الضوابط القانونية لحماية الطفل من الإشهار التلفزيوني في الجزائر

Legal regulations to protect children from television advertising in Algeria

سميحة بلقاسم *

جامعة 08 ماي 1945 قالمة – مخبر الفلسفة والدراسات الإنسانية والاجتماعية ومشكلات الإعلام - الجزائر-

Belkacem.samiha@univ-guelma.dz

حميد بوشوشه

جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3- مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة -الجزائر-

Hamidbouchoucha@yahoo.fr

تاريخ الاستلام 2024/10/01 تاريخ القبول 2024/11/19

الملخص

يُشكّل الإشهار التلفزيوني أداة قوية للتأثير في المتلقّين لمختلف المضامين والرسائل الإشهارية وتوجيه سلوكياتهم، والطفل باعتباره شريحة هامة من المجتمع ويعتبر محور القرارات الشرائية للآباء، وهدفا تسويقيا وجزءً هامّا من السوق بالنظر للتأثير الذي يحدثه الإشهار التلفزيوني على تفضيلاته وتشكيل اهتماماته وسلوكياته، فقد لجأ المعلنون وأصحاب المؤسسات الإشهارية لاستغلال هذا الجانب لتحقيق مكاسب تجارية من خلال استخدام الطفل في الحملات الإشهارية دون مراعاة خصوصيته وقدرته المحدودة على تقييم المحتوى الإشهاري الذي يتعرّض له أو الذي يشارك في الترويج له، مما يثير الكثير من المخاوف حول طبيعة هذه الممارسات من الناحية القانونية، إذ تستعرض هذه الدراسة الجوانب القانونية المرتبطة بهذا الموضوع من خلال قراءة في النصوص والتنظيمات الخاصة بقطاع الإشهار وقوانين الإعلام في الجزائر، بهدف الكشف عن الحماية القانونية التي يكفلها التشريع الجزائري للطفل من الإشهار التلفزيوني، وقد توصلت هذه الورقة البحثية إلى أن الجزائر لا تزال تعرف فراغا قانونيا كبيرا فيما يخص تنظيم قطاع الإشهار عموما وحماية الطفل من الإشهار التلفزيوني على وجه التحديد، سواء الطفل كمشارك في تقديم المضامين الإشهارية أو الطفل المتلقّي لها.

الكلمات المفتاحية: الإشهار التلفزيوني، الطفل، التشريع الجزائري، الاستغلال، حماية الطفل.

Abstract:

Television advertising is a powerful tool to influence the recipients of various advertising contents and messages and direct their behaviors, and the child is an important segment of society and is considered the focus of parents' purchasing decisions, a marketing target and an important part of the market due to the impact that television advertising has on his preferences and shaping his interests and behaviors. advertisers and owners of advertising institutions have resorted to exploiting this aspect to achieve commercial gains by using children in advertising campaigns without taking into account their privacy and their limited ability to evaluate the advertising content to which they are exposed or to which they

participate in promoting. This raises many concerns about the legal nature of these practices. This study reviews the legal aspects related to this topic through a reading of the texts and regulations related to the advertising sector and media laws in Algeria, with the aim of revealing the legal protection guaranteed by Algerian legislation to the child from television advertising. This research paper concluded that Algeria still has a major legal vacuum regarding the regulation of the advertising sector in general and the protection of the child from television advertising in particular, whether the child as a participant in providing advertising contents or the child recipient of them.

Keys Words: *Television advertising, children, Algerian legislation, exploitation, child protection.*

* المؤلف المراسل

مقدّمة:

يتعرض الطفل لمضامين إعلامية مختلفة وبصورة مكثفة يصعب حصرها ومراقبتها، تؤثر في سلوكياته وفي تكوينه النفسي والعلمي والاجتماعي، وتجُمع أغلب الدراسات التي تناولت تأثيرات التلفزيون على الطفل أن المشكلة قد تكون أكثر حدة عندما لا تتوفر الحماية القانونية التي تسمح بمراقبة المضامين الموجهة لهذه الفئة ولا تفرض العقوبات اللازمة في الوقت المناسب، ولذلك تبذل الدول والحكومات مجهودات كبيرة من أجل إقرار تشريعات وقوانين تكفل حماية الطفل وتجنّبه مخاطر التعرض لكل أشكال التأثير السلبي الجسدي والمعنوي، ولعل من أبرز هذه التشريعات تلك المتعلقة بالعمل الإعلاني وما يمكن أن ينتج عنه من مضامين يتعرض إليها الطفل من خلال التلفزيون ومختلف وسائل الإعلام التي تعتبر الطفل مستهلكا سهلا ويمكن الوصول إليه من أقصر الطرق، أو من خلال استغلال هذا الطفل في مضامين إشهارية لا تراعي سنّه ولا نفسيته ولا حقوقه التي يفترض أن يحميها القانون، ولا ينفصل واقع الطفل الجزائري عن هذه الجدلية التي لا تزال تفرض نفسها في ظل الفراغات القانونية التي يستغلها كثيرون لتحقيق مكاسب سريعة على حساب الطفل، وهو ما جعلنا نطرح الإشكالية القائمة حول هل أنّ التشريع الجزائري يوفّر حماية قانونية للطفل من كافة أشكال استغلاله في الإشهارات التلفزيونية كمشارك وكمتلقّي لمختلف المضامين الإشهارية؟

وتنبع أهمية هذه الدراسة من الواقع الذي يفرض نفسه اليوم حول ضرورة تسليط الضوء على علاقة التأثير والتأثر بين الإشهار والطفل من الجانب القانوني، خصوصا في ظل غياب تشريع خاص بتنظيم نشاط الإشهار في الجزائر، وهو الأمر الذي يستدعي مراجعة حقيقية لبعض النصوص والتعجيل بوضع قانون إشهار يستوعب التغيرات الحاصلة ويوفر حماية لكل فئات المجتمع بما فيها الطفل الذي يشكل اللّبنة الأولى في كل عملية بناء. وهو ما يعزز الهدف من هذه الدراسة التي سعت للاطّلاع على القوانين والتشريعات الجزائرية المتعلقة بهذا الجانب من خلال قراءة نقدية لهذه القوانين للبحث عن مكامن الخلل التي تعيق مسألة حماية الطفل من الإشهار التلفزيوني في الجزائر، مع الإشارة إلى بعض النماذج الدولية والعربية التي تطرّقت لهذا الموضوع.

وللإحاطة بجوانب الموضوع، قمنا بتقسيمه إلى ثلاثة محاور رئيسية، تعرّضنا في المحور الأول للمفاهيم الأساسية للدراسة، وتطرّقنا من خلال المحور الثاني لحقوق الطفل الإعلامية في النصوص القانونية الدولية، العربية والجزائرية، فيما خُصّص المحور الثالث لـ حماية الطفل من الإشهار التلفزيوني -قراءة في القوانين الجزائرية-.

1- الإشهار والطفل – مدخل مفاهيمي

1.1 الإشهار:

1.1.1 التعريف اللغوي للإشهار: يشير مصطلح الإشهار في اللغة إلى الإظهار وهو مشتق من الفعل أشهر، وأظهر الأمر أي جعله شهيرا، ورجل شهير ومشهور أي معروف المكان ومذكور ومُشهر. (ابن منظور، 1989، صفحة 2351) وعليه يمكن القول أن الإشهار يشير إلى إظهار شيء ما أو أمر ما وإعلانه والجهر به.

2.1.1 التعريف الاصطلاحي للإشهار: تجدر الإشارة إلى أنه يتم استخدام مصطلحي الإعلان والإشهار في اللغة العربية في مجال الحديث عن الإعلان على المستويين المهني والأكاديمي، إذ تستخدم دول المشرق العربي مصطلح "الإعلان"، فيما تعتمد دول المغرب العربي ومن بينها الجزائر على مصطلح "الإشهار" للتعبير عن نفس المعنى. (الحديدي، 2002، صفحة 15). ومن هذا المنطلق، فإن استخدامنا لإحدى المصطلحين - في هذه الدراسة - الإعلان أو الإشهار فهو للتعبير عن نفس المعنى، إلا أننا سنعتمد أكثر مصطلح الإشهار نسبة إلى البيئة التي أجريت فيها الدراسة.

وقد تم تعريف الإشهار على أنه فن التعريف ويعتبر وسيلة اتصال موجهة للجمهور لإقناعه بما يتم الإعلان عنه كما يعدّ عملية اتصال هدفها التأثير من بائع إلى مشتر، بحيث يتم الاتصال من خلال وسائل الاتصال العامة" (الهلالي، 2013، صفحة 75)

3.1.1 التعريف التشريعي للإشهار: تطرق المشرّع الجزائري، للإشهار وعرّفه في عدة نصوص قانونية، إلا أن تلك التعريفات وردت ضمن قوانين مختلفة ومتنوعة وذات مضامين متعددة، دون تحديد ماهية أو تعريف الإشهار في قانون مستقل. وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى التعريف الوارد في قانون تنظيم نشاط السمعي البصري الصادر سنة 2023، فقد عرّف الإشهار في المادة الثالثة منه أنه يقصد به كل رسالة في شكل تصميمي أو تحريري أو سمعي أو سمعي بصري يتم بثها مقابل أجر أو تعويض، سواء من أجل ترقية تقديم سلع أو خدمات معينة بحيث يتم ذلك ضمن إطار نشاط تجاري أو صناعي أو حر في مهنة حرة، أو من أجل ضمان ترقية تجارية لمؤسسة. (القانون رقم 23 -20 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، 2023، صفحة 13)

2.1 الإشهار التلفزيوني: "هو مجموعة من الرسائل الفنية المتنوعة التي يتم بثها عبر التلفزيون من خلال الوقت الذي تقوم بشرائه الجهة المسؤولة عن هذه الرسائل، لتقديمها وعرضها على الجمهور من أجل تعريفه بسلعة أو خدمة معينة من ناحية المضمون أو الشكل، وذلك بهدف التأثير في سلوكه الاستهلاكي أو الشرائي أو قيمه أو معلوماته ..." (تقي الدين وفيصل، 2021، صفحة 129).

3.1 مفهوم الطفل في التشريع الجزائري: يخضع مفهوم الطفل في التشريع الجزائري لعدة نصوص قانونية، إذ اختلفت التشريعات الوضعية حول وضع تعريف موحّد للطفل فضلا عن الاختلاف حول

تحديد سن الرّشد المقرّرة له، فقد حدّدت المادة 40 من القانون المدني سن الرشد لمباشرة الحقوق المدنية ببلوغ الشخص سن 19 سنة فيما حدّدت سن التمييز بـ 13 سنة (الأمر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني، 1975، صفحة 992)، أما قانون الإجراءات الجزائية فقد حدّد سن الرشد الجزائي بتمام 18 سنة حسب المادة 442 منه (الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، 1966، صفحة 665)، كما حدّد قانون الانتخابات سن الانتخاب ببلوغ 18 سنة كاملة يوم الاقتراع بموجب المادة 50 (الأمر رقم 21-01 المتضمن القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات، 2021، صفحة 13)، فيما حدّد قانون الأسرة البلوغ بالسن إذ نصّت المادة 07 منه على أن أهلية الرجل والمرأة في الزواج تكتمل ببلوغ 19 سنة بالتمام (القانون رقم 84 - 11 المتضمن قانون الأسرة، 1984، صفحة 910)، أما التعريف الوارد في القانون رقم 12/15 المتعلّق بحماية الطفل، في مادّته الثانية فهو كل شخص لم يبلغ سن الثامنة عشر كاملة (القانون رقم 15/12 المتعلق بحماية الطفل، 2015، صفحة 05)

2- حقوق الطفل الإعلامية في التنظيمات الجزائرية والدولية:

نعرّج في هذا المحور على بعض الحقوق التي وجب أن يتمتع بها كل طفل وذلك من منظور القوانين والنصوص الدولية والعربية على العموم والجزائرية على وجه الخصوص، خاصة منها المتعلقة بموضوع الطفل والإعلام وضمان حقوق الطفل الإعلامية من وجهة نظر المشرّع الجزائري.

2-1 حقوق الطفل الإعلامية في النصوص الدولية:

نال إعلام الطفل نصيبا من العناية الدولية وتم التأكيد عليه في العديد من الإعلانات والمواثيق الدولية، إلا أن الاتفاقية العالمية لحقوق الطفل كانت أكثر الوثائق اهتماما به، حيث ورد في هذه الاتفاقية مجموعة من المواد حول موضوع الطفل والإعلام منها ما يشجّع الطفل على إبداء رأيه بكل حرية ومنها ما يكفل له الحق في الاتصال والإعلام. (الهيتي، 2008، صفحة 11)

إذ تشير المادة 12 من اتفاقية حقوق الطفل الصادرة عن الأمم المتحدة سنة 1989 والتي تشرح من هو الطفل وماهي الحقوق الواجب أن يتمتع بها كما حددت مسؤوليات الدول الأعضاء في هذه الاتفاقية تجاه الأطفال. إلى أن "الدول الأطراف في هذه الاتفاقية تكفل للطفل القادر على تكوين آرائه الخاصة حق التعبير بكل حرية وفي جميع المسائل التي تخصّه، وأكد نص المادة على إيلاء الاعتبار الواجب لآراء الطفل بما يتوافق مع سنه ونضجه".

وجاءت المادة 13 من ذات الاتفاقية للتأكيد على أن الطفل له الحق في حرية التعبير، ويشمل هذا الحق طلب جميع أنواع الأفكار والمعلومات وكذا تلقّيها وإذاعتها، دون الأخذ بعين الاعتبار الحدود، وذلك بأية وسيلة يختارها الطفل سواء عن طريق الكتابة أو الطباعة أو الفن أو أية وسيلة أخرى. وينص الجزء الثاني من ذات المادة إلى أن ممارسة هذا الحق يمكن أن تخضع لبعض القيود التي يشترط أن ينص عليها القانون، وأن تضمن "احترام حقوق الغير أو سمعتهم" إضافة إلى "حماية الأمن الوطني أو النظام العام أو الآداب العامة أو الصحة العامة"

وتناولت المادة 17 من الاتفاقية العالمية لحقوق الطفل، حق هذا الأخير في الحصول على المعلومة، من خلال اعتراف الدول الأطراف بأهمية الوظيفة التي تؤديها وسائط الإعلام، وضمان إمكانية حصول الطفل على المعلومات من المصادر الدولية والوطنية، خاصة منها ما يستهدف تعزيز رفاهيته

الاجتماعية والمعنوية والروحية، وكذلك صحته العقلية والجسدية، ولتحقيق ذلك، يتعيّن على الدول المعنية أن تعمل على تشجيع وسائل الإعلام على نشر المعلومات ذات المنفعة الثقافية والاجتماعية للطفل من مختلف المصادر، مع مراعاة الاحتياجات اللغوية للطفل، مع الحرص على أن تكون المعلومات التي يحصل عليها الطفل غير ضارة بصالحه. (نص اتفاقية حقوق الطفل، 1989).

2-2 على الصعيد العربي:

صدرت الكثير من اللوائح التنظيمية والقوانين والاتفاقيات المتعلقة بإعلام الطفل والتي نذكر من بينها ميثاق حقوق الطفل العربي في ديسمبر 1984، الذي يعدّ أول ميثاق عربي تتبناه جامعة الدول العربية يهتم بفئة الأطفال، حيث أكد على دور وسائل الإعلام في تحقيق أهداف هذا الميثاق ودعوتها إلى تسخير برامجها لخدمة القضايا المتعلقة بالطفولة، مع التأكيد على ضرورة غربلة المضامين الغربية التي تقدّمها حفاظا على الطفل العربي وقيمه. الخطة العربية لرعاية الطفولة وتنميتها 1992، وتعدّ أول مبادرة لوّحت صراحة بحق الطفل في الإعلام في الوطن العربي، وكان من بين أهم أهدافها حقل الإعلام والاتصال والتعبئة، أين دعت إلى تأمين حق الطفل في الإعلام في ظل الإمكانيات الهامة والكبيرة التي تكتسيها وسائل الإعلام خدمةً لهذا الحق من أجل تقديم المضامين الملائمة للطفل ولاحتياجاته، وذلك بالنظر إلى واقع الطفولة العربية في ذلك الوقت وما تواجهه من تحديّات. (مراد، 2012، صفحة 580)، تلاها عديد المؤتمرات العربية والإعلانات والمشاريع والمواثيق حول موضوع الطفل والإعلام، بين ما ينادي لضمان حق الطفل في الإعلام وما يعزّز حق الطفل في إبداء رأيه بكل حرية، على غرار الخطة القومية الشاملة لثقافة الطفل العربي لسنة 1993، الإعلان الإعلامي العربي الخليجي للنشأة الاجتماعية وآليات تفعيله سنة 1997، الإطار العربي لحقوق الطفل 2001، الذي دعا إلى تخصيص فضاءات كافية للإعلام الموجّه للطفل في مختلف الدعائم الإعلامية، وكذا فتح المجال للإعلام الذي يشارك فيه الأطفال أنفسهم، بالإضافة إلى الإعلام الموجّه للأسرة وكل القائمين على شؤون الأطفال. (الإطار العربي للطفولة 2001، 2001)، وكذا المؤتمر العربي رفيع المستوى لحقوق الطفل الذي عُقد سنة 2001 بجامعة الدول العربية الذي دعا إلى وضع ميثاق شرف لإعلام الطفل العربي، وكذا دعوة اتحاد الصحفيين العرب والاتحادات والجمعيات الوطنية إلى الاهتمام بهذا الموضوع ودعوة اتحاد إذاعات الدول العربية من أجل وضع استراتيجية للإعلام العربي الموجّه للطفل والعمل على تنفيذها. (الهيتي، 2008، صفحة 12).

3-2 حقوق الطفل الإعلامية في الجزائر:

يحظى موضوع الطفل والإعلام في التشريع الجزائري باهتمام محتشم، وهو ما يتضح من خلال بعض النصوص والمواد القانونية التي تكفل له الحق في إعلام موضوعي كأي مواطن جزائري وأخرى تنص على حمايته من المحتوى الإعلامي الذي قد يشكّل خطرا أو ضررا على سلامته باعتباره من الفئات الضعيفة. فبصدور أول قانون للإعلام في الجزائر سنة 1982، جاء في المادة الثانية منه أن الحق في الإعلام يعتبر حقا أساسيا لجميع المواطنين، والطفل باعتباره مواطنا جزائريا فهذا الحق مكفول له كغيره من المواطنين، أما المادة 21 فقد نصّت على أن النشريات الموجّهة للأطفال لا يجب أن تتضمّن أخبارا أو قصصا أو صورا من شأنها أن تُخِلّ بالأخلاق الإسلامية أو التقاليد الوطنية، وتضيف

أنه يمنع نشر أي إشهار أو إعلام قد يساعد على انحراف وجنوح الأطفال. (القانون رقم 82-01، 1982، صفحة 244)

وهو تقريبا ما ورد في قانون الإعلام لسنة 1990 الذي جاء بعده، حيث أضاف أن الحقّ في الإعلام يتجسّد في الاطّلاع على الآراء والوقائع التي تهمّ المجتمع على المستوى الوطني أو الدولي، وأن حق المواطن في المشاركة في الإعلام من خلال ممارسة الحريات الأساسية في التفكير والتعبير. (القانون رقم 90-07، 1990، صفحة 244)

أما القانون العضوي للإعلام لسنة 2012، فهو كسابقيه يضمن حق الطفل في الإعلام بصفته مواطنا جزائريا دون أن يشير له صراحة، وهو ما نصّت عليه المادة الثانية بخصوص ضمان حقّ المواطن في إعلام كامل وموضوعي، إضافة إلى ذلك كفل قانون الإعلام لسنة 2012 للطفل حقه في إعلام يحترم حياته الخاصة وحرّياته فضلا عن الحصول على المعلومات دون تمييز عنصري، كما يضمن له حق الرد والتصحيح إذا ما تم بثّ محتوى إعلامي يسيء له. وتقرّ المادة 05 من القانون ذاته أن ممارسة أنشطة الإعلام تساهم على الخصوص في الاستجابة لحاجات المواطن في مختلف مجالات الإعلام والثقافة والتربية والترفيه والمعارف العلمية والتقنية، فالمشرّع الجزائري بذلك يضمن للطفل الجزائري جميع هذه الحقوق. (القانون رقم 12-05، 2012، صفحة 22)

وفي سنة 2014، صدر القانون 14-04 المتعلّق بالنشاط السمعي البصري الذي سمح بظهور عديد المؤسسات الإعلامية، ما نتج عنه تنوّع المضامين الإعلامية بما في ذلك المضامين الموجّهة لشريحة الأطفال، فبالتالي تضمّن هذا القانون بعض المواد التي تكفل الحقوق الإعلامية للطفل وذلك في كنف ما توليه له اتفاقية حقوق الطفل الدولية، وكذا مواثيق الشرف وأخلاقيات المهنية الإعلامية، وهو ما ورد في المادة 48 منه، التي نصّت على ضرورة وضع وسائل تقنية وآليات من أجل حماية الأطفال في البرامج التي تُبثّ، إضافة إلى عدم إلحاق الضرر بحقوق الطفل كما هي محددة في الاتفاقيات الدولية. (القانون رقم 14-04، 2014، صفحة 13)، وأضافت المادة 53 من نفس القانون أن من بين المهام الموكلة لسلطة ضبط السمعي البصري، السهر على حماية الطفل والمراهق.

ليأتي بعد ذلك المرسوم التنفيذي رقم 16-222 في سنة 2016 الخاص بـ دفتر الشروط الذي يحدّد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني وللبث الإذاعي، أين تضمّن أحكاما تتعلّق بالأطفال والمراهقين، إذ أكّد في عدة مواضع على ضرورة احترام المحتوى الإعلامي الذي يتم بثّه، لحقوق الطفل العقلية والجسمية، من خلال حظر بثّ برامج من شأنها أن تلحق ضررا بالنمو العقلي أو البدني للأطفال أو المساس بأخلاقهم وكذا منع عرض المشاهد التي تحرّض على العنف. كما نصّ هذا المرسوم على أن يسهر مسؤولو خدمات السمعي البصري على عدم إلحاق الضرر بحقوق الأطفال والمراهقين في ظل ما تم تحديده في الاتفاقيات الدولية والتشريع الساري العمل به. أما في المادة 44 من ذات المرسوم فقد دعا المشرع الجزائري مسؤولي خدمات الاتصال السمعي البصري إلى ضمان المصلحة الفضلى للطفل والمراهق، والدفاع عن حقوقهما وإبرازها في المضامين الإعلامية المتعلقة بالطفولة والمراهقة. كما لم يغفل هذا المرسوم جانبا آخر متعلق بإعلام الطفل وهو ظهور الطفل في البرامج، حيث نصّ على التزام مسؤولي خدمات السمعي البصري بطلب رخصة مكتوبة من طرف

الوليّ الشرعي للطفل قبل ظهوره في البرامج بالإضافة إلى وجوب إعلام أب الطفل أو وليه الشرعي بمضمون البرنامج قبل الحصول على الرخصة. (المرسوم التنفيذي رقم 16-222، 2016، صفحة 13)

3- حماية الطفل من الإشهار التلفزيوني –قراءة في القوانين الجزائرية-

قبل التطرّق إلى القوانين الجزائرية والنصوص المتعلّقة بتنظيم قطاع الإشهار وما إذا يكفل المشرع الجزائري حماية قانونية للطفل من الإشهار التلفزيوني ومن تأثيراته عليه، أردنا الإشارة إلى بعض النماذج الدولة والعربية التي تضمّنت هذا الجانب.

3-1 التشريعات القانونية الدولية المتضمنة حماية الطفل من الإشهار:

نشير في هذا الجانب إلى بعض التشريعات والنصوص القانونية في عدد من الدول الأجنبية، والمتعلقة بحماية الطفل من الإشهارات التجارية الموجهة له أو من استخدام الطفل في تقديم وعرض المضامين الإشهارية:

3-1-1 اللوائح الأوروبية: يعدّ موضوع الإشهارات التي تستهدف الأطفال أو تقوم باستخدام الطفل كمؤدّي وفاعل رئيسي للرسالة الإشهارية، موضع اهتمام العديد من الحكومات والمنظمات حول العالم. وتقوم أكثر من 60 دولة بتنظيم الإشهارات التلفزيونية الموجّهة للأطفال من خلال آليات تشريعية أو ذاتية التنظيم، فمنذ سنة 1989 صادق الاتحاد الأوروبي على التعليمة التي أطلق عليها "تلفزيون بلا حدود"، وهي التعليمة التي تضمنت إشارات صارمة بخصوص الإشهار الموجّه للطفل وهدفت إلى وضع نصوص قانونية موحدة من أجل سلامة وأمن الطفل من الإشهارات الموجهة إليه إذ جاء في البند المتعلق بحماية القاصرين أنه تُحظر البرامج ذات الطبيعة الإباحية أو التي تنطوي على عنف شديد، وينطبق هذا الحظر على أي برنامج آخر من شأنه أن يضر بالقاصرين، ما لم يتم تنظيم بثه باختيار الوقت أو تدابير الحماية التقنية. وفي عام 1997 تم تنقيح تعليمة 1989 واعتمد البرلمان الأوروبي والمجلس تعليمة جديدة بعنوان "تلفزيون بلا حدود" تهدف إلى زيادة اليقين القانوني وتحديث الأحكام الأولية، أين تم التركيز في هذه النسخة المنقّحة بشكل أكبر على حماية القاصرين، حيث تم تحديد أنه يجب على الدول الأعضاء التأكد من أن البرامج التي من المحتمل أن تضر بتنمية القاصرين وتبث بشكل غير مشفر، يسبقها تحذير صوتي أو يتم تحديدها بواسطة رمز مرئي. (Activités de radiodiffusion télévisuelle: directive «Télévision sans Frontières» (TSF), 2008)

3-1-2 الدنمارك: منذ سنة 1997، ينص القانون على أنه "لا يمكن للأطفال دون سن 14 عامًا الظهور في الإشهارات التليفزيونية إلا إذا كان وجودهم ضروريًا لشرح أو إثبات استخدام منتج خاص بالطفل". وبالمثل، لا يمكنهم "تقديم الحجج لصالح منتج أو خدمة في إعلان ما. »

3-1-3 إسبانيا: قدم المشرّع الإسباني حكمًا أكثر مرونة من خلال اعتبار أنه لا يمكن للأطفال تمثيل الشخصيات الرئيسية لعرض المنتجات باستثناء تلك التي تهمهم.

3-1-4 المملكة المتحدة: لا يجوز استخدام الأطفال لتقديم منتجات أو خدمات لن يتمكنوا من شرائها بأنفسهم، كما أنه يمنع بث الإشهارات الخاصة بالأطفال بعد الساعة التاسعة مساءً.

3-1-5 فنلندا: ينص القانون على أنه لا يمكن للطفل أن يكون الممثل الرئيسي في الإشهار إلا إذا كان يتناول الصحة والتعليم. (La publicité et les mineurs, 2024)

3-1-6 إيطاليا: يعتبر المشرّع الإيطالي صارما فيما يخص موضوع حماية الطفل من الإشهار، إذ أنه ينص على أنه لا يمكن مقاطعة الرسوم الكاريكاتورية عن طريق شاشات الإشهارات، كما أنه يركّز على ثلاثة جوانب من الحماية والمتمثلة في حماية الأطفال من المشاركة في الإشهار إذ يتوجّب على الأشخاص الذين لم يبلغوا سن 14 سنة الحصول على موافقة أحد قضاة المحاكم الإيطالية من أجل المشاركة في إشهار معين، ويُسمح له بالمشاركة بعد دراسة مضمون الإشهار وأهدافه والدور الذي سيقوم به الطفل. اما الجانب الثاني فيخص حماية الطفل من الإشهار الموجه إليه، فيما تطرق القانون الإيطالي في الجانب الثالث إلى حماية الأطفال من الإشهارات غير الموجهة إليهم.

3-1-7 فرنسا: انقسم الخبراء في فرنسا ما بين التأثير الحقيقي للإشهار على الأطفال وبين فعالية تنظيم التلفزيون. إلا أن النقاشات حول تنظيم الإشهارات التي تستهدف الأطفال بشكل خاص ترتكز على فكرة مفادها أنه في ظل الافتقار إلى القدرات المعرفية اللازمة لبناء دفاع ضد الإشهار، كان من الضروري وضع أحكام دقيقة وواضحة لحماية الأطفال القاصرين. ولم يخضع النظام المعمول به لتخفيف كبير إلا بموجب المرسوم الذي صدر بتاريخ 27 مارس 1992، لا سيما في ظل زخم اللوائح الأوروبية. وتنص المادة 7 من هذا المرسوم على أنه "يجب ألا تُسبب الإشهارات التلفزيونية ضرراً معنوياً أو جسدياً للقاصرين، وألا تضع القاصرين في وضع خطير. (La publicité et les mineurs, 2024). ومن جانب آخر، فإن استخدام الأطفال في الإشهارات في فرنسا يخضع لنظام صارم، حيث تنص المادة 6 من المرسوم رقم 87-239 المؤرخ في 6 أفريل 1987 والمتعلق بتطبيق المادة 27-1 من القانون رقم 86-1067 المؤرخ في 30 سبتمبر 1986، على أنه يُحظر استخدام الأطفال والمراهقين كواصفين للمنتج أو الخدمة التي يتم الإعلان عنها، ويجب أن لا يكونوا عناصر أساسية في الرسالة الإشهارية إلا إذا كانت هناك علاقة مباشرة بينهم وبين المنتج أو الخدمة المتعلقة بالإشهار. (Décret n◈87-239 du 6 avril 1987 pris pour l'application de l'article 27-I de la loi n◈ 86-1067 du 30 septembre 1986 , 2024)

3-2 التشريعات القانونية المتضمنة حماية الطفل من الإشهار في الدول العربية:

3-2-1 الإمارات العربية المتحدة: يخضع الإشهار في الإمارات العربية لجملة من المبادئ التي يتم تطبيقها على المواد الإشهارية وخاصة منها الموجهة للطفل، إذ تنص الأحكام الخاصة بالإشهار الموجّه للطفل عدم قبول المادة الإعلانية إذا كان من شأنها أن تؤدي إلى تعلق الطفل بالسلع أو الخدمات المعلن عنها وتعزز ميلهم للتقليد والمحاكاة، مع حظر الإشهارات التي قد تعرّض سلامة الطفل للمخاطر خاصة منها ما يوحي للطفل بعدم خطورة ممارسة نمط سلوكي معين. (مراد، 2012، صفحة 584)

3-2-2 مصر وتونس: إذ تفتقد التشريعات في بعض الدول العربية للوضوح في هذا الشأن على غرار المشرّع **المصري والتونسي**، حيث نصّت المادة 36 من قانون البث الإذاعي، الصّادر في 18 أيار 1994 بـ **تونس** على "عدم إساءة الإشهار إلى النشء والأخلاق العامة". أما **مصر**، فقد أطلق المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام مشروع مدونة سلوك الطفل والإعلام 2021، بالتعاون مع المنظمة العالمية "يونيسف"، وتشتمل هذه المدونة على نحو 545 مادة، بالإضافة إلى باب مخصص للمعايير، حيث

يوجد 16 معيارا تتعلق بحقوق الطفل إعلاميا وفي المجال الدرامي والإعلاني، تؤكد على احترام حقوق الطفل بصفة عامة وحقوقه الاتصالية على وجه الخصوص، من طرف المؤسسات الإعلامية، ومن بين هذه المعايير أن تتحمل المؤسسة الإعلامية المسؤولة عن إنتاج أي محتوى للبث تلفزيوني أو إذاعي، مسؤولية حماية الأطفال المشاركين في إنتاج ذلك المحتوى نفسيا وجسديا، وبخصوص الإشهارات الموجهة للأطفال، أكدت المدونة على أن لا يتجاوز الإشهار التجاري مدة 3دقائق و50 ثانية خلال البرامج التي تعرف مشاهدة عالية من طرف الأطفال، ومنعها إذا كان المحتوى الموجّه للطفل مدّته لا تتجاوز 30 دقيقة. إضافة إلى ذلك يجب أن تحترم الإشهارات حقوق الطفل وأن تجعل رفاهيتهم وسلامتهم فوق كل اعتبار. وتضيف في ذات السياق، أن المؤسسات الإعلامية يجب ان تتوفر على ضمانات لِألاّ تحتوي المنتجات أو السلع التي يتم الإعلان عنها على مطالب مبالغ فيها أو غير واقعية أو غير دقيقة. (البهنساوي، 2021).

وبالتالي، فما يُعاب على الدول العربية أنه وعلى الرغم من التطوّر الرهيب الذي يعرفه مجال الإشهار في القنوات التلفزيونية العربية والزخم الهائل للإشهارات لتي يتم بثّها وعلى سبيل التخصيص الإشهارات ذات الصلة بالطفل سواء الموجّهة له، أو التي تقوم باستخدامه في تقديم الرسائل الإشهارية للترويج للمنتجات والسلع والخدمات والتي منها ما هو موجّه للأطفال ومنها ما هو موجّه للأطفال والكبار معا أو حتى تلك الموجهة للكبار فقط لكن يتم استخدام الطفل في عرضها والترويج لها، إلاّ أن التنظيمات القانونية العربية الخاصة بنشاط الإشهار - إن وُجدت – فهي على العموم تنص على حظر مظاهر أو صور العنف أو منع بعض السلوكيات التي قد تشكّل خطرا على الطفل المتلقّي للمضامين الإشهارية، أو تكتفي بتحديد الوقت المخصص للإشهار ضمن الشبكة البرامجية للقناة، والتي يمكن اعتبارها محظورات روتينية، في حين أنها غفلت عن إيلاء الاهتمام اللازم بجملة من المشكلات التي لا تقل أهمية عن تلك التقليدية والتي قد تشكّل فعلا إشكالا راهنيا خطيرا، وهي مسألة توظيف واستغلال الطفل في تقديم المحتوى الإشهاري وطرق حمايته من كل ما يشكل تهديدا على سلامته النفسية والجسدية، وما يمكن أن ينجرّ عن ذلك من تأثيرات سلبية على الطفل.

3-3 قراءة في النصوص التشريعية الجزائرية المتضمنة حماية الطفل من الإشهار التلفزيوني:

كانت الإشهارات التجارية خلال فترة الاحتلال الفرنسي، تُسيّر من طرف الوكالات الكبرى الخاصّة، وعلى رأسها وكالة "هافاس" التي كانت مسيطرة على السياسة الإشهارية في الجزائر وجعلت منها سوقا لمنتجاتها وسلعها. وبعد الاستقلال، صدر المرسوم رقم 63-301 المنظم للإشهار التجاري، والذي يعتبر أول قانون نظّم نشاط الإشهار التجاري في الجزائر ونصّ على إلغاء العمل بالقوانين الفرنسيّة السابقة التي تنظم هذا المجال، ويتضمّن خمسة مواد. (المرسوم رقم 63-301 المنظّم للإشهار التجاري، 1963، صفحة 835). ليصدر بعد ذلك الأمر رقم 67-279 المتضمّن إحداث الوكالة الوطنية للنشر والإشهار (ANEP) وذلك في إطار عمليات التأميم التي قامت بها الدولة الجزائرية، وقد كانت شركة "هافاس" من بين الشركات المؤممة لتصبح وكالة وطنية للنشر والإشهار، وقد تضمّن هذا الأمر أربعة مواد قانونية وقانون أساسي ملحق بهذا الأمر يحدد كيفيات تسيير هذه

الشركة وتنظيمها المالي والإداري. (الأمر رقم 67- 279 المتضمن إحداث شركة وطنية تسمى بالوكالة الوطنية للنشر والإشهار، 1967، صفحة 16)، وبعد مرور سنة من صدور هذا الأمر، أسند المشرّع الجزائري حق الاحتكار الإشهاري للوكالة الوطنية للنشر والإشهار وفقا للأمر رقم 78-68 (الأمر رقم 68- 78 المتضمن تأسيس احتكار للإشهار التجاري، 1968، صفحة 398). وبموجب المرسوم رقم 86-283 الصادر سنة 1986 تم إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار. (المرسوم رقم 86- 283 المتضمن إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار، 1986، صفحة 5). لتتوالى بعدها النصوص القانونية الرامية إلى تنظيم حقل الإشهار تماشيا مع التطورات الاقتصادية التي يعرفها السوق الجزائري، ليظهر بعد ذلك مشروع قانون الإشهار جويلية 1999، الذي سبقه مشروعان تمهيديان خلال سنتي 1988 و1990. ليبقى مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 حبيس الأدراج بعد أن تم تجميده من طرف مجلس الأمة. وبالنظر إلى هذه الترسانة القانونية والمراسيم والقواعد والأوامر المتوالية التي سعت من خلالها السلطات الجزائرية إلى سدّ الفراغ القانوني الذي يعرفه قطاع الإشهار، إلاّ أن مسألة علاقة الطفل بالإشهار سواء كمشارِك أو كمتلقّي تكاد تكون منعدمة، وقد ورد في إحدى المواد المتعلقة بضوابط المحتوى الإشهاري في مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 أنه "يمنع عرض مشاهد العنف أو مشاهد أو صور من شأنها إلحاق الضرر بالأطفال"، في إشارة إلى حظر المحتوى الإشهاري المتضمن مشاهد عنف أو أي محتوى آخر قد يعرّض الطفل لأي ضرر، دون التطرق إلى ضوابط خاصة بموضوع تمثيل الطفل في الإشهار أو تقييد استخدام الطفل في تقديم المضامين الإشهارية لمختلف السلع والخدمات والمنتجات حتى منها تلك غير الموجّهة للطفل، حمايةً له من كافة أشكال الاستغلال المادي أو المعنوي والتجاري أو غيرها من أشكال الاستغلال التي قد يتعرض لها الطفل ولا يسمح له نموّه الفكري والعقلي من إدراكها، فضلا عن حمايتهم من التأثيرات السلبية التي يتعرّض لها الطفل نتيجة سوء استخدامه أو استغلاله نتيجة مشاركته في الإشهار.

وبالعودة إلى القانون العضوي للإعلام 12-05 نصّت المادة 24 منه على أن المدير مسؤول كل نشرية موجّهة للأطفال أو الشباب عليه أن يستعين بهيئة تربوية استشارية، فيما لم تشر المادة 6 من القانون ذاته، صراحة إلى المضامين الموجهة للطفل، إلاّ أنها صنّفت النشريات الدورية إلى صنفين منها النشريات الدورية للإعلام العام وأخرى نشريات دورية متخصصة، موضّحة أن النشريات الدورية حسب هذا القانون هي جميع أنواع الصحف والمجلات التي تصدر بشكل منتظم. (القانون العضوي رقم 12- 05 المتعلق بالإعلام ، 2012، الصفحات 23-24) حيث نجد ضمن طيّات المادة 6 أن النشريات المتخصّصة قد تتضمّن محتوى موجّه لفئة من فئات الجمهور وهي فئة الأطفال.

أما القانون الصادر سنة 2023 والمتعلق بالنشاط السمعي البصري، فقد أشار إلى حماية الطفل في موضعين، أين نصّت المادة 32 من الفصل الثالث المتعلق بالأحكام المشتركة لخدمات الاتصال السمعي البصري (من الباب الثاني الخاص بخدمات الاتصال السمعي البصري)، على عدم إلحاق الضرر بحقوق الطفل وفق ما تم تحديده في الاتفاقيات الدولية، أما في الفصل الأول من الباب الرابع الخاص بمهام وصلاحيات السلطة الوطنية المستقلة لضبط السمعي البصري، فقد أكدت المادة 40 على

السهر على حماية الطفل والمراهق. (القانون رقم 23 -20 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، 2023، الصفحات 16-18)

من خلال الوقوف على ما سبق من التطورات التي شهدتها المنظومة التشريعية في الجزائر والمتعلقة على وجه الخصوص بقطاع الإشهار، منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، وعلى الرغم من الأهمية البالغة التي تكتسيها علاقة الطفل بالإشهار سواء تأثير هذا الأخير على الطفل كمتلقّي أو من خلال ظهوره وحضوره وأدائه لدور كعنصر من عناصر ترويج المنتجات والسلع والخدمات في الإشهارات التلفزيونية على وجه التحديد، لم ترافقه أية إجراءات تنظيمية أو تدابير وقائية ينص عليها التشريع الجزائري بهدف حماية الطفل من المضامين الإشهارية الموجّهة إليه أو من جانب آخر تحميه من كافة أوجه الاستغلال التي يتعرض لها نتيجة توظيفه وعمالته في الإشهارات، خاصّة في ظل أن الجزائر تعرف فراغا قانونيا فيما يخص قطاع الإشهار ككل، إذ أنه لا يوجد قانون صريح موجّه لتنظيم هذا النشاط، ما عدا مسودّة مشروع لقانون الإشهار والتي بقيت حبيسة الأدراج منذ سنة 1999 بعد أن لم يُصادق مجلس الأمة على هذا المشروع الذي تم اقتراحه لتجنّب إبقاء قطاع الإشهار محتكرا من طرف الدولة عن طريق الوكالة الوطنية للنشر والإشهار (ANEP 1967) فضلا عن أن مسودّة قانون الإشهار هذه لم تتطرّق إلى ضوابط توظيف الطفل في الإشهارات وآليات وسبل حمايته من استغلاله في هذا المجال خاصة وأنّ دائرة استخدام وتوظيف الطفل في الإشهار التلفزيوني اتّسعت بشكل مثير للاهتمام والتساؤل وبدأت تأخذ منعرجات أقل ما يُقال عنها أنها خطيرة وتؤثّر سلبا على سلامة الطفل وخصوصيته، في حين تضمنت المسودّة إشارة بسيطة فقط تخص المحتوى الإشهاري الموجّه للطفل تتضمن منع عرض المشاهد أو الصور التي قد تلحق ضررا بالطفل المتلقّي للرسالة الإشهارية.

الخاتمة:

يتلقّى الطفل في الجزائر مستويين من الإعلام وهما إعلام موجّه للراشدين من جانب، وإعلام الطفل من جانب آخر، لذا سعى المشرّع الجزائري لضمان حق الطفل في إعلام كامل وموضوعي، كما أقرّ حماية الطفل من المضامين الإعلامية الذي قد تشكل خطرا أو ضررا على سلامته النفسية والجسدية وهو ما يتضّح في عدة مواضع من القوانين والمراسيم المتعاقبة منذ أول قانون للإعلام في الجزائر سنة 1982 إلى غاية صدور قانون السمعي البصري سنة 2023 وذلك في كنف ما منحته له اللوائح والاتفاقيات الدولية والإقليمية والعربية التي صادقت عليها الجزائر. وكذلك هو الشأن بالنسبة للإشهار التلفزيوني أين يكون الطفل بين متلقّي للمحتوى الإشهاري الموجّه له أو الموجّه للكبار وبين مشارك في تقديم ذلك المحتوى، إذ تهيّأ للإشهار في القنوات التلفزيونية الجزائرية فضاء واسع خاصة بعد صدور القانون رقم 14-04 المتعلّق بالنشاط السمعي البصري والذي نتج عنه ظهور العديد من المؤسسات الإعلامية وبالتّالي تنوّع المضامين المقدّمة ومن ذلك المضامين الإشهارية. غير أن هذه التطورات في السوق الإشهارية الجزائرية لم تواكبها نصوص تنظيمية تقنّن الممارسة الإشهارية، حيث تعرف الجزائر فراغا قانونيا وتأخّرا كبيرا في إصدار قانون خاص بالإشهار تصاحبه إجراءات صارمة لضبط كافة الجوانب المتعلقّة بالممارسة الإشهارية التي أخذت منعرجات خطيرة لا حسيب فيها

ولا رقيب اتجّه المعلنون فيها لاتخاذ أساليب جديدة ومبالغ فيها من بينها استغلال الطفل كمتلقّي وكمشارك دون أدنى اعتبار لطبيعته ولخصوصيته كطفل، إذ أن المراسيم والأوامر المتعلّقة بتأطير السوق الإشهارية تكاد تخلو من فرض ضوابط صارمة تتعلّق بتوظيف الطفل في الإشهارات أو على الأقل تضع حدودا معيّنة لحضور وتمثيل الطفل في تقديم وعرض المحتوى الإشهاري، فضلا عن حمايته من تأثيرات الإشهار السلبية على سلامته النفسية والجسدية والسلوكية نتيجة تلقّي كم هائل من الرسائل الإشهارية التي أصبحت تؤدّي دورا كبيرا في بلورة اتجاهاته وتوجيه سلوكياته .

ومن خلال ذلك، تقترح هذه الدراسة:

- ضرورة سن قانون خاص بتأطير الممارسة الإشهارية في الجزائر يحدّد كافة الجوانب المتعلقة بها، ويضبط حقوق وواجبات كل المعنيين بهذا النشاط.
- فرض رقابة صارمة على الرسائل الإشهارية التي يكون الأطفال عُرضة لها، لحمايته من الآثار السلبية المترتّبة عنها.
- وضع نصوص تنظيمية تُقرّ بحظر أو منع استغلال الطفل وجعله عنصر أساسي من عناصر العملية الترويجية للسلع والخدمات، أو على الأقل تقييد ووضع شروط محدّدة لحضور الطفل في تقديم وعرض المضامين الإشهارية.
- حظر الإشهارات التلفزيونية التي تسيء للطفل أو المنافية للقواعد العامة والأخلاق الإسلامية.
- استحداث هيئات متخصّصة للإشراف على متابعة ومراقبة نشاط الإشهار ومن بينها هيئة خاصة بمتابعة العلاقة بين الطفل والإشهار كمتلقّي وكمشارك.
- الاستفادة من المبادرات والتجارب الدولية والإقليمية والعربية في مجال تقنين مسألة حضور الطفل في الإشهار كمؤدّي للرسالة الإشهارية وكذا كمتلقّي لها مع مراعاة خصوصية وقيم المجتمع الجزائري.

الهوامش وقائمة المراجع:

المؤلفات:

1. ابن منظور .1989 .لسان العرب .القاهرة، مصر :دار المعارف.
2. الحديدي ,منى .(2002) .الإعلان .القاهرة، مصر :الدار المصرية اللبنانية.
3. الهلالي ,جاسم .رمضان .(2013) .الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية . عمان :دار النفائس للنشر والتوزيع.
4. الهيتي ,هادي .نعمان .(2008) .الإعلام والطفل .عمان، الأردن :دار أسامة للنشر والتوزيع.

المقالات:

1. تقي الدين ,بلعباس ,.فيصل ,بن مبروك .(2021) .الاستمالات الإقناعية في الإشهار التلفزيوني الجزائري، دراسة سيميولوجية .مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الإنسانية والاجتماعية .pp , 125 - 150.

2. جلودي ,إسمهان ,.فاطمة الزهراء زهرة .(2017) .وسائل الإعلام وتوجهات مقترحة لتنمية اهتمامها بالطفولة .وسائل الإعلام والطفل في الجزائر .(22 - 16 .pp)غليزان ، الجزائر :مخبر الدراسات الاجتماعية والنفسية والأنثروبولوجية ، المركز الجامعي أحمد زبانة.
3. مراد ,ميلود ,2012) .مارس .(اللوائح التشريعية لحقوق الطفل الإعلامية -التجربة الجزائرية أنموذجا .-مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية.588 - 577 .pp ,

الأوامر والقوانين:

1. الأمر رقم 279 -67 المتضمن إحداث شركة وطنية تسمى بالوكالة الوطنية للنشر والإشهار ,1967سبتمبر .20الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 02، المؤرخ في 5 جانفي .1968
2. الأمر رقم 78 -68المتضمن تأسيس احتكار للإشهار التجاري ,1968) .أفريل .(12الجريدة الرسمية الجزائرية العدد رقم 34المؤرخ في 26أفريل .1968
3. القانون العضوي رقم 05 -12المتعلق بالإعلام ,2012) .جانفي .(12الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 02المؤرخة في 15جانفي .2012
4. القانون رقم ,2014) .04-14فيفر ي .(24المتعلق بالنشاط السمعي البصري .الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 16المؤرخة في 23مارس 2014
5. القانون رقم 20- 23المتعلق بالنشاط السمعي البصري ,2023) .ديسمبر .(02الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 77، المؤرخ في 02ديسمبر .2023
6. القانون رقم ,1982) .01-82فيفري .(06المتضمّن قانون الإعلام .الجريدة الرمية الجزائرية رقم 06، المؤرخة في 09فيفري .1982
7. القانون رقم ,1990) .07-90أفريل .(03المتعلق بالإعلام .الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 14، المؤرخة في 04أفريل .1990
8. المرسوم التنفيذي رقم ,222-16 ,2016) .أوت .(11المتضمّن دفتر الشروط الذي يحدّد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني وللبث الإذاعي .الجريدة الرسمية الجزائرية رقم 48، المؤرخة في 17أوت .2016
9. المرسوم رقم 301-63المنظّم للإشهار التجاري ,1963) .أوت .(14الجريدة الرسمية الجززائرية، العدد 59، المؤرخة في 23أوت .1963
10. المرسوم رقم 283 -86المتضمن إعادة تنظيم الوكالة الوطنية للنشر والإشهار ,1986) .ديسمبر .(02الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 49الصادر بتاريخ 03ديسمبر .1986

مواقع الإنترنتت العربية:

1. البهنساوي ,أ ,2021 .نوفمبر 16 . 22 معيارا لحماية الطفل بمدونة السلوك منها منع إعلانات البرامج أقل من 30دقيقة. الوطن : consulté le 22/01/2024
https://www.elwatannews.com/news/details/5815696

2. الإطار العربي للطفولة ,2001) .2001مارس .(28 الموقع الرسمي لوزارة العدل اللبنانية http://ahdath.justice.gov.lb/law-sign-kidsrights.htm consulté le 12/01/2024

3. نص اتفاقية حقوق الطفل .(1989) .يونيسف لكل طفل consulté le 20/01/2024 https://shorturl.at/rEhsJ

المواقع الأجنبية:

1. Activités de radiodiffusion télévisuelle: directive «Télévision sans Frontières» (TSF). (2008, 09 09). Récupéré sur EUR-L'exL'accès au droit de l'Union européenne: consulté le 19/01/2024 https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=LEGISSUM:l24101
2. Décret n°87-239 du 6 avril 1987 pris pour l'application de l'article 27-I de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 . (2024, Mars consulté le 03). Récupéré sur Légifrance Le service public de la diffusion du droit:

Consulté le 22/01/2024 https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGITEXT000006065902

3. La publicité et les mineurs. (2024, Mars consulté le 01). Récupéré sur Bibliothèque numérique contributive et gratuite du Barreau de Paris: consulté le 19/01/2024 https://shorturl.at/QKr0m
4. LégisQuébec - LOI SUR LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR. (2024, Mars consulté le 03). Récupéré sur Publications Québec: consulté le 11/01//2024 https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/P-40.1