

تمهيد:

في القديم كانت علاقات الفرد بمجتمعه بسيطة واحتياجاته محدودة بحيث كان يستطيع انتقاء حاجياته بسهولة من سلع وخدمات لكن في إطار ما شهده العصر الحديث من تطور علمي وتكنولوجي في مجال التقنية والمعلومات في مجال النتاج أصبح الفرد مستهلكا في مختلف جوانب حياته، والمستهلك هو الشخص الطبيعي او المعنوي الذي يحصل او يستعمل منتجات او خدمات لأغراض غير مهنية بحيث نجده يسعى للتعاقد من اجل تلبية رغباته وحاجياته المتزايدة، سواء انصب التعاقد على السلع او الخدمات.

وإذا كان التطور الاقتصادي يؤدي في غلب الأحيان الى رفاهية المجتمعات كونه يسهل الحياة بفضل الوسائل الحديثة المستخدمة، ويوفر منتجات بأصناف وأنواع مختلفة، وفي الوقت ذاته أدى الى حدوث اختلال في التوازن المعرفي بين أطراف العلاقة الاستهلاكية، بحيث يشكل فيها المستهلك والمتدخل احد عناصرها الرئيسية، إلا ان هذه العلاقات لا تكون متوازنة، إذ أن البائع او مقدم الخدمة يتميز بالقوة الاقتصادية والاختصاص والخبرة، بحيث يعتبر المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقة ومن هنا نشأت الحاجة الى حماية المستهلك.

ولعل أهم المواضيع التي تعنى بالحماية في مجال حماية المستهلك حماية حق المستهلك في الإعلام بحيث يأتي دوره في سد فجوة التفاوت المعرفي بين المستهلك والمتدخل بحيث يتعين على هذا الأخير إعلام المستهلك بكافة المعلومات المتوفرة لديه عن السلعة او الخدمة وهنا ظهرت أسباب بلورت الحق في الإعلام نذكر منها:

- عدم رضا المستهلكين بسبب ازدياد وانعدام الأمان في العديد من المنتجات المعروضة للمستهلك .
- عدم توفر المعلومات الكافية عن السلع او الخدمات المعروضة للمستهلك.
- عدم اهتمام المحترفين بالشكاوي التي يقدمها المستهلك

ويعتبر حق المستهلك في الإعلام أحد أهم الحقوق المقررة للمستهلك، وقد تم إدراجه في قانون حماية المستهلك بعد صدوره، غير ان الدول العربية عرفت تأخر في سن قوانين تتعلق

بحماية المستهلك مباشرة، على مستوى تشريعات الداخلية، ومن بين الدول العربية الأولى نجد الجزائر، التي سارعت الى إصدار القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المؤرخ في 8 فبراير 1989¹، حيث كرس فيه جملة من الحقوق لجمهور المستهلكين، ثم الغي بموجب القانون 09-03 الذي جسد جملة من الحقوق في مجموعة من النصوص التشريعية ومنها هذا الحق الذي يعتبر التزاما على العون الاقتصادي بإعلام المستهلك، وبذلك يكون المشرع الجزائري قد رسم الطريق القانوني الذي يسلكه العون الاقتصادي او المحترف في تنفيذ الالتزام من خلال ما جاء في القانون 09-03² المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمراسيم التنظيمية المتعلقة به.

بحيث لم يكف المشرع الجزائري بالنص عليها في القوانين السالفة الذكر بل وفي قوانين أخرى والتي لها علاقة غير مباشرة بحماية المستهلك، وجملة هذه النصوص القانونية تعتبر الإطار التشريعي لحق المستهلك في الإعلام ومنها:

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30/01/1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
- المرسوم التنفيذي رقم 90/266 المؤرخ في 15/10/1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات.
- المرسوم التنفيذي رقم 13/378 المؤرخ في 09/11/2013 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك
- المرسوم التنفيذي رقم 90/367 المؤرخ في 10/11/1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها المعدل والمتمم.
- المرسوم التنفيذي رقم 90/366 المؤرخ في 10/11/1990 المتعلق بوسم المنتجات غير المنزلية وعرضها.

¹ القانون رقم 89-02، المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 54، الصادرة في 20/12/1989.

² القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادرة في 08/03/2009.

ومن خلال هذه النصوص التشريعية اقر المشرع الحماسة عن طريق جملة من الآليات القانونية التي رصدت لحماية حق المستهلك لحماية حق المستهلك في الإعلام وهذا ما سيتم تناوله من خلال بحثنا والمتمثل في دراسة الحق المستهلك في الإعلام من خلال تدخل المشرع بواسطة احد سبل الحماية والتي تتمثل في الآليات القانونية لحماية هذا الحق.

❖ أهمية الدراسة

نظرا لتزايد ظاهرة الاستهلاك في المجتمعات الحديثة، اتجهت اغلب التشريعات الى وضع ضوابط لحماية المستهلك ومن المواضيع التي نجدها أخذت حيزا موضوع حق المستهلك في الإعلام التي تظهر أهميته في عقد الاستهلاك كونه التزام ملقى على عاتق العون الاقتصادي، وهو بدوره الالتزام الوحيد الذي سيستهدف حماية الفرد ليس بوصفه متعاقدا كما هو موجود في باقي الالتزامات، وإنما بوصفه مستعملا للمنتج بواسطة تكفل الحماية الجسدية والأمن الصحي لهذا المستهلك، بحيث تظهر أهمية هذا الموضوع في أن:

- حماية المستهلك في الإعلام تعطس شفافية اكبر للممارسات التجارية التي تأتي بها المحترف او المنتج، لأنه الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الدورة الاقتصادية في البلاد والمحافظة عليه في نفس الوقت هي حماية الاقتصاد الوطني والمنتج أيضا.
- تبصير المستهلك بالمواصفات القانونية المتعلقة بالمنتجات تجعل المستهلك على علم به، ومنه يمكنه الانتفاع به على وجه صحيح.
- كما ان التزام المتدخل بالإعلام يعطي حماية للمستهلك من غش المتدخل، او خداعه الذي يمكن ان يقع فيه المستهلك.
- إن تفعيل دور وسائل الإعلام بنوعها المرئية و المسموعة وكذلك جمعيات حماية المستهلك القائمة على توعية المستهلك بحقوقه، ونشر حماية المستهلك، وذلك لضمان تحقيق فاعلية التطبيق القانون وذلك مرهون بالدور الفاعل للمستهلك وجمعياته في مراقبة الأسواق وتقديم الشكاوي والاقتراحات التي تمكن الجهاز الرقابي من القيام بدوره الإشرافي.

- حماية المستهلك في الإعلام تعطي الوعي والثقافة معرفة المنتجات والخدمات تجنباً للخداع والتظليل

ونظراً للأهمية التي يكتسبها الموضوع، حيث يقع واجب توفير الحماية للمستهلك بصفة عامة والتي ينطوي تحت طائلتها بصفة خاصة حق المستهلك في الإعلام بكل ما تملك من وسائل.

❖ أسباب الدراسة

تتمثل أسباب اختيارنا لدراسة هذا الموضوع الى عدة أسباب منها:

- ضعف خبير المستهلك وعدم قدرته على فهم الاتفاقات غير المشرعة بين المنتجين.
- عدم التزام المتدخل او المحترف بالإعلام للسلعة او الخدمة، التي تعتبر حق من حقوقه.
- وقوع المستهلك ضحية للغش والخداع والتظليل الذي لا يمس بأمنه وسلامته وصحته فقط، وإنما يمثل خطراً على الاقتصاد الجزائري محلياً وعالمياً.
- بحيث يعتبر الموضوع محل اهتمام من طرف الهيئات الدولية والوطنية فيتعين علينا بيان ما إذا كانت التشريعات التي تدخلت بها الدولة لتحقيق الحماية الكافية لحق المستهلك في الإعلام وتجريم الأفعال التي تضر بالمستهلك او تعرض مصالحه للخطر.

❖ الدراسات السابقة:

توجد عدة دراسات تطرقت لهذا النوع من الدراسات منها:

- مذكرة ماجيستر بعنوان: حق المستهلك في الإعلام (دراية مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري)، من إعداد عبد الحق ماني، جامعة محمد خيضر، بسكرة، وقد تطرقت هذه الدراسة الى حق المستهلك في الإعلام من منظور التشريع الجزائري والمصري.

مقدمة

- مذكرة ماجيستر بعنوان: الحماية الجزائرية لحق المستهلك في الإعلام، من إعداد سعيدة العائبي، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، وقد تطرقت هذه الدراسة الى الجانب الجزائري لحماية حق المستهلك في الإعلام.
- مذكرة ماجيستر بعنوان: الالتزام بالإعلام في إطار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، من اعداد خدوش كريمة، جامعة بوقرة، بومرداس، الجزائر، وقد تطرقت هذه الدراسة الى الالتزام بالإعلام في إطار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- مذكرة ماجيستر بعنوان: عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، من اعداد جرعود الياقوت، جامعة بن عكنون، الجزائر، وقد تطرقت الدراسة الى عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري.

❖ أهداف الدراسة:

- الهدف من الدراسة نجد ان حماية حق المستهلك في العلام يعتبر من المواضيع الهامة المتعلقة بالمستهلك ونجد أيضا:
- معرفة الإطار التشريعي لحق المستهلك في الإعلام من جرائم الغش والخداع والتضليل في التشريع الجزائري.
 - توضيح العقوبات المترتبة عن الجرائم والغش والتدليس ضمن قانون العقوبات وقوانين حماية المستهلك.
 - بيان الآليات القانونية لمكافحة الجرائم المضرة بحق المستهلك
 - بيان على من يقع عليه عبئ الإثبات والمتابعة في الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام.

❖ إشكالية الدراسة:

يتعين علينا في إطار هذا البحث طرح الإشكالية التالية:

◀ ما مدى تنظيم المشرع الجزائري لحق المستهلك في الإعلام؟

ومن خلال هذه الإشكالية يتبادر لنا مجموعة من التساؤلات الفرعية منها:

- ما مفهوم حق المستهلك في الإعلام؟ وما هي أهم وسائل إعلام المستهلك؟
- ما هي أهم خصائص الحق في الإعلام؟ وعلى من يقع واجب إعلام المستهلك؟
- ما أهم الآليات القانونية لتفعيل حق المستهلك في الإعلام؟
- ما هي أهم الأطر القانونية التي جسدها المشرع الجزائري لحماية المستهلك وهل هي كافية؟

❖ منهج الدراسة:

للإجابة على إشكالية الدراسة اتبعنا في هذا الموضوع المناهج التالية:

- **المنهج الوصفي:** وصف وتحديد مفهوم حق المستهلك في الإعلام ووصف وتبيين آلياته وأسسها القانونية.
- **المنهج التحليلي:** من أجل تحليل المواد القانونية التي سنت في التشريع الجزائري للوصول الى فكرة نوضحها و نزيل الغموض عليها.

❖ هيكل الدراسة:

لقد قسمنا الموضوع تبعا لتوضيح حق المستهلك في الإعلام كما يلي:

في الفصل الأول تطرقنا الى الإطار المفاهيمي لحق المستهلك في الإعلام، والذي قسم بدوره الى مبحثين رئيسيين، المبحث الأول تطرقنا الى مفهوم حق المستهلك في الإعلام، وفق مطلبين الأول التعريف حق المستهلك في الإعلام والمطلب الثاني خصائص والطبيعة القانونية

لحق المستهلك في الإعلام والمبحث الثاني الى مضمون حق المستهلك في الإعلام، والذي قسمناه الى مطلبين، فالمطلب الأول وضعنا مجال حق المستهلك في الإعلام، والمطلب الثاني وسائل حق المستهلك في الإعلام.

أما بالنسبة الى الفصل الثاني فخصصناه الى آليات حماية المستهلك في الإعلام، وهو الآخر قسم الى مبحثين رئيسين، المبحث الأول الحماية المدنية للإخلال بحق المستهلك في الإعلام، والذي يتفرع عنه مطلبين، المطلب الأول يتعلق بالمسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإخلال بحق المستهلك في الإعلام، والمطلب الثاني يتعلق بالمسؤولية العقدية الناجمة عن الإخلال بحق المستهلك في الإعلام، والمبحث الثاني الحماية الجزائية لحق المستهلك في الإعلام، وفيه مطلبين أيضا، المطلب الأول الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام، والمطلب الثاني جزاءات الجرائم المتعلقة بحق المستهلك في الإعلام.