

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع

الرقم التسلسلي:.....

رقم التسجيل:.....



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الاتصال
بعنوان:

دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

دراسة وصفية تحليلية لعينة من منشورات صفحة " المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه " على الفايسبوك حول الغش التجاري

إشراف الأستاذة: ياقوتة عليوش

إعداد الطالبتين:

• ايناس كافي

• دلال طايف

لجنة المناقشة:

الصفة	مؤسسة الانتساب	الدرجة العلمية	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	جامعة الطارف	أستاذ محاضر-ب-	د/ سامية معاوي
مشرفا ومقررا	جامعة الطارف	أستاذ مساعد -1-	أ/ ياقوتة عليوش
عضوا مناقشا	جامعة الطارف	أستاذ محاضر-أ-	د/ العابد عبد اللطيف

السنة الجامعية: 2024/2023 م

مشكرات وتقدير

"من أوتي معروفًا فليشكره" [حديث].

نتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة "عليوش

ياقوتة" على تواجدها الدائمة ودعمها المستمر من أجل

إتمام هذه المذكرة.

كما نتوجه بالشكر إلى الوالدين الكريمين أطال الله في

عمرهما. كما نتوجه بالشكر الجزيل إلى كل أساتذة كلية

علم اجتماع، والشكر موصول كذلك إلى أعضاء لجنة

المناقشة.

إهداء

إلى كل من شجعنا على طلب

العلم

ملخص الدراسة

- باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور صحافة المواطن التي تعتمد على الصفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ، وذلك من خلال معرفة مدى اعتماد صفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك على صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري، ومعرفة أكثر المستهلكات الجزائريات التي تهدف الصفحة إلى حمايتهن من الغش التجاري من خلال اعتمادها على صحافة المواطن، والكشف عن طبيعة السلع التي تهدف الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك إلى حماية المستهلكة الجزائرية من التعرض إلى الغش التجاري عند استهلاكها وذلك باعتمادها على صحافة المواطن، وكذا الوقوف على أساليب صحافة المواطن التي تعتمد على الصفحة موضوع الدراسة في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

ولقد اعتمدت الدراسة على منهج تحليل المضمون ، وتمثل مجتمعها في جميع منشورات صفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك حول الغش التجاري والتي تستهدف بها جميع المستهلكين الجزائريين المتابعين لها بما فيهم المستهلكة موضوع الدراسة المتتبعة لهذه الصفحة والتي قدر عددها ب 80 منشور تم بثها خلال فترة قدرت ب: ستة أشهر من شهر ديسمبر 2023 إلى غاية شهر ماي 2024. أما العينة فكانت حصصية وتمثلت في 16 منشور ، كما اعتمدت هذه الدراسة على الملاحظة البسيطة واستمارة تحليل المضمون كأداتين لجمع البيانات ، حيث توصلت الدراسة إلى

النتائج التالية:

✓ تعتمد الصفحة على كل من صحافة المواطن بطريقة حصرية وصحافة المواطن بطريقة تشاركية بدرجة متساوية ، حيث تعتمد على صحافة المواطن و الحوار مع التلفزيون و صحافة المواطن و المكاتب الولائية وهذا فيما يتعلق بالطريقة التشاركية .

✓ تتمثل الأشكال الصحفية لصحافة المواطن و التي غلب على صفحة "المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه "اعتمادها في منشوراتها عن الغش التجاري ، التي استهدفت بها المستهلكة الجزائرية قصد التقليل من تلك الظاهرة السلبية في : التقرير الصحفي و الخبر في شكله العاجل و غير العاجل وكذا التحقيق الصحفي، و التي وضفتها الصفحة في تناولها لسلعا مغشوشة موجهة للمستهلكة أو أحد أفراد أسرتها موضوع الدراسة .

✓ تظهر صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري والتي تستهدف بها المستهلكة الجزائرية سواء في سلع تخصصها أو تخص أفراد أسرتها أو سلع مشتركة بينهم جميعا على شكل بيان ،أو صورة فوتوغرافية مصحوبة بتعليق ،أو فيديو لايف ،أو فيديو مصحوب بتعليق وكذا الصورة فقط ،والكاريكاتير .

✓ تهدف صفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه إلى حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري من خلال عرض السلع المغشوشة ذات الاستهلاك الشخصي للمرأة أو الاستهلاك المشترك ،ومن بين أهم هذه السلع هي السلع الخاصة بالأطفال ومنها المواد الغير صحية أو السلع الخاصة بها شخصيا وأهمها مواد التجميل والسلع الرجالية وخاصة الألبسة والمكملات الغذائية .

Abstract :

The mission of this study is to investigate the role of light journalism adopted by the page of an Algerian regulatory organization for consumer protection and its surroundings on Facebook in protecting the Algerian consumer from commercial fraud, and that is through knowing the extent of the reliability of an Algerian regulatory organization for consumer protection and its surroundings on Facebook over light journalism in protecting the Algerian consumer from commercial fraud. Learn more about the products of Algerian companies, which shed light on the official page of the Algerian Organization to Combat Commercial Fraud through their reliance on commercial fraud, and reveal the nature of the products that shed light on commercial fraud when consumed by their reliance on the press. , .

As well as examining the methods of citizen journalism adopted by the page under study in protecting Algerian consumers from commercial fraud.

The study relied on the content analysis approach, and its community was represented in all the posts of the Algerian Organization for Consumer Protection and its Environment page on Facebook about commercial fraud, which targets all Algerian consumers who follow it, including the consumer who is the subject of the study following this page, which was estimated at 80 posts that were broadcast during the period. Estimated at: six months from December 2023 to May 2024. The sample was quotas and represented 16 publications. This study also relied on simple observation and a content analysis form as two tools for collecting data. The study reached the following results:

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

الرقم	المحتوى	الصفحة
	شكر وتقدير	
	إهداء	
	ملخص الدراسة	
	فهرس المحتويات	
	فهرس الجداول	
أ-ج	مقدمة	
الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفهمي للدراسة		
1-1	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	5
2-1	أسباب اختيار الموضوع	10
3-1	أهمية الدراسة	11
4-1	أهداف الدراسة	12
5-1	ضبط مفاهيم الدراسة	13
6-1	الدراسات السابقة	24
7-1	المدخل النظري للدراسة	40
8-1	منهج الدراسة	50
9-1	أدوات الدراسة	52
10-1	مجتمع الدراسة وعينته	59
الفصل الثاني: صحافة المواطن		
	تمهيد	68
1-2	النشأة والتطور	72
2-2	مظاهر ممارسة صحافة المواطن في الوطن العربي	74
3-2	أسباب اللجوء إلى صحافة المواطن	79
4-2	عوامل صحافة المواطن	80
5-2	أهمية صحافة المواطن	83
6-2	خصائص صحافة المواطن	85

فهرس المحتويات

86	مرجعيات صحافة المواطن	7-2
88	القضايا التي تهتم بها صحافة المواطن	8-2
89	أشكال صحافة المواطن	9-2
92	أساليب الممارسة الصحفية للمواطن الصحفي	10-2
94	الاختلافات الأساسية بين الإعلام التقليدي وصحافة المواطن	11-2
95	الفرق بين المواطن الصحفي والصحفي المحترف	12-2
96	تشريعات وأخلاق و ضوابط صحافة المواطن	13-2
100	موقف المشرع الجزائري من صحافة المواطن	14-2
104	مستقبل صحافة المواطن	15-2
106	الجوانب الإيجابية و السلبية لصحافة المواطن	16-2
108	الانتقادات الموجهة لصحافة المواطن	17-2
105	خلاصة الفصل	
الفصل الثالث: الغش التجاري والمستهلكة الجزائرية		
104	تمهيد	
105	عالمية ظاهرة الغش التجاري.	1-3
117	أسباب الغش التجاري.	2-3
120	صور ومظاهر الغش التجاري.	3-3
122	أثار الغش التجاري.	4-3
124	حكم الغش التجاري في الفقه الإسلامي.	5-3
125	حكم الغش التجاري من القانون الجزائري.	6-3
127	العوامل التي جعلت المستهلكة الجزائرية سوقا مهمة.	7-3
128	أسباب حماية المستهلك(ة) الجزائري(ة) من الغش التجاري.	8-3
130	أهم حقوق المستهلك (ة) الجزائري (ة).	9-3
132	آليات حماية المستهلك (ة) الجزائري (ة) من الغش التجاري.	10-3
134	أكثر المواد التي تتعرض المستهلك (ة) الجزائري (ة) للغش فيها وأهم شروطها القانونية.	11-3
137	دور الأطراف المسؤولة عن حماية المستهلك(ة) من الغش التجاري في الجزائر.	12-3
137	دور وزارة التجارة و الهيئات التابعة لها في حماية المستهلك (ة) الجزائري من	13-3

فهرس المحتويات

	الغش التجاري.	
139	دور القضاء الجزائري في حماية المستهلك (ة) من الغش التجاري	14-3
140	دور جمعيات حماية المستهلك (ة) في ترشيد وحماية المستهلكين من كل صور الغش التجاري	15-3
142	دور حماية المستهلكة لنفسها بنفسها من خلال بعض النصائح .	16-3
144	خلاصة الفصل	
الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة		
146	مجالات الدراسة	-1-4
148	تحليل وتفسير بيانات الدراسة	-2-4
171	نتائج الدراسة	-3-4
171	مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإجابة عن الأسئلة الفرعية	-1-3-4
176	مناقشة النتائج العامة للدراسة	-2-3-4
177	خاتمة	
179	توصيات	
181	قائمة المراجع	
الملاحق		

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
60	جدول يوضح مجتمع الدراسة.	01
68	جدول يمثل العينة الفردية لكل حصة والأسلوب القصدي المتبع في اختيارها	02
95	جدول يوضح الفرق بين المواطن الصحفي والصحفي المهني	03
146	جدول يمثل بطاقة تقنية حول الصفحة الرسمية لهذه المنظمة:	04
148	جدول يوضح وحدة الشخصية المعنية بالسلعة موضوع الغش التجاري في المنشور.	05
149	جدول يمثل فئة زمن الفيديو المخصص للحديث عن موضوع الغش التجاري في المنشور	06
151	جدول يوضح فئة اعتماد الصفحة على صحافة المواطن في منشوراتها.	07
152	جدول يوضح فئة لغة صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها.	08
154	جدول يوضح أشكال صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها	09
155	جدول يوضح فئة نوع منشور صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة	10
157	جدول يوضح فئة عنوان منشور صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة	11
159	جدول يوضح فئة أهداف الصفحة من خلال اعتمادها على صحافة المواطن في منشوراتها	12
163	جدول يوضح فئة مصدر معلومات صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري .	13
166	جدول يوضح فئة الجمهور المستهدف بصحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري.	14
167	جدول يوضح طبيعة السلع التي تنشر عنها صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري.	15

مقدمة

شهد ميدان الاتصال خلال السنوات الأخيرة تطورا تكنولوجيا أفضى إلى ظهور أنماط اتصالية جديدة ومبتكرة ، إذ ساهمت هذه الأخيرة في تغيير النشاط الاتصالي وتفعيل وسائله ورسائله ، مما أدى إلى تغيير نوعي في المحتوى الاتصالي للقائمين على العملية الاتصالية ، إذ جاءت هذه الأنماط والمتمثلة أساسا في الإعلام الجديد بفكرة اللامركزية والتي تمكن الأفراد والمؤسسات من المشاركة بتبادل أدوار العملية الاتصالية ، أو إنتاجه بالوسائل التي يمتلكها وبتكلفة معقولة ، إذ دفع بالجميع أفرادا وحكومات ومنظمات غير ربحية للتوجه نحو تلك الوسائل لمعالجة مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والتجارية... وذلك بتوظيفها لشبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع جمهورها ، وخاصة موقع الفايسبوك الذي يوفر لمستخدميه خصائص عديدة أقل تكلفة من الخصائص التي تقدمها الوسائط الأخرى ، هذا ما جعل العام والخاص يمتلك صفحة أو حساب على هذا الموقع ، وبهذا أفتتح المجال لمعالجة أو طرح مختلف القضايا الاجتماعية بشكل كبير وبحرية أكبر مستخدما في ذلك أحدث تقنيات الاتصال وأحدث أدواتها كالهاتف الذكي بتطبيقاته المتطورة التي تستخدم في نقل المعلومة ونشرها وتبادلها من جهات غير رسمية إلى جهات رسمية أو العكس من طرف أشخاص متطوعين وذلك بنقل الواقع والتعبير عليه والسعي إلى تغييره خاصة إذا تعلق بالمصلحة الخاصة والعامة ، وأمام فتح المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية و الأمنية والإعلامية المجال أمام جميع الأفراد المشاركة أو المساعدة في معالجة القضايا الاجتماعية بكافة الأساليب الاتصالية مما ساهم في بروز دور الإعلام التشاركي والمتمثل في صحافة المواطن التي أصبحت تحتل مكانة مهمة خاصة في الميدان الاجتماعي نظرا للاحتكاك المباشر للفرد بالظواهر الاجتماعية ومعاشته لها بشكل يومي ونظرا لتأثيراتها الكبيرة عليه ، جعلت منه يحاول بدوره في التقليل من هذه الظواهر الخطيرة التي تمس بمصلحته ومصلحة غيره كالغش التجاري ، الذي انتشر بوسائل وأساليب متنوعة كالإغراءات الإعلانية وتظليل المستهلك بمنتجات و سلع مغشوشة ، أفرزتها الغزارة

الكبيرة في الإنتاج على حساب الكم، الأمر الذي يتطلب وعي أكبر من طرف المستهلكين ، إذ تعد الجزائر من بين الدول التي انتشرت فيها هذه الظاهرة والتي من شأنها إحداث اختلال وعدم استقرار في المجتمع ، إلا أن الجزائر في الفترة الأخيرة ازداد اهتمامها بهذه الظاهرة وذلك بتنظيم المعاملات التجارية من خلال وضع قوانين تنظيمية وعقوبات ردية وأخرى جزائية من أجل السيطرة على هذه الظاهرة ووضع حد لمرتكبيها والأطراف التي تساهم في ارتفاعها ، كما أن في المجتمع الجزائري مؤسسات غير حكومية وغير هادفة للربح تعمل على مساعدة الفرد الجزائري من جهتها في سبيل حماية المستهلكين من الغش التجاري ولاسيما المستهلكة الجزائرية ، نظرا لكثرة السلع الخاصة بها أو بأفراد أسرتها التي تقتنيها لهم ، ذلك أن السلع التي تخصها من بين السلع التي هي محل الغش التجاري ، وعليه ومن خلال ما سبق ذكره أردنا معرفة دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري من خلال دراسة وصفية تحليلية لعينة من منشورات الصفحة الرسمية لحماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك حول الغش التجاري ،ومن أجل ذلك تم تقسيم هذه الدراسة إلى أربعة فصول كالآتي:

الفصل الأول: والذي جاء بعنوان الإطار المفهومي والمنهجي للدراسة، تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، ضبط مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة ، المدخل النظري للدراسة ، منهج وأدوات الدراسة ، وأيضا مجتمع الدراسة وعينته.

الفصل الثاني: بعنوان صحافة المواطن ، حيث تطرقنا فيه إلى النشأة والتطور ، مظاهر ممارسة صحافة المواطن في الوطن العربي ، أسباب اللجوء إلى صحافة المواطن ، عوامل صحافة المواطن، أهمية صحافة المواطن ، خصائص صحافة المواطن ، مرجعيات صحافة المواطن ، القضايا التي تهتم بها صحافة المواطن ، أشكال صحافة المواطن ، أساليب الممارسة الصحفية للمواطن الصحفي ، الاختلافات الأساسية بين الإعلام التقليدي وصحافة المواطن ، الفرق بين المواطن الصحفي والمواطن الصحفي المحترف ، تشريعات وأخلاقيات وضوابط صحافة المواطن ، موقف المشرع الجزائري من صحافة

المواطن ، مستقبل صحافة المواطن ، الجوانب الايجابية والسلبية لصحافة المواطن ، الانتقادات الموجهة لصحافة المواطن .

الفصل الثالث: بعنوان الغش التجاري والمستهلكة الجزائرية ، تطرقنا فيه إلى عالمية ظاهرة الغش التجاري ، أسباب الغش التجاري ، صور ومظاهر الغش التجاري ، آثار الغش التجاري ، حكم الغش التجاري في الفقه الإسلامي ، العوامل التي جعلت المستهلكة الجزائرية سوقا مهمة ، أسباب حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ، أهم حقوق المستهلك (ة) الجزائري (ة) ، أليات حماية المستهلك (ة) الجزائري (ة) من الغش التجاري ، أكثر المواد التي تتعرض المستهلك (ة) الجزائري (ة) للغش فيها وأهم شروطها القانونية ، دور الأطراف المسؤولة عن حماية المستهلك (ة) من الغش التجاري في الجزائر ، دور وزارة التجارة والهيئات التابعة لها ، دور القضاء الجزائري في حماية المستهلك (ة) من الغش التجاري ، دور جمعيات حماية المستهلك (ة) في ترشيد وحماية المستهلكين من كل صور الغش التجاري ، دور حماية المستهلكة لنفسها بنفسها من خلال بعض النصائح.

الفصل الرابع: بعنوان الإطار التطبيقي للدراسة، تطرقنا فيه إلى مجالات الدراسة ، تحليل وتفسير بيانات الدراسة ، نتائج الدراسة وذلك من خلال مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإجابة عن التساؤلات الفرعية، مناقشة النتائج العامة للدراسة، خاتمة، قائمة المراجع، الملاحق.

الفصل الأول: الاطار المفهمي والمنهجي للدراسة

الفصل الأول

الإطار المفهومي والمنهجي للدراسة

1-1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

1-2- أسباب اختيار الموضوع

1-3- أهمية الدراسة

1-4- أهداف الدراسة

1-5- ضبط مفاهيم الدراسة

1-6- الدراسات السابقة

1-7- المدخل النظري للدراسة

1-8- منهج الدراسة

1-9- أدوات الدراسة

1-10- مجتمع الدراسة وعينته

1-1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تعد الصحافة نشاطا إنسانيا يعنى بكافة جوانب حياة الأفراد ، ووسيلة يطلع من خلالها الأشخاص على الأخبار والمعلومات حول الأحداث الجارية في مجتمعهم ، ولقد واكب هذا النشاط كغيره من الأنشطة الحياتية الأخرى التطورات التكنولوجية الهائلة التي ارتبط ظهورها باختراع شبكة الانترنت التي لم يتوقف تطورها التقني والبرامجي ، ففضلها أصبح العالم اليوم يعيش مرحلة جديدة ومتقدمة من مراحل الاتصال والتي أدت إلى تشكيل بيئة اتصالية جديدة لم تكن معروفة من قبل ، ولعل من ابرز المجالات التي تأثرت بها الصحافة ، حيث فرض نمط حياة مختلف وطرح أدوار جديدة أكثر ملائمة لهذا العصر نظرا لامتزاج الإعلام بالتقنية الرقمية الأمر الذي أدى إلى ظهور ما يعرف بالصحافة الالكترونية ، حيث أن هذه الأخيرة وبالرغم من حداثة إلا أنها ساهمت في تغير أوجه الحياة في زمن قياسي ، وذلك من خلال السرعة الفائقة في نقل المعلومات والأحداث التي تجري من حولنا ، وتحقيق مكاسب عديدة إلى جماهيرها الواسعة ، وتلبية حاجاتهم المختلفة ، وكذا عملها على تحقيق الاتصال ثنائي الاتجاه أو متعدد الاتجاهات لتأكيد تفاعل المتصفح معها ومع غيره من المتصفحين والعاملين بها لاحتوائها على خصائص التأثير من صوت ونص وصورة في آن واحد، ولعل من بين ما أفرزه هذا التطور نوعا جديدا من الصحافة عرفت بـصحافة المواطن .

هذه الأخيرة التي ارتبط ظهورها برغبة المواطن العادي في المشاركة في صناعة الخبر ونشره والتفاعل معه ، واختياره بنفسه المضامين المعروضة عبر مواقع الوسائل الاتصالية ، والتي من شأنها أن تحقق مصداقية أو منفعة سواء لنفسه أو لغيره ، ففضل التكنولوجيات الحديثة أصبح بإمكان المواطن القيام بدور القائم بالاتصال وذلك من خلال قدرته على التنشيط والتحرير والتحقيق الصحفي والتصوير والإعلان والتعليق باستخدام هاتفه الذكي المزود بالانترنت، إذ أصبح للمواطن وسيلة تمكنه من إبداء رأيه واقتراحاته

وملاحظاته حول مختلف الأحداث والقضايا الاجتماعية في مختلف المجالات دون شرط الانتماء إلى مؤسسة إعلامية ، وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوب لإعداد الرسالة الاتصالية وخفض تكلفتها أيضا والتي أضحت بسيطة ودون الحاجة إلى معدات ضخمة كما هو الأمر في الإعلام التقليدي ، حيث أصبح للجميع إمكانية الإنتاج الإعلامي ونشر مختلف المعلومات والأخبار حول الموضوعات اتجاه مختلف المواقف والأحداث والشخصيات مع حرية طرح مواضيع حساسة وخطيرة وإيصالها إلى فئة كبيرة من الأفراد عبر أنحاء العالم بالاعتماد على العديد من الوسائط التفاعلية التي تتيح التواصل الفوري ، وبذلك طرأت تحديات جديدة على الرسالة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون ، إذ أصبح بإمكان المواطن أن ينقل معلومات بطريقة الكترونية وبقوالب مختلفة ، وذلك بعد توثيقها والتأكد منها شرط أن لا يبتغي بها أي مصلحة مادية بل فقط من أجل المصلحة العامة والمنفعة المشتركة ، لذا أصبح يتم الاعتماد على هذا النوع من الصحافة في نقل الحس الشعبي وذلك بمحاولة التصدي لمختلف الظواهر الاجتماعية التي من شأنها أن تساهم في إلحاق الضرر بالفرد والمجتمع على حد سواء كظاهرة الغش التجاري.

وتعد هذه الأخيرة ظاهرة عالمية ، وموضع اهتمام لمختلف المنظمات والحكومات في الدول سواء المتقدمة أو المتخلفة وهذا خاصة في السنوات الأخيرة بسبب انفتاح الأسواق العالمية على بعضها البعض بالسلع ومشاركتها بشكل كبير ، الأمر الذي فتح باب المنافسات التجارية بين الشركات المحلية والعالمية ، والشيء الذي أصبح يدفع بعض المنتجين إلى المنافسة غير المشروعة التي تخل بمبادئ المنافسة المشروعة ، وذلك بعرض منتجات غير مطابقة للمواصفات المحددة قانونا أي دون مراعاة سلامة المستهلك الصحية ومصالحه الاقتصادية ، وعليه نستنتج أن الغش التجاري آفة اجتماعية واقتصادية تساهم في إضعاف التمسك بالقيم وهدر العلاقات الاجتماعية ، وذلك بفقدان المستهلك ثقته في مجال

التعامل مع البائعين أو المنتجين الذين يتصل بهم قصد تلبية رغباته وإشباع حاجاته ، لأن هذا التعامل سيؤثر عليه بالسلب وتكون نتيجته عكسية في كثير من الأحيان .

ففي الجزائر و بالرغم من النصوص القانونية التي تجرم هذا الفعل إلا أنه في تزايد مستمر وبطرق وأساليب جديدة ، حيث أنه وبتزايد معدلاته يزداد تأثيره السلبي على الفرد والمجتمع على حد سواء وعلى مختلف المستهلكين الجزائريين بما فيهم المرأة المستهلكة ، إذ تعد هذه الأخيرة عنصرا رئيسيا في العملية الاقتصادية خاصة بعد ولوجها لعالم الشغل وامتلاكها لدخل أصبح يمكنها من اقتناء سلع تلبي حاجاتها الاستهلاكية وحاجات أسرتها ، وباعتبارها كذلك جمهور عاطفي فإنها وصفت على أنها سريعة التأثير الأمر الذي قد يجعلها عرضة للانتهاكات والتجاوزات كغشها تجاريا خاصة في ظل انتشار هذه الأخيرة ، حيث كشفت حصيلة سجلاتها وزارة التجارة و ترقية الصادرات في الجزائر خلال شهر رمضان من سنة 2023 في إطار قمع الغش التجاري أن عدد المخالفات المعايينة هي 35.004 مخالفة خلال 29 يوما فقط ، بحيث بلغت الصحية منها نسبة 46% و الاقتصادية كعدم الإعلام بالأسعار نسبة 56%، و ممارسة أسعار غير شرعية 143 مخالفة¹. الشيء الذي صعب على الجهات المختصة في هذا الشأن السيطرة ولوحدها على هذه الظاهرة و التحكم فيها ، والأمر الذي تطلب إشراك المواطن الجزائري من اجل التقليل من تداعياتها و مساهمته في حماية نفسه و غيره منها وذلك من خلال إمكانية مساعدته للجهات المختصة ، وعلى اثر هذا ظهرت منظمات المجتمع المدني التطوعية " كالمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه" والتي تهتم بشؤون جميع المستهلكين الجزائريين بما فيهم المستهلكة ، موظفة في ذلك كافة التقنيات الاتصالية و مختلف الآليات لخدمتهم و حفظ سلامتهم وتحديد مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك ، وذلك باعتبار أن هذه الأخير من بين أهم الوسائل التي يمكن التواصل بها مع هذه

1/موقع <https://www.commerce.gov.dz/inspections-territoriales> : تاريخ الاطلاع : 12 / 04 / 2024 على الساعة: 21:14 .
وزارة التجارة

المستهلكة نظرا للتزايد المستمر في استخدامه من طرف الأفراد ، وذلك من أجل محاولة ردع التجار و البائعين الذين يتعمدون التعدي على حقوق المستهلكة بالغش التجاري ، حيث أن هذه المنظمة ومن خلال صفحتها الرسمية على الفايسبوك سهلت الأمر على المواطنين الجزائريين أن يقدموا لها معلوماتهم التي يمتلكونها حول ما يتعرضون إليه من تجاوزات تجارية أو حتى ما يتعرض إليه غيرهم من المواطنين من جهة ، ومن جهة أخرى تعتمد هذه المنظمة على منشورات هؤلاء المواطنين الصحفيين الذين يقومون بمشاركتها في العديد من الوسائط وتقوم بدورها بنشرها عبر صفحتها ، بهدف المساهمة في حماية المستهلكين الجزائريين وتحديدًا المستهلكة موضوع هذه الدراسة من الغش التجاري. ومن أجل الوقوف على كل هذا هدفت الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي :

- ما دور صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة الرسمية " للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه" على الفايسبوك في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ؟

والذي تفرعت عنه أربع تساؤلات فرعية جاءت كالتالي :

1/ ما درجة اعتماد الصفحة الرسمية " للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه" على الفايسبوك على صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ؟

2/ من أكثر المستهلكات الجزائريات اللواتي تهدف الصفحة الرسمية " للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه" على الفايسبوك من خلال اعتمادها على صحافة المواطن إلى حمايتهن من الغش التجاري ؟

3/ ما طبيعة السلع التي تهدف الصفحة الرسمية " للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه" على الفايسبوك من خلال اعتمادها على صحافة المواطن إلى حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري

عند استهلاكها؟

4/ ما هي أساليب صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة الرسمية " للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه " على الفايسبوك في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري؟

1-2-1-أسباب اختيار موضوع الدراسة :

تم تقسيم أسباب اختيار الموضوع إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية :

1-2-1-1-الأسباب الذاتية :

- رغبتنا الذاتية في دراسة موضوع ضمن تخصصنا علم اجتماع الاتصال ، لذا كان الإعلام الالكتروني وتحديدًا صحافة المواطن الهادفة إلى التحسيس والتوعية الاجتماعية الموضوع الذي أثار اهتمامنا من أجل دراسته.
- ثراء مجال الإعلام الالكتروني بالمواضيع الاجتماعية والاقتصادية الموجهة للمرأة جعلنا نهتم بتحليل عينة من المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا الفايسبوك ، والتي تهدف إلى حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.
- تعرضنا الشخصي - باعتبارنا مستهلكات - في الكثير من المرات للغش التجاري.
- رغبتنا في إسقاط معارفنا النظرية حول تحليل المضمون على الواقع الميداني للصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه وذلك فيما يتعلق تحديدًا بمنشوراتها حول الغش التجاري.

1-2-2-1-الأسباب الموضوعية:

- يعد هذا العمل الأول من نوعه على مستوى القسم خاصة فيما يتعلق بدراسة صحافة المواطن ومدى اعتمادها وتوظيفها لحماية الأفراد عامة والمستهلكة الجزائرية خاصة من الغش التجاري .

- اختيار الموضوع كان نتيجة للإحصائيات المرتفعة التي تتعلق بالانتهاكات والتجاوزات التجارية في حق المستهلكين بصفة عامة والمستهلكة الجزائرية بصفة خاصة.
- تم اختيار هذا الموضوع كذلك نظرا لارتباطه في الأساس بالصحة العامة للمستهلكة الجزائرية وصحة أفراد أسرتها على حد سواء. والتي تسعى مختلف منظمات المجتمع المدني للتصدي لها كالمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه عبر صفحتها الرسمية على موقع الفايسبوك.
- تعد المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك من بين أهم منظمات المجتمع المدني التي توظف صحافة المواطن عبر صفحتها على الفايسبوك بهدف المساهمة في حماية مختلف فئات المجتمع الجزائري من الغش التجاري بما في ذلك المرأة المستهلكة ، الأمر الذي دفعنا إلى تحليل عينة من منشورات صفحة هذه المنظمة من أجل التحقق من ذلك .

1-3- أهمية موضوع الدراسة :

ترتبط أهمية الدراسة بأهمية الموضوع في حد ذاته نظرا لانتشار ظاهرة الغش التجاري في المجتمع الجزائري الأمر الذي يتطلب دراستها ، حيث انه يمكن الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال من اجل التقليل من هذه الظاهرة ، وكذا توظيف هذه التكنولوجيا في إطار حفظ المصلحة العامة وحفظ سلامة الأفراد ورفع مستوى وعيهم وتحديد المستهلكة الجزائرية اتجاه مثل هذه الظواهر السلبية كظاهرة الغش التجاري ، كما أن هذه الظاهرة عولجت في أبحاث سابقة بطريقة قانونية وبحكم تخصصنا أردنا دراستها من منظور اجتماعي لأن هذه الظاهرة تبقى ظاهرة اجتماعية بالأساس .

1-4- أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة في :

- معرفة دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.
- معرفة مدى اعتماد صفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه على صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.
- معرفة أكثر المستهلكات الجزائريات التي تهدف الصفحة إلى حمايتهن من الغش التجاري من خلال اعتمادها على صحافة المواطن.
- الكشف عن طبيعة السلع التي تهدف الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه إلى حماية المستهلكة الجزائرية من التعرض إلى الغش التجاري عند استهلاكها وذلك باعتمادها على صحافة المواطن.
- الكشف عن أساليب صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

1-5-5- ضبط مفاهيم الدراسة :

1-5-1- مفهوم الصحافة: press-presse

أ/التعريف اللغوي :

هي جميع الطرق التي تصل بواسطتها جميع الأنباء والتعليقات عليها إلى الجمهور وكل ما يجري في العالم¹.

ب/التعريف الاصطلاحي:

هي "المهنة التي تقوم على جمع وتحليل الأخبار والتحقق من مصدرها وتقديمها للجمهور ، وغالبا ما تكون هذه الأخبار متعلقة بمستجدات الأحداث على الساحة السياسية أو المحلية أو الثقافية أو الرياضية أو الاجتماعية وغيرها والصحافيون هم الذين ينتسبون إليها ويعملون بها".²

- الصحافة إذن هي مهنة أو وظيفة أو عمل يمارس من طرف عاملين أو مهنيين يسمون الصحافيون أو الإعلاميون أو المذيعين يكونون تابعين لمؤسسة تسمى المؤسسة الإعلامية سواء كانت مؤسسة صحفية أو إذاعية أو تلفزيونية .

ج/التعريف الإجرائي:

الصحافة هواية تمارس من طرف هواة يسمون بالمواطنين الهواة أو المواطنون الصحافيون وهذا باستخدام الموبايل (صحافة الموبايل)، وينشطون عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويساعدون المؤسسات الاجتماعية في عملها من خلال المعلومات التي يقدمونها.

^{1/} محمد جمال الفار :معجم المصطلحات الإعلامية ، د ط، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن،2014، ص :206 .

^{2/} علي كنعان :الصحافة مفهومها وأنواعها ، ط1، دار المعتر للنشر والتوزيع ،عمان، 2004 ، ص :05 .

1-5-2- مفهوم صحافة المواطن : journalismecitoyens

أ/التعريف الاصطلاحي:

عرفها "شاينبورمان وكريس وليس" بأنها: "نشاط مواطنين يلعبون خلاله دورا في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وهذه المشاركة تتم بغية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية".¹

- حسب هذين الباحثين فان صحافة المواطن تعتمد عليها وسائل الإعلام في جلب الأخبار ونشرها ، وعليه فهي تعد مصدرها الأول في الحصول على المعلومات الدقيقة والموثوقة.

*يعرفها "دجاي روزن" بقوله: "صحافة المواطن هي حينما يوظف عامة الناس المعروفين شكليا بالجمهور الأدوات الصحفية التي بحوزتهم لإخبار أناس آخرين عن حدث مهم".²

-يقصد "دجاي" بقوله انه عندما يستخدم الجمهور تقنيات الصحافة كالكاميرا والتحرير والنشر لتقديم معلومات لأشخاص لم يكونوا على علم بها فهذه هي صحافة المواطن حسبه.

* عرف "دان جيلمور" صحافة المواطن بأنها: "الصحافة التي تتيح فرصة أمام الجمهور الذي مل الاستماع إلى المحاضرات أن يشارك فيها بدلا من أن يضل متلقيا للمعلومات من طرف واحد".³

/ ماجد سالم تريان وبتول السيد مصطفى: إعلام المواطن ، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع ، عمان، 2022، ص : 144.¹
²/خالد محمد غازي :صناعة الكذب كيف نفهم الإعلام البديل؟، ط1، وكالة الصحافة العربية، مصر، 2022، ص ص: 157-158.

³/ توفيق شريهان محمد:المسؤولية الأخلاقية للصحافة الالكترونية، ط3 ، دار العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2023، ص:55

- يقصد "دان جيلمور" أن هذا النوع من الصحافة فتح المجال للمشاركة في صناعة الأخبار وأصبح المتلقي منتجا ولم يعد مستهلك فقط كما كان سابقا في وسائل الإعلام التقليدية .

*- عرفها "جمال الرزن" على أنها : " مصطلح إعلامي واتصالي في نفس الوقت ، وهو على المستوى التاريخي حديث النشأة، وهو مصطلح غير مستقر على المستوى المفاهيمي، وتشخص عند البعض على أنها إعلام المواطن وعند مجموعة أخرى على أنها الإعلام التشاركي أو التفاعلي أو أيضا الصحافة المدنية وتعتمد على :

1-شبكة الانترنت كفضاء للنشر والتعبير على الرأي.

2-تأكيد حضور المواطن في قضايا الشأن العام ودعم الممارسة الديمقراطية.

3-اعتبار مخرجات صحافة المواطن امتداد لمرجعيات الإعلام البديل والصحافة المدنية".¹

- نستنتج إذن أن "جمال الرزن" يعتبرها وسيلة إعلامية واتصالية في أن واحد أي أنها تزود الناس بالمعلومات وتمكنهم من الاتصال ببعضهم البعض.

* عرفها "ميشيل نجيب" على أنها : "الصحافة التي يقوم فيها المواطن بدور الصحفي الذي ينقل الأخبار من مواقع الأحداث الحية مستخدما كافة الوسائل التكنولوجية المتاحة لعرض الخبر بصورة واقعية".²

-اعتبر "ميشيل نجيب" المواطن الصحفي على أنه هو الذي يمارس هذا النوع من الصحافة عن طريق تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتقديم صورة عن الواقع خبرا كان أو حدثا.

¹/جمال الرزن : صحافة المواطن المتلقي عندما يصبح مرسلًا:المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، معهد الصحافة وعلوم الأخبار ،العدد 51-52، تونس،2009، ص ص :10-11.

²/ ميشيل نجيب :الى اين تتجه صحافة المواطنين ؟مؤسسة الحوار المتمدن ، العدد 2034، تونس ، 2008، متاح على الموقع :https://m.ahewwar.org، تاريخ الاطلاع : 2024/3/3، على الساعة : 16:00

*كما عرفت صحافة المواطن على أنها: "الصحافة التي يصنعها أو يشترك في صنعها المواطن ويقوم بتوظيف الصحيفة في تبادلها في مجال الأخبار والرأي بينه وبين باقي المواطنين عبر شبكة الانترنت".¹

-إذن صحافة المواطن هي مشاركة الأخبار بين مجموعة من المواطنين عن طريق استخدام شبكة الانترنت.

- يعرفها "لي بن شويل القرني" بأنها السلطة الخامسة فيقول: "إن ميزان القوة تحول من حراس البوابة في الصحافة التقليدية إلى السلطة الخامسة المتمثلة في المواطنين ، حيث اكتسبت شرعيتها من الواقع المعاش ولم يعد للسلطة الرابعة ذلك الحضور الذي كان يشهد لها في القرنين الماضيين ومثل هذا الوضع قد دعمه الكثير من التغيرات التي ظهرت على الساحة ، وتعتمد بعض المواقع على صحافة المواطن وتقدم مجموعة واسعة من محتوى الأخبار سواء مطبوعة أو صوتية أو مرئية والتي يتم انتاجها من طرف المواطنين ويتوقع في المستقبل أن يزداد هذا النوع من صحافة المواطن".²

- نفهم مما سبق أنه إذا كانت الصحافة بصفة عامة تسمى بالسلطة الرابعة نظرا لقدرتها الكبيرة على التغيير والتأثير في جميع المجالات ، فإذن هناك مجموعة من الباحثين والدارسين اليوم يعتبرون صحافة المواطن السلطة الخامسة لأنها تتمثل في المؤسسات الاجتماعية ذات الطابع المدني التطوعي ، فهي إذن من المواطن واليه.

*وهناك من عرف صحافة المواطن: "باعتقاد أي مواطن مجموعة من الآلات الاتصالية الإلكترونية الصغيرة (كاميرا هاتف ، حاسوب محمول ، مسجل صوتي صغير) وينزل إلى الميدان ويتجه صوب

^{1/} فتحي حسين عامر :صحافة الفيديو تقنياتها واشكالياتها ، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، ص:172.

^{2/} علي عبد الفتاح كنعان :الصحافة العربية الإلكترونية، دط، دار اليازوري ، عمان،2014، ص ص :132-134.

الحدث يقتص الأخبار ، فهي أسلوب صحفي جديد وبسيط اتسع وأصبح شائعا في الممارسة الصحفية خاصة في النموذج الغربي".¹

-إذن صحافة المواطن ترتبط بامتلاك المواطن العادي لوسيلة اتصالية حديثة معينة ، يستغلها في نقل الأخبار بشكل بسيط من موقع الحدث أي دون اشتراط المهارة الصحفية .

ب/ التعريف الإجمالي:

يقصد بصحافة المواطن في هذه الدراسة مختلف المعلومات حول الغش التجاري سواء كانت في شكل نصوص أو صور أو فيديوهات والتي ينشرها المواطن الصحفي ويشاركها على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي مستخدما في ذلك هاتفه الذكي المزود بالانترنت بعد جمعها والتأكد منها ، أو يقوم بإرسالها إلى جهة معينة كالمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه والتي أصبحت بدورها تعتمد على هذا النوع من الصحافة بهدف المساهمة في توعية المستهلكة الجزائرية قصد حمايتها من التعرض للغش التجاري.

1-5-3- مفهوم الحماية: protection:

أ/التعريف اللغوي :

حمى الشيء حميا وحماية ومحمية أي منعه ودافع عنه وحماه من الشيء وحماه إياه.²

¹ / سعد سامان المشهداني: الصحافة العربية والدولية (المفهوم- الخصائص -المشاكل -النماذج-الاتجاهات)، ط1 ، دار الكتاب الجامعي ، الإمارات العربية المتحدة، 2014 ، ص ص :163-164.

² / ابن منظور بن مكرم :لسان العرب، دط، دار المعارف، القاهرة، 2016 ، ص 1114.

ب/التعريف الاصطلاحي:

تعرف الحماية على أنها: "إبعاد الخطر عن الوجود الإنساني أو عن شيء موضع الحماية ويقصد بالحماية الفيزيائية للإنسان بأن يبقى سليماً في وجوده أي في جسمه ونفسيته والمكان الذي يعيش فيه وما يمتلكه.¹

- وعليه فإن الحماية هي شعور الفرد بأمنه النفسي والصحي والطبيعي (المكان الذي يعيش فيه) وأمن ممتلكاته.

ج/ التعريف الإحصائي:

يقصد بالحماية في هذه الدراسة حق المستهلكة الجزائرية في الحماية الصحية والاقتصادية وذلك من خلال إبعاد خطر الغش التجاري عنها في سلعها أو سلع أفراد أسرتها موضوع الدراسة وفق ما حدده القانون وما دعا إليه المشرع الجزائري.

1-5-4 - مفهوم المستهلك: consumer

أ/ التعريف اللغوي:

استهلك يستهلك استهلاكاً والمستهلك مأخوذ من فعل استهلك بمعنى أنفق واستنفذ أو أفرغ.²

¹ / نبيلة عبد الفتاح قنطى: الإعلام بين الحقوق والواجبات، ط1، دار المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2020، ص:53.

² ابن منظور بن مكرم: لسان العرب، دط، دار المعارف، الإسكندرية، 1919، ص: 865.

ب/ التعريف الاصطلاحي :

عرف المستهلك على أنه ذلك الفرد الذي يقوم بالبحث عن سلعة أو خدمة ما وشرائها لاستخدامه الخاص أو استخدامه العائلي، أو هو الشخص الذي يشتري أو لديه القدرة لشراء السلع و الخدمات المعروضة للبيع بهدف إشباع الحاجات و الرغبات الشخصية أو العائلية.¹

- نفهم من خلال ما سبق أن المستهلك هو كل شخص يشتري سلعة أو خدمة بغرض الاستفادة منها بطريقة شخصية أو عائلية .

ج/التعريف الإحصائي:

يقصد بالمستهلكة في هذه الدراسة المرأة الجزائرية التي تشتري سلع لنفسها أو أحد أفراد أسرتها والذين يتمثلون تحديدا في هذه الدراسة في الزوج إن كانت متزوجة بدون أطفال ، وفي أبنائها الأطفال والكبار إن كانت أم إضافة إلى الزوج ، وتكون منتبجة في نفس الوقت لمنشورات صفحة منظمة حماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك والتي تتعلق تحديدا بالغش التجاري.

¹ / محمد الرويني:تخطيط الحملات الإعلانية (الأساسيات ، المفهوم ،المراحل)، ط1 ، دار العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2021، ص: 134.

1-5-5- مفهوم الغش التجاري: commercialfraud

ويتكون هذا المفهوم من مصطلحين :

1-الغش: fraud

أ/التعريف اللغوي :

غش وغششت يغش، اغشش ، غش ، غشا فهو غاش والمفعول مغشوش ،

وغش صديقة خدعه زين له غير المصلحة مظهرًا خلاف ما يضمّر ، غششت صديقك ولم يسيء لك قط ، الغش لايفلح أبداً (مثل أجنبي) ، من غشنا فليس منا { حديث } ، غش الشيء خلطه بما هو أرخص منه.¹

ب/التعريف الاصطلاحي :

عرفه الفقيه "دوماً" أنه : "عبارة عن كل وسيلة سيئة لخداع أحد ما " .وعرفه البعض الآخر بأنه : "تحايل غير مشروع على القواعد القانونية بهدف الإضرار بالغير".²

- الغش إذن هو تقديم الشيء على عكس صورته الحقيقية ، وإلباس الحق بالباطل بخلط الرديء بالجيد أي بسوء نية .

¹ / عمر أحمد مختار: معجم اللغة العربية المعاصرة ، ط1 ، دار علا للكتاب ، القاهرة ، 2008 ، ص: 1612.

² / أحمد هلاير أسعد : نظرية الغش في العقد ، د ط ، دار الكتب العلمية ، بيروت 2011 ، ص: 22.

ج / التعريف الإجرائي:

هو أن يضاف أو ينقص شيء من المحتوى المكون للمادة ، بحيث يؤثر ذلك على قيمتها ، أي دون مراعاة المواصفات والمعايير المعمول بها قانونا .

2- التجارة: commerce

أ/التعريف اللغوي :

التاجر هو الذي يبيع ويشترى ، تاجر وتاجر وتجارة وهو أكرم تجارة على أكرم خيل عتيق.¹

ب/التعريف الاصطلاحي:

يعرفها "العلامة عبد الرحمان بن خلدون" في كتابه الشهير "مقدمة ابن خلدون" بأنها : " محاولة الكسب بتسمية المال ، بشراء السلع بالرخص وبيعها بالغلاء ، أيما كانت السلعة فالمحاول لذلك الربح " .²

- بمعنى أن التجارة هي كل ما يحاول من خلالها التاجر تحقيق الربح .

*وعرفت التجارة بوجه عام على أنها : " التبادل الطوعي للبضائع أو الخدمات أو كلاهما معا ، والتجارة قانونا تعني تحويل المنتجات من حالتها الأولية إلى سلع بهدف بيعها بعد إعادة صنعها ، وهي ما تسمى بالصناعات التحويلية ، و تشمل أيضا النشاط المتعلق بالصناعة والنقل البحري والجوي والبنوك وما يلحق بها من حرف تجارية .³

¹ / مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي: القاموس المحيط ، دط ، دار الحديث، القاهرة ، 2008 ، ص: 1500

² / عبد الرحمان بن خلدون :مقدمة ابن خلدون ، ط 9 ، دار الكتب العلمية، لبنان ، 2006 ، ص: 310.

³ / عبد الصبور عبد القوي علي مصري :التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية ، ط1،مكتبة القانون والاقتصاد،الرياض،2012، ص: 16.

- إذن التجارة هي عملية بيع البائع والذي يسمى تاجرا، وشراء المشتري والذي يسمى مستهلكا ، ويمثل كل من التاجر والمستهلك محورا العملية الاقتصادية .

ج/ التعريف الإحرائي: هي كل عملية تنطوي على بيع من طرف التاجر وشراء من طرف المستهلكة وفق ما يسمح به القانون.

* التعريف الاصطلاحي لمفهوم الغش التجاري :

يعرف الغش التجاري بأنه : " تزيف البضائع وعدم مطابقتها للمواصفات القياسية ، أو الغش في مقدار البضاعة أو جنسها أو صفاتها الجوهرية ، أو تقديم بيانات تجارية غير حقيقية عن السلع المروجة ، أو هو تغيير السلعة بأي شكل لأجل خداع المشتري مع وجود التعمد والقصد.¹

- إذن الغش التجاري هو الإنقاص من كتلة السلعة أو التغيير في جوهرها ومكوناتها بطريقة عمدية.

* يعرف الغش التجاري أيضا على أنه : " عملية يتعدى فيه الغاش على مال الغير ولو كان شيئا يسيرا ليحصل عليه بالحرام عن طريق الكذب والكتمان ، أو إخفاء عيب السلعة ، أو البخس في الميزان.²

- نستنتج أن هناك صور عديدة للغش التجاري والتي مهما اختلفت فإنها تؤكد تعدي التاجر الغاش على الأشخاص المستهلكين بطريقة أو بأخرى .

¹ / صالح بن عبد الكريم إبراهيم السعودي : عقد الامتياز التجاري، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد ، الرياض، 2014، ص 156.

² / ماهر ياسين الفحل : حرمة المسلم على المسلم ، د ط ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، 2010 ، ص: 21

* تعريفه حسب القانون الجزائري :الغش التجاري هو : "الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية ويقصد به كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد ، وتم تحديد الأعمال التي يعاقب عليها في المواد 429 إلى 434 من قانون العقوبات الجزائري " .¹

- إذن الغش التجاري حسب المشرع الجزائري هو جريمة يعاقب عليها القانون بعقوبات متفاوتة حسب نوع الغش المرتكب .

* تعريفه اجتماعيا :

"هو إحدى الظواهر المنحرفة التي تظهر في المجتمع وهي تدل على الخروج عن القيم والمعايير الاجتماعية والشرعية ، مما يترك أثرا سلبيا على الحياة الاجتماعية".²

- إذن فالغش التجاري ظاهرة اجتماعية تظهر نتيجة وجود خلل في معايير الضبط الاجتماعي ، وهو سلوك غير أخلاقي يتنافى مع القيم المثلى للمجتمع .

إجراءات :

هو كل تجاوز من طرف التاجر أو البائع من شأنه أن يلحق الضرر بالمستهلكة الجزائرية المتتبعة لصفحة المنظمة شخصا إذا ارتبط الاستهلاك بأحد السلع التي تخصها ، أو يلحق الضرر بأحد أفراد أسرته متى ارتبط استهلاكها بإحدى السلع التي تخصهم ، أو يلحق الأذى بهم جميعا - المستهلكة وكل أفراد أسرته - متى كانت السلع المستهلكة مشتركة الاستعمال بينهم جميعا. بمعنى خداع المستهلكة أو التحايل عليها دون علمها ، وبقصد من التاجر مع علمه بأنه سيتسبب لها أو لأحد أفراد أسرته أو لهم جميعا بمضرة.

¹ /المواد من 429 إلى 434، الباب الرابع من قانون العقوبات الجزائري ،الجزائر ، 2012، ص ص :126-131.
² /شرين طقاطقة :تعريف الغش ، تاريخ النشر : 20 سبتمبر 2018 ، متاح على الموقع [https:// mado3e.com](https://mado3e.com)،
 أطلع عليه 25 / 03 / 2024، على الساعة 15:00

6-1 - الدراسات السابقة :

1-6-1 - دراسات حول صحافة المواطن:

أولاً: دراسة بوعزيز حنان 2015 الموسومة ب:"

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل صحافة المواطن دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة ام البواقي .

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور الفايسوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل صحافة المواطن، ومن أجل ذلك طرحت الباحثة التساؤل الرئيسي التالي :

- ما هو دور الفايسبوك في تفعيل صحافة المواطن ؟

والذي تفرعت عنه الأسئلة الفرعية التالية :

1-ما هي عادات وأنماط استخدام المواطن الصحفي الجزائري لموقع الفايسبوك ؟

2-ما هي دوافع استخدام المواطن الصحفي الجزائري لموقع الفايسبوك ؟

3-ما هي الاشباكات التي يحققها المواطن الصحفي الجزائري جراء استخدامه للفايسبوك؟

وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي وتمثل مجتمع دراستها في مستخدموا موقع الفايسبوك لدى طلبة جامعة أم البواقي ، أما أدوات الدراسة فتمثلت في أداتي الاستبيان و الملاحظة ، أما نوع العينة فقد تم اختيارها بالطريقة القصدية أو العمدية وقدرت ب 100 مفردة من مستخدمي موقع الفايسبوك لدى طلبة جامعة أم البواقي .

وتوصلت الباحثة إلى النتائج التالية :

-عادات وأنماط استخدام المواطن الصحفي لموقع الفاييبوك اكثر من ثلاثة ساعات في استخدامهم للموقع.

-دوافع استخدام المواطن الصحفي لموقع الفاييبوك هو دافع التعرف على الأخبار والمعلومات.

-يحقق موقع الفاييبوك اشباعا صحفية تختلف عن تلك التي يحصل عليها من الإعلام القديم¹.

أوجه الاتفاق و الاختلاف بين هذه الدراسة و الدراسة الحالية :

* من ناحية الأهداف : بالنسبة لوجه التشابه بين هذه الدراسة و دراستنا الحالية فلا يوجد أي تشابه ملحوظ ، أما بالنسبة إلى أوجه الاختلاف فان هذه الدراسة تهدف إلى معرفة دور الفاييبوك كموقع من مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل صحافة المواطن، أما هدف دراستنا فهو معرفة دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

*من ناحية المنهج : لا نلاحظ أي تشابه و إنما يختلف منهج هذه الدراسة و المتمثل في المنهج المسحي مع منهج دراستنا المتمثل في تحليل المضمون .

*من ناحية نوع العينة : لا تتفق دراستنا مع هذه الدراسة باعتبار أن عينة دراستنا هي العينة الحصصية أما عينة هذه الدراسة فتمثلت في العينة القصدية أو العمدية .

1/ بوعزيز حنان: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل صحافة المواطن دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة أم

البواقي ، مذكرة ماستر في تخصص اتصال و علاقات عامة ، قسم العلوم الإنسانية ،كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، جامعة العربي بن مهدي ، أم البواقي - الجزائر ، 2015 .

*من ناحية أداة الدراسة : تختلف أداة الدراسة في هذه الدراسة عن أداة دراستنا ، حيث تتمثل في دراستنا في استمارة تحليل المضمون ، أما في هذه الدراسة فتتمثل في الاستبيان .

*من ناحية مجالات الدراسة : نلاحظ اختلاف مجالات الدراسة سواء المكاني و المتمثل حسب هذه الدراسة في طلبة الجامعة وفي دراستنا في الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه على الفايسبوك ، و من ناحية الزمان فان هذه الدراسة كانت بتاريخ 2015 و دراستنا في الموسم الجامعي 2023 / 2024 ، أما فيما يتعلق بالمجال البشري فتتمثل في هذه الدراسة في طلبة الجامعة أما في دراستنا فتتمثل في المستهلكة الجزائرية.

ثانيا :دراسة كبحل فتحة 2020الموسومة ب :

أخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن دراسة وصفية تحليلية لعينة من الشبكات العربية الناشطة عبر موقع الفايسبوك .

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع ممارسة صحافة المواطن عربيا ومعرفة مدى التزام الممارسين لهذا النمط الصحفي المستجد ، ومن اجل ذلك طرحت الباحثة التساؤل الرئيسي التالي :

-ما مدى التزام مواقع صحافة المواطن العربية ممثلة في صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر مواقع الفايسبوك بأخلاقيات المهنة الصحفية ؟

والذي تفرعت عنه الأسئلة الفرعية التالية :

1-ما طبيعة المضامين المعروضة عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايسبوك ؟

2- ما هي الأخلاقيات الصحفية المعتمدة عبر مضامين صحافة الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايسبوك ؟

3- ما هي المعايير التقنية والتكنولوجية التي تعتمد عليها صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايسبوك ؟

واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، كما اعتمدت على منهج تحليل المضمون وتمثل مجتمع دراستها في الصفحات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايسبوك بطريقة العينة العشوائية الدائرية.

بعد تحليلهم خلصت الباحثة إلى النتائج التالية :

- 1- تحترم صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة أخلاقيات المهنة من خلال توظيفها للصور .
- 2- لا يتم التحكم بشكل جيد بصفحات الشبكات الإخبارية المدروسة خاصة من حيث مراقبة المحتويات المنشورة وضبط الولوج إليها من طرف الجمهور العام ، كما لا يتم مراقبة التعليقات على المنشورات والتي تمس بخصوصية الأفراد .
- 3- تلتزم شبكة شام وشبكة رصد المصرية الإخبارية بمؤشرات الدقة كما تعد شبكة شام الإخبارية الأكثر التزام بمؤشرات الموضوعية ¹ .

1/ كيجل فتيحة :أخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن دراسة وصفية تحليلية لعينة من الشبكات العربية الناشطة عبر موقع الفايسبوك ، أطروحة دكتوراه في تخصص صحافة ، قسم الصحافة ، كلية علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة قسنطينة 3 ،الجزائر ، 2020 .

أوجه الاتفاق و الاختلاف بين هذه الدراسة و الدراسة الحالية :

* من ناحية الأهداف : بالنسبة لوجه التشابه بين هذه الدراسة و دراستنا الحالية فلا يوجد أي تشابه ملحوظ ، أما بالنسبة إلى أوجه الاختلاف فان هذه الدراسة تهدف إلى معرفة واقع ممارسة صحافة المواطن عربيا ومعرفة مدى التزام الممارسين بهذا النمط الصحفي المستجد ، أما هدف دراستنا فهو معرفة دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

* من ناحية المنهج : أما من ناحية المنهج فنلاحظ انه يوجد اتفاق ، حيث استخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون و المنهج الوصفي بينما اکتفت الدراسة الحالية بمنهج تحليل المضمون فقط .

* من ناحية نوع العينة : لا تتفق دراستنا مع هذه الدراسة باعتبار أن عينة دراستنا هي العينة الحصصية ، أما عينة هذه الدراسة فتمثلت هي العينة العشوائية المنتظمة الدائرية .

* من ناحية أداة الدراسة : تختلف أداة الدراسة في هذه الدراسة عن أداة دراستنا حيث تتمثل في دراستنا في استمارة تحليل المضمون ، أما في هذه الدراسة فتمثل في أداة الاستبيان الالكتروني .

* من ناحية مجالات الدراسة : نلاحظ اختلاف مجالات الدراسة سواء المكاني و المتمثل حسب هذه الدراسة في صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايسبوك أما في دراستنا فتمثل في الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه على الفايسبوك و من ناحية المجال الزمني فان هذه الدراسة كانت بتاريخ 2020 أما دراستنا فكانت خلال الموسم الجامعي 2023 / 2024.

ثالثا: "دراسة رحومة نور الدين وعمر قماري 2021 الموسومة ب :

استخدام صحافة المواطن لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية على طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة استخدام طلبة جامعة حمة لخضر لصحافة المواطن والاشباكات المحققة من جراء ذلك. ومن اجل ذلك طرحا الباحثين التساؤل الرئيسي التالي :

-كيف يستخدم طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر صحافة المواطن ؟ وما هي الاشباكات المحققة جراء ذلك ؟

واعتمد الباحثين في دراستهما على المنهج المسحي وتمثل مجتمع دراستهما في كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، أخذت منه عينة غير احتمالية بالطريقة القصدية حجمها 70 مفردة ، وتوصلا الباحثين إلى النتائج التالية :

- 1- إن أغلبية عينة الدراسة يستخدمون صحافة المواطن في استقصاء الأخبار ونشر الأحداث .
- 2- إن أخبار صحافة المواطن تمثل بديلا حقيقيا عن الصحافة التي تقدمها كبار المؤسسات الإعلامية الكبرى التقليدية .
- 3- إن صحافة المواطن دائما ما تساعد في تحقيق الشهرة ¹.

1/ رحومة نور الدين وعمر قماري: استخدام صحافة المواطن لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية على طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي. مذكرة ماستر في تخصص سمعي بصري ، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، جامعة الشهيد محمد لخضر ، الوادي - الجزائر ، 2021

أوجه الاتفاق و الاختلاف بين هذه الدراسة و الدراسة الحالية :

*من ناحية الأهداف : بالنسبة لوجه التشابه بين هذه الدراسة و دراستنا الحالية فلا يوجد أي تشابه ملحوظ ، أما بالنسبة إلى أوجه الاختلاف فان هذه الدراسة تهدف هذه إلى معرفة استخدام طلبة جامعة حمة لخضر لصحافة المواطن والاشباعات المحققة من جراء ذلك ، أما هدف دراستنا فهو معرفة دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

* من ناحية المنهج : أما من ناحية المنهج فلا نلاحظ انه يوجد اتفاق ، حيث استخدمت الباحثة المنهج المسحي ، بينما منهج دراستنا فيتمثل في منهج تحليل المضمون .

*من ناحية نوع العينة : لا تتفق دراستنا مع هذه الدراسة في العينة ، باعتبار أن عينة دراستنا هي العينة الحصصية ، و تمثلت عينة هذه الدراسة في العينة القصدية .

* من ناحية أداة الدراسة : تختلف أداة الدراسة في هذه الدراسة عن أداة دراستنا ، حيث تمثلت في دراستنا في استمارة تحليل المضمون ، أما في هذه الدراسة فهي أداة الاستبيان .

* من ناحية مجالات الدراسة : نلاحظ اختلاف مجالات الدراسة سواء المكاني و المتمثل حسب هذه الدراسة في طلبة جامعة حمة لخضر ، والمتمثل في دراستنا في الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه على الفايسبوك ، و من ناحية المجال الزمني فان هذه الدراسة كانت بتاريخ 2021 ودراستنا في الموسم الجامعي 2023 /2024 .

رابعاً: دراسة سلاب زبيدة ودادي ربيعة 2022 الموسومة ب:

دور صحافة المواطن في صناعة الرأي العام دراسة ميدانية على طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم .

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط استخدام المواطن الصحفي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي ، كما تهدف إلى الكشف عن الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام ومن أجل ذلك طرحنا الباحثين التساؤل الرئيسي التالي:

كيف تساهم صحافة المواطن في صناعة الرأي العام ؟

و تندرج تحت هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية :

هل هناك علاقة بين الصحافة المواطن و الرأي العام ؟

كيف نشأ ما يعرف بالرأي العام الالكتروني ؟

هل استخدام صحافة المواطن مرتبط بعملية صناعة الرأي العام الالكتروني ؟

ما هي أدوات التعبير الخاصة بالرأي العام ؟

و اعتمدنا الباحثين على المنهج الوصفي و تمثل مجتمع الدراسة في طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس

مستغانم على مختلف الكليات و التخصصات أخذت منه عينة بطريقة عشوائية قدرت ب25 مفردة .

و توصلنا الباحثين إلى النتائج التالية :

1- إن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي (الإعلام الالكتروني) أدى إلى تبلور استخدام مواقع التواصل

الاجتماعي كموقع الفايسبوك بشكل أساسي .

- 2- موقع الفايسبوك من بين المواقع التي سهلت على الجمهور التعبير عن أفكارهم بكل حرية و شفافية .
- 3- إن صحافة المواطن تضع الفرد البسيط والمتعلم بمعنى كل شرائح المجتمع ضمن سياق واحد و بيئة الكترونية مشتركة بتقديم كل المستويات التفاعلية من تعليق و النشر و الإعجاب و مشاركة الأصدقاء مما يسهل على هذا النوع من الصحافة صناعة و تشكيل الرأي العام بكل حرية و دون رقابة كالتالي هي واقعة على وسائل الإعلام التقليدية .
- 4- يعتبر استخدام صحافة المواطن بشتى أساليبها و أشكالها فضاء سهل لتشكيل الرأي العام¹ .

أوجه الاتفاق و الاختلاف بين هذه الدراسة و الدراسة الحالية :

* من ناحية الأهداف : لا يوجد اتفاق بين هذه الدراسة و دراستنا الحالية ، أما بالنسبة إلى أوجه الاختلاف فان هذه الدراسة تهدف إلى معرفة عادات وأنماط استخدام المواطن الصحفي الجزائري لمواقع التواصل الاجتماعي ، كما تهدف إلى الكشف عن الدور الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام ، أما هدف دراستنا فهو معرفة دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

* من ناحية المنهج : من ناحية المنهج لا يوجد اتفاق بين الدراستين ، حيث استخدم في هذه الدراسية المنهج الوصفي ، بينما منهج دراستنا فيتمثل في منهج تحليل المضمون .

1 / سلاب زبيدة ودادي ربيعة : دور صحافة المواطن في صناعة الرأي العام دراسة ميدانية على طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس ، مذكرة ماستر في تخصص صحافة الكترونية و مطبوعة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم - الجزائر ، 2022.

* من ناحية نوع العينة : لا تتفق دراستنا الحالية مع هذه الدراسة في العينة باعتبار أن عينة دراستنا هي العينة الحصصية ، أما عينة هذه الدراسة هي العينة العشوائية.

*من ناحية أداة الدراسة : تختلف أداة الدراسة في هذه الدراسة عن أداة دراستنا حيث تتمثل في دراستنا في استمارة تحليل المضمون، أما في هذه الدراسة فتتمثل في أداة الاستبيان .

* من ناحية مجالات الدراسة : نلاحظ اختلاف كلتا الدراستين من حيث مجالات الدراسة سواء المكاني و المتمثل حسب هذه الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي وفي دراستنا والمتمثل في الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه على الفايستوك ، و من ناحية المجال الزمني فان هذه الدراسة كانت بتاريخ 2022 و دراستنا في الموسم الجامعي 2023 / 2024 ، كما تمثل المجال البشري لهذه الدراسة في طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم ، أما في دراستنا فتتمثل في المستهلكة الجزائرية .

1-6-2- دراسات حول الغش التجاري :

أولاً: دراسة فهد بن إبراهيم بن علي الحوشاني 2007 المسومة ب:

الغش في المعاملات التجارية الالكترونية بين الفقه والنظام السعودي .

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن جريمة الغش التجاري الالكتروني وبيان حكمه في الفقه الإسلامي

والنظام التجاري السعودي من أجل ذلك طرح الباحث التساؤل الرئيسي التالي :

- ما هو الغش التجاري الالكتروني ؟ وما حكمه في النظام التجاري السعودي والشريعة الإسلامية ؟ وما

هي جوانب الاتفاق والتباعد بينهما؟

وتندرج تحت هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية :

1- ما هو الغش التجاري؟

2- ما هو الغش التجاري الالكتروني؟

3- ما هو تعريف وحكم الغش التجاري الالكتروني في الفقه الإسلامي؟

واعتمد الباحث على جملة من مناهج البحث المعروفة منها: المنهج التاريخي، المنهج التحليلي، المنهج

الاستقرائي الذهني ، وتمثل مجتمع دراسته في النصوص القانونية من التشريعات السعودية المختلفة ثم قام

بشرحها وتوضيحها وربطها بموضوع الغش في المعاملات التجارية الالكترونية ، ثم قارنها مع الفقه

الإسلامي وذلك بأخذ عينة منها .

وتوصل الباحث إلى النتائج التالية:

1- إن قانون الغش التجاري قد نظم حماية المستهلك من خلال جريمتين: الأولى هي جريمة خداع المتعاقد ، والثانية هي جريمة غش الأغذية أو ما يعادلها.

2- لا يشترط لوقوع جريمة من جرائم الغش التجاري أن يحدث ضرر بالمستهلك فهي من جرائم الخطر وليس من جرائم الضرر.

3- جريمة خداع المتعاقد وجريمة غش الأغذية من الجرائم العمدية والتي لا مجال فيها للمسؤولية عن الخطأ غير العمدي.

يجرم المشرع حيازة السلعة المغشوشة أو الفاسدة أو عرضها للبيع ولكن النظام السعودي لا يجرم حيازة الآلات والأدوات التي تستعمل في الغش¹.

أوجه الاتفاق و الاختلاف بين هذه الدراسة و الدراسة الحالية :

* **من ناحية الأهداف :** لا يوجد اتفاق بين هذه الدراسة و دراستنا الحالية ، أما بالنسبة إلى أوجه الاختلاف فإن هذه الدراسة تهدف إلى الكشف عن جريمة الغش التجاري الالكتروني وبيان حكمه في الفقه الإسلامي والنظام التجاري السعودي، أما هدف دراستنا فهو معرفة دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

* **من ناحية المنهج :** أما من ناحية المنهج فهناك اختلاف من حيث أن هذه الدراسة استخدمت جملة من مناهج البحث المعروفة منها: المنهج التاريخي، المنهج التحليلي، المنهج الاستقرائي الذهني ، بينما منهج دراستنا فيتمثل في منهج تحليل المضمون فقط .

1/ فهد بن إبراهيم بن علي الحوشاني : الغش في المعاملات التجارية الالكترونية بين الفقه والنظام السعودي ، مذكرة ماجستير في الفقه و أصوله، كلية الدراسات العليا ، جامعة الأردن، الأردن ، 2007

* من ناحية نوع العينة : لا تتفق دراستنا مع هذه الدراسة من حيث العينة ، باعتبار أن عينة دراستنا هي العينة الحصصية ، و تمثلت عينة هذه الدراسة في النصوص القانونية.

من ناحية مجالات الدراسة : نلاحظ اختلاف بين الدراستين في مجالات الدراسة سواء المكاني و المتمثل في هذه الدراسة في التشريعات السعودية، وفي دراستنا في الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه على الفايبيوك ، و من ناحية المجال الزمني فان هذه الدراسة كانت بتاريخ 2007 و دراستنا في الموسم الجامعي 2023 / 2024 .

ثانيا:دراسة رحابي نور الهدى وسوداني شهرة زاد و رحمي رندة 2020 الموسومة ب:

التظليل في الإعلانات التجارية :دراسة تحليله سميولوجية لعينة من الإعلانات التجارية .

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الأساليب غير المرغوبة التي يستخدمها بعض المعلنين للتأثير على القرار الشرائي والسلوك الاستهلاكي للمستهلكين ، من اجل ذلك تم طرح التساؤل الرئيسي التالي :

كيف يتم التظليل في الإعلانات التجارية ؟

وتتدرج تحت هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية :

1-ما هي العلامات والرموز التي يتم استخدامها للتظليل في الإعلانات التجارية ؟

2-كيف يتم توظيف مختلف العلامات والرموز التي يتم استخدامها للتظليل في الإعلانات التجارية ؟

3-ما هي دلالات ومعاني مختلف العلامات والرموز عن طريق التحليل السيميولوجي التي يتم استخدامها

للتظليل في الإعلانات التجارية ؟

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج السيميولوجي ، ومجتمع دراستها هو صور من إعلانات مظلة أخذت من الصفحة الرسمية على الفاييبوك لمنظمة حماية المستهلك الجزائرية ، أخذت منه عينة بالطريقة القصدية ممثلة في ثلاثة منتجات معروضة على الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك وهي بسكويت delice dix وبسكويت cookidays وشكولاتة goldino وحلوة راحة الحلقوم .turkisght

وتوصلت إلى النتائج التالية :

- أكثر ما يلفت انتباه المستهلكين في الإعلانات التجارية الجزائرية هي صور المنتجات .
- أكثر ما يزعج المستهلكين في الإعلانات التجارية الجزائرية هو المبالغة في وصف المنتجات .
- يبتعد المستهلكين عن اقتناء المنتجات بسبب عدم تطابق صورة المنتج مع المنتج .
- عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق في الإعلانات التجارية .
- كثرة الشكاوي من طرف المستهلكين في الصفحة الرسمية لحماية المستهلك بسبب الغش المتزايد في المنتجات وإعلاناتها المظلة¹.

1/ رحابي نور الهدى وسوداني شهرة زاد ورحمي رندة :التظليل في الإعلانات التجارية -دراسة تحليلية سميولوجية لعينة

من الإعلانات التجارية -، مذكرة ماستر في تخصص اتصال و علاقات عامة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال وعلم

المكتبات ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة- الجزائر ، 2020

أوجه الاتفاق و الاختلاف بين هذه الدراسة و الدراسة الحالية :

* **من ناحية الأهداف :** لا يوجد اتفاق بين هذه الدراسة و دراستنا الحالية ، أما بالنسبة إلى أوجه الاختلاف فان هذه الدراسة ، تهدف إلى الكشف عن الأساليب غير المرغوبة التي يستخدمها بعض المعنلين للتأثير على القرار الشرائي والسلوك اللاستهلاكي للمستهلكين, أما هدف دراستنا فهو معرفة دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري

* **من ناحية المنهج :** أما من ناحية المنهج فهناك اختلاف من حيث أن هذه الدراسة استخدمت المنهج السيميولوجي ، بينما منهج دراستنا فيتمثل في منهج تحليل المضمون.

* **من ناحية نوع العينة :** لا تتفق دراستنا مع هذه الدراسة من حيث العينة ، باعتبار أن عينة دراستنا هي العينة الحصصية ، و تمثلت عينة في الطريقة القصدية ممثلة في ثلاثة منتجات معروضة على الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك وهي بسكويت *delice dix* وبسكويت *cookidays* وشكولاتة *goldino* وحلوة راحة الحلقوم *turkisght*.

من ناحية مجالات الدراسة : نلاحظ اختلاف بين الدراستين في مجالات الدراسة سواء المكاني و المتمثل في هذه الدراسة في صور الإعلانات التجارية ، وفي دراستنا في الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه على الفايسبوك ، و من ناحية المجال الزمني فان هذه الدراسة كانت بتاريخ 2020 و دراستنا في الموسم الجامعي 2023 /2024 .

• نقاط الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفدنا من خلال الدراسات السابقة في تحديد الزاوية التي سننطلق منها في هذه الدراسة، وبالتالي صياغة الإشكالية وكذا بناء الإطار النظري للدراسة.
- كما تم الاستفادة منها من خلال قائمة المراجع المذكورة في كل دراسة والتي ساعدتنا في توجيهنا نحو المراجع المعلوماتية المطلوبة.

1-7-7- المدخل النظري للدراسة :

1-7-1- النظرية البنائية الوظيفية :

لقد ارتبطت النظرية البنائية الوظيفية بعلم الاجتماع منذ ظهورها حتى وقتنا الحاضر ، وتجسدت في معظم أعمال علماء الانثروبولوجيا وعلماء الاجتماع ، واتخذت صورة التحليل المنهجي المنظم للوقائع الاجتماعية والنظم ، لكنها سرعان ما تحولت إلى إيديولوجيا تسعى إلى المحافظة على الأوضاع القائمة وصيانة الوظائف التي يؤذيها النسق الاجتماعي على مختلف مستوياته ، ولقد ظهرت في أعمال كل من "أوجست كونت" و "هربرت سبنسر" و "أيميل دوركايم" وغيرهم.¹

ويرجع تسمية هذه النظرية إلى اعتمادها على مفهومين أساسيين في تحليل المجتمع وتفسيره وهما البناء structure والوظيفة fonction المستمدتين أساسا من علم الأحياء، وتعتبر البنائية الوظيفية structure fonctionnalisé أكثر اتجاهات الفكر الاجتماعي المعاصر شيوعا، وهذه النظرية هي مزيج من نظريتين اجتماعيتين هما النظرية البنائية التي أساسها " ليفي شتراوس" والنظرية الوظيفية التي أساسها كل من "أوجست كونت" و "هربرت سبنسر" واكتسب هذا الاتجاه مكانة متميزة في علم الاجتماع وذلك بتأثير الانثروبولوجيا الاجتماعية.²

¹/ محمد عبد السميع عمان: أسس علم الاجتماع المفاهيم والقضايا، ط1، كلية التربية جامعة الأزهر، مصر، د.س.ن، ص 145 .

²/ طاهر حسو الزبياري: النظرية السوسيولوجية المعاصرة، ط1، دار البيروني للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص : 95.

▪ الفرض الرئيسي لهذه النظرية :

ترى هذه النظرية بان المجتمع الإنساني هو بناء متكامل يتكون من أنساق اجتماعية فرعية تتمثل في مؤسسات اجتماعية تؤدي أغراض محددة مثل : المؤسسة الدينية والاقتصادية والسياسية والإعلامية والتربوية ... ، وان النظم الاجتماعية الفرعية مترابطة ومتناسقة مع بعضها البعض فحدوث أي تغيير في النظم والمؤسسات يؤدي إلى حدوث تغيير في بقية النظم والمؤسسات بحيث تتغير من حالة إلى حالة أخرى ، فعناصر البناء الاجتماعي الأولية تتكون من المؤسسات الاجتماعية والأدوار البنائية والواجبات الاجتماعية ، والبناء الاجتماعي يتكون من نسقين عمودي يهدف إلى السيطرة والضبط وأفقي يهدف إلى تحديد مكان وموقع المسؤولية.¹

وتقوم المؤسسة الإعلامية كما يرى أحد أهم المفكرين المدافعين عن هذه النظرية وهو "ميرتون" بوظائف عديدة في المجتمع أهمها إشباع حاجات محددة لأفراده، والعمل على توفير التضامن والتكامل الداخلي بين أفراد المجتمع ، إضافة إلى قيامها بوظيفة إشباع المتطلبات والحاجات الفردية.²

1- أهم فروض النظرية البنائية الوظيفية:

- وصف الحدود القائمة بين الأنساق الاجتماعية وغيرها من الأنساق الأخرى حيث أن كل منهما يقوم بأداء وظائفه مما يجعلها متكامل.
- الاهتمام بشروط النسق وتكامله وفاعليته باعتباره نسق مجرد.

1 / ربا عبد الوهاب حجران :الطلاق والعنف بين الأزواج في ظل وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الخليج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004 ، ص: 17 .

²/ دليمي عبد الرزاق:نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين ، ط1 ، دار اليازوري العلمية ،عمان، 2016 ، ص 126:

- إن لهذا النسق أربعة ملزمات وظيفية وهي: تكيف النسق مع غيره من الأنساق الأخرى ، وتكيف النسق مع البيئة المحيطة ، ثم بلوغ النسق أهدافه ، وأخيرا المحافظة على ثبات النسق وتكامله .
- التصور أو الوصف المجرد للوحدات البنائية الكبرى في النسق الاجتماعي ، وإذا حدث تغيير في التوازن سرعان ما تتساند تلك الوحدات والأجزاء التي يتكون منها النسق من أجل إعادته إلى حالة التوازن.¹

2- عناصر النظرية البنائية الوظيفية:

هناك أربعة عناصر رئيسية تعمل على المحافظة على الأنساق الفرعية للمجتمع وهي:

- التكيف : ويقوم به النسق الاقتصادي الفرعي .
- تحقيق الهدف : ويقوم به النسق السياسي الفرعي.
- التكامل: ويعمل على تحقيق الروابط الاجتماعية القائمة.
- المحافظة على النمط أو خفض التوتر ويكون من نصيب المؤسسات الثقافية ومؤسسات التنشئة الاجتماعية.²

* إسقاط النظرية البنائية الوظيفية على الدراسة الحالية:

تعتبر النظرية البنائية الوظيفية المرجع الأمثل لكثير من البحوث والدراسات التي لها علاقة بدراسة الدور، وباعتبار أن الدراسة الحالية تهدف إلى معرفة دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري كانت هي الأنسب لها .

^{1/} السيد رشا وآخرون: النظرية المعاصرة في علم الاجتماع ، د ط ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2008 ، ص: 18-19.

^{2/} شحاتة صيام: النظرية الاجتماعية من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة، ط1 ، العربية للنشر والتوزيع، مصر ، 2009 ، ص: 58.

- تقوم هذه النظرية على فكرة الاستقرار والتوازن في المجتمع باعتباره البناء العام وذلك من خلال مجموعة من الوظائف الجزئية التي يجب أن تؤديها الوحدات الجزئية في الأنساق الفرعية ، بحيث تتمثل هذه الوظائف الجزئية أساسا في تحقيق الاستقرار الجزئي على مستوى كل نسق فرعي ، وباجتماع كل الوظائف الجزئية للوحدات الجزئية للأنساق الفرعية يتحقق الاستقرار العام للبناء الكلي والذي يتمثل في المجتمع ، حيث أثبتت هذه النظرية أن وسائل الإعلام عبارة عن نسق فرعي ضروري لا يمكن أن يستقر المجتمع من دونه إذ أنه أحد العناصر الرئيسة المكونة للنظام العام ، وبالإسقاط على دراستنا نجد أن :
- المجتمع الجزائري والذي هو البناء العام يتكون من مجموعة من الأنساق الفرعية ولعل من بين أهمها حسب هذه الدراسة نظام الاتصال والإعلام -كنسق فرعي - وهذا الأخير في حد ذاته يتكون من وحدات جزئية ألا وهم المواطنون الممارسون للصحافة والذين يعملون على أداء وظيفة جزئية تتمثل أساسا في محاولة المساهمة في حماية المستهلكين الجزائريين من الغش التجاري بما فيهم المرأة المستهلكة .
 - كما أن الصفحة الرسمية "للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه " على الفايسبوك والتي هي عبارة عن وحدة جزئية ضمن النظام الاتصالي تهدف من خلال اعتمادها على صحافة المواطن إلى القيام بوظيفة إعلام وتوعية المستهلكة الجزائرية قصد حمايتها من الغش التجاري، فإذا نجحت هذه الصفحة في ذلك سيتحقق الاستقرار الجزئي على مستوى النسق الفرعي المتمثل في نظام الإعلام والاتصال - نظام الإعلام نسبة لصحافة المواطن والاتصال نسبة لصفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه -وهذا سيساهم حتما في حفظ توازن المجتمع ككل ، لأن استقرار هذا الأخير يرتبط باستقرار أفرادها بما فيهم المستهلكة الجزائرية .

- كما أن هذه الدراسة تهدف إلى دراسة الدور المرتبط بالبناء ،وعليه فان صحافة المواطن يمكن أن نعتبرها بناء عام إذا ما نظرنا إلى مفهوم النسق من منظور ضيق من وجهة نظر هذه النظرية ،وعليه فان هذه الصحافة هي عبارة عن بناء يتكون أساسا من أفراد المجتمع المدني الموزعين ضمن مؤسسات اجتماعية ومؤسسات أمنية والمؤسسات التي تنشط في المجال التجاري وغيرها من المؤسسات الأخرى ، وعليه فان هذا البناء - المتمثل أساسا في صحافة المواطن - لها القدرة على التغيير والقيام بدور ايجابي في المجتمع ألا وهو حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري .

1-7-2- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

اهتم بهذه النظرية "ملفين ديفلير" و "روكيتش" في السبعينات ، وهي جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ، والذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام ، فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم وتأكيد حقوقهم في المعرفة ، ويحتاجون إلى الترفيه والتسلية من قبل وسائل الإعلام باعتبارها مصدر من مصادر تحقيق أهدافهم ورغباتهم¹ .

وحسب هذه النظرية فان علاقة الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على ركيزتين أساسيتين :

الأهداف : لكي يحقق الأفراد والجامعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية فاء نهم عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاصا أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

المصادر : يسعى الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهداف إلى وسائل الإعلام والى مصادر المعلومات.²

¹/احمد قران الزهواني :السلطة السياسية والإعلام في الوطن العربي ، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2015،ص: 99.

²/ محمد الأمين احمد عبد مزروك الحناي ،مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل)ط1، المركز الديمقراطي، ألمانيا ، 2020 ، ص: 44.

*التأثيرات التي تحدث عند الاعتماد على وسائل الإعلام :

رصد "ملفين ديفلير" و "ساندرا روكيتش" مجموعة من الآثار التي تنتج عند الاعتماد على وسائل الإعلام وهي:

1/ **التأثيرات المعرفية** : وتشمل هذه التأثيرات إحساس الناس بالغموض وتشكيل اتجاهاتهم وترتيب أولويات اختصاصاتهم وتوسيع نسق اعتماداتهم وهي :

أ/ **الغموض** : نتيجة تناقض أو نقص المعلومات التي يتعرض لها الأفراد ، أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث، حينئذ يتولد الإحساس بالغموض لدى أعضاء الجمهور ولا ينتهي ذلك الغموض إلا بتقديم معلومات صحيحة من طرف وسائل الإعلام، وتصبح بذلك وسائل الإعلام المصدر الرئيسي لتك المعلومات.

ب/ **تشكيل الاتجاهات** : عندما يعتمد الأفراد بشكل رئيسي على وسائل الإعلام تتشكل اتجاهاتهم.

ج/ **وضع الأولويات**: يقوم الجمهور بتصنيف اهتمامه على حسب تصنيف وسائل الإعلام للموضوعات .

د/ **توسيع نظام المعتقدات**: إن وسائل الإعلام توسع معتقدات الجمهور عن طريق تقديم أو حجب المعلومات عن أشكال التغيرات التي تحدث في الحياة الاجتماعية ونحو القضايا التي يهتمون بها.

هـ/ **توضيح القيم** : وذلك من خلال توضيح مجموع المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في توجيهها والحفاظ عليها، حيث تقوم وسائل الإعلام بدور بارز في توضيح أهمية هذه المعتقدات والقيم وترسيخها أو تهميشها.¹

¹/ إحسان رمضان السامرائي: القضايا الإخبارية ودورها في توجيه الرأي العام سياسيا ، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2019 ، ص ص : 38-39.

2/ الآثار الوجدانية :

يقصد صاحب النظرية "ملفين ديفلير" و "ساندار روكتش" بالآثار الوجدانية المشاعر مثل: العاطفة ،الخوف ونعرضها على النحو التالي:

أ/ القصور العاطفي : كثرة التعرض لمشاهد العنف تصيب الفرد بالتبدل وعدم الرغبة في مساعدة الآخرين.

ب/ الخوف والقلق : يفترض أن التعرض لمشاهد العنف يصيب الفرد المتلقي بالخوف والقلق و الرعب من الوقوع في هذه الأعمال أو يكون هو ضحية لها.

ج/ الدعم المعنوي : إن وسائل الإعلام عندما تقوم بأدوار اتصال رئيسية لرفع الروح المعنوية للجمهور يشعر الفرد بالوحدة والاندماج في المجتمع والعكس صحيح .¹

3- الآثار السلوكية:

تتخصر الآثار السلوكية للنظرية وفق مؤسسها في سلوكين أساسيين هما :التنشيط والخمول .

أ/ التنشيط :يعني قيام فرد ما نتيجة التعرض للرسالة الإعلامية وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية ، وقد يتمثل هذا التنشيط في اتخاذ مواقف مؤيدة والتنشيط في هذه الحالة يكون مفيد اجتماعيا، ، ولكن التنشيط الناتج عن التعرض لوسائل الإعلام قد يكون ضارا اجتماعيا مثل :التورط في أعمال ضد المجتمع ، محاكاة العنف والجرائم.²

¹/علي عبد الفتاح كنعان :نظريات الإعلام ، ط1 ، دار اليازوري، عمان،2014، ص ص :135-136.

²/ عصام الدين مصطفى صالح :الصحافة في مهب الإعلام البديل وحرية تداول المعلومات ،ط1، دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية ، 2019 ، ص: 65.

ب /الخمول : ويعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل ، وقد يتمثل الخمول في العزوف عن المشاركة في الأنشطة التي تفيد المجتمع ، وقد يحدث ذلك نتيجة تغطية إعلامية مبالغ فيها تدفع الفرد إلى عدم المشاركة نتيجة الملل وزيادة الإحساس بعدم الفرق بين إياهما يكسب أو يخسر (مثل في الانتخابات) ، وهي حالات داخلية تدفع الفرد إلى عدم المشاركة.¹

*عوامل تأثير عملية الاعتماد على وسائل الإعلام :

- طبيعة الجمهور وأهدافه من الاعتماد على وسائل الإعلام .
- طبيعة الجمهور ومدى توافر مصادر المعلومات.
- طبيعة وتنوع وسائل الإعلام.
- طبيعة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام .
- الظروف التي يمر بها الفرد والمجتمع .²

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

- إن درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه تختلف نتيجة التغيرات المستمرة ،وتبعا لهذا الاختلاف تزيد وتقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، أي أن زيادة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام ترتبط إيجابيا بادراك التهديد والغموض في البيئة الطبيعية والاجتماعية.³

¹ /عصام الدين مصطفى صالح : مرجع سبق ذكره ، ص: 66.

² /زينب محمد حامد: فتاوى الفضائيات -تأثيرها على سلوكيات الجمهور، ط1، دار العربي للنشر و التوزيع ،القاهرة ، 2018 ، ص: 77.

³ /سعد سلمان المشهداني :منهجية البحث العلمي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة ، 2020، ص: 364.

- زيادة إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية أوسع نطاق من التأثيرات المعرفية والعاطفية والسلوكية .
- يقل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام الجماهيرية كلما توافرت لديهم مصادر بديلة تمكنهم من الوصول إلى المعلومات المطلوبة.
- تختلف درجة اعتماد الأفراد فيما بينهم على وسائل الإعلام، فالجمهور المهتم بقضية معينة يكون أكثر اعتمادا وتركيزا على ما تقدمه وسائل الإعلام حول القضية نفسها عن غيرها.¹

* إسقاط نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :على الدراسة الحالية:

تعتبر هذه النظرية من نظريات التأثير المعتدل ، وحسب "ميلفين" و"روكيتس" فاعن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على ركيزتين أساسيتين وهما: الأهداف والمصادر ، و بالإسقاط على الدراسة الحالية نجد أن :

- صحافة المواطن عبارة عن أسلوب أو نمط اتصالي وإعلامي يهدف إلى تحقيق المصلحة العامة للأفراد والجماعات والمحافظة عليها وهذا فيما يتعلق بالأهداف باعتبارها ركيزة أساسية قامت عليها هذه النظرية.
- من خلال ممارسة المواطن العادي الذي لا ينتسب إلى أي مؤسسة إعلامية لهذا النمط من الصحافة سيتحول هذا المواطن إلى مصدر مهم للمعلومة .
- تعتمد الجماعات و المنظمات المختلفة كالمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه من خلال صفحتها الرسمية على الفايسبوك على صحافة المواطن بهدف حماية مختلف المستهلكين الجزائريين بما فيهم المرأة المستهلكة من كل أنواع الغش وتحديد الغش التجاري المتناول في هذه الدراسة.
- باعتبار أن هذه الصفحة تستحوذ على عدد كبير من الأفراد الجزائريين المتابعين لها بما في ذلك

¹/ سعد سلمان المشهداني : مرجع سبق ذكره ، ص: 364.

النساء المستهلكات ، فيمكن لهذه الصفحة أن تساهم في حماية هؤلاء المستهلكات من الغش التجاري نظير اعتمادهن على المعلومات التي تنشرها على صفحاتها .

- إن الصفحة موضوع الدراسة تنشر معلومات عن الغش التجاري - وهذا بعد التأكد من صحتها- وفي حالة اعتماد الجمهور والذي يتمثل أساسا في المستهلكات الجزائريات على هذه المعلومات ستصبح هذه الصفحة مصدر بالنسبة لهن في الحصول على المعلومات التي تحميهن من التعرض للغش التجاري ، وتصبح كذلك صحافة المواطن مصدر لمعلومات هذه الصفحة حول موضوع الغش التجاري.-إذن فالعلاقة هنا اعتمادية تبادلية ، فالمستهلكات الجزائريات باعتبارهن جمهور بالنسبة للصفحة تعتمدن على المعلومات التي تقدمها لهن الصفحة من خلال منشوراتها حول الغش التجاري ، وهذه الصفحة تعتمد على المعلومات التي تقدمها لها صحافة المواطن حول الغش التجاري.

8-1 - تعريف المنهج:

لإنجاز أي دراسة علمية لا بد من الاعتماد على منهج مناسب ، والذي عرفه الدسوقي على أنه "علم التفكير وطريق كسب المعرفة ، وانه خطوات منظمة يتبعها الباحث لمعالجة المشكلات والموضوعات التي يدرسها"¹

وتختلف المناهج وتتنوع حسب ما يتناسب مع طبيعة الدراسة المتطرق إليها ، ونظرا لان دراستنا وصفية تحليلية فقد اعتمدنا على منهج تحليل المضمون لوصف دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ، وهذا من خلال تحليل عينة من منشورات الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك والتي تهدف لحماية المستهلكين بما فيهم المستهلكة الجزائرية من كل أشكال الغش وتحديدًا التجاري والذي هو موضوع الدراسة.

حيث يعرف تحليل المضمون بأنه: "أسلوب أو أداة يستخدمها الباحث ضمن أساليب وأدوات أخرى في إطار منهج متكامل للوقوف على محتوى المادة الإعلامية أو دراسة ثقافية للمجتمع أو إجراء دراسة تحليلية لعملية التفاعل الاجتماعي ، ويستخدم تحليل المضمون في البحوث والدراسات الاجتماعية التي يصعب مقابلة وحداتها"².

ويعرف أيضا "موريس أنجرس" تحليل المحتوى على انه تقنية غير مباشرة للتقصي العلمي تطبق على المواد المكتوبة، المسموعة، أو المرئية التي تصدر عن الأفراد والجماعات حيث يكون المحتوى غير رقمي ويسمح بالقيام بسحب كمي أو كمي بهدف التفسير والفهم والمقارنة"³.

¹ / أسماء عبد المطلب بن يونس: دليل المبتدئ إلى المناهج العامة في البحث العلمي، ط1، دار النقاش للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص: 12.

² / كتاب جماعي : منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين - ألمانيا ، 2019 ، ص: 152.

³ / موريس انجرس: منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الإنسانية ، ط2، دار القصة للنشر و التوزيع، الجزائر، 2006، ص 218.

وهناك من يطلق عليه مصطلح تحليل المحتوى، وعليه فهو أسلوب يقوم على وصف منظم ودقيق للنصوص المكتوبة أو المسموعة من خلال تحديد موضوع الدراسة وهدفها، أو تحليل المحتوى الظاهري أو المضمون الصريح للظاهرة المدروسة ووصفها وصفا موضوعيا ومنهجيا وكما بالأرقام.¹

وعليه فقد اعتمدنا على منهج تحليل المضمون باعتباره أكثر المناهج وانسبها استخداما في الدراسات التحليلية للمحتوى، والذي يركز على إجراء وصف منظم وموضوعي ودقيق لكافة مجالات الاتصال خاصة عند تحليل مضمون الصحافة و الإعلام ، وباعتبار أن هذه الدراسة تهدف إلى تحليل عينة من منشورات المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك والتي تتعلق بالغش التجاري ، ونظرا لأن هذه المنشورات الالكترونية تضم نصوص أحيانا أو مواد مسجلة فقط أو حتى سمعية بصرية ، نظرا لاعتمادها على صحافة المواطن ، كان هذا المنهج هو الأنسب لهذه الدراسة وذلك بهدف الوصف الكلي و الموضوعي للشكل الظاهر والكامن لهذه المنشورات للوصول إلى نتائج تفسر دور صحافة المواطن التي تعتمد عليها هذه الصفحة في منشوراتها على الفايسبوك في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري والتي تنشرها على صفحاتها على الفايسبوك، وهذا الأخير يعد موقعا للتواصل وهذه المنشورات هي مادة اتصالية تهدف من خلالها إلى الاتصال بمختلف الفئات الاستهلاكية بما في ذلك فئة المرأة المستهلكة الجزائرية وذلك لحمايتها من التعرض للغش التجاري، وباعتبار أن هذه الدراسة التحليلية في نفس الوقت لعينة من المنشورات التي تعتمد على صحافة المواطن وهذه الأخيرة تعد مادة إعلامية ، لذا كان هذا المنهج المناسب لهذه الدراسة.

وسنعمد على الأسلوب الكمي والكيفي في التحليل .

¹/ محمد سرحان: مناهج البحث ، ط3، (د، د ن) ، صنعاء ، 2009 ، ص: 60 .

1-9- أ أدوات الدراسة :

تمثل أدوات جمع البيانات مجموعة الأساليب و الإجراءات التي من خلالها يجمع الباحث المعلومات و البيانات حول موضوع دراسته، و يمكن للباحث أن يستعمل أداة واحدة أو أداتين كما يمكن أن يستخدم جميع أدوات البحث العلمي بطرقها المختلفة ، كما أن طبيعة الموضوع المدروس هي التي تفرض على الباحث نوع الأداة التي يستخدمها ، وعليه سنعتمد في دراستنا على الأدوات التالية :

1-9-1-الملاحظة البسيطة :

و هي أداة يقوم بها الباحث خلال مراحل بحثه كلها ، فهو يلاحظ حين يجمع الحقائق ، و يلاحظ حين يفرض الفروض ، فالملاحظة وسيلة أساسية لجمع الحقائق عن الظاهرة موضوع الدراسة.¹

- ولقد استخدمنا الملاحظة البسيطة من اجل ملاحظة كل الصفحات التي تنشر حول موضوع الغش التجاري على الفايبيوك والتي تستهدف مختلف المستهلكين الجزائريين بما فيهم المرأة المستهلكة، وذلك من اجل المفاضلة ما بين تلك الصفحات على أساس رسميتها ومن ثم اختيار أكثر صفحة تهتم بالنشر حول الموضوع السابق الذكر ، وأكثر صفحة تعتمد على صحافة المواطن كمصدر للمعلومات التي تنشرها.

- واستخدما كذلك هذه الأداة من اجل ملاحظة كل منشورات هذه صفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه والتي تم بثها خلال سنة 2023/ 2024 ، خاصة وان هذه الصفحة لا يقتصر نشرها فقط حول موضوع الغش التجاري ، وذلك من اجل الوقوف فقط على منشورات الصفحة عن الغش التجاري موضوع الدراسة الحالية

^{1/} عبد الرحمان سيد سليمان : مناهج البحث، ط1، دار عالم الكتب ، مصر ، 2014، ص : 81 .

- واعتمدنا كذلك على الملاحظة البسيطة من أجل ملاحظة منشورات الصفحة حول كل السلع سواء كانت نسائية أو رجالية، أو خاصة بالأطفال أو حتى مشتركة بين المرأة المستهلكة وبين أفراد أسرتها موضوع الدراسة - باعتبار أن المستهلكة تشتري لنفسها ولأفراد أسرتها - حتى نختار وبطريقة قصدية عينة المنشورات التي تكون ممثلة لمنشورات مجتمع الدراسة فيما يتعلق بكل صنف من أصناف سلعة معينة ، مثلا منشورات حول سلع نسائية : نلاحظ كل المنشورات حول كل أصناف السلع النسائية مثلا : منشورات حول الألبسة النسائية، أدوات تجميلية... وغيرها حتى تمثل كل هذه المنشورات ضمن عينة الدراسة وذلك من خلال الاختيار بطريقة قصدية من كل منشور سابق الذكر .

- واعتمدنا كذلك على الملاحظة البسيطة كخطوة أولى بهدف الانطلاق في تحليل محتوى منشورات هذه الصفحة باعتبارها خطوة أساسية وضرورية في تحليل المضمون ، وذلك من خلال ملاحظة المحتوى الظاهر لمنشورات صفحة منظمة حماية المستهلك ومحيطه حول الغش التجاري والتركيز أكثر على الجوانب التي لها علاقة بموضوع الدراسة والذي يعد ضروريا للوصول إلى المحتوى الكامن لمنشورات الصفحة دائما فيما يتعلق بتحقيق أهداف الدراسة.

1-9-2- استمارة تحليل المضمون :

و هي الاستمارة التي يصممها الباحث ليفرغ فيها محتوى كل مصدر في حال تعددها بحيث تنتهي علاقته بعد ذلك بمصدر ذلك المحتوى و تحتوى استمارة التحليل المضمون على وحدات التحليل ، فئات الشكل ، فئات المضمون ¹.

¹/ محمود احمد درويش : مناهج البحث في العلوم الإنسانية ، ط1 ، مؤسسة الأمة العربية للنشر و التوزيع ، مصر ، 2018 ، ص: 174.

و عليه تتمثل :

1 / وحدات التحليل: التي تم اعتمادها في استمارة تحليل المضمون الخاصة بهذه الدراسة في:

1 / 1 وحدة الشخصية : و يقصد بها الشخصية التي يدور حولها موضوع الاتصال .¹

و سنعتمد هذه الوحدة في التحليل باعتبارها تشير إلى الشخصية المعنية بالسلعة موضوع الغش التجاري المتناولة في المنشور ، و لقد تم تقسيمها إلى : امرأة ، رجل ، طفل .

2/1 وحدة الزمن : و هو الزمن المخصص للحديث عن الغش التجاري في فيديو المنشور ، وتقاس هذه الوحدة بالدقائق.

2 / فئات تحليل المضمون : هي مجموعة التصنيفات الرئيسية و الفرعية للمادة ، يتم تحليلها استنادا إلى قواعد واضحة على أساس علمي ، بحيث ترتبط هذه الفئات ارتباطا مباشرا بمشكلة البحث و الفروض و التساؤلات المطروحة، و تنقسم فئات تحليل المضمون إلى نوعين رئيسيين هما²:

1/2 / فئات الشكل : (كيف قيل؟) : هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المراد دراسته ، و عادة ما نحاول الإجابة من خلالها عن السؤال كيف قيل ؟³

إذا تمثل فئات الشكل طريقة أو كيفية طرح المضمون إلى الجمهور ، و عليه سندرج كل الفئات التي تتعلق بالشكل والتي اعتمدنا عليها من أجل تحديد درجة اعتماد الصفحة على صحافة المواطن لحماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ، وكذلك لتحديد نوع أساليب صحافة المواطن التي اعتمدها الصفحة دائما

¹/ سلوى عبد الباقي : منهجيات البحث الكيفي و تقنيات البحث الإكلينيكي ، د.ط، مكتبة الانجلو المصرية ، مصر ، 2021 ، ص:145.

²/ ياسين علوان الطيف الجبوري : أساليب التسويق السياسي في البرامج الحوارية التلفزيونية ، ط1 ، دار غيداء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2019 ، ص: 143.

³/ يوسف تمار : تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين ، ط1، طاكسيج للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2007 ، ص .44.

لحماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ، وعليه فقد تمثلت فئات الشكل التي تضمنتها هذه الاستمارة في ما يلي :

1/ فئة طريقة اعتماد الصفحة على صحافة المواطن في منشوراتها : وتعتبر هذه الفئة عن الأسلوب التي تتبعه الصفحة في الاعتماد على صحافة المواطن في منشوراتها حول الغش التجاري والتي تم تقسيمها إلى الاعتماد على صحافة المواطن بطريقة حصرية ، والاعتماد على صحافة المواطن بطريقة تشاركية مع أساليب أخرى ، وهذه الأخيرة تتطوي على أسلوب صحافة المواطن و الحوار مع التلفزيون ، وكذا أسلوب صحافة المواطن والاعتماد على المكاتب الولائية.

2/ فئة لغة صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها: و هي من أهم فئات الشكل ، ويقصد بها نوع اللغة التي ينشر بها المواطن الصحفي منشوراته عن الغش التجاري ، هذه الأخيرة التي تنشرها الصفحة بهدف حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ولقد تم تقسيمها الى : لغة عربية فصحي ، العامية الجزائرية ، مزيج بين اللغة العربية الفصحى و العامية الجزائرية ،اللغة الفرنسية ،مزيج لغوي بين اللغة الفرنسية والعربية الفصحى، مزيج بين الفرنسية و العامية الجزائرية ، مزيج بين اللغة الفرنسية و العربية الفصحى و العامية الجزائرية .

3/ فئة أشكال صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها : و هي الفئة المرتبطة بالشكل الصحفي الذي يقدم ضمنه المواطن الصحفي منشوراته عن الغش التجاري ، هذه الأخيرة التي تعتمد الصفحة في النشر بهدف حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ، ولقد تم تقسيمها إلى : خبر والذي ينقسم في حد ذاته إلى :خبر عاجل وخبر غير عاجل، تقرير صحفي ، حوار صحفي وتحقيق صحفي .

4/ فئة نوع منشور صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة : والتي تم تقسيمها إلى : نص على شكل بيان ، صورة فوتوغرافية ، فيديو لايف ، صورة فوتوغرافية مصحوبة بتعليق ، فيديو مصحوب بتعليق ، كاريكاتير .

5/ فئة عنوان منشور صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة: ويقصد بها العناوين التي تحملها منشورات المواطن الصحفي حول الغش التجاري والتي تعتمد الصفحة لحماية المستهلكة من الغش التجاري والتي تنقسم بدورها إلى منشورات بعنوان ومنشورات بدون عنوان ، والمنشورات بعنوان تنقسم بدورها إلى : عنوان مباشر ، عنوان غير مباشر ، عنوان يثير موضوع للنقاش .

2/2/ فئات المضمون (ماذا قيل ؟) : و هي تتعلق بالمعايير التي يضعها الباحث لتحليل مضمون مادة الاتصال و عادة ما يلجا إلى وضع مقياس كمي يصنف وفقه الاتجاهات المختلفة¹ .
و تندرج ضمن فئات المضمون :

1/ فئة أهداف الصفحة من خلال اعتمادها على صحافة المواطن في منشوراتها عن الغش التجاري: و هي الأهداف الجزئية التي تسعى صفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه عبر صفحاتها على الفايبيوك تحقيقها على مستوى المستهلكة الجزائرية و التي هي مجتمعة تحقق هدف حمايتها من الغش التجاري و تنقسم إلى :

- فئة تكوين ثقافة استهلاكية قبيلة لدى المستهلكة حسب ما نص عليه القانون والتي بدورها تنقسم الى :
- * التأكد من نظافة مكان البيع ، التأكد من صلاحية السلعة المباعة في الأسواق ، التأكد من تدوين مكونات السلعة ، التأكد من عدم تضخيم سعر السلع المباعة ، التأكد من الحفظ المناسب للسلعة ، الحق في تجريب السلعة، الحق في الإعلام بسعر السلعة وحتى فيما يخص السلع المسوق لها إلكترونيا .
- فئة تكوين ثقافة استهلاكية بعدية لدى المستهلكة حسب ما نص عليه القانون والتي بدورها تنقسم إلى :

¹/ منى شعبان عثمان : المنهج و المنهجية في الإدارة التربوية ، مطبعة الانجلو المصرية ، مصر ، ص : 73.

- *التأكد من وصل الشراء ، ضرورة الحصول على شهادة ضمان إذا استدعت السلعة ذلك .
- فئة الإجراءات الواجب على المستهلكة العمل بها في حالة تعرضها للغش التجاري والتي تنقسم إلى :
- * إمكانية استبدال السلعة ، إمكانية رد السلعة ، استخدامها لتطبيقات خاصة بالشكوى ، الاتصال برقم المنظمة باعتبارها وسيط بين المستهلكة والجهات المسؤولة عن حمايتها .
- فئة توعية المستهلكة بحالات الغش التجاري التي يمكن أن تتعرض إليها والتي تنقسم إلى :
- * تجاوزات على حساب الصحة والتي تنقسم بدورها إلى : عدم احترام شروط النظافة ، سلع يدخل في إنتاجها مكونات كيميائية مضرّة بالصحة ، عدم احترام شروط التبريد الخاصة بالسلع الحساسة .
- * تجاوزات على حساب المصلحة الاقتصادية والتي تنقسم بدورها إلى : تسعير سلع بأسعار غير قانونية ، البيع المشروط ، الغش في الكيل .
- فئة توعيتها بعقوبة التجار الممارسين للغش التجاري والتي تنقسم بدورها إلى : عقوبة التغميم بالمال ، عقوبة الغلق المؤقت ، عقوبة السجن .
- 2/ فئة مصدر معلومات صحافة المواطن التي تعتمدها الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري : و تمثل الجهة التي تنشر على مستواها منشورات المواطنين الصحفيين ، والتي تعتمدها الصفحة بدورها في النشر عن الغش التجاري ، ولقد تم تقسيمها إلى :
- فئة صفحات رسمية لمؤسسات على الفايسبوك والتي تم تقسيمها إلى :
- *صفحات مؤسسات إعلامية :الشروق ، البلاد ، النهار .
- *صفحات مؤسسات أمنية : الشرطة ، الدرك الوطني، الجمارك.
- * صفحات مؤسسات تابعة لقطاع التجارة : وزارة التجارة ، مديريات التجارة.
- فئة أخصائيين في مجال معين والتي تم تقسيمها إلى :أخصائي في الصحة، أخصائي في التغذية، أخصائي في علم النفس ،أخصائي في الفقه ، أخصائي في القانون.

- أشخاص متطوعين.

3/ فئة طبيعة السلع التي تنشر عنها صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة: ويقصد بها نوع السلع التي ينشر حولها المواطنون الصحفيون منشورات عن الغش التجاري ، والتي تنشرها الصفحة بدورها ، وتم تقسيمها إلى :

* سلع نسائية :أدوية طبية مصنوعة من مواد كيميائية،أدوية طبية مصنوعة من أعشاب طبيعية ,مواد تجميل، ألبسة ، مجوهرات.

* سلع رجالية :أدوية ، مكملات غذائية،ألبسة.

* سلع أطفال :مواد غذائية غير صحية، حليب أطفال، حفاظات وألبسة، مواد النظافة ، ألعاب.

* سلع مشتركة : أدوية ، مواد غذائية، مواد النظافة والتجميل الخاصة بالجسم، أجهزة كهر ومنزلية، أواني منزلية.

4/ فئة الجمهور المستهدف :و يقصد بها أكثر المستهلكات الجزائريات استهدافا بمنشورات المواطنين

الصحفيين عن الغش التجاري ، واللواتي تستهدفهن الصفحة بدورها ، وقد تم تقسيم هذا الجمهور

المستهدف على أساس الحالة الاجتماعية للمرأة المستهلكة إلى :

* مستهلكة عزباء

*مستهلكة متزوجة دون أطفال

*مستهلكة أم.

- وقبل صياغتنا للاستمارة في شكلها النهائي وتطبيقها على الميدان قمنا بعرضها على الأستاذة المشرفة، حيث قامت بتقديم عدة ملاحظات وتوجيهات وكذلك تعديلات حول شكل ومضمون الاستمارة. كما تم تقديم الاستمارة للأستاذة المحكمون (أمال نسرين بن مرابط*، مريم الوهم مصابح**، سارة حمايدية***)، من أجل النظر فيها، واللواتي قمن بتقديم بعض الملاحظات تم أخذها بعين الاعتبار بما يخدم استمارة الدراسة.

10-1- مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة على أنه: " جميع الأفراد و الأشياء الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث ، وهو جميع العناصر ذات العلاقة بالمشكلة التي سعى الباحث أن يعمم عليها نتائج دراسته"¹. وعليه يتمثل مجتمع دراستنا في جميع منشورات الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك التي تتمحور حول الغش التجاري، والتي تعتمد فيها على صحافة المواطن و تستهدف بها المستهلكة الجزائرية المتتبعة للصفحة محل الدراسة - سواء كانت هذه المستهلكة عزباء أو متزوجة بدون أطفال أو أم وهذا بحسب حالتها الاجتماعية-، وكون هذه الصفحة تهتم بالنشر حول مختلف أنواع الغش وبالتالي فان نشرها حول موضوع الغش التجاري موضوع الدراسة يتم بصفة شهرية فقد تطلب الأمر توسيع المجال الزمني للدراسة حتى نتمكن من جمع حجم المجتمع المطلوب للدراسة وبالتالي حجم العينة المطلوب للتحليل وذلك بالرجوع إلى المنشورات المعروضة سابقا خلال أواخر سنة 2023

*أمال نسرين بن مرابط: أستاذة مساعدة -أ-، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.

**مريم الوهم مصابح: أستاذة مساعدة -أ-، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.

***سارة حمايدية: أستاذة مساعدة -أ-، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة.

¹/ محمد خليل عباس و آخرون : مدخل إلى مناهج البحث في التربية و علم النفس ، ط 6، دار المسيرة للطباعة و النشر، عمان ، 2015، ص: 217.

وبداية 2024 لفترة قدرت بـ: ستة أشهر من شهر ديسمبر 2023 إلى غاية شهر ماي 2024 ، والتي قدر

عددها بـ: 80 منشورا تمثل مفردات مجتمع الدراسة وهذا حسب ما هو مبين في الجدول الآتي:

== جدول يوضح مجتمع الدراسة :

الشهر	تاريخ المنشور	عنوان المنشور	حصة منشورات الصفحة حول السلع النسائية	حصة منشورات الصفحة حول السلع الرجالية	حصة منشورات الصفحة حول سلع الأطفال	حصة منشورات الصفحة حول السلع المشتركة
	2023/12/03	منشور حول مادة الشيبس	/	/	1	/
	2023/12/04	منشور حول دواء موجه للمرأة	1	/	/	/
	2023/12/06	منشور حول أجهزة التدفئة	/	/	/	1
	2023/12/07	منشور حول مادة التبغ	/	1	/	/
	2023/12/09	منشور حول مادة حليب الأطفال	/	/	1	/
	2023/12/11	منشور حول مرهم جلد خاص بالأطفال	/	/	1	/
	2023/12/20	منشور حول غسول الشعر	/	/	1	/
	2023/12/21	منشور حول حفاظات الأطفال	/	/	1	/
	2023/12/24	منشور حول مادة اللبان	/	/	/	1
	2023/12/26	منشور حول شفرة حلاقة النساء	1	/	/	/
	2023/12/27	منشور حول عملية الشراء بالتقسيت	/	/	/	1
	2023/12/28	منشور حول أكل الأطفال المعلب	/	/	1	/
	2023/12/30	منشور حول حقنة تجميلية	1	/	/	/
المجموع		15	03	01	60	30

1	/	/	/	منشور حول الخضر (الطماطم)	2024/01/02	
/	/	/	1	منشور حول أدوية طبيعية لزيادة الوزن لنساء	2024/01/02	
/	1	/	/	منشور حول البذور المملحة	2024/01/03	
1	/	/	/	منشور حول مواد غذائية منتهية الصلاحية	2024/01/04	
/	1	/	/	منشور حول مرهم الجلد	2024/01/08	
/	/	1	/	منشور حول الأحذية الرجالية	2024/01/10	
/	/	/	1	منشور حول أعشاب طبية موجهة للمرأة	2024/01/13	
/	1	/	/	منشورات حول شامبو أطفال	2024/01/14	
/	/	/	1	منشورات حول أواني منزلية	2024/01/16	
/	/	1	/	منشورات حول ألبسة رجالية	2024/01/17	
/	/	1	/	منشورات حول مكملات غذائية للرجال	2024/01/18	
1	/	/	/	منشور حول جهاز كشف الغاز المتسرب	2024/01/20	
/	/	1	/	منشورات حول مكملات غذائية للرجال	2024/01/22	
1	/	/	/	منشورات حول اللحوم المستوردة	2024/01/24	
/	1	/	/	منشور حول حليب الأطفال المستورد	2024/01/26	
/	/	/	1	منشور حول عطور نسائية	2024/01/28	
/	/	/	1	منشور حول ألبسة نسائية	2024/01/31	
40	04	40	05	18		المجموع
/	/	1	/	منشور حول لباس رجالي	2024/02/01	
1	/	/	/	منشور حول شراء أجهزة كهرومنزلية عبر الانترنت	2024/02/03	
1	/	/	/	منشور حول مادة اللحم المفروم	2024/02/04	

/	1	/	/	منشور حول الأيس كريم بالأطفال	2024/02/11	
/	/	1	/	منشور حول أحذية رجالي	2024/02/13	
/	/	/	1	كريم تبييض نسائي	2024/02/16	
/	1	/	/	منشور حول ألعاب الأطفال	2024/02/17	
/	/	/	1	منشور حول بيع ألبسة نسائية عبر مواقع التواصل الاجتماعي	2024/02/17	
/	/	/	1	منشور حول مواد تجميل (واقى الشمس)	2024/02/19	
/	/	/	1	منشور حول عطور النساء	2024/02/22	
/	/	1	/	منشور حول ملابس داخلية رجالية	2024/02/23	
/	/	1		منشور حول ألبسة رجالية	2024/02/26	
20	02	04	04	12		المجموع
1	/	/	/	منشور حول أسعار البقوليات	2024/03/02	
/	/	1		منشور حول مكمل غذائي للرجال	2024/03/03	
/	/	/	1	منشور حول زيوت الشعر خاص بالنساء	2024/03/04	
/	/	1	/	منشور حول أحذية رجالية	2024/03/07	
/	1	/	/	منشور حول عصير موجه للأطفال	2024/03/12	
1		/	/	منشور حول اللحوم البيضاء	2024/03/14	
/	/	/	1	منشور حول صبغة شعر خاصة بالنساء	2024/03/15	
/	1	/	/	منشور حول ملابس أطفال	2024/03/15	
1	/	/	/	منشور حول الحليب المدعم	2024/03/18	
/	/	/	/	منشور حول لباس رجالي	2024/03/20	

/	1	/	/	منشور حول حلويات الأطفال	2024/03/24	
1	/	/	/	منشور حول الأواني منزلية	2024/03/25	
/	1	/	/	منشورات حول عصير موجه للأطفال (فلاش)	2024/03/26	
/	1	/	/	منشورات حول حليب أطفال	282024/03/	
1	/	/	/	منشور مواد غذائية منتهية الصلاحية	2024/03/29	
04	50	20	03	18	المجموع	
/	1	/	/	منشورات حول ألبسة أطفال	2024/04/03	الفرز
1	/	/	/	منشورات حول مادة اللحوم البيضاء	2024/04/05	
/	/	/	1	منشورات حول ألبسة نسائية	2024/04/07	
1	/	/	/	منشورات حول الزلابية	2024/04/09	
/	1	/	/	منشور حول حفاظات الأطفال	2024/04/10	
/	/	1	/	منشور حول ألبسة رياضية رجالية	2024/04/12	
1	/	/	/	منشورات حول نظافة مطاعم بيع الحلويات	2024/04/15	
/	1	/	/	منشور حول مرطب الجسم خاص بالأطفال	2024/04/17	
/	/	1	/	منشورات أحذية رياضة رجالية	2024/04/18	
1	/	/	/	منشور حول مواد غذائية مصنوعة بمواد كيميائية	2024/04/20	
/	/	/	1	منشور حول ماركة ألبسة نسائية	2024/04/22	
/	1	/	/	منشور حول حليب الأطفال	2024/04/25	
/	1	/	/	منشور حول شامبو أطفال	2024/04/25	

/	/	1	/	منشور حول جال الشعر رجالي	2024/04/26	
/	/	/	1	منشور حول مواد تجميل نسائي-زيت شعر -	2024/04/27	
1	/	/	/	منشور حول أجهزة كهرومنزلية غير مطابقة للمعايير	2024/04/28	
/	/	1	/	منشور حول ألبسة رجالية	2024/04/29	
05	05	04	03	17		المجموع
/	/	/	1	منشور حول رموش اصطناعية	2024/05/05	
/	1	/	/	منشور حول ملابس أطفال	2024/05/06	
/	/	/	1	منشور حول أواني منزلية	2024/05/06	
/	1	/	/	منشور حول ملابس أطفال	2024/05/07	
1	/	/	/	منشور حول أجهزة كهر ومنزلية عبر الانترنت	2024/05/08	
/	1	/	/	منشور حول صابون خاص بالأطفال	2024/05/08	م
01	30	/	02	06		المجموع
20	25	15	20	80		المجموع الكلي

مصدر الجدول هذا البحث

11-1- عينة الدراسة:

نظرا لكبر مجتمع الدراسة مقارنة بإمكانياتنا خاصة فيما يتعلق بتحليل المضمون ، اخترنا أسلوب العينة والتي تعرف بأنها : " مجموعة جزئية من مجتمع البحث لها نفس خصائص مجتمع الدراسة و تمثل المجتمع الأصلي و تحقق أغراض البحث و تغني الباحث عن مشقة دراسة المجتمع الأصلي".¹

¹ / وسام قاضي : العينات في بحوث الإعلام، ط1 ، مكتب سنتر العلوم ، بغداد ، 2023 ، ص : 07.

وفي هذه الدراسة تم اختيار العينة الحصصية التي هي نوع من أنواع العينات غير الاحتمالية ، والتي تعرف على أنها : " تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات أو فئات بالنسبة إلى خصائص معينة ، ويتم تمثيل كل فئة من فئات العينة بنسبة وجودها في المجتمع ويكثر استخدامها بطريقة الحصص في البحوث بصفة عامة نظرا لما تتميز به من سرعة وقلة تكاليفها¹، وهي من العينات الغير احتمالية التي تتدخل فيها رغبة الباحث في الاختيار من مجتمع الدراسة عن قصد ، ولقد اعتمدنا على هذا النوع من العينات على أساس -أننا سنجري تقسيم أفراد مجتمع الدراسة إلى فئات فرعية وهذه الفئات تمثل المجتمع الأشمل .

-أننا سنختار نوع الفئات بما نراه مناسباً لموضوع دراستنا .

*وعليه قمنا بتقسيم مفردات مجتمع الدراسة إلى طبقات أو حصص تمثلت في : حصة منشورات تخص السلع النسائية ، حصة منشورات تخص سلع الأطفال ، حصة منشورات تخص السلع رجالية ، و حصة منشورات تخص سلع مشتركة بين المرأة وباقي أفراد أسرتها، كون أن المستهلكة الجزائرية تستهلك سلع خاصة بها وقد تستهلك سلع أيضا لباقي أفراد أسرتها كما يمكن أن تستهلك سلع تشترك في استعمالها مع أفراد أسرتها جميعا ، لذلك تم تقسيم عينة الدراسة إلى الحصص المذكورة سابقا وهذا على أساس تقسيم المستهلكة الجزائرية في حد ذاتها حسب حالتها الاجتماعية إلى مستهلكة عزباء ، مستهلكة متزوجة دون أطفال ، ومستهلكة أم.

* وتم كذلك اختيار هذه العينة لأن مجال تطبيقها هو التجارة ، وموضوع دراستنا التحليلية هو حماية المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ، خاصة وأن هذه المنظمة تنشط في قطاعات عديدة بما فيها التجارة .

¹/عامر فتحي حسين :الرأي العام الإلكتروني ، ط1، دار النشر للجامعات ، القاهرة ، 2012 ، ص:83.

* ويتمثل تبرير اعتماد الأسلوب القصدي في اختيار مفردات العينة من كل فئة أو طبقة أو حصة سابقة الذكر كون أن هناك اختلاف وعدم تجانس ما بين مفردات كل طبقة أو حصة من مجتمع الدراسة ، فمثلا حصة المنشورات التي تختص بالسلع النسائية تختلف ما بين منشورات حول سلع تجميلية ومنشورات حول سلع خاصة باللباس وغيرها ، وهذا الاختلاف موجود أيضا بين مفردات باقي الحصص الأخرى وبالتالي يتم إتباع هذا الأسلوب العمدي حتى تمثل مفردات العينة من كل حصة مفردات مجتمع الدراسة من كل حصة .

* ولقد تم تحديد حجم العينة على أساس نسبة اختيار تمثل :20% وهي نسبة العينة المعمول بها :

$$80 \longleftarrow 100\%$$

$$? \longrightarrow 20\%$$

$$\frac{20 \times 80}{100} = \frac{1600}{100} = 16$$

وعليه يقدر حجم العينة بـ: 16 منشور .

* ولقد تم اختيار طريقة الحصص المتناسبة في احتساب العينة الفردية من كل حصة:

1/ حصة المنشورات النسائية:

$$20 \longleftarrow 100\%$$

$$? \longleftarrow 20\%$$

$$\frac{20 \times 20}{100} = 4$$

2/ حصة منشورات الرجال:

$$15 \longleftarrow 100\%$$

$$? \longleftarrow 20\%$$

$$\frac{15 \times 20}{100} = 3$$

$$100$$

جدول يمثل العينة الفردية لكل حصة والأسلوب القصدي في اختيارها

3/ حصة منشورات الأطفال:

25 ← 100%.

? ← 20%

$$\frac{25 \times 20}{100} = 5$$

100

4/ حصة المنشورات المشتركة:

20 ← 100%.

? ← 20%

$$\frac{20 \times 20}{100} = 4$$

100

*ولقد اعتمدنا الأسلوب القصدي في اختيار مفردات العينة الفردية لكل حصة نظرا للاختلاف وعدم

التجانس الموجود بين مفردات كل حصة ضمن عينة الدراسة ، وحتى تكون مفردات العينة الفردية لكل

حصة ممثلة لمفردات مجتمع الدراسة الخاص بكل حصة ، وعليه تم الاختيار وبطريقة قصدية من جميع

منشورات الحصص حسب ما هو مبين في الجدول الآتي:

جدول يمثل العينة الفردية لكل حصة والأسلوب القصدي المتبع في اختيارها:

حصة منشورات الصفحة حول السلع المشتركة	عدد المنشورات المختارة بطريقتة	حصة منشورات الصفحة حول سلع الأطفال	عدد المنشورات المختارة بطريقتة	حصة منشورات الصفحة حول السلع الرجالية	عدد المنشورات المختارة بطريقتة	حصة منشورات الصفحة حول السلع النسائية	عدد المنشورات المختارة بطريقتة
أدوية كيميائية	1	أدوية غذائية غير صحية	1	أدوية	1	مواد غذائية	1
أدوية طبيعية مصنوعة من الأعشاب	1	حليب أطفال	1	مكملات غذائية	1	مواد النظافة والتجميل الخاصة بالجسم	1
مواد تجميل	1	حفاظات وألبسة	2	ألبسة	1	أجهزة كهربائية منزلية	1
ألبسة	1	مواد النظافة	1	/	/	أواني منزلية	1
المجموع	04	/	05	/	03	/	04
المجموع	16						

- مصدر الجدول هذا البحث

الفصل الثاني : صحافة المواطن

الفصل الثاني: صحافة المواطن

تمهيد

- 1-2- الناشئة والتطور
- 2-2- مظاهر ممارسة صحافة المواطن في الوطن العربي
- 3-2- أسباب اللجوء إلى صحافة المواطن
- 4-2- عوامل صحافة المواطن
- 5-2- أهمية صحافة المواطن
- 6-2- خصائص صحافة المواطن
- 7-2- مرجعيات صحافة المواطن
- 8-2- القضايا التي تهتم بها صحافة المواطن
- 9-2- أشكال صحافة المواطن
- 10-2- أساليب الممارسة الصحفية للمواطن الصحفي
- 11-2- الاختلافات الأساسية بين الإعلام التقليدي وصحافة المواطن
- 12-2- الفرق بين المواطن الصحفي والصحفي المحترف
- 13-2- تشريعات وأخلاقيات وضوابط صحافة المواطن
- 14-2- موقف المشرع الجزائري من صحافة المواطن
- 15-2- مستقبل صحافة المواطن
- 16-2- الجوانب الايجابية والسلبية لصحافة المواطن
- 17-2- الانتقادات الموجهة لصحافة المواطن

خلاصة الفصل

تمهيد :

أدى التطور العلمي و التقني المتسارع منذ أواخر القرن العشرين إلى تطور كبير في حياة البشرية في مختلف أنحاء العام فقد زادت الحاجة بشكل كبير إلى وسائل إعلامية جديدة و مختلفة تهدف إلى تلبية حاجة الإنسان في الوصول إلى المعلومة و متابعة الأحداث مهما كان نوعها على مدار الساعة و قد ساعد على تحقيق ذلك الثورة التقنية الرقمية الهائلة ، و التي كان من ابرز مستحدثاتها التطور التقني الذي شهده العالم أخيرا في مختلف مجالات الحياة بما في ذلك المجال الإعلامي ، حيث برزت في الساحة الإعلامية مؤخرا ما يعرف بصحافة المواطن ، والتي أدت دورا كبيرا خاصة في المجالات الاجتماعية من خلال متابعة الناس ما يحدث لحظة بلحظة من مواقع الأحداث ، ولقد تعددت أشكالها و تفرعت أساليبها في الوصول إلى الخبر و المعلومة و نشرها في اقل وقت و اقل تكلفة عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي لمختلف الصفحات الرسمية وغير الرسمية لمختلف المؤسسات الاجتماعية .

2-1- الناشئة والتطور :

تعد الأحداث التاريخية التي حدثت في العالم أقرب الأمثلة الشاهدة على ميلاد صحافة المواطن ، فعند اغتيال الرئيس الأمريكي "جون كينيدي" قام مواطن عادي يدعى "ابراهيم زابرودر" بالتقاط فيديو منزلي لحظة إصابة الرئيس بطلق ناري أودى بحياته.¹

و يعتبر موقع الأخبار " اوماي نيوز " الذي أطلق عام 2000 من أشهر نماذج بداية صحافة المواطن و الذي يقوم على فكرة " إزالة الوسيط " بين القارئ و الوسيط ، أي إلغاء وظيفة المحررين و الصحفيين ليكون بذلك القراء هم من يحررون الأخبار و المقالات وهم من يقدموها ، و شعاره " الصحفيون ليسوا فيصلا من البشر ، أي مواطن باستطاعته أن يكون صحفيا " .²

وفي الحادي عشر من سبتمبر 2001 هجوم مركز التجارة العالمي ومبنى وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاغون) حيث انتشرت صوراً وفيديوهات وروايات شخصية من قبل الأفراد الذين شاهدوا الحدث المروع .

1/ خالد الجابر و خالد عبد الرحيم السيد : الإعلام العربي في عالم مضطرب، دار الشرق للطباعة النشر ، الخليج ، 2013 ، ص ص : 296 - 300.

2/ فتيحة بوغازي : الرأي العام الالكتروني في ظل الإعلام الجديد - صحافة المواطن نموذجاً - ، مجلة العلوم الاجتماعية ، جامعة الجزائر 3 ، العدد 17 ، الجزائر ، 2016 ، ص : 115

وفي سنة 2004 ضرب التسونامي الآسيوي حيث تم إدراج الصور ومقاطع الفيديو الشخصية من السياح والأفراد الذين شاهدوا الكارثة المدمرة في الأخبار الرئيسية على شاشة التلفزيون وفي الطباعة . وفي نهاية المطاف بدأت المؤسسات الإعلامية في تبني صحافة المواطن كما قامت بإعداد مواقع مخصصة يمكن للجمهور من خلالها إرسال المعلومات الخاصة بهم للتفاعل مع الإعلام ، ويعد قسم التقارير الإلكترونية بشبكة "سي إن إن" هو واحد من الأمثلة ذات الشهرة الكبيرة في وسائل الإعلام التي تعمل على دمج بعض أشكال صحافة المواطن لاستكمال عمليات البث التقليدية الخاصة بها. وفي وسائل الإعلام المطبوعة مثل صحيفة "نيويورك تايمز" أعتمد هذا النوع من الصحافة في مختلف الأقسام بدءا بقسم الأخبار الثقافية والفنية والتكنولوجية وحتى المال والأعمال فضلا عن الأخبار السياسية .

ويعد عام 2011 العام الأمثل لصحافة المواطن ففيه وصلت ذروتها في صناعة الأخبار وخاصة في الأخبار المحورية التاريخية الواقعة إلى حد الساعة.¹

من خلال قراءتنا المتعددة لموضوع صحافة المواطن تبين لنا ، أن هناك عدة تسميات لهذا المتغير منها : الصحافة التشاركية ، الصحافة التطوعية ، الصحافة المدنية ، المصدر المفتوح ، إعلام النحن ، صحافة ،

الهواة ، صحافة الموبايل... الخ وكلها مفاهيم تدل على معنى واحد أي انه بإمكان أي شخص أن يكون بمثابة الصحفي الذي ينقل المعلومة ويشاركها مستخدما تكنولوجيا الإعلام و الاتصال المتاحة لديه.

1/ خالد الجابر و خالد عبد الرحيم السيد : مرجع سبق ذكره ، ص ص: 299- 300

2-2- مظاهر ممارسة صحافة المواطن في الوطن العربي:

أ/ العراق: يعد موقع سلام باكس "SALAM PAX" النموذج الأكثر شهرة في العراق والذي كان يسرد مظاهر الحرب وينقل مناحي الحياة اليومية في المدن العراقية ، حيث كان شاب عراقي يسرد فيه مشاهد الحرب وتفاصيل حياته الأسرية و الاجتماعية ، وقد أثار موقع سلام باكس اهتمام وفضول وسائل الإعلام الدولية التي كرست لهذا الشاب الظاهرة عددا مهما من المقالات صدرت لاحقا في كتاب بعنوان سلام باكس وخصصت له صحيفة "الغارديان" رواية يكتب فيها مقالات دوريا.¹

ب/ تونس:

كانت الأخبار والمعلومات في النظام التونسي السابق حكرا على مؤسسات الإعلام التي تنشر الأخبار التي تخدم مصلحة النظام السياسي القائم آنذاك ، مما دفع الشباب التونسي إلى اللوج إلى فضاءات إعلامية أخرى تتميز بالحرية و الشفافية ، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي في الثورة التونسية التي اندلعت في 14 جانفي 2011 المتنافس الوحيد للشعب التونسي في إيصال صوته إلى العالم في ظل غياب قنوات اتصال أخرى بسبب السيطرة المفروضة عليها من قبل النظام الحاكم ، وكذا في مواجهة الإعلام التقليدي الذي واصل كعادته الدفاع و الدعاية للسلطة الحاكمة .²

1/ كحيل فتيحة: أخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص صحافة، كلية علوم الإعلام والاتصال السمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، الجزائر ، 2020/2019 ، ص : 180

2/ جبران سفيان و مجدوب عبد المؤمن: دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التحول السياسي بتونس (2011/2014) ، المجلة الجزائرية للأمن و التنمية ، جامعة قاصدي مرباح ، العدد 13، ورقة - الجزائر ، 2018 ، ص : 285.

حيث انطلقت الاحتجاجات الافتراضية ذات الشعارات المختلفة الرافضة لسياسة القمع والمضيقة على حرية الرأي والتعبير ،وتحولت الصفحات إلى مصادر إخبارية تنقل الحقيقة بالصوت والصورة اعتمادا على تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال ، وبهذا لعبت مواقع التواصل الاجتماعي في تونس دورا محوريا في تحريك الشارع التونسي واثارت بشكل قوي على سياسة الفساد والقمع والترهيب التي مارستها السلطات الأمنية،ونشرت مواقع التواصل فيديو حصري للشاب "محمد البوعزيزي"الذي احرق نفسه أمام بلدية سيدي بوسعيد بسبب ما تعرض له من ظلم وقهر ومصادرة عربته وإهانته من طرف الأمن.

وتناقلت فيديوهات هذا الشاب و كان هذا الفيديو السبب في قيام ثورة 2011/01/14 التي أطاحت بنظام الرئيس عبد العزيز بن علي ، وكانت المضامين التي ينشرها التونسيون مادة إخبارية أساسية اعتمدها وسائل الإعلام العالمية على غرار قناة فرنسا 24 .

ج / مصر:

كانت مواقع التواصل الاجتماعي في مصر السبب الأول في أحداث الثورة المصرية وإشعال غضب المصريين اتجاه نظام مبارك ، وتحولت الثورة من السياق الافتراضي إلى السياق الواقعي ، وساهمت في تعبئة الحشد الكبير الذي حقق مطالب الثورة وحولها إلى ثورة شعبية .

ونجحت المجموعات الفايبوكية أثناء الثورة في توظيف أشكال متنوعة من النصوص المرئية لإثارة حالة النقاش السياسي الافتراضي بين المستخدمين، والتي تضمنت صور الشهداء ومصابي الثورة . وتعد شبكة RMV المصرية ابرز التجارب المعبرة عن صحافة المواطن وهي شبكة إخبارية تقوم

على صحافة المواطنين التي ترسل عبر موقع الفايبوك ¹.

1/ كحيل فتيحة: مرجع سبق ذكره،ص: 180-182

حيث قام الصحفي المواطن "عبد الله الفخراني" وأصدقائه بإنشاء شبكة من مئة صحفي متطوع على موقع فايسبوك ، وعمل الصحفيين الهواة بمد الصحفيين المحترفين بالأخبار الميدانية من الساحات والشوارع لحظة بلحظة ، إضافة إلى قيام الناشطين بوضع مئات الصور الملتقطة بعدسات هواتفهم وتحميل فيديوهات وكتابة مقالات إخبارية قصيرة على موقع الفايسبوك.

د/ سوريا :

في فبراير 2011 أسست شبكة إخبارية تدعى SNN التي تعد المصدر الأساسي لمعظم الفيديوهات والصور التي تغطي الثورة السياسية منذ بدايتها على مواقع الفايسبوك والتويتر، من طرف صحافيين مواطنين من سوريا وخارج سوريا ، وفي الآونة الأخيرة زاد الاعتماد على صحافة المواطن بشكل كبير في تغطية مختلف الأحداث ومجريات الحرب.¹

ه/ الجزائر :

بدأ الحراك الشعبي في الجزائر في 22 فيفري 2019 إذ شهدت الجزائر على إثره سلسلة من التظاهرات الشعبية الرافعة للشعارات المختلفة تصف الأوضاع السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية للمواطن الجزائري ، إذ دفع بالمواطن الجزائري لاتخاذ الفضاء اللامادي منبرا إعلاميا يغطي من خلاله المسيرات الشعبية التي تميزت بالسلمية ، حيث لعبت مختلف مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة موقع الفايسبوك دورا بارزا في تحفيز الحراك خاصة و أن هناك بعض الوسائل الإعلامية التي ابتعدت عن الوظيفة المنشأة لأجلها و هي خدمة الصالح العام هذا ما جعل الجزائريين يتخذون الفضاء الرقمي بديلا في ظل غياب فضاءات مقنعة على ارض الواقع.²

1 / كحيل فتيحة: مرجع سبق ذكره ، ص ص: 182 - 183

2/ فطيمة بونقطة : تفاعل الشباب الجزائري مع الحراك الشعبي كنموذج إعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك -المجلة الجزائرية للاتصال ، جامعة الجزائر ، المجلد 24، العدد 01، الجزائر ، 2021 ، ص ص : 60 - 61.

وهنا أصبح المواطن الصحفي الجزائري يصور الحدث لحظة وقوعه ويعلق عليه ويناقشه، كما استطاع المتظاهرون تزويد القنوات الإخبارية العالمية بالأخبار والفيديوهات والصور التي كانوا يتداولونها عبر موقع الفايسبوك لتوضيح حقيقة ما كان يحدث في الجزائر.

إن صحافة المواطن وإن تباينت أشكالها واختلفت درجات بين المجال السياسي الاجتماعي و الاقتصادي، إلا أنها باتت تلعب دورا حيويا يزداد يشكل متاهي خاصة وأنها أخذت منحى ما ينم بالوعي والنضج وذلك لخدمة أغراض وأهداف ذات أبعاد إنسانية توعوية واجتماعية من خلال مناقشة مختلف الموضوعات وتبادل الأفكار و الآراء وفتح المجال للنقد البناء، إلا أن هذه الممارسات الجديدة لصحافة المواطن لا تزال تحتاج إلى تهذيب وتطوير، لتقديم مضمون ذو جودة واستمرارية يسهم في تفعيل الوعي المجتمعي.¹

إذن تعد مواقع التواصل الاجتماعي تجسيدا لصحافة المواطن والسبب المباشر في ظهورها وانتشارها ، إلا أن هذه الظاهرة تبقى محل تجديد وتطوير لحدود ممارستها وفق ما ينص عليه القانون والأعراف السائدة .

ن / فلسطين:

في 7 أكتوبر 2023 بدأ الاجتياح الإسرائيلي على غزة وبدأت عمليات التدمير العشوائي للمنازل والمؤسسات والقصف العمدي مما أدى إلى كارثة عالمية خلفت آلاف القتلى اغلبهم نساء وأطفال ، كما قامت السلطات الصهيونية بقطع الكهرباء والاتصالات ومنعت دخول الصحفيين إلى التراب الفلسطيني لتغطية الأحداث ونقل الأخبار إلى العالم ، وهذا ما أدى إلى بروز دور صحافة المواطن من خلال تغطية المواطن العادي للأحداث وتصوير عمليات القصف ونشرها عبر الشبكة العنكبوتية ، وبذلك قامت مقام المراسل الصحفي وهذا ما يفسر اعتماد وكالات الأنباء العالمية على

1/ كحيل فتيحة: مرجع سبق ذكره، ص ص: 184- 185 .

ما ينشره المواطن من إحداه وأخبار كما وثق الفلسطينيون المعاناة التي خلفها الصهاينة ضد الشعب الفلسطيني الأعزل . ومن خلال عملية نقل الأخبار وتصوير الأوضاع الكارثية من طرف المواطن الفلسطيني ، بواسطة هاتفه النقال ، نهضت شعوب العالم عن صمتها وأدانت ما تقوم به السلطات الصهيونية عن طريق المظاهرات الشعبية المناهضة للعنف و الاستعمار والمطالبة بتوقيف القصف والقتل .

وعليه تعد مواقع التواصل الاجتماعي تجسيدا لصحافة المواطن والسبب المباشر في ظهورها وانتشارها ، إلا أن هذه الظاهرة محل تجديد وتطوير لحدود ممارستها وفق ما ينص عليه القانون والأعراف السائدة في المجتمع.

2-3-أسباب اللجوء إلى صحافة المواطن:

- يلجأ الكثير من رواد مواقع التواصل الاجتماعي إلى استغلال تقنيات الانترنت في ما يلي:
- الإنتاج الذاتي للمعلومة: في الكثير من الأحيان يكون الفرد مصدر المعلومة التي يمتلكها لهذا فهو يفضل إنتاجها بنفسه ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة لأن هذا لا يحتاج إلى ثقافة إعلامية بل يحتاج فقط توفير تقنية مناسبة من التقنيات الحديثة للاتصال.
- وقوع أحداث محلية وعالمية وتزايد الأزمات التي تتطلب السرعة في نقل الوقائع في ظل الأحداث المتتالية التي يعيشها العالم اليوم ,وهناك أخبار ومعلومات مصدرها وجود مواطنين في مكان الحادث أو الكارثة، حيث نرى في العديد من المرات فيديوهات لكوارث وأحداث لحظة وقوعها أمام أعين المواطنين.
- الحياة السياسية المزرية و الممارسة غير الرشيدة للسلطة التي وصل إليها حال الأنظمة العربية
- الأحداث الجارية في كثير من مناطق العالم كشفت الدور الذي يؤديه المواطنون في إيصال المعلومات بعيدا عن رقابة السلطة ,فهناك أحداث تتطلب السرعة في نقل مجريتها لحظة حدوثها و من مكان حدوثها , مثل الكوارث الطبيعية و غيرها .
- الإرادة و العزيمة القوية و تزايد الشعور بالقدرة على التغيير لاسيما بعد ربيع الثورات العربية.¹
- و اليوم أصبحت هناك العديد من القنوات التلفزيونية تعتمد على صحافة المواطن في إعدادها للبرامج المختلفة و خاصة الحصرية والواقعية ، ففي الجزائر مثلا هناك برامج جديدة مصدرها

1/ احمد منصور:دور صحافة المواطن في تفعيل القضايا الاجتماعية لدى طلاب الجامعات، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد50، جزء2 ، مصر ، 2018 ، ص :457.

الأساسي هو صحافة المواطن كالشروق "تراندينغ" على قناة الشروق و النهار "تراندينغ" على قناة النهار.

2-4- عوامل صحافة المواطن:

أ/ العامل التكنولوجي (التقني) :

إن الثورة التكنولوجية المتمثلة في النظم الرقمية، كان لها تداعيات على مجال الاتصال الإنساني المختلفة بما فيها صحافة المواطن، إذ أصبح بمقدور الفرد العادي إيصال رسالته إلى من يريد وفي الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات ،وليس من إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي القديم ،وفي هذا المجال تقول الباحثة أبو عيشة صار بوسع المتلقي إرسال الرسائل في اتجاهات عديدة دون أن تعوقه القيود التقليدية الأمر الذي ألغى مفهوم المتلقي السلبي.

أصبح المتلقي صحفي يزود وسائل الإعلام بالأخبار والمعلومات خاصة في أوقات الأزمات وفي الأماكن التي لا يستطيع الصحفيين الوصول إليها،وتحولت صحافة المواطن بكل ما تنطوي عليه من وسائل وحقل للمعلومات يتيح حرية التعبير عن الرأي إلى وسيلة للتفاعل و التواصل و المشاركة. نستنتج أن تقنيات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال كان لها الفضل في بروز صحافة المواطن بمحتوياتها المختلفة وغير مفاهيم وطرق واليات الاتصال التقليدي.

ب/ العامل الاقتصادي:

قد يحمل العامل الاقتصادي ثلاثة جوانب ¹:

1/ خديجة الربحية : صحافة المواطن , منشورات الجامعة الافتراضية السورية ، سوريا ، 2020، ص: 18، متاح على الموقع : <http://pedia.svuonlien.org> يوم 12 /1 / 2024 ،على الساعة 12:00.

- الجانب الأول: من طرف المواطن وشعوره بالظلم والسخط الاقتصادي والاجتماعي وبالتالي اهتمامه بصحافة المواطن بالتحديد كنوع من الثورة على واقع التراجع في القيم الحياتية الاقتصادية ومحاولة نقل صورة التراجع والتدني في وسائل المعيشة وإيصالها لمن يعنيه الأمر .
- الجانب الثاني: يتعلق بالتراجع الملحوظ في توزيع الصحف في العالم وانتشار الصحافة المجانية وتراجع عوائد الإعلانات في جميع أنواع الصحافة المطبوعة ،بالإضافة إلى التزايد الملحوظ في القنوات التلفزيونية ومناقشتها لكل أشكال وسائل الإعلام الأخرى على استقطاب الجمهور ،إضافة إلى الازدياد الاعتماد على التقنيات الالكترونية والرقمية في عملية الاتصال الدائرة بين الأفراد والمؤسسات واعتمادها على الانترنت كمصدر للأخبار .
- الجانب الثالث:تزايد المنافسة الاقتصادية وعولمة نظم الإعلام و الاتصال .¹

ج/ العامل السياسي :

جاءت عمليات الهزة السياسية خلال الحملة الانتخابية لسنة 1988 و التي أظهرت أشكالاً و أنماط من الاتصال بال جماهير بدت غير أخلاقية و مشكوك في مصدقيتها ، و هو ما يفسر قلة عدد المقترعين ، و في هذا السياق وجهت لصحفي المواطن إحترازا و انتقادات بسبب مسابرة لحمى السباق نحو الفوز في الانتخابات و بأي ثمن فالعديد من الصحفيين المهنيين تحول إلى مهام أخرى الأمر الذي فتح المجال للمواطنين الهواة بالظهور في الساحة الإعلامية .²

1/ خديجة الريحية : مرجع سبق ذكره : ص 23.

2/ محمد العمر : الانترنت و المجتمع ، منشورات الجامعة الافتراضية السورية ، سوريا ، 2020 ، ص ص :214 - 215 ، متاح على الموقع <https://pedia.svuonlien.org> ، 02/02/2024 ، على الساعة 15:00.

وفي هذا المجال تعتبر صحافة المواطن هي من ولدت ثورات سياسية خاصة في العالم العربي بدأت بفتة قليلة ثم وصلت إلى كافة الشرائح الاجتماعية وأثرت عليها وجعلتها تصعد في ركب التغيير ومحاولة الإصلاح سواء نجحت أم لم تنجح في ذلك .

د / العامل النخبوي والثقافي :

يعود هذا العامل إلى الطريقة السطحية والمبسطة التي يتفاعل بها الصحفي المواطن مع الخبر والمعلومة ، وذلك على حساب شرح وتحليل وتفسير الخبر من أجل معرفة الوقائع ¹. وعليه قد ساهمت هذه العوامل في بروز صحافة المواطن ، لكن العامل التقني هو المساهم الأول والرئيسي لهذا النمط من الاتصال ، فتعددت اتجاهاته واتسعت ممارساته بطرق عديدة تلبي حاجيات المرسل والمتلقي ، وهناك عوامل أخرى لم نأتي على ذكرها لأنها تتدرج تحت أحد العوامل المذكورة.

1/ محمد العمر : مرجع سبق ذكره ، ص : 215.

2-5- أهمية صحافة المواطن:

إن واقع صحافة المواطن وأنماط الإعلام الجديد يمثل انتفاضة واضحة من جانب المستخدمين والجمهور معا بشأن المحتوى المنتج، فلم يعد الاهتمام مقتصرًا على المحتوى المؤسسي ولكن تجاوزه إلى المحتوى المنتج من قبل المواطنين أو المهتمين بالمدونات وهذا خير دليل على بروز ذلك الاتجاه ، حيث برزت أهمية عدد من المدونات لما تقدمه من محتوى قد لا يكون موجودا عند غيره من وسائل الإعلام الأخرى.

ساهم التطور النوعي الذي أحدثته الإعلام الجديد في إنشاء مجتمعات عدة، وإن كان يغلب عليها الطابع الافتراضي إلا أنها تؤدي الوظائف والأدوار التي تقوم بها المجتمعات الفعلية ، وقد تهيأ لصحافة المواطن واقع جديد وعوامل عدة أدت لنشأتها ونشاطها وتوسع أفاقها منها :
*سهولة الوصول إلى المعلومات ونشرها في الوقت نفسه وتحفيز الأفراد ليكونوا أكثر فاعلية للحصول على المعلومات.

▪ صحافة المواطن تعزز الترابط والتكامل مع أفراد المجتمع بما ينتج فضاء عاما صالحا لتبادل الحوار و التلاقي والتواصل وتشكيل جسد عام دون اعتبار للفروق الاجتماعية التي تكون بينهم ، كما إن المدونات على الشبكة الاجتماعية تعتبر منبرا لتوفير بيئة للنقاش والتفاعل وطرح الآراء وخاصة من جانب الشباب اتجاه مختلف القضايا، هذا النمط الإعلامي الجديد حول المستخدمين إلى منتجي رسائل إعلامية وحقق لهم مفهوم الجمهور النشط بكافة أبعاده ، وخطى بهم من مرحلة الجمهور إلى المرسل النشط للمضامين الإعلامية.¹

1/ نعيمة مهند سليمان : ألف باء تاء صحافة ، ط1، (د-ن) ، البحرين ، 2017 ، ص :175.

- كما ساهمت هذه الظاهرة في إيجاد أطراف أخرى وفرص مهمة لمعرفة الحقائق عن قرب والتعرف على حياة الشعوب، وساهمت في تنمية وعي الأفراد والمجتمعات وأطلعتهم عن عوالم لم يكن من الممكن الإطلاع عليها لولا هذا الإعلام الجديد وهذه الثورة التكنولوجية المعاصرة، ورغم التخوف الذي يبديه البعض من الباحثين من تأثيرات ثورة الاتصال فان هناك من يدافع ويؤيد ذلك الاتجاه حيث يرون ثورة الاتصال أنها اكتشاف نقاط الضعف والخلل في بيئة العلاقات المتبادلة بين الشعوب والأمم والحضارات والثقافات المختلفة.¹

1/ نعيمي محمد سليمان : مرجع سبق ذكره، ص: 175.

2-6- خصائص صحافة المواطن:

- لا ينتمي المواطن الصحفي إلى أية مؤسسة تفرض عليه خط مساره الذي يجب عليه التقيد به واستحضار معالمه عند ممارسة الكتابة .
- لا تحتاج إلى ترتيبات أو تجهيزات مسبقة ولا المزيد من الجهد المبذول في إنتاجها، بفعل مساعدة أجهزة الكمبيوتر في جمع مادتها وتحريرها وإرسالها وتخزينها واسترجاعها بسرعة وسهولة .
- تزود المؤسسات الإعلامية بمصدر ثري من المعلومات والأخبار التي تساهم في تشكيل الآراء والتفاعل بين أفراد الجمهور.
- تسمح بالتبادل الثقافي في مختلف المجالات بكل سهولة ويسر، لذلك تعد النموذج الأمثل الذي يجسد العولمة بكل ما تحمله من معنى.
- سهولة الوصول إلى المعلومات ونشرها في الوقت نفسه ، وساهم هذا التطور النوعي في إنشاء مجتمعات متعددة وان كان يغلب عليها الطابع الافتراضي ، إلا أنها تؤدي الوظائف والأدوار التي تقوم بها المجتمعات الفعلية .
- استطاعت أن تعالج إشكالية عدم التوازن الجغرافي في تغطية ما يجري في العالم ونجحت في معالجة حاجات الجماعات المحلية التي كانت مهملة في السابق .
- تعزز صحافة المواطن قدرة الأفراد على تعلم و إدراك التناقضات السياسية و الاجتماعية ¹.

1/ احمد منصور:مرجع سبق ذكره ، ص ص : 457-458.

7-2 - مرجعيات صحافة المواطن:

*الديمقراطية في متناول الجميع: إن وجود الإنسان الحر رهان وجود ديمقراطية سليمة ، وإن مدى توفر هذه الديمقراطية الحقيقية متوقف على مدى توفر وسائل إعلام مستقلة وصحافة محايدة تكون مخرجاتها في خدمة العالم، وأنه لا وجود لمواطن فاعل في واقعه في غياب نظام ديمقراطي حر ، وإن الديمقراطية هي تجسيد حرية الرأي والتعبير عبر وسائل الإعلام. فالديمقراطية التشاركية التي تدعو إليها الشعوب اليوم مبنية أساسا على صحافة المواطن وعلاقتها بوسائل الإعلام التقليدية والمؤسسات الديمقراطية وهو ما يسمى بثنائية أو جدلية الإعلام و الديمقراطية.¹

*تفاعلية الوسيط الجديد وتمثلاته: إن التفاعلية في صحافة المواطن تعتمد على مجموعة من التمثلات المشتركة لمجموعة الأفراد وذلك من أجل أن تكون عملية الاتصال منسجمة ومتناسقة وحاملة لنكاء جمعي ، والمقصود بهذا الحديث هو خلق فضاء من التواصل الحر والتفاعلي ومن خلال المدونات تساهم صحافة المواطن بشكل فعال في دفع التمثلات الاجتماعية الجديدة ممارسة الديمقراطية ، فقد وجهت هذه الأخيرة نقدا فعالا لوسائل الإعلام التقليدية فهي بالنسبة لها وسيط أحادي البث ينطلق من الجزء في اتجاه الكل.²

1/ طرشان حنان : حوسبة العلوم الاجتماعية في البيئية الرقمية ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية و السياسية و الاقتصادية ، برلين - ألمانيا، 2021، ص: 54
2/ جمال الرزن : مرجع سبق ذكره ، ص ص : 16-17

*تراجع الثقة في وسائل الإعلام التقليدية: يرى بعض الأخصائيين أن أزمة الثقة بين المواطن ووسائل الإعلام هي ظاهرة صحيحة في العملية الديمقراطية فهي تظهر المواطن المستهلك للمنتج الإعلامي على انه كائن غير واع بالمتغيرات التي يعيشها على الساحة الإعلامية، كذلك على مستوى تقديم الأخبار ونشرها وإنتاجها.

وتسويقها، فصحافة المواطن ليست لها أي مصلحة في تزييف الحقائق فهي لا تخدم أي جهة معينة ولا تلتزم بتقديم منتج محدد فهي مفتوحة على جميع المصادر ، وأيضاً هي تبحث عن إعلام بديل يكفل جميع الحقوق والحريات.1

1/ طرشان حنان : مرجع سبق ذكره ، ص: 54.

2-8 - القضايا التي تهتم بها صحافة المواطن:

يساهم المواطن الصحفي و الصحفيين الهواة في تقديم مختلف القضايا و الموضوعات والتي قد تحدث فجأة فتحول إلى أخبار حصرية وصور حية يتم تناقلها بين الأفراد عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلى العموم يساهم المواطن الصحفي في ما يلي:

- تغطية حوادث المرور .
- تغطية تقلبات الطقس و الكوارث الطبيعية .
- تغطية الاحتجاجات والمسيرات.
- تغطية أحداث العنف والنزاعات والحروب.
- تغطية حوادث السرقة والفساد.
- تغطية محاولات الهجرة الغير شرعية.
- مساهمة المواطن الصحفي في عملية البحث عن المفقودين.
- مساهمة المواطن الصحفي في تقديم المساعدات المادية لفئة المحتاجين.
- مساهمة المواطن الصحفي في حملات التوعية والتحسيس و الإرشاد.¹

*ومن خلال هذا يتبين أن صحافة المواطن تدخل في العديد من المجالات وتبرز الحياة اليومية الاجتماعية للمواطن الذي يكون في قلب الحدث فيصفه ويصوره ويرسله ليكون مصدره يعتمد عليه غيره من أفراد و جماعات و مؤسسات.

1/ صدام حسين قيراد: مشاركة المواطن الصحفي في إنتاج القصص الإخبارية والمعالجة التلفزيونية للأحداث ، أطروحة دكتوراه في تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة ، قسم علوم الاتصال ، كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر3، الجزائر ، 2021/2020 ، ص:121.

2-9- أشكال صحافة المواطن:

تتعدد أشكال صحافة المواطن جليا وهي تتطور بشكل دائم ، ويشترك الجمهور من خلالها بنشر الموضوعات والمعلومات بحرية كاملة ومن أبرزها نجد :

أ/ المدونات الالكترونية (LES BLOGS) :

هي مواقع الكترونية يمتلكها أفراد ومؤسسات وجماعات، يتم الكتابة فيها بأساليب مختلفة تقترب معظمها للأسلوب الصحفي فهي تحاول دائما إيجاد سبق صحفي و الكتابة في المواضيع والقضايا المثيرة للجدل وهذا بفضل الحرية المطلقة وانعدام الرقابة ما جعل البعض يسميها بالسلطة الخامسة¹ وتتيح لمستخدميها المشاركة بالملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية.

والمدونات بوصفها العلامة الفكرية والتجارية لحافة المواطن لما لها من تأثير على المشهد الإعلامي والاتصالي وقد تجلت علامات هذا التأثير على صناع القرار السياسي و لاقتصادي ، فتحوّلت الافتتاحيات والمقالات النقدية لأصحاب المدونات تقرا كل صباح وتأخذ مقترحاتهم بعين الاعتبار وتصحح مقترحات بعض المسؤولين وذلك بعد قراءة ما نشر على مدونة هذا أو ذاك المواطن.²

وقد أصبح النشر عبر المدونة أو بالأحرى التدوين عبر الشبكات الالكترونية ، كوسيلة للتعبير عن الرأي والأفكار إضافة إلى انه وسيلة فعالة للتواصل ونشر الأخبار من خلال خدمة كتابة مجانية ، هذه الخدمة هذه الخدمة تتيح للمستخدم إنشاء حساب لدى الموقع وإدارة من خلاله أكثر من مدونة ،وهو متوفر باكر من لغة منها الانجليزية والألمانية والصينية والفرنسية ولغات أخرى.³

1/ حنون نزهة : المدونات الالكترونية و الرأي العام ، ط1 ،الفادوك ، الجزائر، 2020 ،ص: 155.

2/ جمال الرزن: البيئة الجديدة للاتصال و الاوكيميديا عن طريق صحافة المواطن، مجلة البحث الإعلامي، كلية الإعلام ،جامعة منوبة ، مجلد12، العدد 17 ، تونس، تاريخ النشر: 2012/12/13، ص: 31.

3/ عامر إبراهيم قندلجي: الإعلام الالكتروني والرأي العام ، ط1، دار المسيرة ، عمان ، 2015، ص: 288.

وقد لقي التدوين الإلكتروني إقبالا واسعا في المنطقة العربية حيث برزت الكثير من مدونات تهتم بمختلف القضايا والشؤون المجتمعية (ثقافية، علمية، سياسية و اجتماعية... الخ)... ولم يعد مجرد امتلاك مدونة وإدراج يوميات وصور أصبح فرصة للم شمل الكثير من المدونات العربية التي تتقاسم نفس الأهداف.¹

ب / شبكات التواصل الاجتماعي:

تعتبر هذه الشبكات من أكثر وأوسع المواقع على الانترنت انتشارا واستمرارا لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد و الجماعات المستخدمين لها ، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات و الملفات والصور و أفلام الفيديو "ويقول عنها موقع ثورة الويب هي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت اكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب و لازالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع.² أما أشهر تلك المواقع هي:

• الفايسبوك :

انطلق موقع الفايسبوك كنتاج غير متوقع من موقع فيس ماتش التابع لجامعة هارفارد ،وهو موقع يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية³ ويتربع الفايسبوك على عرش الدشة والبحث عن الأصدقاء وقتل الوقت ، بل يساهم في تبادل المعلومات ويعتبر هذا الأخير من أبرز الوسائط الاجتماعية جذبا للمتصفحين .

تويتر:

- 1/ حنون نزهة : مرجع سبق ذكره ،ص : 49.
- 2/ فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار الجنادرية للنشر والتوزيع ،الأردن، 2015 ص: 42.
- 3/ مرجع نفسه: ص : 42.

هو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة ، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية في العديد من البلدان ، واخذ تويتر اسمه من مصطلح تويت الذي يعني تغريد ، واتخذ من العصفورة رمزا له ، وهو خدمة مصغرة تسمح لمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرف للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة.¹

ج/ المنتديات:

هي احد أشكال تطبيقات الاتصال التي تعتمد على نشر المحتوى الذي يعده أفراد الجمهور من مستخدمي شبكة الويب وإدارة الحوار والنقاش الجماهيري "وقد بدأت المنتديات الإلكترونية على الويب عام 1996 من خلال نشر الرسائل المتداولة بين الجمهور...وتسمح بعرض الأفكار و الآراء و القضايا والموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع وإتاحة الفر للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها.²

1 / علاء الدين محمد عفيفي : الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية ، ط1، دار التعليم الجامعي ،الإسكندرية ، 2015 ، ص: 173.

2 / عالية عمر البوعيشي : صحافة المواطن بين حداثة المصطلح إلى سرعة التأثير ، قسم الإعلام ، كلية الآداب، جامعة الزاوية، ليبيا، 2014 ، ص: 378.

د / موقع ماي سبيس:

هو نموذج لأحد المواقع التشبيك الاجتماعي التي تعتمد على مشاركات الجمهور ، فعليه يستطيع الناس من جميع أنحاء العالم إنشاء ملفات الكترونية عن حياتهم و الالتحاق بمجتمع خاص بإمكان المستخدمين فيه تبادل الصور والمعلومات والاهتمامات عبر شبكة متزايدة من الأصدقاء...يتضمن المحادثة عبر الشبكة وتحديد مواعيد الالتقاء والترويج للأعمال ومشاركة الاهتمامات ، كما يمد الموقع مساحة للخصوصية والاندماج الثقافي .

وقد كان من أشهر المواقع الاجتماعية خاصة في ظل تقديمه للعديد من السمات التي تسمح للمستخدمين بتعديل ملفاتهم وإضافة الصور ووضع الموسيقى ومقاطع الفيديو، كما يقدم آلة بحث داخلية ونظام بريد الكتروني داخلي .¹

1/ أسماء فؤاد حافظ : جدلية المصطلح وإشكالية التطور، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، قسم الصحافة ،كلية الإعلام ،العدد 14،الجزء 2،القاهرة ، 2023 ، ص: 245.

2-10 - أساليب الممارسة الصحفية للمواطن الصحفي:

هناك عدة أساليب وآليات يمارس من خلالها المواطن الصحفي عمله وهي على النحو التالي:

***التعليق :**

يعتبر أول أسلوب من أساليب ممارسة صحافة المواطن، ويقتصر على كتابة التعليقات في

المنتديات، والمجموعات الإخبارية، وغرف الدردشة حول موضوع معين.

***التصفية والتحرير:**تقوم على انتقاء المواطن الصحفي للمعلومة المراد التعامل معها، أي تشابه

عملية التفتيح والتحرير أي انتقاء المحرر للمعلومة.

***التأكد من الحقائق:** هي آلية مشتركة في جميع وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، لهذا فإن عملية

التأكد من الحقائق هي عملية مستمرة ، وهو ما يطلق عليه Gillmor "صحافة الغد"، لأنها عملية

تشاركية ما بين الصحفيين المحترفين والهواة (المواطنين) بهدف كشف الحقائق.

***التغطية:** هي واحدة من أهمها يميز صحافة المواطن حاليا، ولاسيما قدرتها على التواجد في أماكن

قد لا يستطيع الإعلام التقليدي أن يحدث فيها سبقا صحفيا ، والوسيلة المعتمدة تكون كاميرا المواطن

الصحفي، حيث يكون بهذه الحالة مستخدمو الانترنت بمثابة شهود عيان وصناع للتقارير الإخبارية.

***النشر السمعي والمرئي:** هي قيام المواطنين الصحفيين بتقديم ما يمتلكون من فيديوهات وصور

على مواقع خاصة بعمليات النشر والتحرير لمثل هذه المواد الإعلامية،والهدف إيصالها للبحث هذه

المعلومات التي قد تشكل في كثير من الأحيان سبقا صحفيا ¹.

/1 خديجة الريحية : مرجع سبق ذكره ، ص:9.

2-11- الاختلافات الأساسية بين الإعلام التقليدي وصحافة المواطن:

ذكر "دان غليمور" أن الفارق الكبير بين صحافة المواطن والصحافة التقليدية هو أن الأولى يعتمد على نظام المحادثة و الحوار والثانية تعتمد على نظام المحاضرات التي تلقى. ، وأشار "غليمور" في المنتدى الثاني عشر العالمي للمحررين الذي عقد بسيول في كوريا "أن صحافة المواطن صحافة متطورة وأفضل من الصحافة التقليدية لأنها تتيح الفرصة أمام الجمهور الذي مل من الاستماع إلى المحاضرات إلى أن يشارك فيها بدلاً أن يضل متلقياً للمعلومات من طرف واحد .

وتظهر الاختلافات الأساسية للإعلام التقليدي وصحافة المواطن في النقاط التالية:

- تتميز صحافة المواطن بنقد وسائل الإعلام التقليدية وتأكيد مقدرتها على القيام بذات الوظائف بشكل مختلف.
- الحرفية تشترط تقاضي راتب مقابل الخدمة التي يقدمها الصحفي في جمعه ونشره للأخبار وهو ما يؤدي خضوع الصحفي لمصالح المشغل بينما المواطن الصحفي متطوعاً فقط لا يتلقى أي أجر مقابل ما ينشره أو ما يجمعه.
- وسائل الإعلام التقليدية تحتكر لسوق الأخبار بينما صحافة المواطن تستدعي التطوع وتقديم الهواية من وراء نشر الخبر.¹

*إذن الصحافة التقليدية تعتمد على تراخيص قانونية ومعدات ضخمة لإنتاج المحتويات الإعلامية بينما صحافة المواطن لا تعتمد سوى على هاتف ذكي مزود بالانترنت ، وممارسة الصحافة التقليدية تتطلب شهادة جامعية في تخصص الإعلام والاتصال بينما صحافة المواطن لا تتطلب ذلك.

1/ خالد محمد غازي: التحرير الصحفي توظيف تكنولوجيا الاتصال ، ط1، وكالة الصحافة العربية(ناشرون) ،مصر، 2021، ص: 118 .

2-12- الفرق بين المواطن الصحفي والصحفي المحترف: الصحفي المواطن ليس

بالصحفي المحترف وسنوضح الفرق بينهما من خلال الجدول التالي:

الصحفي المواطن	الصحفي المحترف أو المهني
نشاط تطوعي	مهنة يتقاضى فيها الصحفي مقابلا ماديا لقاء ما ينتجه
لا يلتزم عادة بالمعايير المهنية	رئيس التحرير هو من يصادق على الموضوع ويقرر تاريخ النشر.
يتعامل أكثر مع المجتمع المدني والسلطات المحلية	يتعامل أكثر مع مؤسسات صنع القرار مركزيا
يكتب تدوينة ويتم عادة الجمع فيها بين الخبر والرأي	يلتزم الموضوعية و الحياد في نقل الأخبار
ينشر في كثير من الأحيان مادة خام	يعالج المادة قبل نشرها.
لا يخضع لأي سلطة تراتبية	يخضع الصحفي إلى سلطة هيئة التحرير
يتحمل بمفرده المسؤولية القانونية اتجاه ما ينشره.	يتحمل رفقة المؤسسة المشغلة له المسؤولية القانونية اتجاه ما ينشر
يتبنى مواقف ذات مصلحة عامة	يلتزم بالمعايير الأخلاقية و المهنية للصحافة
ينشر ما ينتجه على الانترنت دون قيود مؤسساتية.	ينشر ما تنتجه على محامل تقليدية (تلفزيون،صحف،راديو).
يحرر في كتاباته ما يشاء على شبكات التواصل الاجتماعي،وهو الذي يقرر بمفرده موضوع وتاريخ النشر .	مقيد بضوابط ومعايير خلال النشر على شبكات التواصل الاجتماعي
يكتب عادة باللهجة العامية ¹	يكتب باللغة الرسمية المعتمدة من المؤسسة الصحفية.

المصدر : وليد الماجري: دليل المواطن الصحفي، مركز تطوير الإعلام، تونس، 2019، ص: 14.

1-مرجع نفسه ، ص: 14.

2-13- تشريعات وأخلاقيات وضوابط صحافة المواطن:

أ / التشريعات:

بما أن صحافة المواطن تمارس عبر مواقع التواصل الاجتماعي فان هذه الأخيرة تخضع لبعض القوانين و التشريعات المنظمة لهذا الشأن وهذه التشريعات هي:

***الرخصة (التسجيل):** تبين لجنة حقوق الإنسان في الأمم المتحدة في تعريفها لصحافة المواطن بشكل واضح أن المدونين كما الصحفيين المحترفين، لا يجب إخضاعهم للتسجيل وشروط حياة الرخص، وكذلك أن يتم منحهم فقط عند الحاجة لتمكينهم من الوصول إلى مكان معين أو حدث معين.

***إذن صحافة المواطن** لا تتطلب رخصة للممارسات ولا تتقيد بشروط التسجيل لكن هناك بعض النصوص القانونية التي تجرم وتعاقب كل من يحالف أحكام القانون ، مهما كانت صفته و هذا سنبينه لاحقا في موقف المشرع الجزائري من صحافة المواطن .

***سلطات محدودة في التحرير الصحفي:** تعترف اللجنة الوزارية الأوروبية في تقريرها السابع لعام 2011 المتعلق بالمنظور الجديد للإعلام بان الاختلافات في مستويات التحرير الصحفي والتتقيح يحتم إيجاد مستويات من المسؤولية التي تطل تحرير الموارد المنشورة خصوصا من خلال قولها بان المستويات المختلفة للسلطة التحريرية مع طرائق ما بعد مرحلة النشر تحتاج إلى تعامل مختلف من شأنه أن يسمح بالتجاوب الأفضل مع الحالة. وبهذا فان الأطر القانونية المعنية بالمدونين و الصحفيين المحترفين محدودة عند ممارستهم لحق التعبير وذلك لعدم امتلاكها الإمكانيات والتقنيات المتوفرة لدى الصحف التقليدية.¹

1/ وسام فاضي راضي: الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1 ، دار الكتاب الجامعي،الإمارات المتحدة، 2017، ص: 127.

*معنى هذا أن الصحفيين الهواة أو الصحفيين المواطنين ليست لديهم الخبرة التي يمتلكها الصحفي المحترف في التحرير الصحفي ويبقى حق ممارسة الرأي ويبقى حق ممارسة الرأي و التعبير عند الصحفي المواطن محدود في إطار القانون.

*المسؤولية المدنية والجنائية: لا يميز القانون بصورة عامة بين الصحفي وبقية أفراد المجتمع في القضايا المتعلقة بالمسؤولية المدنية و الجنائية وبموجب ذلك ليس لدى الصحفيين أو المدونين الهواة الحصانة التي يضمنها هذا القانون، منها قوانين التشهير.¹ و نقصد به التشهير عبر الانترنت و هو استخدام الانترنت لنشر مواضيع مضرّة بسمعة و كرامة الغير سواء كان ذلك عن طريق إحدى الصحف الالكترونية أو بواسطة البريد الالكتروني او من خلال على أي وسيلة الكترونية أخرى متاحة على شبكة الانترنت.²

*الحماية القانونية: ليس هناك في الوقت الحالي مجموعة معايير قانونية دولية تختص بالحماية القانونية للمدونين الصحفيين الهواة، ولكن بقدر ما إن هناك واجبات على المدون تتمثل بالالتزام بالقانون كباقي أفراد المجتمع فان لهم الحق إن يوظفوا القوانين المتوفرة لغرض حماية أنفسهم.³ إذن القانون لا يفرق بين المواطن الصحفي و ممارس مهنة الصحافة فكلاهما يجب عليهما الالتزام بالقانون .

1/ وسام فاضي راضي ، مرجع سبق ذكره ، ص: 135.

2/ بن دعاس لمياء : التشهير الجزائري بالأشخاص بالاعتداء على حياتهم الخاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، جامعة باتنة 1 ، المجلد 09 ، الجزائر، 2022، ص : 759.

3/ وسام فاضي راضي : مرجع سبق ذكره ، ص: 135.

ب - أخلاقيات ممارسة صحافة المواطن :

حتى يستطيع الصحفيون المواطنون كسب ثقة القراء لابد عليهم من تحري الدقة و الموضوعية و التأكد من مصادر المعلومات المستقاة لتقديم محتوى إعلامي هادف ذو رسالة مجتمعية و لعل أهم المعايير و الأخلاقيات المهنية لهذا النمط الصحفي الجديد و التي يتوجب الالتزام بها يمكن إسقاطها في الجوانب الآتية :

- ليس كل موطن إعلاميا إلا إذا امتلك الخبرات الكفاءات الإعلامية اللازمة ليقوم بدور الإعلامي , و إذا قام بهذا الدور من وقت لآخر و بشكل غير منتظم كان يغطي حدث أو غيره لا يمكن اعتباره إعلاميا بل مواطن شارك في العمل الإعلامي .
- ضرورة تأكد الصحفيين المواطنين من مدى صحة المعلومات المستقاة, و مدى موثوقيتها قبل نشرها و محاولة الإلمام بشروط الخبر, و هذا لا يأتي إلا من خلال الوعي و الإدراك التام لأهمية و خطورة المعلومات المنشورة و طبيعتها و آليات نقلها .
- ضرورة إدراك الصحفي المواطن للحدود الفاصلة بين الموضوعية و الانحياز في تغطيته لإحداث فلا ينبغي أن يجعل من نفسه جزءا من الحدث لان لا يفقد قيمته في النهاية و يتحول إلى مجرد واقعة ثانوية .
- و في هذا الصدد أخذت الجمعية العالمية " للصحفيين المحترفين على عاتقها مسؤولية تتقيف الصحفيين المواطنين بمبادئ الصحافة و قد وضعت هذه الجمعية المبادئ الأخلاقية التي تنظم عمل الصحفيين المواطنين على النحو الآتي :¹

1/ فتيحة كحيل : صحافة المواطن -جدلية الأخلاق و ضوابط الممارسة المهنية - مجلة المعيار ، جامعة صلاح بوينيدر ، العدد 48 ، قسنطينة -الجزائر، 2019 ، ص ص : 253-254.

- تقصي الحقيقة و نشرها : حيث ينبغي على الصحفيين المواطنين الالتزام بالأمانة و العدالة و الشجاعة في تحصيل الأنباء و نشرها و يؤيدها من خلال اختيار الخبر من أكثر من مصدر , إعطاء حق الرد , تحديد المصادر قدر الإمكان .
- الحد من الضرر : ضرورة التزام الصحفيين المواطنين بالمبادئ الأخلاقية و التعامل مع المصادر و الشخصيات الموضوعية و الزملاء كثير يستحقون الاحتواء .
- العمل باستقلالية : بحيث ينبغي أن يتحرر الصحفي المواطن من أي التزام لدى مصلحة غير مصلحة المجتمع و حقه في معرفة الحقيقة .
- المسؤولية : ضرورة تحمل الصحفي المواطن المسؤولية أمام القراء و المستمعين و المشاهدين و أمام زملائه¹.

1/ فتحة كحيل : مرجع سبق ذكره ، ص : 255.

2-14 - موقف المشرع الجزائري من صحافة المواطن:

في الوقت الراهن لم يضع المشرع الجزائري قوانين تخضع لها صحافة المواطن أي لم يذكر أو يخصص لها أي مادة قانونية في قانون العقوبات أو قانون الإعلام لكن بما أن ممارسة صحافة المواطن تكون عبر مواقع التواصل الاجتماعي فإن القانون الجزائري (قانون العقوبات) قد وضع في هذا الشأن قوانين تجرم بعض الممارسات عبر الانترنت.

المسؤولية الجنائية المترتبة على سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي : توفر مواقع التواصل الاجتماعي العديد من المزايا لمستخدميها للتواصل وتبادل الأفكار و المعلومات فيما بينهم ، غير أنها لا تخلو من الممارسات السلبية وهي مسرحا للعديد من الجرائم التي تستوجب المساءلة الجنائية لمرتكبيها ، وغالبا ما تدور هذه الممارسات السلبية حول الاعتداء على النظام العام وعلى حرمة الأشخاص، وفي مجال المسؤولية الجنائية المترتبة عن سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن إلقاء الضوء على أهم الجرائم في هذا المجال .

المسؤولية المدنية عن الأضرار الناتجة عن صحافة المواطن: تترتب المسؤولية المدنية الناشئة عن المحتوى غير المشروع لصحافة المواطن أساسا بالوسيلة المستخدمة في التعبير وهي شبكة الانترنت والتي تتطوي على العديد من التحديات الناجمة عن سرعة تطورها ومشاركة أطراف عديدة في العملية المعلوماتية بدء بمرور المحتوى المعلوماتي المتمثل في الصحفي المواطن مرورا بوسطاء الانترنت حتى وصولها إلى الطرف المتلقي وهو الطرف الأخير مما يستوجب التطرق لكل أطراف هذه العملية للوقوف.¹

1/ أحمد بن حاجة : صحافة المواطن بين المهنية وحرية الرأي والتعبير،مجلة صوت القانون ، جامعة التكوين المتواصل، المجلد7،العدد1، البلدية - الجزائر، 2020، ص ص :664-666.

-المسؤولية المدنية للصحفي المواطن بصفته مورد للمحتوى: مبدئياً يخضع نشر المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي لنفس القواعد القانونية التي تحكم نشرها بطرق التقليدية وأحيانا تكون وسيلة التواصل الاجتماعي هي المسؤولة عن المحتوى المنتج والمحمل من قبل المستخدم وأحيانا أخرى يكون المستخدم هو المسؤول لأن مسؤولية المؤسسة صاحبة الموقع الالكتروني لا تقوم فقط على ما تنشره هي نفسها ، وإنما تقوم أيضا على ما ينشره المستخدمون ولقد أشار إليها المشرع الجزائري في الفقرة (د) من المادة (2) من قانون "مكافحة الجريمة الالكترونية بمصطلح مقدمو الخدمات " وإضافة إلى ما أقرته المادة 11 من هذا القانون من الالتزامات على مقدمو الخدمات مساعدة السلطات المكلفة بالتحريات القضائية الرامية لمحاربة الجرائم الالكترونية ، حددت المادة 12 مجموعة من الالتزامات الخاصة بمقدمي الخدمات تتمثل في ما يلي:

- التدخل الفوري لسحب المحتويات التي يتيحون الإطلاع عليها بمجرد العلم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بمخالفتها للقوانين وتخزينها أو جعل الدخول إليها غير ممكن.
- وضع ترتيبات تقنية بحصر بإمكانية الدخول إلى الموزعات التي تحوي معلومات مخالفة للنظام العام و الآداب العامة وإخبار المشتركين لديهم بوجودها .¹

1/ أحمد بن حاجة ، مرجع سبق ذكره ، ص ص : 667-672

أما مسؤولية الصحفي المواطن فتقوم على أساس القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية وفقا لنص المادة 124 (معدلة) من القانون المدني الجزائري, الفصل الثالث, القسم الأول , التي تنص على انه كل فعل أي كان يرتكبه الشخص بخطئه , ويسبب ضرر للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض , كما نص القانون من نفس المادة مكررا بشكل الاستعمال التعسفي للخطأ لاسيما في حالات التالية : إذا وقع بقصد الإضرار بالغير , إذا كان الغرض منه الحصول على فائدة غير مشروعة.¹

فخطا الصحفي المواطن غالبا ما يكون خطأ تقصيريا من خلال التقصير في مراعاة حقوق الآخرين والتسبب في الإضرار بسمعة وكرامة الأفراد غير أن قيام المسؤولية يتوجب مجموعة من الشروط أهمها:

1/أركان المسؤولية المدنية:

يتطلب قيام المسؤولية توافر أركانها من خطأ أو أضرار وعلاقة سببية وهو ما نعالجه في ما يلي:

1/ **الخطأ:** يتحقق خطأ الصحفي المواطن بمجرد قيامه بنشر محتوى يمنع نشره قانونيا مما يستوجب ترتيب مسؤوليته التقصيرية بناء على انحرافه في عدم التزام القوانين و المساس بحقوق وحرريات الآخرين ,كما لو قام بنشر صور لأحد الأشخاص دون إذن منه ، أو نشر أخبارا تتعلق بحياته الخاصة حتى لو كانت هذه الأخبار صحيحة طالما بغير رضاه.²

1/ المواد 124-140 من القانون المدني الجزائري: العمل المستحق للتعويض, الجزائر, 2007, ص: 22.

2/ احمد بن حاجة: مرجع سبق ذكره, ص ص: 673-674.

ب/ الضرر: يمكن تعريف الضرر بأنه الأذى الذي يصيب الشخص نتيجة المساس بمصلحة مشروعة له أو حق من حقوقه وقد يكون الضرر ماديا أو معنويا ، ويضيف إليه الفقه و القضاء الضرر و الأذى الذي يصيب الشخص في جسمه أو ماله أو شرفه ,وعليه فإن الضرر الذي ينشا عن خطأ الصحفي المواطن لا يخرج عن هذا المعنى.

وذلك من خلال ما ينشره من أخبار أو معلومات تكون لها انعكاسات سلبية على حق من حقوق الشخص الذي يحميه القانون، كان يتضمن الخبر انتهاك الحياة الخاصة أو مساس بسمعة احد الأشخاص ا وان يتضمن الخبر معلومات خاطئة عن احد الأشخاص من شأنها إلحاق الضرر به.

ج/ علاقة السببية:حتى تكتمل أركان المسؤولية يجب توافر علاقة سببية بين الخطأ و الضرر ، وتثبت المسؤولية المدنية للصحفي المواطن بثبوت العلاقة بين الخطأ الذي ارتكبه والضرر الذي نتج عن هذا الخطأ ، وتعتبر العلاقة السببية قائمة متى تبين أن الضرر الحاصل سببه خطأ الصحفي المواطن¹.

ويقع عبئ إثبات تلك العلاقة على المدعي والمدعى عليه وللمدعى عليه أن يدفع بانعدام علاقة السببية بين تصرفه والضرر الذي أصاب المدعي كان يثبت بان لا يد له في الضرر الذي حدث وهذا ما نصت عليه المادة 127 من القانون المدني الجزائري حيث جاء فيها : إذا اثبت الشخص أن الضرر قد نشأ عن سبب يد له فيه حادث مفاجئ أو قوة قاهرة أو خطأ صدر من المضرور أو خطأ من الغير , كان غير ملزم بتعويض هذا الضرر ما لم يوجد نص قانوني أو اتفاق يخالف ذلك

2.

1 / احمد بن حاجة: مرجع سبق ذكره، ص ص:673- 674.

2/ القانون المدني الجزائري : مرجع سبق ذكره ,ص:22

2- 15- مستقبل صحافة المواطن:

رصد "غليمور" ثلاثة اتجاهات مستقبلية لصحافة المواطن وعلاقتها بوسائل الإعلام التقليدية وهي

كما يلي:

أ/ **الاتجاه الأول:** يبالغ في الاحتفاء بالآثار الايجابية للإعلام الجديد وصحافة المواطن وينظر إليه باعتباره ليس وسيلة فقط للتغيير الحر عن الآراء وممارسة حق الاتصال وتحقيق الديمقراطية والرقابة الشعبية ، بل باعتباره وسيلة للتغيير الاجتماعي وتمكين الفئات المهمشة ، وتحقيق العدل والمساواة ودعم مشاركة المواطنين في القضايا الداخلية و الخارجية.

ب / **الاتجاه الثاني:** يعارض فكرة صحافة المواطن ويؤكد على ضرورة الاحتراف والمهنية ،ويطعن في دقة و مصداقية المحتوى الذي تقدمه صحافة المواطن, ويدل على ذلك بمئات المواقع التي ارتكب فيها مدونون انتهاكات لحقوق الملكية والخصوصية وعدم الدقة وترويج الشائعات ،وقد نظر القضاء في كثير منها.

ج/ **الاتجاه الثالث:** ينطلق أصحاب هذا الاتجاه انه لا توجد وسيلة إعلام تقليدية لا تعتمد على تكنولوجيا الاتصال والانترنت ,ووسائل الإعلام الجديد بالمثل لا وجود لمدون أو ناشط لا يستخدم وسائل الإعلام التقليدية و بالتالي,فان فرص التعايش وربما التعاون بين الطرفين ممكنة ومطلوبة.¹

1/ ماجد سالم تريان وبتول السيد مصطفى:إعلام المواطن،ط1،دار الجنان للنشر والتوزيع،عمان 2022،ص: 177.

*نلاحظ أن الاتجاهات الثلاثة لصحافة المواطن قدمت رأياً مختلفاً عن فالأول يرى انه لا داعي للمبالغة في دور صحافة المواطن وما فيها من أثار ايجابية ،أما الاتجاه الثاني يؤكد على ضرورة السير نحو الصحافة المهنية ويقدم نقدا لادعائها خاصة من خلال نظرة القضاء في بعض التجاوزات التي تقوم بها ،وأما الاتجاه الثالث فيرى أنها وسيلة مكملة للإعلام التقليدي فكلاهما يعتمد على الآخر . وعلى العموم صحافة المواطن آخذة في التطور إلا انه لابد من وضع قوانين تضبط هذه الممارسة من جهة ،ومن جهة أخرى على ممارستها احترام الضوابط القانونية لها حتى لا يقعوا في متابعة قانونية.

2- 16 - الجوانب الإيجابية والسلبية لصحافة المواطن:

أ/ الجوانب الإيجابية:

- سرعة الوصول إلى الحدث وإتاحة البحث عن مصادر جديدة وعديدة .
- قدرة التأثير على الرأي العام المحلي والعالمي.
- سرعة انتشار المعلومة وزيادة فرص وصول المضامين الإعلامية لجميع المواطنين.
- كثافة التفاعل من الجمهور مع المعلومة التي تعد العمود الفقري للحدث .
- الكلفة المادية البسيطة في إنتاج المادة الإعلامية.
- يمكن أن تتحول صحافة المواطن في أوقات الحروب والكوارث إلى مصدر وحيد للأخبار والمعلومات, وبالتالي تتيح لوسائل الإعلام التقليدية للوصول إلى الأخبار في مكان الحدث التي ربما لا تستطيع الوصول إليها لأي سبب مثل فتح المكاتب في بعض البلدان أو التضيق على مراسليها وصحفييها مما جعل الصحفيين المواطنين من انجح السبل للحصول على المعلومة.
- التعبير عن الرأي أصبح في متناول الجميع باستمرار وخاصة في ضوء استخدام الهواتف المحمولة.

ب/ الجوانب السلبية :

- تحيز المواطنين الصحفيين في عملهم لقضايا وإيديولوجيات وبيئات ينتمون إليها.
- عدم دقة المعلومات الواردة وتضاربها في كثير من الأحيان .
- عدم معرفة جزء كبير من المواطنين الحفيين لأساسيات الإعلام كعلم تطبيقي .
- الحماسة التي تغلب الموضوعية في عملهم¹.

1/ بن لباد سالم و خضري محمد الأمين : صحافة المواطنة -النشأة و التطور - , مجلة الفكر المتوسطي , جامعة وهران 1 أحمد بن بلة , المجلد 8, العدد 2, الجزائر , 2020, ص : 125.

- غير جديرة بالثقة أي تفتقد للمصداقية و الموضوعية .
- اغلب المواطنين الصحفيين يمارسون صحافة المواطننة تحت أسماء مستعارة في الفضاء الرقمي مما يزيد من فرضية نشرهم لأخبار و إشاعات كاذبة مضللة.
- قد تعطي صحافة المواطنين المنبر للجماعات الإرهابية و المتطرفة أو العنصرية لتحقيق أغراضها في الترهيب أو التخويف¹.

1/ هبة ياسف: دور ممارسة صحافة المواطننة القائمة على وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الحركات الاحتجاجية المعاصرة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ، جامعة الجزائر 1، المجلد 3، العدد 1، الجزائر، 2020، ص:78.

2- 17 - الانتقادات الموجهة لصحافة المواطن:

يرى اندروكين انه لا يمكننا ببساطة الثقة في الانترنت، فالصور الرقمية يمكن تزينها والمدونون غير محايدون وغامضون وصحافة المواطن لا يمكن التحقق من صحتها، وهي مهوسة بكل ما هو شخصي وتافه وهي:

-تتألف من حشد من كتاب مجهولين هدفهم ليس تغطية الأخبار ، وإنما نشر الشائعات والفضائح السياسية المثيرة وعرض صور مخجلة للشخصيات العامة وربط الأخبار موضوعات تخيلية،ويقول"نيكولاس ليمان" وهو عميد الصحافة بكلية الصحافة بجامعة كولومبيا أن المدونات الأكثر طموحا تضطلع ومجتمعة لتقوم بدور تقديم النشرات المعلومة سريعة الانتشار التي تعتمد بشدة على الإحالة لمصادر أخرى فهي عبارة عن منتدى مفتوح لكل رأي وارد فشل في شق طريقه إلى وسائل الإعلام الكبرى أو ببساطة وسيط يعرض الفرد من خلاله رأيه يتبين لنا ي ملايين المدونات الشخصية على نحو وصرف.¹

ذكر"فليب برتون"في كتابه يوتوبيا الاتصال إحدى الجوانب التي لاتخلو فيها صحافة المواطن من النقد ويمكن إيجازها باختصار في النقاط التالية:

-التجاذب الأيديولوجي: وهو يتحدث عن التجاذب الأيديولوجي بين الإعلام التقليدي وصحافة المواطن علينا إلا نتجاهل أن المدونات تعتمد في غالبها على المعلومة والخبر المؤسس القادم من وسائل الإعلام التقليدية والذي قامت بغربلته لتعيد المدونات صياغته لنشره والتعليق عليه لإبداء الرأي.²

1/ تشارلي بكيث: الإعلام الخارق إنقاذ الصحافة كي تنقذ العالم ، دط ، موسوعة هنداوي سي أي سي، القاهرة، 2017 ، ص: 54.

2/ محمود عبد السلام علي: الحملات الإعلامية، ط1، دار المعترف للنشر و التوزيع ، عمان ،2017، ص: 103.

أبأن فليب يرى أنالأخبار التي تنشرها صحافة المواطن هي أخبار مأخوذة من وسائل الإعلام التقليدية وإنها ليست ذاتية المصدر فهي تختار خبرا ما وتضعه للفت الانتباه وإثارة الجدل حوله دون أن يكون لديها يد في جمع الأخبار والمعلومات فهي فقط تعلق عليه وتبدي رأيها فيه .

كما يمكن أن تقع صحافة المواطن في فخ الأيديولوجيات ، فايديولوجياتها لا تتمظهر فقط فيما هو عليه الحال في الميديا بل في كل ما له صلة بمكونات المجتمع السياسية و الاقتصادية والثقافية.¹

معنى هذا إن الأيديولوجيات المرتبطة بصحافة المواطن قد تؤثر على الجوانب الاقتصادية والسياسية والثقافية للمجتمع ولا تقف حد وسائل التواصل الاجتماعي بل تمتد لتشمل أنظمة المجتمع.

وهناك بعض الانتقادات إلي وجهت لحافة المواطن على المستوى العربي ونذكر منها:

▪ حرية التعبير في المدونات والصحافة المدنية حرية دون كلمة وبالتالي هي غاية لم تزل منشودة ولم تتحقق على ارض الواقع.

▪ بعض مستخدمي الانترنت من منشئ المدونات وغيرهم يستغلون هذه الوسائل استغلال مسيئا على المستوى الأخلاقي والسياسي....خاصة إذا تعلق الأمر بالطابو الديني ،الجنس، والسياسة.

▪ توجهات المدونين واختلافاتهم تساعد على نشر عداوات متخيلة على الفضاء الاجتماعي في عالم بلا قيود من المفترض أن يعكس هذا الصراع التخيلي حالة من سلام مجتمعي في العالم

الواقعي .²

1/ محمود عبد السلام علي ، مرجع سبق ذكره، ص: 103.

2/خالد محمد غازي: صحافة الخط الساخن اطر قديمة وأخرى مستحدثة ، وكالة الصحافة العربية ، القاهرة، 2021 ، ص:132.

- تنوع التيارات الصحفية مشكلة لصحافة المواطن العربية الأمر الذي يثير تبعثر المضمون ، ويهدد المحتوى فهو لا يحقق التنوع الخلاق بقدر ما يجبر أصحابه إلى الفوضى المدمرة.
- إشكالية الضوابط من يضبطها ؟ ولصالح من؟ في النهاية هذا سؤال معقد ، الإجابة عنه بالنفي يضع الحكومات العربية في مأزق ، والإجابة عنه بالإيجاب يفتح مجال الانفلات والانقلاب على الناشطين في التدوين وأخيرا لا احد ضد الحرية ولا احد أيضا مع الابتذال وان كانت هناك ديمقراطية في سبيلها إلى التحقق عبر هذه الوسائط الجديدة.¹

1/خالد محمد غازي: مرجع سبق ذكره , ص:132.

خلاصة الفصل :

من خلال ما سبق يتضح أن صحافة المواطن جاءت نتيجة للتطور التكنولوجي ،الذي بفضلله أصبح يعتمد الفرد على مجموعة من الوسائل التي تساعده في نقل الخبر وتوثيق الحدث ، إذ افرز هذا التطور مفاهيم ومتغيرات جديدة ألا وهي صحافة المواطن ، التي تعمل على مبدأ عدم الاحتكار للمعلومة والخبر من خلال النزول إلى الميدان وتسجيل الأحداث ونقل الأخبار في حينها ونشرها على الشبكة العنكبوتية ، وهذا ما أدى إلى انتشارها بين الجماهير في وقت قصير ودون تكلفة وذلك من خلال تفعيل الحوار والنقاش في مختلف المواضيع التي تهم أفراد المجتمع وبذلك نشر الوعي ومحاربة كافة أشكال التجاوزات.

الفصل الثالث: الغش التجاري و المستهلكة الجزائرية

الفصل الثالث : الغش التجاري والمستهلكة الجزائرية

تمهيد

- 3-1- عالمية ظاهرة الغش التجاري
- 3-2- أسباب الغش التجاري
- 3-3- صور و مظاهر الغش التجاري
- 3-4- آثار الغش التجاري
- 3-5- حكم الغش التجاري في الفقه الإسلامي
- 3-6- حكم الغش التجاري من القانون الجزائري.
- 3-7- العوامل التي جعلت المستهلكة الجزائرية سوقا مهمة 3-7 - أسباب حماية المستهلك (ة) الجزائري (ة) من الغش التجاري.
- 3-8- أسباب حماية المستهلك (ة) الجزائري (ة) من الغش التجاري.
- 3-9- أهم حقوق المستهلك (ة) الجزائري (ة)
- 3-10- آليات حماية المستهلك (ة) الجزائري (ة) من الغش التجاري
- 3-11- أكثر المواد التي تتعرض المستهلك (ة) الجزائري (ة) للغش فيها و أهم شروطها القانونية.
- 3-12- دور الأطراف المسؤولة عن حماية المستهلك (ة) الجزائري (ة).
- 3-13- دور وزارة التجارة والهيئات التابعة لها.
- 3-14- دور القضاء الجزائري في حماية المستهلك (ة) من الغش التجاري.
- 3-15- دور جمعيات حماية المستهلك في ترشيد و حماية المستهلك (ة) من الغش التجاري :
- 3-16- دور حماية المستهلكة لنفسها بنفسها من الغش التجاري ,من خلال بعض

النصائح

خلاصة الفصل.

تمهيد :

تعد ظاهرة الغش التجاري التي تفاقمت في المجتمع الجزائري , ظاهرة اجتماعية واقتصادية متنامية الأطراف ,ازدادت صورها وتعدد أشكالها خاصة في العصر الحالي ,نتيجة الانفتاح العالمي الذي تولد عليه الانفلات الرقابي بصوبة التحكم في هذه الظاهرة المعقدة, التي تتأثر بعدة عوامل والتي تترتب عنها آثار سلبية على المستهلك بجميع فئاته ومكانته الاقتصادية والثقافية ,ذلك أن هناك من يسعى لتحقيق مصلحته على حساب غيره ,إذ أصبح المستهلك عرضة لمختلف مظاهر الغش التجاري بأنواعه ,وكون هذا الأخيرة من تقوم عليه العملية الاقتصادية ,جعل المؤسسات المسؤولة عن هذا الشأن تكثف جهودها من أجل التقليل من هذه الظاهرة ,مستعينة في ذلك بمؤسسات المجتمع المدني بمختلف مهامها لاسيما تلك المختصة في حماية المستهلك ,والتي بدورها تواصل في تحقيق أهدافها بفضل المستهلك نفسه وما يقدمه من معلومات عن التجاوزات الممارسة في حقه وحق غيره من المستهلكين بالوسائل المتوفرة لديه وخاصة تلك التي تتوفر على تكنولوجيا الاتصال ,وجمهور المستهلكين يتسع إذ أن المرأة المستهلكة تشكل جزءا كبيرا من العملية الاقتصادية إلا أنها كغيرها تتأثر بمخلفات هذه الظاهرة ,وما عليها إلا أن تكون أكثر وعي بحقوقها الاستهلاكية .

3-1/ عالمية ظاهرة الغش التجاري :

تفشيت ظاهرة الغش التجاري في جميع أنحاء العالم للدول النامية و المتقدمة خلال ثلاث عقود المصرفية , كما امتدت أساليب استخدام طرق الغش التي أدت إلى نشوب حروب تجارية بين الدول , و تزايدت بسببها الجرائم المنظمة كما تحطم نتيجتها العديد من الشركات, وأن مرتكبي الغش التجاري هم انتهازيون و يتمتعون بمهارات عالية في استطلاع الأساليب التقنية, و اكتشاف طرق استخدامها لاستغلالها في إحداث ثغرات في الأسواق للدخول إليها, و توزيع المنتوجات المغشوشة و البضائع المقلدة فيها .

و بالأرقام يصل حجم الغش التجاري إلى تريليون دولار سنويا حيث قدر " مجلس أصحاب العلامة التجارية بمنطقة الخليج حجم التقليد التجاري دوليا نحو 800 مليار دولار إلى تريليون دولار سنويا , أي ما يمثل 7% من إجمالي التجارة العالمية , و أن هذه الأرقام تبقى تقريبية و قد تكون تجاوزت تريليون دولار بسبب غياب دراسات دقيقة ترصد الحجم الحقيقي لجريمة الغش التجاري بحسب الورشة الإقليمية التي نظمتها وزارة الأعمال و التجارة بقطر.

و أضاف "عبد الله حساين" رئيس مجلس أصحاب العلامة التجارية بمنطقة الخليج و قال " إن ظاهرة الغش و التقليد التجاريين تهدد المستهلكين و أصحاب العلامات التجارية ... و كذلك أطراف أخرى و تعمل على طرد الاستثمار الأجنبي كما نقوض الإنفاق على الابتكار و التطوير " .
كما عبر أيضا حساين " عن اعتقاده أن الأسواق العربية و الإفريقية هي الأكثر تضررا من التقليد ... و أضاف " أن الأسواق الآسيوية تبقى الأكثر إنتاجا للسلع المقلدة تبقى الأكثر إنتاجا للسلع المقلدة و المغشوشة و شدد المتحدث نفسه على مركزية عمل إدارات الجمارك و اعتبارها نقطة¹

1/رمزي محمود ومحمد رمزي المحامي : مافيا اقتصاد الظل و بنوك أوف شور , ط1, دار التعليم الجامعي , الإسكندرية , 2019, ص ص : 146 - 150.

الدفاع الأعلى , فضلا عن أهمية التوعية بأخطار الغش و أولوية التعاون بين الجهات الحكومية لردع المخالفين .

حذرت هيئة الأمم المتحدة من تنامي حجم تجارة السلع المغشوشة و المزورة في العالم , مشيرة إلى وجود علاقة وثيقة بين الجريمة المنظمة الدولية و بين التزوير و الغش التجاري , و منذ عقد من الزمن ذكر بيان لمكتب الأمم المتحدة لمكافحة الجريمة في فينا بمناسبة إحياء باليوم العالمي لمكافحة الغش و التزوير , أن هناك حاجة لزيادة وعي المستهلك بهذه الأخيرة , و تم في هذا الإطار إصدار عدد من الكاتبات الصادرة عن الأمم المتحدة لزيادة الوعي الدولي بمخاطر هذه الجرائم .

كما حذرت من خطورة هذه الجرائم على الصحة العامة , و طالبت بالتضييق على القائمين على هذه التجارة و ملاحظتهم أمنيا مشيرة إلى أن ارتباط هذه الجريمة بجرائم أخرى مثل غسيل الأموال , هذا و أشار البيان إلى أن مكتب الأمم المتحدة خصص جائزة دولية للمنظمات التي تبذل جهود متميزة في نشر الوعي بمخاطر التزوير و الغش السلعي و التجاري ¹.

و يبقى المتضرر الأكبر من هذه الظاهرة هي الدول الفقيرة و دول العالم الثالث نتيجة الاحتكار المضيق عليها و تصدير السلع و المنتوجات المغشوشة لها لان هذه السلع تباع بأثمان رخيصة نوعا مما يتسبب في أضرار كبيرة على المستهلك بالدرجة الكبيرة , إضافة إلى أن هذه الدول تعول كثيرا على الاستيراد مما يجعلها في ضائقة مالية كبرى بسبب ارتفاع فاتورة الاستيراد مما تسبب في خسارة كبيرة على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي للفرد و المجتمع .

3-2/ أسباب الغش التجاري :

لكل ظاهرة اجتماعية أسباب و عوامل تحيط بها في المجتمع و من بين أهم هذه الأسباب ما يلي "

أ/ الأسباب الاجتماعية و الدينية :

يعتقد انه من أهم أسباب التي تدفع الفرد إلى ممارسة الغش التجاري في عمله هو أن الأسرة باعتبارها الوحدة الاجتماعية الأولى التي يتلقى الفرد فيها مجموعة أساسيات القيم و الأخلاقيات الصحيحة , فهذه الأخيرة لم تقدم دورها الرقابي التربوي و الرقابي الصحيح على أكمل وجه و بالتالي نشأ الفرد ضمن بيئة لا يميز بين الأعمال الخاطئة و الصحيحة .

أ-ضعف الوازع الديني : يمارس الغش التجاري سواء كان من فرد أو ضمن مؤسسة أو شركة من الأشخاص اللذين ليس لديهم وازع ديني يردعهم فالأمر بالنسبة لديهم هو وسيلة لتحقيق أرباح مادية أكثر , من دون أن يفكروا بالآثار السلبية التي تترتب على هذه الأفعال أو اعتباره عمل محرم بجميع الشرائع السماوية فضلا عن القواعد الوضعية (القانون)¹.

إذا مؤسسات التنشئة الاجتماعية و خاصة الأسرة و المسجد و تقصيرهما في وظائفهما ,هو ما يجعل هذه الظاهرة و غيرها تتفاقم و تؤثر سلبا على المجتمع الجزائري تأثيرا يصل إلى درجة كبيرة من الأضرار الاقتصادية و الاجتماعية للمجتمع و الدولة على حد سواء .

ب- الأسباب الاقتصادية:

- تعاضم الأرباح و تحقيق الفائدة المضاعفة على حساب النوعية و الجودة .
- ارتفاع أسعار السلع مما ينتج إقبال المستهلك على سلع مقلدة .²

1/ مهاد حام : الحياة و المجتمع - ظهور اجتماعية- , متاح على الموقع/ [https:// maowdoo3.com](https://maowdoo3.com) , تاريخ

الاطلاع 23/ 04/ 2024, 38: 17 سا .

2/محمد راتب و عاطف رمضان : الغش التجاري في السلع أضرار اقتصادية و صحية على المستهلكين , جريدة الأنباء الكويتية , 2015, متاح على الموقع : [https:// kw/www .alanda .com](https://kw/www.alanda.com) , 2024/4/23 , سا:20:30.

• عدم الالتزام بالمواصفات القياسية المعتمدة أو قلة الوعي لدى بعض التجار بالمواصفات القياسية و الأنظمة المعتمدة .

• انتشار الإعلانات التجارية المظلمة ¹.

إن الأسباب الاقتصادية تمثل السبب الرئيسي و العامل المباشر الذي يحيط بهذه الظاهرة فاعلم من يدخل هذا المجال (التجارة) يسعى دائما لتحقيق الربح و بأي وسيلة كانت لأن الخسارة في هذا المجال قد تجر صاحبها إلى الإفلاس و البطالة .

ج- الأسباب الإدارية:

• قلة الخبرة لدى الجهات الرقابية في الكشف عن السلع المغشوشة .

• عدم وجود الحملات الخاصة و المكثفة للكشف عن الغش التجاري .

• عدم تطبيق العقوبات أو عرقلتها .

• عدم كفاية المختبرات المزودة بالأجهزة الكفيلة للكشف عن السلع المغشوشة.²

الأسباب الإدارية تمثل المماثلة و التعقيد في الإجراءات كتطبيق العقوبات فقد يتقدم المستهلك بشكوى تأخذ منه أشهر أو سنوات حتى يأخذ حقه , كما قد يتعرض المنتج إلى التعطيل في المؤسسات المسؤولة مما قد يلجا إلى التزوير من أجل الحصول على رخصة مزورة لاستزاد أو بيع منتجات أو سلع معينة . كما أن عدم التشجيع على الإنتاج المحلي يدفع بالكثير إلى اقتناء أو تسويق المنتجات المغشوشة .

1/ نفس المكان.

2/ الغش التجاري :مكتب محاماة فهد آل جفير متاح على الموقع : / <https://www.fklaw> . تاريخ الاطلاع 04/23

و هناك أسباب أخرى خاصة بالمستهلكين و أسباب خاصة بالمنتجين أهمها :

أ / الأسباب الخاصة بالمستهلكين :

- قصور وعي المستهلك نتيجة عدم إلمامه بالتشريعات و القوانين المنظمة لأسواق و عدم معرفته بالمواصفات الغش و قياسية , فضلا عن تغاضي البعض وعدم سعيه للحصول على المعلومات المختلفة عن السلع التي تقدم إليهم , مما يجعلهم فريسة للغش و التدليس .
- تغاضي المستهلك عن الحصول عن حقوقه و الشكوى للجهات المسؤولة , إما لعدم ثقتهم في قيام تلك الجهات بحل شكواهم أو لعدم معرفتهم بوجود هيئات متخصصة بشكاوي المستهلكين , أو جهات حكومية والمختصة بذلك .
- جهل بعض المستهلكين بوجود منظمات حماية المستهلك .

ب / الأسباب الخاصة بالمنتجين :

- المنافسة غير المشروعة , فكثير من المنتجين يواجهون منافسة غير مشروعة , و هم في ذلك بين أمرين إما أن يجتنبوا الغش و يلتزموا بالأمانة , فيتعرضون للخسارة , و إما أن يجاروا أقرانهم في غشهم , و في الحالتين تفسد الذمم و تذهب الثقة من الأسواق .
- الفجوة بين المنتج المحلي في بعض الصناعات و نظيره العالمي مما يغري البعض إلى عرض المنتجات المحلية على أنها مستوردة , و تزوير العلامات التجارية تحقيقا لرغبة المستهلكين و زيادة الربح ارتفاع أسعار المنتوجات الأصلية , و انخفاض دخول المستهلكين , و عدم قدرتهم على شراء تلك السلع الأصلية مما يغري التجار إلى بيع نظيرتها المقلدة على اعتبار كونها أصلية تحقيقا للربح الطائل¹.

1/ حسام توكل موسى : التنظيم القانوني للحماية من الغش و الخداع التجاري في التشريع المصري , دراسة في فقانون مكافحة الغش و التدليس , رقم 48 لسنة 1941 و تعديلاته , أطروحة دكتوراه في القانون التجاري كلية الحقوق , جامعة المنصورة مصر , 2016, ص: 54.

إذا كل من المنتج و المستهلك سببين رئيسيين في زيادة ظاهرة الغش التجاري , فالمستهلك و بالرغم من أنه ضحية إلا انه و بسبب ضعف ثقافته الاستهلاكية وعدم وعيه بحقوقه يجعل من المنتجين يستغل هذه الأسباب و بممارستهم للغش التجاري فقد يزداد المستهلك فقرا ويزداد المنتج غنيا.

-3-3/ صور و مظاهر الغش التجاري :

أ/ الغش عن طريق الخلط أو الإضافة : هو خلط البضاعة بمادة أقل منها في الجودة سواء كانت من نفس طبيعتها أو من غير طبيعتها مثل , إضافة الماء إلى البن لزيادة السعة , أو إضافة الدقيق العادي إلى الدقيق الفاخر.

ب / الغش عن طريق نزع أو سلب بعض العناصر : و يتم ذلك بنزع بعض العناصر التي تدخل في التركيب العادي للبضاعة مع احتفاظ المنتج الجيد بذات الاسم و نوعه و بيعه بثمان المنتج الجيد مثال ذلك نزع القشدة من اللبن و بيعه على انه كامل الدسم , و هذه الوسيلة تؤدي بالضرورة إلى التغيير في جوهر البضاعة أو إحداث عيب فيها .

ج/ الغش عن طريق الإضافة أو نزع بعض العناصر في آن واحد , كما في حالة تلوين البضاعة بعد نزع بعض عناصرها الأصلية حتى تظهر بالمظهر الأصلي للبضاعة .

د / الغش عن طريق الصناعة : يتم الغش بهذه الطريقة و ذلك بنزع كل العناصر الأساسية لواجب دخولها في التركيب أي دون أن يدخل في تركيبها إحدى العناصر الأساسية لصنعها وفقا لأنظمة أو العرف التجاري أو الصناعي ¹.

1/ عبد العزيز بن محمد العبيد : المسؤولية الجنائية في الإعلانات التجارية " دراسة تأصيلية مقارنة " ط1, مكتبة القانون و الاقتصادية لنشر و التوزيع , الرياض , 2016, ص ص : 261-263.

إذا من صور الغش التجاري هو : خلط الرديء بالجيد و بيعه على أنه جيد و الغش عن طريق المكون الرئيسي للمنتج أو نزع كل مكونات المنتج و تعويضه بأخرى اصطناعية دون الإفصاح عن ذلك , أي الخروج عن المعايير و القياسات المحددة في صناعة المنتج و بيعه و هناك مظاهر أخرى للغش التجاري : منها التظليل في الإعلانات التجارية المعروضة عبر شاشات التلفزيون و على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي .

و هناك صور أخرى للغش التجاري و تتمثل في :

الخداع : و يتمثل في خداع المستهلكين سواء في المصدر أو التركيب أو نوع البضاعة أو هويتها .

عدم الصحة : و تتمثل في وضع بيانات و معلومات غير صحيحة على غلاف المنتج .

سوء النية : و هي ما يجب إثباته لوقوع جريمة الغش .¹

1/ عقوبة الغش التجاري و حالته و صورته وأركانه , قانون بالعربي , بيت المحامين , 2023 , متاح على الموقع [https:// panondelarabij.com](https://panondelarabij.com) تاريخ الاطلاع 10 / 5 / 2024 , سا 13:00 .

3-4- / آثار الغش التجاري :

أ/ على المستوى الاجتماعي و الديني :

زعزعة الثقة : الغش يعمل على نزع الثقة و زعزعتها بين التجار و المستهلكين و ذلك لا أن من أهم مبادئ التجارة و رأس ما لها الحقيقي هو الثقة , فإذا دخل الغش في التعامل بين الناس خرجت الثقة , و تصبح المعاملة بين طرفي العملية الاستهلاكية مبنية على التشكيك و أخذ الاحتياط .

محق البركة : باعتبار أن السبب الرئيسي الذي يدفع التجار للغش هو البحث عن الربح السريع و كذا الخوف من الخسارة في حالة ما إذا صدق في معاملته و بين عيب سلعته و هذا ما حذر منه الرسول صلى الله عليه و سلم بقوله " البيعان بالخيار ما لم يتفرقا أو قال حتى يتفرقا , فان صدق و بين بورك لهما في بيعهما , و أن كتم و كذب محقت البركة بينهما " .

أي أن التجار إذا وقع منه تدليل و غش و أخفى عيب سلعته ذهبت بركته ببيعته , و كذلك المشتري إذا قام بنفس السلوك .

نفور الناس من الغشاش : لأن الغش التجاري أو غيره من أنواع الغش فيه تعدي على حقوق الناس و أكل لموالهم بالباطل , و هذا يؤدي إلى كراهية الناس لهذا الشخص الغشاش و ابتعادهم عنه و عدم تعاملهم معه .

التنافي مع الأخلاق الحميدة : و ذلك لان الغش يعتبر من الأفعال الذميمة التي تنفر منها الطباع و تستقبحها العقول , و قد حذر منه الإسلام في كثير من المواضع كقوله " صلى الله عليه و سلم " المكار و الخذاع في النار .¹

^{1/} العوظ عبد الكريم : الغش التجاري و طرق محاربهته " الحبسة نموذجاً " المجلة الجزائرية للدراسات الإنسانية , جامعة وهران 1, المجلد 1, العدد 02, الجزائر , 2019 , ص: 108.

ظهور الجشع و الطمع : جشع التجار للنهم من الربح من طريقة متلوية و غير مشروعة ضربا بالقيم و المبادئ عرض الحائط في سبيل تحقيق مبتغاه المادي دليل على أنانيته و حبه لذاته و طغيان الجشع و الطمع على نفسه و يعد هذا خطيرا فان ظهر في المجتمع سيقضي في النهاية على أخلاقه و مبادئه .¹

إذن آثار الغش التجاري على الفرد جد وخيمة فعلى المستوى الفردي يجعل كل من البائع الذي يتعامل بالغش منبوذا اجتماعيا و لا يساهم في بناء المجتمع . و على المستوى الاجتماعي زعزعة قيمه و مبادئه و يصبح في حالة عدم استقرار و أن مثل هذه الأخلاق البذيئة تحط من قيمة المجتمع و مبادئه .

ب/ آثار الغش التجاري على المستوى الاقتصادي :

هدر الأموال و ذلك باقتناء و ذلك باقتناء بضائع استهلاكية بالعملة الصعبة و هي رديئة مما يؤثر على الخزينة العمومية .

إضعاف المنافسة الوطنية بسبب كثرة استيراد المنتوجات الأجنبية سريعة التلف مما يؤثر على الصناعات المحلية الجيدة , مما يؤدي إلى زيادة معدلات البطالة و ذلك بسبب غلق الشركات الصناعية و تسريح موظفيها بسبب وجود من يقلد منتوجاتها .

يؤدي دخول السلع المغشوشة إلى ضياع رسوم جمركية بسبب ردها بعد أن كانت ستحصل فيها على مبلغ مال يتضرر المستهلك ماديا و معنويا حيث يدفع سعرا على سلعة لا يستفاد منها و قد يؤثر عليه صحيا مما يدفع به إلى إنفاق مبالغ مالية إضافية لتخلص من الأضرار التي سببتها له السلعة الرديئة و المغشوشة , كما يضطر إلى شراء سلعة أخرى بديلة .²

1/ العوظ عبد الكريم: مرجع سبق ذكره , ص : 108.

2/ الرشيد لطيفة يوسف و دليلة براف : الغش التجاري في الفقه الإسلامي و الإماراتي , حقيقته و آثاره و طرق مكافحته , مجلة البحوث العلمية و الدراسات الإسلامية , جامعة الشارقة , المجلد 12, العدد 3, الإمارات , 2020 , ص ص :

الغش التجاري يعتبر من أفعال الفساد المالي و الإداري و الأخلاقي حيث تنتشر ظواهر اجتماعية أخرى سببها انتشار هذا الفعل كالرشوة و البيروقراطية و الربا , فالكثير يلجا إلى هذه السلوكيات اللااخلاقية حيث مصلحة مادية في ذلك .

كما أن مثل هذه الظواهر هي من ساهمت في زيادة معدلات الغش التجاري الأمر الذي يتطلب جهدا اكبر لمحاربتها من طرف الجهات المسؤولة بما في ذلك المجتمع المدني بمؤسساته المختلفة , كم أن من أثاره الاقتصادية أيضا ضعف الاستثمار الأجنبي والتأثير على السياحة الداخلية والخارجية .

3-5- / حكم الغش التجاري في الفقه الإسلامي :

أ/ من الكتاب :

قوله تعالى "يأيتها الذين امنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراض بينكم " وقوله أيضا "ولا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل وتدلوا بها إلى الحكام لتأكلوا فريقا من أموال الناس بالإثم وأنتم تعلمون"¹

معنى الباطل في هذين الآيتين أنه عكس الحق وهو تقديم الشيء في غير صورته الحقيقية ويشترط في التجارة التراضي بين البائع والمشتري في عدم عس أحدهما الآخر وإلا لا يصلح البيع .

وقال أيضا : "وافوا الكيل والميزان بالقسط ولا تبخسوا الناس أشياءهم ."²

وقاله أيضا : "وزنوا بالقسطاس المستقيم"³

وقال أيضا : "ويل للمطففين الذين إذا اكتالوا على الناس يستوفون"⁴

الآية 29 من سورة النساء¹

الآية 188 من سورة البقرة²

الآية 182 من سورة الشعراء³

الآية 2 من سورة المطففين⁴

ذكر الميزان في هذه الآيات وهو دليل العدل وعدم الاعتداء على الآخر بحفظ الحقوق وكل من يتجاوز هذا الحق يعد أثماً بأكله للحرام .

وهناك آيات أخرى ذكرت في القرآن الكريم تحذر من التعامل بالغش .

ب / من السنة :

عن عبد الله بن مسعود رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : "من غشنا فليس منا والمكر والخديعة في النار " معنى هذا الحديث أنه ليس على هدينا , إلا أن الغش لا يخرج الغاش من الإيمان , فهو معدود في زمرة المؤمنين إلا أنه ليس على هداهم وسبيلهم لمخالفته إياهم في التزامه ما يلزمه المسلمون .

وعن معقل بن يسار المزني : قال إني سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول "ما من عبد يسترعيه الله رعية يموت يوم يموت وهو غاش لرعيته إلا حرم عليه الجنة " ¹

-إذن حكم الغش التجاري في الفقه الإسلامي محرم شرعا بدليل القرآن والسنة النبوية الشريفة .

3-6 - / حكمه من القانون الجزائري :

جرم قانون العقوبات الجزائري الغش وحدد عقوبات عليه فقد جاء في الباب الرابع تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية حيث نصت المادة 429(معدلة) منه على :يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات وبغرامة من 2000 إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد :²

1/ محمد بن موسى نصر : جريمة الغش أحكامها وصوره و أثارها المدمرة , دط , مكتبية الفرقان , دبي , 2007 , ص:

² / قانون العقوبات الجزائري :مرجع سبق ذكره , ص :126 .

- سواء في الطبيعة أو الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع سواء في نوعها أو مصدرها .
 - سواء في كمية الأشياء المسجلة أو في هويتها .
 - في جميع الحالات فاعن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق .
- المادة 430(معدلة) ترفع مدة الحبس إلى خمس سنوات والغرامة إلى 500.000دج إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها المنصوص عليها أعلاه قد ارتكبت .
- سواء بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى خاطئة أو غير مطابقة .
 - سواء بواسطة طرق احتيالية أو وسائل ترمي على تغليط عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم السلع أو المنتوجات ولو قبل البدء في هذه العمليات .
 - سواء بواسطة بيانات كاذبة ترمي إلى الاعتقاد بوجود عملية سابقة وصحيحة أو إلى مراقبة رسمية لم توجد .¹
- إن الغش التجاري حسب المشرع الجزائري جريمة يعاقب عليها بالتغريم أو الحبس حسب درجة الغش وهناك إجراءات أخرى في حق مرتكبيه وقد تم تعديل بعض المواد في قانون العقوبات في آخر تعديل دستوري .

¹/قانون العقوبات الجزائري: مرجع سبق ذكره , ص: 126 .

3-7- العوامل التي جعلت المستهلكة الجزائرية سوقا مهمة :

إن دور المرأة الجزائرية لا يقتصر فقط على الأعمال المنزلية , فبفضل تعليمها ازدادت حظوظها في دخول عالم الشغل , الأمر الذي عاد عليها بالكسب المادي إذ يمكن أن نقول أن هناك عوامل أو مكونات للسوق النسائية ومنها :

القدرة على الكسب : في أحيانا كثيرة تكسب المرأة الكثير من المال و ذلك بسبب ارتفاع دخلها فهي تشغل مناصب عليا في جميع القطاعات و أيضا المرأة التي لا تحصل على دخل مرتفع فكلهما يستهلك حسب احتياجاته و قدرته الشرائية , و هو ما يعني أن هناك سوق قائمة تلبى احتياجاتها .

المؤثرات الداخلية : لقد اتفق علماء النفس و الاجتماع و السلوك على أن هناك دوافع و حاجات يمكن أن تدفع إلى تكوين مجموعة كبيرة من المستهلكين الذين لهم نفس الحاجات, مما جعل الكثير من المنتجين بفهم و تحليل نفسيات و خصائص المرأة المستهلكة, كما أن الدوافع العاطفية للمرأة كثيرا ما يجعلها تقوم بشراء السلعة أو الخدمة دون تفكير منطقي و تحليل العوامل الموضوعية المتعلقة باحتياجاتها و إمكانياتها, و من أمثلة هذه الدوافع هي : الرغبة بالتمتع بأوقات الفراغ و حب التملك .

حب التقليد و ذلك نظرا للطبيعة المرأة الإنسانية و التي تأخذ الأخباريات في المجتمع كمرجع و تسعى إلى تقليديهن في طريقة الاستهلاك و نوعية اختيارهن و كيفية إشباعهن لحاجاتهن و رغباتهن.

شراء السلعة بغرض التباهي و التفاخر,

البحث عن الرفاهية خاصة في المنزل و ذلك باقتنائها الأجهزة الكهرو منزلية

الرغبة في أن تكون المرأة مثل الآخرين خصوصا بالنسبة للملابس و مواد التجميل و المجوهرات .¹

1/ كريمة عساي : دور الإعلانات الالكترونية في تحفيز السلوك الشرائي للمرأة الجزائرية , أطروحة دكتوراه في تخصص وسائل الإعلام و المجتمع , قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات , كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية , جامعة باتنة 1, الجزائر , 2020, ص ص : 119-131.

إذا المستهلكة الجزائرية طاقة الإنفاق الاستهلاكي و هذا يشعرها بالراحة و السعادة , إلا أن هذه العوامل و أكثر جعلت تتعرض للاستغلال من طرف العديد من المنتجين إذ يتمثل هذا الاستغلال في الغش التجاري , إذ عليها أن تكون لنفسها ثقافة استهلاكية واعية و أن لا تتجر وراء الاستهلاك اللاعقلاني لان ذلك قد يسبب أذا من الناحية الاقتصادية و الصحية ,سواء لها أو لأفراد أسرتها .

3-8- أسباب حماية المستهلك (ة) الجزائري (ة) من الغش التجاري :

هناك جملة من الأسباب جعلت معظم الدول و الحكومات و من بينها الجزائر تهتم بحماية المستهلك و نذكر من بينها ما يلي :

✓ زيادة متطلبات المستهلك من المنتجين في الحصول على منتجات و خدمات تتفق مع رغبات كفرد نتيجة ارتفاع معيشة المستهلك .

✓ المعلومات المتوفرة في السوق حول السلع و الخدمات و أسعارها و طريقة استعمالها غير كافية للمستهلك .

✓ توقع المستهلك جودة مرتفعة للمنتجات أو الخدمات مع انخفاض الدخل الحقيقي و القدرة الشرائية للمستهلك نتيجة ارتفاع الأسعار , أدى ذلك إلى إحباط و غضب المستهلك .

✓ انخفاض دخل المستهلك (القدرة الشرائية) تطرح مشكل توجهه نحو السلع ذات الأسعار و الجودة المنخفضة و هذا ما يجعله عرضة لكل أنواع الغش و المغالاة .

✓ الأضرار الصحية التي يتعرض لها بعض المستهلكين بسبب استخدام بعض السلع و الخدمات .

- عدم دراية اغلب المستهلكين بالجانب القانوني للنظام التسويقي و حقوق المستهلك و حماية المستهلك¹.

1/ عماد بوقلاشي و عادل مستوي : تتطور سياسات و آليات حماية المستهلك من مظاهر الغش التجاري في الجزائر (رؤية تحليلية خلال فترة 1990-2014) , مجلة المناجير , جامعة الجزائر 3 , العدد 2 , الجزائر , دس ن, ص:

إذا و في ظل التضخم الذي تشهده الجزائر ازدادت أساليب الغش الأمر الذي على المستهلكين و خاصة المرأة باعتبارها تتميز بالعاطفة وسريعة التأثير مقارنة بالرجل الذي يعتبر أكثر عقلانية , الأمر الذي يجعلها تتعرض للكثير من التجاوزات و المخالفات من طرف بعض التجار و المنتجين , إذ على القائمين بهذا الشأن مراعاة طبيعة المرأة سواء من ناحية المتوجات أو من ناحية التنظيمات الخاصة بالمرأة , كما أن على المرأة نفسها أن تكون أكثر وعي بحقوقها كمستهلكة .

و هناك أسباب أخرى من بينها :

- عدم توافر القدر الكافي من المعلومات عن بعض السلع و الخدمات المباعة و انتشار الغش فيها وخاصة من قبل التجار الجشعين و المحتكرين الذين يسعون وراء الغناء الفاحش خاصة في أوقات الأزمات و الظروف الطارئة .
- عدم رضا المستهلك عن سلامة عدد اكبر من المنتوجات المباعة لهم وخاصة السلع الضرورية و انخفاض مستوى الجودة لبعض السلع .
- ضعف و تدني التعويضات الخاصة بالمستهلك أو الأضرار بالمستهلك .
- المحافظة على رضا المستهلك من خلال رفع مستوى إشباع الحاجات لدى المواطنين نوعا و ليس كما ¹.

1/ إبراهيم الأخرص : الدعم و حماية المستهلك في ظل العولمة , ط1, مكتبة مدبولي , القاهرة , ص : 60.

3-9- أهم حقوق المستهلك (ة) الجزائري (ة) :

1- حق التثقيف : أي أن يكون للمستهلك الحق في اكتساب المهارات المطلوبة والمعارف لممارسة الاختيارات الواعية بين المنتجات وكيفية التعامل معها وأن يكون هذا على مستوى المدارس حول أهمية هذه الحقوق المشروعة كما يلي :

- تقديم برامج تثقيفية وخاصة لمحدودي الدخل والدفاع عنهم .
- على الحكومات تنظيم الدورات التدريبية والبرامج الثقافية وذلك من طرف المختصين ومن خلال وسائل الإعلام و دعوة الشركات للمشاركة في برامج التوعية والتثقيف الخاصة بالمستهلك .
- وكذلك من خلال الاعتماد على منظمات حماية المستهلك .

2- حق سلامة السلعة للمستهلك : وذلك بالالتزام المستهلكين باعتماد آليات نظام الملصقات

التحذيرية الموضحة لخطورة المنتجات وكيفية تجنب الأضرار في حالة التعرض للمخاطر.¹

3- حق الإعلام بالأسعار : إذ يقتضي إعلام المستهلك عن السعر الذي سيدفعه فعلا ,في حالة

شرائه لمنهج ما أو تحصيله لخدمة ما , بحيث يجب أن يتوافق السعر المعلن بإحدى الطرق مع

المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك طبقا لما نصت عليه المادة 53 الفقرة الثالثة من الأمر 95-

06 كما يجب أن يعبر السعر بالعملة الوطنية أي الدينار الجزائري , وأن اللغة المستعملة في إعلام

الأسعار التي فرضها المشرع الجزائري هي اللغة العربية التي يدركها عموم المستهلكين الجزائريين , و

يمكن استعمال لغات أجنبية على سبيل الإضافة.²

1/ أسامة خيري : الرقابة و حماية المستهلك , دط, دار الولاية للنشر و التوزيع , عمان , 2015 , ص : 48
 2/ سكفال عبد الجليل و مغربي قويدر : التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار و التعريفات , مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية , جامعة مولاي طاهر , المجلد 08 , العدد 1 , سعيدة - الجزائر , 2022, ص ص : 779-784.

4- **حق التعويض** : من حق المستهلك المطالبة بالتعويض عن التظليل أو السلع الرديئة أو الخدمات غير المرضية ويتطلب ذلك بتوفير الخدمات السليمة لتوفير درجة من الثقة لدى المستهلك في تعامله مع السوق.¹ و هو أنواع :

▪ **التعويض العيني** : و هو الذي يمكن أن يحقق للمضرور ترضية من نفس الضرر الذي تعرض له , دون الحكم عليه بمبلغ مالي , و هذه الصورة المثلي للتعويض , إذا يجبر المسؤول فيها بإعادة الحال على ما كان عليه , أي محو الضرر الذي لحق به طالما كان ممكن .

▪ **التعويض بمقابل** : هذا النوع من التعويض إما أن يكون تعويضا نقديا أو غير نقدي , فالتعويض النقدي هو التعويض بمبلغ مالي عن الإضرار المادية و النفسية .

▪ **التعويض غير النقدي** : هو أن يكون تعويضا صريحا للأذى النفسي الذي تعرض له المتضرر و يحدث هذا النوع من التعويض في حالة عدم وجوب التعويض العيني أو النقدي.²

5- **حق المقاطعة**: يعني حق المستهلكين في مقاطعة وعدم استخدام أو اقتناء أي منتج لا يلبي حاجاتهم ولا يشبع رغباتهم.³

6- **الحق في رفع دعوى قضائية** : وذلك عن كل ما من شأنه التعدي على حقوقه كمستهلك .⁴

1/ أسامة خيري : مرجع سبق ذكره , ص: 49.

2/ علي بابكر إبراهيم باكر : المسؤولية المدنية المترتبة عن اضرار الغش التجاري , مجلة التراث , الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة , المجلد 14 , العدد 1, السعودية , 2024 , ص : 27.

3/ أسامة خيري : مرجع سبق ذكره , ص: 49.

4/ مصطفى السيد دبوس : تامين خدمات الدولة في إطار ما يقدمه المرفق العام من خدمات - دراسة تحليلية - , ط 1 , المركز العربي للنشر و التوزيع , القاهرة , 2019 , ص: 359.

3-10- آليات حماية المستهلك (ة) الجزائري (ة) من الغش التجاري :

يوجد هناك مجموعة من الآليات التي تكفل توفير الحماية للمستهلك من الغش التجاري الذي تمارسه مخلف الأفراد المعنية بعملية التجارة , حيث دعت الأمم المتحدة حكومات الدول و المنظمات في أنحاء العالم إلى :

- ضرورة التعريف بالمنتج و مواصفاته و مدى خطورته و كيفية استعماله و المواد الداخلة في صنعه .
- تقديم المعلومات الصحيحة و الجانبية عن كل ما يتعلق بالمنتجات الموجودة في الأسواق .
- ضرورة تبني برامج من اجل تطوير المعلومات المتاحة للمستهلك بشكل دائم .
- معاقبة الشركات الاحتكارية التي تعتمد على الاستغلال و عرض منتجاتها بطرق غير مشروعة
- إذ تعتبر هذه الآليات شروط لا بد من أن يتقيد بها أصحاب الشركات (المنتجين) و كذلك البائعين¹.

كما أن هناك آليات أخرى من بين أهمها :

- تفعيل أساليب التوعية المستهلك عن طريق الإرشاد و التوجيه , و بما يكفل حمايته و صيانة حقوقه .
- مدى التزام المنتجين أو البائعين بضرورة كتابة كل البيانات الخاصة بالسلع على غلافها , مما يتيح توفير الحماية للمستهلك و من ثم تمكينه من اتخاذ قرار الشراء بكل حرية حيث يكون المستهلك على علم بمحتويات و كمية و مجالات و طرق استعمال كل منتج على أن يصاغ كل ما سبق بلغة بسيطة و سهلة تتيح للمستهلك استيعابها و فهمها².

1/ سعدون حمود جثير الربيعاوي و حسين وليد حسين عباس : التسويق مدخل معاصر , ط1, دار غيداء للنشر و التوزيع مصر, 2015 , ص ص : 312-314 .

2/ إياد عبد الفتاح النسور و عبد الرحمان بن عبد الله الصغير : قضايا و تطبيقات تسوية معاصرة , ط1, دار صفاء للنشر و التوزيع , عمان , 2014, ص ص : 291-292.

- تولى المراكز و الهيئات المختصة عملية وضع الموصفات القياسية للمنتجات و إلزام المنتجون بمدى أهمية تقديم البيانات الكاملة و الدقيقة و الصادقة عن منتجاتهم .
- التزام المنتجون أو البائعون بضرورة توفير الضمان للمستهلك عن السلع و الخدمات المقدمة له سواء كان هذه الضمان صريحا أو ضمنيا مكتوبا أو شفويا .
- تفعيل الرقابة الدقيقة من طرف الهيئات المختصة فيما يخص مخلفات الأسعار مع تشديد العقوبات الرادعة حتى لا يتضرر المستهلك .
- توفير الشروط الصحية لاستخدام المواد و العبوات بما في ذلك التعبئة و التغليف .
- الالتزام بتوصيل المنتجات إلى المستهلك في المكان و الزمان المناسب مع تحقيق العدالة في التوزيع .¹

لقد تم الإشارة إلى هذه الآليات في حقوق المستهلك الجزائري ، كما أنهذه الآليات التي تم سردها تمثل حق من حقوق المستهلكين ، و تبقى هذه الآليات تلقي معوقات تقف حاجزا أمام تفعيلها من عدة إطراف أو جهات .

1/أياد عبد الفتاح النصور و عبد الرحمان بن عبد الله الصغير : مرجع سبق ذكره , ص ص : 291- 292.

3-11- أكثر المواد التي تتعرض المستهلك (ة) الجزائري(ة) للغش التجاري فيها و أهم شروطها**القانونية:****1/ المواد الغذائية :**

يحتل موضوع الغذاء حيزا كبيرا في نفوس الناس على اختلاف درجاتهم و مستوياتهم لارتباطه المباشر بحياتهم و حاجاتهم الضرورية إليه , باعتبار أن المستهلك كثير الإقبال عليها و في كثير من الأحيان لا يملك الدارية الكافية و الضرورية للتقدير نوعية و جودة الغذاء .

و بالتالي الالتزام بضمان سلامة و امن المواد الغذائية له صلة مباشرة بحمايتها من التلوث سواء كان داخليا أو متعلقا بتركيبها أو خارجيا عبر ما يمكن أن يلامسها من أشياء أو أشخاص .

و من شروط سلامة المادة الغذائية ما يلي :

احتياطات التجهيز : يتم تجهيز المادة الغذائية بتعبئتها و تغليفها و تعرف التعبئة بأنها : العملية التي يتم

بمقتضاه تجهيز السلعة و تقسيمها وفق رغبات المستهلك و وضعها في حيز يحويها و يحافظ عليها

بكامل قواها الأدائية طوال عمرها الافتراضي , إما التغليف حسب المادة 3 من القانون رقم 09 / 03 ."

بأنه كل تغليف مكون من مواد أين كانت طبيعتها , مواجهة لتوظيف و حفظ و حماية و عرض منتج و

السماح بشحنه و تفريره و تخزينه و نقله و ضمان إعلام المستهلك بذلك " و يشترط أن يكون الغلاف لا

يتوافق مع عاملي المنفعة للمستهلك و الترويج للمنتجات , بان يضع الاعتبارات الجمالية جانبا و أن لا

يشكل عوائق مادية للمستهلك .¹

1/ بن بعلاش خليفة : حق المستهلك في بيئة صحية نظيفة في ظل قانون حماية المستهلك و قمع الغش , مجلة الفكر القانوني و السياسي , جامعة ابن خلدون , المجلد 6 , العدد 1 , تيارت - الجزائر , 2022, ص ص : 178- 182.

احتياطات التسليم : فيما يخص احتياطات التسليم فقد يسأل عنها المنتج إذا كان هو من يتولى تسليم السلعة وخاصة الغذائية منها للمستهلك ، و أعلامه بالجهة التي يقصد استخدامه فيها ، كما يلتزم بان يتمتع عن تسليم السلعة الخطرة للمستهلك إذا كان يظهر من حالته انه لا يحسن إدراك الخطر الذي يتهدهه مهنا كالمجنون أو السكران أو الصغير .

إلزامية النظافة الصحية للمادة الغذائية : نظافة المادة الغذائية تظهر من خلال ما يلي :

نظافة المستخدمين : حيث يلتزم المكلفون بالإنتاج أو معالجة و تحويل المواد الغذائية أو تخزينها بمراعاة شروط النظافة ، سواء تعلق بنظافة ثيابهم أوأبدانهم لمنع أي تلوث قد يصيب المادة الغذائية .

نظافة الأماكن و المحالات : يقصد بها نظافة المكان تواجد المواد الغذائية و خاصة في محالات

التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين ¹.

إذا تعتبر هذه الشروط حق من حقوق المستهلك و يجب أن تتركس لضمان سلامته الصحية أن يكون ثقافة استهلاكية من شأنها أن تساهم في حمايته من المواد المغشوشة و خاصة الغذائية منها ، كما على المنتج أو البائع أن يحترم هذه الشروط و يعمل بها حتى يقى نفسه من الوقوع في متابعات قضائية في حقه.

1/ بن بعلاش خليفة : مرجع سبق ذكره ، ص ص : 178 - 182.

2/ الأدوية :

تحسين الصحة يعتبر مدخلا للإنتاجية لكن عند تناول الفرد دواء مغشوش يترك له أثر سلبي على حياته فهي تحد من قدراته كما تؤثر على صحته , حيث أن مجموعة رؤى فكرية تدعي أن المجتمع الطبي بشكل عام و شركات الأدوية بشكل خاص و خاصة الشركات الكبيرة تعمل لأغراض شريرة و ضد الصلاح العام و أنها تخفي علاجات فعالة , حيث تزيد من تقاوم مجموعة واسعة من الأمراض و بالتالي تزيد أرباح الشركات المصنعة للأدوية .¹

كما حذرت وزارة الصحة في جريدة الأهرام بمصر سنة 25/ مايو 2010 من استخدام أو شراء الأدوية التي يتم الإعلان عنها عبر القنوات الفضائية و حددت خمسة أنواع و هي : "نوفاديكو " لعلاج الدوالي و " نوبين " لتسكين الألم " و ايزيكويت " للإقلاع عن التدخين و شاي " دكنورمنج " لتحسين " و شيني " لتساقط الشعر , نظرا لان تلك الأدوية غير مسجلة بوزارة الصحة و غير معلوم مصدرها و أو المخاطر التي تترتب عليها .² فمعظم القوانين تشدد على ضرورة تفادي الغش في الأدوية الطبية أو أي تصرف من شأنه أن يؤدي إلى التلاعب بالعلامات الطبية للمستهلكين من المرضى , سواء كان ذلك الغش أو التلاعب بالتركيب أو بالصنع , خاصة ما إذا كان صنع الأدوية على احد التصرفات الآتية :

- إذا احتوى الدواء على مادة قذرة أو معفنة أو متحللة .
- إذا جهز أو حفظ أو عبء أو غلف أو صنع بشكل غير سليم أو تحت الظروف غير صحية .
- إذا كان الدواء مصنوعا كليا أو جزئيا من مادة سامة أو ضارة .
- الغش في الإعلان عن موصفات الدواء .³

¹ /حنان كامل عبد الحميد احمد : الغش التجاري و الضوابط الشرعية لحماية المستهلك دراسة فقهية مقارنة , مجلة كلية الآداب, حولية كلية اللغة العربية , جامعة الأزهر, العدد 18, الجزء 5, مصر 2014, ص: 4444

² / علي محمد عبد الله : المرأة : العولمة و العطاء , ط1, وكالة الصحافة العربية , مصر , 2021 , ص: 19

³ / بوغيدن ويسام و بزتوت ليندة: الغش التجاري , مذكرة ماستر في تخصص القانون الخاص الشامل , قسم القانون الخاص , كلية الحقوق و العلوم السياسية , جامعة عبد الرحمان ميرا , بجاية - الجزائر , 2018/2017 , ص : 17.

3-12- دور الأطراف المسؤولة عن حماية المستهلك(ة) من الغش التجاري في الجزائر :

تعدد الأطراف و الجهات المسؤولة عن حماية المستهلكة من الغش التجاري في الجزائر و من بين أهم هذه الأطراف نذكر :

3-13- دور وزارة التجارة و الهيئات التابعة لها :

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 08 - 266 المؤرخ في 19 / أوت 2008, المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة , فإنه خول لكل من المديرية العامة لضبط و تنظيم النشاطات و التقنين و كذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية و قمع الغش صلاحية حماية المستهلك و تنظيم المنافسة و من بين الهيئات التابعة لها و هي : المديرية العامة لضبط و تنظيم النشاطات و التقنين : و من بين مهامها :

- جمع التدابير و إلزامية حماية صحة و سلامة المستهلك .
 - السهر على السير التنافسي للأسواق قصد تطوير قواعد المنافسة السليمة و النزاهة .
 - الاهتمام بطريقة جودة السلع و الخدمات , و التي تضم 4 مديريات ¹.
- مديرية المنافسة , مديرية الجودة , مديرية تنظيم الأسواق و النشاطات التجارية و المهن التقنية , مديرية الدراسات و الاستكشاف و الإعلام الاقتصادي .حيث تعتبر مديرية المنافسة و مديرية الجودة , و الاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط النشاطات و تنظيمها في إطار تنظيم المنافسة.²

1/ بدرجة رمزي : حماية المستهلك الجزائري في ظل تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية للتسويق , مجلة نما للاقتصاد و التجارة , جامعة الشاذلي بن جديد , المجلد 3, العدد 1, الطارف - الجزائر , 2019, ص : 48.

2/ شيخي شهيدة و بن مومن عائشة : دور الهيئات الرقابية المكلفة بقمع الغش التجاري , دراسة حالة مديرية التجارة لولاية تيارت , مذكرة ماستر في تخصص تجارة دولية , قسم العلوم التجارية , كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير , جامعة ابن خلدون , تيارت - الجزائر , 2016 / 2017 , ص: 05

و حماية المستهلك ,حيث يقومان بتنفيذ المهام التالية :

اقتراح مشاريع النصوص ذات الطابع التشريعي و التنظيمي المتعلقة برقية الجودة و بحماية المستهلك .

المساهمة في إرساء حق المستهلك .

المشاركة في كل الدراسات المرتبطة بالموصفات من خلال الجودة و النظافة الصحية و الأمن و المطبقة

في جميع مراحل صنع المنتوجات و تسويقها .¹

و من مهامها المخولة لها حسب المرسوم التنفيذي 14 / 18 المنظم للدارة المركزية في وازة التجارة هو

أنها تقوم بمراقبة الجودة و قمع و مكافحة الممارسات المضادة للمنافسة و كذا محاربة الممارسات التجارية

غير المشروعة, و تعتمد على أربعة مديريات تابعة لها :

- مديرية مراقبة الممارسات التجارية المضادة للمنافسة
- مديرية مراقبة الجودة و قمع الغش .
- مديرية مخابر التجارب و تحليل الجودة .
- مديرية التعاون و التحقيقات الخصوصية .

وعلى المستوى الخارجي : مديريات ولائية للتجارة , مديريات جهوية للتجارة .و تقوم هذه المصالح

بالسهر على تطبيق التشريع و التنظيم المتعلقين بالمنافسة و الجودة كما تقوم بتقديم المساعدة

للمتعاملين الاقتصاديين و المستهلكين .²

1/ شيخي شهيدة و بن مومن عائشة , مرجع سبق ذكره , ص: 05

2/ شوقي يعيش تمام و حنان اوشن : تعدد الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري , مجلة الحقوق و الحريات , جامعة محمد خيضر , العدد 4 , بسكرة - الجزائر , 2017 , ص ص : 201 - 202 .

3-14- دور القضاء الجزائري في حماية المستهلك(ة) من الغش التجاري :

و هو ممارسة الرقابة عن طريق السلطة القضائية و على المخالفين و توقيع العقوبات المقررة قانونا عليه , و الرقابة القضائية ضرورة و مظهر لاحترام الحقوق و الحريات لذا يجب أن يكون توقيع العقوبات عن طريقها , و لا يترك لأي جهة أخرى لما في ذلك من خطورة على نظام الدولة و حقوق و حريات الأفراد فلا يمكن للمستهلك أن يتمتع بأي حق من حقوقه دون أن يتوفر له حماية قضائية فاعلة و دون التأسيس النظري و العلمي للدور الإيجابي للقضاء في صيانة و تفعيل هذه الحقوق , و يبدو التأسيس النظري من خلال وضع نصوص قانونية تيسر سبل لجوء المستهلك إلى القضاء و الحصول على حقوقه التي يكفلها له القانون في حين يبدأ التأسيس العلمي من خلال تسيير الإجراءات و تقليل المصروفات إلى حد ممكن , كما تتمثل الحماية العلاجية للمستهلك في متابعة الشكاوي المقدمة من قبله و إحالتها إلى المصالح إضافة إلى ذلك تعمل على ترشيد و خلق ثقافة استهلاكية لدى المستهلك .

و صفوة القول أنه مهم كانت قوانين حماية المستهلك متقدمة و متطورة فإنها لا تؤمن حماية حقيقة للمستهلك فإذا كان النظام القضائي لا يستوعب ثقافة حماية المستهلك كان تكون إجراءاته طويلة و معقدة , أو تكون مصروفاته مرتفعة التكاليف مما يحول دون تحقيق الحماية المنشودة على الوجه الأكمل , فالحكمة تقول أن العدل البطيء يساوي الظلم و لتغلب على هذه المشكلة من الممكن تخصيص بعض الدوائر التي تكون مهمتها الفصل في القضايا التي تتعلق بحماية المستهلك و لا بد من إقرار حق المستهلك في الحصول على المساعدة القضائية و النظر في قضاياها أمام القضاء المستعجل , و اعتبار قضايا الاستهلاك من النظام العام.¹

1/ حاج شعيب فاطمة الزهرة : حماية المستهلك من الغش التجاري و التقليد , مجلة الدراسات القانونية , جامعة ابن خلدون , المجلد 09, العدد 01, تيارت - الجزائر , 2023 , ص ص : 1019 - 1020.

و في هذا الإطار سعت الجزائر سعيها نحو وضع قوانين رادعة بعقوبات شديدة , إلا أنها في بعض الأحيان لا تصل العادلة إلى مجراها نتيجة أساليب و طرق الانفلات منها , إذ على المجتمع المدني أن يساهم في تقديم المساعدة إلى الجهات المختصة من اجل محاربة هذه الظاهرة .

3-15- دور جمعيات حماية المستهلك في ترشيد و حماية المستهلك (ة) من الغش التجاري :

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا وقائيا في الحماية القبلية التي توفرها هذه الجمعيات قبل المساس بمصلحة المستهلك و لا يقتصر الأمر على نشر الوعي لدي المستهلكين حول المنتوجات و الخدمات المعروضة عليهم من خلال تحسيهم و إعلامهم فحسب , بل يمتد إلى مراقبة هذه الجمعيات إلى الأسعار وجودة هذه المنتوجات و الخدمات, ولقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي الوسيلة الأكثر فعالية في تحسيس المستهلكين نظرا لتداول المعلومات بشكل سريع ,فتلتزم جمعيات حماية المستهلك بإعلام المستهلكين و توعيتهم من المخاطر الناجمة عن المنتوجات أو الخدمات و التي تضر بأمنه و سلامته , و تتخلى هذه الحماية من خلال إعلام المستهلكين بشتى الوسائل و توعيتهم بضرورة تجنب اقتناء المواد الغذائية في الأماكن التي تفتقد للنظافة , و كذا الامتناع عن شراء المنتوجات مجهولة المصدر و التي لا تحتوى على الوسم أو التاريخ و مكان الصنع أو المنتوجات المقلدة , و يكون ذلك من خلال استعمال وسائل الإعلام المختلفة¹.

1/نادية لاکلي : دور جمعيات حماية المستهلك في ترشيد و حماية المستهلكين , مجلة الدراسات الحقوقية , مخبر القانون الاقتصادي والبيئة , جامعة وهران 2, المجلد 7 , العدد 3 , الجزائر , 2020, ص ص : 603-604

كما يعتمد الإعلام الجديد و المتمثل في صحافة المواطن وسيلة المواطن في معرفة مصلحته و المطالبة بحقوقه الاستهلاكية , و محاربة كل أنواع الخداع و الغش التجاري إذ يمكنه استخدام هذه التكنولوجيا بما يعود عليه بالنفع و على غيره , إذ تعد جمعية حماية المستهلك الجزائرية المنبر المباشر في طرح قضايا اجتماعية ذات أبعاد مختلفة عامة و خاصة من اجل محاربتها و تقديم الحماية الاجتماعية لمختلف الفئات و الشرائح في المجتمع و خاصة بالنسبة إلى المرأة (المستهلكة الجزائرية) حتى يكون هناك نوع تكافؤ الفرص في المجتمع و حتى تكون هذه الأخيرة في حالة من الاستقرار و التوازن .

3-16 - دور حماية المستهلكة لنفسها بنفسها من الغش التجاري من خلال بعض النصائح :

صحيح أن حق المستهلك في حمايته من كل أنواع الغش التجاري من مهام مؤسسات الدولة , إلا انه على كل مستهلك سواء امرأة أو رجل أن يكون على وعي و أن يكون ثقافة و سلوك استهلاكي يساعده من عدم الوقوع في الغش التجاري , إضافة إلى تعاونه مع الجهات المختصة كالتبليغ عن التجاوزات التي يتعرض لها في حالة , وفيما يلي بعض النصائح التي يمكن أن تساهم في حماية المستهلكة من الغش التجاري:

- التأكد من مصدر البضاعة التي تقومين بشرائها وطريقة الاستخدام والتخزين و الصلاحية الخاصة بها
- لا تشتري السلع مجهولة المصدر .
- تمسكي بالحصول على فاتورة بدون أعباء إضافية (مثل ضريبة المبيعات) لأنها أساس خلاف بين المستهلك و الورد .
- اطلعي على كتيبات الضمان و تحقيقي من شروط و التزامات واجبات ما بعد البيع .
- لا تتقي بالضمانات الشفهية خاصة بالسلع و أدوات الاستعمال الطويل .
- لا تتصافي وراء الإعلانات المغرية .
- ابحثي عن السلع ذات الموصفات و الجودة العالية .
- تأكدي من أن السلعة موضع عليها البيانات التي نص عليها القانون مثل السعر , الكمية , تاريخ الصنع , تاريخ انتهاء الصلاحية و بلد المنشأ¹.

1/ علي محمد عبد الله : مرجع سبق ذكره , ص : 19.

يمكن القول بان مجموعة هذه النصائح تمثل حق من حقوق المستهلكة التي لا بد لها من معرفتها و المطالبة بها في حالة عدم توفرها , كما أن هذه الحقوق نص عليها القانون الجزائري لحماية المستهلك و قمع الغش .

خلاصة :

يتضح مما سبق أن الحديث عن حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري من أصعب الأدوار التي تقوم بها الجهات الوصية , نظرا لتعدد الأطراف والعوامل المساهمة في انتشارها , وتجدر الإشارة إلى أن مؤسسات المجتمع المدني والمتمثلة في جمعيات أو منظمات المجتمع المدني يمكن أن تساهم من جهتها في التقليل من هذه الظاهرة بالاعتماد على الفرد الجزائري المنخرط أو المشارك فيها .

الفصل الرابع : الإطار التطبيقي للدراسة

4-1- مجالات الدراسة

4-2- تحليل وتفسير بيانات الدراسة

4-3- نتائج الدراسة

4-3-1- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإجابة عن الأسئلة الفرعية.

4-3-2- مناقشة النتائج العامة للدراسة

4-4- خاتمة

4-5- توصيات

4-1-1- مجالات الدراسة:

4-1-1-1- المجال البشري:

يتمثل المجال البشري لهذه الدراسة في المستهلكات الجزائريات المستهدفات بمنشورات الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك حول الغش التجاري والمتبعت لها.

4-1-1-2- المجال المكاني:

يتمثل المجال المكاني لهذه الدراسة في الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه على الفايسبوك ، وفيما يلي بطاقة تقنية حول الصفحة الرسمية لهذه المنظمة:

تعريفها	نشأتها	معلومات خاصة حولها
هي منظمة غير حكومية و غير هادفة للربح و تختص بالنشر عن كل ما يخص المستهلك و محيطه . L'organisation Apoce .Algerie	تم انشائها في 16 جوان 2012 .	بريدها الإلكتروني : apoce.org cotact@ موقعها على الواب: http// www apoce.org عدد متابعيها 1.4 مليون متابع .

المصدر :الموقع الرسمي للصفحة المتاح على الفايسبوك على الموقع: <http://www.apoce.org> على الساعة 15:09 بتاريخ 2024/02/23.

4-1-1-3- المجال الزمني:

يمثل المجال الزمني الفترة التي استغرقتها الدراسة و هذا و انطلاقا من الموافقة على الموضوع و تعيين الأستاذة المشرفة إلى غاية تسليم المذكرة في شكلها النهائي ، وعليه فقد إمتد المجال الزمني الخاص بإنجاز هذه الدراسة ما بين أواخر شهر ديسمبر 2023 إلى أوائل شهر جوان 2024 ، حيث تم إعداد الجانب النظري أولا والذي أخذ الجزء الأكبر من فترة الدراسة فاستغرق حوالي أربعة أشهر من شهر جانفي 2024 إلى شهر أفريل وهذا لأجل جمع المادة النظرية للدراسة ، ثم تم الانتقال إلى الجانب الميداني أين استغرق إعداد استمارة تحليل المضمون وتحليل وحداتها وفئاتها حوالي ثلاثة

أسابيع من 2024/04/20 إلى 2024/05/20 ، وأخيرا استخلاص نتائج الدراسة وضبط المذكرة في شكلها النهائي والذي إمتد حتى 2024/06/19.

4-2- تحليل وتفسير بيانات الدراسة :

1/ وحدات الشكل :

1.1 وحدة الشخصية:

جدول رقم (5) يوضح وحدة الشخصية المعنية بالسلعة موضوع الغش التجاري في المنشور

النسبة %	التكرار	الشخصية / الفئة
25%	04	امراة
18.75%	03	رجل
31.25%	05	طفل
* 75 %	* 12	المجموع

مصدر الجدول هذا البحث

كشفت المعطيات الكمية من خلال الجدول الموضح أعلاه ، والمتمثل في وحدة الشخصية المعنية بالسلعة موضوع الغش التجاري ، أن فئة شخصية الطفل جاءت في المرتبة الأولى وذلك بمعدل (05) تكرارات أي بنسبة (31.25 %) حيث توجهت الصفحة بمنشوراتها الخاصة به إلى الأم المستهلكة ، باعتبارها المسؤولة عن تلبية حاجياته الاستهلاكية خاصة مع صغر سنه ، يمكن أن تتعرض إلى الغش التجاري في السلع الخاصة بأطفالها، ثم تأتي فئة شخصية المرأة في المرتبة الثانية بمعدل (4) تكرارات أي بنسبة (25 %) وهي المستهلكة التي توجهت لها الصفحة بمنشورات عن السلع التي تستهلكها والتي هي مغشوشة بشكل كامل أو في أحد مكوناتها.

* التكرار اقل من حجم العينة (16) والنسبة المئوية اقل من (100%) ذلك إن السلع المشتركة التي كان تكرارها (4) ليس معروف الشخصية التي تستهلكها فهي مشتركة بين المستهلكة وأفراد أسرتها.

أو أنها لا تخضع للشروط القانونية المنظمة لبيع هذه السلع ، ثم تأتي فئة شخصية الرجل في المرتبة الثالثة والأخيرة بـ (3) تكرارات وبنسبة (12.75 %).

والتي تمثلت حسب هذه الدراسة في الزوج ، لأن الزوجة المستهلكة قد تتعرض للغش التجاري عند شرائها لسلع تخصه ، وخاصة إذا كانت هذه المرأة عاملة لأن ليس كل النساء الجزائريات عاملات ، أو هي المسؤولة عن تلبية احتياجات زوجها من السلع وهذا لا يكون دائما وإنما بنسبة منخفضة حسب ما بينته نتائج الدراسة.

1.2 / وحدة الزمن :

جدول رقم: (6) يمثل فئة زمن الفيديو المخصص للحديث عن موضوع الغش التجاري في المنشور

زمن الفيديو	مدته	التكرار	النسبة %
الفيديو رقم 01	د2	1	%6.25
الفيديو رقم 02	د3	1	%6.25
الفيديو رقم 3	2 د و 30 ثا	1	%6.25
الفيديو رقم: 04	1 د و 46 ثا	1	%6.25
الفيديو رقم: 05	3 د و 58 ثا	1	%6.25
المجموع	13 د	*05	% *31.25

مصدر الجدول هذا البحث

* التكرارات اقل من 16 والنسبة اقل من 100% لان منشورات عينة الدراسة في الصفحة لم تأتي على شكل فيديوهات فقط ، بل تنوعت حيث أن بعض المنشورات لم تأتي على شكل فيديوهات .

من خلال الجدول أعلاه تبين أن المدة الزمنية لجميع فيديوهات صحافة المواطن عن الغش التجاري والتي تنشرها في نفس الوقت صفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه وذلك بتكرار واحد بنسبة (6.25%) لم تتجاوز أربعة دقائق ، لان طبيعة فيديوهات صحافة المواطن قصيرة حتى لا تشعر المستهلكة المستهدفة بالملل عند مشاهدتها إذ تقدم لها المعلومات المهمة عن الغش التجاري، إذ يمكن للمواطنين الصحفيين نشر المزيد من الفيديوهات حول هذه التجاوزات التجارية في نفس اليوم وفي الساعات الموالية نظرا لاهتمام المستهلكة الكبير بها، ونظرا لان ظاهرة الغش التجاري تسجل ارتفاعا وانتشارا واسعا في الجزائر و من جهة أخرى إن هذه التجاوزات التجارية قد تؤدي بحياة المستهلكة أو أحد أفراد أسرتها إذا تعلق الاستهلاك بسلعتهم وخاصة السلع الحساسة سريعة التلف التي تشكل خطورة على حياتهم إذا تم الغش فيها، وقد تبين أيضا أن هذه الفيديوهات قد تم تصويرها من طرف المواطنين الصحفيين بكل احترافية نتيجة توفر التقنيات المتطورة في مجال الاتصال كما تم مشاركتها من طرف صفحة المنظمة محل الدراسة بجودة عالية وهذا راجع للتطور التقني للإنترنت حيث تكون تلك الفيديوهات واضحة ومفهومة من طرف المستهلكة و بالتالي تساهم في توعيتها من الغش التجاري الذي يمكن أن تتعرض له ، وبالتالي المساهمة في حمايتها وحماية جميع أفراد أسرتها موضوع الدراسة.

2- فئات الشكل:

. جدول رقم: (7) يوضح فئة اعتماد الصفحة على صحافة المواطن في منشوراتها.

الفئة	التكرار	النسبة %
صحافة المواطن بطريقة حصرية	08	50%
صحافة المواطن بطريقة تشاركية	التكرار	النسبة %
أسلوب صحافة المواطن والحوار في التلفزيون	05	31.25%
أسلوب صحافة المواطن والمكاتب الولائية	03	18.75%
المجموع	16	100%

مصدر الجدول هذا البحث

يوضح الجدول التالي طريقة اعتماد الصفحة على صحافة المواطن في منشوراتها حول الغش التجاري، حيث جاءت فئة صحافة المواطن بطريقة حصرية وفئة صحافة المواطن بطريقة تشاركية في نفس المرتبة وذلك بتكرار (8) و بنسبة (50%)، فتعتمد الصفحة على أسلوب صحافة المواطن بطريقة حصرية كونها تمتاز بالشفافية و الأنية والسرعة في نقل المعلومة التي تخص المستهلكة الجزائرية عن تجاوز معين يعتبر غشا تجاريا ، إذ تعمل على تحقيق سبق صحفي حصري مباشر يعتمد على مواطنين يعتبرون شهود عيان على حالة غش حدثت معهم أو مع غيرهم سواء كان هذا الحدث معلومة أو خبر أو أي تهديد لسلامتها فيقومون بإرسالها إلى الصفحة حتى يعلم بها أشخاص آخريين ، أما فيما يخص صحافة المواطن بطريقة تشاركية ، فقد جاء أسلوب صحافة المواطن و الحوار مع التلفزيون في المرتبة الأولى بتكرار (5) بنسبة (31.25%) لأن صحافة المواطن كثيرا ما تقدم معلومات تعتمدها وسائل الإعلام ، خاصة وقد أصبح لهذه الأخيرة صفحات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا موقع الفايسبوك، باعتباره أكثر المواقع التي يعتمدها أغلب الأفراد الجزائريين ويطلق البعض على صحافة المواطن أنها صحافة تشاركية كونها تعتمد على أسلوب المشاركة وذلك بمشاركة مضامين إعلامية تلفزيونية طرحت فكرة الغش التجاري على المستهلكة الجزائرية على صفحاتها

قصد إيصالها إلى فئة كبيرة من الجماهير خاصة في ظل رقمنة وسائل الإعلام التقليدية ، أما بالنسبة لفئة أسلوب صحافة المواطن والمكاتب الولائية المتخصصة في النظر في قضايا المستهلك جاءت في المرتبة الثانية و الأخيرة بتكرار (3) أي بنسبة (18.75 %) هذه المكاتب موزعة على 58 ولاية عبر الوطن لأن هناك من يفضل التوجه إليها لطرح مشكلة أو ما يتعرض إليه من غش تجاري ، كما أن هذه المعلومات المقدمة من طرف هؤلاء المترددين على هذه المكاتب في أحيان كثيرة يقومون بنشرها وتكون حول سلعة تخص المستهلكة أو أحد أفراد أسرتها إذا تعلق الأمر بسلعتهم.

الجدول رقم (8) يوضح فئة لغة صحافة المواطن التي تعتمد على الصفحة في منشوراتها.

الفئة	التكرار	النسبة %
لغة عربية فصحي	05	31.25 %
العامية الجزائرية	02	12.50 %
مزيج بين العربية الفصحى والعامية الجزائرية	04	25 %
لغة فرنسية	00	00
مزيج بين اللغة الفرنسية واللغة العربية الفصحى	02	12.50 %
مزيج بين اللغة الفرنسية و العامية الجزائرية	01	6.25 %
مزيج بين اللغة الفرنسية واللغة العربية الفصحى والعامية الجزائرية.	02	12.50 %
المجموع	16	100 %

مصدر الجدول هذا البحث

من خلال الجدول الممثل أعلاه يتضح أن اللغة العربية الفصحى هي المعتمدة بشكل أكبر في صحافة المواطن التي تعتمد على الصفحة في منشوراتها، إذ جاءت في المرتبة الأولى وذلك بتكرار (5) بنسبة (31.25%) لأن الصفحة ذات طابع رسمي و اللغة العربية الفصحى تمثل لغة النظام والقانون، فهي تعتمد عليها لكن بشكل مبسط يمكن للعام و الخاص فهمها والتجاوب معها ، فهي تبعد عن المصطلحات الصعبة وتميل إلى استعمال مصطلحات مفهومة لا تتطلب تدقيق لغوي لفهمها ، وذلك لأن جمهور المستهلكين الجزائريين بما في ذلك المستهلكة الجزائرية تتفاوت مستوياتهم التعليمية و الثقافية ، ولكي تحقق الصفحة هدفها في حماية المستهلكة من الغش التجاري لابد من اختيار أسلوب سهل ومفهوم لدى العام و الخاص ، كما أنها تعتمد على مزيج لغوي بين اللغة العربية الفصحى و العامية الجزائرية والتي جاءت في المرتبة الثانية وبتكرار (4) أي بنسبة (25 %) وذلك إذا تعلق الأمر بالمصطلحات القانونية لأنها تتميز بالتعقيد ولا يفهمها إلا أهل الاختصاص لذا يتم تدعيمها باللهجة الجزائرية حتى تتمكن المستهلكة الجزائرية من فهمها وبالتالي توعيتها و حمايتها من الغش التجاري ولجمهور المستهلكين المتابعين للصفحة ، كما أنها تعتمد في منشوراتها على العامية الجزائرية و جاءت في المرتبة الثالثة و بتكرار (2) أي بنسبة (12.50 %)، خاصة إذا طرحت الفكرة من المواطن الصحفي من شأنها وضع حد لكثير من الاختلالات التي تفرزها ظاهرة الغش التجاري، ويظهر ذلك في حملات الهاشتاغ(≠) لمقاطعة منتج أو سلعة معينة تجاوزت أسعار خيالية ، أو أنه يشكل خطر على صحة المستهلكة و أفراد أسرتها ، كما أنها تعتمد على مزيج بين اللغة الفرنسية و العربية الفصحى التي جاءت في المرتبة الثالثة وبنفس التكرار(2) والنسبة (12.50 %) من أجل شرح مصطلحات طبية أو مكونات السلع كالمواد الغذائية أو أنواع من الأدوية المحظورة قانونيا لغياب المواصفات القانونية فيها أو الأدوية التي تباع في بعض الصيدليات وهي لا تحمل رخصة من الصيدلية المركزية لأنها تصنف على أنها مواد شبه طبية ومكان بيعها هو المحلات التجارية و ليس الصيدلية، كما تعتمد على اللغة الفرنسية و العربية الفصحى والعامية الجزائرية حيث جاءت في المرتبة الثالثة بنفس التكرار (2) والنسبة (12.50 %)، خاصة عندما تكون المعلومة مقدمة من طرف طبيب أو مختص في التغذية عن مكون لسلعة ما باللغة الفرنسية ، و يعتمد على اللغة العربية الفصحى لأنه يخاطب جماهير مختلفة و المستهلكة

الجزائرية منهم حتى تتمكن من فهمها و التجاوب معها، أما اللغة الفرنسية كانت نسبتها معدومة ذلك إن صحافة المواطن من خلال هذه الصفحة في طرحها لموضوع الغش التجاري على المستهلكة تخاطب عامة الجمهور حتى ولو كان هناك متقنون باللغة الفرنسية حتى تساهم في توعية مختلف المستهلكات الجزائريات من الغش التجاري على اختلاف مستواهم التعليمي والثقافي.

. جدول رقم(9): يوضح أشكال صحافة المواطن التي تعتمدها الصفحة في منشوراتها

الفئة	التكرار	النسبة %
الخبر		
خبر عاجل	04	25 %
خبر غير عاجل	03	18.75 %
تقرير صحفي	06	37.50 %
حوار صحفي	00	00
تحقيق صحفي	03	18.75 %
المجموع	16	100 %

مصدر الجدول هذا البحث

تبين المعطيات الكمية في الجدول أعلاه أن فئة أشكال صحافة المواطن التي تعتمدها الصفحة في منشوراتها متنوعة، حيث نجد أن فئة التقرير الصحفي تمثل المرتبة الأولى بتكرار (6) أي بنسبة(37.05%)، حيث أن الصحفيون المواطنون لديهم القدرة على إنتاج تقارير صحفية مثل تلك التي تعد في وسائل الإعلام الحديثة خاصة بالنسبة للتلفزيون من حيث الجودة العالية والأسلوب الدقيق كما لو كان منتجا أو محررا أو مقدم برنامج ، وذلك أن المواطن الصحفي يحمل صفات الصحفي المهني أو المحترف فهو شخص موهوب وهاوي ، إضافة إلى أن التكنولوجيا المتطورة تساعده في ذلك وبالتالي فهو يعد تقارير صحفية تحتوي على معلومات أو بيانات عن سلع استهلاكية مغشوشة تخص المستهلكة الجزائرية أو أحد أفرادها ، تليها فئة الخبر في شكله العاجل في المرتبة الثانية بتكرار (4) أي بنسبة(25 %) ذلك أن صحافة المواطن من خصائصها النشر الفوري والسرعة في نقل الخبر في الوقت نفسه، فهي تتعامل مع

الخبر لحظة حدوثه أو وقوعه لأهميته أو خطورته ، مثلا كسحب سلعة من السوق كانت ستسبب خطرا على الصحة العامة وتضر المستهلكة أو أحد أفراد أسرتها، أما في ما يخص الخبر في شكله غير العاجل جاء في المرتبة الثالثة بتكرار (3) أي بنسبة (18.75 %)، هذا لأن صحافة المواطن تعتمد على التكرار فتضع الصفحة أخبار سابقة قصد التذكير بها أو إيصالها إلى متابعين جدد لصفحتها ، كما تساوت هذه الفئة مع فئة التحقيق الصحفي في نفس المرتبة والتكرار والنسبة إذ أن صحافة المواطن تتحقق من معلوماتها عن الغش التجاري قبل نشرها على الصفحة حتى لا تتعرض للنقد أو الخطأ الذي يترتب عنه المسؤولية الجزائية وبالتالي عدم الثقة في مضامينها ، أما بالنسبة لفئة الحوار الصحفي فكانت معدومة ذلك أن الحوار الصحفي غالبا ما يظهر في القنوات التلفزيونية و الإذاعية بين أطراف كل في مجال معين ، يتأسس هذا الحوار مقدم البرنامج بطرحه أسئلة على الضيوف ويتولى مسؤولية تنظيم الحوار ، في حين تعتمد صحافة المواطن هذا الأسلوب فقط من خلال مشاركة حوار معين على صفحتها على الفايسبوك.

. الجدول رقم (10): يوضح فئة نوع منشور صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة

الفئة	التكرار	النسبة %
نص على شكل بيان	03	18.57%
صورة فوتوغرافية	02	12.50%
فيديو لايف	02	12.50%
صورة فوتوغرافية مصحوبة بتعليق	04	25%
فيديو مصحوب بتعليق	03	18.75%
كاريكاتير	02	12.50%
المجموع	16	100%

مصدر الجدول هذا البحث

تشير المعطيات الكمية في هذا الجدول أن نوع منشور صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة فيما يتعلق بالغش التجاري متنوعة ، حيث أن فئة الصورة الفوتوغرافية المصحوبة بتعليق كانت في المرتبة الأولى بتكرار (4) أي بنسبة (25 %) كون الصورة لا تتطلب أي تكلفة أو جهد أو وقت ويستطيع المواطن الصحفي التقاطها في جزء من الثانية بهاتفه الذكي سواء كان بطريقة سرية أو علنية ثم يضيف عليها تعليق لتوضيحها بشكل أكبر، فكثيرا ما تنتشر هذه الصفحة صورا عن مواد غذائية مغشوشة لا تخضع لشروط سلامة المادة الغذائية أو سلعة أخرى تخص المستهلكة أو أفراد أسرته الذين تتعلق بهم عملياتها الشرائية، كما قد تكون الصور حول سلوكيات بعض التجار الذين يتعدون على حقوق المستهلكة خصوصا الغش في الميزان بإنقاص الوزن أو رفع ثمن سلعة وغيرها من التجاوزات التجارية الأخرى، كما أن هذه الصور تصدر من طرف أطباء أو أخصائيين في التغذية على اعتبارهم مواطنين صحافيين ، ثم تليها فئة فيديو مصحوب بتعليق في المرتبة الثانية بتكرار (3) أي نسبة (18.75 %)، فالفيديو يمثل الدليل القاطع لأنه يتكون من مجموعة صور متحركة وبإضافة تعليق مناسب عليه يصبح أكثر تعبيراً ، ويتعمد الصحفي المواطن استخدام هذا الأسلوب لإعطاء مصداقية أكثر لما عاشه من حالة الغش التي تمس مصلحته ومصلحة باقي المستهلكين ومنهم المستهلكة الجزائرية إلا أن هذا الأسلوب معتمد بشكل أقل مقارنة بالصورة الفوتوغرافية المصحوبة بتعليق ، تليها فئة فيديو لايف في المرتبة الثالثة بتكرار (2) وبنسبة (12.50 %) وهو فيديو مباشر من طرف مواطن صحفي يكشف أو يوضح حالة من حالات الغش التجاري تعرض لها أو حدثت لغيره ويظهر هذا خاصة في السلع المطلوبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من عند أشخاص مجهولين ، وقد تساوت هذه الفئة مع فئة صورة فقط وكاريكاتير في نفس المرتبة وبنفس التكرار والنسبة فكلاهما عبارة عن صورة تجسد نوع من أنواع السلع المغشوشة التي تقتنيها المستهلكة لنفسها أو لأحد أفراد أسرتها (زوجها ، ابنها) ، وقد تتمثل في رسما معبرا (كاريكاتير) والذي يعد من فنون الصحافة الحديثة و من بين الأساليب الإقناعية التي يمكن أن تستعين بها صحافة المواطن في توعية المستهلكة من التجاوزات التجارية التي قد تتعرض لها في سلعة تخصصها أو تخص أحد أفراد أسرتها موضوع الدراسة.

. الجدول رقم (11): يوضح فئة عنوان منشور صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة

الفئة	التكرار	النسبة %
منشور بعنوان		
عنوان مباشر	06	37.50 %
عنوان غير مباشر	03	18.75 %
عنوان استفهامي يثير موضوع للنقاش	05	31.25 %
المجموع الجزئي	14	87.50 %
منشور بدون عنوان	02	12.50 %
المجموع	16	100 %

مصدر الجدول هذا البحث

من خلال الجدول السابق يتضح أن المنشورات التي لها عناوين والتي كان إجمالها (14) منشور قد إحتلت المرتبة الأولى بنسبة (87.50%) حيث أن العناوين المباشرة جاءت في المرتبة الأولى بتكرار (6) أي بنسبة (37.50 %) وهذا لأن العناوين تمثل الواجهة الأمامية للمنشور ، فإذا كان العنوان مباشرا يسهل على الجمهور فهمه بما في ذلك المستهلكة الجزائرية ، وقد تكفي بعض المستهلكات بقراءة العنوان فقط دون إكمال باقي النص لأن العنوان وحده كفيل بتحقيق الفهم وهذا هو هدف صحافة المواطن التي تعتمد على هذا النوع من العناوين في عرض منشور الغش التجاري الذي تستهدف به مختلف المستهلكين الجزائريين بما فيهم المرأة المستهلكة ، وجاءت العناوين المعروضة للنقاش أي المطروحة بطريقة إستفهامية في المرتبة الثانية بتكرار (5) أي بنسبة (31.25 %) وذلك لأن منشورات هذه الصفحة من المواطن وإلى المواطن ، فعند طرح موضوع للنقاش حول منتج أو سلعة معينة تحتوي على نوع من الغش التجاري تكون هناك

حاجة لإبداء الرأي في هذا الفضاء الافتراضي أي بإمكان الجميع مشاركة رأيه أو فكرته عن طريق التعليق حتى يستفيد الجميع ويكون خبرات ومعلومات حول هذه السلعة ، أما العناوين الغير مباشرة جاءت في المرتبة الثالثة بتكرار (3) أي بنسبة (18.75%) ذلك لأن فهم ومعرفة ما جاء في هذا المنشور يتطلب من المستهلكة قراءة ما بين السطور ، كما يتطلب الأمر قراءتها للنص المنشور وعنوانه مرتين أو أكثر حتى تفهم محتوى ذلك المنشور عن السلعة المغشوشة و المعروضة ، وهناك منشورات بدون عنوان تترك الخيار للجمهور بما في ذلك المستهلكة الجزائرية في وضع عنوان مناسب لها حسب درجة وعيها وفهمها ، أو يكون محتوى المنشور واضح فلا تحتاج إلى عنوان من أجل فهمه.

3/ فئات المضمون:

- جدول رقم(12) يوضح فئة أهداف الصفحة من خلال اعتمادها على صحافة المواطن في منشوراتها عن الغش التجاري.

فئة أهداف الصفحة من خلال اعتمادها على صحافة المواطن في منشوراتها عن الغش التجاري		مؤشراتها	الفئة
التكرار	النسبة %		
تكوين ثقافة استهلاكية قبلية لدى المستهلكة الجزائرية حسب ما نص عليه القانون			
1	6,25 %	التأكد من نظافة مكان البيع	
1	6,25 %	التأكد من سلامة السلعة المباعة في الأسواق	
1	6,25 %	التأكد من تدوين مكونات السلعة	
1	6,25 %	التأكد من عدم تضخيم سعر السلعة	
1	6,25 %	التأكد من الحفظ المناسب للسلعة	
1	6,25 %	الحق في تجريب السلعة	
1	6,25 %	الحق في الإعلام بسعر السلعة من طرف التجار وحتى فيما يخص السلع المسوق لها إلكترونيا.	
07	43.75 %	المجموع الجزئي	
تكوين ثقافة استهلاكية بعديّة لدى المستهلكة حسب ما نص عليه القانون			
1	6,25 %	التأكد من وصل الشراء	
1	6,25 %	ضرورة الحصول على شهادة ضمان اذا استدعت السلعة ذلك	
02	12.50 %	المجموع الجزئي	
الإجراءات الواجب على المستهلكة العمل بها في حالة تعرضها للغش التجاري			
1	6,25 %	إمكانية استبدال السلعة	

1	إمكانية رد السلعة	6,25 %
1	استخدامها لتطبيقات خاصة بالشكوى	6,25 %
1	الاتصال برقم المنظمة باعتبارها وسيط بين المستهلكة والجهات المسؤولة عن حمايتها	6,25 %
04	المجموع الجزئي	25 %
توعية المستهلكة بحالات الغش التجاري التي يمكن أن تتعرض إليها		
تجاوزات على حساب الصحة		
2	عدم احترام شروط النظافة	12.50%
2	سلع يدخل في إنتاجها مكونات كيميائية مضرّة بالصحة	12.50%
1	عدم احترام شروط التبريد الخاصة بالسلع الحساسة	6.25 %
تجاوزات على حساب المصلحة الاقتصادية		
2	تسعير السلع بأسعار غير قانونية	12.50%
1	البيع المشروط	6.25%
1	الغش في الكيل	6.25%
10	المجموع الجزئي	24%
توعيتها بعقوبة التجار الممارسين للغش التجاري		
1	عقوبة التغريم بالمال	6.25%
1	عقوبة الغلق المؤقت	6.25%
1	عقوبة السجن	6.25%
03	المجموع الجزئي	18.75%
*25	المجموع الكلي	*155%

مصدر الجدول هذا البحث

*التكرار اكبر من حجم العينة (16) و النسبة اكبر من (100 %) ، ذلك ان الجدول يمثل مؤشرات الفئات الفرعية

يوضح الجدول المدون أعلاه فئة أهداف الصفحة من خلال اعتمادها على صحافة المواطن في منشوراتها عن الغش التجاري ، حيث قسمت إلى فئات فرعية وهي كالتالي: تكوين ثقافة قبلية حسب ما نص عليه القانون وضمن هذه الفئات مؤشرات كما هو موضوع في الجدول أعلاه ، حيث كانت هذه المؤشرات متساوية بتكرار قدره (7) أي بنسبة إجمالية قدرها (43.75%) هذا لأن من بين أهداف الصفحة تعريف المستهلكة الجزائرية بحقوقها حسب ما نص عليه القانون الجزائري، حتى تضمن لنفسها ثقافة قبلية تحميها من الوقوع في الغش التجاري ، وان تكون على وعي بسلوكياتها الاستهلاكية قبل الشراء إذ أن التأكد من نظافة مكان البيع والتأكد من صلاحية السلعة المباعة في الأسواق يحميها أو أفراد أسرته من خطر الإصابة بالتسمم ، و التأكد من تدوين مكونات السلعة ومن عدم تضخيم سعر السلع يحميها من دفع مبلغ أكثر من قيمته ، و التأكد من الحفظ المناسب للسلعة يقيها من خطر الإصابة بأمراض خطيرة نتيجة تفاعل المواد المكونة للسلعة مع بعضها بسبب غياب شروط التخزين المناسبة .

وكذلك حق المستهلكة في تجريب السلعة و الحق بمعرفة سعرها من طرف التجار حتى في مجال التسويق الإلكتروني والذي من شأنه الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلكة ،أما بالنسبة لفئة تكوين ثقافة استهلاكية بعدية لدى المستهلكة حسب ما نص عليه القانون جاءت في المرتبة الثانية بتكرار (2) أي بنسبة قدرها (12.50%) وتساوت هذه الأخيرة مع فئة الإجراءات الواجب على المستهلكة العمل بها في حالة تعرضها للغش التجاري بنفس التكرار ونفس النسبة ، ذلك أن القانون الجزائري يضمن للمستهلكة حق ما بعد البيع ، إذ على المستهلكة المطالبة به لأنه يعتبر دليل على عمليتها الشرائية ويتجسد ذلك في وصل الشراء و شهادة الضمان مما يسهل عليها إعادة السلعة أو تغييرها في حالة وجود عيب فيها والمطالبة بالتعويض كحق من حقوقها ، ومن حقها أيضا سلامة السلعة التي تستهلكها وتقديم شكوى في حالة ملاحظة أي تجاوز يمس مصلحتها أو مصلحة أحد أفراد أسرتها .

وفي هذا الإطار كثيرا ما تنشر الصفحة عن تطبيق خاص بالشكاوي يطلق عليه تطبيق اشكي وهو أول آلية رقمية متعلقة بالشكاوي و التبليغ عن التجاوزات التجارية و الهدف منه تسهيل الأمر على المستهلكة بتوفير مشقة جهد أو

وقت أو مصاريف أثناء توجيهها للقضاء ،وتنشر الصفحة الرقم الأخضر 3311 و الذي بإمكان المستهلكة الجزائرية الاتصال به للتبليغ أو الاستفسار حول أي موضوع يخص الاستهلاك خاصة الغش التجاري ، و يعتبر التطبيق اشكي و الرقم الأخضر وسيط بين المستهلك (ة) الجزائري(ة) والجهات المسؤولة عن حمايتها من الغش التجاري وهذا ما كشفت عنه دراسة الطالبة رحابي نور الهدى في دراستها حول **التظليل في الإعلانات التجارية** ، حيث توصلت إلى نتيجة مفادها كثرة الشكاوي المقدمة من طرف المستهلكين في الصفحة الرسمية لحماية المستهلك بسبب الغش المتزايد في المنتجات ، ثم تليها فئة حالات الغش التجاري التي يمكن أن تتعرض إليها والتي انقسمت إلى تجاوزات على حساب الصحة و تجاوزات على حساب المصلحة الاقتصادية ، والتي جاءت في المرتبة الرابعة بتكرار إجمالي (10) ما يقابلها نسبة (62.50 %)، كما تساوت مع فئة توعيتها بعقوبة التجار الممارسين للغش التجاري والتي تنقسم إلى عقوبة التغميم بالمال و عقوبة الغلق المؤقت و عقوبة السجن ، حيث أن التجاوزات الصحية تشكل ضررا كبيرا على صحة المستهلكة أو صحة أحد أفراد أسرتها إذا استهلكوا سلعة لا تخضع للشروط الصحية اللازمة ، كما قد تسبب لها مضرة من الناحية الاقتصادية كدفعها ثمن أكبر من قيمة السلعة و دفع ثمن إضافي للعلاج من أضراره ، وبالنسبة للبيع المشروط الذي يفرض على المستهلكة إقتناء سلعة مع سلعة أخرى قد لا تحتاجها ك شراء كيبس حليب مع كيبس شربات أو غيرها ، أما بالنسبة لتوعيتها بعقوبة التجار الممارسين للغش التجاري هذا كي لا تتوانى المستهلكة في التبليغ عنهم من أجل المصلحة العامة و من أجل التقليل من هذه الظاهرة.

جدول رقم(13) يوضح فئة مصدر معلومات صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري.

مصدر معلومات صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري		التكرار	النسبة %	المؤشرات
صفحات رسمية لمؤسسات على الفايسبوك				
صفحات مؤسسات إعلامية				
مصدر معلومات صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري				الفئة
صفحات رسمية لمؤسسات على الفايسبوك				
صفحات مؤسسات إعلامية				
		التكرار	النسبة %	
		1	6.25 %	الشروق
		00	00	النهار
		1	6.25 %	البلاد
		02	12.50 %	المجموع الجزئي
		صفحات مؤسسات أمنية		
		1	6.25 %	درك وطني
		00	00	مصالح الشرطة
		1	6.25 %	الجمارك
		02	12.50 %	المجموع الجزئي
		صفحات مؤسسات تابعة لقطاع التجارة		
		1	6.25 %	وزارة التجارة
		2	12.50 %	مديريات التجارة
		3	18.75 %	المجموع الجزئي
		أخصائيين في مجال معين		
		2	12.50 %	أخصائي في الصحة
		2	12.50 %	أخصائي في التغذية
		00	00	أخصائي في علم النفس
		1	6.25 %	أخصائي في القانون
		1	6.25 %	أخصائي في الفقه
		06	37.50 %	المجموع الجزئي

أشخاص عاديون	3	18.75 %
المجموع الكلي	16	100 %

مصدر الجدول هذا البحث

كشفت المعطيات الكمية المتمثلة في الجدول الموضح أعلاه عن فئة مصدر معلومات صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة أن نسبة الأشخاص العاديين جاءت في المرتبة الأولى وذلك بتكرار (3) أي بنسبة (18.75%) ذلك أن الأشخاص العاديون هم مواطنون متطوعون من المجتمع المدني و تختلف مستوياتهم التعليمية و الثقافية و الاقتصادية من مواطن لآخر ، راسلوا الصفحة بتقديم معلومات و أخبار عن ممارسات غير مشروعة لبعض التجار و المتمثلة في الغش التجاري لسلعة تخص المرأة أو أفراد أسرتها (موضوع الدراسة) ، وذلك من خلال نقل تجربتهم مع هذا السلوك إلى المرأة المستهلكة وغيرها من المستهلكين حتى لا يكونوا ضحية لنفس الفعل ، كما قد يكشفوا عن أساليب للغش يمارسها بعض التجار و يجهلها المستهلكين بما فيهم المستهلكة الجزائرية ، تليها فئة أخصائيين في مجال معين و التي جاءت في المرتبة الثانية بتكرار إجمالي قدر بـ (6) أي بنسبة إجمالية قدرها (37.50 %) وتتوزع بين مجموعة من المختصين في مجال معين ، حيث تساوت نسبة أخصائي في الصحة أو أخصائي في التغذية بتكرار (2) ما يقابلها (12.50 %) حيث أن هؤلاء المختصين هم أيضا أشخاص متطوعين وأصحاب شهادات عليا و مكونون في هذا المجال ، يقومون بتقديم معلومات للصفحة من اجل نشر الوعي من خلال تقديم معلومات علمية نابعة من تجارب علمية متخصصة ، من خلال الكشف عن سلع تسبب أعراض جانبية للمستهلكة أو أفراد أسرتها إذ قاموا باستهلاكها ، كما كانت فئة مختص في الفقه و أخصائي في القانون أيضا متساوية بتكرار قدره (1) أي بنسبة (6.25 %) إذ أن هؤلاء أيضا يقدمون معلومات للصفحة لردع التجار أو المنتجين المخالفين و ذلك من خلال التعريف بحق المستهلكين الجزائريين بما فيهم المستهلكة وفق ما نص عليه القانون و الشرع ، أما فيما يخص الصفحات الرسمية لمؤسسات على الفايسبوك كمصدر لصحافة المواطن التي تعتمد الصفحة و التي تنوعت بين مؤسسات إعلامية (النهار ، الشروق، البلاد) و صفحات

مؤسسات تابعة لقطاع التجارة (وزارة التجارة، مديرية التجارة لولاية ما) فكانت نسبة مديريات التجارة و الجمارك متساوية وذلك بتكرار (2) أي بنسبة (12.50 %) ذلك أن هاتين الجهتين تمتلكان صفحة رسمية على الفايسبوك تنشران من خلالها كل ما يتعلق بالتجاوزات التي تحصل ضد المستهلك من سلع مغشوشة ، سلع موجهة للمضاربة ، سلع لا تحمل مواصفات قانونية وغيرها من التجاوزات، فإن الصفحة تعتمد على مثل هذه المعلومات كمصدر لها وقد تكون هذه المعلومات قد حصلت عليها هذه الجهات من طرف مواطن صحفي وهذا كما أشارت إليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام عن طريق التبليغ و من اجل إيصالها إلى متبعيها و في كثير من الأحيان تكون السلع المعنن عنها في تلك الصفحات تخص المستهلكة الجزائرية أو أفراد أسرتها، أو هم جميعا إذا كانت السلعة مشتركة بينهم .

كما تساوت أيضا هذه الأخيرة مع نسبة صفحة وزارة التجارة و صفحة الدرك الوطني بتكرار قدره (1) أي بنسبة (6.25 %) ورغم قلة نسبتها التي ربما ترجع إلى الفترة الزمنية التي أخذت فيها المنشورات ، إلا أن لهما دور في حماية المستهلكين بما فيهم المستهلكة الجزائرية وذلك من خلال إصدار أوامر من طرف وزارة التجارة في سبيل حماية المستهلك من كل أنواع الغش بما في ذلك التجاري مع إلزامية تنفيذ هذه الأوامر و القرارات من طرف المصالح المعنية بما في ذلك مصالح الدرك الوطني، أما بالنسبة لصفحات مؤسسات إعلامية فكان تكرارها (2) أي بنسبة إجمالية قدرها (12.50 %) ذلك أن هذه المؤسسات بصفحاتها الرسمية تتحول في كثير من الأحيان إلى مصدر معلومات بالنسبة لصحافة المواطن ، لأنها تعالج هي أيضا موضوع الغش التجاري وتنشر مختلف الحوارات والحصص على صفحاتها و بذلك تعتمد صحافة المواطن وتنشرها على صفحاتها مع إضافة أساليب خاصة بها كالتعليق عليها وهذا ما أشارت إليه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

أما بالنسبة لصفحة قناة النهار و صفحة مصالح الشرطة فكانت نسبتها معدومة ، وربما يرجع ذلك إلى أن الصفحة لا تعتمد على منشوراتها ، إلا أنهما في الحقيقة يساهمان في حماية المستهلكة من الغش التجاري كل حسب محدودية مهامه.

الجدول رقم (14) يوضح فئة الجمهور المستهدف بصحافة المواطن التي تعتمدها الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري.

فئة الجمهور المستهدف بصحافة المواطن التي تعتمدها الصفحة		المنشور
النسبة %	التكرار	
25 %	4	مستهلكة عزباء
31.25 %	5	مستهلكة متزوجة بدون أطفال
43.75 %	7	مستهلكة أم
100 %	16	المجموع

مصدر الجدول هذا البحث

يوضح الجدول الموضح أعلاه فئة الجمهور المستهدف بصحافة المواطن التي تعتمدها الصفحة , حيث جاءت فئة الأم المستهلكة في المرتبة الأولى بتكرار (07) أي بنسبة (43.75 %) و باعتبار أنها زوجة و أم لطفل أو أكثر فهي تشتري لأطفالها نظرا لكثرة مستلزماتهم من سلع ضرورية و أخرى كمالية , فالأم سواء كانت عاملة أو ربة بيت غالبا ما تكون هي المسؤولة الأولى عن كل ما يحتاجه أطفالها , خاصة و أن كانوا صغارا، فهي قد تشرف بنفسها على اقتناء كل مستلزماتهم و حاجاتهم , لأنها الأكثر علما بهذه الحاجيات و كذا السلع المتوفرة في الأسواق , فيمكن أن تتعرض و بسبب مشترياتها للغش التجاري في بعض السلع الخاصة بأبنائها , ثم تأتي فئة مستهلكة متزوجة بدون أطفال إذ جاءت في المرتبة الثانية بمعدل (05) أي بنسبة (31.25 %) و التي تتخضع نوعا ما لعمليتها الشرائية مقارنة بالأم إلا أنها تستهلك هي أيضا لنفسها و يمكن أن تقتني لزوجها مخلف السلع و المنتجات، و هي أيضا يمكن أن تتعرض للغش التجاري في بعض مشترياتها , ثم تأتي فئة مستهلكة عزباء في المرتبة الثالثة و الأخيرة بمعدل (04) أي بنسبة (25 %) و التي هي كغيرها من النساء تقتني ما يشبع رغباتها , لكن عمليتها الاستهلاكية تقل مقارنة بالأم و الزوجة , هذا لأنها في غالب الأمر ما تشتري لنفسها فقط , إلا أن هذا لا يعني أنها لا تستهلك سلع كباقي النساء المستهلكات و أنها يمكن أن تتعرض للغش التجاري كغيرها من المستهلكات.

* و سنوضح طبيعة السلع التي يمكن أن تتعرض المستهلكة الجزائرية للغش التجاري فيها في فئة طبيعة السلع التي تنشر عنها صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة عن الغش التجاري.

جدول رقم(15) يوضح طبيعة السلع التي تنشر عنها صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري.

طبيعة السلع التي تنشر عنها صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة		الفئة	المؤشرات
السلع النسائية			
النسبة %	التكرار		
6.25%	1	أدوية طبية كيميائية	
6.25%	1	أدوية طبيعية مصنوعة من الأعشاب	
6.25%	1	مواد تجميل	
6.25%	1	ألبسة	
25%	04	المجموع الجزئي	
سلع رجالية			
6.25%	1	أدوية	
6.25%	1	مكملات غذائية	
6.25%	1	ألبسة	
18.75%	03	المجموع الجزئي	
سلع أطفال			
12.50%	2	مواد غذائية غير صحية	
6.25%	1	حليب أطفال	
6.25%	1	حفاظات وألبسة	
6.25%	1	مواد النظافة	
31.25%	5	المجموع الجزئي	

سلع مشتركة		
مواد غذائية	1	6.25 %
مواد النظافة و التجميل الخاصة بالجسم	1	6.25 %
أجهزة كهرو منزلية	1	6.25 %
أواني منزلية	1	6.25 %
المجموع الجزئي	04	25 %
المجموع الكلي	16	100 %

مصدر الجدول هذا البحث

كشفت المعطيات الكمية للجدول الممثل أعلاه والخاص بفتة طبيعة السلع التي تنشر عنها صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة أن السلع الخاصة بالأطفال والتي تقتنيها المرأة لأطفالها جاءت في المرتبة الأولى بتكرار (05) أي بنسبة (31.25 %) والتي تنوعت ما بين مواد غذائية غير صحية وتمثل نسبتها (12.50 %) وهذه المواد تتمثل في مادة الشيبس ,العصائر المصنعة ,المشروبات الغازية ,الأيس كريم ,إذ أن هذه المواد تمثل خطر على صحة الطفل لاحتوائها على مواد تخرج عن القيمة المحددة قانونا الخاصة بالإنتاج ,كاحتوائها على نسبة سكر عالية وقد يتسبب ذلك في الإصابة بأمراض عديدة كداء السكري الذي ازدادت معدلات الإصابة به بالنسبة للأطفال ,إضافة إلى أن هذه المواد تحتوي على ملونات اصطناعية ومواد حافظة بنسبة كبيرة , وهذه المواد المضافة تقلل من قيمتها الغذائية ,ومع مرور الوقت قد تتسبب في مضاعفات خطيرة ,إذ يعتبر هذا من صور الغش الخاصة بالتصنيع أو الإنتاج ,أي ما يسمى بالغش عن طريق الإضافة والممارس من طرف بعض المنتجين ,وكذلك الأمر بالنسبة للحفاضات والألبسة والتي تساوت نسبتهم (6.25 %) حيث أن الحفاضات والألبسة يحتوي الكثير منها على مواد تتسبب في حساسية لهم لاحتوائها على نسبة عالية من المواد الكيميائية ,أو مصنوعة من أنواع رديئة من الأقمشة وتسوق على أنها ذات جودة عالية أو مصنوعة من مواد طبيعية كالقطن الطبيعي ,وهي في الحقيقة مصنوعة من مواد رديئة تترك آثار جانبية على صحة المستهلك (الطفل) , كذلك الأمر بالنسبة للحليب وخاصة حليب الرضع قد تدخل في تركيبته مواد تؤثر على نموه الجسماني أو

العقلاني، تليها السلع المشتركة التي تقتنيها المستهلكة لأفراد أسرته بما فيهم هي والتي جاءت في المرتبة الثانية بتكرار قدره (04) أي بنسبة (25%) وتمثل هذه السلع في المواد الغذائية، مواد النظافة والتجميل الخاصة بالجسم، الأجهزة الكهرومنزلية والأواني المنزلية إذ تساوت نسبتهم (6.25%)، إذ تمثل هذه المواد وخاصة المواد الغذائية باعتبارها من أولويات الحياة اليومية للمستهلك وتستهلك بشكل واسع، فقد تتعرض المستهلكة للغش التجاري فيها، كما أن هذه المواد تلقى إقبالا كبيرا من طرف المستهلكة خاصة مع اقتراب المناسبات (شهر رمضان والعيد) وذلك خاصة بالنسبة للأواني المنزلية، حيث تتحول السوق الجزائرية إلى معرض لمختلف الأواني، وهذا يعتبر فرصة لبعض التجار لتعاظم الربح، وبالتالي يزداد الغش التجاري على المستهلكة الجزائرية، كما أن الأجهزة الكهرومنزلية والتي تعتبر من السلع المعمرة أي التي تدوم لفترة طويلة، ونظرا لسعرها المرتفع تضطر المستهلكة لاقتنائها بالتقسيط، حيث يعتمد بعض التجار رفع سعرها مقابل البيع بالتقسيط، إذ تساوت هذه الأخيرة (السلع المشتركة) مع السلع الخاصة بالاستعمال الشخصي للمرأة في نفس المرتبة وبنفس التكرار والنسبة، وتمثل هذه السلع في الأدوية الطبية الكيميائية والأدوية الطبيعية ومواد التجميل والألبسة، حيث أن بعض الأدوية وخاصة المصنوعة من الأعشاب الطبيعية يمكن أن تتعرض فيها المستهلكة للغش التجاري ذلك أن المواد العشبية غالبا ما تحتوي على أعشاب غير معروفة، وغير معروف أعراضها الجانبية تقدم كخطات كخطة التسمين أو التحيف أو غيرها، كما أنها تباع من طرف أشخاص غير مختصين في طب الأعشاب أو الطب البديل، وأنه يسوق لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكثيرا ما تقتنيها المستهلكة بطلبها من أحد الصفحات الوهمية، كذلك بالنسبة للأدوية الطبية الكيميائية إذ يمكن أن تدخل في مكوناتها بعض المواد المحظورة مما يتسبب في أعراض جانبية على الصحة تصل حتى لأمراض خطيرة كالسرطان، كما أن المعطيات المدونة على غلافها لا تتطابق مع جودتها وهذا خاصة فيما يخص مواد التجميل، ثم تليها السلع الرجالية التي تقتنيها المرأة لزوجها جاءت في المرتبة الرابعة والأخيرة بتكرار (03) أي بنسبة (18.75%) وتمثل هذه السلع في الأدوية التي لا تحمل رخصة بيع، والتي تباع من طرف بعض الصيادلة المخالفين للقانون والتي يمكن أن تكون هذه الأدوية مصنعة من مواد غير طبية، كذلك المكملات الغذائية وخاصة تلك التي يسوق لها على أنها عالية الجودة وأصلية وهي في الحقيقة

قد يتسبب في أعراض جانبية خاصة وأنها تقدم دون وصفة طبية, كذلك بالنسبة للألبسة والتي يسوق لها على أنها
ماركات عالمية وهي في الحقيقة سلع مقلدة ومجهولة المصدر كما تباع ويسوق لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي إذ لا
تخضع هذه السلع لشروط البيع الصحيح.

3.4 / نتائج الدراسة:

1.3.4 / مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الإجابة عن التساؤلات الفرعية للدراسة:

أولاً: يتعلق بدرجة اعتماد الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه "على

الفايسبوك على صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

❖ النتيجة المتوصل إليها هي أن صفحة "المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه " تعتمد على

صحافة المواطن بطريقة حصرية و صحافة المواطن بطريقة تشاركية بنسبة (50 %).

❖ النتيجة المتوصل إليها هي أن صفحة المنظمة تعتمد على صحافة المواطن بشكل كبير وهذا ما تبين

في فئة مصدر معلومات صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري،

حيث تنوعت مصادر معلومات صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة، إذ أن أعلى نسبة هي فئة

الأشخاص المتطوعين (18.75 %) بالإضافة إلى أشخاص في مجال معين حيث بلغت فئة

أخصائي في الصحة و أخصائي في التغذية نسبة (12.50 %) ، كما تعتمد أيضا على صفحات

مؤسسات تابعة لقطاع التجارة و تمثلت خصوصا في مديرية التجارة بنسبة (12.50 %) و أيضا

على صفحات مؤسسات أمنية و تتمثل في الدرك الوطني و الجمارك بنسبة (12.50 %).

ثانياً: يتعلق بأكثر المستهلكات الجزائريات اللواتي تهدف "الصفحة الرسمية للمنظمة الجزائرية لحماية

المستهلك و محيطه "من خلال اعتمادها على صحافة المواطن إلى حمايتهن من الغش التجاري.

❖ النتيجة المتوصل إليها حسب هذه الدراسة ، أن الصفحة من خلال اعتمادها على صحافة المواطن

في منشوراتها تهدف إلى حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري و ذلك من خلال محاولة

تحقيقها جملة من الأهداف الجزئية والتي تمثلت أساسا في تكوين ثقافة إستهلاكية قبلية و بعدية لدى

المستهلكة حسب ما نص عليه القانون الجزائري وجاءت بنسبة (25 %) ، كما تهدف الصفحة إلى حمايتها من خلال توضيح الإجراءات الواجب عليها العمل بها في حالة تعرضها للغش التجاري بنسبة (25 %)، كما تهدف الصفحة إلى حماية المستهلكة من الغش التجاري من خلال توعيتها بحالات الغش التجاري التي يمكن أن تتعرض إليها وذلك بنسبة (24 %) كما تهدف أيضا هذه الصفحة إلى توعيتها بعقوبة التجار حسب ما نص عليه القانون الجزائري وجاءت بنسبة (18.75 %).

❖ كما توصلت هذه الدراسة إلى أن المستهلكة الأم هي أكثر المستهلكات اللاتي تهدف هذه الصفحة إلى حمايتهن من الغش التجاري بنسبة (43.75 %) و هذا ما بينته فئة الجمهور المستهدف بصحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها ، كما تهدف وتهدف أيضا إلى حماية المستهلكة المتزوجة بدون أطفال وذلك بنسبة(31.25 %) و تهدف أيضا إلى حماية المستهلكة العزباء والتي جاءت نسبتها (25%).

ثالثا:يتعلق بطبيعة السلع التي تهدف صفحة "المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه" على الفايسبوك من خلال اعتمادها على صحافة المواطن إلى حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري عند استهلاكها.

❖ النتيجة المتوصل إليها حسب هذه الدراسة هي أن أعلى نسبة من السلع التي تهدف الصفحة لحماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري فيها هي: سلع الأطفال وذلك بنسبة (31.25 %)ومن بين هذه السلع المواد الغذائية غير الصحية بنسبة (12.50 %) ، تليها فئة السلع المشتركة و السلع النسائية بنفس النسبة(25%) ، ثم السلع الرجالية بنسبة (18.75 %).

رابعاً: تتعلق بأساليب صحافة المواطن التي تعتمد عليها صفحة "المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك

ومحيطه " على الفايسبوك في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

❖ النتيجة المتوصل إليها هي أن الصفحة تعتمد في منشوراتها التي تستهدف المرأة أو أحد أفراد أسرتها والتي هي مغشوشة على صحافة المواطن بلغاتها المختلفة، منها اللغة العربية الفصحى بنسبة (31.25%)، بالإضافة إلى اعتمادها على مزيج لغوي بنسبة (25%)، بالإضافة إلى العامية الجزائرية و مزيج بين اللغة الفرنسية و اللغة العربية الفصحى و مزيج بين اللغة الفرنسية و اللغة العربية الفصحى و العامية الجزائرية بنفس النسبة (12.50%) ، كما تعتمد على أسلوب التقرير الصحفي كشكل من أشكال صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها بنسبة (37.50%) ، كما تعتمد على العناوين المباشرة كنوع من أساليب صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة وجاءت بنسبة (37.50%)، إذ تعتمد أيضا على الصورة الفوتوغرافية المصحوبة بتعليق بنسبة (25%) .

2.3.4/ مناقشة النتائج العامة للدراسة:

✓ تعتمد الصفحة على كل من صحافة المواطن بطريقة حصرية وصحافة المواطن بطريقة تشاركية بدرجة متساوية ، حيث تعتمد على صحافة المواطن و الحوار مع التلفزيون و صحافة المواطن و المكاتب الولائية وهذا فيما يتعلق بالطريقة التشاركية .

✓ تمثل لغة صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري و التي تستهدف بها المستهلكة الجزائرية في : اللغة العربية الفصحى ، العامية الجزائرية و مزيج بين اللغة الفرنسية واللغة العربية الفصحى ، و مزيج بين اللغة الفرنسية و اللغة العربية الفصحى و العامية الجزائرية.

✓ تتمثل الأشكال الصحفية لصحافة المواطن و التي غلب على صفحة "المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك و محيطه "اعتمادها في منشوراتها عن الغش التجاري ، التي استهدفت بها المستهلكة الجزائرية قصد التقليل من تلك الظاهرة السلبية في : التقرير الصحفي و الخبر في شكله العاجل و غير العاجل وكذا التحقيق الصحفي، و التي وضفتها الصفحة في تناولها لسلع مغشوشة موجهة للمستهلكة أو أحد أفراد أسرتها موضوع الدراسة .

✓ تظهر صحافة المواطن التي تعتمد على الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري والتي تستهدف بها المستهلكة الجزائرية سواء في سلع تخصصها أو تخص أفراد أسرتها أو سلع مشتركة بينهم جميعا على شكل بيان ، أو صورة فوتوغرافية مصحوبة بتعليق ، أو فيديو لايف ، أو فيديو مصحوب بتعليق وكذا الصورة فقط ،والكاريكاتير .

✓ تنوعت منشورات صحافة المواطن التي تعتمد على الصفحة المنظمة بدورها في النشر عن الغش التجاري والتي تستهدف بها المستهلكة ،بين منشورات بعنوان ومنشورات بدون عنوان ،والمنشورات بعنوان تنوعت في حد ذاتها بين منشورات بعنوانين مباشرة وغير مباشرة وأيضا عناوين تثير موضوع للنقاش .

✓ تستهدف صفحة "المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه "بمنشوراتها عن الغش التجاري والتي اعتمدت فيها على صحافة المواطن : المستهلكة الأم وباقي المستهلكات كالمستهلكة المتزوجة بدون أطفال والمستهلكة العزباء .

✓ ظهرت أهداف "صفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه "باعتمادها على صحافة المواطن في حماية المستهلكة من الغش التجاري في السلع الخاصة بها وبأطفالها والسلع المشتركة فيما بينهم ،من خلال توعيتها بثقافة استهلاكية قبلية وبعديّة حسب ما نص عليه القانون الجزائري ،كالتعريف بحقوقها قبل الاستهلاك وتعريفها بحقوقها بعد الاستهلاك ،كما بينت لها الإجراءات الواجب عليها العمل بها في حالة تعرضها إلى الغش التجاري ،وكذلك من أهدافها أيضا توعيتها بحالات الغش التي

يمكن أن تتعرض إليها وتتمثل خاصة في التجاوزات الصحية والتجاوزات الاقتصادية وأيضا من أهدافها توعيتها بعقوبة التجار الذين يمارسون الغش التجاري في السلع الاستهلاكية الخاصة بها أو التي تشترك فيها مع أفراد أسرته حتى لا تتوانى في التبليغ عنهم وذلك من أجل المساهمة في التقليل من هذه الظاهرة .

✓ تهدف صفحة المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه إلى حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري من خلال عرض السلع المغشوشة ذات الاستهلاك الشخصي للمرأة وأهمها مواد التجميل, أو الاستهلاك المشترك ، و كذا من بين أهم السلع الخاصة بالأطفال و التي تتمثل أساسا في المواد غير الصحية , والسلع الرجالية وخاصة الألبسة والمكملات الغذائية .

خاتمة

خاتمة :

يتضح أن موضوع الغش التجاري موضوع حساس للغاية حظي بدراسات عديدة في تخصصات عديدة، ودراساتنا واحدة من بين هذه الدراسات ، ذلك أن ظاهرة الغش التجاري تظهر من حين لآخر بأساليب وبأنواع جديدة نظرا لتطور الوسائل التقنية ، فكلما تطورت تقنيات الكشف عن الغش التجاري في السلع تطورت معها تقنيات بعض الممارسين للغش كأصحاب الشركات المنتجة أو بعض البائعين ، إذ يدفع المستهلك ثمن هذه الممارسات المتنافية مع كل الأخلاق الدينية والاجتماعية والمهنية ، كما أن هذه الممارسات المحظورة تعد خرقا لحقوق الإنسان وتجاوز للقانون ، لذا تحاول المؤسسات الاجتماعية على اختلاف أنواعها ومهامها العمل على خلق ثقافة استهلاكية واعية من خلال ما نص عليه القانون ، ذلك أن حماية المستهلك من كل أنواع الغش واجب على الدولة من خلال تشريع قوانين تنظم هذا النشاط حتى يتحقق الاستقرار الاجتماعي والاقتصادي بين الدولة والمجتمع ، وهذا قد يتحقق إذا كان أفراد المجتمع على درجة كبيرة من الوعي ومعرفة بحقوقهم وواجباتهم ، وفي هذا الشأن ازداد اهتمام الفرد الجزائري بالعمل التطوعي الذي تستخدم فيه الآلات الذكية الصغيرة في الحجم القوية في التأثير، وهنا يظهر الدور الإيجابي لصحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري ، فالفرد الجزائري إذا تعلق الأمر بمصلحته الشخصية خاصة والمصلحة الاجتماعية عامة ، يحاول بما يملك الحفاظ عليها ، وخاصة إذا كان هناك مؤسسات أو منظمات تهتم أو تقوم بنشاطاتها التطوعية عن طريق المواطن من خلال ما يقدمه من معلومات وبلاغات عن أشكال التلاعبات المختلفة خاصة في السلع الاستهلاكية التي ينتفع بها ، هذا ما دفع به إلى الاستفادة من الخدمات التكنولوجية ، ففي مجال التجارة يستخدم هذا النمط الإعلامي والاتصالي (صحافة المواطن) في محاولة حماية المستهلكين الجزائريين على اختلاف ثقافتهم الاستهلاكية ، وباعتبار أن شخصية المرأة تختلف عن شخصية الرجل سواء من ناحية نوع السلعة التي

تستهلكها أو السلوك الشرائي الذي تقوم به , كان موضوع دراستنا المستهلكة الجزائرية وأسلوب حمايتها والذي تتمثل أساسا في هذه الدراسة في صحافة المواطن والتي تبين أن لها دور إيجابي في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري عن طريق مختلف الأساليب التي تعتمدها .

وتبقى نتائج علم الاجتماع في معالجة الظاهرة الاجتماعية نسبية إذ لا يمكن القضاء على هذه الظاهرة نهائيا بل المساهمة في التقليل منها وهذا هو هدفنا من هذه الدراسة .

توصيات :

- ✓ إضافة مواد قانونية خاصة بصحافة المواطن لتوضح مفهومها و مجالات ممارستها والعقوبات الجزائية المترتبة في حالة الخروج عن السياق القانوني لها .
- ✓ ضرورة العمل على نشر الثقافة الاستهلاكية الواعية من خلال إدراجها في المناهج التربوية و التعليمية .
- ✓ ضرورة العمل على نشر ثقافة التبليغ لدى المستهلكين .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا : القرآن الكريم :

1. الآية 188 : سورة البقرة .

2. الآية 29 : سورة النساء .

3. الآية 182 : سورة الشعراء .

4. الآية 2 : سورة المطففين .

ثانيا : المعاجم و القواميس:

5. ابن منظور بن مكرم :لسان العرب، دط، دار المعارف، القاهرة، 2016

6. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي: القاموس المحيط ،دط ، دار الحديث، القاهرة ، 2008.

7. محمد جمال الفار :معجم المصطلحات الإعلامية ، دط، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الأردن،2014.

8. عمر أحمد مختار:معجم اللغة العربية المعاصرة ، ط1 ، دار علا للكتاب ،القاهرة ، 2008.

ثالثا : الكتب:

9. إبراهيم الأخرص : الدعم و حماية المستهلك في ظل العولمة ، ط1, مكتبة مدبولي , القاهرة

10. أحمد هلاير أسعد : نظرية الغش في العقد ، د ط ، دار الكتب العلمية ، بيروت 2011

11. احمد قران الزهواني :السلطة السياسية والإعلام في الوطن العربي ، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2015

12. إحسان رمضان السامراني: القضايا الإخبارية ودورها في توجيه الرأي العام سياسيا ، ط1، دار

العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2019

13. إياد بعد الفتاح النسور و عبد الرحمان بن عبدی الله الصغير : قضايا و تطبيقات تسوية معاصرة

، ط1، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2014

قائمة المراجع

14. السيد رشا وآخرون: النظرية المعاصرة في علم الاجتماع ، د ط ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 2008
15. أسامة خيري : الرقابة و حماية المستهلك ، دط، دار الـراية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015
16. أسماء عبد المطلب بن يونس: دليل المبتدئ إلى المناهج العامة في البحث العلمي، ط1، دار النقاش للنشر والتوزيع، الأردن، 2012
17. دليمي عبد الرزاق: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين ، ط1 ، دار اليازوري العلمية ، عمان، 2016
18. وسام قاضي : العينات في بحوث الإعلام، ط1 ، مكتب سنتر العلوم ، بغداد ، 2023
19. وسام فاضي راضي: الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1 ، دار الكتاب الجامعي، الإمارات المتحدة، 2017.
20. زينب محمد حامد: فتاوى الفضائيات - تأثيرها على سلوكيات الجمهور، ط1، دار العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2018
21. حاتم صيام: النظرية الاجتماعية من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة، ط1 ، العربية للنشر والتوزيع، مصر ، 2009
22. حنون نزهة : المدونات الالكترونية و الرأي العام ، ط1 ، الفادوك ، الجزائر، 2020
23. طاهر حسو الزيباري: ا لنظرية السوسولوجية المعاصرة ، ط1 ، دار البيروني للنشر والتوزيع، الأردن، 2017
24. طرشان حنان : حوسبة العلوم الاجتماعية في البيئية الرقمية ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية و السياسية و الاقتصادية ، برلين - ألمانيا ، 2020
25. ياسين علوان الطيف الجبوري : أساليب التسويق السياسي في البرامج الحوارية التلفزيونية ، ط1 ، دار غيداء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2019 .
26. يوسف تمار : تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين ، ط1، طاكسيج للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2007 .
27. كتاب جماعي : منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية ، ط1 ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية و الاقتصادية ، برلين - ألمانيا ، 2019 .
28. ماهر ياسين الفحل : حرمة المسلم على المسلم ، د ط ، دار الكتب العلمية ، بيروت، 2010 .

قائمة المراجع

29. ماجد سالم تريان وبتول السيد مصطفى: إعلام المواطن ، ط1، دار الجنان للنشر والتوزيع ، عمان، 2022
30. موريس انجرس: منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الإنسانية ، ط2، دار القصبه للنشر و التوزيع، الجزائر، 2006 .
31. محمد الأمين احمد عبد مزروك الحنابي ،مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي (الاعتماد المتبادل) ط1، المركز الديمقراطي، ألمانيا ، 2020
32. محمد الرويني :تخطيط الحملات الإعلانية (الأساسيات ، المفهوم ،المراحل)، ط1 ، دار العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2021
33. محمد بن موسى نصر : جريمة الغش أحكامها وصوره و أثارها المدمرة ، دط ، مكتبية الفرقان ، دبي ، 2007
34. محمد سرحان: مناهج البحث ، ط3، (د، دن) ، صنعاء ، 2009
35. محمد خليل عباس و آخرون : مدخل إلى مناهج البحث في التربية و علم النفس ، ط 6، دار المسيرة للطباعة و النشر، عمان ، 2015
36. محمد عبد السميع عمان:أسس علم الاجتماع المفاهيم والقضايا، ط1، كلية التربية جامعة الأزهر، مصر، د.س.ن
37. محمود احمد درويش : مناهج البحث في العلوم الإنسانية ، ط1 ، مؤسسة الأمة العربية للنشر و التوزيع ، مصر ، 2018
38. محمود عبد السلام علي: الحملات الإعلامية، ط1، دار المعتر للنشر و التوزيع ، عمان ، 2017،
39. منى شعبان عثمان : المنهج و المنهجية في الإدارة التربوية ،دط،مكتبة الانجلو المصرية ، مصر
- مصطفى السيد دبوس : تثمين خدمات الدولة في إطار ما يقدمه المرفق العام من خدمات - دراسة تحليلية -، ط 1 ، المركز العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2019
40. نبيلة عبد الفتاح قطفى :الإعلامي بين الحقوق والواجبات، ط1، دار المصرية للنشر والتوزيع، مصر ، 2020

قائمة المراجع

41. نعيمة مهند سليمان : ألف باء تاء صحافة ، ط1، (د-د-ن) ، البحرين ، 2017 .
42. سلوى عبد الباقي : منهجيات البحث الكيفي و تقنيات البحث الإكلينيكي ، د.ط،مكتبة الانجلو المصرية ،مصر ، 2021
43. سعدون حمود جثير الربيعاوي و حسين وليد حسين عباس : التسويق مدخل معاصر ، ط1، دار غيداء للنشر و التوزيع مصر، 2015
44. سعد سلمان المشهداني :منهجية البحث العلمي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة ، 2020
45. عالية عمر البوعيشي : صحافة المواطن بين حداثة المصطلح إلى سرعة التأثير ،قسم الإعلام ،كلية الآداب، جامعة الزاوية، ليبيا، 2014 .
46. عامر إبراهيم قندلجي :الإعلام الإلكتروني والرأي العام ، ط1، دار المسيرة ، عمان ،2015
47. عامر فتحي حسين :الرأي العام الإلكتروني ، ط1، دار النشر للجامعات ، القاهرة ،2012
48. عبد العزيز بن محمد العبيد : المسؤولية الجنائية في الإعلانات التجارية " دراسة تأصيلية مقارنة " ط1، مكتبة القانون و الاقتصادية لنشر و التوزيع ، الرياض ، 2016
49. عبد الصبور عبد القوي علي مصري :التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية ،ط1،مكتبة القانون والاقتصاد،الرياض،.2012
50. عبد الرحمان سيد سليمان : مناهج البحث، ط1، دار عالم الكتب ، مصر ، 2014
51. علاء الدين محمد عفيفي : الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية ، ط1، دار التعليم الجامعي ،الإسكندرية ،2015
52. علي محمد عبد الله : المرأة : العولمة و العطاء ، ط1، وكالة الصحافة العربية ، مصر ، 2021
53. علي كنعان :الصحافة مفهومها وأنواعها ، ط1، دار المعتر للنشر والتوزيع ،عمان، 2004
54. علي عبد الفتاح كنعان :الصحافة العربية الإلكترونية، ط1، دار اليازوري ، عمان،2014
55. علي عبد الفتاح كنعان :نظريات الإعلام ، ط1 ، دار اليازوري، عمان،2014
56. عصام الدين مصطفى صالح :الصحافة في مهب الإعلام البديل وحرية تداول المعلومات ،ط1، دار الفكر الجامعي ،الإسكندرية ، 2019
57. فيصل محمد عبد الغفار: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار الجنادرية للنشر والتوزيع ،الأردن،2015

قائمة المراجع

58. فتحي حسين عامر :صحافة الفيديو تقنياتها واشكالياتها ، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020
59. صالح بن عبد الكريم إبراهيم السعودي :عقد الامتياز التجاري، ط1، مكتبة القانون والاقتصاد ، الرياض،2014
60. ربا عبد الوهاب حجران :الطلاق والعنف بين الأزواج في ظل وسائل التواصل الاجتماعي، ط1، دار الخليج للنشر والتوزيع، الأردن، 2004 .
61. رمزي محمود ومحمد رمزي المحامي : مافيا اقتصاد الظل و بنوك أوف شور، ط1، دار التعليم الجامعي ، الإسكندرية.
62. شحاتة صيام:النظرية الاجتماعية من المرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة، ط1 ، العربية للنشر والتوزيع، مصر ، 2009
63. توفيق شريهان محمد:المسؤولية الأخلاقية للصحافة الالكترونية، ط3 ، دار العربي للنشر والتوزيع، عمان ،2023 .
64. خالد الجابر و خالد عبد الرحيم السيد : الإعلام العربي في عالم مضطرب ، دار الشرق للطباعة النشر ، الخليج ، 2013 .
65. خالد محمد غازي: التحرير الصحفي توظيف تكنولوجيا الاتصال ، ط1،وكالة الصحافة العربية(ناشرون) ،مصر، 2021 .
66. خالد محمد غازي: صحافة الخط الساخن اطر قديمة وأخرى مستحدثة ، وكالة الصحافة العربية ، القاهرة، 2021 .
67. خاد محمد غازي :صناعة الكذب كيف نفهم الإعلام البديل؟، ط1، وكالة الصحافة العربية، مصر.
- غالب كاظم وجياد الدعيمي: الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، ط1 ،المجد للنشر والتوزيع ،عمان ،2007 .

رابعا : المحلات العلمية :

قائمة المراجع

68. أسماء فؤاد حافظ : جدلية المصطلح وإشكالية التطور، المجلة العلمية لبحوث الصحافة ، قسم الصحافة ،كلية الإعلام ،العدد 14،الجزء 2 ،القاهرة ، 2023.
69. بن بعلاش خليدة : حق المستهلك في بيئة صحية نظيفة في ظل قانون حماية المستهلك و قمع الغش ، مجلة الفكر القانوني و السياسي ، جامعة ابن خلدون ، المجلد 6 ، العدد 1 ، تيارت - الجزائر ، 2022
70. بن دعاس لمياء :التشهير الجزائري بالأشخاص بالاعتداء على حياتهم الخاصة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية ، جامعة باتنة 1 ، المجلد 09 ، الجزائر ، 2022.
71. بوردجة رمزي : حماية المستهلك الجزائري في ظل تطور مفهوم المسؤولية الاجتماعية و الأخلاقية للتسويق ، مجلة نما للاقتصاد و التجارة ، جامعة الشاذلي بن جديد ، المجلد 3، العدد 1، الطارف - الجزائر ، 2019.
72. بن لباد سالم و خضري محمد الأمين : صحافة المواطنة -النشأة و التطور - ، مجلة الفكر المتوسطي ، جامعة وهران 1 أحمد بن بلة ، المجلد 8، العدد 2، الجزائر ، 2020،
73. العوظ عبد الكريم : الغش التجاري و طرق محاربهه " الحبسة نموذجا " المجلة الجزائرية للدراسات الإنسانية ، جامعة وهران 1، المجلد 1، العدد 02، الجزائر ، 2019
74. الرشيد لطيفة يوسف و دليلة براف : الغش التجاري في الفقه الإسلامي و الإماراتي ، حقيقته و آثاره و طرق مكافحته ، مجلة البحوث العلمية و الدراسات الإسلامية ، جامعة الشارقة ، المجلد 12 ، العدد 3، الإمارات ، 2020.

قائمة المراجع

75. جبران سفيان و مجدوب عبد المؤمن: دور شبكات التواصل الاجتماعي في عملية التحول السياسي بتونس (2011/ 2014) ، المجلة الجزائرية للأمن و التنمية ، جامعة قاصدي مرباح ، العدد 13، ورقلة - الجزائر ، 2018.
76. جمال الرزن : صحافة المواطن المتلقي عندما يصبح مرسلًا: المجلة التونسية لعلوم الاتصال ،معهد الصحافة وعلوم الأخبار ،العدد 51-52، تونس،2009.
77. جمال الرزن: البيئة الجديدة للاتصال و الاوكيميديا عن طريق صحافة المواطن، مجلة البحث الإعلامي، كلية الإعلام،جامعة منوبة ، مجلد12، العدد 17 ، تونس، تاريخ النشر: 2012/12/13
78. هبة ياسف: دور ممارسة صحافة المواطنة القائمة على وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الحركات الاحتجاجية المعاصرة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ، جامعة الجزائر 1، المجلد 3، العدد1،الجزائر،2020
79. حاج شعيب فاطمة الزهرة : حماية المستهلك من الغش التجاري و التقليد ، مجلة الدراسات القانونية ، جامعة ابن خلدون ، المجلد 09، العدد 01، تيارت - الجزائر ، 2023.
80. حنان كامل عبد الحميد احمد : الغش التجاري و الضوابط الشرعية لحماية المستهلك دراسة فقهية مقارنة ، مجلة كلية الآداب ، جامعة الأزهر، العدد 18، الجزء 5، مصر،2014 .
81. ميشيل نجيب :إلى أين تتجه صحافة المواطنين ؟مؤسسة الحوار المتمدن ، العدد 2034، تونس ، 2008 .
82. نادية لاكلي : دور جمعيات حماية المستهلك في ترشيد و حماية المستهلكين ، مجلة الدراسات الحقوقية ، مخبر القانون الاقتصادي والبيئة ، جامعة وهران 2، المجلد 7 ، العدد 3 ، الجزائر ، 2020
83. سكفال عبد الجليل و مغربي قويدر : التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار و التعريفات ، مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولاي طاهر ، المجلد 08 ، العدد1 ، سعيدة - الجزائر ، 2022.

قائمة المراجع

84. علي بابكر إبراهيم باكر : المسؤولية المدنية المترتبة عن اضرار الغش التجاري , مجلة التراث , الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة , المجلد 14 , العدد 1, السعودية , 2024
85. عماد بوقلاشي و عادل مستوي : تتطور سياسات و آليات حماية المستهلك من مظاهر الغش التجاري في الجزائر (رؤية تحليلية خلال فترة 1990-2014) , مجلة المناجير , جامعة الجزائر 3 , العدد 2 , الجزائر , دسن.
86. فتيحة كحيل : صحافة المواطن -جدلية الأخلاق و ضوابط الممارسة المهنية - مجلة المعيار , جامعة صلاح بوينيدر, العدد 48 , قسنطينة -الجزائر , 2019
87. شوقي يعيش تمام و حنان اوشن : تعدد الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري , مجلة الحقوق و الحريات , جامعة محمد خيضر , العدد 4 , بسكرة - الجزائر , 2017.
- خامسا : أطروحات الدكتوراه :**
88. حسام توكل موسى : التنظيم القانوني للحماية من الغش و الخداع التجاري في التشريع المصري , دراسة في قانون مكافحة الغش و التدليس , رقم 48 لسنة 1941 و تعديلاته , أطروحة دكتوراه في القانون التجاري كلية الحقوق , جامعة المنصورة , مصر , 2016.
89. كحيل فتيحة: أخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن،أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في تخصص صحافة ،كلية علوم الإعلام والاتصال السمعي البصري، جامعة قسنطينة 3، الجزائر ، 2020/2019.
90. كريمة عساي : دور الإعلانات الالكترونية في تحفيز السلوك الشرائي للمرأة الجزائرية , أطروحة دكتوراه في تخصص وسائل الإعلام و المجتمع , قسم علوم الإعلام و الاتصال وعلم المكتبات , كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية , جامعة باتنة 1, الجزائر , 2020.
91. فهد بن إبراهيم بن علي الحوشاني : الغش في المعاملات التجارية الالكترونية بين الفقه والنظام السعودي , مذكرة ماجستير في الفقه و أصوله، كلية الدراسات العليا ، جامعة الأردن، الأردن ، 2007.
92. صدام حسين قيراد: مشاركة المواطن الصحفي في إنتاج القصص الإخبارية والمعالجة التلفزيونية للأحداث ، أطروحة لدكتوراه في تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة ،قسم علوم الاتصال ،كلية علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر 3، الجزائر ، 2021/2020 .

سادسا: مذكرات الماستر

93. رحومة نور الدين وعمر قماري: استخدام صحافة المواطن لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية على طلبة جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي. مذكرة ماستر في تخصص سمعي بصري، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ، جامعة الشهيد محمد لخضر ، الوادي - الجزائر ، 2021.
94. سلاب زبيدة ودادي ربيعة: دور صحافة المواطن في صناعة الرأي العام دراسة ميدانية على طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس ، مذكرة ماستر في تخصص صحافة الكترونية و مطبوعة ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم - الجزائر ، 2022.
95. شيخي شهيدة و بن مومن عائشة : دور الهيئات الرقابية المكلفة بقمع الغش التجاري ، دراسة حالة مديرية التجارة لولاية تيارت ، مذكرة ماستر في تخصص تجارة دولية ، قسم العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة ابن خلدون ، تيارت - الجزائر ، 2016/2017.

سابعا : المواقع الالكترونية

96. الغش التجاري:مكتب محاماة فهد آل جفير موقع <https://www.fkawh>.
97. مهاد حام : الحياة و المجتمع - ظهور اجتماعية- الموقع/<https://maowdoo3.com> .
98. <https://www.commerce.gov.dz/inspections-territoriales>
99. محمد العمر : الانترنت و المجتمع ، منشورات الجامعة الافتراضية السورية ، سوريا ، 2020 ، متاح على الموقع <http://pedia.svuonlien.org>
100. محمد راتب و عاطف رمضان : الغش التجاري في السلع أضرار اقتصادية و صحية على المستهلكين ، جريدة الأنباء الكويتية ، 2015، الموقع : <https://www.alanda.com> .
101. عقوبة الغش التجاري و حالته و صورته وأركانه ، قانون بالعربي ، بيت المحامين ، 2023 ، متاح على الموقع panondelarabij.com.

قائمة المراجع

102. شرين طقاطقة:تعريف الغش،تاريخ النشر:20سبتمبر 2018 الموقع [https/ mado3e.com](https://mado3e.com).
103. خديجة الربحية : صحافة الموطن , منشورات الجامعة الافتراضية السورية ، سوريا ،2020, ص: 18، متاح على الموقع : [http//pedia.svuonlien . org.](http://pedia.svuonlien.org)

ثامنا : القوانين :

104. قانون العقوبات الجزائري ، الباب الرابع المتعلق بالغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية ، الجزائر ،2012
105. القانون المدني المتعلق بالعمل المستحق للتعويض ، الجزائر ، 2007

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد -الطارف-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علم الاجتماع

استمارة تحليل مضمون حول:

دور صحافة المواطن في حماية المستهلكة الجزائرية من الغش التجاري.

دراسة وصفية تحليلية لعينة من منشورات صفحة " المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك ومحيطه "على الفايسبوك حول الغش التجاري

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في تخصص: علم اجتماع الاتصال

اشراف الأستاذاة:

ياقوتة عليوش

إعداد الطالبتين:

• ايناس كافي

• دلال طايف

السنة الجامعية: 2024/2023م

نموذج استمارة تحليل المضمون

1/ وحدات التحليل:

1.1/ وحدة الشخصية المعنية بالسلعة موضوع الغش التجاري المتناول في المنشور

الشخصية المعنية بالسلعة موضوع الغش التجاري المتناول في المنشور			وحدة الشخصية المؤشر
امرأة	رجل	طفل	

1-2 / وحدة الزمن المخصص للحديث عن موضوع الغش التجاري في المنشور:

الزمن المخصص للحديث عن موضوع الغش التجاري في المنشور:			وحدة الزمن الفيديو
زمن الفيديو في المنشور			

02/ فئات الشكل:

1-2 / فئة اعتماد الصفحة على صحافة المواطن في منشوراتها

فئة اعتماد الصفحة على صحافة المواطن في منشوراتها.		الفئة المؤشر
صحافة المواطن بطريقة تشاركية	صحافة المواطن بطريقة حصرية	
أسلوب صحافة المواطن والمكاتب	أسلوب صحافة المواطن والحوار في	

الولاية	التلفزيون		

2.2/ فئة لغة صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها.

فئة لغة صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها							الفئة المؤشر
مزيج بين اللغة الفرنسية واللغة العربية الفصحى والعامية الجزائرية	مزيج بين اللغة الفرنسية واللغة العربية الفصحى	مزيج بين اللغة الفرنسية واللغة العربية الفصحى	لغة فرنسية	مزيج بين العربية الفصحى والعامية الجزائرية	العامية الجزائرية	لغة عربية فصحى	

3.2/ فئة أشكال صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها.

فئة أشكال صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها					الفئة المؤشر
تحقيق صحفي	حوار صحفي	تقرير صحفي	الخبر		
			خبر عاجل	خبر غير عاجل	

42/ فئة نوع منشور صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة

فئة نوع منشور صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة						الفئة المؤشر
نص على شكل بيان	صورة فوتوغرافية	فيديو لايف	صورة فوتوغرافية مصحوبة بتعليق	فيديو مصحوب بتعليق	كاريكاتير	

5.2/ فئة عنوان منشور صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها.

فئة عنوان منشور صحافة المواطن التي تعتمد عليها الصفحة في منشوراتها				الفئة المؤشر
منشور بدون عنوان	منشور بعنوان			
	عنوان استفهامي يثير موضوع للنقاش	عنوان غير مباشر	عنوان مباشر	

03/ فئات المضمون

1.3/ فئة أهداف الصفحة من خلال اعتمادها على صحافة المواطن في منشوراتها عن

الغش التجاري

فئة أهداف الصفحة من خلال اعتمادها على صحافة المواطن في منشوراتها عن الغش التجاري

توعية المستهلكة بعقوبة التجار الممارسين للغش التجاري حسب ما نص عليه القانون			توعية المستهلكة بحالات الغش التجاري التي يمكن ان تتعرض لها			الإجراءات الواجب على المستهلكة العمل بها في حالة تعرضها للغش التجاري			تكوين ثقافة استهلاكية بديلة للمستهلكة حسب ما نص عليه القانون			تكوين ثقافة استهلاكية قبلية لدى المستهلكة الجزائرية حسب ما نص عليه القانون										
عقوبة السجن	عقوبة الغلق المؤقت	عقوبة التغريم بالمال	تجاوزات على حساب المصلحة الاقتصادية			تجاوزات على حساب الصحة			الاتصال برقم المنظمة باعتبارها وسيط بين المستهلكة و الجهات المختصة في حمايتها	استخدامها لتطبيقات خاصة بالشكاوي	إمكانية رد السلعة	إمكانية استبدال السلعة	ضرورة الحصول على شهادة ضمان اذا استدعت السلعة ذلك	التأكد من وصل الشراء	الحق في الإعلام بسعر السلعة وحتى فيما يخص السلع المسوق لها الكترونيا	الحق في تجريب السلعة	التأكد من الحفظ المناسب للسلعة	التأكد من عدم تضخيم سعر السلعة المباعه	التأكد من تدوين مكونات السلعة	التأكد من صلاحية السلعة المباعه في الأسواق	التأكد من نظافة مكان البيع	
			الغش في الكيل	البيع المشروط	تسعير سلع بأسعار غير قانونية	عدم احترام شروط التبريد الخاصة بالسلع الحساسة	سلع يدخل في إنتاجها مكونات كيميائية مضره بالصحة	عدم احترام شروط النظافة														

2.3/ فئة مصدر معلومات صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري

فئة مصدر معلومات صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة في منشوراتها عن الغش التجاري													الفئة	
أشخاص متطوعين	أخصائيين في مجال معين					صفحات رسمية لمؤسسات على الفايسبوك								المؤشر
						صفحات مؤسسات تابعة لقطاع التجارة		صفحات مؤسسات أمنية			صفحات مؤسسات إعلامية			
	مختص في القانون	مختص في الفقه	أخصائي في علم النفس	أخصائي في التغذية	أخصائي في الصحة	مديرية التجارة لولاية ما	وزارة التجارة	الجمارك	مصالح الشرطة	الدرك الوطني	البلاد	الشروق	النهار	

3.3/ فئة الجمهور المستهدف بصحافة المواطن التي تعتمد الصفحة

فئة الجمهور المستهدف بصحافة المواطن التي تعتمد الصفحة			الفئة
مستهلكة ام	مستهلكة بدون أطفال	مستهلكة عزباء	المؤشر

4.3 / فئة طبيعة السلع التي تنشر عنها صحافة المواطن التي تعتمد الصفحة

سلع مشتركة					سلع اطفال					سلع رجالية			سلع نسائية				الفئة المنشور	
اواني منزلية	أجهزة كهربومنزلية	مواد النظافة والتجميل الخاصة بالجسم	مواد غذائية	أدوية	العاب	مواد النظافة	حفاضات والبسة	حليب اطفال	مواد غذائية غير صحية	البسة	مكملات غذائية	ادوية	مجوهرات	البسة	مواد تجميل	ادوية طبية مصنوعة من الاعشاب		ادوية طبية كيميائية

