

"نشاط المؤثرين ومدى خضوعه للقانون- دراسة في موقف القانونين الجزائري والإماراتي"

“Influencer Activism and Submission to the Law- A Comparative Study-“

أ. د. كريمة كريم¹

أستاذة التعليم العالي

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيلالي

لباس-الجزائر-مخبر قانون المؤسسة

karima.krim@univ-sba.dz

د. محمد الخمايسة²

أستاذ القانون المدني المساعد

جامعة أبو ظبي - الإمارات العربية المتحدة

Mohammad.alkhamaiseh@adu.ac.ae

تاريخ الاستلام: 2023/11/01 تاريخ القبول: 2023/11/15 تاريخ النشر: 2023/12/01

الملخص:

مع الانتشار الواسع لاستعمال مواقع التواصل الاجتماعي، ظهر أشخاص يستعملون طريقتهم الخاصة في التأثير على سلوك المستهلك ودفعه للتعامل مع صاحب المنتج أو الخدمة محل التسويق، يطلق عليهم تسمية "المؤثرين". تهتم الدراسة بالتعرف على مدى صلاحية التشريعات النافذة لتنظيم نشاط المؤثرين، وذلك عن طريق: تحديد دور المؤثرين في عملية التسويق، والتعرف على الطبيعة القانونية لهذا النشاط بين امتثال الإعلام وعلاقة العمل ومدى خضوعه للقانون التجاري، للوصول في الأخير للإجابة على تساؤل مدى إمكانية إخضاعه للقانون رقم 22-23 المتضمن القانون الأساسي للمقاول الذاتي.

الكلمات المفتاحية: مؤثرين، إشهار، إلكتروني، مقاول ذاتي، عمل حر.

Abstract:

With the widespread use of social networking sites, people have appeared who use their own method to influence consumer behavior and push him to deal with the owner of the product or service being marketed. They are called “influencers.” The study is concerned with identifying the validity of the legislation in force to regulate the activity of influencers, by: defining the role of influencers in the marketing process, and identifying the legal nature of this activity between the media profession and the work

relationship and the extent to which it is subject to commercial law, in order to finally arrive at an answer to the question of the extent to which it can be subjected to Law No. 22-23, which includes the basic law for self-contractors.

Keywords: Influencers, Publicity, Electronic, Auto entrepreneur, Self-employment

المؤلف المرسل: أ. د: كريمة كريم، الإيميل: karima.krim@univ-sba.dz

المقدمة:

تسعى دائما الشركات وأصحاب العلامات التجارية للترويج لمنتجاتهم قصد الوصول لأكبر عدد من المستهلكين والعملاء لتصريف وبيع منتجاتهم تحقيقا للربح، ولأجل ذلك فإن المشاريع تعمل على تخصيص مبالغ معتبرة للإشهار عنها عبر مختلف وسائل الاتصال. وقد تغيرت طرق الإشهار بحسب التطور الاقتصادي والتكنولوجي للمجتمع وللتعاملات الاقتصادية ككل، بأن تم الانتقال من الإشهار المكتوب باعتماد الصحف والجرائد، إلى استعمال وسائل الاتصال السمعية والبصرية من تلفاز وراديو، وصولا لاعتماد الانترنت والتكنولوجيا الحديثة لان يتم الجمع بين عدة وسائط، ولذلك نجد الفقه يميز بيع عدة أنواع من الإشهار وبالنتيجة العملية التسويقية، إما بحسب الوسيلة أو الغاية المراد الوصول إليها أو الفئة الموجه لها الإعلان الاشهاري إما المستهلك أو مؤسسة أخرى¹..

وتعتبر العملية التسويقية والإشهار ككل، حلقة وصل بين المنتج والخدمة وبين المستهلك، يؤدي وظيفة اقتصادية واجتماعية في الوقت نفسه، ليتم التأثير على سلوك المستهلك بتقديم المعلومات التي يحتاجها عن سلعة أو خدمة معينة ودفعه للتعامل مع مقدم تلك الخدمة أو ذلك المنتج أو مستورده أو موزعه، قد يتم بطريقة تقليدية وقد يكون الكتروني أو رقمي تستفيد من خلاله الشركات من القنوات الرقمية كمحركات البحث ومنصات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني للتواصل بالعملاء الحاليين وحتى

¹ - بحيث يمكن التمييز بين التسويق من التاجر أو الشركة إلى المستهلك (B2C) بحيث يكون الموجه له الرسالة الاعلانية العميل المستهلك الذي يسعى لتلبية حاجاته، والنوع الثاني هو التسويق من الشركة لشركة أخرى أو ما يعرف B2B

المحتملين... مع الانتشار الواسع لنشاط المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي الدين لهم طريقتهم الخاصة في التأثير على سلوك المستهلك ودفعه للتعامل مع صاحب المنتج أو الخدمة محل التسويق¹، بحيث أصبحوا أكثر تأثيراً من التسويق باعتماد الطرق التقليدية أو حتى الطرق الالكترونية الأخرى، هل التشريعات النافذة صالحة للتطبيق على نشاطهم أم خصوصية وضعيتهم تتطلب وضع نظام قانوني خاص بهم؟

تم الإجابة على الإشكالية باعتماد المنهج الوصفي والتحليلي بمحاولة تطبيق التشريعات النافذة على وضعية المؤثرين، بدراسة قانون العمل، والتشريعات التجارية، والمنهج المقارن بدراسة موقف بعض التشريعات الأجنبية في تنظيمها لنشاط المؤثرين. وذلك بدراسة العناصر التالية: دور المؤثرين في عملية التسويق -أولاً-؛ ثم الطبيعة القانونية للمؤثر بين امتهان الإعلام واعتباره عامل-ثانياً-؛ وأخيراً مدى إمكانية اعتبار نشاط المؤثرين تجسيد لحرية المقاوله والتجارة والاستثمار-ثالثاً-.

أولاً: دور المؤثرين في عملية التسويق

في الغالب من الأحيان لا يلجأ المستهلك لشراء واقتناء سلعة معينة أو طلب الاستفادة والانتفاع من خدمة معينة نتيجة لخصوصيتها ومضمونها، بل نتيجة للصورة التي قدمت له عنها باستخدام طرق التواصل سواء مرئية أو مسموعة أو مكتوبة أو متعددة الوسائط أو باستخدام الانترنت التي قد تجمع بين كل تلك الوسائل وتقرب صورة المنتج أكثر للمستهلك وتعرضه عليه بالطريقة التي يرغب رؤيته لها فيها، خاصة لاستخدام خوارزميات تهتم بتحليل سلوكيات المستهلك تجعل اهتماماته واحتياجاته التي تم تجميع البيانات المرتبطة بها نتيجة تفاعله مع بعض المواقع بمثابة سلع تبيعها مواقع التواصل الاجتماعي للشركات المقدمة لتلك المنتجات فتجعلها تتواصل به بطريقة غير مباشرة بإرسال الإعلانات المتعلقة به لهذا المستهلك أو ذلك بما يتناسب واحتياجاته. لذلك فان التسويق كعملية تركز على الإشهار تستدعي تسليط الضوء عليها ودور المؤثرين فيها بتحديد مفهومها-01-؛ ثم التعرف على دور المؤثرين في الإشهار-02-.

1- مفهوم التسويق والإشهار:

¹ - للتفصيل بخصوص التسويق المؤثر، يراجع، عزي، عبير، "تأثيرات استخدام المعلنين لحملات تسويق المؤثرين عبر المنصات الإلكترونية Marketing Influencer compaigns"، على سلوكيات الشراء وعلاقتها بقضايا حماية المستهلك/ المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 2020، 19(2)، ص ص. 531-570.

عملية التسويق باعتبارها تربط المنتج والخدمة بالمستهلك والعميل، فهي تعرف عدة مراحل تهتم من خلالها بدراسة السوق وتحليل المنافسين بالاعتماد على تحديد المنتج بأن يتناسب مع احتياجات المجتمع والسوق الموجهة إليه، وان تكون تسعيرته مناسبة وتنافسية مقارنة بمنتجات الشركات المنافسة أو الخدمات التي تقدمها، واعتماد طرق توزيع المنتج وقنوات ذلك باختيار الشريحة المستهدفة، وصولاً للترويج بالإعلام بالمنتج وذلك بتحفيز العملاء للشراء أو طلب الخدمة باستخدام وسائل الاتصال المختلفة، لذلك قد يكون تسويق تقليدي، أو الكتروني، أو رقمي.

عرفه المشرع الجزائري التسويق من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش¹، بموجب المادة 2 منه، والتي تنص على أن "التسويق: مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتجات بالجملة أو نصف الجملة، ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجاناً، ومنها الاستيراد والتصدير وتقديم الخدمات". ولكن من استقراء نص المادة السابق، يتضح أن المشرع الجزائري لم يدرج عملية دراسة السوق والإنتاج ضمن نشاط التسويق رغم أهميتها.

من خلال ذلك، يمكن اعتبار التسويق تلك العلاقة التعاقدية التي تربط صاحب العلامة التجارية بالمستهلك أو الزبون أو العميل الذي يرغب في اقتناء وشراء المنتج المسوق له أو الخدمة المعروضة، فهو عقد يلتزم بمقتضاه الموزع أو المسوق بتصريف منتجات أو سلع أو خدمات باستمرار دون انقطاع فيكون بمثابة صلة بين المنتج والمستهلك. فهو يكون بين شخص له خبرة في العملية التسويقية وفي احتياجات السوق وطريقة التفاوض للترويج منتجات الشركة صاحبة العلامة أو المنتج، وهي وسيلة يعتمد عليها محترفو المعاملات التجارية لكسب عملاء جدد وتوسيع نطاقهم السوقي كل ذلك تحقيقاً للأرباح، ويتحصل المسوق مقابل لما يقوم به. فالتسويق نشاط اجتماعي وإداري قبل أن يكون نشاط اقتصادي، يتم بموجبه عملية تبادلية فالمنتج يوفر منتجاته وخدماته لإشباع حاجيات الزبون العميل أو المستهلك بتدخل المسوق للتوسط في العملية بحيث يكون دوره عرض المنتجات للعميل والمجتمع، باعتماده أساليب التواصل والتأثير والإقناع.

أما الإشهار عرفه المشرع الجزائري بموجب عدة نصوص تشريعية منها على الخصوص:

¹ المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05 لسنة 1990 ص. 202.

- المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش-المعدل والمتمم، والتي تنص على أن "الإشهار: جميع الاقتراحات أو الدعايات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية".

- المادة 3/3 من القانون رقم 04-02 2004 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم¹، والتي تنص على أن الإشهار: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

- المادة 6/6 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية²، تنص على أن: "الإشهار الإلكتروني هو: كل إعلان يهدف بصفة مباشرة و/أو غير مباشرة إلى ترويج بين سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية".

فالإعلان حتى يصبح إشهاراً، يجب أن يحمل في محتواه ما يدل على أنه موجه لترويج لبيع السلع والخدمات، بمعنى التقريب بين المنتج والمستهلك ليقوم هذا الأخير بشراء المنتج أو الخدمة المعروضة أو المسوق لها باعتبار التسويق عملية تؤدي لتدفق السلع والخدمات من المنتج إلى المستهلك. وذلك بضرورة التوسيع في المصطلح المستعمل وعدم حصره في عقد البيع الذي يتضمنه التعريف السابق، فمصطلح التسويق أوسع من البيع الذي يربطه القانون المدني بذلك العقد الذي يربط البائع بالمشتري والذي من خلاله يتم نقل ملكية الشيء أو الحق المالي للمشتري بمقابل ثمن نقدي³.

2- التسويق عبر المؤثرين أو دورهم في عملية الإشهار:

¹ - القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010 ج ر عدد 46 بتاريخ 18 غشت 2010، ص.4.

² - القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر عدد 28 بتاريخ 16 مايو 2018، ص.4.

³ - بموجب المادة 351 وما يليها من الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.

يعتبر التسويق عبر المؤثرين أداة مهمة للتوسيع في العلامة التجارية وزيادة الأعمال التجارية، يعتمد فيه على فكرة الصداقة والثقة التي تشكلت بين شبكة من أفراد يتشاركون نفس الاهتمامات، ويندرج ضمن اقتصاد المشاركة¹.

هي أداة تسويق حديثة تتناسب مع التطور التكنولوجي لطرق الاتصال وتبادل المعلومات، خاصة أمام تزايد الفترة التي يقضيها الأشخاص عبر منصات التواصل الاجتماعي والتي تتواصل لعدة ساعات، مما يجعلهم يتابعون المؤثرين بشكل طوعي ودون قصد منهم لان إعلاناتهم تظهر كلما تم فتح الموقع عبر منصات التواصل الاجتماعي المتعددة فيسبوك، توتير....

هي طريقة سهلة لا تتطلب جهدا ومالا ضخما، فالإعلان والتسويق عبر المؤثرين أقله تكلفة مقارنة بالطريق المعتاد للإشهار وعملية التسويق، كما أنها طريقة تمنح إمكانية الرد والتواصل المباشر والتفاعل مع المؤثرين عن بعد وفي نفس وقت عرض الإعلان أو التسجيل ، كما أن المؤثر يتمتع في الغالب بأكبر قدر من الحرية للتحكم في مضمون وشكل الرسالة الموجهة للجماهير ولمتابعين إلا إذا كان مضمون العقد يقضي بان يقوم المؤثر بتنفيذ السيناريو والعرض الذي حضره صاحب العلامة التجارية.

• ضرورة احترام الأحكام التي تضبط عملية الإشهار

الإشهار الإلكتروني والرقمي هو أكثر الأنواع انتشارا حاليا لعدة أسباب أهمها الاستعمال الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي وللاترنت، وظهور التجارة الالكترونية..وقد تدخل المشرع بموجب عدة تشريعات لتنظيم الإشهار وحدد خصوصا ضمن قانون التجارة الالكترونية رقم 18-05 مجموعة شروط في العملية الاشهارية الالكترونية، بموجب المادة 30، والتي تنص على انه: "دون المساس بالأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في هذا المجال، كل إشهار أو ترويج أو رسالة ذات طبيعة أو هدف تجاري تتم عن طريق الاتصالات الالكترونية يجب أن يلبي المقتضيات الآتية: - أن تكون محددة بوضوح كرسالة تجارية أو اشهارية. - أن تسمح بتحديد الشخص الذي تم تصميم الرسالة لصالحه... - ألا تمس بالآداب العامة والنظام العام. - أن تحدد بوضوح ما إذا كان العرض التجاري يشمل تخفيضا

¹ - يراجع، عبير إبراهيم محمد رجب عزي، " تأثير استخدام المعلنين لحملات تسويق المؤثرين عبر المنصات الالكترونية Campaigns Influencer Marketing على سلوكيات الشراء وعلاقتها بقضايا حماية المستهلك، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 19(2)، ص.536..

أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجارياً أو تنافسياً أو ترويجياً. - التأكد من أن جميع الشروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري، ليست مضللة ولا غامضة"، وذلك تحت طائلة العقوبات المقررة قانوناً في حالة المخالفة¹.

بالنتيجة، يجب أن يحترم كل ممارس لنشاط الإشهار التجاري مهما كانت الوسيلة الالكترونية المستعملة مجموعة من الشروط كلها مقررة لحماية المستهلك بأن تكون الرسالة الاشهارية واضحة تسمح بالتعرف على المنتج وصاحبه والمستفيد من الإشهار مع عدم التعدي على حقوق الأشخاص وعدم الإضرار بهم وان لا يكون مضللاً بشكل مباشر أو غير مباشر²، مع عدم الاستغلال لظروف والأشخاص وصغر سنهم لإلحاق الأذى والضرر بهم.

مع ضرورة التركيز على تحديد الشخص الذي تمت العملية الاشهارية لمصلحته شخص طبيعي أو معنوي، لتحديد المسؤول عن الأضرار التي قد تلحق بالمستهلك لاحقاً، وهو نفس النهج المعتمد من التشريع الأوروبي³.

• بعض القيود على التعاملات بالطريقة الالكترونية:

كما تضمنت تشريعات أخرى موانع وقيود يجب عدم تخطيها خلال العملية الاشهارية التي تتم عبر وسائل الاتصال الحديثة، من بينها ما يلي:

¹- بموجب المادة 40 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، والتي تنص على أنه: "دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل من يخالف أحكام المواد 30 و 31 و 32 و 34 من هذا القانون".

²- للتفصيل بخصوص الشروط المحددة قانوناً لصحة الإشهار الالكتروني، يراجع، منير برباح، "الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري"،

مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، السنة: 2022 المجلد: 05 العدد: 01، ص ص. 1563-1565.

³- التوجيه الأوروبي للتجارة الالكترونية CE/ 31/2000 بتاريخ 08 جوان 2000 تلزم بتحديد الهوية، وذلك لكل إعلان تم عبر وسائل التواصل الاتصال للجمهور عبر الخط والشخص المعنوي الذي تمت لأجله عملية الإعلان.

- منع استعمال الأطفال في ومضات اشتهارية أو أفلام أو صور أو تسجيلات إلا بترخيص من الممثل الشرعي للطفل وخارج فترات التمدرس¹، ولكن غالبا ما يستعمل المؤثر أبنائه في التسجيلات التي يقوم بنشرها عبر موقعه في منصات التواصل الاجتماعي، وفي هذه الحالة إذا تم الإضرار بالطفل فالقاضي هو من سيتدخل لحمايته ومتابعة الولي عما تسبب فيه. لذلك يمنع الاستغلال الاقتصادي لهم، ويعاقب القانون كل استغلال اقتصادي للطفل دون 18 سنة من عمره وتضاعف العقوبة إذا كان الفاعل أحد أصول الطفل أو المسؤول عن رعايته².
- يمنع نشر أي إشهار أو ترويج عن طريق الاتصالات الالكترونية لكل منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتصالات الالكترونية بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما³ والتي يعاقب عليها القانون جزائيا إضافة لإمكانية طلب التعويض جبرا للضرر الذي لحق بالضحية وهو المستهلك⁴، كما يمنع القانون كل معاملة عن طريق الاتصالات الإلكترونية تتعلق بلعب القمار والرهان واليانصيب، والمشروبات الكحولية والتبغ، والمنتجات الصيدلانية والمنتجات التي تمس بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التجارية، وكل سلعة أو خدمة محظورة بموجب التشريع المعمول به⁵، كما يمنع التعامل في العتاد والتجهيزات والمنتجات

¹- اعتمادا على المادة 10 من القانون رقم 15-12 المؤرخ في 15 يوليو 2015 يتعلق بحماية الطفل، ج ر عدد 39 بتاريخ 19 يوليو 2015، ص.4، والتي تنص على أنه: "يمنع تحت طائلة المتابعات الجزائية، استعمال الطفل في ومضات اشتهارية أو أفلام أو صور أو تسجيلات مهما كان شكلها إلا بترخيص من ممثله الشرعي وخارج فترات التمدرس وذلك طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما".

²- بموجب المادة 139 من القانون رقم 15-12 المتعلق بحماية الطفل المحدد سابقا، والتي تنص على أنه: "يعاقب بالحبس من سنة (1) إلى ثلاث (3) سنوات وبغرامة من 50.000 د ج إلى 100.000 د ج، كل من يستغل الطفل اقتصاديا. تضاعف العقوبة عندما يكون الفاعل أحد أصول الطفل أو المسؤول عن رعايته".

³- اعتمادا على نص المادة 34 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المحدد سابقا.

⁴- بموجب المادة 40 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، المحدد سابقا، والتي تنص على أنه: "دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50.000 د ج إلى 500.000 د ج كل من يخالف أحكام المواد 30 و 31 و 32 و 34 من هذا القانون".

⁵- اعتمادا على نص المادة 2/3 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018 المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر عدد 28 بتاريخ 16 مايو 2018، ص.4.

الحساسية المحددة عن طريق التنظيم المعمول به، وكذا المنتجات و/أو الخدمات الأخرى التي من شأنها المساس بمصالح الدفاع الوطني والنظام العام والأمن العمومي¹.

نتيجة لهذا المنع، فقد تدخلت النيابة العامة مؤخرا لمتابعة بعض المؤثرين جزائيا بخصوص الإعلانات التي قاموا بها بخصوص إمكانية مواصلة الدراسة في إحدى المؤسسات التعليمية الأجنبية مؤكداً على مصداقيتها ومؤهلاتها وتخصصها، ولكن فيما اتضح أنه إعلان لمؤسسة وشركة وهمية احترفت التحايل على المهتمين بمواصلة دراستهم في مؤسسات تعليمية أجنبية، وأيضاً تحركت النيابة العامة بخصوص الترويج لمواد صيدلانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بتدخل مؤثرين... وكل ذلك حماية للصالح العام ولعدم الإضرار بالمستهلك وبمصالحه الاقتصادية والصحية... وباعتبار أن طبيعة التعاون بين المؤثر والعلامة التجارية هو من طبيعة اشهارية، سيجد نفسه ملزماً بتحمل الالتزامات المرتبطة بهذه العملية. فعندما يلتزم المؤثر بإشهار المحتوى بمقابل نقدي هو تعاون تجاري مع صاحب العلامة التجارية، فهو إشهار لتوافر شروط الإشهار الثلاث:

- 1- المحتوى تم ضبطه في إطار التزام تبالي - ثمن أو امتيازات عيني يتحصل عليها -
- 2- مباشرة مراقبة من طرف صاحب العلامة التجارية أو ممثله القانوني لمحتوى الإشهار - السيناريو، طريقة التقديم، المدة.... - والمصادقة عليه.

3- المحتوى يسعى لترقية المنتج أو الخدمة وتوسيع مجال تسويقها

ثانياً: الطبيعة القانونية للمؤثر وفقاً لعلاقات العمل

تحديد الطبيعة القانونية لتدخل المؤثرين مسألة تطرح نفسها من ناحية نوع النشاط الممارس وطبيعة العلاقة التي تربطه بصاحب العلامة التجارية، وذلك قصد تحديد القانون الواجب التطبيق في حالة قيام نزاع بين الأطراف، وأول ما طرحت مسألة التكييف القانوني لعملهم تمت محاولة ربطه بالعمل الإعلامي ومحترفيه وذلك بمحاولة الإجابة على تساؤل هل أصبح اليوتوبز الوجهة الجديدة للإعلام المرئي

¹ - بموجب المادة 05 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المحدد سابقاً.

عبر الانترنت¹؟ ولكن الإجابة ستكون بالنفي لان العمل الإعلامي والصحفي له شروطه وإحكامه المنظمة قانوناً² ولا يمكن بأي حال من الأحوال اعتباره صحفي هاوي أو محترف لان القانون يشترط ممارسة النشاط الصحفي والمتمثل في البحث عن الخبر وجمعه وانتقائه ومعالجته و/أو تقديمه لفائدة وسيلة إعلام للصحافة المكتوبة أو الصحافة الالكترونية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري عبر الانترنت إعلام عبر الانترنت³، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدر رئيسيا لدخله⁴، كما أنه تثبت صفة الصحفي المحترف ببطاقة وطنية⁵. وعلى الرغم من أن مفهوم الصحفي قد يقترب في بعض الأحيان مع نشاط اليوتوبرز، لكن القضاء الأوروبي رفض ذلك لأن اليوتوبرز نفسه ليس محترف الذي يغير من سياسته للوصول للاحترافية⁶، كما أن موقعه على وسائل التواصل الاجتماعي لا يعتبر موقع الكتروني صحفي.....

لهذا السبب سيتم التركيز على محاولة المقاربة بين عمل المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين وضعية العامل الذي يمكنه أن يكون في وضع مشابه، فانه يمكن التمييز بين العامل العادي-1-؛ والعامل في المنزل-2-، والعمل عن بعد-3-؛ أم هو نظام عمل جديد-4-.

1- المؤثر يتعد عن فكرة إبرام عقد العمل لانتفاء عنصر التبعية

لم يعرف القانون الجزائري عقد العمل، ولكن حدد بعض الأسس التي يقوم عليها هذا العقد والمتمثلة في أنه: " تنشأ علاقة العمل بعقد كتابي أو غير كتابي. وتقوم هذه العلاقة على أية حال بمجرد العمل لحساب مستخدم ما. وتنشأ عنها حقوق المعنيين وواجباتهم وفق ما يحدده التشريع،

¹ - وهو السؤال الذي تم التفصيل فيه من طرف عفيف بن بدرة، " يوتوبرز نحو إحداث مركز قانوني لصحفيين جدد"، المجلة الدولية للقانون، كلية القانون، جامعة قطر، العدد3، 2020، العدد الخاص بمؤتمر القانون والإعلام، الآفاق والتحديات"، ص ص 123-161، خاصة الصفحات 137-139.

² - القانون العضوي رقم 23-14 المؤرخ في 27 غشت 2023، المتعلق بقانون الإعلام، ج ر عدد 56، بتاريخ 29 غشت 2023، ص.9.

³ - بناء على المادة 15 من القانون العضوي رقم 23-14 المتعلق بقانون الإعلام، المحدد سابقا.

⁴ - بموجب المادة 17 من القانون العضوي رقم 23-14 المتعلق بقانون الإعلام، المحدد سابقا.

⁵ - بموجب المادة18 من القانون العضوي رقم 23-14 المتعلق بقانون الإعلام، المحدد سابقا.

⁶ - يراجع، عفيف بن بدرة، المرجع السابق، ص ص.137-138.

والتنظيم، والاتفاقيات أو الاتفاقات الجماعية، وعقد العمل.¹ كما أن المشرع يترك للأطراف حرية اختيار طريقة تنفيذ علاقات العمل، بحيث نص على أنه: "يتم عقد العمل حسب الأشكال التي تتفق عليها الأطراف المتعاقدة"²، لذلك يترك الحرية كاملة لأطراف العقد لتحديد نمط أو شكل العمل الذي قد يكون عملا عن بعد أو في المنزل أو عقد عمل عادي.

ولكن لا خلاف حول مفهوم عقد العمل، باعتباره العقد الذي يربط العامل وصاحب العمل للقيام بعمل لمصلحة هذا الأخير وتحت توجيهاته وتعليماته بمقابل اجر. أو هو الاتفاق الذي يتعهد بمقتضاه أحد طرفيه -العامل أو المستخدم- بأداء عمل مادي وذلك تحت إدارة طرفه الآخر وهو رب العمل أو صاحب العمل أو المُستخدِم- في مقابل أجر يحصل عليه، ليكون بذلك عناصر عقد العمل الأساسية هي العمل باعتباره محل التزام العامل والأجر وهو محل التزام رب العمل والتبعية آخر عنصر وهي العلاقة التي ينشئها العقد بين طرفيه³. فعقد العمل له صفات واستقلالية في الكيان والخصائص استقرت فقها وقضاء وتشريعا⁴. ويترتب على المقارنة بين العامل والمؤثر ما يلي:

- **الإطراف:** المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي يربطهم عقد مع صاحب العلامة التجارية للترويج لمنتجه أو الخدمة التي يقدمها، بمعنى وجود طرفين لكل واحد منهما التزامات وحقوق.

- **الأجر أو المقابل:** يتحصل المؤثرين على مقابل إما نقدي أو عيني - عينات من المنتجات أو خصومات على المبيعات أو الخدمات المسوق لها- عن الإعلان الذي يتم نشره ، بمعنى عما يقومون به لمصلحة صاحب العلامة، بما يعتبر اجر مقابل العمل، لكن هل توجد تبعية؟

¹ - بموجب المادة 8 من القانون رقم 90-11 المؤرخ في 21 ابريل 1990 المنظم لعلاقات العمل المعدل والمتمم، ج ر ، عدد17، بتاريخ 25 ابريل 1990، ص ص.562-576.

² - بموجب المادة 09 من القانون رقم 90-11 المتضمن علاقات العمل المحدد سابقا.

³ - للتفصيل يراجع، محمود جمال الدين زكي، " قانون العمل "، الطبعة الثالثة، 1983، مطبعة جامعة القاهرة، مصر، ص ص218 وما يليها.

⁴ - للتفصيل، يراجع، أحمية سليمان، "التنظيم القانوني لعلاقات العمل في التشريع الجزائري"، الجزء الثاني، علاقات العمل الفدية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2002، ص.19 وما يليها.

- **عنصر التبعية** هو الذي يكون الفاصل بين مركز المؤثر ومركز العالم، لذلك سيتم التفصيل فيه:

فالتبعية هي نوع من خضوع العامل لرب العمل تمس باستقلالية العامل ، وهي تبعية قانونية تمنح لصاحب العمل سلطات على العامل تمكنهم من توجيهه وملاحظته وإخضاعه تحت الرقابة أثناء قيامه بعمله وعلى العامل طاعة وتنفيذ تلك التعليمات تحت طائلة الجزاءات المقررة قانونا ، قد تكون تبعية فنية تضع العامل تحت إدارة رب العمل بصفة مباشرة، وقد تكون تبعية مهنية تقتصر على التضيق من حرية العامل في نشاطه أو ممارسة مهنته وتبعية تنظيمية تتعلق بظروف التي تحيط بالعامل أثناء تأديته عمله تنفيذا لعقد العمل بتنظيمه لساعات العمل وفترات الراحة. بالإضافة إلى نوع ثاني من التبعية وهي التبعية الاقتصادية التي تركز على حاجة العامل للأجر وارتباطه بجهدته باعتباره وسيلة للإنفاق على معيشته فيكون العامل بذلك تابعا لمن يعطيه كل دخله مقابل ما يقدمه من عمل فالحاجة هي ركيزة التبعية الاقتصادية. والتبعية القانونية هي التي يؤخذ بها في عقد العمل¹.

وعنصر التبعية بهذا المفهوم لا ينطبق على علاقة المؤثر بمن يسوق لمنتجه أو الخدمة التي يقدمها: فالمؤثر يشتغل بحرية واستقلالية حتى ولو تم تحديد مدة الإعلان والسيناريو الذي يجب احترامه، لأن عمل المؤثر يرتبط بكفاءته ومهارته في التواصل مع أصدقائه ومتابعيه عبر الصفحات والمواقع الرقمية، وفي غالب الأحيان الإعلانات التي يقوم بها لا تعد نشاطه الأساسي في قناته أو موقعه الرقمي. مما يترتب معه، انه لا يمكن التقريب بين المؤثر ومركز العامل بموجب عقد العمل العادي، فهل يندرج ضمن نماذج العمل المستحدثة؟

2- بالنسبة للعمل من المنزل

عرفته المادة 01 من اتفاقية العمل الدولية رقم 177 لسنة 1996: "العمل الذي يؤديه شخص يشار إليه بالعامل في المنزل، في منزله أو في أماكن أخرى يختارها، خلاف مكان صاحب العمل، مقابل أجر".

¹ - للتفصيل ، يراجع، محمود جمال الدينزكي، المرجع السابق، ص ص. 293-295.

كما أن المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 97-474 الذي يحدد النظام الخاص بعلاقات العمل في المنزل¹، عرفت العامل على أنه: "كل عامل يمارس في منزله، نشاطات إنتاج سلع أو خدمات أو أشغال تغييرية، لصالح مستخدم أو أكثر، مقابل أجر، ويقوم وحده بهذه النشاطات، أو بمساعدة أعضاء من عائلته، باستثناء أية يد عاملة مأجورة، ويتحصل بنفسه على كل المواد الأولية وأدوات العمل، أو يستلمها من المستخدم دون أي وسيط". يستفيد العامل في المنزل بنفس الحماية الاجتماعية للعامل ولكن المشرع² اعتبر العامل في المنزل من العمال الشبهيين بالأجراء ولم يعتبره من العمال الأجراء وذلك بموجب المرسوم رقم 85-33.

فالعمل من المنزل من جهة لا يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بل في الغالب نشاط أو أعمال يدوية وهو يختلف عن نشاط المؤثرين الذي يشترط فيه استخدام الانترنت والتكنولوجيا الحديثة، وهو يمارس حصريا في المنزل ولتنفيذ العقد يلتزم العامل بأن يخصص مكانا له في البيت ويجهزه ليتناسب مع العمل المطلوب، ويمكن لأفراد العائلة تقديم مساعدة للعامل لكن نشاط المؤثر قد يكون في المنزل ولا يشترط أن يخصص له مكان معين بل المطلوب هو وجود موقع الكتروني فعال وله عدد معتبر من المتابعين قد يمارس المؤثر أعماله من داخل البيت أو من خارجه على حسب ما هو مطلوب وما يخدم طلبات صاحب العلامة التجارية، و لا يمكن لأفراد العائلة التدخل لمساعدته في انجاز الإعلان لأن تدخل المؤثر هو محل اعتبار ولا يمكن تعويضه بأي طرف آخر. ومن ناحية أخرى يتم تحديد الأجر في العمل من المنزل مسبقا وبشكل جزافي أما نشاط المؤثرين فقد يكون المقابل نقدي أو عيني، وبالنسبة للمؤثر يمكن ممارسة نشاطه في المنزل أو الأماكن العمومية أو المتفق عليها مع صاحب العلامة التجارية المراد التسويق لمنتجاتها أو خدماتها.

3- بالنسبة للعمل عن بعد

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 97-474 المؤرخ في 08-12-1997 الذي يحدد النظام الخاص بعلاقات العمل في المنزل النظام الخاص بعلاقات العمل التي تعني العمال في المنازل، ج ر عدد 82، وقد سبق للمشرع تنظيم هذا النوع من العمل بموجب الأمر رقم 75-31 المؤرخ في 29-04-1975 المتعلق بعلاقات العمل في القطاع الخاص خاصة المواد من 69 إلى 72، الملغى بموجب القانون النافذ وهو القانون رقم 90-11 المنظم لعلاقات العمل المعدل والمتمم.

² - بموجب المادة 10 من المرسوم التنفيذي 97-474 المحدد سابقا، والمادة 1 من المرسوم 85-33 المحدد لقائمة العمال الشبهيين بالأجراء في مجال الضمان الاجتماعي، ج ر عدد، 9 بتاريخ 24-02-1985.

لم ينظم المشرع الجزائري العمل عن بعد، ولكن ترتب عن جائحة كوفيد19 اهتمام الحكومة الجزائرية بالقيام بالمهام عبر وسائل الاتصال الحديثة تنفيذاً لقواعد حماية السلامة والصحة العمومية وعدم خرق الحجز الصحي والمنع من التنقل ولضمان استمرارية النشاط في المؤسسات متى أمكن ذلك ، وكانت البداية بالقطاع العمومي حيث تم السماح بالعمل عن بعد في بعض القطاعات ولممارسة الأنشطة المحددة، أما بالنسبة لعلاقات العمل فإنها تبقى خاضعة لمبدأ سلطان الإرادة بمعنى لا يوجد في قانون العمل الجزائري ما يمنع صاحب العمل من إبرام عقد عمل من المنزل، وهو يعتبر من الطرق التي تخفف على صاحب العمل والعامل عدة تكاليف تتعلق بالانتقال والمصاريف التشغيلية... خاصة في الأنشطة التي يمكن القيام بها دون اشتراط للحضور الجسدي في مكان العمل...

ولكن العمل عن بعد كان محل اهتمام العديد من التشريعات إما على المستوى الدولي¹ من طرف منظمة العمل الدولية أو على المستوى المحلي منها على الخصوص القانون الفرنسي بموجب المادة L.9-1222 من قانون العمل² والقانون الإماراتي، حيث عرف المشرع العمل عن بعد بموجب المادة 5/1- أ من اللائحة التنفيذية للمرسوم بقانون اتحادي رقم 33 لسنة 2021 بشأن علاقات العمل والتي تنص على أن: "...أ- العمل عن بعد: ويتم تأدية العمل كله أو جزء منه خارج مقر العمل، ويكون الاتصال ما بين العامل وجهة العمل إلكترونياً عوضاً عن التواجد فعلياً وسواء كان العمل جزئي أو بدوام كامل".

المهم، حتى يتم التعرف على أن العقد هو عقد عمل عن بعد فيجب الاتفاق صراحة على ذلك بأن ينص عقد العمل صراحة على الطريقة التي سيتم العمل عبرها، بأن يتضمن بعبارات واضحة أن العمل المطلوب يجب أدائه عن بعد من خارج مقرات المنشأة وان تكون لطبيعة العمل طابع خاص لأنها تكون الكترونية وتستخدم التكنولوجيا الحديثة لممارسته إما تكون وسائل مادية كالكمبيوتر أو الهواتف الذكية أو

¹ - عرف المنتدى الدولي لمنظمة العمل الدولية على أنه: "نظام عمل يؤدي فيه العمل بعيداً عن المكتب الرئيسي أو مواقع الإنتاج، حيث يكون العامل بمعزل عن الاتصال مع باقي العمال. ويتم الاتصال بموقع العمل الرئيسي من خلال وسائل التكنولوجيا الحديثة"، كما عرفه الاتفاق الأوروبي الإطار للعمل عن بعد في المادة 2 على أنه: "أسلوب لتنظيم أو تنفيذ العمل أو كليهما، وذلك باستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات، حيث ينفذ خارج إطار محل العمل المعتاد". يراجع، بارود خالد، عجالي خالد، "خصوصية عقد العمل عن بعد"، مجلة قانون العمل والتشغيل، مجلد 05، العدد 2 لسنة 2020، ص 181-182. على الرابط

الإلكتروني <https://searche.mandumah.com/Record/1142931>

² - المعدلة بموجب القانون رقم 771 لسنة 2018 المؤرخ في 05-09-2018.

اللوحات الرقمية، وموصلات الانترنت، مع البرامج المعلوماتية الممكن اعتمادها إما لتشغيل تلك التجهيزات أو للقيام بأعمال تقنية معلوماتية، عبر المواقع الالكترونية والبريد الإلكتروني أو مواقع التواصل¹. يجب:

- تحديد آلية تنفيذ الأعمال والمهام الالكترونية المطلوبة من العامل،
- وطريقة التواصل مع صاحب العمل والفترة الزمنية للقيام به والتي يجب على العامل احترامها بان يكون متواجدا في الموقع الإلكتروني خلال تلك الفترات،
- وفي المقابل يجب عدم تجاوز خصوصية حياة العامل عن بعد، بأن لا يغطي

العمل عن بعد جميع الفترات التي يمكن للعامل قضاؤها مع أفراد عائلته ويظهر من ذلك أن العلاقة على الرغم من أنها تتم عن بعد باستعمال التكنولوجيا الحديثة، إلا أن عنصر التبعية يبقى موجود ولكن بطبيعة مختلفة، فمن ناحية عنصر التبعية القانونية في عقد العمل العادي يختلف من شخص لآخر ويتنوع بحسب نوع العمل والظروف التي يتم فيها، اشد صور هذا العنصر هي التبعية الفنية وأخفها التبعية الإدارية والتنظيمية² وبالنسبة للعمل عن بعد تزداد الخصوصية لدخول فكرتين هما الاختلاف في المكان بين تواجد العامل والمنشأة مكان العمل ومع تدخل التكنولوجيا للتواصل وانجاز العمل... كل ذلك يترتب عنه ظهور نوع جديد من التبعية وهي خاصة تتخذ عدة صور أبرزها تقنية المراقبة الالكترونية عبر الانترنت باعتماد برامج مدمجة في الحاسب الرئيسي للمنشأة متصلة بالحاسب الشخصي للعامل، أو باعتماد طريقة الجمع الآلي للمعلومات عبر الاتصال المباشر بالعامل... والمنهج المعتمد حاليا هو اعتماد معيار مرن عن طريق " موازنة العوامل المتعددة" لتكييف العقد على انه عمل عن بعد، ويقترح البعض الخد بالتبعية القانونية والاقتصادية معا لتكييف العقد بهذا الشكل³.

¹ - يراجع، عمر فارس، شرح قانون العمل الإماراتي ونظام التأمينات الاجتماعية"، طبعة علمية محكمة، دار النهضة العلمية، الإمارات العربية المتحدة، 2022، ص ص. 200-201.

² - يراجع، حسين عبد اللطيف حمدان، " قانون العمل -دراسة مقارنة-"، الطبعة الاولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص. 202.

³ - يراجع، سكيل رقية، التكيف القانوني لعقد العمل عن بعد: التبعية في عقد العمل عن بعد"، المجلة الجزائري للحقوق والعلوم السياسية، المجلد 7، العدد 1، لسنة 2022، ص ص 525-528، على الرابط الإلكتروني

على الرغم من أن النشاط الذي يقوم به العامل يتم إلكترونياً وعن بعد، إلا أنه لا يصنف من قبيل العمل عن بعد، الرغم من أن غالبية المؤثرين يمارسون نشاطهم من داخل منازلهم لكنه لا يعتبر من قبيل العمل في المنزل بالطريقة التي ينظمها القانون، فهل هو نظام خاص؟

4- نشاط المؤثرين نظام عمل جديد

نتيجة لخصوصية الخدمة والعمل الذي يقدمه المؤثرون، فإن بعض التشريعات وضعت نوعاً خاصاً من العمل ولكن تنتفي فيه عنصر التبعية، ومنحت له تسمية العمل الحر، وهو الأمر بالنسبة للقانون الإماراتي، بموجب اللائحة التنفيذية لقانون علاقات العمل لسنة 2021¹ بحيث عرفه المشرع على أنه "1- العمل الحر هو نظام للعمل المستقل والمرن والذي يحقق من خلاله الشخص الطبيعي دخلاً، عن طريق تقديم خدماته لفترة زمنية محددة أو لأداء مهمة أو تقديم خدمة معينة، سواء لأفراد أو لمنشآت، وبحيث لا يكون هذا الشخص الطبيعي بأي حال من الأحوال عاملاً لدى هؤلاء الأفراد أو تلك المنشآت. 2- ويصدر مجلس الوزراء بناءً على اقتراح الوزير القرارات اللازمة والتي تحدد فيها إجراءات وضوابط وآليات تسجيل القائمين بالعمل الحر في أنظمة الوزارة والحصول على تصريح العمل وتجديده والغاؤه، وبما يضمن تعزيز مرونة ومتطلبات سوق العمل".

فالعمل الحر هو عبارة عن ممارسة للعمل ولكن بشكل مستقل بعيداً عن التبعية لشخص آخر، يمكن أن يقوم به المواطنين، وأيضاً الأجانب، وبالرجوع إلى اللائحة التنفيذية لقانون علاقات العمل الإماراتي الصادر خلال سنة 2022، فإنها تشترط الحصول على تصريح العمل الحر "يُمنح هذا التصريح للأفراد الراغبين في ممارسة العمل بشكل مستقل (على إقامتهم الذاتية للأفراد الأجانب) دون رعاية جهة أو صاحب عمل محدد في الدولة ودون اشتراط وجود عقد عمل ساري المفعول، والذي يحقق من خلاله الشخص الطبيعي دخلاً مباشراً، عن طريق تقديم خدماته لفترة زمنية محددة أو لأداء مهمة

¹ - الصادرة بقرار مجلس الوزراء رقم 01 لسنة 2022 المؤرخ في 03 فبراير 2022 بشأن اللائحة التنفيذية للمرسوم بقانون اتحادي رقم 33 لسنة 2021 بشأن تنظيم علاقات العمل .

أو تقديم خدمة معينة، سواء لأفراد أو لمنشآت، وبحيث لا يكون هذا الشخص الطبيعي بأي حال من الأحوال عامل لدى هؤلاء الأفراد أو تلك المنشآت¹.

ولكن يشترط الحصول على تصريح عمل خاص بهذا النوع من الأعمال من الوزارة المختصة....، وهو يبقى خاضعا لقانون العمل² ولائحته التنفيذية ولكن تستبعد تلك الأحكام التي تتعارض² مع طبيعة العمل الحر- كل ما له علاقة بالتبعية وأثارها-، فهو: من ناحية يحصل على الأجر مقابل ما قام به من عمل، ومن ناحية ثانية لا يستفيد من الإجازات ولا تعويضات إصابات العمل ولا مكافأة نهاية الخدمة. فالعامل الحر بالنتيجة يقترب من ممارس العمل المهني أو الحرفي كالنجار والخياط أكثر من مركز العامل³.

ثالثا: مدى إمكان اعتبار نشاط المؤثرين تجسيد لحرية المقاوله والتجارة والاستثمار

نشاط المؤثرين، يعتبر نشاطا جديدا ظهر بانتشار اقتصاد المعرفة والاعتماد الواسع على الانترنت وتكنولوجيا المعلوماتية، يسعى صاحبه لتحقيق الأرباح من جلبه لعدد كبير من المشاهدين والمتابعين لموقعه الإلكتروني والمحتوى الذي يقوم بنشره والذي قد يساعد في الترويج لمنتجات وخدمات الغير كما قد يسوق لمنتجاته، فهل يعتبر عمله عملا تجارية ويعتبر هو صاحب مشروع تجاري، أم له مشروع من نوع خاص يتطلب تنظيما يناسبه؟

1- هل يعتبر المؤثر ممتهنا لنشاط تجاري

التاجر بحسب القانون التجاري⁴ هو كل شخص طبيعي أو معنوي يحترف ممارسة عمل تجاري ويتخذ مهنة معتادة له ما لم يقض القانون بخلاف ذلك، فالمؤثر كشخص طبيعي يعتبر تاجرا متى بلغ السن القانوني للتعاملات التجارية وان يمتن إحدى الأعمال التجارية بحسب الموضوع المحددة في المادة 2 من القانون التجاري ويتخذها مهنة معتادة له ويباشرها بشكل مستقل ولمصلحته.

¹ - اعتمادا على نص المادة 6 / 1- ل من قرار مجلس الوزراء رقم 1 لسنة 2020 في شأن اللائحة التنفيذية للمرسوم بقانون اتحادي رقم 33 لسنة 2021 بشأن تنظيم علاقات العمل، المحدد سابقا.

² المرسوم بقانون الاتحادي رقم 33 لسنة 2021 بشأن تنظيم علاقات العمل.

³ -للتفصيل، يراجع، عمر فارس، شرح قانون العمل الإماراتي ونظام التأمينات الاجتماعية"، طبعة علمية محكمة، دار النهضة العلمية، الإمارات العربية المتحدة، 2022، ص. 202.

⁴ - بموجب المادة 1 من الأمر 75-85 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم.

ملزم بقيدده في السجل التجاري وبالتالي ممارسته تكسب صاحبه الصفة التجارية؟

في البداية، منحت الإدارة المختصة ترقيا خاصا لنشاط المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي الذي يتم قيده في السجل التجاري يتمثل في رقم 617040، ولكن تم حذف هذا التقييم بمعنى كان يعتبر من الأنشطة الواجب قيدها في السجل التجاري، ولكن التراجع عن تقييم هذا النشاط ربما يرجع سببه توجه الحكومة نحو وضع إطار قانوني خاص بهذا النوع من الأنشطة الاقتصادية المرتكز على تكنولوجيا المعلوماتية والذي انتشر وتوسع مجال ممارسته في جميع أنحاء العالم وفي الجزائر أيضا. مما يفهم منه أن النشاط يبقى مدني غير ملزم بقيده في السجل التجاري، وربما ذلك تمهيدا لمشروع القانون الذي سيعرض على البرلمان لمناقشته لتنظيم مثل هذا النشاط. وبالفعل عرض مشروع القانون على البرلمان بغرفتيه وتمت المصادقة عليه وإصداره ونشره بالجريدة الرسمية والذي يعفي صراحة المقاول الذاتي من القيد في السجل التجاري.

2- المؤثرين في الإمارات العربية المتحدة:

خلال سنة 2018 أصدرت دولة الإمارات نظام الإعلام الإلكتروني وهو تشريع جديد¹ ينظم عمل المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، ويجب على الأشخاص الذين يشاركون في أعمال ترويجية مدفوعة الأجر (مقابل نقدي أو عيني في شكل هدايا قيمة) وليست تلك المجانية على وسائل التواصل

¹ - الموقع الإلكتروني للمجلس الوطني للإعلام www.nmc.gov.ae، يراجع مضمون النظام الإماراتي للإعلام الإلكتروني على الرابط الإلكتروني

[https://media.albayan.ae/Digital%20Media%20summary%202018%20EDIT%20\(1\).PDF?_gl=1*hcuczt*_ga*MTAwODk1NDk1NC4xNTIxMDgwOTEz*_ga_N5WYEEPF38*MTcyMjM0MjEzMjM0S4xNS4wLjE3MjIzNDIxMzEuMC4wLjA.*_ga_W4DTTQWBG*MTcyMjM0MjE1My42LjAuMTcyMjM0MjE1My4wLjAuMA..&_ga=2.109147072.471571938.1722342134-1008954954.1521080913](https://media.albayan.ae/Digital%20Media%20summary%202018%20EDIT%20(1).PDF?_gl=1*hcuczt*_ga*MTAwODk1NDk1NC4xNTIxMDgwOTEz*_ga_N5WYEEPF38*MTcyMjM0MjEzMjM0S4xNS4wLjE3MjIzNDIxMzEuMC4wLjA.*_ga_W4DTTQWBG*MTcyMjM0MjE1My42LjAuMTcyMjM0MjE1My4wLjAuMA..&_ga=2.109147072.471571938.1722342134-1008954954.1521080913)

الاجتماعي، تقديم طلب للحصول على رخصة من المجلس الوطني للإعلام¹ وهي رخصة الوسائط الإلكترونية تحت طائلة العقوبات المقررة قانوناً².

والأمر لا يتعلق بالأشخاص الذين يتلقون منتجات لمراجعتها على وسائل التواصل أو منتجي محتوى على موقع إلكتروني خاص بهم ويروجون لمنتجاتهم، ويرفق الطلب بمجموعة وثائق تثبت توافر الشروط الواجبة في صاحب الترخيص وأخرى تتعلق بشروط الموقع الإلكتروني³ مع ضرورة التزامه بالامتثال لمعايير المحتوى الإعلامي والإعلاني المنصوص عليها قانوناً، توجيهات الدولة، احترام المبادئ الأخلاقية باحترام الخصوصية والحق في الحصول على المعلومة والتقيد بتعليمات المجلس، مع احترام القواعد التي تضبط النشاط الإعلامي عموماً المنظمة قانوناً كتجنب التصريحات غير اللائقة أو المشجعة لأنشطة مخالفة للقانون أو الماسة بأمن الدولة...⁴، وتستمر صلاحية رخصة المجلس الوطني للإعلام مبدئياً لمدة عام واحد لذلك يجب تجديدها سنوياً.

للترخيص عدة أنواع: مخصص للمؤثرين الفرديين الذين يريدون الحصول على رخصة شخصية تتيح لهم العمل كمؤثر مستقل تماماً على وسائل التواصل الاجتماعي؛ أو تتعلق بمجموعات صغيرة من مؤثرين يؤسسون شركة مسجلة وتمتلك رخصة تجارية، وأخيراً ترتبط بالتسجيل في إحدى الوكالات الرسمية المؤثرة في وسائل التواصل الاجتماعي في دبي المعتمدة من المجلس الوطني للإعلام وتمتلك هذه

¹ تم إطلاق رخصة المجلس الوطني للإعلام الخاصة بالمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي لأول مرة في عام 2018. وتنظم الرخصة عمل المؤثرين وهي إلزامية لأي شخص يتلقى تعويضاً مالياً من خلال عمله على وسائل التواصل الاجتماعي بما في ذلك تقديم الإعلانات أو إجراء المراجعات أو "وضع المنتج" في المحتوى.

² فالعمل كمؤثر على وسائل التواصل الاجتماعي دون رخصة المجلس الوطني للإعلام، يتعرض المخالف لغرامة قدرها 5000 درهم إماراتي وقد يتم تعليق حسابك على وسائل التواصل الاجتماعي.

³ تتمثل الوثائق في: الخاصة بصاحب الترخيص من توافر كمال الأهلية مع الحصول على مؤهل دراسي، مع حسن السيرة والسمعة، توافر حساب إلكتروني داخل الدولة للقيام بأنشطة إعلام إلكتروني تجاري مدفوع (كرخصة الشركة، نسخة عن تأشيرة الإقامة وعن جواز السفر، مع صورة لبطاقة الهوية الإماراتية، مع تحديد عنوان للشركة...).

⁴ المحددة في المادة 17 من المرسوم بقانون الاتحادي رقم (55) لسنة 2023 في شأن تنظيم الإعلام، الصادر بتاريخ 02 أكتوبر 2023.

الوكالات رخصة تشمل جميع المؤثرين الذين يعملون فيها....¹. ويعتبر صاحب الحساب هو المسؤول الأول عن محتوى حسابه وعما يتم نشره من خلال نشاطه ا سواء كان النشاط مصرح به أو غير مصرح².

3- خصوصية نشاط المؤثرين دفعت الحكومة لاقتراح تنظيمه باعتباره مقال ذاتي.

والاقتراح يتمثل في تقديم الوزارة المنتدبة لدى الوزير الأول المكلف باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة لمشروع القانون الأساسي للمقال الذاتي ليكون الإطار القانوني لمثل هذه الأنشطة ولجعلها تمارس بطريقة مشروعة، وذلك عن طريق تحديد الشروط والقواعد المطبقة على ممارسة نشاط المقال الذاتي، وهذا المشروع يندرج ضمن قطاع اقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة³. وقد صدر القانون تحت رقم 22-23 المتضمن القانون الأساسي للمقال الذاتي بتاريخ 18 ديسمبر 2022⁴، ويرمي هذا القانون أيضا إلى تنظيم الأنشطة الاقتصادية الجديدة التي ظهرت مع بروز اقتصاد المعرفة والاقتصاد الرقمي، والتي لا تخضع لأي إطار قانوني كنشاط مطوري تطبيقات الويب والهاتف والمسوق الإلكتروني وسائق سيارة النقل ومسير منصات التواصل الاجتماعي والأنوجراف، ويساهم في تطوير روج المقاولاتية لدى الشباب وتسهيل ولوجهم لسوق العمل بممارستهم لأنشطة ذاتية وتنظيم هذا القطاع الاقتصادي بتقليص الناشطين فيه بطريقة غير قانونية-السوق الموازية-⁵، كما يساهم في الإدماج المالي والضريبي لهذا النشاط

¹ للتفصيل بخصوص التراخيص،راجع، أحمد عابد، "ترخيص 650 مؤثر و150 مؤسسة على التواصل الاجتماعي"، صحيفة الإمارات اليوم ، تصدر عن مؤسسة دبي للإعلام، بتاريخ 06-11-2018، الرابط الإلكتروني <https://www.emaratalyoum.com/local-section/other/2018-11-06-1.1151509>، مطلع عليه بتاريخ 12-04-2023.

² تطبيقا للمادة 6/12 من المرسوم بقانون الاتحادي رقم (55) لسنة 2023 في شأن تنظيم الإعلام، المحدد سابقا.

³ كما قد تم اعتماد القانون الأساسي للمقال الذاتي كمقترح رئيسي خلال الجلسات الوطنية حول اقتصاد المعرفة التي نظمت في الجزائر العاصمة يومي 29 و30 مارس 2021.

⁴ القانون رقم 22-23 المؤرخ في 18 ديسمبر 2022، يتضمن القانون الأساسي للمقال الذاتي، ج ر عدد 85 بتاريخ 19 ديسمبر 2022، ص.5.

⁵ يراجع حول أسباب ودوافع قانون المقال الذاتي، مقترح مشروع القانون الأساسي للمقال الذاتي المقدم من طرف لوزارة المنتدبة لدى الوزير الأول المكلف باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة، ص.2، على الموقع الإلكتروني لمناقشات البرلمان .

بالتمكن من تحصيل الضريبة على النشاط الممارس وليستفيد من جهة أخرى ممارس النشاط أيضا من الحماية الاجتماعية.

وبالرجوع لمضمون القانون، فنجد المشرع اعتمد في سن محتواه على مبدأ حرية المقولة والاستثمار أو ما يعرف بحرية المبادرة والذي بموجبه يمكن لكل شخص ممارسة النشاط الذي يرغب فيه في إطار القانون والمحدد دستورا وذلك بعدما كان الدستور قبل التعديل يضمن حرية التجارة والصناعة¹، واعتمد أيضا على أحكام القانون المدني وقانون الإجراءات المدنية والإدارية وقانون حماية المستهلك مما يفسر الطبيعة المدنية للنشاط ولكن يجب بالمقابل فرض حماية المستهلك الذي يبقى دائما الطرف الضعيف في العلاقة التي تربطه بمنتجاته هذا النوع الجديد من الأنشطة الاقتصادية الرقمية وهو التأثير عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و لا يمكن اعتباره نشاط ذو طابع تجاري يكسب صاحبه الصفة التجارية عند احترافه ولا يعتبر من قِبل المهن الحرة التي استبعدتها القانون ولا يندرج ضمن الحرفي الذي يمارس نشاطا يعتمد على جهد يدوي ويمكن أن يكون فني يمارسه منفردا أو في شكل مقولة². ومن ناحية ثالثة اعتمد على القوانين المتعلقة بالحماية الاجتماعية الخاصة بالتأمينات الاجتماعية والتقاعد والمتعلق بالتزامات المكلفين في مجال الضمان الاجتماعي والتي ستوفر الحماية الاجتماعية للمقاول الذاتي. والمشروع يتضمن الأحكام التالية التي تضبط نشاط المقاول الذاتي:

- تعريف المقاول الذاتي وشروط ممارسته لنشاطه كإطار قانوني للمؤثر:

المقاول الذاتي هو كل شخص طبيعي يمارس بصفة فردية نشاطا مربحا ضمن قائمة النشاطات المؤهلة للاستفادة من القانون الأساسي للمقاول الذاتي والذي لا يتعدى رقم أعماله السنوي 5 ملايين د

¹ - وذلك بموجب المادة 61 من الدستور الجزائري المعدل والمتمم سنة 2020، ح ر عدد 82 لسنة 2020 بتاريخ 30 ديسمبر 2020 والتي تنص على أنه: "حرية التجارة والاستثمار والمقولة مضمونة وتمارس في إطار القانون"، للتوسع حول مبدأ حرية المقولة المضمون دستوريا، يراجع، وادي عماد الدين، عميروش فتحي، "مبدأ حرية المقولة في الدستور الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، مجلد رقم 8 عدد 1، بتاريخ 2022/01/05، ص ص 343-351، على الرابط الإلكتروني، <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/304/8/1/181903> تاريخ الاطلاع عليه 01-12-2022.

² - وهو النشاط الذي يخضع للأمر رقم 96-01 المؤرخ في 19 شعبان عام 1416، الموافق ل 10 يناير سنة 1996 الذي يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، المعدل والمتمم.

ج بموجب قانون المالية لسنة 2024¹، مع استثناء المهن الحرة والنشاطات المقننة والحرفيين. ولكن يستلزم القانون توافر شروط معينة في المقاو الذاتي للاستفادة من هذا القانون والمتمثلة في: بلوغه السن القانوني للعمل، التمتع بالجنسية الجزائرية مع الإقامة في الجزائر² مما يفهم منه استبعاد الأجانب حتى المقيمين من ممارسة هذا النشاط- على خلاف ما هو عليه العمل في دول أخرى³، مع احترافه ممارسة إحدى الأنشطة المؤهلة للاستفادة من هذا القانون يمكن ممارسته في محل إقامته الذي لا يمكن الحجز عليه بسبب الالتزامات الناتجة عن النشاط كما قد يمارس في فضاءات عمل مشتركة. مع ضرورة حصوله على بطاقة المقاو الذاتي التي تحمل رقم تسجيل وحيد وذلك بعد تقديم طلب التسجيل في السجل الوطني للمقاو الذاتي- على أن يصدر تنظيم لتحديد كيفية إجراء ذلك⁴ والتي يتم تسليمها وفقاً لنموذج معين⁵، وتتكفل مؤسسة عمومية بمسك هذا السجل ومراقبة أنشطة المقاو الذاتي⁶ والمتمثلة في الوكالة الوطنية للمقاو الذاتي⁷.

¹ - القانون رقم 22-24 المؤرخ في 25 ديسمبر 2023 المتضمن قانون المالية، ج ر عدد 86 بتاريخ 31 ديسمبر 2023.

² - بموجب المادة 3 من القانون رقم 22-23 المتضمن القانون الأساسي للمقاو الذاتي، المحدد سابقاً.

³ - حيث يسمح التشريع الإماراتي للأجانب ممارسة هذه الأنشطة بشرط الحصول على التراخيص والتصاريح المطلوبة واتباع الإجراءات الإدارية المحددة.

⁴ - قد صدر بالفعل تشريع بذلك، وهو المرسوم التنفيذي رقم 23-197 مؤرخ في 25 ماي سنة 223. ج ر عدد 37، والذي يحدد قائمة النشاطات المؤهلة للاستفادة من القانون الأساسي للمقاو الذاتي وكيفية التسجيل في السجل الوطني للمقاو الذاتي، ج ر عدد 37 بتاريخ 4 يونيو 2023، ص.9.

⁵ - وقد حدد المرسوم التنفيذي رقم 23-198 مؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1444 الموافق 25 ماي سنة 2023، نموذج بطاقة المقاو الذاتي، ج ر عدد 37 بتاريخ 4 يونيو 2023، ص. 12.

⁶ - وذلك بموجب المواد من 2 إلى 8 من مشروع القانون الأساسي للمقاو الذاتي المحدد سابقاً.

⁷ - يراجع، المرسوم التنفيذي رقم 23-196 المؤرخ في 25 مايو 2023 الذي يحدد تنظيم الوكالة الوطنية للمقاو الذاتي وسيرها، والقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 3 سبتمبر 2023 المحدد للتنظيم الداخلي للوكالة الوطنية للمقاو الذاتي، ج ر عدد 83 بتاريخ 24 ديسمبر 2023، ص.32.

مع اشتراط ممارسته للأنشطة المؤهلة للاستفادة من قانون المقاول الذاتي، وهي أنشطة مربحة تمارس بصفة فردية من الأنشطة الواردة ضمن ميادين الأنشطة السبعة المحددة قانوناً¹ والمتمثلة في: الاستشارة والخبرة والتكوين؛ الخدمات الرقمية والأنشطة ذات الصلة؛ الخدمات المنزلية؛ الخدمات الموجهة للأشخاص؛ خدمات الترفيه والتسلية؛ الخدمات الموجهة للمؤسسات؛ الخدمات الثقافية والاتصال والسمعي البصري. ويمكن إدراج الأعمال التي يقوم بها المؤثرين ضمن الخدمات الرقمية والأنشطة ذات الصلة، باعتبارها تركز على استعمال الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

- الحقوق والالتزامات الناشئة على عاتق المقاول الذاتي كإطار قانوني للمؤثر:

حدد المشرع جملة من الامتيازات والالتزامات المترتبة عن الخضوع للقانون الأساسي للمقاول الذاتي، تتمثل تلك الامتيازات² في: الاستفادة من مسك محاسبة مبسطة على سجل مرقم ومؤشر عليه من قبل مصالح الضرائب المختصة إقليمياً والذي يقيد فيه الإيرادات والنفقات المتعلقة بالنشاط، بالتالي يعفى من مسك دفاتر تجارية وفقاً لما يحدده القانون التجاري والقانون رقم 07-11 المتضمن النظام المحاسبي المالي³ وبذلك فهو يخضع للتشريعات المنظمة لشروط مسك المحاسبة المبسطة، ولكن مع اختلاف في سقف رقم الأعمال المحدد تشريعياً لمسك محاسبة مالية مبسطة⁴ مقارنة بالمقاول الذاتي. كما يعفى من القيد في السجل التجاري لأن النشاط الممارس ليس من طبيعة تجارية، ويستفيد من الخضوع لنظام ضريبي تفضيلي، مع منحه إمكانية فتح حساب بنكي تجاري⁵.

وبالمقابل من ذلك يتحمل مجموعة من الالتزامات ترتبط أساساً بضرورة القيد في السجل الوطني للمقاول الذاتي بطريقة تقليدية أو عبر البوابة الالكترونية للحصول على البطاقة، ويلزم بإيداع لدى المؤسسة

¹ - بموجب المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 23-197 مؤرخ في 25 ماي سنة 2023. ج ر عدد 37، والذي يحدد قائمة النشاطات المؤهلة للاستفادة من القانون الأساسي للمقاول الذاتي وكيفية التسجيل في السجل الوطني للمقاول الذاتي، المحدد سابقاً.

² - المحددة بموجب المادة 9 من القانون رقم 22-23 المتضمن القانون الأساسي للمقاول الذاتي، المحدد سابقاً.

³ - القانون رقم 07-11 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 المتضمن النظام المحاسبي المالي.

⁴ قرار وزير المالية المؤرخ في 26 يوليو 2008 المحدد لأسقف رقم الأعمال وعدد المستخدمين والنشاط المطبقة على الكيانات الصغيرة بغرض مسك محاسبة مالية مبسطة، ج ر عدد 19 بتاريخ 25 مارس 2009، ص. 91.

⁵ - وذلك بموجب المادة 2/09، 3، 4 من القانون رقم 22-23 المتضمن القانون الأساسي للمقاول الذاتي، المحدد سابقاً..

شهادة إدارية سنوية مسلمة من مصلحة إدارة الضرائب تتضمن رقم الأعمال السنوي المحقق حسب النموذج المحدد من طرف المديرية العامة للضرائب. وعند تجاوز رقم الأعمال للحد المحدد قانونا يلزم بالتسجيل في السجل التجاري متى أراد الاستمرار في نشاطه¹ وبالتالي الخضوع للتشريع التجاري الخاضع له التاجر. كما يلتزم بالتصريح بالوجود لدى مصالح الضرائب المختصة إقليميا من أجل الحصول على رقم التعريف الضريبي في أجل ثلاثين يوما من الحصول على بطاقة المقاول الذاتي مع الالتزام بالتصريح لديها برقم أعماله وتسديد المستحقات ذات الصلة طبقا للتشريع والتنظيم الجبائي المعمول بهما²، ومن بعدها التصريح لدى هيئة الضمان الاجتماعي لغير الأجراء³، ويلتزم بالتصريح إما لدى المؤسسة أو إدارة الضرائب أو الضمان الاجتماعي خلال السنوات الثلاث التي تلي التسجيل في السجل الوطني للمقاول الذاتي والا يتعرض للشطب من السجل الوطني للمقاول الذاتي وبالنتيجة إلغاء بطاقة المقاول الذاتي، وهو الحكم المطبق أيضا عند مخالفة باقي الالتزامات أو عند وفاة المقاول الذاتي⁴، ويمنح للمقاول الذاتي إمكانية إعادة التسجيل بعد زوال سبب الشطب ودفع الديون الجبائية وشبه الجبائية المستحقة إن وجدت⁵.

خاتمة:

لا يمكن تجاهل المركز الذي أصبح يعرفه المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والأكثر من ذلك أصبح هناك أشكال جديدة يعرفها المؤثرين بحسب المنصة الاجتماعية التي يتعامل فيها باعتماد المحتوى الترفيهي أو العلمي أو التقني، والمشكل الذي اهتم البحث بدراسته هو مدى إمكانية تطبيق القوانين النافذة على الأعمال التسويقية التي يقوم بها المؤثرين، ويمكن تحديد جملة من النتائج مع تقديم بعض التوصيات:

النتائج

¹ - بموجب المادة 13 من القانون رقم 22-23 المتضمن القانون الأساسي للمقاول الذاتي، المحدد سابقا..

² - المادة 11 / 2، 4 من القانون رقم 22-23 المتضمن القانون الأساسي للمقاول الذاتي، المحدد سابقا..

³ - بموجب المادة 10 من القانون رقم 22-23 المتضمن القانون الأساسي للمقاول الذاتي، المحدد سابقا..

⁴ - بموجب المادة 14 من القانون رقم 22-23 المتضمن القانون الأساسي للمقاول الذاتي، المحدد سابقا..

⁵ - بموجب المادة 16 من القانون رقم 22-23 المتضمن القانون الأساسي للمقاول الذاتي، المحدد سابقا..

- نشاط المؤثرين أصبح يتزايد بسبب تعدد منصات التواصل الاجتماعي، ويتسع ليشمل التسويق نتيجة تعاقد المنتجين ومقدمي الخدمات ليتم الترويج لمنتجاتهم عبر مواقعهم الإلكترونية.
- لم ينظم المشرع الجزائري نشاط التسويق عبر المؤثرين رغم تنظيمه للعملية التسويقية وللإشهار العادي والإلكتروني الذي قد يتم بالطرق الإلكترونية.
- لا يمكن إدراج المؤثرين في صنف العمال إما عمال عاديين أو في المنزل أو عن بعد، وذلك لوجود عنصر التبعية الذي أصبح له مفهوم خاص ليشمل العمل عن بعد.
- لا يصنف عمل المؤثرين ضمن الأعمال التجارية المنظمة قانونا والتي يجب أن يتم قيد من يمارسها في السجل التجاري.
- نتيجة لخصوصية وضعية المؤثرين فإن الحكومة قدمت مشروعا لتنظيم نشاط المؤثرين باعتباره من أنشطة الاقتصاد الرقمي ضمن ما يعرف بالمقاول الذاتي، وقد صدر القانون خلال سنة 2022.

التوصيات

- ضرورة سن قانون لتنظيم العلاقة بين صاحب العلامة التجارية والمؤثر الذي سيقوم بالإعلان عنها عبر موقعها في مواقع التواصل الاجتماعي لجذب مشركيه ومتابعيه للتعامل مع العلامة، وذلك لأن المصير يبقى في مركز وسط بين العامل وبين المقاول، لممارستهم نشاطهم في شكل مستقل ولكن لمصلحة صاحب المنتج.
- يعتبر القانون الأساسي للمقاول الذاتي النظام القانوني المناسب للمؤثرين بضبط حقوق والتزامات الأطراف، وتوفير آليات لضبط هذا النشاط بطريقة تستفيد الدولة من ممارسة هذا النشاط من خلال العائد الجبائي والضريبي، ولكن في المقابل يجب ضمان حقوق المستهلك من كل أضرار قد تلحق به من خلال نشاط المؤثرين ...

قائمة المراجع والمصادر

• المراجع:

- أحمية سليمان، " التنظيم القانوني لعلاقات العمل في التشريع الجزائري"، الجزء الثاني، علاقات العمل الفدية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2002.

- بارود خالد، عجالي خالد، " خصوصية عقد العمل عن بعد"، مجلة قانون العمل والتشغيل، مجلد 05، العدد 2 لسنة 2020، ص ص 181-182. على الرابط الإلكتروني <https://searche.mandumah.com/Record/1142931>

- حسين عبد اللطيف حمدان، " قانون العمل -دراسة مقارنة-"، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009.

- عبير إبراهيم محمد رجب عزي، " تأثير استخدام المعلنين لحملات تسويق المؤثرين عبر المنصات الالكترونية Influencer Marketing Campaigns على سلوكيات الشراء وعلاقتها بقضايا حماية المستهلك، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 19(2)، ص 531-570

- عفيف بن بدرة، " يوتوبرز نحو إحداث مركز قانوني لصحفيين جدد"، المجلة الدولية للقانون، كلية القانون، جامعة قطر، العدد 3، 2020، العدد الخاص بمؤتمر القانون والإعلام، الآفاق والتحديات"، ص ص 123-161.

- عمر فارس، شرح قانون العمل الإماراتي ونظام التأمينات الاجتماعية"، طبعة علمية محكمة، دار النهضة العلمية، الإمارات العربية المتحدة، 2022.

- سكيل رقية، التكييف القانوني لعقد العمل عن بعد: التبعية في عقد العمل عن بعد"، المجلة الجزائري للحقوق والعلوم السياسية ، المجلد 7، العدد 1، لسنة 2022، ص ص 525-528، على الرابط الإلكتروني

<https://search.mandumah.com/Record/1278208>

- محمود جمال الدين زكي، " قانون العمل"، الطبعة الثالثة، 1983، مطبعة جامعة القاهرة، مصر.

- منير براهيم، "الإشهار الإلكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، السنة: 2022 المجلد: 05 العدد: 01.

- وادي عماد الدين، عميروش فتحي، " مبدأ حرية المقاول في الدستور الجزائري"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، مجلد رقم 8 عدد 1، بتاريخ 2022/01/05، ص ص 343-351، على الرابط الإلكتروني،

• المصادر التشريعية:

- التشريعات الجزائرية:

- الدستور الجزائري المعدل والمتمم سنة 2020، ح ر عدد 82 لسنة 2020 بتاريخ 30 ديسمبر .
- الأمر رقم 75-31 المؤرخ في 29-04-1975 المتعلق بعلاقات العمل في القطاع الخاص، الملغى بموجب القانون النافذ وهو القانون رقم 90-11 المنظم لعلاقات العمل المعدل والمتمم.
- الأمر 75-85 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم.
- القانون رقم 90-11 المؤرخ في 21 ابريل 1990 المنظم لعلاقات العمل المعدل والمتمم، ج ر، عدد 17، بتاريخ 25 ابريل 1990، ص ص. 562-576.
- الأمر رقم 01-96 المؤرخ في 19 شعبان عام 1416، الموافق ل 10 يناير سنة 1996 الذي يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، المعدل والمتمم.
- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010 ج ر عدد 46 بتاريخ 18 غشت 2010، ص.4.
- القانون رقم 07-11 المؤرخ في 25 نوفمبر 2007 المتضمن النظام المحاسبي المالي.
- القانون رقم 15-12 المؤرخ في 15 يوليو 2015 يتعلق بحماية الطفل، ج ر عدد 39 بتاريخ 19 يوليو 2015، ص.4.
- القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، ج ر عدد 28 بتاريخ 16 مايو 2018، ص.4.
- القانون رقم 22-23 المؤرخ في 18 ديسمبر 2022، يتضمن القانون الأساسي للمقاول الذاتي، ج ر عدد 85 بتاريخ 19 ديسمبر 2022، ص.5.

- القانون رقم 22-24 المؤرخ في 25 ديسمبر 2023 المتضمن قانون المالية، ج ر عدد 86 بتاريخ 31 ديسمبر 2023.
 - القانون العضوي رقم 23-14 المؤرخ في 27 غشت 2023، المتعلق بقانون الإعلام، ج ر عدد 56، بتاريخ 29 غشت 2023، ص.9.
 - المرسوم 85-33 المحدد لقائمة العمال الشبيهين بالأجراء في مجال الضمان الاجتماعي، ج ر عدد 9، بتاريخ 24-02-1985.
 - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05 لسنة 1990 ص.202.
 - المرسوم التنفيذي رقم 97-474 المؤرخ في 08-12-1997 الذي يحدد النظام الخاص بعلاقات العمل في المنزل، ج ر عدد 82.
 - المرسوم التنفيذي رقم 23-196 المؤرخ في 25 مايو 2023 الذي يحدد تنظيم الوكالة الوطنية للمقاول الذاتي وسيرها، ج ر عدد 37 بتاريخ 4 يونيو 2023.
 - المرسوم التنفيذي رقم 23-197 مؤرخ في 25 ماي سنة 223. ج ر عدد 37، والذي يحدد قائمة النشاطات المؤهلة للاستفادة من القانون الأساسي للمقاول الذاتي وكيفية التسجيل في السجل الوطني للمقاول الذاتي، ج ر عدد 37 بتاريخ 4 يونيو 2023، ص.9.
 - المرسوم التنفيذي رقم 23-198 مؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1444 الموافق 25 ماي سنة 2023، المحدد لنموذج بطاقة المقاول الذاتي، ج ر عدد 37 بتاريخ 4 يونيو 2023، ص.12.
 - قرار وزير المالية المؤرخ في 26 يوليو 2008 المحدد لأسقف رقم الأعمال وعدد المستخدمين والنشاط المطبقة على الكيانات الصغيرة بغرض مسك محاسبة مالية مبسطة، ج ر عدد 19 بتاريخ 25 مارس 2009، ص.91.
 - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 3 سبتمبر 2023 المحدد للتنظيم الداخلي للوكالة الوطنية للمقاول الذاتي، ج ر عدد 83 بتاريخ 24 ديسمبر 2023، ص.32.
- التشريعات الأجنبية:**

-التوجيه الأوربي للتجارة الالكترونية CE/ 31/2000 بتاريخ 08 جوان 2000 تلزم بتحديد الهوية، وذلك لكل إعلان تم عبر وسائل التواصل الاتصال للجمهور عبر الخط والشخص المعنوي الذي تمت لأجله عملية الإعلان.

-المرسوم بقانون الاتحادي رقم 33 لسنة 2021 بشأن تنظيم علاقات العمل.

-قرار مجلس الوزراء رقم 01 لسنة 2022 المؤرخ في 03 فبراير 2022 بشأن اللائحة التنفيذية

للمرسوم بقانون اتحادي رقم 33 لسنة 2021 بشأن تنظيم علاقات العمل.

- المرسوم بقانون الاتحادي رقم (55) لسنة 2023 في شأن تنظيم الإعلام، الصادر بتاريخ

02 أكتوبر 2023.

- قرار مجلس الوزراء رقم 01 لسنة 2022 المؤرخ في 03 فبراير 2022 بشأن اللائحة التنفيذية

للمرسوم بقانون اتحادي رقم 33 لسنة 2021 بشأن تنظيم علاقات العمل.