيح الزامية ادراج إشارة واضحة (مثل وسم اعلان مدفوع او محتوى برعاية) على أي منشور تجاري هذا للمؤثر اما للمتلقى ادراج مقاييس الثقافة الرقمية والوعي بالتعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي في المناهج التربوية والتعليمية بهدف بناء حس نقدي لدى الجيل الناشئ حتى نمنع انسياقهم وراء المحتويات الزائفة والتضليلية

تفسير وتحليل:

تتضافر إجابات المبحوثين على تأكيد مسلّمة أساسية مفادها أن القانون مهما بلغت دقته لا يستطيع العمل في مجتمع يجهله، وأن الوعي الإعلامي بالإطار التشريعي يُمثل المُضاعِف الحقيقي لأثر النص القانوني في الواقع الاجتماعي.

المبحوث 1 فتح آفاقاً تربوية واسعة حين طالب بنشر التربية الإعلامية عبر مؤسسات التنشئة من مدارس وثانويات وجامعات بل وحتى المساجد، وهو ما يُشير إلى أنه لا يفصل بين المنظومة التعليمية الرسمية والمنظومة القيمية الدينية في مشروع التوعية. كما اقترح إلزام متعاملي الهاتف النقال بتطبيقات تحذف المحتوى غير اللائق آلياً، وهو ما يُضيف بعداً تقنياً إجبارياً يكمل الجهد التوعوي الطوعي.

المبحوث 2 ركز على إشراك الجهات المختصة في توعية منظمة كالندوات والجلسات العامة، وهو حل ذو طابع مؤسسي يُحمّل الدولة مسؤولية التواصل النشط مع الفاعلين في المجال الرقمي لا مجرد انتظارهم.

المبحوث 3 أبدى قناعة راسخة بأن النشاط الجمعوي التوعوي إذا اضطلع به المجتمع المدني بصورة حقيقية يستطيع أن يُحول دون نسبة كبيرة من الجرائم الرقمية قبل أن يضطر القانون للتدخل. وهذا الطرح يضع المجتمع المدني في موقع الشريك الأول لا المتفرج السلبي.

المبحوث 4 قدّم أكثر الحلول إبداعية وتفاصيلاً، إذ دعا إلى إدراج مقررات عن الاستخدام المسؤول لوسائل التواصل في التعليم الثانوي والجامعي، مع الاستعانة بمؤثرين حقيقيين ملتزمين أخلاقياً بوصفهم "سفراء مهنيين" للسلوك الرقمي السليم. وهذا المقترح يستثمر منطق التأثير الاجتماعي ذاته في خدمة التوعية، إذ من المرجح أن يُحدث مؤثر موثوق أثراً أكبر بكثير مما تُحدثه نشرة إعلامية رسمية. كما اقترح إنشاء منصات قانونية تُجيب عن أسئلة عملية كما يُسمح به في البث المباشر وكيفية حماية خصوصية المتابعين، وهو ما يُحيل التوعية من الخطاب المجرد إلى الإرشاد الإجرائي المباشر.

المبحوث 5 اقترح منظومة "الإعلام القانوني الرقمي المتكاملة" التي تُخصص توعية مزدوجة؛ للمؤثر بحقوقه وواجباته والتزاماته الضريبية وحدود حريته في التعبير، وللمتلقي بإدراج وحدة تعليمية في التربية الإعلامية ضمن مناهج التعليم المتوسط والثانوي. وإدراج التربية الإعلامية في المناهج المدرسية ذو دلالة استراتيجية، لأنه يعني الرهان على تكوين جيل يمتلك الأدوات النقدية لتمييز المحتوى المضلل قبل أن يقع ضحيته.

المبحوث 6 اقترح "برنامجاً وطنياً للتوعية الرقمية" يُركز على إلزامية الإشارة الواضحة لكل محتوى تجاري مموّل، فيما يُدرج للمتلقي مقاييس الثقافة الرقمية في المناهج التعليمية

بهدف بناء حس نقدي لدى الجيل الناشئ. وتوظيفه مفهوم "الحس النقدي" مُحكم التعبير، لأنه يُحيل إلى ملكة تحليلية دائمة لا مجرد معلومة يحفظها الطالب ثم يُسقطها.

تُبيّن إجابات هذا السؤال بوضوح أن المبحوثين يُؤمنون بضرورة بناء جيل من المواطنين الرقميين الواعين الذين لا يكتفون باستهلاك المحتوى بل يملكون أدوات الفرز والتقييم، وأن هذا الجيل لا يُبنى إلا بمناهج تعليمية متجددة وبيئة تشريعية محترمة وفاعلية مجتمع مدني حقيقي.

**الملخص الشامل للمحور الخامس:**

يتمحور المحور الخامس حول إشكالية واحدة متشعبة الأبعاد تتصل بمدى قدرة المنظومة التشريعية والتنظيمية الجزائرية على استيعاب نشاط المؤثرين الرقميين وتنظيمه، وقد خلص المبحوثون الستة إلى تشخيص مشترك ؛حاصله أن الجزائر أمام تحديات بنيوية عميقة تتجاوز الحاجة إلى مجرد سن قوانين إضافية، فالفجوة الزمنية بين التطور التكنولوجي المتسارع وبطء الدورة التشريعية التقليدية تظهر بجلاء في قصور القانون العضوي 12-05 المتعلق بالإعلام وقانون البريد والمواصلات 18-04 عن استيعاب ظاهرة المؤثرين الذين لم يكونوا في حسبان المشرع حين صياغة هذه النصوص ؛ والحلول المطروحة لهذه الإشكالية تدور حول اعتماد "التشريع المرن" المرتكز على نصوص إطارية عامة تُفوَّض مهمة التفاصيل التطبيقية لمراسيم تنفيذية قابلة للتحيين السريع، مع منح سلطات الضبط صلاحيات تنظيمية مستقلة تُغني عن الانتظار الطويل أمام مسارات التشريع.

ويُضاف إلى ذلك تحدي تحسين الثقافة القانونية للمؤثرين الذين يمارسون نشاطاً ذا أثر جماهيري وتجاري واسع دون أدنى دراية بالإطار القانوني الناظم لهذا النشاط، مما يجعل الإفلات من العقاب أكثر منه نتيجة الجهل ببعده الجرمي قبل القصد الإجرامي ، ولمعالجة هذا التحدي يرى المبحوثون ضرورة ربط الترخيص المهني للمؤثر بتكوين قانوني إلزامي في "القانون الرقمي لصانعي المحتوى" تضطلع به كليات الحقوق والإعلام وعلم الاجتماع، على

غرار ما تنتهجه الدول العربية المتقدمة في هذا الشأن ؛أما على صعيد المحتوى العابر للحدود فيُشكّل تحدياً فلسفياً وقانونياً في آنٍ واحد، إذ تنهار مبادئ الإقليمية والشخصية والعينية المنصوص عليها في قانون العقوبات وقانون الإجراءات الجزائية أمام طبيعة الفضاء الرقمي اللاحدودي، مما يستدعي إبرام اتفاقيات ثنائية وإقليمية فعّالة وإلزام المنصات الكبرى كـTikTokوgoogle بفتح مكاتب تمثيلية قانونية داخل الجزائر لضمان امتثالها للقوانين الوطنية، ويزيد من خطورة هذا الوضع ضعف التنسيق المؤسسي بين القضاء ووزارة الاتصال وسلطات الضبط المختلفة، وهو ما يُفضي إلى تشتت الصلاحيات وتداخلها وإفلات كثير من المخالفين من العقاب، في ظل غياب قنوات رقمية سريعة لسحب المحتوى المخالف. والحل المقترح هو إنشاء هيئة وطنية مشتركة للأمن الرقمي وتنظيم المحتوى؛ تجمع ممثلين عن كل هذه القطاعات في إطار مؤسسي موحد؛ وتبقى الفجوة التشريعية الأكثر خطورة هي غياب تعريف قانوني دقيق للمؤثر الرقمي وللمحتوى التجاري الرقمي، وغياب أي تنظيم للإشهار الخفي(Native Advertising) ، وهو ما يُضعف التكييف القانوني الصحيح للأفعال المرتكبة عبر هذا الفضاء، وقد أشار المبحوثون الى القانون الفرنسي 2023-451 المتعلق بالمؤثرين التجاريين كنموذج يُحتذى به ،وفي كل ذلك لا يغيب البعد التوعوي الذي يُعدّه المبحوثين المضاعف الحقيقي لأثر التشريع، إذ يرون أن بناء منظومة "الإعلام القانوني الرقمي" التي تُخاطب المؤثر والمتلقي في آنٍ واحد، وإدراج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية بهدف تنشئة جيل يمتلك الحس النقدي الذي يُحصّنه من الانجراف وراء المحتوى المضلل، أمران لا يقلان أهمية عن التشريع في حد ذاته.

**النتائج العامة :**

لقد سعت هذه الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل محوري هو: ما رؤية الأساتذة المتخصصين في القانون وعلوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف للإطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

والجواب الذي توصلت إليه الدراسة هو أن الإطار القانوني الجزائري الراهن يُمثّل أرضية عقابية وردعية مقبولة، لكنه يفتقر افتقاراً صريحاً إلى التأطير التنظيمي المهني المتخصص. فالنصوص القانونية القائمة صُمِّمت لبيئات قانونية سابقة لظهور المؤثر الرقمي، هذا الاخير الذي ينشر المعلومات ويُشكّل اتجاهات الراي العام ويُوجه خيارات ملايين المتابعين، يجد نفسه في منطقة قانونية رمادية لا تحكمها ضوابط الحارس التقليدي من تدريب مهني وخضوع مؤسسي ومسؤولية واضحة تجاه الجمهور.

ثانياً: الإجابة عن التساؤلات الفرعية :

1 .مدى كفاية الإطار القانوني الحالي وأوجه قصوره .

أجمع غالبية المبحوثين على أن الإطار القانوني يعاني من قصور واضح في تحديد مسؤولية المؤثرين الرقميين؛ بسبب غياب تعريف قانوني للمؤثر الرقمي وتشتت المسؤولية بين قطاعات متعددة دون تنسيق حقيقي، وعجز قانون حماية المستهلك عن ملاحقة الإشهار المقنّع الذي لا يُفصح فيه المؤثر عن عقود الرعاية التجارية .

2 .مدى حماية النصوص التشريعية للقيم الثقافية والأخلاقية للمجتمع الجزائري .

كشفت الدراسة عن توافق واضح بين المبحوثين على أن الحماية القانونية للثوابت الدينية والرموز الوطنية ،وكذلك حماية الاطفال تتميز بالوضوح والصرامة ؛لا سيما بموجب قانون العقوبات وقانون مكافحة خطاب الكراهية 05-20.؛ غير أن حماية الموروث الثقافي اللامادي تبقى أقل فاعلية في مواجهة المحتوى الرقمي بسبب غياب آليات التطبيق المتخصصة وصعوبة الرقابة الاستباقية، وبما ان المؤثر مزال يُمرِّر كثيراً من المحتوى الضار بدون مراقبة حقيقية فهذا يعني ان المشرع لم يستطع استرداد دور الحراسة الذي كانت تقوم به المؤسسات الإعلامية التقليدية سابقا.

3 .التدابير القانونية التي اتخذها المشرع تجاه تجاوزات المؤثرين .

تشير الدراسة إلى أن الجزائر تمتلك ترسانة تشريعية تُعاقب على كثير من انتهاكات المؤثرين من نشر أخبار كاذبة ومحتوى مُسيء وإشهار مُضلِّل وانتهاك للخصوصية. وقد أقدم المشرع على إدراج المؤثرين في السجل التجاري الوطني، فيما شهدت الساحة مبادرات برلمانية تطالب بتنظيم أشمل. غير أن هذه التدابير تظل بعدية لاحقة لوقوع الضرر، في حين أن الطبيعة الفيروسية لانتشار المحتوى الرقمي تجعل الضرر يقع فورياً قبل تحريك الدعوى العمومية. والحل من منظور الحراسة الإعلامية لا يكمن في تصعيد العقوبة البعدية وحدها، بل في استحداث آليات حراسة استباقية تمنع المحتوى الضار من عبور البوابة قبل أن يُحدث أثره الاجتماعي.

4 .التحديات التي تواجه التنظيم القانوني لنشاط المؤثرين .

رصد المبحوثون جملة من التحديات البنيوية يمكن إجمالها في: غياب التعريف القانوني الصريح للمؤثر وما يُفضي إليه من غموض في التكييف والمساءلة وضعف الرقابة على المحتوى العابر للحدود الذي يتجاوز النطاق الوطني وضعف الوعي القانوني لدى المؤثرين أنفسهم الذين ينشرون ما يريدون دون إدراك العواقب وحدود مسؤولياتهم وتشتت الجهات الرقابية وضعف التنسيق المؤسسي بينها مما يُحوّل القانون الجيد إلى أداة هشة التطبيق ، فضلاً عن الفجوة المتسعة بين التطور التكنولوجي المتسارع وثقل المسارات التشريعية التقليدية.

وانطلاقاً من هذه النتائج وتوصيات المبحوثين الرصينة يمكن صياغة المقترحات التالية:

أولاً: إعداد قانون مستقل أو نصوص مكمّلة متخصصة تُعرِّف المؤثر الرقمي تعريفاً قانونياً دقيقاً وتُحدد حقوقه وواجباته ومسؤولياته، على غرار القانون الفرنسي 2023-451 الذي حوّل المؤثر من فاعل مجهول القانون إلى مسؤول حقيقي عن كل ما ينشره .

ثانياً: إنشاء سجل وطني للمؤثرين الرقميين مقرون بنظام ترخيص مهني مشروط بالتكوين القانوني الأساسي في أخلاقيات النشر الرقمي وحماية المستهلك وقوانين التجارة الإلكترونية

ثالثاً: إلزام المؤثرين بالإفصاح الصريح عن الطابع التجاري لمحتواهم الإشهاري عبر وسم واضح، من اجل حمايةً للمستهلك الإلكتروني.

رابعا: إنشاء هيئة وطنية مشتركة لضبط المحتوى الرقمي تضم ممثلين عن مختلف الوزارات لتوحيد الرؤية وتسريع الاستجابة وإنهاء التشتت المؤسسي .

خامسا: إبرام اتفاقيات تعاون قانوني مع المنصات الرقمية الكبرى لضمان الاستجابة لطلبات الحذف الرسمية وإلزامها بتمثيل قانوني في الجزائر.

-

# خاتمة

**خاتمة:**

وختاما يتضح جليا ان غياب القانون المتخصص لتنظيم المؤثرين يحول الفضاء العام الافتراضي الى فضاء خالي من تحمل المسؤولية ومساحة للتجاوزات بحجة الحرية و فضاءا لا تراعى فيه قيم الجمهور ويتعدى على حقه في الخصوصية ووجود قانون متخصص هو ما سيعيد التوازن ويحافظ على الحقوق .

ان ترك المؤثرين ينشطون في الفضاء الرقمي دون أن يُنشئ لهم القانون الجزائري نصا صارما يكون بمثابة حارس بوابةً حقيقي يخضع له المؤثر امر في غاية الخطورة . وهذا ما أكده بوضوح كل ما قدّمه الأساتذة المبحوثين من قراءات نقدية معمّقة للواقع التشريعي، كاشفين عن فجوة حقيقية وعميقة بين حجم تأثير هذا المؤثر على المجتمع الجزائري وبين هشاشة الإطار القانوني المنوط به تنظيم نشاطه والحدّ من انفلاته.

# قائمة المراجع

**قائمة المصادر والمراجع:**

**أولاً: الكتب**


- العسكري، عبود عبد الله .*منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية*، ط1، دار النمير للنشر، دمشق، سوريا، 2002، ج1 .
- بلقبي، فطوم .*المقاربات الكمية والكيفية*، دار المتنبي للطباعة والنشر، المسيلة، الجزائر، 2023 .
- حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد .*الاتصال ونظرياته المعاصرة*، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2022 .
- خلف، بوبكر .*منهجية إعداد البحث العلمي الأكاديمي الناجح*، مطبعة منصور، الوادي، الجزائر، د.ت .
- دوبل، محمد سالم .*كتاب الإنستغرام*، دار سعد للنشر، د.ط، 2023 .
- دليو، فوضيل .*مدخل إلى منهجية البحث العلمي*، منشورات مخبر الاستخدام والتلقي، بن عكنون، الجزائر، نسخة إلكترونية مجانية، 2024 .
- عمر بن جداه .*ظاهرة المؤثرين من هواية إلى صناعة*، دار رسائل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2025 .
- لبيد، عماد .*منهجية إعداد وتصميم المذكرات والرسائل الجامعية*، دار إيلياء للنشر والتوزيع، الجزائر، 2024 .
- ممو، سهام .*صناعة المحتوى في البيئة الرقمية: استراتيجيات، أدوات وتحديات*، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2025 .
- هبة صبحي جلال إسماعيل .*التماسك الاجتماعي إلى أين؟ الجانب المظلم لوسائل التواصل الاجتماعي*، ط1، دار الراوي للنشر، مصر، 2021 .

**ثانياً: الدوريات العلمية**


- إعراب، فطيمة، ووسام مروة كحال. "الحماية القانونية للطفل من مخاطر وسائط الإعلام الجديدة في التشريع الجزائري – مقاربة نظرية." مجلة التشريع الإعلامي، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، المجلد 02، العدد 01، 2023، ص ص 11–99 .
- بلعيدي، رفيق. "انعكاسات متابعة مؤثري تيك توك على الهوية عند الشباب الجزائري." مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 28، العدد 73، 2024، ص ص 1194–1219 .
- بلل، أحمد إبراهيم، ونجم رياض الربضي، ومأمون راشد الحنيطي. "النظام القانوني للمؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي: دراسة مقارنة." مجلة الشرق الأوسط لعلوم الاتصال، جامعة الشرق الأوسط، المجلد 05، العدد 01، 2025 .
- بن عجايمية، بوعبد الله. "التشريعات الإعلامية في الجزائر بين متغيرات المرحلة وضرورات التعديل: دراسة نقدية للقانون العضوي 12–05 المتعلق بالإعلام." المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، المجلد 01، العدد 01، 2021، ص ص 50–70 .
- بشريف، وهيبة. "وسائط التواصل الاجتماعي كآليات إستراتيجية للتسويق السياحي في الجزائر." المجلد 05، العدد 03، 2019 .
- بوهنوش، فتيحة. "التأطير القانوني لنشاط التأثير التجاري ومحاربة انحرافات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي – دراسة في ضوء التجربة الفرنسية." مجلة الفكر القانوني والسياسي، جامعة البليدة 2، المجلد 09، العدد 02، 2025، ص ص 470–488 .

- جربوعة، عادل، وفاطمة الزهراء تنيو. "خطوات البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال." مجلة الإعلام والمجتمع، العدد 02، 2017 .
- خنيفر، شفيقة. "قادة الرأي والمؤثرون الاجتماعيون بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد." مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الشريف مساعدية – سوق أهراس، المجلد 15، العدد 03، 2023، ص ص 495–514 .
- رزيق، هنية، وسعاد ولد جاب الله. "إشكالية التأطير القانوني لنشاط المؤثرين عبر المنصات الرقمية – دراسة مقارنة بين التشريع الوطني والدولي (فرنسا، مصر، والسعودية أنموذجا)." حوليات جامعة الجزائر 1، المجلد 39، العدد 02، 2025، ص ص 197–216 .
- رمدوم، نورة. "التنظيم القانوني لنشاط الإعلام عبر الأنترنت وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 20–332." مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد 07، العدد 04، ديسمبر 2022، ص ص 286–300 .
- دليو، فوضيل. "أخلاقيات ومناهج البحوث الكيفية: تلازم تفاعلي." مجلة الاتصال والصحافة، جامعة قسنطينة، المجلد 07، العدد 01، 2020 .
- صابي، فاطمة. "التنظيم القانوني لنشاط المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي: قراءة في التشريع الوطني والقانون الفرنسي رقم 2023–451." مجلة التشريع القانوني، المجلد 04، العدد 02، 2026 .
- مكرتار، خيرة. "دور حارس البوابة في ظل الإعلام الجديد." مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد 05، الجزائر، جوان 2017 .
- سميشي، وداد. "صورة الذات عبر شبكة الإنستغرام: منظور تحليلي." المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 04، العدد 02، د.ت .

**ثالثاً: النصوص القانونية الجزائرية**


- القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 02، الصادرة في 15 يناير 2012 .
- القانون رقم 15-12 المؤرخ في 15 جويلية 2015 المتعلق بحماية الطفل، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية .
- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 28، الصادرة في 16 ماي 2018 .
- المرسوم التنفيذي رقم 20-332 الذي يحدد كيفية ممارسة الإعلام عبر الأنترنت والرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية .


**رابعاً: التشريع المقارن**


- قانون الجرائم الإلكترونية الأردني رقم 17 لسنة 2023 .
- Loi n° 2020-1266 du 19 octobre 2020 visant à encadrer l'exploitation commerciale de l'image d'enfants de moins de seize ans sur les plateformes en ligne, Journal Officiel de la République Française.
- Loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux, Journal Officiel de la République Française.

**خامساً: المواقع الإلكترونية**


- 20" **Billion Videos Uploaded to YouTube Since Launch**." موقع صحيفة العين الإخبارية. موقع العين الإخبارية، متاح على: **al-ain.com/article/20-billion-videos-uploaded-to-youtube-since-launch**، تاريخ الاطلاع: يذكر حسب تاريخ الاستخدام.

# الملاحق

# الملحق رقم 01: استمارة مقابلة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

**استمارة مقابلة**

**الموضوع :**

**الإطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر**

**دراسة لرؤية عينة من الأساتذة في القانون وعلوم الاعلام والاتصال بجامعتي محمد بوضياف**

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

**إعداد الطالبة:** **تحت إشراف :**

**زيغم هجيره** **د/ علاوة فوزي**

أستاذي /(ت)الكريم/(ة )

في اطار انجاز مذكرة التخرج يسرني ان اضع بين ايديكم هذه الاستمارة التي تهدف الى اكتشاف وجهات النظر للأساتذة المتخصصين في القانون و علوم الاعلام والاتصال في موضوع الاطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين ،لذا يرجى الإجابة بصدق تام انطلاقا من تخصصك ورؤيتك الاكاديمية الخاصة ونؤكد لكم ان اجابتكم ستبقى سرية وتستعمل لأغراض علمية بحتة.

وشكرا مسبقا

**إشكالية الدراسة:**

**ما رؤية الأساتذة المتخصصين في القانون وعلوم الإعلام والاتصال في جامعة محمد**

**بوضياف بالمسيلة للإطار القانوني المنظم للمؤثرين بالجزائر؟**

**وتطرح الدراسة الأسئلة الفرعية التالية:**

- **ما مدى كفاية ووضوح الاطار القانوني الحالي في تأطير نشاط المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي ؟**
- **هل يوفر الاطار القانوني الحماية للقيم الثقافية للمجتمع الجزائري من انتهاكات المؤثرين عبر المحتوى الرقمي حسب المتخصصين في القانون والاعلام؟**
- **ماهي التدابير القانونية التي اتخذها المشرع الجزائري في حق المؤثرين الذين وقعو ا في تجاوزات تخالف القانون؟**
- **ماهي اهم التحديات التي تواجه نشاط المؤثرين على مستوى التنظيم القانوني؟**

**المعلومات الشخصية**

**1 - الجنس :**

**ذكر** ☐

**أنثى** ☐

**2- التخصص :**

**علوم قانونية** ☐ **علوم إعلام واتصال** ☐

**3- الرتبة العلمية الوظيفية :**

**أستاذ مساعد** ☐

**أستاذ محاضر ب** ☐

**أستاذ محاضر أ** ☐

**أستاذ التعليم العالي** ☐

**4 - سنوات الخبرة في مجال القانون أو علوم الإعلام والاتصال:**

**- أقل من 5 سنوات** ☐

**- 5-10 سنوات** ☐

**-بين 11-20 سنة** ☐

**- أكثر من 20 سنة** ☐

**5 - مدى متابعتكم لنشاط المؤثرين عبر مختلف وسائل التواصل الاجتماعي**

**دائما** ☐ **أحيانا** ☐ **نادرا** ☐

| التساؤلات | الإجابة |
|---|---|
| **المحور الأول: مدى وضوح وكفاية النصوص التشريعية الحالية المنظمة لنشاط النشر عن طريق المؤثرين الرقمين.** | |
| ما مدى وضوح وكفاية الاطار القانوني الحالي في تحديد مسؤولية المؤثرين على المحتوى الذي يقومون بنشره | |
| برايكم هل النصوص التشريعية الجزائرية الحالية واضحة وكافية في تحديد مسؤولية المؤثرين عن المحتوى الذي يقدمون بنشره (مثل قانون الإعلام 12-05، وقانون حماية المستهلك 09-03 ، وقانون الجرائم الإلكترونية 09-04 ، وقانون 20-05 الذي يتعلق بالوقاية من خطاب الكراهية ،وقانون حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي 18-07 اضافة الى القانون الاخير المعدل والمتمم لقانون الاعلام 2012 الا وهو قانون 23-14 ). | |
| هل الاطار القانوني واضح على مستوى اليات حماية المستهلك من الترويج المضلل قانون 09-03 ؟ | |
| هل يمكن تطبيق ماورد في قانون الإعلام 12-05 المُعدَّل والمُتمَّم بالقانون 23-14 وتعديلاته اللاحقة على النشاط الإعلامي للمؤثرين، رغم أنه صُمِّم في الأصل للإعلام التقليدي؟ | |
| كيف يسهم قانون حماية المعطيات الشخصية 18-07 في توضيح الاطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين وهل يوفر حماية كافيةً لخصوصية الأفراد وبياناتهم ذات الطابع الشخصي في مواجهة الممارسات الرقمية للمؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال طرح عدة التزامات تلزم كل معالجي للبيانات — بما فيهم المؤثرون — على احترام مبادئ الشفافية، مما يجعله إطارًا تشريعيًا قادرًا على مواكبة متطلبات البيئة الرقمية ؟ | |
| **المحور الثاني: حماية الثقافة الوطنية للمجتمع الجزائري في المحتوى الرقمي للمؤثرين.** | |
| هل تحمي التشريعات الجزائرية مثل قانون التراث (98-04) الاطر الثقافية المادية والمعنوية من الدعاية الضارة وسوء الاستغلال عبر محتوى المؤثرين؟ | |
| هل النصوص القانونية الحالية بالجزائر كافية لمنع انتهاكات المؤثرين للتراث الثقافي الجزائري (مثل تشويه الرموز الوطنية) ؟ | |
| هل تُجرّم النصوص التشريعية الجزائرية المحتوى المسيء الذي ينشره المؤثرون الذي يمس بالثوابت الدينية أو يقصد به الإساءة إلى الشعائر الإسلامية والثوابت الوطنية؟ | |
| هل تُوفر النصوص التشريعية الجزائرية (كقانون حماية الطفل 05-12) حمايةً قانونية كافية للقاصرين من التوظيف التجاري في محتوى المؤثرين أو استهدافهم بالإعلانات المضللة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟ | |
| **المحور الثالث: التدابير القانونية المتخذة تجاه المخالفات** | |

| | |
|---|---|
| هل تُعدّ النصوص الواردة في قانون الوقاية من الجرائم الإلكترونية ومكافحتها 09-04 كافيةً لمواجهة الجرائم الرقمية التي يرتكبها المؤثرون كالتشهير الإلكتروني ونشر المعلومات المضللة وانتهاك الخصوصية. | |
| هل التدابير القانونية الحالية (قانون العقوبات وقانون الإعلام وتحديدا<br>المادة 71منه ) تتصدى بشكل جيد لكل التجاوزات مثل نشر الأخبار الكاذبة. | |
| كيف يُعدّ التسجيل الرسمي لدى الهيئات المختصة والحصول على الترخيص المهني للمؤثرين آلية ملائمة لتنظيم نشاطهم . | |
| تتضمن التشريعات الجزائرية الحالية (كقانون العقوبات وتحديدا الأمر 66-156والمادة 79 منه وتعديلاته وقانون 20-05 الذي يجرم خطاب الكراهية ) نصوصًا رادعة لمكافحة خطاب الكراهية والتحريض على التمييز العرقي أو الديني الذي قد يبثه المؤثرون عبر الوسائط الرقمية | |
| اقترح تدبيرًا قانونيًا جديدًا ترى حسب خبرتك انه ضروري وفعال لتعزيز التنظيم القانوني لنشاط المؤثرين. | |
| كيف تُسهم آليات الرقابة المنصوص عليها في قانون الإعلام السمعي البصري 23-20 الحدّ من التجاوزات التي يرتكبها المؤثرون عبر منصات البث المباشر والمحتوى الرقمي و المرئي في حماية خصوصيات الافراد والبيانات ذات الطابع الشخصي؟ | |
| **المحور الرابع: تحديات نشاط المؤثرين على المستوى التشريعي والتنظيمي .** | |
| يواجه المشرع الجزائري تحدي رئيسي هو سرعة تطور التقنيات الحديثة للاتصال مقارنة ببطء إجراءات التشريعات كيف يمكن التغلب على هذا التحدي. | |
| كيف يمكن تدارك تحدي نقص الثقافة القانونية لدى المؤثرين باعتباره تحدٍّ أساسي في تنظيم نشاطهم المتعلق بنشر المحتوى الرقمي . | |
| لماذا يشكل طابع المحتوى المتاح عبر البيئة الافتراضية العابر للحدود عائقا أمام تطبيق التشريعات الوطنية؟ | |
| كيف يُسهم ضعف التنسيق بين الجهات المعنية (القضاء، وزارة الاتصال، سلطة الضبط...) في محدودية التشريع وقصور في الإطار المنظم لنشاط المؤثرين؟ | |
| برأيك ماهي أبرز فجوة بين النصوص التشريعية الجزائرية الحالية وطبيعة المحتوى الرقمي الذي ينشره المؤثرون، وكيف يمكن معالجتها تشريعيًا؟ | |
| يشكّل نقص التوعية الإعلامية بالإطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين عائقا لا يقل أهمية عن التشريع بحد ذاته، إذ لا يكفي النص القانوني وحده ما لم يُرافقه وعي مجتمعي لدى المؤثر والمتلقي على حد سواء اقترح تدبيرا ترى انه يقضي على هذا التحدي. | |

## وثيقة ايداع مذكرة ماستر

**الموضوع:** الاطار القانوني المنظم لنشاط المؤثر عبر في الجزائر عبر وسائل التواصل الاجتماعي دراسة لرؤية عينة من الأساتذة في القانون وعلوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

**إعداد الطلبة:**

1- زيغم هجيرة رقم التسجيل: 08083060158

2- رقم التسجيل:

**القسم:** علوم الإعلام والاتصال الشعبة: علوم الإعلام والاتصال التخصص: اتصال وعلاقات عامة

**إشراف:** علاوة هوزي الرتبة: أستاذ محاضر -أ-

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2025-2026 وأسمح بإيداعه على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

**موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):**

علاوة هوزي

**رئيس فريق الاختصاص:**

**رئيس القسم:**

رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال
يوسفي عبد العالي

جامعة المسيلة
رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



Scanned with CamScanner

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

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

**Faculty of Humanities and Social Sciences**
**Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues**

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: /2026

## تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه:

السيد(ة): زينب حجيرة

الصفة (طالب، استاذ باحث، باحث دائم): طالبة ماستر 2

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 405918584

الصادرة بتاريخ: 09/03/2022 عن دائرة: بسدي مبارك برج بوعريريج

المسجل(ة) بكلية: العلوم الانسانية والاجتماعية قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 085830601158

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج ليسانس، مذكرة ماستر' مذكرة ماجستير' اطروحة دكتوراه).

عنوانها: الاطار القانوني المنظم لنشاط المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية عينة من الاساتذة القانونية وعلوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف المسيلة

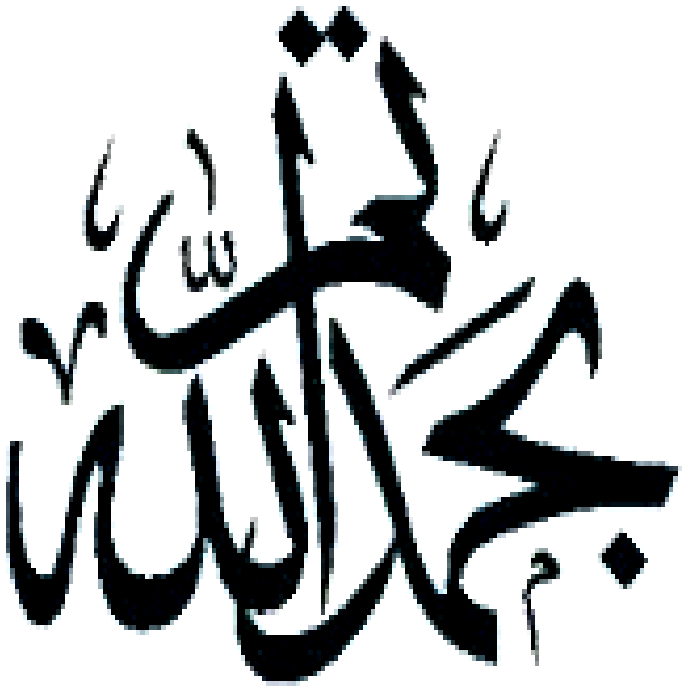
أصرح بشرفي بأنني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور أعلاه.

المسيلة في: 2026/06/04

امضاء المعني (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.

Scanned with CamScanner


تم بحمد الله